

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
GS, TS Bùi Xuân Lưu - PGS, TS Nguyễn Hữu Khải

Giáo trình

KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

GS, TS. Bùi Xuân Lưu

PGS, TS. Nguyễn Hữu Khải

GIÁO TRÌNH **KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI
HÀ NỘI - 2006

LỜI NÓI ĐẦU

Nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực kinh tế đối ngoại có chất lượng cao và phục vụ công tác nghiên cứu khoa học. Bộ môn Chính sách thương mại quốc tế biên soạn Giáo trình Kinh tế Ngoại thương nhằm giới thiệu một số kiến thức cơ bản liên quan đến những vấn đề có tính chất kinh tế trong hoạt động ngoại thương và hệ thống chính sách nhằm khuyến khích, đẩy mạnh hoạt động thương mại quốc tế, đồng thời có tác dụng quản lý hoạt động xuất nhập khẩu thực hiện mục tiêu và nhiệm vụ kinh tế - xã hội trong nước, phù hợp với điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Đối tượng cuốn giáo trình phục vụ chủ yếu là sinh viên chuyên ngành Kinh tế đối ngoại, Kinh doanh quốc tế, Tài chính quốc tế, Ngân hàng và Thị trường tài chính, tiếng Anh thương mại, tiếng Pháp thương mại, tiếng Nhật thương mại, tiếng Trung thương mại, tiếng Nga thương mại... Bachelor, hệ chính quy và phi chính quy tại trường Đại học Ngoại thương và các trường kinh tế khác. Giáo trình cũng là tài liệu tham khảo bổ ích cho các bạn đọc quan tâm đến vấn đề kinh tế và chính sách thương mại quốc tế.

Giáo trình Kinh tế Ngoại thương xuất bản lần này do PGS,TS. Nguyễn Hữu Khải biên soạn dựa trên một số tư liệu của giáo trình đã xuất bản lần thứ nhất (năm 1994), và tái bản vào các năm 1995, 1997 và năm 2002 do GS,TS. Bùi Xuân Lưu chủ biên. Đồng thời giáo trình đã sửa chữa, bổ sung, cập nhật những tư liệu mới nhất liên quan đến kinh tế ngoại thương và chính sách thương mại quốc tế trong bối cảnh Việt Nam sẽ là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới.

Cuốn sách được hoàn thành có sự góp ý của các giảng viên trong bộ môn Chính sách thương mại quốc tế, đặc biệt là Thạc sỹ Đào Ngọc Tiến.

Nội dung Giáo trình Kinh tế Ngoại thương được chia làm 3 phần, bố cục thành 10 chương:

Phần I: Những vấn đề cơ bản về kinh tế ngoại thương

Phần II: Ngoại thương Việt Nam qua các thời kỳ

Phần III: Chiến lược và chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam

Trên thực tế, phát triển và quản lý ngoại thương trong nền kinh tế thị trường nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế là vấn đề phức tạp. Do đó, trong quá trình biên soạn, giáo trình không tránh khỏi một số thiếu sót. Rất mong nhận được sự đóng góp của bạn đọc.

T/M nhóm tác giả

PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
PHẦN I: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG	7
Chương 1: Đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu	9
1. Các khái niệm cơ bản về ngoại thương	9
2. Đối tượng, nội dung nghiên cứu	12
3. Phương pháp nghiên cứu	14
Chương 2: Những lý thuyết bàn về lợi ích của ngoại thương	18
I. Các học thuyết cổ điển về thương mại quốc tế	18
II. Các học thuyết mới về thương mại quốc tế	61
III. Lợi ích của ngoại thương	76
IV. Ngoại thương của một nền kinh tế mở quy mô nhỏ	82
Chương 3: Mối quan hệ giữa ngoại thương và các lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế	88
I. Chức năng và nhiệm vụ của ngoại thương	88
II. Mối quan hệ giữa ngoại thương và các lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế	100
Chương 4: Hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương	109
I. Khái niệm, phân loại hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương	109
II. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại thương	122
III. Phương pháp xác định một số chỉ tiêu hiệu quả kinh tế hoạt động ngoại thương	127
IV. Những biện pháp chủ yếu để nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.	160

PHẦN II: NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM QUA CÁC THỜI KỲ	171
Chương 5: Sơ lược về ngoại thương Việt Nam trước Cách mạng Tháng Tám năm 1945	173
I. Dưới chế độ phong kiến	173
II. Ngoại thương Việt Nam dưới thời Pháp thuộc	175
Chương 6: Ngoại thương Việt Nam sau Cách mạng Tháng Tám năm 1945	179
I. Ngoại thương Việt Nam thời kỳ 1945 - 1954.	179
II. Ngoại thương thời kỳ 1955 - 1975	181
III. Ngoại thương Việt Nam từ 1976 đến nay	191
PHẦN III: CHIẾN LƯỢC VÀ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM	225
Chương 7: Chiến lược phát triển ngoại thương	227
I. Các mô hình chiến lược phát triển	227
II. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và phát triển ngoại thương Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010 và tầm nhìn 2020	234
Chương 8 : Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu	248
I. Một số vấn đề cơ bản về cơ chế quản lý xuất nhập khẩu	248
II. Định hướng tiếp tục đổi mới hoàn thiện cơ chế quản lý, chính sách xuất nhập khẩu trong quá trình hội nhập.	259
Chương 9: Chính sách nhập khẩu	262
I. Vai trò của nhập khẩu	262
II. Nguyên tắc và chính sách nhập khẩu	264
III. Các công cụ quản lý, điều hành nhập khẩu	267
Chương 10: Chính sách xuất khẩu	358
I. Vai trò của xuất khẩu đối với quá trình phát triển kinh tế	358
II. Mục tiêu, nhiệm vụ và phương hướng xuất khẩu	362
III. Chính sách phát triển xuất khẩu	365
IV. Quản lý và thủ tục xuất khẩu	444

PHẦN I

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

CHƯƠNG 1.

ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Các khái niệm cơ bản về ngoại thương

Có nhiều khái niệm khác nhau về ngoại thương. Song xét về đặc trưng thì ngoại thương được định nghĩa là việc mua, bán hàng hóa và dịch vụ qua biên giới quốc gia. Cách định nghĩa này được sử dụng nhiều nhất khi nhìn vào các chức năng của ngoại thương, tức vai trò của nó như chiếc cầu nối giữa cung, cầu hàng hóa và dịch vụ của thị trường trong và ngoài nước về số lượng, chất lượng và thời gian sản xuất. Trong nhiều trường hợp, trao đổi hàng hóa và dịch vụ được đi kèm việc trao đổi các yếu tố sản xuất (ví dụ lao động và vốn), nhất là ngoại thương trong điều kiện hội nhập khu vực và quốc tế.

Các nhà kinh tế học còn dùng định nghĩa ngoại thương như là một công nghệ khác để sản xuất hàng hóa và dịch vụ (thậm chí cả các yếu tố sản xuất). Như vậy, ngoại thương được hiểu như là một quá trình sản xuất gián tiếp.

Trong hoạt động ngoại thương: *xuất khẩu* là việc bán hàng hóa và dịch vụ cho nước ngoài, và *nhập khẩu* là việc mua hàng hóa và dịch vụ của nước ngoài. Mục tiêu chính của ngoại thương là nhập khẩu chứ không phải là xuất khẩu. Xuất khẩu là để nhập khẩu; nhập khẩu là nguồn lợi chính từ ngoại thương.

Điều kiện để ngoại thương sinh ra, tồn tại và phát triển là:

1) Có sự tồn tại và phát triển của kinh tế hàng hóa - tiền tệ kèm theo đó là sự xuất hiện của tư bản thương nghiệp;

2) Sự ra đời của Nhà nước và sự phát triển của *phân công lao động quốc tế giữa các nước*.

Ngoại thương là hoạt động kinh tế đã có từ lâu đời: dưới chế độ chiếm hữu nô lệ và tiếp đó là chế độ phong kiến. Trong các xã hội nô lệ và phong kiến, do kinh tế tự nhiên còn chiếm địa vị thống trị, nên ngoại thương chỉ phát triển với quy mô nhỏ bé. Lưu thông hàng hóa giữa các quốc gia chỉ dừng lại ở một phần nhỏ sản phẩm sản xuất ra và chủ yếu là để phục vụ cho tiêu dùng cá nhân của giai cấp thống trị đương thời. Ngoại thương chỉ thực sự phát triển trong thời đại tư bản chủ nghĩa. Ngoại thương trở thành động lực phát triển quan trọng của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa.

Ngày nay sản xuất đã được quốc tế hóa. Không một quốc gia nào có thể tồn tại và phát triển kinh tế mà lại không tham gia vào phân công lao động quốc tế và trao đổi hàng hóa với bên ngoài. Đồng thời, ngày nay ngoại thương không chỉ mang ý nghĩa đơn thuần là buôn bán với bên ngoài, mà thực chất là cùng với các quan hệ kinh tế đối ngoại khác tham gia vào phân công lao động quốc tế. Do vậy, cần coi ngoại thương không chỉ là một nhân tố bổ sung cho kinh tế trong nước mà cần coi sự phát triển kinh tế trong nước phải thích nghi với lựa chọn phân công lao động quốc tế..

Bí quyết thành công trong chiến lược phát triển kinh tế của nhiều nước là nhận thức được mối quan hệ hữu cơ giữa kinh tế trong nước và mở rộng quan hệ kinh tế với bên ngoài.

Vấn đề quan trọng ở đây là, một mặt, phải khai thác được mọi lợi thế của hoàn cảnh chủ quan trong nước phù hợp với xu thế phát triển của kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế. Mặt khác, phải tính toán lợi thế tương đối có thể giành được và so sánh điều đó với cái giá phải trả. Thuận lợi có thể tạo ra được nhờ tham gia vào buôn bán và phân công lao động quốc tế bao giờ cũng tăng thêm khả năng phụ thuộc bên ngoài. Vì vậy, nói đến phát triển ngoại thương và các quan

hệ kinh tế đối ngoại khác là nói đến khả năng liên kết kinh tế, hội nhập với kinh tế khu vực và quốc tế; đòi hỏi có khả năng xử lý thành công mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau.

Quan hệ kinh tế bên trong một nước là những quan hệ giữa những người tham gia vào quá trình sản xuất và lưu thông trong nước đó. Quan hệ thương mại của một nước với nước ngoài là sự tiếp tục trực tiếp các quan hệ sản xuất bên trong nước đó. Song nó được phát triển trong một môi trường khác, ở đó thể hiện các quan hệ kinh tế hoàn toàn không giống các quan hệ kinh tế trong nước. Sự phát triển các mối quan hệ thương mại phù hợp với các mối quan hệ kinh tế trong nước, nhưng lại mang những đặc điểm khác. Thị trường thế giới và thị trường dân tộc là những phạm trù kinh tế khác nhau. Vì vậy, các quan hệ kinh tế diễn ra giữa các chủ thể trên thị trường này thực hiện theo những hình thức và phương pháp hoàn toàn không giống nhau.

Mục đích của giáo trình này là:

1) Nhằm trang bị cho sinh viên hiểu biết về những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến phát triển ngoại thương qua các giai đoạn lịch sử; hiểu rõ mối quan hệ biện chứng giữa phát triển kinh tế - xã hội và sự phát triển ngoại thương.

2) Giúp cho sinh viên hiểu rõ những cơ sở khoa học và những mối liên hệ có tính quy luật trong chính sách ngoại thương và các công cụ thực hiện chính sách ngoại thương của Nhà nước Việt Nam qua các thời kỳ, đặc biệt là thời kỳ đổi mới.

3) Giúp cho sinh viên có phương pháp luận đúng đắn trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động ngoại thương, tập dượt phân tích chính sách ngoại thương của Nhà nước Việt Nam qua các thời kỳ, có tư duy khoa học, đúng đắn trong việc tham gia vào thực hiện và hoạch định chính sách ngoại thương của Nhà nước trong quá trình thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

Để thực hiện mục đích trên, nhiệm vụ chính của giáo trình là:

1) Hệ thống hóa và làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến lợi ích của ngoại thương; chức năng, nhiệm vụ ngoại thương; mối quan hệ giữa phát triển ngoại thương với phát triển và tăng trưởng kinh tế; các quan điểm chỉ đạo hoạt động ngoại thương của Nhà nước Việt Nam.

2) Khái quát tình hình ngoại thương Việt Nam nổi bật qua các thời kỳ, qua đó, giúp sinh viên thấy rõ được những đặc điểm, các mối quan hệ buôn bán của Việt Nam với nước ngoài và những tác động kinh tế - xã hội, kinh tế - chính trị trong và ngoài nước đến phát triển ngoại thương.

3) Nghiên cứu tương đối có hệ thống luận cứ khoa học và cơ chế xuất nhập khẩu và chính sách nhập khẩu, xuất khẩu của Việt Nam cùng các công cụ, biện pháp thực hiện và xu hướng vận động của chúng trong quá trình thực hiện công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

4) Nghiên cứu những vấn đề cơ bản liên quan đến xác định và phân tích hiệu quả hoạt động ngoại thương nhằm giúp cho sinh viên có phương pháp luận đúng đắn trong việc phân tích, đánh giá và tìm kiếm giải pháp xây dựng phương án kinh doanh có hiệu quả về kinh tế và xã hội.

2. Đối tượng, nội dung nghiên cứu

Kinh tế ngoại thương là một môn kinh tế ngành. Khái niệm ngành kinh tế ngoại thương còn được hiểu như là một tổ hợp cơ cấu tổ chức thực hiện chức năng mở rộng, giao lưu hàng hóa, dịch vụ với nước ngoài.

Đối tượng nghiên cứu của kinh tế ngoại thương là các quan hệ kinh tế trong lĩnh vực buôn bán của một nước với các nước khác. Cụ thể, nó nghiên cứu sự hình thành, cơ chế vận động, quy luật và xu

hướng phát triển của hoạt động ngoại thương nói chung và chủ yếu là của Việt Nam. Từ đó xây dựng cơ sở khoa học cho việc tổ chức quản lý và kích thích sự phát triển ngoại thương của nước ta phục vụ cho sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội và phát triển đất nước.

Các quan hệ buôn bán luôn luôn vận động theo những quy luật và tính quy luật nhất định. Môn Kinh tế ngoại thương trình bày các quy luật đó bằng ngôn ngữ khoa học thông qua sự sắp xếp theo hệ thống các vấn đề phù hợp với quá trình nghiên cứu.

Nghiên cứu kinh tế nói chung và kinh tế ngoại thương nói riêng là nghiên cứu lý luận các vấn đề đặt ra trong thực tiễn và trở lại phục vụ cho việc giải quyết các vấn đề của thực tiễn.

Nhằm mục đích đó, kinh tế ngoại thương với tư cách là một môn học kinh tế ngành, trình bày các quy luật khách quan của các quan hệ buôn bán với nước ngoài trong sự tác động qua lại với kiến trúc thượng tầng. Do vậy, việc nghiên cứu khảo sát đường lối, chính sách của Nhà nước, đúc kết kinh nghiệm trong hoạt động thực tiễn ngoại thương Việt Nam, đặc biệt những kinh nghiệm phong phú của hoạt động ngoại thương trong những năm qua là một nội dung quan trọng của quá trình nghiên cứu.

Ở đây, cần phân biệt giữa các quy luật kinh tế và chính sách kinh tế. Các quy luật kinh tế - cũng như quy luật tự nhiên - mang tính khách quan, tồn tại và phát huy tác dụng không phụ thuộc vào ý muốn của con người. Tuy vậy, khác với quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế phát huy tác dụng thông qua hoạt động của con người, nó liên quan trực tiếp đến lợi ích kinh tế trong từng phương thức sản xuất. Chính sách kinh tế được xây dựng trên cơ sở nhận thức các quy luật kinh tế. Nó là sản phẩm chủ quan. Nếu các chính sách kinh tế giải quyết đúng đắn các lợi ích kinh tế thì chúng phát huy tác dụng tích cực đến toàn bộ quá trình tái sản xuất, cũng như mở rộng giao lưu kinh tế với nước ngoài. Ngược lại, chúng sẽ kìm hãm sự phát triển.

Các quy luật kinh tế và lợi ích kinh tế được biểu hiện trong từng chính sách kinh tế đến mức độ như thế nào là tùy thuộc vào năng lực nhận thức và vận dụng các quy luật kinh tế trong toàn bộ quá trình từ khi hình thành chính sách cho đến khi tổ chức thực hiện chính sách trong đời sống hàng ngày.

Kinh tế ngoại thương là một môn chuyên môn chính trong chương trình đào tạo cử nhân kinh tế và quản trị kinh doanh quốc tế của Trường Đại học Ngoại thương.

Cơ sở lý luận của kinh tế ngoại thương là kinh tế chính trị học Mác-Lênin, các lý thuyết về thương mại và phát triển. Trong đó, khi nghiên cứu đặc biệt chú ý đến lý luận về vai trò của kinh tế ngoại thương đối với sự phát triển của một nước chưa trải qua giai đoạn phát triển tư bản chủ nghĩa.

Kinh tế ngoại thương có quan hệ chặt chẽ với các môn khoa học khác như kinh tế chính trị, kinh tế phát triển, lịch sử các học thuyết kinh tế, marketing, thanh toán quốc tế, kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương v.v... Một mặt, kinh tế ngoại thương sử dụng các khái niệm và phạm trù của các môn khoa học đó và mặt khác, tạo điều kiện để nhận thức sâu sắc hơn các khái niệm và phạm trù đó.

3. Phương pháp nghiên cứu

Kinh tế ngoại thương là khoa học kinh tế, là khoa học về sự lựa chọn các cách thức hoạt động phù hợp với các quy luật kinh tế, với xu hướng phát triển của thời đại nhằm đạt hiệu quả kinh tế - xã hội tối ưu. Cần sử dụng các phương pháp thích hợp để nghiên cứu và học tập môn học.

a) *Nhận thức khoa học* phải bắt đầu bằng sự quan sát các hiện tượng cụ thể biểu hiện các quá trình kinh tế rồi dùng phương pháp trừu tượng hóa để tìm ra bản chất và tính quy luật của sự phát triển, sau đó là các mối quan hệ nội tại, cơ chế tác động cụ thể của quá trình lưu chuyển hàng hóa và liên kết kinh tế với nước ngoài.

b) *Kinh tế ngoại thương* là tổng thể các quan hệ kinh tế của nền kinh tế quốc dân với nước ngoài, là một bộ phận của quá trình tái sản xuất xã hội. Các quy luật của lưu thông hàng hóa bắt nguồn từ các quy luật kinh tế hoạt động bên trong và bên ngoài nước đó (thị trường trong nước và thị trường ngoài nước), do vậy, cần phải có quan điểm hệ thống và toàn diện trong nghiên cứu cũng như trình bày các phạm trù của lưu thông đối ngoại trong quan hệ và tác động qua lại với sản xuất, tiêu dùng trong nước; trong mối quan hệ và tác động qua lại giữa thị trường trong nước và thị trường ngoài nước.

c) *Quá trình hình thành và phát triển* các quan hệ buôn bán luôn luôn gắn liền với những hoàn cảnh lịch sử nhất định, do đó phải có quan điểm lịch sử khi nghiên cứu các vấn đề của kinh tế ngoại thương. Đồng thời, sự vận động của mỗi quá trình đó đều do đấu tranh để giải quyết những mâu thuẫn nội tại. Cần phân biệt rõ ràng tính chất của mâu thuẫn để có các biện pháp xử lý thích hợp. Kết hợp lô gíc và lịch sử là một đòi hỏi quan trọng của phương pháp nghiên cứu và phân tích khoa học các vấn đề trong kinh tế nói chung và kinh tế ngoại thương nói riêng.

d) *Các kết luận khoa học* đều được rút ra từ nghiên cứu thực tế, ngược lại, cần phải kiểm nghiệm thường xuyên nhằm hoàn thiện các quan điểm khoa học trong hoạt động kinh tế. Đó chính là quá trình gắn lý luận với thực tế. Lý luận phải xuất phát từ thực tế và trở lại chỉ đạo thực tế. Nếu lý luận mà tách rời thực tế sẽ trở thành lý luận suông. Nhưng nếu không có lý luận chỉ đường thì hoạt động thực tế sa vào mù quáng.

Trên cơ sở các phương pháp nghiên cứu đã trình bày, việc nghiên cứu những vấn đề kinh tế ngoại thương cần phải trải qua các giai đoạn quan sát, xây dựng phương án và thực nghiệm. Quan sát là giai đoạn đầu tiên của bất kỳ quá trình nghiên cứu nào.

Quan sát là dùng công cụ thống kê, tập hợp và hệ thống các hoạt động kinh tế ngoại thương, sau đó tiến hành phân tích và rút ra kết luận về bản chất và phát hiện tính quy luật của các hiện tượng kinh tế. Phương pháp quan sát đòi hỏi phải xác định rõ mục tiêu, để từ đó xác định đối tượng và phạm vi nghiên cứu, cũng như sử dụng các công cụ thích hợp với từng đối tượng.

Xây dựng phương án là giai đoạn đưa vào kết quả quan sát và phân tích để lập ra các dự án phát triển một cách có căn cứ khoa học, bao gồm các dự án lớn như chiến lược phát triển ngoại thương và các dự án phát triển từng lĩnh vực, từng mặt hàng v.v... Trong quá trình xây dựng các dự án, cần phải tính đến các điều kiện bảo đảm thực hiện chúng, có như vậy dự án mới sát với thực tế.

Thực nghiệm kinh tế là giai đoạn quan trọng của quá trình nghiên cứu các vấn đề kinh tế. Thực nghiệm là đưa các dự án vào áp dụng trong một phạm vi hẹp (một đơn vị cơ sở, một vài địa phương) để phát hiện mâu thuẫn, nhằm hoàn thiện dự án, rồi tạo tiền đề cần thiết cho việc áp dụng phổ biến (diện rộng, ở nhiều đơn vị và các địa phương khác).

Việc ứng dụng các thành tựu khoa học hiện đại là rất cần thiết trong nghiên cứu kinh tế nói chung và kinh tế ngoại thương nói riêng. Tuy nhiên, chúng chỉ đóng vai trò là những công cụ bổ sung cho việc sử dụng phương pháp duy vật biện chứng. Tách rời hoặc đề cao một trong hai loại phương pháp đó thì sẽ phạm sai lầm trong quá trình nghiên cứu.

Nghiên cứu những vấn đề kinh tế ngoại thương không thể tách rời các yếu tố kinh tế và các yếu tố xã hội. Bởi vì, những tiến bộ xã hội đều bắt nguồn từ sự phát triển kinh tế. Ngược lại, các thành quả về mặt xã hội có tác động đến quá trình phát triển kinh tế. Sự phát triển kinh tế từ đơn giản đến phức tạp sẽ đòi hỏi ngày càng phải giải quyết nhiều vấn đề xã hội đa dạng hơn. Việc giải quyết các vấn đề đó chỉ có thể dựa trên cơ sở những quan niệm đúng đắn và những giải pháp mới, thích hợp với tình hình đã thay đổi.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Phân tích đối tượng nghiên cứu của môn học.
2. Ngoại thương là gì? Tại sao nói ngoại thương là một công nghệ sản xuất gián tiếp.
3. Phân tích điều kiện cần và đủ cho sự ra đời và phát triển của ngoại thương.
4. Ngoại thương có trước hay phân công lao động có trước.
5. Sự khác nhau cơ bản giữa trao đổi hàng hóa trong nước với trao đổi hàng hóa với nước ngoài về các mặt: chủ sở hữu? giá cả? luật pháp điều chỉnh?

CHƯƠNG 2.

NHỮNG LÝ THUYẾT BÀN VỀ LỢI ÍCH CỦA NGOẠI THƯƠNG

I. CÁC HỌC THUYẾT CỔ ĐIỂN VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

1. Quan niệm của các học giả trọng thương (Mercantilism)

1.1. Hoàn cảnh ra đời

Chủ nghĩa trọng thương là tư tưởng kinh tế đầu tiên của giai cấp tư sản trong giai đoạn thế kỷ XVI đến thế kỷ XVIII. Giai đoạn này là giai đoạn phương thức sản xuất phong kiến tan rã và CNTB ra đời (thời kỳ tích lũy tư bản nguyên thủy). Xét về mặt lịch sử, đây là thời kỳ tước đoạt bằng bạo lực nền sản xuất nhỏ và tích lũy tiền tệ ở ngoài phạm vi các nước châu Âu, bằng cách ăn cướp và trao đổi không ngang giá với các nước thuộc địa thông qua con đường ngoại thương.

Các tác giả của chủ nghĩa trọng thương là một nhóm phức tạp, có nhiều người là các thương gia. Mặc dù xuất hiện ở nhiều nước châu Âu (Anh, Pháp, Hà Lan, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha,...) nhưng nói chung ít có sự nhất quán và tính liên tục trong số các học giả trọng thương. Việc thiếu cố kết giữa các tác giả của chủ nghĩa trọng thương có thể quy cho sự thiếu vắng các công cụ chia sẻ thông tin và truyền lại cho các thế hệ kế thừa¹. Tuy nhiên, giữa những nhà học giả trọng thương cũng có một số điểm chung. Đại diện cho những người theo chủ nghĩa trọng thương là: Jean Bodin(1530-1596), Jean Francois Melon (1675-1738), Antoine de Montchretien (1575-1622), Kolbert

¹ Robert B.Ekelund và Robert F.Hebert, 2004, Lịch sử các học thuyết kinh tế, NXB Thống kê

(1619-1683) (người Pháp), Thomas Mun (1571-1641), Josiah Child (1630-1699) (người Anh).

1.2. Nội dung của học thuyết

Vào thời gian của chủ nghĩa trọng thương, vàng và bạc được sử dụng với tư cách là tiền tệ và tạo nên kho của cải của các quốc gia. Một quốc gia càng tích lũy được nhiều vàng bạc thì càng trở nên giàu có và hùng mạnh hơn. Do đó, mục tiêu chủ yếu trong các chính sách kinh tế của mỗi nước là phải gia tăng được khối lượng tiền tệ (vàng và bạc). Điểm xuất phát của Chủ nghĩa trọng thương cho rằng sự phồn vinh của một quốc gia được đo bằng lượng tài sản mà quốc gia đó cất giữ, thường được tính bằng vàng. Vàng được đầu tư vào quân đội hay các thể chế quốc gia nhằm cấu kết lòng trung thành của dân chúng vào quốc gia mới bằng cách làm giảm đi các mối quan hệ với các đơn vị truyền thống như các đô thị, phường hội, tôn giáo. Một nước càng có nhiều tiền (vàng) thì càng giàu có, còn hàng hóa chỉ là phương tiện để tăng thêm khối lượng tiền tệ mà thôi.

Những người theo chủ nghĩa trọng thương đã đứng trên quan điểm coi tiền là đại biểu duy nhất của của cải, là tiêu chuẩn để đánh giá mọi hình thức nghề nghiệp. Những hoạt động nào không dẫn đến tích lũy tiền tệ là những hoạt động tiêu cực, không có lợi. Họ coi nghề nông không làm tăng thêm và cũng không làm tiêu hao của cải. Hoạt động công nghiệp không thể là nguồn gốc của của cải (trừ công nghiệp khai thác vàng, bạc), chỉ có hoạt động ngoại thương mới là nguồn gốc thật sự của của cải. Montchretien đã viết: "Nội thương là một hệ thống ống dẫn, ngoại thương là máy bơm, muốn tăng của cải phải có ngoại thương dẫn của cải qua nội thương". Đây chính là lý do cho tên gọi của chủ nghĩa trọng thương - Coi trọng thương mại.

Những học giả trọng thương cho rằng: lợi nhuận thương nghiệp là kết quả của sự trao đổi không ngang giá, là sự lừa gạt giống như chiến tranh. Họ cho rằng trao đổi phải có một bên thua để bên kia được (Trade is a zero-sum game), dân tộc này làm giàu bằng cách hy

sinh lợi ích của dân tộc khác. Xuất khẩu đối với một quốc gia là rất có ích vì nó kích thích sản xuất trong nước, đồng thời làm gia tăng lượng của cải của quốc gia. Ngược lại, nhập khẩu là gánh nặng vì nó làm giảm nhu cầu đối với hàng sản xuất trong nước, và hơn nữa dẫn đến sự thất thoát của cải của quốc gia. Chính vì thế, những khuyến nghị của các học giả trọng thương bao gồm:

- Đối với hoạt động xuất khẩu, giá trị xuất khẩu phải càng nhiều càng hay, nghĩa là không những số lượng hàng hóa xuất khẩu phải nhiều, mà còn phải cố gắng xuất khẩu những hàng hóa có giá trị cao ưu tiên hơn hàng hóa có giá trị thấp. Chủ nghĩa trọng thương đánh giá thấp việc xuất khẩu nguyên liệu và cố sử dụng nguyên liệu để sản xuất trong nước rồi đem xuất khẩu thành phẩm.
- Đối với hoạt động nhập khẩu, giữ nhập khẩu ở mức độ tối thiểu, dành ưu tiên cho nhập khẩu nguyên liệu so với thành phẩm. Hạn chế hoặc cấm nhập khẩu thành phẩm, nhất là hàng xa xỉ.
- Khuyến khích chở hàng bằng tàu của nước mình, vì vừa bán được hàng mà còn thu được cả những món lợi khác như cước vận tải, phí bảo hiểm.
- Đối với Chính phủ, cần khuyến khích sản xuất và xuất khẩu thông qua trợ cấp, hạn chế nhập khẩu bằng các công cụ bảo hộ mậu dịch, đặc biệt đối với những ngành quan trọng. Ngoài ra, buôn bán được thực hiện bởi các công ty độc quyền của Nhà nước.

Các cường quốc thực dân cố tìm cách đạt được thặng dư mậu dịch với các thuộc địa của họ. Họ coi đây như là một phương tiện khác để có thêm thu nhập. Họ thực hiện điều này không chỉ bằng cách giữ độc quyền các quan hệ thương mại thực dân mà còn ngăn cản các nước

thuộc địa sản xuất. Do đó mà các nước thuộc địa phải xuất khẩu nguyên liệu thô, kém giá trị hơn và nhập khẩu các sản phẩm có giá trị cao hơn. Lý thuyết trọng thương mang lại lợi ích cho các cường quốc thực dân.

Ảnh hưởng của lý thuyết trọng thương đã bị mờ nhạt đi sau năm 1800. Các cường quốc thực dân ít hạn chế sự phát triển khả năng công nghiệp ở các thuộc địa của họ, nhưng các thủ đoạn hợp pháp vẫn buộc chặt quan hệ thương mại của các nước thuộc địa với “chính quốc”.

1.3. Ưu điểm, nhược điểm và khả năng áp dụng

a) Ưu và nhược điểm

So với những nguyên lý trong chính sách kinh tế của thời kỳ Trung cổ thì quan niệm của chủ nghĩa trọng thương là một bước tiến bộ lớn. Nó cắt đứt hẳn với những truyền thống chủ yếu thời trung cổ, trước hết là truyền thống tự nhiên và những lời giáo huấn, luân lý được trích dẫn trong Kinh thánh.

Tuy nhiên, những luận điểm của chủ nghĩa trọng thương có rất ít tính lý luận và thường được nêu lên dưới hình thức những lời khuyên thực tiễn về chính sách thương mại. Các học giả trọng thương chưa biết và không thừa nhận các quy luật kinh tế. Họ đánh giá cao các chính sách kinh tế của Nhà nước, dựa vào chính quyền nhà nước vì họ cho rằng dựa vào Nhà nước mới có thể phát triển kinh tế. Chính vì thế, lý luận của chủ nghĩa trọng thương thường mang nặng tính kinh nghiệm (thông qua hoạt động thương mại của Anh và Pháp). Đánh giá về chủ nghĩa trọng thương, K. Marx viết “Công trình nghiên cứu lý luận đầu tiên về phương thức sản xuất hiện đại - tức học thuyết trọng thương - nhất định phải xuất phát từ những hiện tượng bề ngoài của quá trình lưu thông, khi những hiện tượng đó trở thành độc lập trong sự vận động của tư bản thương nghiệp. Vì vậy, học thuyết đó chỉ nắm cái vỏ bề ngoài của những hiện tượng. Cái đó một phần do tư bản thương nghiệp là hình thức tồn tại tự do đầu tiên của tư bản nói chung

- khoa học thực sự của nền kinh tế hiện đại, chỉ bắt đầu từ lúc mà việc nghiên cứu lý luận chuyển từ quá trình lưu thông sang quá trình sản xuất"².

Ngoài ra, còn có rất nhiều điểm hạn chế trong lập luận của các học giả trọng thương. Chẳng hạn như việc coi vàng bạc như là hình thức của cái duy nhất của các quốc gia, gắn mức cung tiền tệ cao với sự thịnh vượng của quốc gia, coi thương mại là một "trò chơi" có tổng lợi ích bằng không (zero-sum game) là sai lầm. Các học giả này chưa giải thích được cơ cấu hàng hóa trong thương mại quốc tế, chưa thấy được tính hiệu quả và lợi ích từ quá trình chuyên môn hóa sản xuất và trao đổi, và đặc biệt họ chưa nhận thức được rằng các kết luận của họ chỉ đúng trong một số trường hợp nhất định chứ không phải cho tất cả mọi trường hợp.

b) Khả năng áp dụng

Các lập luận nói trên của trường phái trọng thương không phải là hoàn toàn vô lý mà vẫn chứa đựng những luận điểm mà cho đến nay vẫn còn giá trị. Trên thực tế khi năng lực sản xuất trong nước vượt quá mức cầu thì việc khuyến khích xuất khẩu và hạn chế bớt nhập khẩu là điều đáng hoan nghênh. Cũng có khi quốc gia gặp khó khăn trong việc cân bằng thanh toán với nước ngoài cho nên mong muốn tạo ra được mức thặng dư trong hoạt động ngoại thương để bù đắp thiếu hụt đó. Thậm chí ngay cả khi chưa có nhu cầu tức thời về ngoại tệ nhưng quốc gia vẫn có thể mong muốn tích lũy càng nhiều ngoại tệ càng tốt để đề phòng những bất trắc trong tương lai. Trong bối cảnh có khả năng nổ ra chiến tranh hoặc để đề phòng những bất trắc trong tương lai thì việc bảo hộ các ngành công nghiệp có tầm quan trọng chiến lược cũng là điều hợp lý.

Cuối cùng, các học giả trọng thương đã có lý khi cho rằng sự gia tăng lượng vàng bạc (tức gia tăng mức cung tiền tệ) trong nền kinh

² Tư bản, Q3, T1

tế sẽ có tác dụng kích thích hoạt động sản xuất. Trên thực tế có thể kể ra nhiều tình huống và trường hợp khác nữa để minh họa cho lập luận của trường phái trọng thương.

Hộp 1.1.

Cán cân thương mại thặng dư chưa hẳn là một tình trạng có lợi

Một số khái niệm của thời trọng thương ngày nay vẫn tiếp tục tồn tại. Chẳng hạn, thuật ngữ *Cán cân thương mại thuận sai* vẫn được sử dụng để chỉ xuất khẩu của một nước nhiều hơn nhập khẩu. *Cán cân thương mại nghịch sai* để chỉ tình trạng thâm hụt trong thương mại. Nhiều khái niệm bị dùng sai. Ví dụ: Từ thuận sai có hàm ý lợi ích, trong khi từ nghịch sai chỉ hoàn cảnh bất lợi. Thực ra, cán cân thương mại thặng dư chưa hẳn là có lợi và cán cân thương mại thâm hụt chưa chắc là không tốt. Nếu một nước có cán cân thương mại thặng dư hay cán cân thương mại thuận lợi thì khi đó nước này nhận hàng hóa và dịch vụ từ nước ngoài vào ít hơn trị giá hàng hóa và dịch vụ họ gửi đi.

Trong giai đoạn chủ nghĩa trọng thương, khoản chênh lệch này được thanh toán bằng vàng. Nhưng ngày nay, khoản chênh lệch thường được thanh toán bằng tín dụng cấp cho nước bị thâm hụt. Nếu khoản tín dụng này không được trả trong thời gian quy định thì hiện trạng cán cân thương mại này thực sự trở thành điều bất lợi cho nước thặng dư mậu dịch.

Trong những năm gần đây, thuật ngữ “chủ nghĩa trọng thương mới” xuất hiện (Neo-Mercantilism) được sử dụng để mô tả những nước muốn đạt được cán cân thanh toán thuận sai nhằm cố gắng đạt được mục tiêu kinh tế hay xã hội nào đó.

Ví dụ: Để có được việc làm đầy đủ cho người dân, một nước sẽ sản xuất vượt quá nhu cầu trong nước và xuất khẩu phần dư thừa ra nước ngoài. Hoặc một quốc gia muốn có ảnh hưởng chính trị tại một vùng nào đó, họ đưa vào vùng này số hàng hóa dịch vụ nhiều hơn số hàng hóa dịch vụ mà họ nhận được từ vùng ấy.

2. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối (Absolute Advantages)

2.1. Sơ lược về tác giả và hoàn cảnh ra đời

Tác giả của lý thuyết lợi thế tuyệt đối, Adam Smith (1723-1790) là nhà kinh tế chính trị cổ điển nổi tiếng ở Anh và trên thế giới. Ông xuất thân từ một viên chức thuế quan ở Kieccandi, một thành phố nhỏ xứ Scotland. A.Smith đã học ở trường Đại học Glassgow và Oxford. Sau khi tốt nghiệp đại học, Ông nghiên cứu và giảng dạy ở Edinburgh và Glassgow. Trong vòng 13 năm, ông giảng về thần học, luân lý học, luật học, logic và văn học. Năm 1751, lãnh đạo bộ môn logic, năm 1752, ở bộ môn triết học, năm 1754 là giáo sư riêng cho công tước Feclay. Từ năm 1765, ông đi du lịch châu Âu, chủ yếu là sang Pháp và tiếp xúc với những người theo chủ nghĩa trọng nông. Sau khi ở Pháp về, năm 1766, ông xin nghỉ việc và sống ở thành phố quê hương Kieccandi. Trong vòng 12 năm, ông chuẩn bị và viết tác phẩm nổi tiếng “Sự giàu có của các quốc gia” (The wealth of Nations). Tác phẩm này xuất bản năm 1776 và ông trở thành nổi tiếng, nhưng ông vẫn sống cuộc đời giản dị như trước. Trong 14 năm cuối đời, ông làm viên chức thuế quan.

K.Marx đã phân tích một cách sâu sắc phương pháp luận của A.Smith - một phương pháp hai mặt mâu thuẫn, trộn lẫn các phần tử khoa học và tâm thường. Một mặt đi sâu vào mối liên hệ bên trong của chế độ tư bản và có thể nói là đi vào cơ cấu sinh lý của nó, mặt khác, chỉ là mô tả, liệt kê, thuật lại bằng khái niệm có tính chất công thức những biểu hiện bề ngoài đời sống kinh tế. Tuy nhiên, thế giới quan của A.Smith về cơ bản là duy vật. Ông tiến xa hơn những người trước là bắt đầu tìm hiểu các quy luật kinh tế. Đó là đặc trưng trong phương pháp luận của ông. Nhưng chủ nghĩa duy vật của ông còn tự phát, máy móc, còn xa lạ với phép biện chứng.

2.2. Nội dung

a) Thước đo sự giàu có của mỗi quốc gia và sự phân công lao động

Trong cuốn “Sự giàu có của các quốc gia”, A.Smith đã nghi ngờ về giả thuyết của chủ nghĩa trọng thương cho rằng, sự phồn vinh của một nước phụ thuộc vào số châu báu mà nước đó tích trữ được. Thay

vào đó, ông cho rằng sự giàu có thực sự của một nước là tổng số hàng hóa và dịch vụ có sẵn ở nước đó. Ông cho rằng những quốc gia khác nhau có thể sản xuất những loại hàng hóa khác nhau có hiệu quả hơn những thứ khác.

Adam Smith cho rằng nếu thương mại không bị hạn chế thì lợi ích của thương mại quốc tế thu được do thực hiện nguyên tắc phân công. Ông phê phán sự phi lý của những hạn chế của lý thuyết trọng thương và chứng minh rằng mậu dịch sẽ giúp cả hai bên gia tăng gia sản - hiểu theo ý lợi tức thực sự - qua việc thực thi một nguyên tắc cơ bản: Nguyên tắc phân công lao động (Division of works).

Trong cuốn “Sự giàu có của một quốc gia”, A.Smith cho rằng: Phương ngôn của mọi người chủ gia đình khôn ngoan là không bao giờ tự sản xuất lấy những gì mà nếu đi mua sẽ được rẻ hơn. Người thợ may không khi nào hì hục đóng đôi giày, mà thường đi mua ở người thợ giày. Và người thợ giày cũng không cần loay hoay cắt may, mà nhờ anh thợ may may hộ. Người nông dân không tự làm lấy hai thứ trên, mà nhờ vào các tay thợ khéo. Mọi người đều có lợi khi chăm chú làm công việc mình có lợi thế hơn láng giềng, và dùng một phần số sản phẩm của mình hay tiền bán được số sản phẩm ấy để đi mua mọi thứ cần dùng khác.

Những gì trong sinh hoạt cá nhân được coi là khôn ngoan ít khi nào lại là một điều rồ dại đối với quốc gia. Nếu một nước ngoài nào đó có thể cung cấp một loại hàng rẻ hơn là khi ta tự sản xuất, thì tốt hơn hết nên đi mua loại hàng ấy, dành thì giờ chuyên chú vào một hoạt động khác mà ta có lợi hơn, để bán lấy tiền chi dùng.

Theo A.Smith, nếu quốc gia chuyên môn hóa vào những ngành sản xuất mà họ có lợi thế tuyệt đối thì cho phép họ sản xuất sản phẩm với chi phí hiệu quả hơn nước khác.

b) Quan niệm lợi thế tuyệt đối

A.Smith đã xây dựng mô hình thương mại đơn giản dựa trên ý tưởng về lợi thế tuyệt đối để giải thích thương mại quốc tế có lợi như

thế nào đối với các quốc gia. Nếu quốc gia A có thể sản xuất mặt hàng X rẻ hơn so với nước B, và nước B có thể sản xuất mặt hàng Y rẻ hơn so với nước A, thì lúc đó mỗi quốc gia nên tập trung vào sản xuất mặt hàng mà mình có hiệu quả hơn và xuất khẩu mặt hàng này sang quốc gia kia. Trong trường hợp này mỗi quốc gia được coi là có lợi thế tuyệt đối về sản xuất từng mặt hàng cụ thể. Nói cách khác, một quốc gia sẽ được coi là có lợi thế tuyệt đối về một mặt hàng nếu với cùng một đơn vị nguồn lực, quốc gia đó có thể sản xuất ra nhiều sản phẩm hơn, nghĩa là có năng suất cao hơn.

Nhờ có chuyên môn hóa sản xuất và trao đổi mà cả hai quốc gia đều trở nên sung túc hơn. Ý tưởng về lợi thế tuyệt đối và thương mại quốc tế có thể được minh họa bằng mô hình thương mại đơn giản dưới đây.

Giả sử thế giới chỉ có hai nước (Việt Nam và Hàn Quốc) và hai mặt hàng (gạo và vải); chi phí vận chuyển là bằng 0; lao động là yếu tố sản xuất duy nhất và được di chuyển tự do giữa các ngành sản xuất trong nước, nhưng không di chuyển được giữa các quốc gia; cạnh tranh hoàn hảo tồn tại trên tất cả các thị trường. Số lượng mỗi đơn vị sản phẩm có thể sản xuất ra với một đơn vị nguồn lực (lao động) ở mỗi quốc gia được cho trong bảng 1-1a.

Bảng 1.1a. Mô hình giản đơn về lợi thế tuyệt đối

	Lúa gạo (tạ)	Vải vóc (m ²)
Việt Nam	10	6
Hàn Quốc	5	10

Ta có thể thấy rằng Việt Nam có lợi thế trong việc sản xuất lúa gạo vì với cùng một đơn vị nguồn lực, Việt Nam sản xuất ra nhiều gạo hơn (10 tạ) trong khi Hàn Quốc chỉ làm ra 5 tạ. Ngược lại, Hàn Quốc có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất vải.

Theo A.Smith, thương mại còn có thể làm tăng khối lượng sản xuất và tiêu dùng của toàn thế giới do mỗi nước thực hiện chuyên môn hóa sản xuất mặt hàng mà mình có lợi thế tuyệt đối: Việt Nam chuyên môn hóa vào sản xuất gạo còn Hàn Quốc chuyên môn hóa vào sản xuất vải. Giả sử, Việt Nam sẽ chuyển một đơn vị lao động từ ngành sản xuất vải sang ngành sản xuất gạo, ngược lại, Hàn Quốc sẽ chuyển một đơn vị lao động từ ngành sản xuất gạo sang ngành sản xuất vải. Những thay đổi về sản lượng ở mỗi quốc gia được thể hiện trong bảng 1-1b:

**Bảng 1.1b. Mô hình giản đơn về lợi thế tuyệt đối -
thay đổi do chuyên môn hóa**

	Lúa gạo (tạ)	Vải vóc (m²)
Hàn Quốc	- 5	+ 10
Việt Nam	+ 10	- 6
Tổng số	+ 5	+ 4

Có thể thấy rằng, Việt Nam và Hàn Quốc chuyên môn hóa sản xuất những sản phẩm mà mình có lợi thế sẽ làm tăng sản lượng của cả hai loại hàng hóa. Ở ví dụ này, sản lượng trên thế giới sẽ tăng 5 tạ lúa và 4m² vải, trên toàn thế giới sẽ có lợi ích do chuyên môn hóa. Trong trường hợp này càng có nhiều sự chuyển đổi nguồn lực sang sản xuất lúa ở Việt Nam và càng có nhiều sự chuyển đổi nguồn lực sang sản xuất vải ở Hàn Quốc thì lợi ích càng lớn.

Những lợi ích này của việc chuyên môn hóa sẽ khiến những lợi ích của ngoại thương trở thành hiện thực. Việt Nam sẽ sản xuất nhiều lúa gạo và Hàn Quốc thì sản xuất được nhiều vải hơn so với trước khi hai nước này còn ở trong tình trạng tự cung tự cấp. Như vậy, Việt Nam sẽ phải sản xuất nhiều lúa gạo và ít vải hơn so với nhu cầu của người tiêu dùng ở Việt Nam, và Hàn Quốc sẽ sản xuất nhiều vải và ít lúa gạo

hơn so với nhu cầu người tiêu dùng ở Hàn Quốc. Nếu người tiêu dùng ở cả hai nước muốn có vải và lúa gạo theo một tỷ lệ mong muốn thì Hàn Quốc cần phải xuất khẩu quần áo sang Việt Nam và nhập lúa gạo từ Việt Nam.

c) Nguồn gốc lợi thế tuyệt đối

A.Smith cho rằng lợi thế của một nước có thể là lợi thế tự nhiên hay do nỗ lực của nước đó:

- Lợi thế tự nhiên liên quan đến các điều kiện khí hậu và tự nhiên. Điều kiện tự nhiên có thể đóng vai trò quyết định trong việc sản xuất có hiệu quả rất nhiều sản phẩm như cà phê, chè, cao su, dừa..., các loại khoáng sản.
- Lợi thế do nỗ lực là lợi thế có được do sự phát triển của công nghệ và sự lành nghề (nhờ chuyên môn hóa). Đối với các sản phẩm chế tạo, quy trình sản xuất phần lớn phụ thuộc vào “lợi thế do nỗ lực” thường là kỹ thuật chế biến là khả năng sản xuất các loại sản phẩm khác nhau, khác biệt với những thứ khác.

Nhờ sự chuyên môn hóa, các nước có thể gia tăng hiệu quả do: 1) người lao động sẽ lành nghề hơn do họ lặp lại cùng một thao tác nhiều lần; 2) người lao động không phải mất thời gian chuyển từ việc sản xuất sản phẩm này sang sản phẩm khác và 3) do làm một công việc lâu dài, người lao động sẽ nảy sinh ra các sáng kiến, đề xuất các phương pháp làm việc tốt hơn. Ví dụ, Đan Mạch xuất khẩu đĩa bạc không phải vì nước này có nguồn mỏ bạc dồi dào mà do họ có thể sản xuất được những đĩa bạc thật đặc biệt.

Lợi thế về công nghệ là khả năng chế tạo các sản phẩm đồng nhất có hiệu quả hơn, tức là tốn ít đầu vào hơn cho một đơn vị sản phẩm đầu ra. Ví dụ Nhật Bản là nước phải nhập khẩu sắt và than, hai thành phần quan trọng cần thiết cho quá trình sản xuất thép. Nhưng

nờu có được quy trình chế biến thép tiết kiệm được nguyên liệu và lao động nên các nhà sản xuất thép Nhật Bản rất thành công trong cạnh tranh trên thị trường.

2.3. Ưu, nhược điểm và khả năng áp dụng

Trong một số trường hợp, lợi thế tuyệt đối là cơ sở để các quốc gia xác định hướng chuyên môn hóa và trao đổi các mặt hàng. Mô hình thương mại nói trên có thể giúp giải thích cho một phần nhỏ của thương mại quốc tế, cụ thể nếu một quốc gia không có được điều kiện tự nhiên thích hợp để trồng các loại cây như chuối, cà phê, v.v..., thì buộc phải nhập khẩu các sản phẩm này từ nước ngoài. Tuy nhiên, mô hình này không giải thích được trường hợp tại sao thương mại vẫn có thể diễn ra khi một quốc gia có lợi thế tuyệt đối (hoặc có mức bất lợi tuyệt đối) về tất cả các mặt hàng. Để giải quyết vấn đề này cần dựa vào một khái niệm cốt tích chất khái quát hơn - đó là khái niệm về lợi thế so sánh do David Ricardo đưa ra lần đầu tiên vào năm 1817.

3. Lý thuyết về lợi thế so sánh (Comparative Advantages)

3.1. Sơ lược về tác giả và hoàn cảnh ra đời

David Ricardo (1772-1823)³ sinh ra trong một gia đình giàu có làm nghề chứng khoán, một nhà tư bản có địa vị trong số các gia đình giàu có ở châu Âu (đồng họ Avram Ricardo). Ông bị bố từ bỏ với 800 bảng Anh vì đã cưới người vợ không theo đạo Do Thái. Sau 12 năm buôn bán cổ phiếu, ông nghỉ việc với tài sản hàng triệu bảng Anh.

Giàu có và địa vị cao, nên sau khi nghiên cứu khoa học tự nhiên (toán học, vật lý học, địa chất học,...) ông chuyển sang nghiên cứu kinh tế chính trị (từ 1807-1818). Năm 1819, ông bắt đầu vào Nghị viện Anh tham gia đấu tranh trong nghị viện về vấn đề luật lúa mì, lưu

³ Mặc dù Ricardo được biết đến là tác giả của lý thuyết lợi thế so sánh, một số nhà kinh tế chỉ ra rằng có nhiều bằng chứng chứng tỏ Robert Torren đã đưa ra khái niệm lợi thế so sánh trước đó nhiều năm (năm 1808). Do đó, trong một số tài liệu, lý thuyết lợi thế so sánh được ghi là Ricardo-Torren.

thông tiền tệ, dân chủ hóa,... D.Ricardo trở thành người phân tích kinh tế của nghị viện. Được lời khuyên kiên nhẫn của Tames Mill (bố của John Stuart Mill), D.Ricardo đã viết cuốn “Những nguyên lý của kinh tế chính trị và thuế khóa” năm 1817. Trong tác phẩm này, ông không chỉ phát triển học thuyết của A.Smith mà còn chỉ ra những mâu thuẫn của nó.

Học thuyết của D.Ricardo ra đời trong thời kỳ cuộc cách mạng công nghiệp đã hoàn thành, phương thức sản xuất TBCN đã xác lập địa vị thống trị hoàn toàn và phát triển trên cơ sở chính nó, với hai giai cấp cơ bản là tư sản và vô sản đối lập nhau. Đây cũng chính là thời kỳ phân công lao động xã hội phát triển, nhất là giữa thành thị và nông thôn, mâu thuẫn giữa giai cấp tư sản và vô sản bộc lộ rõ ràng hơn. D.Ricardo sống trong thời kỳ đầy sóng gió đó và ông đã công khai bảo vệ lợi ích của giai cấp tư sản với ý thức để thúc đẩy sự phát triển sản xuất của nước Anh. Thời đại CNTB phát triển cao đã giúp D.Ricardo nhìn nhận và phân tích các quy luật vận động của CNTB và ông đã đạt tới giới hạn cao của kinh tế chính trị học tư sản. Tính thời đại giúp ông nhìn rõ hơn mâu thuẫn giai cấp trong xã hội TBCN, ông đã vạch ra được những cơ sở kinh tế của các mâu thuẫn đó. Tư tưởng kinh tế của ông có nhiều điểm tiến bộ, vì nó hình thành trong thời kỳ giai cấp tư sản đang lên còn giai cấp vô sản chưa đủ mạnh và sự giác ngộ về sứ mệnh của mình chưa đầy đủ.

Xét về mặt phương pháp luận, K.Marx đã nhận xét “nếu A.Smith còn dao động giữa phương pháp khoa học và tâm thường thì D.Ricardo đã nhất quán kết cấu toàn bộ khoa học kinh tế chính trị bằng một nguyên lý thống nhất: thời gian lao động quyết định giá trị, tức là lấy giá trị lao động làm cơ sở cho toàn bộ học thuyết kinh tế của ông. Đặc trưng trong phương pháp luận của ông là muốn trình bày sự vận động bên trong của quan hệ sản xuất tư bản chủ nghĩa và đã sử dụng rộng rãi, thành thực phương pháp trừu tượng hóa để nắm bản chất

các hiện tượng kinh tế, để nắm quy luật chi phối các hiện tượng đó. Ông đã đứng trên lập trường duy vật (chủ nghĩa duy vật máy móc) để đi tìm quy luật kinh tế. Tư tưởng về quy luật khách quan trong sự phát triển kinh tế đã quán triệt trong toàn bộ học thuyết của ông.

3.2. Nội dung

Khi mỗi nước có lợi thế tuyệt đối so với nước khác về một loại hàng hóa, lợi ích của ngoại thương là rõ ràng. Nhưng điều gì sẽ xảy ra nếu một nước có thể sản xuất có hiệu quả hơn nước kia trong hầu hết các mặt hàng? Hoặc những nước không có lợi thế tuyệt đối nào cả thì chỗ đứng của họ trong phân công lao động quốc tế là ở đâu? và ngoại thương diễn ra như thế nào với những nước này.

Đó là câu hỏi David Ricardo đưa ra từ hơn 170 năm trước, và chính ông đã trả lời câu hỏi đó trong tác phẩm nổi tiếng của mình “Những nguyên lý của kinh tế chính trị, 1817”. Trong tác phẩm này, D.Ricardo đã đưa ra một lý thuyết tổng quát chính xác hơn về cơ chế xuất hiện lợi ích trong thương mại quốc tế. Đó là lý thuyết về lợi thế so sánh. Ngày nay, lý thuyết của ông vẫn được các nhà kinh tế chấp nhận như một tuyên bố có căn cứ về những lợi ích tiềm tàng của thương mại quốc tế.

a) Quan niệm lợi thế so sánh

Nếu như khái niệm lợi thế tuyệt đối được xây dựng trên cơ sở sự khác biệt về hiệu quả sản xuất tuyệt đối thì lợi thế so sánh lại xuất phát từ hiệu quả sản xuất tương đối. Bảng 1-2a cho biết số đơn vị sản phẩm có thể được sản xuất ra với cùng một đơn vị nguồn lực ở mỗi nước. Có thể thấy rằng Việt Nam là nước bất lợi thế tuyệt đối về cả 2 mặt hàng vải và gạo, còn Hàn Quốc là nước có lợi thế tuyệt đối về cả hai mặt hàng. Trong trường hợp này, nếu theo lý thuyết lợi thế tuyệt đối thì sẽ không có thương mại quốc tế trong trường hợp này.

Bảng 1.2a. Mô hình giản đơn về lợi thế so sánh

	Lúa gạo (tạ)	Vải vóc (m ²)
Việt Nam	5	4
Hàn Quốc	9	10

Tuy nhiên theo Ricardo, tuy Việt Nam bất lợi thế tuyệt đối về cả hai mặt hàng nhưng do mức độ bất lợi thế của Việt Nam về mặt hàng gạo nhỏ hơn mặt hàng vải (thể hiện qua bất đẳng thức $4/10 < 5/9$). Tương tự, mức độ lợi thế của Hàn Quốc về mặt hàng vải lớn hơn mặt hàng gạo (thể hiện qua bất đẳng thức $10/4 > 9/5$). Do đó, Việt Nam sẽ có lợi thế so sánh về gạo còn Hàn Quốc có lợi thế so sánh về vải. Mỗi nước sẽ chuyên môn hóa mặt hàng mình có lợi thế so sánh, sau đó đem trao đổi lấy mặt hàng mình bất lợi thế so sánh.

Có thể phát biểu quy luật lợi thế so sánh như sau: "Một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng có giá cả thấp hơn một cách tương đối so với quốc gia kia. Nói cách khác, một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng mà quốc gia đó có thể sản xuất với hiệu quả cao hơn một cách tương đối so với quốc gia kia".

Một cách cụ thể, quốc gia A sẽ xuất khẩu X khi và chỉ khi:

$$\frac{\text{Chi phí lao động để sản xuất 1 đơn vị X ở A}}{\text{Chi phí lao động để sản xuất 1 đơn vị X ở B}} < \frac{\text{Chi phí lao động để sản xuất 1 đơn vị Y ở A}}{\text{Chi phí lao động để sản xuất 1 đơn vị Y ở B}}$$

**Bảng 1.2b. Mô hình giản đơn về lợi thế so sánh-
Thay đổi do chuyên môn hóa**

	Lúa gạo (tạ)	Vải vóc (m ²)
Việt Nam	+ 10	- 8
Hàn Quốc	- 9	+ 10
Tổng:	+ 1	+ 2

Giả sử rằng, Việt Nam sẽ chuyển 2 giờ lao động từ ngành vải sang ngành gạo còn Hàn Quốc sẽ chuyển 1 giờ lao động từ ngành gạo sang ngành vải. Bảng 1-2b cho biết kết quả của việc chuyên môn hóa như vậy. Xét chung cả 2 quốc gia, lượng gạo tăng 1 tạ và lượng vải tăng lên $2m^2$. Điều đó chứng tỏ chuyên môn hóa và thương mại quốc tế như vậy đem lại lợi ích cho cả 2 quốc gia.

Cần lưu ý là trong mô hình này, năng suất lao động ở mỗi ngành sản xuất được giả định là độc lập với mức sản lượng. Nói cách khác, sản xuất được đặc trưng bởi hiệu suất không đổi theo qui mô.

b) Chi phí cơ hội

Gottfried von Haberler (1900) là người đã vận dụng khái niệm chi phí cơ hội vào giải thích lý thuyết lợi thế so sánh. Theo Haberler, chi phí cơ hội của mặt hàng X là số lượng mặt hàng Y cần được cắt giảm để sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa X. Trong hai quốc gia thì quốc gia nào có chi phí cơ hội của mặt hàng nào thấp hơn thì sẽ có lợi thế so sánh về mặt hàng đó. Về thực chất, chi phí cơ hội chỉ là cách phát biểu khác của giá cả hàng hóa tương quan. Tuy nhiên, xác định lợi thế so sánh dựa trên khái niệm chi phí cơ hội ưu việt hơn phương pháp của Ricardo ở chỗ không cần phải dựa trên bất kỳ giả định nào về lao động.

Trong bảng 1.2a ở trên thì để sản xuất thêm 1 đơn vị gạo Việt Nam cần di chuyển $1/5h$ lao động từ ngành vải sang ngành gạo, và như vậy thì sẽ phải cắt giảm $4/5$ vải, đúng bằng giá một đơn vị gạo tính theo vải. Tương tự, chi phí cơ hội của 1 đơn vị gạo ở Hàn Quốc đúng bằng $10/10=1$ vải, cũng bằng mức giá tương quan giữa hai mặt hàng. Rõ ràng, chi phí cơ hội của Việt Nam về gạo thấp hơn của Hàn Quốc nên Việt Nam có lợi thế so sánh về gạo. Trong khi đó, chi phí cơ hội về vải của Việt Nam là $5/4$ gạo, của Hàn Quốc là 1 gạo nên Hàn Quốc có lợi thế so sánh về vải. Như vậy, mô hình thương mại cũng giống như những gì mà Ricardo đã đề xuất.

Cần chú ý rằng, ở đây chi phí cơ hội của từng mặt hàng ở mỗi quốc gia được giả định là không thay đổi.

Hộp 1.2. Trường hợp lợi thế cân bằng

Xét về mặt lý thuyết có thể tồn tại trường hợp ngoại lệ đối với qui luật lợi thế so sánh. Điều này xảy ra khi lợi thế tuyệt đối (hay mức bất lợi tuyệt đối) của một quốc gia là như nhau đối với cả hai mặt hàng. Bảng dưới đây minh họa cho trường hợp ngoại lệ như vậy (lao động/sản phẩm).

Bảng 1.3. Trường hợp lợi thế "cân bằng"

	Anh	Mỹ
Thép	5	30
Vải	2	12

Các số liệu trong bảng cho thấy, Anh có lợi thế tuyệt đối về cả hai mặt hàng, nhưng năng suất lao động của Anh trong cả hai ngành sản xuất đều gấp 6 lần năng suất lao động của Mỹ, cho nên không thể xác định được nước nào có lợi thế so sánh về mặt hàng nào. Tuy nhiên, trên thực tế trường hợp lợi thế cân bằng như vậy rất ít khi xảy ra, nếu không nói là không tồn tại.

3.3. Ưu, nhược điểm và khả năng áp dụng

Mô hình thương mại quốc tế dựa trên lợi thế so sánh của D.Ricardo là một công cụ hữu ích để giải thích nguyên nhân của thương mại quốc tế và nó đem lại lợi ích cho cả 2 quốc gia như thế

nào. Ưu điểm của mô hình này so với mô hình lợi thế tuyệt đối của A.Smith...

Tuy nhiên, mô hình của D.Ricardo vẫn còn chứa đựng những khiếm khuyết nhất định. Trước hết, mô hình của D.Ricardo dự đoán một mức độ chuyên môn hóa hoàn toàn, nghĩa là mỗi nước sẽ tập trung vào một mặt hàng mà mình có lợi thế. Nhưng trên thực tế, mỗi nước sản xuất không phải một mà là nhiều mặt hàng trong đó có cả những mặt hàng cạnh tranh với hàng nhập khẩu.

Hộp 1.3. Lợi thế so sánh biểu hiện RCA

Năm 1965 Bela Balassa cho công bố một bài viết lần đầu tiên đề cập đến khái niệm “lợi thế so sánh biểu hiện” (The Coefficient of Revealed Comparative Advantage-RCA) Để đo lường mức độ lợi thế so sánh của sản phẩm này với sản phẩm khác và của nước này với nước khác. Đến nay RCA được các nước dùng như là một chỉ số để đo lường lợi thế so sánh. Hệ số RCA chỉ ra khả năng cạnh tranh xuất khẩu của một quốc gia về một sản phẩm xác định trong mối tương quan với mức xuất khẩu thế giới của sản phẩm đó. Hệ số RCA được xác định theo công thức sau:

$$RCA = (E_{XA}/E_A) : (E_{XW}/E_W)$$

Trong đó:

E_{XA} : là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm X của nước A

E_A : là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước A

E_{XW} : là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm X của toàn thế giới

E_W : là tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn thế giới

Sản phẩm có lợi thế so sánh rất cao là những sản phẩm có $RCA > 2.5$ còn những sản phẩm có hệ số RCA trong khoảng 1 đến 2.5 là những sản phẩm có lợi thế so sánh. Đối với những sản phẩm có $RCA < 1$ là những sản phẩm bất lợi thế so sánh.

Bảng sau cho biết hệ số RCA của Việt Nam theo tính toán của ITC (2004):

Sản phẩm da	13,99
May mặc	5,61
Sản phẩm dệt	0,77
Điện tử	0,17
Khoáng sản	7,79
Thực phẩm	3,72
Phương tiện vận tải	0,08
Hóa chất	0,16

4. Lý thuyết về giá trị quốc tế hay mối tương quan của cầu (Reciprocal Demand)

4.1. Sơ lược về tác giả và hoàn cảnh ra đời

John Stuart Mill (1806 - 1873) là đứa con đặc biệt của một người bố đặc biệt. Sinh ra ở London, ông là con trai cả của James Mill, một nhà kinh tế. Không phải là con người bị ràng buộc bởi các quy ước xã hội, James Mill dạy các con học từ rất nhỏ. John Stuart Mill cũng đã kể lại việc giáo dục đặc biệt, đòi hỏi nhiều cố gắng từ bố mình.

Khi lên ba, ông bắt đầu học tiếng Hy Lạp, lên tám, ông đã đọc được tác phẩm của các nhà văn Hy Lạp nổi tiếng (Herodotus, Xenophon, Plato và Diogenes) bằng tiếng Hy Lạp. Cùng lúc ấy, bố ông dạy ông môn số học trong khi ông phải tự học lịch sử của Humem Gibbon và Plutarch. Khi 8 tuổi, ông cũng bắt đầu học tiếng Latin và chịu trách nhiệm dạy những điều ông học được cho em trai và em gái. Khi 12 tuổi, Mill bắt đầu học logic bằng văn xuôi tiếng Latin và tiếng

Anh. Năm 13 tuổi, ông đọc cuốn “Những nguyên lý kinh tế chính trị học” của D.Ricardo và phải trả lời chất vấn của bố về kinh tế chính trị học. Sau này Mill kể lại “Tôi không nghĩ tất cả phương pháp giảng dạy khoa học khác xưa, nay dạy kỹ lưỡng hơn là cách bố tôi dạy cho tôi logic và kinh tế chính trị học”. Khi lên 14 tuổi, Mill chính thức hoàn tất giáo dục.

Năm 1823, Mill cùng cha phục vụ Công ty Đông ấn và tiếp tục làm việc cho công ty cho đến khi nghỉ hưu năm 1858. Tuy nhiên, tâm trí của ông vẫn nuôi dưỡng nhiều tư tưởng, ông thường viết bài về các đề tài khác nhau. Tác phẩm quan trọng đầu tiên của ông là “Hệ thống logic”, xuất bản năm 1843 được bạn đọc đón nhận nồng nhiệt và phải tái bản nhiều lần, cũng như tác phẩm rất thành công “Những nguyên lý của kinh tế chính trị” xuất bản năm 1848. Hai tác phẩm này mang lại tiếng tăm của Mill như một nhà tư tưởng lỗi lạc của thời đại.

4.2. Nội dung

Lý thuyết của D. Ricardo mới chỉ đề cập tới yếu tố cung, chưa chú ý tới yếu tố cầu. Để bổ sung cho khiếm khuyết này, S.Mill đã bàn đến vấn đề giá trị quốc tế hay tỷ lệ trao đổi giữa các sản phẩm. Ông là một trong những nhà kinh học của thế kỷ XIX ủng hộ lợi ích của ngoại thương. S.Mill cho rằng “Sự mở cửa ngoại thương... đôi khi như một kiểu cách mạng công nghiệp ở một nước mà các nguồn lực của nó trước đó chưa được phát triển.”

Thay vì so sánh phí tổn nhân công của hai quốc gia khi sản xuất ra một sản phẩm ngang nhau, ông lại so sánh các sản phẩm sản xuất ra của hai quốc gia khi sử dụng đầu vào nhân công ngang nhau. Lý thuyết của S. Mill dựa trên năng suất tương đối của nhân công chứ không phải phí tổn của nhân công như D. Ricardo.

Nếu lấy ví dụ mà chúng ta thường dùng để trình bày lý thuyết của D. Ricardo, thì cấu trúc của S. Mill sẽ như sau:

Đầu vào Nhân công (số ngày)	Quốc gia	Đầu ra	
		Rượu (thùng)	Vải (kiện)
300	Bồ Đào Nha	100	75
300	Anh	50	60

Chúng ta thấy, cùng một nguồn lực (đầu vào) là nhân công, Bồ Đào Nha có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất cả hai thứ hàng, nhưng tương đối có lợi thế hơn về rượu ($100/50 = 2/1$ so với $75/60 = 5/4$). Ngược lại Anh lại ít bất lợi hơn về vải ($60/75 = 4/5$ so với $50/100 = 1/2$).

Một cách tổng quát, có thể phát biểu nguyên tắc lợi thế tương đối như sau:

Nếu với cùng một đầu vào, người ta có thể sản xuất được a_1 và b_1 lượng hàng A và B ở quốc gia I, và a_2 và b_2 ở quốc gia II, thì quốc gia I sẽ xuất khẩu A để nhập B nếu $a_1/b_1 > a_2/b_2$; nghĩa là so với quốc gia II, tương đối quốc gia I có khả năng sản xuất A nhiều hơn B (hoặc có thể là $a_1/a_2 > b_1/b_2$).

Tỷ lệ trao đổi được chấp nhận

Nếu không có ngoại thương giữa hai nước, Bồ Đào Nha có thể dùng 100 thùng rượu để đổi lấy 75 kiện vải (tỷ lệ $100/75 = 4/3$); ở Anh có thể dùng 100 thùng rượu để đổi lấy 120 kiện vải (tỷ lệ $100/120 = 5/6$, nếu dùng 600 ngày công cho mỗi ngành sản xuất). Vậy, Bồ Đào Nha và Anh sẵn sàng buôn bán với nhau, nếu đối với Bồ Đào Nha, 100 thùng rượu đổi được ít hơn 120 kiện vải. Giới hạn của tỷ lệ buôn bán chính là tỷ lệ trao đổi trong nội địa, ổn định bởi năng suất tương đối của nhân công mỗi nước. Giới hạn của tỷ lệ mậu dịch sẽ là $75 \text{ Vải} < 100 \text{ Rượu} < 120 \text{ Vải}$.

Vấn đề là tìm những yếu tố xác định một tỷ trao đổi thực sự trong giới hạn trên.

Lý thuyết về mối tương quan của cầu.

Theo S. Mill, tỷ lệ mậu dịch thực sự sẽ phụ thuộc vào cường độ, cũng như độ co giãn của cầu nhập khẩu của mỗi nước, nghĩa là phụ thuộc vào số cầu tương quan. Cần lưu ý rằng, số cầu không phải là một bảng biến thiên của số lượng theo mức giá, mà là số lượng hàng xuất khẩu của một quốc gia theo các tỷ lệ mậu dịch hay các số lượng hàng nhập khẩu khác nhau.

Ví dụ, giả sử không có phí tổn chuyên chở và giả sử tỷ lệ mậu dịch giữa Bồ Đào Nha và Anh là 100 thùng rượu lấy 95 kiện vải, thì lý luận của S. Mill như sau: Nếu ở “mức giá” quốc tế đó, số cầu của Anh sẽ là một bội số của 100 thùng rượu (chẳng hạn 1000 lần, hay 100.000 thùng), và của Bồ Đào Nha cũng là một bội số tương ứng của 95 kiện vải (nghĩa là 1000 lần hay 95.000 kiện) thì số cầu tương quan sẽ quân bình, số xuất khẩu của quốc gia sẽ vừa đủ để trang trải số nhập khẩu.

Ngược lại, với mức giá 100 thùng rượu/95 kiện vải, dân Anh chỉ mua 800 lần nhiều hơn, nghĩa là 800.000 thùng rượu, thì với số xuất khẩu ấy, Bồ Đào Nha chỉ có thể mua được 800 lần x 95 kiện hay 76.000 kiện vải mà thôi. Muốn mua thêm 19.000 kiện vải nữa (95.000 - 76.000), dân Bồ Đào Nha phải sản xuất nhiều hơn 100 thùng rượu, thí dụ 108 thùng, nghĩa là 108/95 sẽ là “mức giá” mới, hay 100/87,9. Thấy giá có lợi hơn trước, dân Anh sẽ mua rượu nhiều hơn, thí dụ 90.000 thùng. Ngược lại, dân Bồ Đào Nha lúc ấy cũng bằng lòng mua trong khả năng xuất khẩu của mình được 900x87,9 hay 79.110 kiện vải. Với giá mới 100 thùng rượu/87,9 kiện vải, quân bình mậu dịch sẽ thực hiện nếu Bồ Đào Nha xuất khẩu 90.000 thùng rượu và Anh xuất khẩu 79.110 kiện vải.

Nói tóm lại:

- Giới hạn tỷ lệ trao đổi mậu dịch chính là những tỷ lệ trao đổi trong nước, tùy ở năng suất tương đối của mỗi quốc gia.

- Trong giới hạn này, tỷ lệ mậu dịch thực sự tùy thuộc vào số cầu của mỗi nước đối với sản phẩm của nước khác.

- Nhưng tỷ lệ trao đổi này sẽ ổn định khi xuất khẩu của một quốc gia vừa đủ để trang trải số nhập khẩu của quốc gia đó.

5. Thương mại quốc tế và chi phí cơ hội

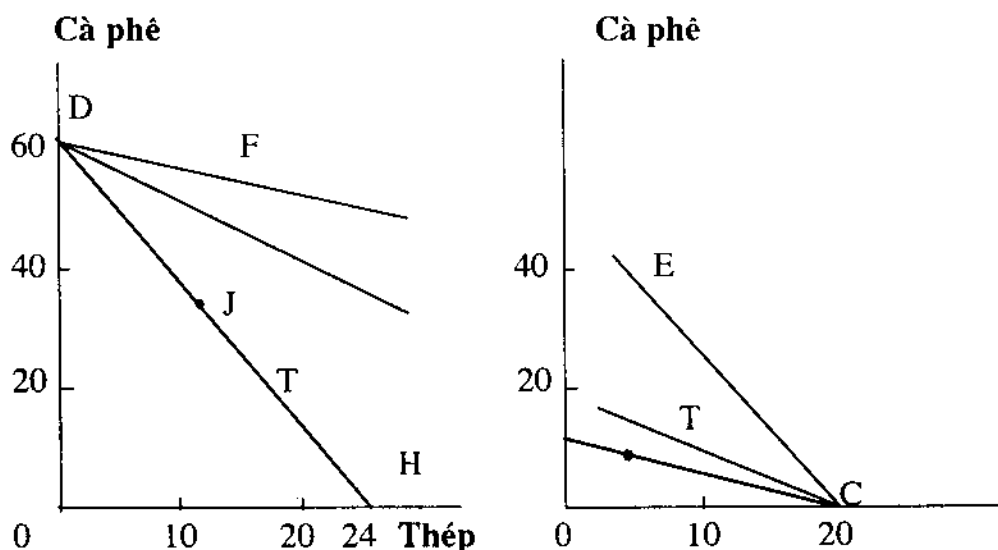
5.1. Trường hợp chi phí cơ hội không đổi

Khái niệm chi phí cơ hội có thể được vận dụng để giải thích mô hình thương mại quốc tế giữa hai quốc gia với 2 mặt hàng. Giả sử có 2 quốc gia Việt Nam và Hàn Quốc với 2 sản phẩm là cà phê và thép. Lượng lao động cần thiết để sản xuất mỗi đơn vị thép và cà phê như sau:

	Việt Nam	Hàn Quốc
Thép	5	6
Cà phê	2	12

Nếu như mỗi nước, Việt Nam và Hàn Quốc, có 120 đơn vị lao động, thì các đường giới hạn khả năng sản xuất của Việt Nam và Hàn Quốc được vẽ một cách tương ứng là DH và GC. GC nhỏ hơn DH bởi vì Hàn Quốc có hiệu quả tuyệt đối thấp hơn so với Việt Nam. Nếu tất cả số lao động ở Việt Nam được dùng để sản xuất cà phê thì sẽ có 60 đơn vị cà phê được làm ra, nếu để sản xuất thép - sẽ có 24 đơn vị được làm ra. Các con số tương ứng của Hàn Quốc là 10 và 20. Khi chưa có thương mại, Việt Nam sản xuất và tiêu dùng cả hai mặt hàng tại một điểm nào đó, chẳng hạn là J, trên DH, còn Hàn Quốc - tại I trên GC.

**Hình 1.1. Thương mại quốc tế trong trường hợp
chi phí cơ hội không đổi**



Khi thương mại được mở ra, mỗi nước sẽ chỉ tập trung sản xuất mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh. Cụ thể là Việt Nam sẽ chỉ sản xuất cà phê với điểm sản xuất mới là D, còn Hàn Quốc chỉ sản xuất thép với điểm sản xuất mới là C. Nếu thương mại diễn ra theo mức giá tương quan của Hàn Quốc ($1 \text{ cà phê} = 2 \text{ thép}$) thì Việt Nam có thể tiêu dùng ở bất kỳ điểm nào nằm trên đường DF (được vẽ song song với GC). Ngược lại, nếu tỷ lệ trao đổi quốc tế đúng bằng mức giá tương quan của Việt Nam ($1 \text{ cà phê} = 0,4 \text{ thép}$) thì Hàn Quốc sẽ tiêu dùng tại bất kỳ điểm nào trên đường CE (đường song song với DH).

Tuy nhiên Việt Nam và Hàn Quốc không thể cùng một lúc tiến hành trao đổi theo hai mức giá trên: tỷ lệ trao đổi quốc tế (hay còn gọi là điều kiện thương mại) phải là duy nhất đối với hai nước và chỉ dao động trong khoảng giới hạn bởi hai mức giá đó. Nếu điều kiện thương mại vượt ra ngoài hai mức giá tương quan của hai nước, cụ thể là nếu $1 \text{ cà phê} > 2 \text{ thép}$ hoặc $1 \text{ cà phê} < 0,4 \text{ thép}$ thì một trong hai nước sẽ ngừng trao đổi ngay vì không những không thu được lợi mà còn bị thiệt hại. Trong hình 1.1 thì điều kiện thương mại phải nằm trong

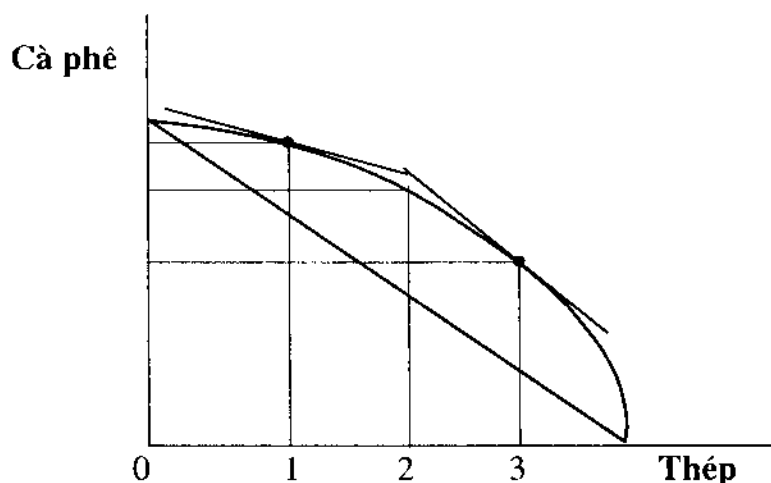
quãng giữa DH và DF đối với Việt Nam, và giữa GC và CE đối với Hàn Quốc, cụ thể được biểu thị bằng các đường DT và CT song song với nhau.

Nếu điều kiện thương mại đúng bằng mức giá tương quan của Việt Nam thì Việt Nam sẽ tiếp tục sản xuất cả hai mặt hàng, còn Hàn Quốc thì chuyên môn hóa hoàn toàn trong việc sản xuất thép. Khi đó toàn bộ lợi ích từ thương mại sẽ thuộc về Hàn Quốc. Khi đó Việt Nam được coi là nước lớn, và Hàn Quốc- là nước nhỏ. Ngược lại nếu Hàn Quốc là nước lớn, và Việt Nam là nước nhỏ thì điều kiện thương mại đúng bằng mức giá tương quan của Hàn Quốc, và toàn bộ lợi ích thương mại sẽ thuộc về Việt Nam, là nước chỉ sản xuất một mặt hàng là cà phê. Nói một cách tổng quát, nước nào có mức sản lượng nhỏ hơn thì sẽ có xu hướng thực hiện chuyên môn hóa hoàn toàn và hưởng toàn bộ lợi ích từ thương mại.

5.2. Trường hợp chi phí cơ hội tăng dần

Trên thực tế, chi phí cơ hội của một mặt hàng là tăng dần nếu như để sản xuất thêm một đơn vị mặt hàng đó thì cần phải cắt giảm một số lượng tăng dần các mặt hàng khác. Trong trường hợp đó đường giới hạn khả năng sản xuất sẽ không phải là một đường thẳng mà là một đường cong lõm ra phía ngoài. Hình 1-2 cho thấy để sản xuất thêm 1 đơn vị thép thì lượng cà phê bị cắt giảm ngày càng tăng. Lý do là vì tính thích hợp của các yếu tố sản xuất đối với từng mặt hàng. Một yếu tố sản xuất nào đó có thể được sử dụng rất có hiệu quả trong sản xuất một mặt hàng nhất định, nhưng lại tỏ ra kém hiệu quả hoặc hoàn toàn không có hiệu quả trong sản xuất những mặt hàng khác. Ví dụ, một mảnh đất có thể rất thích hợp cho việc trồng cà phê nhưng lại không thích hợp cho việc trồng chuối, hoặc một nông dân trồng cà phê rất giỏi nhưng kỹ năng trồng chuối đó có thể hoàn toàn vô dụng trong việc làm ra một chiếc ô tô.

Hình 1.2. Đường giới hạn khả năng sản xuất trong trường hợp chi phí cơ hội tăng dần



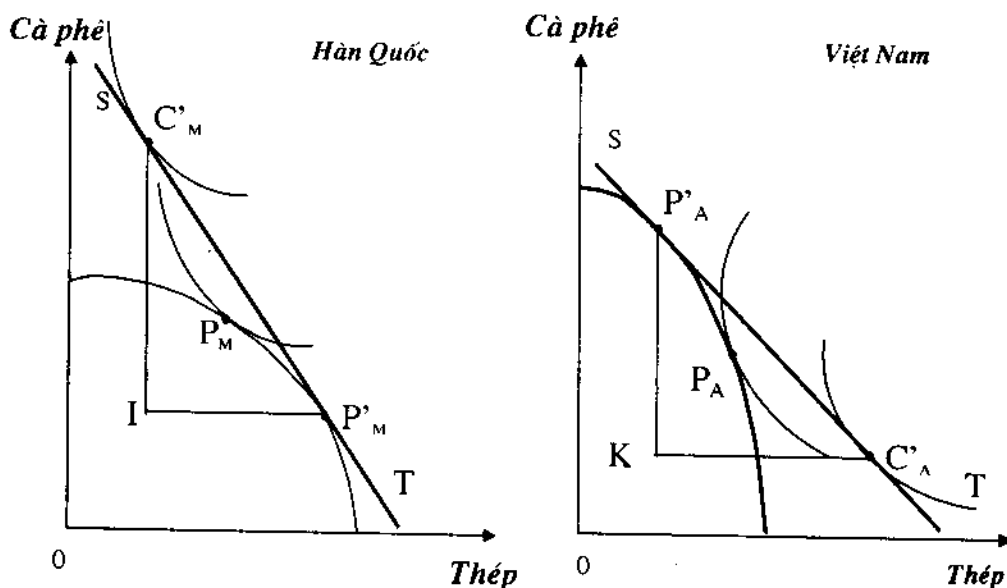
Quay trở lại hình 1.2 để hình dung chi phí cơ hội tăng dần như thế nào. Giả sử rằng ban đầu toàn bộ nguồn lực của nền kinh tế được sử dụng để sản xuất cà phê. Tuy nhiên sau đó quốc gia đang xem xét nhận thấy mình có lợi thế so sánh về sản xuất thép. Khi đó nguồn lực bắt đầu được chuyển từ ngành sản xuất cà phê sang ngành thép. Thoạt tiên những nguồn lực thích hợp nhất đối với sản xuất thép được di chuyển, sản lượng thép do đó tăng lên nhanh chóng, còn sản lượng cà phê bị giảm xuống nhưng với tốc độ chậm. Điều này có nghĩa chi phí cơ hội của thép là rất thấp. Khi qui mô ngành thép được mở rộng thì quốc gia bắt buộc phải sử dụng đến những nguồn lực kém thích hợp hơn để sản xuất thép, thậm chí sử dụng cả đến những nguồn lực vốn thích hợp cho sản xuất cà phê (chẳng hạn những người sản xuất cà phê có tay nghề cao). Kết quả là tốc độ gia tăng sản lượng thép bị chậm lại, còn sản lượng cà phê thì giảm nhanh. Nói cách khác chi phí cơ hội của thép tăng lên.

Với chi phí cơ hội tăng dần thì cung được biểu thị bằng đường giới hạn khả năng sản xuất như ở hình 1.2. Mỗi điểm trên đường đó cho thấy số lượng hai mặt hàng được sản xuất ra khi toàn bộ nguồn lực

của quốc gia được sử dụng. Độ dốc của đường tiếp tuyến tại mỗi điểm đó sẽ chỉ ra chi phí cơ hội hoặc mức giá tương quan (hay còn gọi là tỷ lệ chuyển đổi cận biên - MRT) giữa hai mặt hàng. Khi điểm sản xuất dịch chuyển xuống dưới theo đường giới hạn khả năng sản xuất thì chi phí cơ hội của thép (hay giá của thép tính theo cà phê) sẽ tăng dần.

Quay trở lại mô hình thương mại bao gồm hai quốc gia Hàn Quốc và Việt Nam, và hai mặt hàng là cà phê và thép. Trước khi có thương mại mỗi nước sản xuất và tiêu dùng tương ứng tại P_M và P_A . Ở Hàn Quốc thép rẻ hơn một cách tương đối so với cà phê nên Hàn Quốc có lợi thế so sánh về mặt hàng này. Ngược lại Việt Nam có lợi thế so sánh về mặt hàng cà phê. Khi đó mỗi nước sẽ thực hiện chuyên môn hóa sản xuất mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh. Hàn Quốc sẽ chuyển một phần nguồn lực từ ngành sản xuất cà phê sang sản xuất thép, do đó sản lượng cà phê giảm còn sản lượng thép tăng lên. Điểm sản xuất sẽ di chuyển từ P_M xuống dưới dọc theo đường giới hạn khả năng sản xuất, và như vậy mức giá tương quan (chi phí cơ hội) của thép tăng dần.

Hình 1.3. Thương mại quốc tế trong trường hợp chi phí cơ hội tăng dần



Những gì diễn ra ở Việt Nam là hoàn toàn ngược lại: điểm sản xuất di chuyển từ P_A lên phía trên dọc theo đường giới hạn khả năng sản xuất; sản lượng cà phê gia tăng, sản lượng thép giảm; và mức giá tương quan của thép giảm dần (còn mức giá của cà phê thì tăng dần).

Quá trình chuyên môn hóa nói trên tiếp tục cho đến khi các mức giá tương quan giữa hai mặt hàng trở nên cân bằng và được biểu thị bằng đường giá cả quốc tế ST. Các điểm sản xuất và tiêu dùng mới của Hàn Quốc và Việt Nam tương ứng là (P'_M, C'_M) và (P'_A, C'_A) . Cả hai quốc gia đều trở nên sung túc hơn nhờ trao đổi một phần sản lượng với nhau và đạt tới điểm tiêu dùng cao hơn. Lưu ý là hai tam giác thương mại, $C'_MIP'_M$ và $P'_AKC'_A$, hoàn toàn giống nhau.

Có thể rút ra một vài so sánh giữa mô hình thương mại mới (chi phí cơ hội tăng dần) với mô hình Ricardo (chi phí cơ hội không đổi). *Thứ nhất*, cả hai mô hình đều có chung kết luận rằng thương mại làm tăng sản xuất mặt hàng mà quốc gia có lợi thế so sánh; làm thay đổi giá cả tương quan của các mặt hàng ở các quốc gia và hình thành nên một mức giá quốc tế thống nhất, đồng thời gia tăng tiêu dùng mặt hàng mà quốc gia không có lợi thế so sánh. *Thứ hai*, khác với mô hình Ricardo trong đó từng quốc gia thực hiện chuyên môn hóa hoàn toàn, mô hình thương mại mới được đặc trưng bởi chuyên môn hóa không hoàn toàn: mỗi quốc gia tiếp tục sản xuất cả hai mặt hàng, trong đó mặt hàng mà quốc gia có lợi thế so sánh được sản xuất với số lượng lớn hơn.

6. Lý thuyết về sự ưu đãi của các yếu tố (factor endowment)

Như đã chỉ ra ở trên, hạn chế của lý thuyết cổ điển về thương mại quốc tế là ở chỗ nó cho rằng thương mại diễn ra trên cơ sở có sự chênh lệch năng suất lao động giữa các quốc gia. Vào đầu thế kỷ 20, hai nhà kinh tế học người Thụy Điển là Eli Heckscher (1879 - 1952) và Bertil Ohlin (1899 - 1979) đã nhận thấy rằng chính mức độ sẵn có

của các yếu tố sản xuất ở các quốc gia khác nhau và mức độ sử dụng các yếu tố sản xuất để làm ra các mặt hàng khác nhau mới là những nhân tố quan trọng qui định thương mại. Lý thuyết mà họ xây dựng thường được gọi là lý thuyết Heckscher-Ohlin (viết tắt là lý thuyết H-O)⁴ hay lý thuyết Tân cổ điển về thương mại quốc tế.

Eli Filip Heckscher (1879-1952) là một nhà kinh tế chính trị và lịch sử kinh tế. Heckscher sinh ra tại Stockholm trong một gia đình Do Thái giàu có. Sau khi tốt nghiệp trung học năm 1897, ông đã học tại Đại học ở Uppsala và Gothenburg và hoàn thành luận án tiến sỹ tại Đại học Uppsala năm 1907. Sau đó, ông là giáo sư giảng dạy kinh tế chính trị và thống kê tại Trường kinh tế Stockholm từ năm 1909 đến tận năm 1929. Sau này, ông chuyển sang nghiên cứu lịch sử kinh tế và nghỉ hưu năm 1945.

Bertil Ohlin (1899-1979) là một nhà kinh tế học Thụy Điển, và là học trò của Heckscher. Sau khi hoàn thành bằng Đại học năm 1917 ở Đại học Lund và thạc sỹ ở Đại học Harvard năm 1923, Ohlin đã được nhận học vị tiến sỹ năm 1924 ở trường Đại học Stockholm. Năm 1930, Ohlin đã kế tục Heckscher và trở thành giáo sư Trường kinh tế Stockholm. Năm 1933, ông đã xuất bản cuốn sách nổi tiếng của mình “Thương mại quốc tế và thương mại giữa các vùng” (Interregional and International Trade). Trong tác phẩm này, Ohlin đã xây dựng nên một học thuyết mới về thương mại quốc tế dựa trên những công trình trước đó của Heckscher và từ chính luận án của mình. Lý thuyết này sau này được gọi là lý thuyết Heckscher-Ohlin, một trong các học thuyết chuẩn trong thương mại quốc tế. Sau này, Ohlin và các thành viên khác của trường phái Stockholm đã mở rộng các phân tích kinh tế của Knut Wicksell thành một lý thuyết kinh tế vĩ mô, trái ngược với lý thuyết Keynes.

⁴ Sau này, Samuelson cũng đã có đóng góp lớn việc phát triển lý thuyết này nên còn được gọi là mô hình H-O-S

6.1. Các quan niệm và giả thuyết cơ bản

Lý thuyết H-O được xây dựng dựa trên hai khái niệm cơ bản là hàm lượng (hay mức độ sử dụng) (factor intensity) các yếu tố và mức độ dồi dào của các yếu tố (factor abundance).

Một mặt hàng được coi là sử dụng nhiều (một cách tương đối) lao động nếu tỷ lệ giữa lượng lao động và các yếu tố khác (như vốn hoặc đất đai) sử dụng để sản xuất ra một đơn vị mặt hàng đó lớn hơn tỷ lệ tương ứng các yếu tố đó để sản xuất ra một đơn vị mặt hàng thứ hai. Tương tự, nếu tỷ lệ giữa vốn và các yếu tố khác là lớn hơn thì mặt hàng được coi là có hàm lượng vốn cao. Chẳng hạn, mặt hàng X được coi là có hàm lượng lao động cao nếu:

$$\frac{L_X}{K_X} > \frac{L_Y}{K_Y}$$

Trong đó:

L_X và L_Y là lượng lao động cần thiết để sản xuất ra một đơn vị X và Y.

K_X và K_Y là lượng vốn cần thiết để sản xuất ra một đơn vị X và Y, một cách tương ứng.

Lưu ý là định nghĩa về hàm lượng vốn (hay hàm lượng lao động) không căn cứ vào tỷ lệ giữa lượng vốn (hay lượng lao động) và sản lượng, cũng như số lượng tuyệt đối vốn (hay lao động), mà được phát biểu dựa trên tương quan giữa lượng vốn và lượng lao động cần thiết để sản xuất ra một đơn vị sản lượng.

Một quốc gia được coi là dồi dào tương đối về lao động (hay về vốn) nếu tỷ lệ giữa lượng lao động (hay lượng vốn) và các yếu tố sản xuất khác của quốc gia đó lớn hơn tỷ lệ tương ứng của các quốc gia khác.

$$\frac{L_A}{K_A} > \frac{L_B}{K_B}$$

Cũng tương tự như trường hợp hàm lượng các yếu tố, mức độ dồi dào của một yếu tố sản xuất của một quốc gia được đo không phải bằng số lượng tuyệt đối, mà bằng tương quan giữa số lượng yếu tố đó với các yếu tố sản xuất khác của quốc gia.

Lý thuyết H-O được xây dựng dựa trên một loạt các giả thiết đơn giản sau đây:

- Thế giới bao gồm 2 quốc gia (A và B), 2 yếu tố sản xuất (lao động L và vốn K), và 2 mặt hàng (X và Y);
- Công nghệ sản xuất là giống nhau giữa hai quốc gia;
- Sản xuất mỗi mặt hàng có hiệu suất không đổi theo qui mô, còn mỗi yếu tố sản xuất thì có năng suất cận biên giảm dần;
- Hàng hóa khác nhau về hàm lượng các yếu tố sản xuất, và không có sự hoán vị về hàm lượng các yếu tố sản xuất tại bất kỳ mức giá cả yếu tố tương quan nào;
- Cạnh tranh hoàn hảo tồn tại trên cả thị trường hàng hóa lẫn thị trường yếu tố sản xuất;
- Chuyên môn hóa là không hoàn toàn;
- Các yếu tố sản xuất có thể di chuyển tự do trong mỗi quốc gia, nhưng không thể di chuyển giữa các quốc gia;
- Sở thích là giống nhau giữa hai quốc gia;
- Thương mại là tự do, chi phí vận chuyển bằng 0.

6.2. Định lý H-O

Xuất phát từ các khái niệm và giả thuyết cơ bản trên thì nội dung của định lý H-O có thể được tóm tắt như sau:

Một quốc gia sẽ xuất khẩu những mặt hàng mà việc sản xuất đòi hỏi sử dụng nhiều một cách tương đối yếu tố sản xuất dồi dào của quốc gia đó. Quay lại mô hình thương mại giữa Anh và Mỹ ở trên với giả định bổ sung là Anh có 20 chiếc máy và 200 lao động, còn Mỹ có 300 máy và 1500 lao động. Ngoài ra vải là mặt hàng cần nhiều lao động và thép là mặt hàng cần nhiều vốn. Lúc đó Anh sẽ là nước dồi dào tương đối về lao động bởi vì:

$$\frac{\text{Tổng số lao động của Anh}}{\text{Tổng số vốn của Anh}} = \frac{200}{20} > \frac{\text{Tổng số lao động của Mỹ}}{\text{Tổng số vốn của Mỹ}} = \frac{1500}{300}$$

Ngược lại Mỹ là nước dồi dào tương đối về vốn bởi vì:

$$\frac{\text{Tổng số vốn của Mỹ}}{\text{Tổng số lao động của Mỹ}} = \frac{300}{1500} > \frac{\text{Tổng số vốn của Anh}}{\text{Tổng số lao động của Anh}} = \frac{20}{200}$$

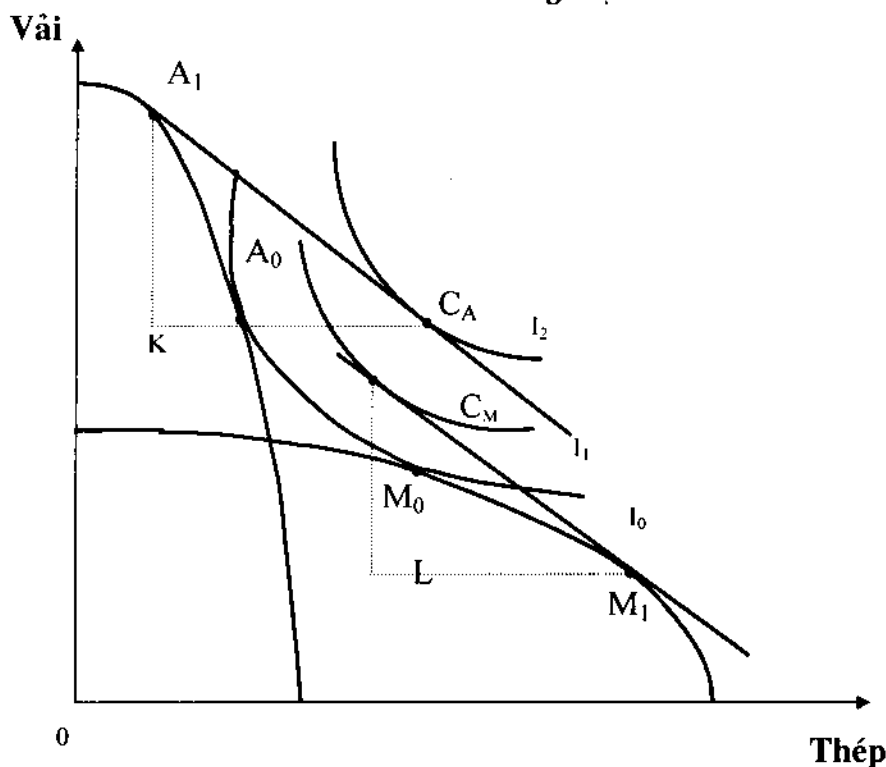
Như vậy nếu giả sử phải sản xuất 2 mặt hàng vải và thép thì lúc đó theo lý thuyết H-O, Anh sẽ sản xuất và xuất khẩu vải, là mặt hàng cần nhiều lao động, còn Mỹ sẽ sản xuất và xuất khẩu thép - là mặt hàng cần nhiều vốn. Lưu ý rằng trong các bất đẳng thức ở trên, điều quan trọng không phải là con số tuyệt đối về vốn hay lao động mà là mức cung tương quan của các yếu tố đó: Anh có số lao động ít hơn so với Mỹ nhưng số lao động chia bình quân cho mỗi chiếc máy ở Anh lại cao hơn hơn so với ở Mỹ, cho nên Anh là nước dồi dào tương đối về lao động.

Dựa trên lý thuyết H-O thì có thể hình dung rằng những nước giàu tài nguyên thiên nhiên sẽ là những nước xuất khẩu chúng trên thị trường thế giới. Chẳng hạn như Ả-rập Xê-út xuất khẩu dầu lửa, Zambia xuất khẩu đồng, Jamaica xuất khẩu quặng bô-xít v.v... Những nước có nguồn nhân công lớn và tương đối rẻ thì sẽ tập trung vào sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng chế biến sử dụng nhiều lao động.

Hình 1.4 minh họa cho mô hình thương mại tự do H-O. Vì vải là mặt hàng cần nhiều lao động cho nên đường giới hạn khả năng sản xuất của Anh thoải dần về trục tung - trục biểu thị mặt hàng vải, còn thép là mặt hàng cần nhiều vốn cho nên đường giới hạn khả năng sản xuất của Mỹ thoải dần về trục hoành - trục biểu thị mặt hàng thép. Do hai quốc gia có sở thích giống nhau cho nên có cùng tập hợp các đường bàng quan.

Trước khi có thương mại Anh sản xuất và tiêu dùng tại A_0 , còn Mỹ - tại M_0 . Đây là hai điểm cùng nằm trên đường bàng quan cao nhất (I_0) mà 2 quốc gia đạt được và là điểm tiếp xúc giữa đường bàng quan này với các đường giới hạn khả năng sản xuất của Anh và Mỹ. Độ dốc của đường tiếp tuyến chung đi qua các điểm A_0 và M_0 chỉ ra mức giá tương quan cân bằng giữa thép và vải ở hai nước trong điều kiện tự cấp tự túc. Rõ ràng tiếp tuyến đi qua M_0 có độ dốc thoải hơn tiếp tuyến đi qua A_0 , cho nên thép ở Mỹ rẻ hơn một cách tương đối so với ở Anh, và do đó Mỹ có lợi thế so sánh về thép. Ngược lại ở Anh vải rẻ hơn một cách tương đối so với ở Mỹ nên Anh có lợi thế so sánh về vải. Khi đó từng quốc gia sẽ thực hiện chuyên môn hóa sản xuất mặt hàng mà mình có lợi thế so sánh.

Hình 1.4. Mô hình thương mại H-O



Khi thương mại tự do được tiến hành, giá thép sẽ tăng ở Mỹ và giảm ở Anh, còn giá vải sẽ tăng ở Anh và giảm ở Mỹ. Quá trình chuyên môn hóa sản xuất và trao đổi được tiếp tục cho đến khi Anh đạt tới điểm sản xuất mới là A_1 , còn Mỹ - tới M_1 , tại đó mức giá tương quan giữa thép và vải ở hai nước trở nên cân bằng. Anh tiêu dùng tại C_A , còn Mỹ - tại C_M . Việc C_M nằm trên đường bàng quan thấp hơn (I_1) so với đường của Anh (I_2) chứng tỏ rằng Anh có lợi hơn so với Mỹ nhờ thương mại. Tuy nhiên việc nước nào lợi hơn không quan trọng: điểm mấu chốt ở đây là cả hai quốc gia đều có lợi từ thương mại vì đều đạt tới đường bàng quan cao hơn so với trường hợp tự cung tự cấp. Tại mức giá quốc tế cân bằng Anh xuất khẩu A_1K vải để đổi lấy KC_A thép từ Mỹ, còn Mỹ xuất khẩu M_1L thép để đổi lấy C_ML vải. Lưu ý là xuất khẩu của nước này đúng bằng nhập khẩu của nước kia, cho nên hai tam giác thương mại của Anh và Mỹ là bằng nhau: $A_1K = C_ML$; $KC_A = LM_1$.

6.3. Các mệnh đề khác của lý thuyết H-O

Trên cơ sở các giả thiết đơn giản ở trên, ngoài định lý H-O còn có thể rút ra một số mệnh đề bổ sung khác liên quan đến mối liên hệ giữa mức độ trang bị các yếu tố, thương mại quốc tế, giá hàng hóa và giá các yếu tố, tác động của sự gia tăng mức cung các yếu tố, và vấn đề phân phối thu nhập.

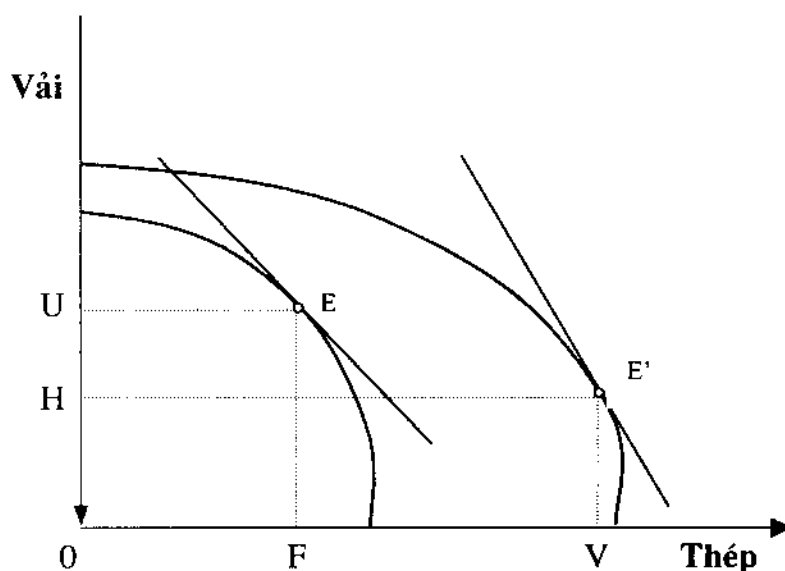
Định lý cân bằng giá cả yếu tố sản xuất: *Thương mại tự do sẽ làm cho giá cả các yếu tố sản xuất có xu hướng trở nên cân bằng, và nếu hai quốc gia tiếp tục sản xuất cả hai mặt hàng (tức thực hiện chuyên môn hóa không hoàn toàn) thì giá cả các yếu tố sẽ thực sự trở nên cân bằng.*

Định lý này cũng phản ánh được điều cốt lõi trong lý thuyết H-O: thương mại được hình thành trên cơ sở có sự khác biệt giữa các quốc gia về mức độ trang bị các yếu tố bởi vì các yếu tố không thể di

chuyển được từ quốc gia này sang quốc gia khác. Giả sử hai quốc gia buôn bán tự do với nhau và thực hiện chuyên môn hóa không hoàn toàn, cho nên giá cả các yếu tố được cân bằng. Nếu như có sự đột biến nào đó khiến cho lao động và vốn di chuyển tự do giữa hai quốc gia thì sẽ chẳng có điều gì xảy ra. Với giá cả như nhau thì sẽ chẳng có động lực gì đối với các yếu tố để di chuyển từ quốc gia này đến quốc gia khác. Như vậy thương mại hàng hóa tự do có thể thay thế hoàn toàn cho sự di chuyển quốc tế các yếu tố trong trường hợp chuyên môn hóa không hoàn toàn. Còn nếu giá cả các yếu tố không hoàn toàn cân bằng do hai quốc gia thực hiện chuyên môn hóa hoàn toàn thì thương mại hàng hóa chỉ thay thế một phần cho sự di chuyển các yếu tố.

Định lý Rybczynski: *Tại mức giá hàng hóa tương quan không đổi thì sự gia tăng mức cung của một yếu tố sản xuất sẽ làm tăng sản lượng mặt hàng sử dụng nhiều yếu tố đó, và làm giảm sản lượng của mặt hàng kia.*

Hình 1.5. Định lý Rybczynski



Định lý Rybczynski được minh họa bởi hình 1-5. Trước khi mức cung của một yếu tố, chẳng hạn là vốn, tăng lên thì đường giới hạn khả năng sản xuất của quốc gia (được giả định là một nước nhỏ) là HF và quốc gia sản xuất tại điểm E. Khi lượng vốn tăng lên, nếu như tất cả các nguồn lực được sử dụng để sản xuất thép thì sản lượng thép sẽ tăng lên nhiều do thép là mặt hàng sử dụng nhiều vốn. Còn nếu tất cả lượng lao động và vốn được sử dụng để sản xuất vải thì sản lượng vải chỉ tăng chút ít do vải là mặt hàng cần nhiều lao động. Điều này được thể hiện trên đường giới hạn khả năng sản xuất mới UV. Lúc đó với mức giá tương quan không đổi giữa thép và vải, quốc gia sẽ sản xuất tại điểm E', với sản lượng của thép tăng lên, còn của vải giảm xuống một cách tuyệt đối, so với điểm cân bằng ban đầu E.

Định lý Stolper - Samuelson: Nếu giá tương quan của một mặt hàng nào đó tăng lên thì giá tương quan của yếu tố được sử dụng nhiều một cách tương đối để sản xuất ra mặt hàng đó sẽ tăng lên, còn giá tương quan của yếu tố kia sẽ giảm xuống.

Chẳng hạn nếu như giá của mặt hàng cần nhiều lao động là vải tăng lên thì kết quả là mức lương (giá của lao động) sẽ tăng lên, còn mức lãi suất (giá của vốn) sẽ giảm xuống, ở cả hai ngành vải và thép. Bằng cách kết hợp định lý này với định lý H-O có thể thấy được thương mại tác động như thế nào tới quá trình phân phối thu nhập trong nước. Một quốc gia có lợi thế so sánh ở mặt hàng mà việc sản xuất đòi hỏi sử dụng nhiều yếu tố dồi dào của quốc gia đó. Thương mại quốc tế sẽ làm tăng mức giá của mặt hàng này, và do đó theo định lý Stolper - Samuelson, làm tăng thu nhập của yếu tố dồi dào và làm giảm thu nhập của yếu tố khan hiếm. Do quốc gia xét về tổng thể luôn có lợi từ thương mại, cho nên mức tăng thu nhập của yếu tố dồi dào phải lớn hơn mức giảm thu nhập của yếu tố khan hiếm.

6.4. Kiểm định lý thuyết Heckscher-Ohlin - Nghịch lý Leontief

Để phân tích tác động của tổ hợp tương đối nguồn lực đến thương mại giữa hai nước, mô hình H-O đã đưa ra một loạt các giả thuyết nhằm cô lập ảnh hưởng của những tác nhân khác. Nhưng thế giới thực tại không như những gì mô hình giả thuyết, chẳng hạn nền kinh tế không chỉ sản xuất hai hàng hóa mà rất nhiều loại hàng hóa, công nghệ sản xuất của hai nước không hoàn toàn giống nhau v.v... Do vậy, các nhà kinh tế đã cố gắng kiểm định mô hình H-O. Một kiểm định nổi tiếng nhất do Leontief tiến hành và mang tên nghịch lý Leontief.

Leontief là tác giả của mô hình bảng cân đối liên ngành IO (input-output) rất nổi tiếng. Phương pháp kiểm định của Leontief như sau: dựa vào bảng IO, Leontief có thể biết được lượng vốn và lao động cần thiết để sản xuất hàng xuất khẩu so với hàng nhập khẩu của Mỹ. Tất nhiên, Leontief không thể tính được lượng yếu tố sản xuất cần thiết của tất cả các đối tác thương mại để sản xuất những hàng hóa mà Mỹ nhập khẩu. Thay vào đó, Leontief tính lượng vốn và lao động cần thiết để Mỹ sản xuất những hàng hóa tương tự (hay cạnh tranh) với hàng hóa nhập khẩu vào Mỹ.

Vào năm 1947, Mỹ là nước dồi dào về vốn nhất thế giới và chắc chắn là nước dồi dào tương đối về vốn và khan hiếm tương đối về lao động so với các nước còn lại của thế giới. Bởi vậy theo mô hình H-O, người ta dự đoán Mỹ sẽ xuất khẩu hàng hóa có hàm lượng vốn lớn. Leontief tính lượng vốn và lao động cần thiết để sản xuất một giỏ điển hình hàng hóa xuất khẩu và một giỏ điển hình hàng hóa cạnh tranh với hàng nhập khẩu có giá trị 1 triệu USD ở năm 1947. Leontief phát hiện ra rằng tỷ lệ vốn - lao động ở nhóm hàng hóa cạnh tranh với nhập khẩu

của Mỹ lại lớn hơn ở nhóm hàng hóa Mỹ xuất khẩu đến 23%. Điều đó trái ngược với những gì chúng ta dự đoán từ mô hình. Do vậy, phát hiện đó được gọi là nghịch lý Leontief.

Để kiểm định lý thuyết H-O, các nhà kinh tế đã tiến hành các tính toán tương tự cho một số nước khác và trong một số trường hợp đã cho kết quả phù hợp với lý thuyết. Tuy nhiên, một số công trình nghiên cứu lại cho kết quả mâu thuẫn với mô hình. Đối với nước Mỹ, công trình nghiên cứu của Robert Baldwin dựa vào số liệu của bảng cân đối liên ngành của Mỹ năm 1958 và số liệu thương mại quốc tế năm 1962 một lần nữa khẳng định lại nghịch lý Leontief⁵. Trái lại, công trình nghiên cứu của Robert Stern và Keith Maskus lại cho thấy vào năm 1972 hàng xuất khẩu của Mỹ là hàng có hàm lượng vốn lớn so với hàng nhập khẩu⁶.

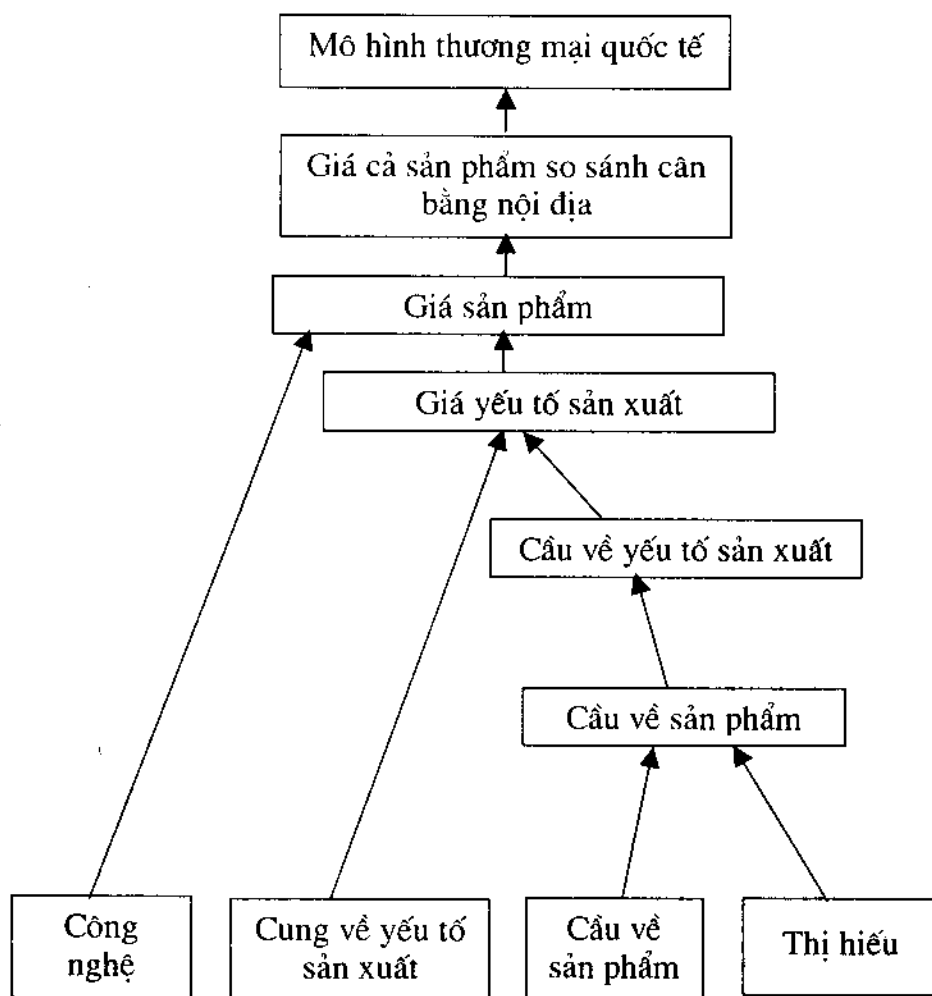
Đã có nhiều cố gắng để giải thích về nghịch lý Leontief. Một số tác giả cho rằng năm 1947 không hẳn là năm phù hợp để kiểm định mô hình vì không có cơ sở nào để khẳng định năm 1947 nền kinh tế Mỹ đã đạt tới điểm cân bằng. Một số nhà kinh tế khác cho rằng nghịch lý Leontief là do các giả thuyết của mô hình Heckscher-Ohlin quá chặt. Chẳng hạn trên thực tế cạnh tranh không hoàn hảo hoặc các rào cản thương mại hay trợ cấp có thể làm méo mó thị trường và ngăn cản việc nhập khẩu hàng hóa có hàm lượng công nghệ cao. Tóm lại có sự khác biệt đáng kể giữa lý thuyết và thực tiễn. Tuy nhiên, điều đó cũng không làm giảm ý nghĩa của mô hình H-O, đặc biệt trong việc giải thích dự đoán một xu thế dài hạn của thương mại quốc tế.

⁵ Baldwin, R.E (1971), Determinants of the commodities structure of US Trade, American Economic Review 61: 126-146

⁶ Stern, R.M and Maskus, K.E. (1981), Determinants of the Structure of US Foreign Trade, 1958-76, Journal of International Economics 11: 207-224.

6.5. Cấu trúc cân bằng chung của học thuyết H-O

Hình 1.6. Cấu trúc cân bằng chung của học thuyết H-O



Cấu trúc cân bằng chung của học thuyết Heckscher -Ohlin được hình dung và tóm tắt trong Hình 1.6. Bắt đầu tại góc phải phía dưới của sơ đồ, ta thấy rằng sở thích và sự phân phối theo quyền sở hữu các yếu tố sản xuất (nghĩa là phân phối thu nhập) xác định nhu cầu hàng hóa. Nhu cầu hàng hóa xác định nhu cầu dẫn xuất về yếu tố cầu để sản xuất chung. Lượng cầu về các yếu tố sản xuất, cùng với lượng cung sẽ xác định giá cả và yếu tố sản xuất trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo.

Giá cả các yếu tố sản xuất cùng với công nghệ sẽ xác định giá cả của hàng hóa cuối cùng. Sự khác biệt về giá tương đối cuối cùng của hàng hóa giữa các nước quyết định lợi thế so sánh và mô hình thương mại (nghĩa là nước nào sản xuất hàng hóa gì).

Hình 1.6 chỉ rõ tất cả các lực lượng cùng với nhau quyết định giá cả hàng hóa cuối cùng như thế nào. Đây chính là cái mà chúng ta nói rằng mô hình Heckscher -Ohlin là mô hình cân bằng chung. Tuy nhiên, trong số tất cả các lực lượng tương tác này, định lý H-O tách riêng sự khác biệt về khả năng vật chất hay khả năng cung cấp các yếu tố sản xuất giữa các nước (với sở thích và công nghệ như nhau) để giải thích sự khác biệt về giá tương đối của hàng hóa và thương mại giữa các nước. Đặc biệt Ohlin giải thích sở thích (và phân phối thu nhập) giống nhau giữa các nước. Điều này dẫn đến nhu cầu giống nhau về hàng hóa cuối cùng và yếu tố sản xuất ở các nước khác nhau. Do đó, sự khác biệt về việc cung các yếu tố sản xuất ở các nước khác nhau là nguyên nhân dẫn đến giá tương đối của hàng hóa khác nhau và diễn ra thương mại giữa các nước. Sự khác biệt về khả năng cung cấp tương đối các yếu tố dẫn đến sự khác biệt về giá cả tương đối của các yếu tố và giá cả hàng hóa mà chúng được chỉ ra bởi những đường đậm trong hình vẽ.

7. Quan điểm của Karl Marx về ngoại thương

Trong học thuyết của mình, Mác chưa trình bày một cách có hệ thống các quan điểm về lý luận ngoại thương. Tuy nhiên, trong học thuyết kinh tế của C.Mác, nhất là trong bộ “tư bản” trong khi phân tích về nền kinh tế hàng hóa tư bản chủ nghĩa, quan điểm của C.Mác được hình thành. Lý luận về ngoại thương của C.Mác, có thể nói được tập trung ở những điểm sau đây:

Thứ nhất, nguyên tắc chi phối ngoại thương là bình đẳng cùng có lợi. Sự phân tích của C.Mác về ngoại thương là dựa trên cơ sở quy

luật giá trị. Mác cho rằng chi phí về lao động là cơ sở cho trao đổi, buôn bán hàng hóa giữa các nước, theo đó hạ thấp được chi phí lao động thì hoạt động ngoại thương tất yếu là có lợi. Điều này có nghĩa là chi phí lao động là nguồn lực quan trọng nhất, là cơ sở quan trọng nhất để phân tích lợi ích của ngoại thương. Trong mâu dịch quốc tế, nguyên tắc trao đổi hàng hóa phải tuân theo nguyên tắc ngang giá. Ông đã phê phán gay gắt quan điểm sai lầm, thô thiển của chủ nghĩa trọng thương cho rằng: “Trong thương mại sở dĩ một bên có lợi là vì đã làm thiệt hại bên kia”.

Thứ hai, sự hình thành và phát triển của ngoại thương là tất yếu khách quan của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa. Nền kinh tế thị trường tư bản chủ nghĩa là một nền kinh tế hàng hóa luôn đòi hỏi có thị trường ngày càng mở rộng, không chỉ là thị trường tiêu thụ sản phẩm mà còn cả thị trường cung cấp nguyên liệu cho sản xuất. Và điều quan trọng hơn hết, ngoại thương xuất hiện là một tất yếu do sự chi phối của quy luật giá trị thặng dư tối đa.

8. Nhận xét chung về giả thuyết của các lý thuyết cổ điển

Lý thuyết cổ điển về mâu dịch quốc tế đặt một giả thiết căn bản rất hạn hẹp: giá trị được xác định bởi một yếu tố duy nhất là nhân công. Dĩ nhiên không phải D.Ricardo không biết nhân công luôn luôn được phối hợp với tư bản và đất đai, hay với cả hai yếu tố trên để mà sản xuất. Nhưng ông đã coi tư bản như một yếu tố thứ yếu và luôn được phối hợp với nhân công theo một tỷ lệ cố định, nên trên thực tế chỉ có một yếu tố duy nhất. Còn đất đai tuy cần thiết cho việc sản xuất nhưng theo Ricardo nó không có vai trò trong việc ấn định giá trị, chỉ có số lượng nhân công quyết định giá trị của một nhóm hàng được sản xuất ra.

Một sắc thái khác của lý thuyết mâu dịch cổ điển là cả Ricardo, Mill và các môn đệ không nhằm cắt nghĩa chuẩn mực thực tại mà chỉ

nhằm chứng minh cái lợi của ngoại thương. Họ nhắm đến một nền kinh tế phúc lợi, chứ không nhằm mục đích phân tích kinh tế. Lý thuyết mậu dịch cổ điển được dùng trong nửa đầu thế kỷ XIX được dùng như một luận cứ bênh vực chính sách mậu dịch thuận tuý hơn là một thế giới đầy rẫy những thuế quan bảo vệ.

Cuối cùng, vì khởi đầu đi từ giả thiết chỉ có một yếu tố sản xuất duy nhất, lý thuyết mậu dịch cổ điển không giải thích thoả đáng mậu dịch giữa các nước. Cái khác biệt tương đối về phí tổn sản xuất sẽ ấn định phạm vi chuyên môn hóa các thứ hàng xuất nhập khẩu của một quốc gia. Nhưng căn bản sự khác biệt đó là gì? Các tác giả cổ điển ít lưu ý tới nên không có câu trả lời rõ ràng. Để giải thích sự vượt trội về năng suất nhân công của quốc gia này so với quốc gia khác, các tác giả cổ điển có nói đến “tài năng” và “máy móc tốt hơn”, hoặc những sự khác biệt về “khí hậu, đất đai, hầm mỏ”, “sự sáng tạo, tính phức tạp và tinh tế” của các quản trị gia trong việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên và máy móc, tư bản. Nhưng đề cập đến các yếu tố đó cũng chỉ nhằm nói rõ sự tác động của chúng đến năng suất của nhân công, chứ không coi chúng là một yếu tố cố hữu trong chính lực lượng nhân công. Sự thật là có sự khác biệt về tỷ lệ trong sự kết hợp giữa nhân công và các yếu tố sản xuất khác. Các tỷ lệ kết hợp đó cũng khác nhau tùy theo ngành sản xuất và ngay trong một ngành tỷ lệ đó cũng thay đổi theo thời gian.

Thực tiễn và một số giả thiết đi theo các lý thuyết:

- Việc làm đầy đủ không phải là một giả thiết có giá trị.

Trong lập luận của lý thuyết lợi thế so sánh, giả thiết rằng người luật sư giỏi có thể bận suốt thời gian. Nếu ta nói lỏng giả thiết này thì lợi thế về chuyên môn hóa sẽ kém hấp dẫn hơn. Nếu không bận suốt thời gian, người luật sư có thể làm công việc thư ký mà không từ bỏ thu nhập cao hơn của người luật sư.

Lý thuyết lợi thế so sánh và lợi thế tuyệt đối đều giả định rằng các nguồn tài nguyên đều được sử dụng trọn vẹn, theo cách có hiệu quả. Thực tiễn khi các quốc gia có nhiều nguồn tài nguyên, họ sẽ tìm cách hạn chế nhập khẩu để sử dụng tài nguyên còn tiềm năng cho dù chúng không được sử dụng có hiệu quả.

- Mục tiêu của các quốc gia có thể không được giới hạn vào tính hiệu quả.

Với nguồn tài nguyên đang có, các quốc gia có thể theo đuổi các mục đích khác nhau ngoài mục đích hiệu quả về sản lượng làm ra. Họ không muốn chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm nào đó, do họ có thể có bất lợi khi kỹ thuật thay đổi hay khi có dao động giá.

- Chi phí vận chuyển:

Chi phí vận chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác không được đề cập tới trong lý thuyết lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh. Sự chuyên môn hóa tiết kiệm được lượng tài nguyên cần thiết làm ra sản phẩm. Việc di chuyển hàng hóa trên thế giới cũng cần phải có tài nguyên. Nếu chi phí chuyên chở hàng hóa tốn nhiều tài nguyên hơn lượng tài nguyên tiết kiệm được do chuyên môn hóa thì lợi thế của ngoại thương sẽ không có.

- Tính linh động của tài nguyên

Các lý thuyết tuyệt đối và so sánh giả định rằng tài nguyên có thể dịch chuyển tự do từ hàng hóa này sang hàng hóa khác trong một nước, nhưng chúng lại không được tự do di chuyển trên thế giới. Cả hai giả thiết này đều không có giá trị hoàn toàn. Ví dụ: Một công nhân ngành dệt của Việt Nam không thể dễ dàng chuyển tới làm việc trong ngành vũ trụ không gian ở California. Nói đúng hơn, người công nhân này khó có thể làm được một công việc lạ lẫm như vậy. Ngược lại với các lý thuyết này, cũng có những nguồn tài nguyên được di chuyển trên khắp thế giới, dù không nhiều bằng di chuyển trong một nước.

Như trong những năm gần đây có một số lượng lớn công nhân Việt Nam được thuê mướn ở vùng Đông Âu, Nga, Trung Đông và Hàn Quốc...

- Dịch vụ

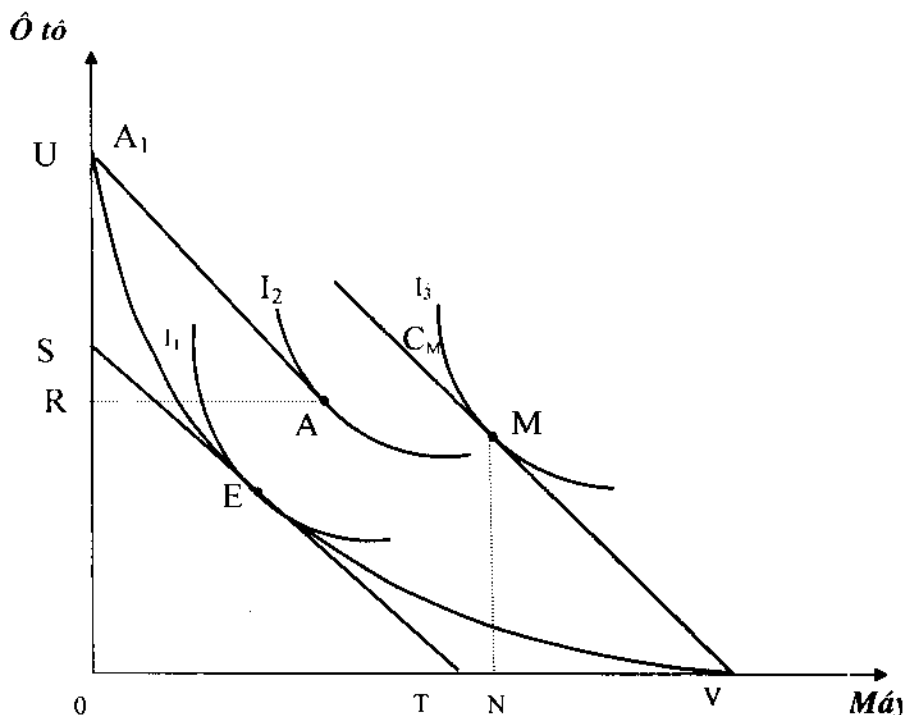
Lý thuyết lợi thế so sánh và tuyệt đối nói đến hàng hóa hơn là dịch vụ. Nhưng dịch vụ đang được gia tăng trong tỷ trọng thương mại thế giới. Điều này không giống các lý thuyết thương mại cổ xưa, vì tài nguyên cũng phải được sử dụng trong sản xuất hàng hóa cũng như trong dịch vụ. Ví dụ, Hoa Kỳ trao đổi rộng rãi hàng hóa và dịch vụ với các nước khác. Những dịch vụ mà Hoa Kỳ bán rộng rãi ra nước ngoài đó là giáo dục (các sinh viên nước ngoài theo học tại Hoa Kỳ), hệ thống thẻ tín dụng... Tuy vậy, Hoa Kỳ lại là nước nhập khẩu các dịch vụ hàng hải. Để Hoa Kỳ có thể xuất khẩu những hàng hóa và dịch vụ có khả năng cạnh tranh thì nguồn lực trong việc xuất khẩu các sản phẩm này phải được chuyển cho ngành hàng hải.

II. CÁC HỌC THUYẾT MỚI VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

1. Thương mại quốc tế dựa trên quy mô (Economies of scale and international trade)

Một trong những lý do quan trọng dẫn đến thương mại quốc tế là tính hiệu quả tăng dần theo qui mô. Sản xuất được coi là có hiệu quả nhất khi được tổ chức trên qui mô lớn. Lúc đó một sự gia tăng đầu vào với tỷ lệ nào đó sẽ dẫn tới sự gia tăng đầu ra (sản lượng) với tỷ lệ cao hơn. Lưu ý rằng các mô hình thương mại H-O và Ricardo đều dựa trên giả định về hiệu suất không đổi theo qui mô. Trong trường hợp hiệu suất tăng dần thì đường giới hạn khả năng sản xuất thường là một đường cong lõm về phía gốc tọa độ, và khi đó chi phí cơ hội là giảm dần. Điều này cho phép thương mại giữa các nền kinh tế giống nhau diễn ra một cách cùng có lợi.

Hình 1.7. Thương mại dựa trên hiệu suất tăng dần theo qui mô



Hình 1.7 minh họa cho thương mại dựa trên hiệu suất theo qui mô. Giả sử hai nước Anh và Mỹ giống nhau về mọi khía cạnh (công nghệ sản xuất, mức độ trang bị các yếu tố, sở thích). Giả thiết này loại trừ khả năng giải thích thương mại hình thành giữa hai nước bằng lý thuyết H-O. Cả hai nước đều sản xuất hai mặt hàng là ô tô và máy bay. Do giống nhau cho nên hai nước có cùng một đường giới hạn khả năng sản xuất là UV và các đường bàng quan I_1 , I_2 , và I_3 .

Khi chưa có thương mại, hai nước có chung điểm cân bằng, tức cùng sản xuất và tiêu dùng tại điểm E, nơi đường giới hạn khả năng sản xuất tiếp xúc với đường bàng quan I_1 . Mức giá hàng hóa tương quan giữa hai nước cũng bằng nhau và được biểu thị bằng độ dốc của đường giá cả chung ST. Khi có thương mại, Anh thực hiện chuyên môn hóa hoàn toàn việc sản xuất ô tô, cụ thể tại điểm sản xuất mới là U. Còn Mỹ thì chuyên môn hóa hoàn toàn việc sản xuất máy bay tại

điểm V. Khi đó điểm tiêu dùng của Anh là A, và của Mỹ là M. Anh sẽ xuất khẩu RU (hoặc MN) ô tô để đổi lấy RA (hoặc NV) máy bay của Mỹ: hai tam giác thương mại URA và MNV là như nhau. Cả hai nước đều có lợi do đạt tới các điểm tiêu dùng cao hơn.

Như vậy mức giá hàng hóa tương quan giống nhau không cản trở việc hai nước buôn bán một cách có lợi với nhau. Lưu ý là trong mô hình thương mại dựa trên hiệu suất theo qui mô, tỷ lệ trao đổi quốc tế cũng đúng bằng mức giá tương quan trước khi có thương mại, và mỗi nước thực hiện chuyên môn hóa hoàn toàn nhưng với hướng chuyên môn hóa là không xác định. Những điểm này cho thấy sự khác biệt giữa thương mại dựa trên hiệu suất theo quy mô và thương mại dựa trên lợi thế so sánh.

2. Lý thuyết về vòng đời quốc tế của sản phẩm (International product cycle)

Trong lý thuyết Ricardo, thương mại hình thành do có sự khác biệt về năng suất lao động giữa các quốc gia. Về phần mình, sự khác biệt về năng suất lao động lại là kết quả của sự khác biệt về công nghệ sản xuất. Còn lý thuyết H-O là một mô hình thương mại tĩnh, với công nghệ được giả định là giống nhau giữa các quốc gia. Về thực chất thì các lý thuyết thương mại liên quan đến công nghệ cũng theo đuổi cách tiếp cận chủ yếu của lý thuyết Ricardo, nhưng điểm khác là ở chỗ sự khác biệt về công nghệ được coi không phải là yếu tố tĩnh và tồn tại mãi mãi: nó chỉ là hiện tượng tạm thời và gắn liền với một quá trình động, liên tục phát triển.

Lý thuyết về khoảng cách công nghệ.

Vào năm 1961, Posner đưa ra Lý thuyết về khoảng cách công nghệ, dựa trên ý tưởng cho rằng công nghệ luôn luôn thay đổi dưới hình thức ra đời các phát minh và sáng chế mới, và điều này tác động đến xuất khẩu của quốc gia. Sau khi một phát minh ra đời, một sản phẩm mới xuất hiện và trở thành mặt hàng mà quốc gia phát minh có

lợi thế tuyệt đối tạm thời. Ban đầu hãng phát minh sản phẩm giữ vị trí độc quyền, và sản phẩm được tiêu thụ trên thị trường nội địa. Sau một thời gian, nhu cầu từ phía nước ngoài xuất hiện và sản phẩm bắt đầu được xuất khẩu. Dần dần các nhà sản xuất nước ngoài sẽ bắt chước công nghệ và sản phẩm được sản xuất ngay tại nước ngoài một cách có hiệu quả hơn. Khi đó lợi thế so sánh về sản xuất sản phẩm này lại thuộc về các quốc gia khác. Nhưng ở quốc gia phát minh một sản phẩm mới khác có thể ra đời và quá trình mô tả ở trên được lặp lại. Lưu ý trong mô hình này sản phẩm chỉ được xuất khẩu nếu như thời gian cần thiết để sản phẩm được bắt chước ở nước ngoài phải dài hơn thời gian để xuất hiện nhu cầu về sản phẩm từ thị trường nước ngoài.

Lý thuyết trên có thể giải thích cho hai dạng thương mại. Thứ nhất, nếu như cả hai quốc gia đều có tiềm năng công nghệ như nhau thì vẫn có thể hình thành quan hệ thương mại, bởi vì phát minh sáng chế trong chừng mực nào đó là một quá trình ngẫu nhiên. Vai trò tiên phong của một nước trong một lĩnh vực nào đó sẽ được đổi lại bởi vai trò tiên phong của nước kia trong một lĩnh vực khác. Dạng thương mại này thường diễn ra giữa các nước công nghiệp phát triển. Dạng thương mại thứ hai được hình thành khi một nước tỏ ra năng động hơn về công nghệ so với nước kia. Khi đó nước thứ nhất thường xuất khẩu những mặt hàng mới và phức tạp để đổi lấy những mặt hàng đã chuẩn hóa từ nước thứ hai. Dần dần, các mặt hàng mới này trở nên chuẩn hóa, nhưng với tính ưu việt về công nghệ cho nên nước thứ nhất lại cho ra đời các sản phẩm mới khác.

Có những yếu tố nào quyết định vai trò tiên phong của một nước trong lĩnh vực công nghệ? Điều gì khiến cho một nước có thể tiến hành hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) tốt hơn các nước khác? Thứ nhất là sự khác biệt về thể chế: chẳng hạn công tác nghiên cứu và phát triển của một nước có thể được khuyến khích bởi những bộ luật thích hợp về phát minh sáng chế, bản quyền, và thuế. Thứ hai, một nước có thể may mắn có được những nguồn lực thích hợp cho công tác

nghiên cứu và phát triển: chẳng hạn lực lượng hùng hậu các nhà khoa học, nguồn tài chính dồi dào. Thứ ba, trong nước tồn tại thị trường thích hợp đối với sản phẩm mới. Thị trường đó thường có qui mô lớn và sức mua cao vì các sản phẩm mới thường được sản xuất với chi phí rất cao trong giai đoạn đầu. Tất cả những điều trên đều cho thấy rằng các phát minh sáng chế thường ra đời ở các nước giàu có và phát triển.

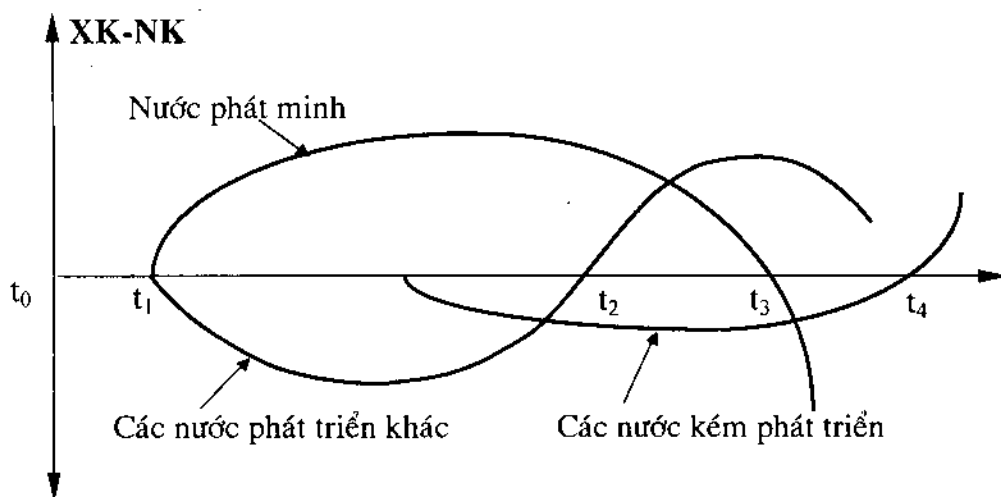
Lý thuyết vòng đời sản phẩm.

Xét về mặt lý thuyết thì thực chất quan điểm về vòng đời sản phẩm chính là sự mở rộng lý thuyết khoảng cách công nghệ. Các phát minh có thể ra đời ở các nước giàu, nhưng điều đó không có nghĩa là quá trình sản xuất sẽ chỉ được thực hiện ở các nước đó mà thôi. Lý thuyết khoảng cách công nghệ chưa trả lời được câu hỏi là phải chăng các hãng phát minh sẽ tiến hành sản xuất tại những nước có điều kiện thích hợp nhất (tài nguyên, các yếu tố sản xuất) đối với mặt hàng mới. Theo Vernon (1966) các nhân tố cần thiết cho sản xuất một sản phẩm mới sẽ thay đổi tùy theo vòng đời của sản phẩm đó. Thương mại dựa trên vòng đời sản phẩm có thể được minh họa bằng hình 1.8.

Đầu tiên, khi sản phẩm mới được giới thiệu (tại t_0), việc sản xuất và tiêu thụ còn mang tính chưa chắc chắn và phụ thuộc nhiều vào nguồn cung cấp nhân công lành nghề và khoảng cách gần gũi với thị trường. Lúc đó sản phẩm sẽ được sản xuất (với chi phí cao) và xuất khẩu (tại t_1) bởi các nước lớn và giàu có (chẳng hạn như Mỹ).

Khi sản phẩm trở nên chín muồi, công nghệ sản xuất dần dần trở nên chuẩn hóa và được phát triển rộng rãi. Thị trường tiêu thụ mở rộng tạo điều kiện cho việc tổ chức sản xuất trên qui mô lớn với chi phí thấp. Các quốc gia khác, thường là những nước dồi dào tương đối về vốn (Tây Âu, Nhật Bản), có thể bắt chước công nghệ sản xuất (tại t_2), và do đó lợi thế so sánh được chuyển từ nước phát minh sang các quốc gia này. Nước phát minh khi đó có thể chuyển đổi vai trò từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu (tại t_3).

Hình 1.8. Vòng đời sản phẩm và thương mại quốc tế



Cuối cùng, khi công nghệ trở nên hoàn toàn được chuẩn hóa, quá trình sản xuất có thể được chia ra thành nhiều công đoạn khác nhau và tương đối đơn giản. Lợi thế so sánh được chuyển tới những nước đang phát triển, nơi có lực lượng lao động dồi dào và mức lương thấp, và những nước này trở thành nước xuất khẩu ròng (tại t_4).

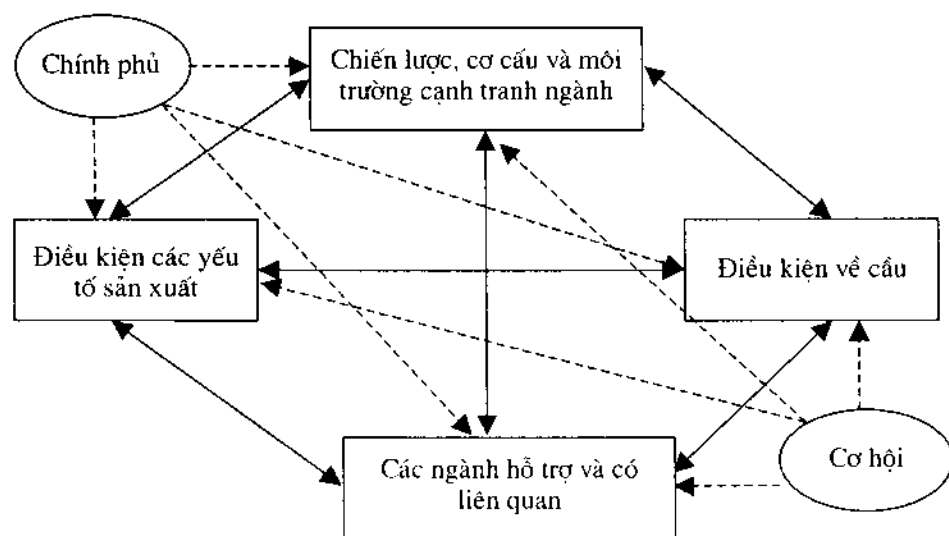
3. Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh quốc gia (National Competitive Advantage)

Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh quốc gia do Michael Porter đưa ra vào những năm 1990 (đây là công trình nghiên cứu của một tập thể các nhà khoa học ở 12 nước bắt đầu từ năm 1986). Mục đích của lý thuyết này là giải thích tại sao một số quốc gia lại có được vị trí dẫn đầu trong việc sản xuất một số sản phẩm, hay nói khác đi tại sao lại có những quốc gia có lợi thế cạnh tranh về một số sản phẩm. Lý thuyết này được xây dựng dựa trên cơ sở lập luận rằng khả năng cạnh tranh của một ngành công nghiệp được thể hiện tập trung ở khả năng sáng tạo và đổi mới của ngành đó. Điều này được khái quát cho một thực thể lớn hơn - một quốc gia. Lý thuyết của M.Porter đã kết hợp được

các cách giải thích khác nhau trong các lý thuyết thương mại quốc tế trước đó và đồng thời đưa ra một khái niệm khá quan trọng là lợi thế cạnh tranh quốc gia.

Theo lý thuyết này, lợi thế cạnh tranh quốc gia được thể hiện ở sự liên kết của 4 nhóm yếu tố. Mỗi liên kết của 4 nhóm này tạo thành mô hình kim cương (diamond)⁷. Các nhóm yếu tố đó bao gồm: (1) điều kiện các yếu tố sản xuất (factor of production), (2) điều kiện về cầu (demand conditions), (3) các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan (related and supporting industries), (4) chiến lược, cơ cấu và mức độ cạnh tranh của ngành (strategies, structures and competition). Các yếu tố này tác động qua lại lẫn nhau và hình thành nên khả năng cạnh tranh quốc gia. Ngoài ra, còn có 2 yếu tố khác là chính sách của Chính phủ và cơ hội. Đây là 2 yếu tố có thể tác động đến 4 yếu tố cơ bản kể trên

Hình 1.9. Khối kim cương của M.Porter



⁷ Cấu trúc tình thế kim cương có độ bền cao để chỉ khả năng chịu đựng của một quốc gia trước môi trường cạnh tranh gay gắt

Điều kiện các yếu tố sản xuất

Sự phong phú dồi dào của yếu tố sản xuất có vai trò nhất định đối với lợi thế cạnh tranh quốc gia; các quốc gia có lợi hơn khi sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố đầu vào mà quốc gia đó có nhiều. Các doanh nghiệp có thể có được lợi thế cạnh tranh nếu họ sử dụng các nhân tố đầu vào có chi phí thấp, chất lượng cao và có vai trò quan trọng trong cạnh tranh. Tuy nhiên, có những trường hợp sự dồi dào về nhân tố sản xuất lại làm giảm lợi thế cạnh tranh nếu như chúng không được phân bổ hợp lý và sử dụng có hiệu quả. Hơn nữa, những đầu vào quan trọng nhất đối với hầu hết các ngành, đặc biệt là đối với những ngành mà tăng năng suất không phải do những yếu tố tự nhiên mà do con người sáng tạo ra quyết định. Nói cách khác, sử dụng, tạo ra, cải tiến và chuyên biệt hóa đầu vào có tầm quan trọng lớn hơn số lượng yếu tố đầu vào trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh.

Việc duy trì lợi thế cạnh tranh đầu vào phụ thuộc nhiều vào việc đầu vào đó là đầu vào cơ bản hay cao cấp; được sử dụng phổ biến hay mang tính chất chuyên ngành. Đầu vào cơ bản bao gồm nguồn tài nguyên, khí hậu, vị trí địa lý, lao động giản đơn và nguồn vốn tài chính. Đầu vào cao cấp bao gồm hệ thống hạ tầng viễn thông hiện đại, lao động có tay nghề và trình độ cao. Tầm quan trọng của đầu vào cơ bản trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh ngày một giảm do nhu cầu sử dụng chúng giảm dần và khả năng cung ứng hoặc tiếp cận tới chúng ngày càng mở rộng. Ngược lại, các đầu vào cao cấp hiện đang là những đầu vào quan trọng nhất giúp các doanh nghiệp tạo được lợi thế cạnh tranh trình độ cao, đó là lợi thế cạnh tranh dựa vào tính chất độc đáo sản phẩm và công nghệ. Số lượng các đầu vào này không nhiều do việc tạo ra chúng đòi hỏi phải đầu tư lớn và thường xuyên về nhân lực và vật lực và việc có được chúng không phải là điều dễ dàng. Do vậy, lợi thế cạnh tranh dựa vào đầu vào cao cấp ổn định hơn. Tuy nhiên, các

nhân tố đầu vào cao cấp của quốc gia lại được xây dựng từ các nhân tố đầu vào cơ bản.

Có loại đầu vào sử dụng chung cho tất cả các ngành, thí dụ như hệ thống đường cao tốc, vốn tín dụng, lao động có trình độ trung học. Có đầu vào chuyên ngành chỉ phù hợp với một số ít hoặc thậm chí là chỉ một ngành, như cơ sở hạ tầng có những tính chất đặc thù, tri thức của một chuyên ngành cụ thể, kỹ năng cụ thể. So với các đầu vào chung, các đầu vào chuyên ngành có vai trò quyết định và bền vững hơn trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh. Các đầu vào chung thường hỗ trợ tạo dựng các lợi thế cạnh tranh cấp thấp và thường có ở nhiều quốc gia. Các đầu vào chuyên ngành thường do tư nhân đầu tư, mang tính tập trung hơn và rủi ro lớn hơn, và do vậy khan hiếm hơn. Các đầu vào cao cấp thường là các đầu vào chuyên ngành. Tính chất chuyên ngành hoặc cao cấp của đầu vào thay đổi theo thời gian: những đầu vào hôm nay là những đầu vào chuyên ngành hoặc cao cấp, nhưng ngày mai có thể là các đầu vào phổ biến và cơ bản. Hơn nữa, như đã nêu, so với các đầu vào có nguồn gốc từ điều kiện tự nhiên, các đầu vào do con người tạo ra có tầm quan trọng lớn hơn trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh. Do vậy, lợi thế cạnh tranh phụ thuộc vào việc tạo ra các đầu vào.

Như vậy, có thể thấy rằng một quốc gia có thể duy trì lợi thế cạnh tranh dựa trên đầu vào khi quốc gia có các đầu vào cần thiết cho cạnh tranh trong ngành cụ thể nào đó là các đầu vào cao cấp và chuyên ngành. Các đầu vào có thể được tạo ra bởi các đơn vị tư nhân hoặc Chính phủ. Tuy nhiên, thực tế cho thấy khu vực tư nhân là khu vực có lợi thế trong việc tạo ra các đầu vào chuyên ngành và cao cấp vì họ hiểu rõ nhất lĩnh vực cạnh tranh của mình. Khu vực Chính phủ thường tập trung đầu tư tạo ra các đầu vào cơ bản và phổ biến. Trừ khi có mối quan hệ chặt chẽ với các ngành, khu vực Chính phủ nói chung thường không thành công trong việc đầu tư tạo ra các đầu vào chuyên ngành và cao cấp. Trên thực tế, không có quốc gia nào có thể tạo ra và cải tiến tất cả các loại đầu vào. Loại đầu vào nào cần được tự chế tạo và

cải tiến, làm thế nào để chế tạo và cải tiến đầu vào một cách có hiệu quả. Điều đó phụ thuộc vào các nhân tố khác của môi trường kinh doanh. Đó là điều kiện nhu cầu trong nước, hệ thống các ngành hỗ trợ và liên quan, mục tiêu của doanh nghiệp và bản chất của cạnh tranh.

Việc đánh giá năng lực cạnh tranh theo yếu tố đầu vào được xây dựng từ 5 nhóm đầu vào, đó là: nguồn nhân lực, nguồn tài nguyên thiên nhiên, nguồn tri thức, nguồn vốn và cơ sở hạ tầng. Mỗi nhóm yếu tố đầu vào lại bao gồm nhiều yếu tố cụ thể hơn.

Điều kiện nhu cầu trong nước

Thông qua các tác động tĩnh và động, nhu cầu trong nước xác định mức đầu tư, tốc độ và động cơ đổi mới của các doanh nghiệp trong nước. Ba khía cạnh của nhu cầu trong nước có ảnh hưởng lớn tới lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp là: bản chất của nhu cầu, dung lượng và mô hình tăng trưởng của nhu cầu và cơ chế lan truyền nhu cầu trong nước ra các thị trường quốc tế. Bản chất nhu cầu trong nước xác định cách thức doanh nghiệp nhận thức, lý giải và phản ứng trước nhu cầu của người mua. Bản chất nhu cầu tác động tới lợi thế cạnh tranh thông qua cấu trúc nhu cầu, mức độ đòi hỏi của người mua và tính hướng dẫn của nhu cầu.

Nhu cầu thường được chia thành nhiều phân đoạn. Một phân đoạn thị trường trong nước có dung lượng lớn có thể thu hút sự chú ý và ưu tiên đáp ứng của doanh nghiệp và cho phép họ khai thác hiệu quả kinh tế nhờ quy mô; sự đa dạng của phân đoạn thị trường giúp doanh nghiệp có kinh nghiệm phong phú để thâm nhập thị trường quốc tế, phân đoạn nhu cầu đòi hỏi lợi thế cạnh tranh cao cấp giúp doanh nghiệp thường xuyên cải tiến lợi thế cạnh tranh và duy trì vị trí trên phân đoạn thị trường đó. Người mua đòi hỏi cao sẽ tạo áp lực đáp ứng các tiêu chuẩn cao về chất lượng, đặc tính kỹ thuật và dịch vụ; tạo sức ép chuyển sang đáp ứng đoạn nhu cầu mới, cao cấp hơn và do đó nâng cao lợi thế cạnh tranh. Cuối cùng, nếu nhu cầu trong nước lan toả sang

các nước khác thì doanh nghiệp không chỉ được lợi từ sản phẩm mới đó mà còn được lợi từ việc tiếp cận đến khách hàng có yêu cầu cao.

Quy mô và mô hình tăng trưởng nhu cầu trong nước có tác dụng tăng cường lợi thế quốc gia. Tác động của quy mô thị trường đến lợi thế cạnh tranh không rõ ràng. Quy mô thị trường lớn có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh trong những ngành có hiệu quả kinh tế nhờ quy mô, do khuyến khích các doanh nghiệp trong nước tích cực đầu tư vào thiết bị, nhà xưởng sản xuất quy mô lớn, phát triển công nghệ và nâng cao năng suất. Mặt khác, quy mô thị trường lớn cũng có thể làm giảm sức ép bán hàng ra thị trường quốc tế và do đó làm giảm tính năng động của doanh nghiệp trong nước.

Mức độ cạnh tranh trong nước, một nhân tố khác của môi trường kinh doanh có vai trò quyết định đối với tác động tích cực hoặc tiêu cực của quy mô thị trường đến lợi thế cạnh tranh. Một khía cạnh khác của quy mô thị trường là số lượng người mua. Số lượng người mua ít có thể tạo ra lợi thế tĩnh, nhưng có thể làm giảm lợi thế động. Số lượng người mua nhiều sẽ tạo sự đa dạng về nhu cầu và sức ép cạnh tranh giữa họ, nhờ đó mở rộng thông tin thị trường và thúc đẩy doanh nghiệp cải tiến kỹ thuật. Hơn nữa, nhiều người mua sẽ làm giảm rủi ro khả năng mặc cả của người mua quá mạnh và do vậy khuyến khích các doanh nghiệp khác tham gia kinh doanh và đầu tư.

Tốc độ tăng trưởng nhu cầu trong nước nhanh sẽ kích thích doanh nghiệp áp dụng các công nghệ mới nhanh hơn vì làm giảm lo ngại rằng các kỹ thuật mới sẽ làm cho đầu tư hiện tại bỏ dư thừa. Một khía cạnh đáng lưu ý là nhu cầu bão hoà nhanh chóng cũng có thể tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trong nước, buộc các doanh nghiệp phải tiếp tục đổi mới và cải tiến, tạo sức ép giảm giá, tạo ra các đặc tính mới của sản phẩm, nâng cao hiệu quả sản xuất, tăng cường mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước, buộc các doanh

ng nghiệp phải giảm chi phí, loại bỏ các doanh nghiệp yếu nhất và số doanh nghiệp còn lại sẽ ít hơn nhưng là những doanh nghiệp mạnh hơn, đổi mới hơn.

Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan

Đối với mỗi doanh nghiệp, các ngành sản xuất hỗ trợ là những ngành sản xuất cung ứng đầu vào cho chuỗi hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Trong khi đó, các ngành sản xuất liên quan là những ngành mà doanh nghiệp có thể phối hợp hoặc chia sẻ các hoạt động thuộc chuỗi hoạt động sản xuất kinh doanh hoặc những ngành mà sản phẩm của chúng mang tính chất bổ trợ việc chia sẻ hoạt động thường diễn ra ở các khâu phát triển kỹ thuật, sản xuất, phân phối, tiếp thị hoặc dịch vụ. Nói chung, một quốc gia có lợi thế cạnh tranh trong nhiều ngành hỗ trợ và nhiều ngành liên quan sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Lợi thế cạnh tranh của các ngành hỗ trợ và liên quan sẽ tạo ra lợi thế tiềm tàng cho các doanh nghiệp như cung cấp trong thời gian ngắn và với chi phí thấp; duy trì quan hệ hợp tác liên tục; các nhà cung ứng giúp doanh nghiệp nhận thức các phương pháp và cơ hội mới để áp dụng công nghệ mới; ngược lại, doanh nghiệp ở khâu sau có cơ hội tác động tới những nỗ lực về kỹ thuật của các nhà cung ứng và là nơi kiểm chứng ý kiến đề xuất cải tiến của nhà cung ứng; trao đổi về nghiên cứu và phát triển để tìm ra các giải pháp nhanh hơn và hiệu quả hơn.

Hơn nữa, ngành hỗ trợ là chất xúc tác chuyển tải thông tin và đổi mới từ doanh nghiệp này đến doanh nghiệp khác, đẩy nhanh tốc độ đổi mới trong toàn bộ nền kinh tế. Tuy nhiên, một quốc gia không nhất thiết phải có lợi thế cạnh tranh trong tất cả các ngành hỗ trợ và liên quan để tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Những đầu vào không có tác động quan trọng tới sự đổi mới hoặc hiệu quả của sản phẩm hoặc công nghệ thì có thể nhập khẩu.

Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh

Khả năng cạnh tranh còn được quyết định bởi các yếu tố lý như mục tiêu, chiến lược và cách thức tổ chức doanh nghiệp. Lợi thế cạnh tranh thường là kết quả của việc kết hợp tất các yếu tố trên với cơ sở của lợi thế cạnh tranh. Hơn nữa, tình hình cạnh tranh trong nước có vai trò rất lớn trong quá trình đổi mới và thành công trên thị trường quốc tế. Những khác biệt về trình độ quản lý và kỹ năng tổ chức như trình độ học vấn và hướng đích của cán bộ quản lý, sức mạnh động cơ cá nhân, các công cụ ra quyết định, quan hệ với khách hàng, thái độ đối với hoạt động quốc tế, quan hệ giữa người lao động và bộ máy quản lý... tạo ra lợi thế hoặc bất lợi thế cho doanh nghiệp.

Mục tiêu của công ty bị tác động chủ yếu bởi cấu trúc sở hữu, động cơ của chủ sở hữu và chủ nợ, bản chất cơ cấu quản lý công ty, các khuyến khích tạo thành động cơ của người quản lý cấp cao. Động cơ của những người quản lý hoặc người lao động làm việc trong doanh nghiệp có thể tăng cường hoặc làm giảm lợi thế cạnh tranh. Vấn đề cần quan tâm là cả người quản lý và người lao động có động cơ phát triển kỹ năng của mình cũng như luôn nỗ lực để tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh. Các nhân tố quan trọng xác định ứng xử của cá nhân là hệ thống lương, thưởng; quan hệ giữa người quản lý hoặc người lao động và doanh nghiệp; thường xuyên đầu tư tăng cường kỹ năng, hiểu biết tốt hơn về ngành kinh doanh, trao đổi ý tưởng giữa các bộ phận...

Cạnh tranh trong nước có tác động mạnh hơn cạnh tranh quốc tế trong những trường hợp mà cải tiến và đổi mới là yếu tố cơ bản của lợi thế cạnh tranh. Cạnh tranh trong nước tạo ra những lợi ích như: sự thành công của một doanh nghiệp tạo sức ép phải cải tiến đối với các đối thủ cạnh tranh hiện tại và thu hút đối thủ mới nhập cuộc; sức ép cạnh tranh không chỉ vì lý do kinh tế thuần túy, mà còn vì lý do danh dự và cá nhân; tạo sức ép bán hàng ra thị trường nước ngoài, đặc biệt

khi có yếu tố hiệu quả kinh tế nhờ quy mô; đó là bước chuẩn bị tốt để khi phải chịu áp lực cạnh tranh ở nước ngoài.

Tạo ra sức ép làm thay đổi cách thức cải tiến lợi thế cạnh tranh: lợi thế cạnh tranh dựa nhiều hơn vào tính chất độc đáo của sản phẩm, hàm lượng công nghệ hơn là lợi thế về tài nguyên và chi phí lao động thấp (vốn không phải là điều mong muốn khi cần cải thiện đời sống cho nhân dân). Toàn bộ ngành công nghiệp sẽ tiến bộ nhanh hơn do những ý tưởng mới được phổ biến và ứng dụng nhanh hơn. Tình trạng có nhiều đối thủ cạnh tranh có thể khắc phục được một số điểm bất lợi là thiếu đối thủ cạnh tranh tạo sức ép buộc Chính phủ phải đưa ra nhiều hình thức hỗ trợ như trợ cấp, bảo hộ sản xuất trong nước thiếu hợp lý hoặc ưu đãi một doanh nghiệp trong nước nào đó, làm giảm tính năng động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, bản thân số lượng các đối thủ cạnh tranh trong nước chưa đủ để đảm bảo thành công, vấn đề là phải cạnh tranh có hiệu quả. Hơn nữa, trong trường hợp một nước nhỏ và ít đối thủ cạnh tranh trong nước thì thị trường trong nước hoàn toàn mở cửa cùng với chiến lược kinh doanh quốc tế có thể là giải pháp thay thế hữu hiệu.

Vai trò của Chính phủ đối với lợi thế cạnh tranh quốc gia

Chính phủ có thể tác động tới lợi thế cạnh tranh của quốc gia thông qua 4 nhóm nhân tố xác định lợi thế cạnh tranh là điều kiện các nhân tố đầu vào, nhu cầu trong nước, các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan, và chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh. Các tác động của Chính phủ có thể là tích cực hoặc tiêu cực. Chính phủ có thể tác động tới các điều kiện đầu vào thông qua các công cụ trợ cấp, chính sách thị trường vốn, chính sách giáo dục, y tế...

Vai trò của Chính phủ đối với nhu cầu trong nước thường phức tạp hơn, có thể thúc đẩy hoặc gây bất lợi cho lợi thế cạnh tranh. Các cơ quan Chính phủ có thể xác lập các tiêu chuẩn hoặc quy định về sản phẩm trong nước có ảnh hưởng lớn tới cầu của người mua; Chính phủ

cũng có thể là người mua lớn đối với nhiều loại hàng hóa. Chính phủ có thể kiến tạo hệ thống các ngành hỗ trợ và liên quan theo rất nhiều cách khác nhau, ví dụ như kiểm soát phương tiện quảng cáo hoặc các quy định về các dịch vụ hỗ trợ. Chính phủ cũng có thể tác động tới chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh bằng các công cụ như các quy định về thị trường vốn, chính sách thuế và luật chống độc quyền.

Vai trò điều hành của Chính phủ được xác định trên các mặt sau đây:

Thứ nhất là định hướng phát triển thông qua chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển kinh tế. Định hướng phát triển phải đóng vai trò như là một kim chỉ nam hướng dẫn các quyết định, hành động và quan niệm của tất cả các đối tượng trong nền kinh tế.

Thứ hai là tạo môi trường pháp lý và kinh tế cho các chủ thể kinh tế hoạt động và cạnh tranh lành mạnh.

Thứ ba là điều tiết hoạt động và phân phối lợi ích một cách công bằng thông qua việc sử dụng các công cụ ngân sách, thuế khóa, tín dụng v.v... Tăng trưởng kinh tế không phải mục đích tự thân, mà là phương tiện mang lại một cuộc sống tốt đẹp hơn. Do vậy điều hành của Chính phủ còn phải chú trọng vào các giá trị như công bằng xã hội, bình đẳng và cơ hội ngang bằng cho mọi người.

Thứ tư là kiểm tra, kiểm soát các hoạt động kinh tế theo đúng pháp luật và chính sách đề ra...

Vai trò của cơ hội

Các thành phần của lợi thế quốc gia định hình môi trường cạnh tranh trong những ngành cụ thể. Tuy nhiên, cơ hội là những sự kiện xảy ra ít liên quan đến tình trạng hiện tại của quốc gia và thường nằm ngoài phạm vi ảnh hưởng của các công ty (và thường cả của Chính phủ). Những cơ hội đặc biệt quan trọng ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh như sự thay đổi bất ngờ về công nghệ (như công nghệ sinh học,

công nghệ vi điện tử); Thay đổi về chi phí đầu vào như tăng giá đột ngột dầu mỏ; Thay đổi đáng kể trên thị trường chứng khoán thế giới, tỷ giá hối đoái; Tăng mạnh của cầu thế giới hay khu vực; Quyết định chính trị của các Chính phủ nước ngoài

Các cơ hội rất quan trọng vì chúng tạo ra sự thay đổi bất ngờ cho phép dịch chuyển vị thế cạnh tranh. Chúng có thể xóa đi lợi thế của những công ty thành lập trước đó và tạo ra tiềm năng mà các công ty mới có thể khai thác để có được lợi thế đáp ứng những điều kiện mới và khác biệt.

Các thành phần của lợi thế cạnh tranh quốc gia sẽ cùng nhau tạo nên một hệ thống mạnh để duy trì lợi thế cạnh tranh. Tuy nhiên, ở một mức độ nhất định, hệ thống này thường hướng theo một cơ cấu ngành nhất định. Do đó, cần phải có sự đột biến để đủ thay đổi những cơ sở của lợi thế và tạo ra đủ để cho phép một mô hình kim cương mới thay thế mô hình kim cương cũ.

Các cơ hội cũng thực hiện vai trò của mình một phần thông qua thay đổi các điều kiện của mô hình kim cương. Chẳng hạn, những thay đổi về chi phí đầu vào hay tỷ giá hối đoái tạo ra những bất lợi thế về nhân tố sẽ có tác dụng thúc đẩy những giai đoạn đổi mới mạnh mẽ. Cạnh tranh theo quan điểm này có thể nâng cao mức độ và tính khẩn cấp của các khoản đầu tư khoa học trong nước (hình thành nhân tố) và thay đổi quan hệ khách hàng (các điều kiện về cầu).

III. LỢI ÍCH CỦA NGOẠI THƯƠNG

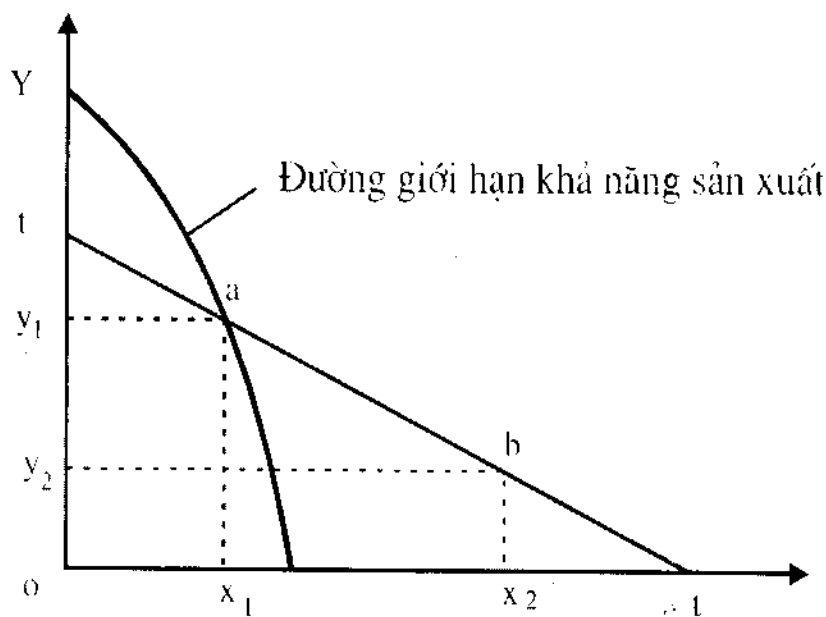
1. Đối với quốc gia

Ngoại thương dẫn tới sự tăng lên của những loại hàng hóa có thể tiêu dùng được trong nền kinh tế bằng hai cách:

1. Cho phép khối lượng hàng tiêu dùng khác với số hàng sản xuất ra.

2. Cho phép một sự thay đổi có lợi phù hợp trong các đặc điểm của sản xuất. Đồ thị biểu diễn lợi ích của thương mại chia làm hai giai đoạn.

Hình 1.10a. Đường giới hạn khả năng sản xuất - Sản xuất cố định



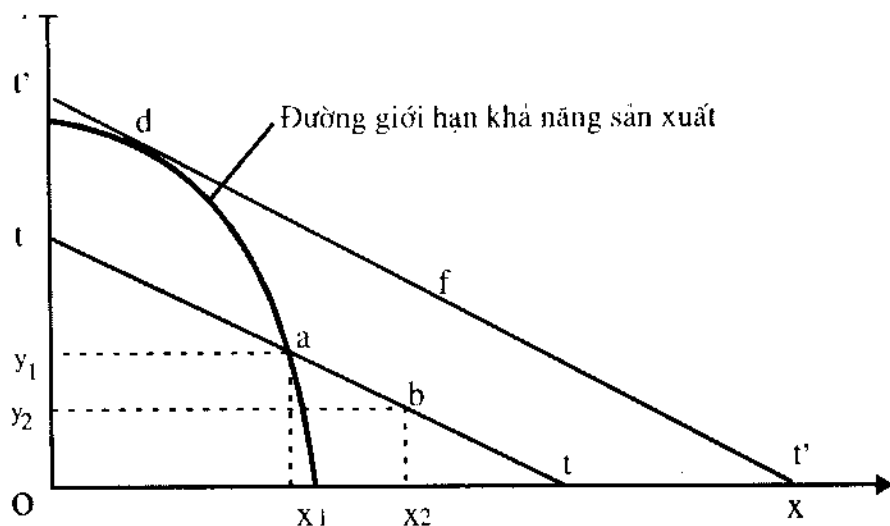
(1) *Sản xuất cố định*: Đường đen đậm là giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế. Nếu không có ngoại thương, nền kinh tế phải tiêu dùng hết số lượng hàng sản xuất ra. Khi ấy đường giới hạn khả năng sản xuất cũng là đường giới hạn khả năng tiêu dùng.

Giả sử rằng nền kinh tế sản xuất và tiêu dùng tại thời điểm a một lượng hàng x_1 của sản phẩm X, một lượng hàng y_1 của sản phẩm Y, như mô tả trên biểu đồ.

Lại giả sử rằng ở thời điểm sản xuất a, hàng Y có thể đổi lấy hàng X qua con đường ngoại thương. Khả năng tiêu thụ bây giờ được biểu diễn bằng đường tt đi qua điểm a. Độ dốc của đường tt chỉ ra lượng hàng Y đổi lấy một đơn vị hàng X trên thị trường quốc tế.

Mặc dù là sản xuất cố định ở a , mức tiêu dùng có thể ở bất kỳ điểm nào trên đường tt . Ví dụ, điểm tiêu dùng có thể là b . Điều này đạt được bằng cách xuất khẩu $y_1 - y_2$ sản phẩm Y và nhập khẩu $x_2 - x_1$ đơn vị sản phẩm X . Do điểm b (và tất cả những điểm khác trên đường tt phía bên phải của điểm a) nằm bên ngoài của đường giới hạn khả năng sản xuất, cho nên ở đây có lợi ích thương mại tiềm tàng. Người tiêu dùng không còn bị giới hạn bởi khả năng sản xuất của nước mình nữa. Lợi ích thương mại ở đây được thể hiện ở chỗ do đổi một số sản phẩm của Y lấy một lượng hàng hóa của X . Và như vậy, người dân sẽ tiêu dùng nhiều sản phẩm X hơn lượng hàng sản xuất trong nước.

Hình 1.10b. Đường giới hạn khả năng sản xuất - Sản xuất thay đổi



(2) *Sản xuất thay đổi*: Có một cơ hội khác để mở rộng khả năng tiêu dùng của đất nước. Qua ngoại thương, lượng hàng hóa sản xuất ra có thể thay đổi một cách có lợi dựa trên cơ sở giá cả trên thị trường thế giới. Trong nước có thể sản xuất những loại hàng hóa có giá trị trên thị trường quốc tế.

Điều này có thể biểu diễn bằng việc thay đổi điểm sản xuất từ a sang d và bằng cách đó tăng mức độ chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm Y của đất nước. Đối với bất kỳ điểm nào trên đường biểu diễn

khả năng tiêu dùng ban đầu tt, có điểm tương ứng trên thị trường tt, cho phép tiêu dùng nhiều hơn cả hai loại sản phẩm, nghĩa là so sánh điểm b và f. Cũng cần lưu ý rằng, ngoại trừ điểm d không có ngoại thương, khả năng tiêu dùng luôn luôn nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất ở bất kỳ điểm nào.

Lợi ích của việc chuyển đổi từ tình trạng không có ngoại thương (a), sang tình trạng ngoại thương (b) hoặc (f) là những lợi ích của ngoại thương đối với đất nước. Khi việc sản xuất sản phẩm Y tăng lên và sản phẩm X giảm xuống, đất nước có thể chuyển tới những điểm như f bằng cách sản xuất nhiều hàng hóa Y, là loại hàng mà đất nước có lợi thế so sánh và đổi lấy sản phẩm bổ sung của X thông qua ngoại thương.

Các nguồn lợi ích khác từ ngoại thương là:

- Đa dạng hóa sản phẩm (nhằm phân tán rủi ro)
- Đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô (lợi ích hiệu quả từ việc tăng qui mô).
- Lợi ích thúc đẩy cạnh tranh (giảm nguồn lợi thị trường của các công ty trong nước)
- Hợp lý hóa sản xuất, phân phối (loại bỏ các công ty kém hiệu quả)
- Tăng tốc độ, phong phú về sản phẩm có lợi cho người tiêu dùng và sản xuất.

Ngoại thương và đặc biệt là ngoại thương gắn với đầu tư trực tiếp của nước ngoài làm giảm mức độ rủi ro liên quan đến điều kiện sản xuất và rủi ro liên quan đến thị trường. Chừng nào các thị trường còn chưa được hội nhập hoàn toàn (ví dụ toàn cầu hóa không hoàn hảo), việc trao đổi bằng hàng hóa, dịch vụ và các yếu tố sản xuất sẽ giúp làm giảm những rủi ro đó.

Đối với các hàng hóa dị biệt, thương mại quốc tế cho phép phù hợp hơn giữa nhu cầu và mức cung các sản phẩm đó. Nhưng một yếu tố cấu thành lợi ích khác là giá cả giảm nhờ vào cạnh tranh nhiều hơn.

2. Đối với các doanh nghiệp

Hầu hết các lý thuyết thương mại đều tiếp cận hoàn cảnh chung của một nước. Họ thường bắt đầu một câu hỏi như tại sao nước Anh hay Việt Nam lại nên buôn bán. Lợi thế mà một quốc gia có được nhờ ngoại thương là rõ ràng. Nhưng ngoại thương không bắt đầu khi các doanh nghiệp không nhận thấy có cơ hội xuất khẩu và nhập khẩu. Do các doanh nghiệp hạn chế về nguồn tài nguyên, nên họ phải cân trọng khi quyết định sử dụng tài nguyên này ở trong nước hay ở nơi nào đó trên thế giới. Chỉ khi nào doanh nghiệp thấy rằng sử dụng nguồn tài nguyên ở nước ngoài có lợi ích lớn hơn thì họ mới chuyển sang khai thác ở nước ngoài. Do đó, phải hiểu tại sao kinh doanh xảy ra thì ta phải hiểu được lợi thế thương mại của kinh doanh cá nhân.

Động lực xuất khẩu của doanh nghiệp

+ Sử dụng khả năng dư thừa

Các doanh nghiệp thường tính đến khả năng sản xuất trước mắt và lâu dài. Vì thế họ thường tính toán khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu nội địa. Nhưng khả năng sản xuất vượt quá nhu cầu nội địa là điều thường xảy ra.

Việc chuyển tài nguyên hay khả năng sản xuất sang quy trình sản xuất hàng hóa khác có nhu cầu trong nước là khó khăn. Vì vậy, doanh nghiệp tìm kiếm lợi ích từ thị trường ngoài nước nhằm tận dụng khả năng sản xuất dư thừa. Hơn nữa, những nước nhỏ có khuynh hướng thương mại nhiều hơn những nước lớn. Lý do là kỹ thuật sản xuất đòi hỏi doanh nghiệp phải sản xuất với quy mô lớn nếu họ muốn có hiệu quả lớn hơn nhu cầu thị trường nội địa.

+ Giảm chi phí

Một doanh nghiệp có thể giảm được 20% - 30% chi phí mỗi lần sản lượng của nó được tăng gấp hai lần. Chẳng hạn, chúng ta giảm được 20% chi phí. Nếu chi phí ban đầu là 100 đồng/đơn vị, thì đơn vị thứ 2 sẽ có chi phí là 80 đồng, và thứ 3 là 64 đồng... Sự giảm giá có thể thực hiện được là do: 1) Trang trải chi phí cố định nhờ có sản lượng lớn hơn; 2) Gia tăng hiệu quả nhờ kinh nghiệm sản xuất với số lượng lớn; 3) Vận chuyển và mua nguyên liệu với số lượng lớn. Nhờ giảm được chi phí mà hàng hóa của doanh nghiệp có sức cạnh tranh. Một cách để doanh nghiệp có thể gia tăng sản lượng của mình là nó cần khẳng định trên thị trường toàn cầu hơn là thị trường nội địa.

+ Lợi ích nhiều hơn

Doanh nghiệp có thể bán sản phẩm ở cả thị trường nội địa và thị trường ngoài nước. Nhưng họ có thể có lợi ích nhiều hơn ở nước ngoài. Sở dĩ lợi nhuận thu được ở thị trường ngoài nước nhiều hơn vì môi trường cạnh tranh ở nước ngoài, giai đoạn chu kỳ sống của sản phẩm ở nước ngoài khác trên thị trường nội địa. Một sản phẩm đang ở giai đoạn chín muồi ở trong nước làm cho giá cả giảm xuống, trong khi đó ở thị trường nước ngoài đang trong giai đoạn phát triển, nên việc giảm giá là không cần thiết. Một lý do khác có thể làm cho lợi nhuận lớn hơn là do có sự khác nhau về chính sách của Chính phủ trong nước và nước ngoài về thuế khóa hay sự điều chỉnh giá.

+ Phân tán các rủi ro

Bằng cách mở rộng thị trường ra nước ngoài, nhà sản xuất có thể tối thiểu hóa các biến động về nhu cầu, có được cơ hội này do chu kỳ kinh doanh thay đổi từ nước này qua nước khác, và vì các sản phẩm có thể nằm trong những giai đoạn khác nhau trong chu kỳ sống của chúng ở các nước khác nhau. Do mở rộng thị trường nhà sản xuất có thêm nhiều khách hàng và do đó họ có thể giảm được nguy cơ bị mất bất kỳ một khách hàng riêng rẽ nào hay một ít khách hàng.

+ Cơ hội nhập khẩu

Việc kinh doanh có thể đến từ phía nhà xuất khẩu hay nhập khẩu. Công việc kinh doanh được thúc đẩy có thể từ phía nhà nhập khẩu vì họ đang tìm kiếm nguồn cung cấp rẻ hay các bộ phận có chất lượng hơn để sử dụng cho quy trình sản xuất của họ. Hoặc doanh nghiệp đang tìm kiếm mặt hàng mới từ nước ngoài để bổ sung cho mặt hàng đang có của họ, nhằm tăng doanh số bán. Nhờ có nguồn cung cấp nguyên liệu phù hợp và rẻ sẽ giúp doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường xuất khẩu.

Bằng cách mở rộng các nhà phân phối ở ngoài nước, doanh nghiệp sẽ tránh được nguy cơ phải phụ thuộc vào bất kỳ nhà cung cấp nào.

IV. NGOẠI THƯƠNG CỦA MỘT NỀN KINH TẾ MỞ QUY MÔ NHỎ

1. Điều kiện chấp nhận giá

Nhiều nước, bao gồm cả Việt Nam là những diễn viên quá nhỏ bé trên thương trường quốc tế, để có thể ảnh hưởng tới giá cả của những loại hàng hóa mà nước đó xuất hoặc nhập khẩu. Giá cả quốc tế xe hơi Mét-xe-đét của Đức, máy ghi âm của Nhật Bản hoặc máy tính IBM của Mỹ sẽ không bị ảnh hưởng nếu người tiêu dùng Việt Nam mua ít hoặc nhiều hơn các loại sản phẩm đó. Cũng tương tự như vậy, giá cả của các hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam bị chèn ép bởi sự tồn tại của những sản phẩm tương tự được sản xuất ở nơi khác trên thế giới. Các nhà sản xuất Việt Nam không thể chi phối giá cả một cách đáng kể bằng cách từ chối sự cung cấp nào đó cho thị trường bên ngoài. Như vậy, hầu như nhà xuất nhập khẩu Việt Nam đi gần tới tình trạng của người phải chấp nhận giá của cả thị trường xuất và nhập khẩu.

Những điều kiện mà tất cả những nền kinh tế nhỏ và hầu hết những nền kinh tế cỡ vừa phải đối mặt trên thị trường, được hình thành

trong mô hình của nền kinh tế mở quy mô nhỏ, đó là một nền kinh tế chấp nhận giá cho cả hàng xuất khẩu và nhập khẩu.

Việc xem xét Việt Nam như một nền kinh tế mở quy mô nhỏ là một sự đơn giản hóa. Các hàng hóa sản xuất ra thông thường khác biệt và được bán dưới điều kiện của cạnh tranh độc quyền hoặc độc quyền nhóm. Tuy nhiên, như một diễn viên nhỏ trên thị trường thế giới và chỉ là một trong nhiều nhà sản xuất loại hàng hóa khác nhau. Khả năng thay đổi giá mà vẫn duy trì sự bán hàng là rất hạn chế do sự tồn tại của những loại hàng cạnh tranh tương tự được sản xuất ở các nước khác.

2. Ngoại thương của một nền kinh tế mở, quy mô nhỏ

Bây giờ, chúng ta có thể sử dụng việc phân tích cung và cầu để chỉ ra số lượng hàng xuất khẩu và nhập khẩu được xác định như thế nào ở một nền kinh tế mở quy mô nhỏ. Trước hết, ta chia tất cả hàng hóa làm hai loại:

- Những hàng hóa và dịch vụ mậu dịch là loại hàng hóa và dịch vụ đi vào nền thương mại quốc tế. Đối với một nền kinh tế quy mô nhỏ, giá cả của loại hàng hóa này được xác định khi chúng được đưa vào thị trường quốc tế.

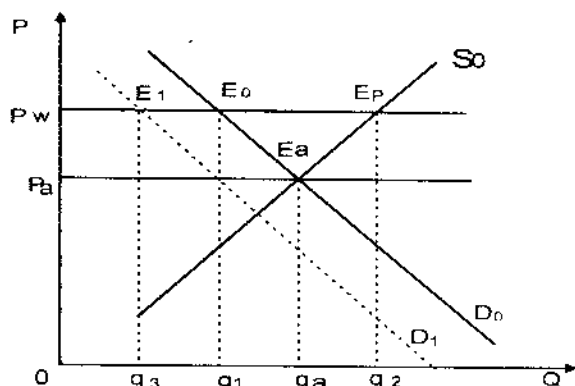
- Những hàng hóa và dịch vụ phi mậu dịch là loại hàng hóa và dịch vụ được sản xuất và bán trong nước nhưng không đi vào luồng thương mại quốc tế. Giá của nó được xác định trên thị trường trong nước bằng khả năng cung và cầu trong nước và chúng không bị ảnh hưởng bởi điều kiện thị trường của cùng loại sản phẩm ở nước khác.

Xuất khẩu

Hình 1.11 chỉ ra đường cung và cầu trong nước đối với một loại hàng hóa điển hình. Đối với một nền kinh tế mở quy mô nhỏ, giá cả trên thị trường thế giới được xác định trước và đất nước có thể mua hoặc bán mọi thứ mà nước đó muốn ở giá đó. Chú ý rằng ngoại thương làm nâng giá các hàng xuất khẩu lên trên mức của tình trạng tự cung

tự cấp. Cũng cần lưu ý rằng sự cân bằng sẽ không có nữa khi mà lượng hàng cầu cân bằng với lượng hàng cung trong nước, thay vào đó, giá cân bằng sẽ là giá quốc tế, và lượng hàng cung vượt quá lượng hàng cầu ở giá đó sẽ được xuất khẩu.

Hình 1.11. Xuất khẩu trong một nền kinh tế mở quy mô nhỏ



Hàng xuất khẩu của một nền kinh tế mở quy mô nhỏ là sự khác nhau giữa hàng cung và cầu trong nước tính theo giá quốc tế. Các đường D_0 và S_0 là đường cầu và cung trong nước đối với một hàng hóa xuất khẩu điển hình. Sự cân bằng tự cung tự cấp sẽ là điểm E_a khi mà lượng hàng a được sản xuất và tiêu thụ trong nước với giá P_a .

Nếu có ngoại thương xảy ra ở mức giá P_w , sự cân bằng tiêu dùng sẽ ở E_0 , với lượng tiêu dùng q_1 trong khi cân bằng sản xuất ở E_p . Sự chênh lệch giữa lượng hàng sản xuất và tiêu dùng trong nước $q_2 - q_1$, sẽ được xuất khẩu.

Nếu nhu cầu trong nước chuyển sang D_1 , sự cân bằng tiêu dùng chuyển sang E_1 với tiêu dùng trong nước q_3 . Với mức sản xuất không đổi trong nước E_p , lượng hàng xuất khẩu sẽ tăng lên $q_2 - q_3$.

Nhập khẩu

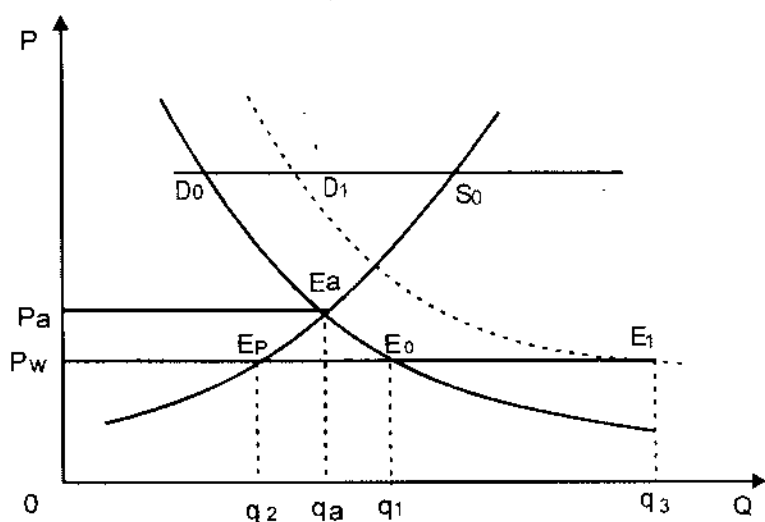
Hình 1-12 trình bày đường cung và cầu trong nước đối với một loại hàng hóa nhập khẩu điển hình. Nếu việc nhập khẩu xảy ra, giá trên thế giới phải thấp hơn giá của tình trạng tự cung tự cấp.

Cũng chú ý một lần nữa, sự cân bằng không phải là ở chỗ lượng hàng cung và cầu trong nước bằng nhau; giá được xác định bởi giá thế

giới là lượng hàng cầu vượt quá lượng hàng cung trong nước được đáp ứng bằng nhập khẩu.

Ở hình 1-12, đường D_0 và S_0 là đường cầu và đường cung trong nước đối với một loại hàng nhập khẩu điển hình. Sự cân bằng tại E_a , khi mà lượng hàng q_a được sản xuất trong nước

Hình 1.12. Nhập khẩu trong một nền kinh tế mở quy mô nhỏ



và tiêu dùng trong nước ở mức giá p_a . Nói khác đi, tại E_a (p_a , q_a) cân bằng cung cầu với tình trạng tự cung tự cấp.

Nếu có ngoại thương (có việc nhập khẩu hàng này), có thể xảy ra ở mức giá p_w , mức cân bằng tiêu dùng sẽ ở E_0 với q_1 hàng tiêu thụ. Khi ở giá p_w mức cân bằng sản xuất ở E_p với lượng hàng q_2 được sản xuất ra. Mức sản xuất thấp hơn mức tiêu thụ trong nước, lượng hàng $q_1 - q_2$ sẽ được nhập khẩu. Nếu mức cầu trong nước chuyển sang D_1 , mức cân bằng tiêu thụ chuyển sang E_1 với lượng hàng q_3 , với mức sản xuất trong nước không đổi, hàng nhập khẩu tăng lên $q_3 - q_2$.

Đối với một nền kinh tế mở, sự cân bằng trên một thị trường xác định là không đổi đối với sự khác nhau về cung và cầu trong nước. Nếu ở mặt bằng giá quốc tế, lượng hàng cầu vượt quá lượng hàng cung trong nước, loại hàng đó sẽ được nhập khẩu; nếu lượng hàng cung vượt quá lượng hàng cầu trong nước ở mức giá này hàng đó sẽ được xuất khẩu.

Hiệu quả của sự thay đổi cung và cầu trong nước.

Giả sử rằng thị hiếu của người tiêu dùng trong nước có sự thay đổi. Ở một giá và giá trị xác định nào đó của những yếu tố khác có ảnh hưởng tới lượng hàng cầu, người tiêu dùng quyết định tiêu thụ ít đi loại hàng xuất khẩu và nhiều lên loại hàng nhập khẩu. Quyết định này được chỉ ra ở hình 1.11 khi mà đối với hàng xuất khẩu chuyển sang trái và ở hình 1.12 khi mà nhu cầu đối với hàng nhập khẩu chuyển sang phải. Ở mặt bằng giá quốc tế, những thay đổi đó dẫn tới sự tăng lên của lượng hàng được xuất khẩu (hình 1-11) và của lượng hàng được nhập khẩu (hình 1-12).

Do giả thiết rằng mô hình kinh tế mà chúng ta nghiên cứu là nhỏ so với toàn thế giới, những thay đổi về cầu của đất nước không gây ảnh hưởng rõ rệt đối với mặt bằng giá quốc tế. Kết quả chỉ có sự thay đổi về lượng hàng xuất khẩu và nhập khẩu. Giả định giá cả thế giới không đổi, nghĩa là nước đó có thể mua hoặc bán bất kỳ lượng hàng hóa nào mà nước đó muốn ở thị trường thế giới. Hiệu quả của những thay đổi về cầu trong nước cũng có thể được nghiên cứu. Ví dụ, sự tăng lương trong nước sẽ làm tăng chi phí sản xuất của cả hai loại hàng xuất khẩu và nhập khẩu. Điều đó sẽ làm giảm lượng hàng cung trong nước ở mỗi mức giá, nghĩa là đường cung đi lên. Người đọc có thể kiểm tra để thấy giả thiết này, sẽ dẫn đến sự tăng lên của lượng hàng nhập khẩu và sự giảm xuống của lượng hàng xuất khẩu. Đồng thời, chúng ta cũng thấy rằng sự tăng lên về hàng nhập khẩu và sự giảm đi về xuất khẩu sẽ dẫn đến sự điều chỉnh tỷ giá hối đoái, và do vậy sẽ giữ lại sự cân bằng trước đây giữa nhập khẩu và xuất khẩu.

Kết quả chính yếu rút ra được ở đây là: *Trong nền kinh tế mở quy mô nhỏ, nếu mọi yếu tố khác cân bằng, thì sự thay đổi về cung và cầu sẽ dẫn tới sự thay đổi về số hàng xuất khẩu và nhập khẩu hơn là thay đổi về giá trong nước.*

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Các nhà trọng thương xem xét lợi ích của thương mại quốc tế trên khía cạnh nào? Lý thuyết này được vận dụng trong hoàn cảnh nào?
2. “Một nước có lợi thế tuyệt đối mới có được lợi ích trong buôn bán quốc tế”. Kết luận như vậy có đúng không? Vì sao?
3. Lấy ví dụ chứng minh: “Lợi thế tuyệt đối nếu thiếu lợi thế so sánh thì không thể có lợi ích thương mại”?
4. Lợi thế so sánh do đâu mà có? Lợi thế so sánh có thể thay đổi được không? Nếu có thì thay đổi theo hướng nào?
5. Hãy trình bày những đóng góp của các lý thuyết cổ điển về thương mại quốc tế trong việc giải thích nguồn gốc lợi ích của ngoại thương?
6. Hãy nêu mặt hạn chế của các lý thuyết cổ điển về thương mại quốc tế?
7. Trình bày nội dung cơ bản của lý thuyết về vòng đời quốc tế của sản phẩm?
8. Trình bày nội dung cơ bản của lý thuyết về lợi thế cạnh tranh quốc gia của M.Porter.
9. Hãy trình bày những lợi ích mà ngoại thương mang lại?
10. Lợi ích do ngoại thương mang lại bắt nguồn từ đâu?
11. Đặc điểm của ngoại thương trong một nền kinh tế mở có qui mô nhỏ?
12. Giải thích lý do tại sao các doanh nghiệp lại tham gia hoạt động thương mại quốc tế?

CHƯƠNG 3.

MỐI QUAN HỆ GIỮA NGOẠI THƯƠNG VÀ CÁC LĨNH VỰC QUAN TRỌNG CỦA NỀN KINH TẾ

I. CHỨC NĂNG VÀ NHIỆM VỤ CỦA NGOẠI THƯƠNG

1. Chức năng của ngoại thương

Chức năng của một ngành kinh tế là một phạm trù khách quan, được hình thành trên cơ sở phát triển của lực lượng sản xuất và trình độ phân công lao động xã hội. Cần phân biệt chức năng với nhiệm vụ. Nếu như chức năng của ngoại thương mang tính khách quan, thì nhiệm vụ của nó lại được xác định trên cơ sở chức năng và phụ thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội của từng giai đoạn. Nhiệm vụ là sự quy định cụ thể công việc phải làm trong từng thời kỳ nhất định. Nó thay đổi tùy thuộc vào sự thay đổi những điều kiện thực hiện chức năng. Nhiệm vụ không chỉ cụ thể hóa chức năng, mà còn bao gồm cả những nội dung ngoài chức năng.

“Ngoại thương thực hiện chức năng lưu thông hàng hóa giữa trong nước với nước ngoài”.

Tuy vậy, ở đây cần phân biệt chức năng của “lưu thông hàng hóa với nước ngoài” với tư cách là một khâu của quá trình tái sản xuất xã hội, với chức năng của ngoại thương với tư cách là một lĩnh vực kinh tế.

Là một khâu của quá trình tái sản xuất xã hội, ngoại thương có thể có các chức năng sau:

Thứ nhất: Tạo vốn cho quá trình mở rộng vốn đầu tư trong nước.

Thứ hai: Chuyển hóa giá trị sử dụng làm thay đổi cơ cấu vật chất của tổng sản phẩm xã hội và thu nhập quốc dân được sản xuất trong nước và thích ứng chúng với nhu cầu của tiêu dùng và tích lũy.

Thứ ba: Góp phần nâng cao hiệu quả của nền kinh tế bằng việc tạo môi trường thuận lợi cho sản xuất, kinh doanh.

Là một lĩnh vực kinh tế đảm nhận khâu lưu thông hàng hóa giữa trong nước với nước ngoài, chức năng cơ bản của ngoại thương là: Tổ chức chủ yếu quá trình lưu thông hàng hóa với bên ngoài, thông qua mua bán để nối liền một cách hữu cơ theo kế hoạch giữa thị trường trong nước với thị trường nước ngoài, thoả mãn nhu cầu của sản xuất và của nhân dân về hàng hóa theo số lượng, chất lượng, mặt hàng, địa điểm và thời gian phù hợp với chi phí ít nhất.

Trong khi thực hiện chức năng lưu thông hàng hóa với bên ngoài, ngoại thương phải chú trọng cả giá trị và giá trị sử dụng hàng hóa. Việc thoả mãn nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng của dân cư chỉ được thực hiện bằng giá trị sử dụng hàng hóa. Do vậy mối quan tâm hàng đầu của ngoại thương chính là việc đưa đến cho sản xuất và tiêu dùng trong nước những giá trị sử dụng phù hợp với số lượng và cơ cấu nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng. Tuy vậy, trước khi được thực hiện với tư cách là giá trị sử dụng thì hàng hóa đã được thực hiện với tư cách là giá trị. Việc thay đổi hình thái giá trị hàng hóa thông qua mua bán không những là phương tiện và điều kiện để thực hiện giá trị sử dụng hàng hóa, mà còn tạo khả năng tái sản xuất mở rộng các giá trị sử dụng, nhờ vào tăng nhanh tốc độ chu chuyển hàng hóa, rút ngắn thời gian lưu thông, góp phần tăng tốc độ của toàn bộ quá trình tái sản xuất xã hội.

Để thực hiện chức năng quan trọng trên ngoại thương cần có sự quản lý của Nhà nước. Nhà nước quản lý hoạt động ngoại thương theo một cơ chế thích hợp cho từng thời kỳ phát triển. Trong cơ chế quản lý kinh tế theo mô hình kế hoạch hóa tập trung, quản lý Nhà nước về ngoại thương hoàn toàn khác quản lý ngoại thương trong cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước trong việc mua bán hàng hóa, dịch vụ.

2. Nhiệm vụ của ngoại thương

2.1. Những căn cứ xác định nhiệm vụ của ngoại thương

a) Chức năng của ngoại thương

Chức năng lưu thông đối ngoại quyết định tính chất đặc thù của ngoại thương so với các ngành kinh tế quốc dân khác. Đó là một lĩnh vực hoạt động mà đối tượng phục vụ là thị trường nội địa và đối tượng hoạt động là thị trường ngoài nước. Nhiệm vụ của ngoại thương phải xoay quanh việc phục vụ cho yêu cầu phát triển kinh tế trong nước.

b) Đặc điểm kinh tế - xã hội cơ bản của nước ta đang tác động mạnh mẽ đến hoạt động của ngoại thương

Thứ nhất, nước ta đang trong quá trình từ một nền sản xuất nhỏ phổ biến đi lên chủ nghĩa xã hội.

Đặc điểm này một mặt nói lên khó khăn của ta trong việc tham gia vào phân công lao động quốc tế, ảnh hưởng đến cung, cầu về hàng hóa, mặt khác nói lên tính cấp thiết, tất yếu của mở rộng ngoại thương và tham gia thị trường thế giới để tạo tiền đề cho phát triển sản xuất hàng hóa ở nước ta.

Thứ hai, nền kinh tế nước ta là một nền kinh tế có nhiều thành phần tham gia như quốc doanh, tư nhân ...và hợp tác giữa các thành phần đó. Sự hoạt động của các thành phần kinh tế trong quá trình sản xuất, lưu thông hàng hóa đương nhiên diễn ra sự cạnh tranh và cả sự hợp tác trên thị trường trong và ngoài nước. Điều này đòi hỏi phải có

hình thức tổ chức quản lý và chính sách phù hợp với sự phát triển của các mối quan hệ đó.

c) Bối cảnh quốc tế

Bối cảnh quốc tế trong những năm 90 có những thay đổi lớn và tác động sâu sắc đến nước ta. Từ năm 1991, nguồn vay bên ngoài giảm mạnh. Sự ưu đãi có được do quan hệ với các nước XHCN trước đây chấm dứt. Nợ nước ngoài phải trả hàng năm tăng lên.

Bên cạnh những thách thức, khó khăn, Việt Nam phát triển kinh tế, phát triển kinh tế đối ngoại trong những điều kiện và thời cơ thuận lợi. Nước ta đã có quan hệ buôn bán với trên 160 quốc gia và khu vực. Việt Nam thực hiện đường mở cửa và hội nhập với bên ngoài đúng vào thời kỳ mà thế giới chuyển từ đối đầu sang đối thoại. Sự phát triển của kinh tế thế giới đã đạt tới mức biên giới các quốc gia chỉ còn mang ý nghĩa về mặt hành chính. Sự giao lưu kinh tế đã liên kết các quốc gia có chế độ khác nhau thành một thị trường thống nhất.

Trên ý nghĩa đó mà xem xét thì bối cảnh quốc tế trên đường tiến vào thế kỷ 21 của Việt Nam chứa đựng nhiều thuận lợi hơn khó khăn, thời cơ lớn hơn thách thức.

d) Một căn cứ khác để xác định nhiệm vụ ngoại thương là những nhiệm vụ, mục tiêu phát triển kinh tế trong thời kỳ kế hoạch

Trong những năm cuối cùng của thế kỷ 20, đất nước ta phải giải quyết những nhiệm vụ hết sức lớn và phức tạp là ổn định và phát triển kinh tế - xã hội, ổn định đời sống nhân dân, đưa đất nước ra khỏi tình trạng một nước nghèo và kém phát triển, củng cố vững chắc quốc phòng và an ninh, tạo môi trường thuận lợi cho đất nước phát triển nhanh hơn vào đầu thế kỷ 21.

2.2. Nhiệm vụ của ngoại thương

Xuất phát từ những điểm trình bày trên đây, hoạt động ngoại thương hiện nay phải thực hiện những nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

a) Nâng cao hiệu quả kinh doanh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa đất nước

Trong nền kinh tế thị trường, như kinh nghiệm của nhiều nước và của nước ta trong những năm qua chỉ rõ: Nhiệm vụ quan trọng và bao quát của ngoại thương là thông qua hoạt động xuất, nhập khẩu góp phần vào việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa. Vấn đề cơ bản ở đây là khi tham gia vào trao đổi hàng hóa trên thị trường thế giới, nền kinh tế nước ta phải chấp nhận những nguyên tắc của cạnh tranh trên thị trường, và điều đó đòi hỏi hoạt động ngoại thương phải tính toán kỹ lưỡng, giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm, nghĩa là phải có hiệu quả. Đồng thời, để kinh doanh có hiệu quả cần thay đổi cơ chế quản lý kinh tế trong nước, tháo gỡ những ràng buộc, cản trở hoạt động ngoại thương nói riêng, hoạt động kinh doanh trong cơ chế thị trường nói chung. Thực tiễn nước ta cho thấy nhờ mở cửa kinh tế mà đã hình thành nhiều cơ chế quản lý ngoại thương mới phù hợp hơn với nền kinh tế thị trường như vừa qua. Đối với sự nghiệp công nghiệp hóa, ngoại thương có nhiệm vụ tìm kiếm những đầu vào mới cho công nghiệp và tiêu thụ những sản phẩm của công nghiệp làm ra.

Trong quá trình mở cửa nền kinh tế với thế giới bên ngoài, ngoại thương còn được sử dụng như một công cụ thúc đẩy quá trình liên kết kinh tế ở trong nước và giữa trong nước với nước ngoài. Quá trình này không chỉ đơn giản là gắn liền kinh tế trong nước với nền kinh tế thế giới để tranh thủ những lợi thế do ngoại thương và phân công lao động quốc tế mang lại, mà quan trọng hơn là dùng ngoại thương để thúc đẩy các quá trình phát triển kinh tế trong nội bộ nền kinh tế quốc dân, phát triển nền kinh tế thị trường thống nhất ở trong nước qua các hoạt động xuất nhập khẩu, chuyển giao công nghệ, vốn, know-how, marketing... từ các công ty nước ngoài vào nước ta. Qua hoạt động liên doanh, đầu tư vốn hình thành các khu công nghiệp, thành phố lớn, khu chế biến xuất khẩu, cảng tự do buôn bán... mà hình

thành nên các mối quan hệ gắn bó trên thị trường trong nước và thị trường trong nước với thị trường nước ngoài.

b) Góp phần giải quyết những vấn đề kinh tế - xã hội quan trọng của đất nước: Vốn, việc làm, công nghệ, sử dụng tài nguyên có hiệu quả

Trong những nghị quyết về phát triển kinh tế của Đảng Cộng sản Việt Nam đã nhấn mạnh: Một nhiệm vụ quan trọng của hoạt động ngoại thương nói riêng và kinh tế đối ngoại nói chung là thông qua hoạt động ngoại thương để tạo vốn và kỹ thuật nước ngoài cần thiết cho sự nghiệp phát triển kinh tế của đất nước, sử dụng tốt hơn nguồn lao động và tài nguyên của đất nước, tăng giá trị ngày công và tăng thu nhập quốc dân, tìm cách tạo cho nước mình một lợi thế so sánh trong phân công lao động quốc tế.

Xem xét mối tương quan giữa các yếu tố trên đây, chúng ta thấy ở phần lớn các nước kém phát triển, việc tạo vốn và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn đó trở thành mối quan tâm và ưu tiên hàng đầu trong thời kỳ đầu công nghiệp hóa nói chung và trong chính sách kinh tế đối ngoại nói riêng.

Trong bối cảnh kinh tế thế giới hiện nay, không một quốc gia đang phát triển nào lại đặt hy vọng vào việc thực hiện công nghiệp hóa chỉ bằng vốn của bản thân. Nhưng giữa vốn trong nước và vốn ngoài nước có mối quan hệ và tầm quan trọng như thế nào trong quá trình công nghiệp hóa và phát triển của đất nước? Qua nghiên cứu kinh nghiệm của các nước đang phát triển thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương, cho ta thấy những nền kinh tế tăng trưởng nhanh như Đài Loan, Hàn Quốc trong thời kỳ đầu công nghiệp hóa, vốn nước ngoài thường chiếm từ 30 đến 40% tổng giá trị đầu tư. Sau đó, nhờ tích lũy trong nước tăng lên, tỷ lệ vốn nước ngoài giảm xuống còn 10 đến 20%, tuy vẫn rất lớn về số lượng tuyệt đối. Còn những nền kinh tế có tỷ lệ vốn nước ngoài thấp (Ấn Độ, Trung Quốc khoảng 10% tổng giá trị đầu

tư), tỷ lệ tăng trưởng thấp hơn hẳn so với những nền kinh tế có tỷ lệ vốn nước ngoài cao.

Đối với việc tích lũy từ nguồn vốn trong nước, nhiều nhà kinh tế cho rằng: Tiết kiệm trở thành nguồn tích lũy lớn nhất. Vì vậy, chính sách lãi suất tiết kiệm và việc phân bổ, sử dụng nguồn tiết kiệm trở thành công cụ ngày càng được các nước coi trọng đặc biệt.

Hiện nay, ở Việt Nam mới huy động được hơn 25% GDP cho việc tích lũy tài sản. Trong khi đó ở các nước công nghiệp mới, tỷ lệ tích lũy thường lên tới 30 - 35% GNP.

Quá trình công nghiệp hóa ở nước ta không những đòi hỏi các khoản vốn bổ sung cho số hiện có, mà còn đòi hỏi nhiều khoản đầu tư mới và lớn mà khả năng trong nước không đủ đáp ứng. Tuy nhiên, cần xác định những mục tiêu hợp lý, thực tế, không quá tham vọng, trước hết cần giảm bớt sự thiếu hụt, tiến tới cân bằng và có số dư trong cán cân ngoại thương và cán cân thanh toán, tăng tích lũy cho nền kinh tế, trả nợ nước ngoài, có một phần để dự trữ.

Mặt thứ hai, nhưng quan trọng hơn về vốn là hiệu quả sử dụng của nó. Có thể nói, tạo vốn và sử dụng vốn có hiệu quả trở thành yếu tố có tác động mạnh nhất tới quá trình tăng trưởng kinh tế ở các nước kém phát triển như nước ta trong giai đoạn đầu công nghiệp hóa.

Ở nước ta, tình trạng không có việc làm hoặc làm không đầy đủ chiếm 20% lực lượng lao động. Giải quyết việc làm cho người dân là một nhiệm vụ hết sức khó khăn. Kinh nghiệm thời kỳ vừa qua chỉ ra rằng sự phát triển của nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ trong nước, nếu không có ngoại thương hỗ trợ đắc lực thì không thu hút thêm được bao nhiêu lao động. Mức diện tích đất đai canh tác theo đầu người của ta vào loại thấp nhất thế giới. Khả năng đầu tư thâm canh không nhiều, các chương trình khai khẩn các vùng đất mới không phải dễ dàng thực hiện, hoặc gây ra nạn phá rừng, huỷ hoại môi trường. Trong công nghiệp và dịch vụ cũng không mấy khả quan. Do khả năng đầu tư thấp

và sức mua kém nên sự phát triển của công nghiệp và dịch vụ ở trong nước chậm chạp, không tạo được bao nhiêu việc làm. Đưa lao động tham gia vào phân công lao động quốc tế, là lối thoát lớn nhất để giải quyết vấn đề thất nghiệp ở nước ta hiện nay.

Trong điều kiện nền kinh tế còn lạc hậu, cơ cấu kinh tế mang nặng tính chất nông nghiệp và khai khoáng, tỷ trọng hàng công nghiệp chưa lớn, thì xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên là khó tránh khỏi, nhưng xuất khẩu hàng dưới dạng nguyên liệu thô và mức độ chế biến thấp như hiện nay là lãng phí và chóng làm cạn kiệt nguồn dự trữ. Chính vì vậy, cần hạn chế xuất khẩu tài nguyên thô và sơ chế, khuyến khích xuất khẩu có mức độ chế biến cao hoặc chế tạo thành sản phẩm tiêu dùng. Đó không chỉ là cách làm để nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên thiên nhiên, mà còn kết hợp được tài nguyên thiên nhiên với nguồn lao động dồi dào sẵn có và góp phần nâng cao trình độ công nghệ thông qua phát triển công nghiệp chế tạo và chế biến.

Ngoài việc khuyến khích người lao động và làm việc tại các xí nghiệp, công ty có vốn nước ngoài, nhiều nước còn khuyến khích đưa lao động và tài nguyên thiên nhiên vào phát triển ngoại thương thông qua chính sách khuyến khích nâng cao tỷ lệ “nội dung địa phương” của sản phẩm.

Sự thành công trong tiến trình công nghiệp hóa ở nhiều nước đang phát triển cho chúng ta một nhận xét: khoảng hai thập kỷ đầu, công nghiệp nhỏ và trung bình dùng nhiều lao động, mang lại hiệu quả cao hơn. Bài học về sự ị ạch của những quốc gia bắt đầu bằng mô hình coi công nghiệp nặng là then chốt, chứng minh thêm cho quan điểm trên là phù hợp.

Đối với nước ta, phát triển công nghệ là mục tiêu quan trọng của ngoại thương. Đây vừa là mục tiêu trước mắt vừa là mục tiêu lâu dài của quá trình công nghiệp hóa. Đối với một nước chậm phát triển

như nước ta, trong thời gian đầu, chúng ta có thể tăng nhanh thu nhập, đạt mức tăng trưởng cao nhờ khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có và nguồn lao động dồi dào, nhưng nhìn lâu dài, cái quyết định sự thành công của quá trình công nghiệp hóa chính là công nghệ. Trong điều kiện hiện nay, nền công nghiệp trong nước còn yếu, trình độ thấp, chúng ta không có cách nào tốt hơn là cần thực hiện một quá trình chuyển giao công nghệ từ ngoài vào, qua con đường ngoại thương để tranh thủ công nghệ mới của nước ngoài, áp dụng vào hoàn cảnh cụ thể nước ta. Cải tiến công nghệ nhập khẩu, tiến tới kết hợp ứng dụng, cải tiến và sáng tạo để tạo ra những công nghệ có chất lượng cao và mới riêng của nước ta. Tất nhiên, đây là một quá trình lâu dài, vất vả đòi hỏi có sự tham gia của nhiều ngành, nhiều cấp, nhưng ngoại thương phải đóng vai trò tiên phong, ngành mũi nhọn trong phát triển công nghệ.

Mối quan hệ giữa lao động và công nghệ cũng là một vấn đề quan trọng. Hiện nay, lao động của ta được các doanh nghiệp nước ngoài đánh giá vào loại khá vì dân ta làm việc cần cù và hệ thống giáo dục của ta phát triển tương đối khá, tỷ lệ biết chữ và tốt nghiệp phổ thông tương đối cao. Nhưng trong công tác đào tạo, chúng ta còn nặng về lý thuyết, ít gắn với thực tế sản xuất, kinh doanh, ít hiểu biết về quan hệ kinh tế quốc tế và trình độ ngoại ngữ thấp. Trong bối cảnh cạnh tranh quốc tế hiện nay, sự phát triển mạnh của sản xuất, kinh doanh, dựa trên cơ sở công nghệ cao, không chỉ đòi hỏi giá lao động rẻ, mà còn đòi hỏi lao động có trình độ văn hóa và chuyên môn cao. Đây là một sự thách thức, đòi hỏi công tác giáo dục của ta phải chuyển mạnh theo hướng thực tế, nhằm đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của thị trường thế giới về chất lượng và số lượng lao động. Kinh nghiệm nhiều nước đang phát triển chỉ ra rằng: đối với những nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu, trong khoảng 1 - 2 chục năm đầu công nghiệp

hóa, việc tăng đầu tư để thu hút một lực lượng lớn lao động rẻ có lợi hơn đầu tư cho phát triển công nghệ mới, nhưng đến thời kỳ tiếp đó, khi giá lao động đã tăng nhiều và khả năng đầu tư theo chiều rộng giảm xuống, thì công nghệ mới với năng suất cao hơn là yếu tố quyết định. Nhận biết xu hướng này có một ý nghĩa quan trọng trong việc định ra những chính sách thực tế liên quan đến lao động và công nghệ. Nếu quá coi trọng công nghệ, dành ưu tiên quá cao cho đầu tư phát triển công nghệ mới ngay trong giai đoạn đầu, chúng ta sẽ không tranh thủ được tiềm năng và hiệu quả của nguồn lao động dồi dào, giá rẻ. Nhưng nếu quá chú ý lợi ích trước mắt, tập trung cao cho việc khai thác nguồn lao động rẻ, ít đầu tư phát triển công nghệ mới, sẽ làm cho đất nước phát triển chậm lại.

Để thực hiện những mục tiêu nhiệm vụ trên, trong ngoại thương cần có những chính sách, biện pháp đúng đắn phù hợp với mỗi giai đoạn phát triển và với từng lĩnh vực hoạt động. Những biện pháp, chính sách đó sẽ được lần lượt trình bày tại các chương mục của cuốn sách này.

c) Đảm bảo sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị trong hoạt động ngoại thương

Đảm bảo sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị là một nguyên tắc chủ yếu trong việc tổ chức và quản lý có hiệu quả hoạt động kinh tế đối ngoại nói chung và ngoại thương nói riêng của Nhà nước.

Thế giới và nền kinh tế thế giới là một thể thống nhất. Các quốc gia giàu và nghèo cũng đều đang phải dựa vào nhau mà phát triển. Không một quốc gia nào đứng ngoài thế giới đó. Việt Nam cũng vậy. “Chúng ta muốn làm bạn với tất cả các nước trong cộng đồng thế giới, phấn đấu vì hoà bình, độc lập và phát triển”^{*}. Làm bạn ở đây không

^{*} Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI- ĐCSVN, NXB Sự thật, Hà Nội, 1991, trang 147.

phải chỉ là về “chính trị”, cùng chung các quan điểm tư tưởng, mà còn là bạn hợp tác làm ăn cùng có lợi.

Xu hướng hợp tác kinh doanh lâu dài là xu hướng phát triển nổi trội trong những năm gần đây giữa các quốc gia. Những quốc gia thành đạt về mặt phát triển kinh tế ở châu Á, châu Âu trong những năm qua đều là những quốc gia coi nhiệm vụ chính trị của họ là phát triển kinh tế, đưa đất nước họ đi lên. Họ coi trọng sự hợp tác làm ăn. Kinh tế của họ phát triển, quan hệ giữa họ tốt đẹp hơn. Họ có nhiều tiếng nói chung trên nhiều lĩnh vực chính trị. Kinh tế quốc tế, thương mại quốc tế cũng như kinh tế mỗi nước phát triển, vận động theo những xu hướng chung giống nhau, có nhiều lợi ích giống nhau. Nhưng thế giới ngày nay cũng đầy mâu thuẫn và tiềm tàng những nhân tố bất ổn, thù hằn nhau.

Lợi ích cơ bản và lâu dài của nước ta đòi hỏi chúng ta phải mở rộng quan hệ thân thiện với các nước. Và đến lượt nó, sự phát triển kinh tế, sức mạnh kinh tế là vấn đề cốt lõi của sự vận động về chính trị, an ninh quốc gia. Có thể nói phát triển kinh tế, ổn định và cải thiện đời sống nhân dân là điều kiện quan trọng nhất của ổn định chính trị. Thực tế đã cho ta bài học ổn định chính trị là một điều kiện để buôn bán, hợp tác đầu tư. Vì vậy, trong các quan hệ ngoại thương, Nhà nước cũng như các doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến các kết quả kinh tế mà cả các kết quả chính trị.

Chính trị bao gồm nhiều mặt của các quan hệ xã hội. Trong các quan hệ ấy, chính sách kinh tế đối nội và kinh tế đối ngoại là quan trọng hơn cả. Các chính sách ấy quy định phương hướng của các quan hệ ngoại thương.

Tính “chính trị” trong hoạt động ngoại thương, đó là sự tính toán một cách toàn diện các yếu tố đã hình thành và xu hướng phát triển nền kinh tế nước ta, tình hình chính trị trong nước và quốc tế, sự

tiến bộ khoa học kỹ thuật, tình hình kinh tế và thị trường hàng hóa thế giới, các chính sách kinh tế và chính sách thương mại của các bạn hàng.

Như vậy, chính trị trong ngoại thương không phải là một cái gì trừu tượng, mà là những vấn đề rất cụ thể. Mỹ cấm vận đối với CuBa là vấn đề chính trị. Điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến quan hệ buôn bán giữa hai quốc gia. Vấn đề xuất khẩu gạo và nhập khẩu phân bón không chỉ là vấn đề kinh tế mà còn là vấn đề chính trị trọng đại đối với hàng triệu nông dân Việt Nam.

Tính “chính trị” trong hoạt động ngoại thương còn có nghĩa là tuân theo sự quản lý thống nhất của Nhà nước về các hoạt động này. Sự thống nhất trong quản lý đối với hoạt động ngoại thương được thể hiện ở các mặt sau:

- Nhà nước (Chính phủ Trung ương) là người duy nhất được ban hành các chính sách và giải thích các chính sách ngoại thương. Các chính sách này bắt nguồn từ các bộ luật đã được Quốc hội thông qua hoặc bắt nguồn từ các Hiệp định mà Chính phủ Việt Nam ký kết với các nước ngoài hay các tổ chức quốc tế.

- Chính phủ thông qua các cơ quan chức năng của mình, kiểm soát hoạt động ngoại thương của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này nhằm đảm bảo các hoạt động của họ phù hợp với các mục tiêu đề ra.

- Sự thống nhất trong hoạt động ngoại thương còn được thể hiện ở chỗ các địa phương, các ngành và các doanh nghiệp phải phối hợp với nhau trong việc hoàn thành các mục tiêu chung đã vạch ra.

Việc ban hành các luật lệ, các chính sách chung là điều kiện tối cần thiết cho hành động thống nhất của các cơ quan Nhà nước và doanh nghiệp.

Tính “chính trị” và sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị trong ngoại thương còn được thể hiện ở chỗ chính sách và các hoạt động ngoại thương trong thực tiễn phải vận động cùng chiều với chính sách đối ngoại của Nhà nước Việt Nam. Sự vận động cùng chiều của hai hoạt động ngoại thương và chính trị đối ngoại (ngoại giao) sẽ tạo nên sức mạnh cho cả hai, đưa nước ta tham gia tích cực và có lợi vào nền kinh tế thế giới.

Chúng ta cũng có thể nêu thêm một vài nhiệm vụ nữa như phải luôn luôn đổi mới và hoàn thiện cơ chế quản lý ngoại thương nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại thương, hoặc nhiệm vụ ngoại thương phục vụ cho an ninh, quốc phòng.... nhưng những nhiệm vụ đã trình bày là những nhiệm vụ chính yếu nhất.

Toàn bộ nhiệm vụ của ngoại thương trên đây đều nhằm góp phần tích cực nhất vào việc thực hiện những nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội của đất nước hiện nay. Đương nhiên để thực hiện những nhiệm vụ đó cần phải có những biện pháp, chính sách cũng như cách tổ chức và quản lý hoạt động ngoại thương phù hợp. Những vấn đề này sẽ lần lượt được nghiên cứu ở các chương sau.

II. MỐI QUAN HỆ GIỮA NGOẠI THƯƠNG VÀ CÁC LĨNH VỰC QUAN TRỌNG CỦA NỀN KINH TẾ

Ngoại thương có quan hệ qua lại rất mật thiết với các lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân. Ở đây, chúng ta chỉ nghiên cứu quan hệ giữa ngoại thương với các lĩnh vực quan trọng nhất:

1. Ngoại thương và sản xuất

Ngoại thương ra đời là kết quả của sản xuất phát triển, đồng thời ngoại thương lại là một tiền đề cho sự phát triển của sản xuất.

Sản xuất có phát triển thì xã hội mới giàu có. Nhưng muốn sản xuất phát triển cần giải quyết các nhân tố cần thiết cho quá trình đó.

Đó là việc tạo điều kiện đảm bảo các yếu tố cho đầu vào, đầu ra của sản xuất, tạo lập thị trường cho sản xuất phát triển.

Trong điều kiện kinh tế kém phát triển như nước ta, nền kinh tế mất cân đối nghiêm trọng, việc buôn bán với nước ngoài đưa đến những sự thay đổi cơ cấu sản phẩm xã hội có lợi cho quá trình phát triển. Có thể xem ví dụ có tính chất khái quát sau:

Bảng 3.1. Sự thay đổi cơ cấu của sản phẩm xã hội do tác động của xuất nhập khẩu (theo đơn vị quy ước)

Khu vực sản xuất xã hội	Sản xuất trong nước	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cơ cấu cuối cùng của sản phẩm XH
I. Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	1500	600	100	1000
- Nông nghiệp	1300	460	50	890
- Lâm nghiệp	100	50	20	70
- Thủy sản	100	90	30	40
II. Công nghiệp và xây dựng	1200	300	600	1500
- Công nghiệp	1000	250	450	1200
- Xây dựng	200	50	150	300
III. Dịch vụ	1600	400	600	1800
- Giao thông vận tải, bưu điện	100	50	100	150
- Thương mại	500	200	350	650
- Tài chính, tín dụng, ngân hàng và bảo hiểm	100	40	50	110
- Quản lý Nhà nước, khoa học, y tế, giáo dục	400	10	50	440
- Nhà ở, khách sạn, du lịch, sửa chữa	500	100	50	450
Tổng số	4300	1300	1300	4300

Ví dụ này chứng tỏ thông qua xuất nhập khẩu, bằng việc xuất đi những sản phẩm dưới dạng nguyên liệu, sản phẩm tiêu dùng công nghiệp nhẹ, nông nghiệp và nhập về chủ yếu máy móc, thiết bị và nguyên liệu cho sản xuất, cơ cấu sản phẩm xã hội đã thay đổi theo hướng thuận lợi cho quá trình phát triển sản xuất tiếp theo của nền kinh tế. Để phát triển, cơ cấu kinh tế nước ta cần phải tiếp tục đổi mới, chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghiệp hóa. Trong quá trình đó, ngoại thương không chỉ tạo ra thị trường bên ngoài rộng lớn để mua và bán những gì mà sản xuất trong nước cần, mà còn thông qua xuất nhập khẩu mở rộng thị trường trong nước.

Một nước nếu đóng cửa sẽ làm cho một khối lượng lớn đất đai hoặc bỏ hoang, hoặc sử dụng không có hiệu quả.

Trong thế kỷ thứ 19, Mỹ là nước có nhiều đất đai, đồng thời có nguồn lao động và vốn dồi dào. Phần lớn khối lượng đất này bỏ hoang. Chính nhu cầu của Anh về bông và lúa mì đã làm cho Bắc Mỹ có thể sử dụng đất đai này để sản xuất và tiến đến giới hạn sản xuất của mình bằng cách đẩy mạnh xuất khẩu bông và lúa mì, đồng thời nhập khẩu các hàng hóa công nghệ phẩm mà nước này sản xuất không hiệu quả bằng Anh.

Sự phát triển của thương mại làm cho đất đai lao động của nước ta được sử dụng triệt để hơn để sản xuất các sản phẩm nhiệt đới như gạo, cao su, cà phê, chè, dầu dừa... để xuất khẩu. Nhờ ngoại thương mà các nước “thoát khỏi tình trạng các tiềm năng không được khai thác” như Adam Smith đã nêu.

Khái niệm xuất khẩu dẫn đến sự phát triển bao gồm yếu tố thúc đẩy nhất định đối với một số ngành công nghiệp vốn không có cơ hội phát triển nào khác. Ví dụ, khi phát triển công nghiệp chế biến đường thực, thực phẩm xuất khẩu sẽ tạo ra nhu cầu cho sự phát triển ngành công nghiệp sản xuất thiết bị chế biến. Việc cung cấp cơ sở hạ tầng - đường bộ, đường sắt, cầu cảng, năng lượng, thông tin liên lạc - cho

ngành công nghiệp xuất khẩu có thể làm giảm chi phí và còn mở cơ hội phát triển cho các ngành công nghiệp khác.

Sự phát triển của xuất nhập khẩu có quan hệ đến thuế tức là phần thu nhập không nhỏ của Chính phủ từ việc xuất khẩu, nhập khẩu (dưới dạng thuế hay lợi nhuận) được dùng để tài trợ cho sự phát triển các ngành khác.

2. Ngoại thương với tiêu dùng

Tiêu dùng là một mục đích của sản xuất. Tiêu dùng với tư cách là một yếu tố của quá trình tái sản xuất xã hội, vừa chịu sự tác động quyết định của sản xuất, nhưng đồng thời cũng có ảnh hưởng mạnh mẽ đến sản xuất, vì “không có sản xuất thì không có tiêu dùng, nhưng không có tiêu dùng thì cũng chẳng có sản xuất”. Xét về phương diện kinh tế, thì chẳng những “chỉ có tiêu dùng thì sản phẩm mới thực sự trở thành sản phẩm” mà chính “tiêu dùng tạo ra nhu cầu về một sản phẩm mới do đó nó là động cơ tư tưởng, động cơ thúc đẩy bên trong sản xuất”⁹.

Tiêu dùng chính là quá trình tái sản xuất sức lao động, yếu tố quan trọng nhất của lực lượng sản xuất. Không đảm bảo thỏa mãn những yêu cầu đến một mức độ cần thiết thì không thể tái sản xuất đầy đủ về số lượng và chất lượng lao động cho quá trình sản xuất mới. Do đó, việc thỏa mãn tiêu dùng không những là mục đích của sản xuất mà còn là yêu cầu của tái sản xuất, yếu tố chính của lực lượng sản xuất. Đương nhiên, tiêu dùng có những yêu cầu cụ thể trong mỗi thời kỳ lịch sử phụ thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội nhất định.

Ngoại thương có quan hệ với tiêu dùng cá nhân trên các mặt:

Một là, ngoại thương nhập khẩu những tư liệu sản xuất cần thiết để phục vụ cho việc sản xuất hàng hóa tiêu dùng trong nước.

⁹ Các Mác, Góp phần phê phán chính trị kinh tế học, NXB Sự thật, 1971, trang 282.

Hai là, ngoại thương trực tiếp nhập khẩu hàng hóa tiêu dùng mà trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất chưa đủ. Đây là một hoạt động quan trọng của ngoại thương để phục vụ cho tiêu dùng, thoả mãn nhu cầu tiêu dùng đa dạng của nhân dân, nhưng hoàn toàn không thể bị động đối với đòi hỏi của tiêu dùng, mà phải tác động mạnh mẽ đến tiêu dùng đặc biệt là cơ cấu tiêu dùng xã hội, làm cho nó thích ứng với tình trạng cụ thể của cơ cấu sản xuất.

Ba là, các mối quan hệ còn có thể phát triển một cách gián tiếp thông qua nhu cầu về các hàng tiêu dùng tương ứng với thu nhập hiện có. Mối liên hệ thông qua tiêu dùng thường nảy sinh khi phần lớn lực lượng lao động được trả lương cao hơn mức trước đó, tạo thêm nhu cầu đối với các mặt hàng tiêu dùng đại chúng như thực phẩm chế biến, quần áo, giày dép, đồ đạc, radio v.v... Từ đó thúc đẩy phát triển công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng tại chỗ.

Do mở rộng quan hệ buôn bán với nước ngoài đã làm cho tình trạng tiêu dùng của xã hội trong mấy năm gần đây có nhiều biến đổi quan trọng. Sự thay đổi đó đặt ra những yêu cầu cao hơn cả về số lượng và chất lượng, kiểu, mốt, thẩm mỹ của hàng tiêu dùng. Điều đó một mặt thúc ép việc sản xuất trong nước muốn phát triển phải đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng, nếu không sẽ không cạnh tranh được với hàng ngoại. Mặt khác ngoại thương có thể và cần phải đóng vai trò quan trọng trong việc hướng người tiêu dùng vào những đòi hỏi hợp lý đối với thị trường, phù hợp với chính sách tiêu dùng cụ thể trong một giai đoạn nhất định. Phải bằng nhiều biện pháp trong đó quan trọng là biện pháp giá cả để điều tiết những đòi hỏi vượt quá khả năng của nền kinh tế.

Để phục vụ và các tác động tích cực đến tiêu dùng cá nhân, cần giải quyết các vấn đề sau:

1) Căn cứ vào khả năng sản xuất hàng tiêu dùng và cơ cấu tiêu dùng xã hội trong từng giai đoạn nhất định, xác định một tỷ lệ và cơ

cầu nhập khẩu hợp lý hàng tiêu dùng phù hợp với nhu cầu có khả năng thanh toán của nhân dân.

2) Qua việc tiếp cận với thị trường quốc tế, với nền văn minh của nhân loại, ngoại thương chủ động đóng góp vào việc cải tạo tập quán tiêu dùng lạc hậu, hình thành phương thức tiêu dùng mới phù hợp với lối sống văn minh, hiện đại.

3) Cùng với thương nghiệp trong nước, tổ chức việc cung ứng hàng tiêu dùng bằng con đường ngắn nhất không thông qua từng nấc trung gian, tăng chi phí lưu thông không hợp lý.

4) Vấn đề đặc biệt quan trọng là nhập khẩu để tổ chức sản xuất hàng tiêu dùng nhằm đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và tiêu dùng của nhân dân. Cần hướng việc sản xuất hàng tiêu dùng trong nước đạt tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, thoả mãn cả người tiêu dùng trong nước và ngoài nước.

3. Ngoại thương với việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài và đầu tư ra nước ngoài

Những luận điểm trước đây về thương mại thường cho rằng các yếu tố sản xuất hầu như không chi phối trên phạm vi quốc tế. Nhưng ngày nay trên thực tế có nhiều rào cản được đưa ra làm hạn chế việc buôn bán sản phẩm hoàn chỉnh. Việc di chuyển các yếu tố sản xuất ra nước ngoài được thực hiện khá phổ biến và là một sự lựa chọn khác ngoài buôn bán truyền thống để sử dụng nguồn lực có hiệu quả hơn.

Thu hút vốn đầu tư hay đầu tư ra nước ngoài (nhưng không phải lúc nào cũng vậy) thường liên hệ đến việc di chuyển vốn từ nước này qua nước khác.

Thu hút vốn đầu tư (phổ biến nhất là qua đầu tư trực tiếp) được coi là bộ phận cấu thành quan trọng trong việc hình thành tổng lượng vốn kinh doanh cần thiết của các doanh nghiệp. Nhưng tiếp nhận vốn đầu tư không phải là mục đích tự thân cần đạt của các doanh nghiệp.

Vốn phải được đưa vào kinh doanh tạo ra lợi nhuận. Ở đây kinh doanh vốn và kinh doanh ngoại thương là một thể thống nhất, hỗ trợ và làm tiền đề cho nhau đạt doanh lợi cao.

Thu hút đầu tư nước ngoài có thể dẫn đến hạn chế hay thúc đẩy ngoại thương. Một khoản đầu tư nước ngoài nếu không được hướng vào mở mang và phát triển sản xuất sản phẩm xuất khẩu thì khả năng nhập khẩu sẽ bị thu hẹp. Xuất khẩu là điều kiện quan trọng mở rộng quy mô đầu tư vào thị trường nhập khẩu. Ở Việt Nam, khu vực các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có vai trò đáng kể trong việc mở rộng xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2000 kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt 6.580 triệu USD, chiếm 47% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Con số tương ứng của năm 1998 mới có 2.000 triệu USD và 21,4%. Con số này có ý nghĩa lớn trong việc mở rộng nhập khẩu phục vụ cho phát triển kinh tế và công nghiệp hóa đất nước.

Việt Nam cũng đã ban hành Luật Đầu tư cho phép các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài. Trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế, ở Việt Nam đã và sẽ có nhiều công ty xuyên quốc gia. Các công ty Việt Nam sẽ chuyển vốn ra nước ngoài kinh doanh thông qua hình thức đầu tư trực tiếp. Việc di chuyển các yếu tố sản xuất thông qua đầu tư trực tiếp thường kích thích hoạt động thương mại vì nhu cầu đối với:

- Thiết bị cho các công trình, các chi nhánh;
- Các sản phẩm bổ sung;
- Các bộ phận rời;

Mặc dù đầu tư trong nhiều trường hợp dẫn đến gia tăng tái nhập khẩu, nhưng các công ty vẫn gia tăng xuất khẩu quy mô lớn hơn sang các cơ sở ở nước ngoài của họ. Lý do của hiện tượng này là các đơn vị hoạt động trong nước có thể đưa vật tư và các bộ phận rời đến cơ sở

của họ ở nước ngoài để sử dụng trong việc sản xuất hay lắp ráp sản phẩm hoàn chỉnh. Các chi nhánh ở nước ngoài hay các công ty liên kết cũng có thể mua tài sản cố định hoặc cung cấp từ các công ty trong nước vì sự tin tưởng của họ ở chất lượng, thời gian giao hàng hay vì để đạt được sự đồng nhất tối đa của sản phẩm. Cơ sở ở nước ngoài có thể còn đóng vai trò đại lý bán hàng cho việc xuất khẩu những sản phẩm khác của công ty mẹ.

Việc đầu tư trực tiếp ra nước ngoài còn tạo điều kiện để các công ty có thêm được những nguồn lực ở ngoại quốc (chẳng hạn như nguyên vật liệu, năng lực sản xuất, kiến thức).

Như vậy, lý do của việc chuyển vốn ra nước ngoài kinh doanh không có gì khác so với động cơ mà các công ty theo đuổi trong mậu dịch quốc tế. Đó là mở rộng thị trường bằng cách bán hàng ở nước ngoài và đạt được việc cung cấp các nguồn lực. Thực hiện hai mục tiêu đó đều đưa đến tăng lượng hàng buôn bán, mở rộng buôn bán giữa Việt Nam với nước đối tác.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Phân biệt chức năng của ngoại thương với tư cách là một ngành kinh tế và với tư cách là một khâu của quá trình tái sản xuất xã hội?
2. Những căn cứ để xác định nhiệm vụ của ngoại thương?
3. Hãy trình bày các nhiệm vụ của hoạt động ngoại thương Việt Nam hiện nay?
4. Ngoại thương đóng góp như thế nào trong vấn đề giải quyết vốn và công nghệ trong quá trình phát triển kinh tế?

5. Ngoại thương đóng góp như thế nào trong vấn đề giải quyết việc làm và sử dụng tài nguyên có hiệu quả trong quá trình phát triển kinh tế?
6. Ngoại thương đóng góp vào việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, thúc đẩy quá trình CNH đất nước như thế nào?
7. "Tính chính trị" trong hoạt động ngoại thương có nghĩa là gì? Tại sao phải đảm bảo sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị trong hoạt động ngoại thương?
8. Nói rằng: "Không có ngoại thương thì không tồn tại các quan hệ kinh tế đối ngoại" có đúng không?
9. Mối quan hệ giữa phát triển kinh tế trong nước và mở rộng quan hệ kinh tế với bên ngoài?
10. Nói "sản xuất quyết định sự phát triển của ngoại thương" có đúng không? Giải thích mối quan hệ này trong điều kiện nước ta?
11. Ngoại thương tác động đến việc mở rộng khả năng tiêu dùng nội địa như thế nào?
- 12.** Mối quan hệ giữa ngoại thương và thu hút vốn đầu tư nước ngoài?

CHƯƠNG 4.

HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

I. KHÁI NIỆM, PHÂN LOẠI HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

1. Khái niệm

Trong điều kiện nước ta hiện nay, kinh tế đối ngoại nói chung và ngoại thương nói riêng có vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Vì vậy Đảng và Nhà nước luôn luôn coi trọng lĩnh vực này và nhấn mạnh: “Nhiệm vụ ổn định và phát triển kinh tế cũng như sự nghiệp phát triển khoa học kỹ thuật và công nghiệp hóa của nước ta tiến hành nhanh hay chậm, điều đó phụ thuộc một phần vào việc mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh tế đối ngoại” (Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VI).

Đảm bảo không ngừng nâng cao hiệu quả kinh tế là mối quan tâm hàng đầu của bất kỳ nền kinh tế nói chung và của mỗi doanh nghiệp nói riêng. Hiệu quả kinh tế chủ yếu được thẩm định bởi thị trường, là tiêu chuẩn cơ bản để xác định phương hướng hoạt động ngoại thương. Tuy vậy, hiệu quả ấy là gì? Như thế nào là có hiệu quả?... không phải là vấn đề đã được giải quyết triệt để. Thật khó mà đánh giá mức độ đạt được hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương hay của doanh nghiệp xuất nhập khẩu khi mà bản thân phạm trù này chưa được định rõ bản chất và những biểu hiện của nó.

Vì vậy, hiểu đúng bản chất của hiệu quả kinh tế ngoại thương cũng như mục tiêu đảm bảo hiệu quả kinh tế của mỗi thời kỳ, là vấn đề có ý nghĩa thiết thực không những về lý luận - thống nhất quan niệm

về bản chất của hiệu quả kinh tế ngoại thương - mà còn rất cần thiết cho hoạt động thực tiễn trong lĩnh vực này. Hiểu đúng bản chất hiệu quả kinh tế ngoại thương là cơ sở để xác định các tiêu chuẩn và chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại thương, xác định yêu cầu đối với việc đề ra mục tiêu và biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.

Cho đến nay còn có cách nhìn nhận khác nhau về hiệu quả kinh tế ngoại thương. Quan niệm phổ biến cho rằng, ở dạng khái quát nhất hiệu quả kinh tế ngoại thương là kết quả của quá trình sản xuất trong nước, nó được biểu hiện ở mối tương quan giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra. Trong thực tiễn cũng có người cho rằng hiệu quả kinh tế ngoại thương thực chất là lợi nhuận và đa dạng giá trị sử dụng.

Những quan niệm trên đây bộc lộ một số mặt chưa hợp lý. Một là, đồng nhất hiệu quả và kết quả. Hai là, không phân định rõ bản chất và tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương với các chỉ tiêu biểu hiện bản chất và tiêu chuẩn đó.

Cần phân định rõ sự khác nhau và mối quan hệ giữa “kết quả” và “hiệu quả”. Về hình thức hiệu quả kinh tế là một phạm trù so sánh thể hiện mối tương quan giữa cái phải bỏ ra và cái thu về được. Kết quả chỉ là yếu tố cần thiết để tính toán và phân tích hiệu quả. Tự bản thân mình, kết quả chưa thể hiện được nó tạo ra ở mức và với chi phí nào.

Mỗi hành động của con người nói chung và trong sản xuất, kinh doanh thương mại, dịch vụ nói riêng là phải phấn đấu đạt được kết quả, nhưng không phải là kết quả bất kỳ, mà phải là kết quả có mục tiêu và có lợi ích cụ thể nào đó. Nhưng kết quả có được ở mức độ nào, với giá nào đó chính là vấn đề cần xem xét, vì nó là chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả. Vì vậy, đánh giá hoạt động ngoại thương không chỉ là đánh giá kết quả, mà còn là đánh giá chất lượng của hoạt động để tạo ra kết quả đó. Vấn đề không phải chỉ là chúng ta đã xuất

khẩu được bao nhiêu tỷ đồng hàng hóa, mà còn là với chi phí bao nhiêu để có được kim ngạch xuất nhập khẩu như vậy. Mục đích hay bản chất của hoạt động kinh tế là với chi phí nhất định có thể tạo ra được nhiều sản phẩm nhất. Chính mục đích đó nảy sinh vấn đề phải xem xét lựa chọn cách nào để đạt được kết quả lớn nhất. Cho nên, lần lần giữa kết quả và hiệu quả là không thấy hết xuất xứ của phạm trù, của yêu cầu tiết kiệm.

Từ cách nhìn nhận trên đây cho ta thấy các chỉ tiêu lượng hàng hóa nhập xuất khẩu, tổng trị giá hàng hóa xuất nhập khẩu thực hiện ...là những chỉ tiêu thể hiện kết quả của hoạt động buôn bán, chứ không thể coi là hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương được, nó chưa thể hiện kết quả đó được tạo ra với chi phí nào.

Như vậy, hiệu quả kinh tế ngoại thương về mặt hình thức phải là một đại lượng so sánh. Vấn đề đặt ra bây giờ là so sánh giữa cái gì với cái gì? Về mặt lý luận đã rõ là so sánh giữa chi phí và kết quả, nghĩa là:

$$\text{Hiệu quả KTNT} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Chi phí đầu vào}}$$

Nhưng nếu chỉ dừng lại ở đó thì còn rất trừu tượng và chưa chính xác. Điều cốt lõi là chi phí cái gì, bao nhiêu và kết quả được thể hiện như thế nào? Trên thực tế đang tồn tại nhiều loại chi phí: (chi phí sản xuất cá biệt và chi phí lao động xã hội, chi phí trong nước và chi phí quốc tế) và nhiều hình thức biểu hiện kết quả (lượng hàng hóa xuất nhập khẩu, kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu, tăng thu nhập quốc dân, lợi nhuận...).

Ngoại thương là một hình thức để một nước tham gia vào phân công lao động quốc tế. Khi sản xuất các hàng hóa để xuất khẩu, các nước bỏ ra những chi phí nhất định. Các hàng hóa xuất khẩu này không tham gia vào lưu thông trong nước mà đưa ra ngoài biên giới

quốc gia. Các nước thu được một lượng ngoại tệ nhất định do việc xuất khẩu hàng hóa đó. Các tỷ lệ trao đổi được hình thành trên cơ sở giá cả quốc tế, khác với giá cả trong nội bộ một nước. Sản phẩm nhập khẩu tham gia vào lưu thông hàng hóa trong nước và tham gia vào quá trình tái sản xuất xã hội, thực tế không được sản xuất ra tại nước đó. Sản phẩm nhập khẩu dường như là hình thức thay đổi của sản phẩm xuất khẩu. Nhưng về khối lượng chúng không bằng nhau. Các tỷ lệ trao đổi của giá quốc tế ảnh hưởng đến tương quan về khối lượng đó.

Kết quả vật chất mà hoạt động ngoại thương mang lại được hình thành ra sao? và ở giai đoạn nào của quá trình sản xuất và lưu thông ngoại thương? Câu hỏi này thường đặt ra phụ thuộc vào tính chất các chức năng của tổ chức nào đó tham gia vào sản xuất, bán sản phẩm xuất khẩu hay sử dụng sản phẩm nhập khẩu.

Chẳng hạn, kết quả xuất khẩu của một doanh nghiệp - người sản xuất bề ngoài biểu hiện ở chênh lệch giữa chi phí (giá thành sản phẩm) và giá cả bán buôn cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Còn đối với doanh nghiệp ngoại thương kết quả đó là sự chênh lệch giữa giá ngoại thương bằng ngoại tệ được tính ra giá trong nước với giá mua của người sản xuất.

Đối với nhập khẩu, kết quả đó là sự chênh lệch giữa chi phí ngoại tệ nhập khẩu và giá trị nội địa của hàng nhập khẩu (đánh giá theo giá bán buôn hay bán lẻ).

Kết quả tài chính thể hiện bằng tiền là biểu hiện bề ngoài của kết quả vật chất của lưu thông hàng hóa đối ngoại. Và qua đòn bẩy giá cả, nó phân phối lại theo những tỷ lệ nhất định giữa những người sản xuất, tiêu thụ, cũng như giữa các tổ chức ngoại thương. Nhưng những hình thức biểu hiện kết quả cụ thể đó không giải đáp được câu hỏi kết quả vật chất đó xuất hiện ở đâu và giai đoạn nào của sản xuất kinh doanh. Để vạch ra được những quyết định có cơ sở khoa học về hoàn thiện hoạt động ngoại thương, để đưa được một phương án kinh doanh

cùng có lợi cho các bên cần hiểu rõ rằng các kết quả được bắt nguồn từ đâu và các yếu tố quyết định quy mô của kết quả. Nói cách khác chúng ta cần làm rõ cơ chế xuất hiện hiệu quả kinh tế ngoại thương như thế nào?

Để trả lời câu hỏi này, chúng ta đưa ra một sơ đồ có tính ước lệ và đơn giản sau để xem xét:

	Nước A			Giá quốc tế	Nước B		
	Số lượng	Đơn giá	Tri giá		Số lượng	Đơn giá	Tri giá
Hàng “a”				100			
Sản xuất	200	50	10.000		50	140	7.000
Tiêu dùng	200				50		
Hàng “b”				80			
Sản xuất	300	110	33.000		100	70	7.000
Tiêu dùng	200				100		
Hàng “c”				200			
Sản xuất	1000	40	40.000		95	250	23.750
Tiêu dùng	1000				95		
Tổng số			83.000				37.750

Nguồn gốc của sơ đồ trên bắt nguồn từ lý thuyết chi phí so sánh của D.Ricardo. Lý thuyết của ông dựa trên cơ sở lý luận về giá trị của lao động. Nó vẫn được dùng làm cơ sở khoa học cho việc phân tích các yếu tố của lợi ích ngoại thương.

Trong sơ đồ này, mỗi nước đều tự mình sản xuất số lượng của 3 hàng hóa “a”, “b” và “c”, thì chi phí của nước “A” là 83.000 đơn vị, nước “B” - 37.750 đơn vị.

Nếu có sự trao đổi giữa hai quốc gia, có thể xuất hiện phương án sau: nước “A” bỏ sản xuất hàng “b” và sẽ mua nó ở nước “B”. Khi này nước “B” cần phải tăng sản xuất hàng “b” lên 300 đơn vị số lượng.

Để có hàng tiêu dùng nước “A” cần có 24.000 đơn vị ngoại tệ để nhập hàng “b” (300×80). Nước “A” sẵn sàng làm điều này, sau khi tăng sản xuất của mình và bán cho nước “B” 50 đơn vị hàng hóa “a” và 95 đơn vị hàng hóa “c”. Trong trường hợp này, nước “B” có thể tăng sản xuất hàng “b” và nhập hàng “a” và “c”. Bức tranh có thể được biểu hiện như sau về chi phí sản xuất:

	Nước A			Giá quốc tế	Nước B		
	Số lượng	Đơn giá	Trị giá		Số lượng	Đơn giá	Trị giá
Hàng “a”				100			
Sản xuất	250	50	12.500				
Tiêu dùng	200				50		
Hàng “b”				80			
Sản xuất		110			400	70	28.000
Tiêu dùng	300				100		
Hàng “c”				200			
Sản xuất	1095	40	43.800				
Tiêu dùng	1000				95	250	
Tổng số			56.300				28.000

Như vậy, khi trao đổi ngoại thương ở cả hai nước số lượng hàng hóa để tiêu dùng vẫn như cũ, nhưng chi phí sản xuất trong nước nói chung giảm xuống rất nhiều: Tại nước “A” là 26.700 đơn vị và tại nước “B” là 9.500 đơn vị, ở đây, cả hai quốc gia đều thu được hiệu quả do buôn bán với nhau.

Đây chỉ là ví dụ đơn giản có tính quy ước, nhưng cho ta thấy rõ cơ chế xuất hiện hiệu quả kinh tế của ngoại thương. Thực chất của cơ chế đó là ở chỗ bất kỳ nước nào khi tham gia vào phân công lao động quốc tế, có thể phát triển sản xuất hàng hóa với chi phí sản xuất thấp để đáp ứng nhu cầu của bản thân và để xuất khẩu. Đồng thời nước đó có thể nhập khẩu những sản phẩm mà mình cần mà việc sản xuất chúng tốn kém hơn. Kết quả là nhờ các nghiệp vụ ngoại thương, các chi phí chung để sản xuất ra một khối lượng hàng hóa nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước sẽ thấp hơn khi ta tự bố trí sản xuất chủ yếu bằng sức lực riêng. Nói cách khác chi phí sản xuất trong nước là nền tảng của hiệu quả kinh tế ngoại thương.

Trong thực tế hiệu quả trên đây xuất hiện do có sự khác nhau về điều kiện địa lý - tự nhiên, về kinh tế, về trình độ khoa học, công nghệ và quản lý và các sự khác nhau khác tồn tại giữa các quốc gia, các vùng kinh tế. Chính sự khác nhau đó tạo cơ sở cho trao đổi đối ngoại.

Từ ví dụ có tính khái quát trên, ta thấy rõ tồn tại hai yếu tố ảnh hưởng đến trao đổi ngoại thương.

Một là, sự khác nhau giữa chi phí sản xuất dân tộc và chi phí sản xuất quốc tế phản ánh mức chi phí trung bình của các nước khác nhau trên thế giới. Ta thấy trong ví dụ trên, tại nước “A” chi phí sản xuất trong nước của hàng “a” và “c” thấp hơn chi phí quốc tế. Điều sẽ có lợi là họ tập trung sản xuất các hàng hóa cho nhu cầu của mình và cho xuất khẩu. Tại nước “B” chi phí nội địa để sản xuất hàng “b” thấp hơn chi phí quốc tế. Và nước này sẽ chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa đó.

Hai là, hiệu quả ngoại thương xuất hiện trên cơ sở sự khác nhau về chi phí sản xuất trong nước của các hàng hóa khác nhau. Một nước sẽ xuất khẩu một hàng hóa mà việc sản xuất ra nó tương đối rẻ và nhập khẩu một hàng hóa mà việc sản xuất ra nó sẽ đắt hơn.

Kết luận quan trọng rút ra từ sự phân tích trên là hiệu quả kinh tế ngoại thương được tạo ra trong lĩnh vực sản xuất và được thực hiện qua trao đổi ngoại thương. Tương quan (tỷ lệ) đối ngoại của trao đổi chỉ tạo thêm thuận lợi hay ngược lại để tạo nên hiệu quả. Trong những điều kiện thuận lợi, giá cả quốc tế cho phép tăng tiền thu xuất khẩu và do đó tạo điều kiện tăng nhập khẩu, và nhờ đó mà tiết kiệm được lao động xã hội.

Những gì trình bày ở chương 2 cho ta thấy thông qua ngoại thương cơ cấu sản phẩm xã hội kèm theo là cơ cấu kỹ thuật và công nghệ sản xuất đã thay đổi theo hướng có lợi cho quá trình phát triển sản xuất tiếp theo của nền kinh tế. Để phát triển, nước ta cần tiếp tục đổi mới, chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Trong quá trình đó, ngoại thương không chỉ tạo ra thị trường bên ngoài rộng lớn để mua bán hàng hóa, mà còn thông qua xuất nhập khẩu mở rộng thị trường trong nước.

Như vậy, hiệu quả kinh tế ngoại thương không tồn tại một cách biệt lập với sản xuất. Những kết quả do ngoại thương mang lại, tác động nhiều mặt của nó đến nền kinh tế cần được đánh giá và đo lường thông qua và trên cơ sở các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế liên quan đến toàn bộ quá trình sản xuất. Chỉ tiêu đó là năng suất lao động xã hội, nghĩa là sự tiết kiệm lao động xã hội trên quy mô nền kinh tế của một nước. Đó chính là tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương.

Xét về mặt lý luận, nội dung cơ bản của hiệu quả kinh tế ngoại thương là góp phần thúc đẩy tăng nhanh năng suất lao động xã hội, nghĩa là sự tiết kiệm lao động xã hội và tăng thu nhập quốc dân có thể sử dụng, qua đó tạo thêm nguồn tích lũy cho sản xuất và nâng cao mức sống ở trong nước.

Tuy nhiên, cần thấy rằng trên thực tế khó xác định hiệu quả kinh tế ngoại thương đối với nền kinh tế quốc dân nói chung, vì tác

động của nó thường phải thông qua nhiều công đoạn của sản xuất, nhiều tổ chức thực hiện khác nhau và chịu ảnh hưởng không ít của nhiều yếu tố sản xuất và phi sản xuất đan chéo nhau. Nhưng yêu cầu của công tác quản lý và hạch toán lại đòi hỏi phải xác định được hiệu quả kinh tế ngoại thương đối với nền kinh tế quốc dân và của từng doanh nghiệp. Điều này có liên quan đến việc xác định biểu hiện của hiệu quả và chỉ tiêu hiệu quả kinh tế ngoại thương mà chúng ta sẽ đề cập đến sau đây.

2. Phân loại hiệu quả kinh tế ngoại thương

Trong công tác quản lý, phạm trù hiệu quả kinh tế ngoại thương được biểu hiện ở những dạng khác nhau, mỗi dạng thể hiện những đặc trưng, ý nghĩa cụ thể của hiệu quả kinh tế ngoại thương. Việc phân loại hiệu quả kinh tế ngoại thương theo những tiêu thức khác nhau có tác dụng thiết thực cho công tác quản lý ngoại thương. Nó là cơ sở để xác định các chỉ tiêu và mức hiệu quả và xác định những biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.

2.1. Hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế-xã hội của nền kinh tế quốc dân

Hiệu quả kinh tế cá biệt là hiệu quả kinh tế thu được từ hoạt động ngoại thương của từng doanh nghiệp, của từng thương vụ, mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu. Biểu hiện chung của hiệu quả cá biệt là doanh lợi mà mỗi doanh nghiệp đạt được.

Hiệu quả kinh tế - xã hội mà ngoại thương đem lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của hoạt động ngoại thương vào việc phát triển sản xuất, đổi mới cơ cấu kinh tế, tăng năng suất lao động xã hội, tích lũy ngoại tệ, tăng thu cho ngân sách, giải quyết việc làm, cải thiện đời sống nhân dân v.v...

Trong quản lý kinh doanh ngoại thương không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong hoạt động của từng người, từng doanh nghiệp, mà còn phải tính toán và quan trọng hơn, phải đạt được hiệu quả kinh tế - xã hội đối với nền kinh tế quốc dân. “Hiệu quả kinh tế - xã hội là tiêu chuẩn quan trọng nhất của sự phát triển”. Giữa hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế - xã hội có mối quan hệ nhân quả và tác động qua lại với nhau. Hiệu quả kinh tế quốc dân chỉ có thể đạt được trên cơ sở hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp ngoại thương. Tuy vậy, có thể có những doanh nghiệp xuất nhập khẩu không đảm bảo được hiệu quả (bị lỗ) nhưng nền kinh tế vẫn thu được hiệu quả. Tuy nhiên, tình hình thua lỗ của doanh nghiệp nào đó chỉ có thể chấp nhận được trong những thời điểm nhất định do những nguyên nhân khách quan mang lại. Các doanh nghiệp ngoại thương phải quan tâm đến hiệu quả kinh tế - xã hội vì đó chính là tiền đề và điều kiện cho doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả. Nhưng để doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả kinh tế - xã hội chung của nền kinh tế quốc dân Nhà nước cần có các chính sách đảm bảo kết hợp hài hòa lợi ích của xã hội với lợi ích của doanh nghiệp và cá nhân người lao động.

2.2. Hiệu quả của chi phí bộ phận và chi phí tổng hợp

Hoạt động của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng gắn liền với môi trường và thị trường của nó. Doanh nghiệp phải căn cứ vào thị trường để giải quyết những vấn đề then chốt: sản xuất cái gì, sản xuất thế nào, sản xuất cho ai và với chi phí bao nhiêu.

Mỗi nhà cung cấp tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh của mình trong những điều kiện cụ thể về nguồn tài nguyên, trình độ trang bị kỹ thuật, trình độ tổ chức và quản lý lao động, quản lý kinh doanh. Họ đưa ra thị trường sản phẩm của mình với một chi phí cá biệt nhất định và người nào cũng muốn tiêu thụ được hàng hóa của mình với giá cao nhất. Tuy vậy, khi đưa hàng hóa của mình ra bán trên thị trường,

họ chỉ có thể bán theo một giá là giá cả thị trường nếu sản phẩm của họ hoàn toàn giống nhau về mặt chất lượng.

Sở dĩ như vậy là vì thị trường chỉ thừa nhận mức trung bình xã hội cần thiết về hao phí để sản xuất ra một đơn vị hàng hóa. Quy luật giá trị đã đặt tất cả các doanh nghiệp với mức chi phí cá biệt khác nhau trên cùng một mặt hàng trao đổi, thông qua một mức giá cả thị trường.

Suy đến cùng, chi phí bỏ ra là chi phí lao động xã hội. Nhưng tại mỗi doanh nghiệp mà chúng ta cần đánh giá hiệu quả, thì chi phí lao động xã hội đó lại được thể hiện dưới các dạng chi phí cụ thể:

- Giá thành sản xuất
- Chi phí ngoài sản xuất

Bản thân mỗi loại chi phí trên lại có thể được phân chia chi tiết tỉ mỉ hơn. Đánh giá hiệu quả kinh tế hoạt động xuất nhập khẩu không thể không đánh giá hiệu quả tổng hợp của các loại chi phí trên đây, nhưng lại cần thiết phải đánh giá hiệu quả của từng loại chi phí.

Đó là việc cần làm giúp cho hoạt động kinh doanh tìm được hướng giảm chi phí cá biệt của doanh nghiệp nhằm tăng hiệu quả kinh tế.

Cần nhấn mạnh rằng nguồn gốc (cơ chế xuất hiện) hiệu quả kinh tế ngoại thương là từ kết quả và chi phí sản xuất trong nước. Bản chất của cơ chế đó là ở chỗ bất kỳ nước nào khi tham gia vào phân công lao động quốc tế, có thể phát triển sản xuất hàng hóa với chi phí thấp để đáp ứng nhu cầu của bản thân và để xuất khẩu. Đồng thời, nước đó có thể nhập khẩu sản phẩm cần thiết mà việc tự sản xuất tốn kém hơn. Kết quả là nhờ các nghiệp vụ ngoại thương các chi phí chung (chi phí sản xuất) để sản xuất ra một khối lượng hàng hóa được sử dụng ở trong nước nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng cá nhân, sẽ thấp hơn khi ta bố trí sản xuất chủ yếu bằng sức lực riêng.

Nói cách khác, chi phí sản xuất trong nước là nền tảng của hiệu quả kinh tế ngoại thương.

Như vậy, hiệu quả kinh tế ngoại thương nói chung, được tạo thành trên cơ sở hiệu quả của các loại chi phí cấu thành. Các đơn vị sản xuất và kinh doanh ngoại thương là nơi trực tiếp sử dụng các yếu tố của quá trình sản xuất để tạo ra các giá trị sử dụng khác nhau. Vì vậy, bản thân các đơn vị sản xuất và kinh doanh ngoại thương phải quan tâm xác định những biện pháp đồng bộ để thu được hiệu quả toàn diện trên các yếu tố của quá trình tái sản xuất.

2.3. Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh

Trong công tác quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh, việc xác định hiệu quả nhằm hai mục đích cơ bản:

Một là, để thể hiện và đánh giá trình độ sử dụng các dạng chi phí trong hoạt động các dạng sản xuất kinh doanh.

Hai là, để phân tích, luận chứng về kinh tế các phương án khác nhau trong việc thực hiện một nhiệm vụ cụ thể nào đó, từ đó, lựa chọn lấy một phương án có lợi nhất.

Hiệu quả tuyệt đối là lượng hiệu quả được tính toán cho từng phương án cụ thể bằng cách xác định mức lợi ích thu được với lượng chi phí bỏ ra. Chẳng hạn, tính toán mức lợi nhuận thu được từ một đồng chi phí sản xuất (giá thành), hoặc từ một đồng vốn bỏ ra v.v...

Người ta xác định hiệu quả tuyệt đối khi phải bỏ chi phí ra để thực hiện một thương vụ nào đó, để biết được với những chi phí bỏ ra sẽ thu được những lợi ích cụ thể và mục tiêu cụ thể gì, từ đó đi đến quyết định có nên bỏ ra chi phí hay không cho thương vụ đó. Vì vậy, trong công tác quản lý kinh doanh, bất kỳ công việc gì đòi hỏi phải bỏ ra chi phí dù với một lượng lớn hay nhỏ cũng đều phải tính toán hiệu quả tuyệt đối.

Hiệu quả so sánh được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án với nhau. Nói cách khác, hiệu quả so sánh chính là mức chênh lệch về hiệu quả tuyệt đối của các phương án. Mục đích chủ yếu của việc tính toán này là so sánh mức độ hiệu quả của các phương án (hoặc cách làm khác nhau cùng thực hiện một nhiệm vụ) từ đó cho phép lựa chọn một cách làm có hiệu quả cao nhất.

Trên thực tế, để thực hiện một nhiệm vụ nào đó, người ta không chỉ tìm thấy một cách (một phương án, một con đường, một giải pháp) mà có thể đưa ra nhiều cách làm khác nhau. Mỗi cách làm đó đòi hỏi lượng đầu tư vốn, lượng chi phí khác nhau, thời gian thực hiện và thời gian thu hồi vốn đầu tư cũng khác nhau. Vì vậy, muốn đạt được hiệu quả kinh tế cao, người làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại thương không nên tự trời mình vào một cách làm, mà phải vận dụng mọi sự hiểu biết đưa ra nhiều phương án khác nhau, rồi so sánh hiệu quả kinh tế của các phương án đó để chọn ra một phương án có lợi nhất.

Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh trong ngoại thương có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, song chúng lại có tính độc lập tương đối. Trước hết, xác định hiệu quả tuyệt đối là cơ sở xác định hiệu quả so sánh. Nghĩa là, trên cơ sở những chỉ tiêu tuyệt đối của từng phương án, người ta so sánh mức hiệu quả ấy của các phương án với nhau. Mức chênh lệch chính là hiệu quả so sánh.

Tuy vậy, có những chỉ tiêu hiệu quả so sánh được xác định không phụ thuộc vào việc xác định hiệu quả tuyệt đối. Chẳng hạn, việc so sánh giữa mức chi phí của các phương án với nhau để chọn ra phương án có chi phí thấp, thực chất chỉ là sự so sánh mức chi phí của các phương án chứ không phải là việc so sánh mức hiệu quả tuyệt đối của các phương án.

II. HỆ THỐNG CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

1. Tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương

Hiệu quả kinh tế của bất kỳ hoạt động kinh tế nào được biểu hiện ở mối tương quan giữa kết quả sản xuất và chi phí sản xuất mới chỉ đặc trưng mặt lượng của hiệu quả kinh tế. Cùng với sự biểu hiện về mặt số lượng, hiệu quả kinh tế của bất kỳ một hoạt động kinh tế nào còn có tính chất lượng. Tính chất lượng của hiệu quả chính là tiêu chuẩn của hiệu quả.

Tiêu chuẩn là căn cứ cơ bản và chủ yếu để nhận rõ thực tế khách quan, đảm bảo nhận thức chính xác sự vật hoặc hiện tượng nghiên cứu và phân biệt đúng sai.

Tiêu chuẩn của hiệu quả kinh tế cần phải thể hiện một cách đúng đắn và đầy đủ nhất bản chất của hiệu quả kinh tế.

Hiệu quả là mối quan tâm trung tâm của kinh tế học. Hiệu quả là tiêu chuẩn quan trọng (có thể là quan trọng nhất) để đánh giá kết quả hoạt động ngoại thương. Hiệu quả kinh tế ngoại thương không chỉ có nghĩa là mức lợi nhuận bằng tiền. Tuy rằng lợi nhuận là lý do tồn tại của một doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Tiêu chuẩn của hiệu quả kinh tế ngoại thương là tiết kiệm lao động xã hội, hay nói cách khác là tăng năng suất lao động xã hội.

Năng suất lao động xã hội có ý nghĩa kinh tế và chính trị rất lớn. V.Lênin đã chỉ rõ: “Tăng năng suất lao động xã hội xét cho đến cùng là điều quan trọng nhất, căn bản nhất để đảm bảo thắng lợi cho chế độ xã hội mới”¹⁰. Chủ tịch Hồ Chí Minh nhấn mạnh: “Muốn phát triển sức sản xuất thì trước hết phải nâng cao năng suất lao động” và “Nâng cao năng suất lao động là nguồn gốc của cải to lớn nhất”¹¹.

¹⁰ V.I. Lênin “ sáng kiến vĩ đại” NXB Sự Thật, Hà Nội, Trang 32.

¹¹ Hồ Chí Minh “về công nghiệp hoá XHCN” NXB Sự Thật, Hà Nội, Trang 21.

Khái niệm năng suất lao động xã hội cần được hiểu theo nghĩa tích cực của nó: “Có nghĩa là tăng năng suất lao động xã hội không chỉ đơn thuần là việc tiết kiệm chi phí xã hội cần thiết về lao động sống và lao động vật hóa cho việc sản xuất đơn vị sản phẩm mà tăng năng suất lao động xã hội còn bao hàm ý nghĩa phát triển sản xuất.

Trong nền sản xuất xã hội chủ nghĩa, yêu cầu cơ bản được đặt ra khi xác định hiệu quả là phải tính tới kết quả của nền kinh tế quốc dân. Quan điểm của việc xác định hiệu quả được xuất phát từ lợi ích của xã hội, của từng doanh nghiệp và người lao động.

Do vậy, khi xác định hiệu quả kinh tế ngoại thương, cần phải tính toán hiệu quả của tất cả chi phí lao động xã hội không phải chỉ ở từng khâu riêng biệt của sản xuất, mà trong tất cả các khâu của nền kinh tế quốc dân có liên quan. Khi tính toán hiệu quả kinh tế ngoại thương không chỉ tính bởi những kết quả, những lợi ích về mặt kinh tế, mà còn phải tính đến cả những kết quả về phương diện chính trị, xã hội.

Như vậy, khi xem xét hiệu quả kinh tế ngoại thương, không chỉ cần phải nắm vững tiêu chuẩn hiệu quả mà còn phải quán triệt quan điểm toàn diện.

Tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương được biểu hiện gián tiếp thông qua một hệ thống chỉ tiêu. Nếu tiêu chuẩn biểu hiện mặt chất lượng của hiệu quả, thì hệ thống chỉ tiêu biểu hiện đặc trưng số lượng của hiệu quả kinh tế ngoại thương.

2. Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh tế ngoại thương

Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế là biểu hiện đặc trưng về lượng tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế. Trong thực tế, việc phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế phải sử dụng một hệ thống chỉ tiêu vì:

Thứ nhất, việc sử dụng hệ thống chỉ tiêu là nhằm phản ánh được giá trị hàng hóa ở những mức độ và khía cạnh khác nhau. Nói cách

Tạo thêm công ăn việc làm nhờ mở rộng thị trường xuất khẩu và nhập khẩu các yếu tố đầu vào cho sản xuất.

Đảm bảo cán cân thanh toán quốc tế lành mạnh, trong đó chú ý tới việc hạch toán nghiệp vụ vay trả sao cho có hiệu quả.

Ngoài ra, người ta còn dùng chỉ tiêu điều kiện thương mại để đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại thương:

$$Tc = \frac{Px_1}{Px_0} : \frac{Pn_1}{Pn_0} \quad (1)$$

Trong đó:

Tc: Điều kiện thương mại (hay tỉ lệ trao đổi)

x,n: Chỉ số giá xuất khẩu, nhập khẩu

1,0 : Thời kỳ tính toán và Thời kỳ gốc

Đây là sự so sánh giữa chỉ số giá xuất khẩu với chỉ số giá nhập khẩu.

Chỉ số này cho biết nền kinh tế quốc dân bán ra nước ngoài đắt hơn, hoặc ngược lại là ít đắt hơn cái mà nó mua vào. Nếu tương quan cao hơn 1 thì có sự cải thiện về các quan hệ trao đổi, còn ngược lại là sự huỷ hoại các quan hệ trao đổi.

Để đạt được điều kiện thương mại có lợi cần lưu ý:

Cải tiến cơ cấu và chất lượng hàng hóa xuất nhập khẩu theo hướng tăng nhanh các mặt hàng nông sản chế biến và công nghiệp chế biến.

Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, giá cả, vận dụng các phương thức buôn bán phù hợp để tranh thủ được điều kiện thị trường có lợi nhất.

2.2. Các chỉ tiêu biểu hiện hiệu quả cụ thể của các hoạt động xuất nhập khẩu

Chỉ tiêu lợi nhuận xuất khẩu và nhập khẩu: đây là chỉ tiêu quan trọng nhất đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Chỉ tiêu so sánh giá xuất nhập khẩu so với giá quốc tế. Trong trao đổi ngoại thương, giá quốc tế là mức ngang giá chung. Các doanh nghiệp phải lấy giá quốc tế làm tiêu chuẩn để so sánh với giá xuất nhập khẩu đã được thực hiện. Qua đó có thể đánh giá được hiệu quả kinh tế của các hoạt động xuất nhập khẩu về mặt đối ngoại.

Chỉ tiêu so sánh doanh thu xuất khẩu tính ra đồng Việt Nam theo tỷ giá hiện hành của Ngân hàng Nhà nước với giá thành xuất khẩu ở trong nước của từng mặt hàng, nhóm hàng, của từng chuyến hàng, hay của từng thời kỳ xuất khẩu khác nhau.

Chỉ tiêu so sánh doanh thu bán hàng nhập khẩu ở trong nước với chi phí nhập khẩu tính ra đồng Việt Nam theo tỷ giá hiện hành của Ngân hàng Nhà nước của từng mặt hàng, từng nhóm hàng, từng chuyến hàng nhập khẩu hay của từng thời kỳ nhập khẩu.

Chỉ tiêu so sánh giá cả nhập khẩu của từng mặt hàng, nhóm hàng giữa các khu vực thị trường và các thương nhân khác nhau. Qua đó có thể rút ra lợi thế trao đổi đối với các khu vực thị trường và thương nhân khác nhau.

Chỉ tiêu hiệu quả xuất nhập khẩu kết hợp tính cho cả nước hay từng dịch vụ đối hàng riêng lẻ.

Các chỉ tiêu trên thể hiện sự tiết kiệm lao động xã hội được thực hiện trực tiếp qua trao đổi ngoại thương. Phạm trù giá cả đo lường chi phí lao động mang tính quốc gia và quốc tế trong việc sản xuất ra hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được thể hiện qua các chỉ tiêu đó. Vì vậy, khi tính toán các chỉ tiêu trên, hai yếu tố giá trị tiền tệ và phương thức thanh toán có ý nghĩa quan trọng.

Về giá trị tiền tệ:

Các loại giá bằng ngoại tệ thực chi, thực thu trong xuất khẩu, nhập khẩu thường tính ra USD để dễ so sánh với giá quốc tế. Trong trường hợp có giá quốc tế tính bằng ngoại tệ khác, người ta thường chuyển đổi ra USD theo tỷ giá hiện hành trên thị trường tiêu biểu được lựa chọn.

Các loại giá ngoại tệ thực thu, thực chi trong xuất nhập khẩu sẽ được tính ra đồng Việt Nam theo tỷ giá hiện hành của ngân hàng để có thể so sánh với chi phí xuất khẩu và doanh thu nhập khẩu ở trong nước.

Phương thức thanh toán:

Xuất nhập khẩu trả tiền ngay: trong mối quan hệ này có thể xuất khẩu và nhập khẩu tách riêng, cũng có thể xuất khẩu và nhập khẩu kết hợp. Khi tính hiệu quả xuất khẩu, nhập khẩu không phải tính đến các yếu tố của lãi suất tín dụng.

Xuất khẩu và nhập khẩu thanh toán sau: trong trường hợp này, yếu tố lãi suất tín dụng có ý nghĩa quan trọng khi tính toán hiệu quả của xuất khẩu, nhập khẩu.

III. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH MỘT SỐ CHỈ TIÊU HIỆU QUẢ KINH TẾ HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

Trong việc xác định hiệu quả kinh tế ngoại thương, một vấn đề quan trọng đầu tiên là phải tính toán được hiệu quả về mặt tài chính của hoạt động ngoại thương. Đó là hiệu quả kinh tế được biểu hiện thông qua đồng tiền. Muốn xác định được chính xác hiệu quả tài chính của hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, đòi hỏi phải tính đúng và đầy đủ giá thành xuất khẩu và nhập khẩu.

Trong quan niệm của những người làm thương mại, giá thành của một sản phẩm - hàng hóa là tổng số các chi phí tạo nên sản phẩm - hàng hóa đó ở tại thời điểm xác định trên con đường lưu chuyển từ nơi

sản xuất đến nơi tiêu thụ. Với quan niệm như thế, giá thành xuất khẩu (CP_{XK}) một hàng hóa là tổng số các chi phí từ nơi sản xuất đến khi hàng đó được xếp lên phương tiện vận tải ở cửa khẩu để gửi đi nước ngoài. Còn giá thành nhập khẩu (CP_{NK}) một hàng hóa là tổng số các chi phí về hàng hóa đó khi hàng đó đi từ nơi sản xuất cho đến khi về đến cửa khẩu nước nhập khẩu và sẵn sàng để giao cho người tiêu thụ ở trong nước nhập khẩu.

Giá thành xuất nhập khẩu có vai trò rất quan trọng trong việc xác định hiệu quả tài chính của hoạt động kinh doanh ngoại thương của một doanh nghiệp. Nếu giá thành này không được tính toán đúng và đủ thì doanh nghiệp luôn có ảo tưởng về kết quả kinh doanh. Nghĩa là bản chất “lỗ” lại hiểu lầm là “lãi” và, ngược lại “lãi” lại tưởng là “lỗ”. Những ảo tưởng đó sẽ dẫn đến những quyết định sai lầm trong phương án kinh doanh của doanh nghiệp.

Vì vậy, muốn tính toán chính xác hiệu quả tài chính của hoạt động xuất nhập khẩu, điều kiện cần thiết là phải tính đủ những chi phí tạo nên CP_{XK} và CP_{NK} .

1. Xác định một số chỉ tiêu hiệu quả tài chính hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu

Nếu hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu bình thường (không kèm theo điều kiện tín dụng) tức trường hợp không dùng hiện giá, ta dùng các chỉ tiêu sau đây để đánh giá hiệu quả tài chính hoạt động xuất nhập khẩu.

1.1. Đánh giá các tỷ lệ sinh lời

Tỷ suất ngoại tệ

Như đã trình bày hiệu quả kinh tế ngoại thương là một đại lượng so sánh giữa “kết quả đầu ra” với “chi phí đầu vào”.

Trong hoạt động xuất khẩu “kết quả đầu ra” thể hiện bằng số ngoại tệ thu được do xuất khẩu và “chi phí đầu vào” thì tính bằng bản

tệ. Ngược lại, trong hoạt động nhập khẩu, “chi phí đầu vào” là giá nhập khẩu đầy đủ tính bằng ngoại tệ còn kết quả đầu ra lại tính bằng bản tệ. Vì vậy, tỷ suất ngoại tệ được thể hiện bằng hai đơn vị tiền tệ: Ngoại tệ và bản tệ

(i) *Tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu* là đại lượng so sánh giữa khoản thu ngoại tệ do xuất khẩu (DT_{XK}) đem lại với số chi phí bản tệ phải chi ra (C_{XK}) để có được số ngoại tệ đó. Nếu đặt ký hiệu (R_{XK}) cho tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu ta có:

$$R_{XK} = \frac{DT_{XK} \text{ (bằng ngoại tệ)}}{CP_{XK} \text{ (bằng nội tệ)}} \quad (1)$$

Ví dụ 1: Công ty xuất nhập khẩu C trong năm 2000 tổng doanh thu xuất khẩu thu được là 8,95 triệu USD. Tổng chi phí đầu vào liên quan đến mua bán số sản phẩm xuất khẩu trên đây là 104.740 triệu VNĐ. Ta có thể xác định tỷ suất ngoại tệ của việc xuất khẩu như sau:

$$R_{XK} = \frac{8,95 \text{ triệu USD}}{104.740 \text{ triệu VNĐ}} = \frac{1 \text{ USD}}{11.702 \text{ VNĐ}}$$

Điều này có nghĩa là để có được 1 USD khi xuất khẩu, công ty đã phải chi ra 11.702 VNĐ.

(ii) *Tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu* là đại lượng so sánh giữa khoản thu (tính bằng bản tệ) do việc nhập khẩu đem lại (DT_{NK}) với số chi phí đầu vào (tính bằng ngoại tệ) đã phải bỏ ra để mua bán hàng nhập khẩu (CP_{NK}). Nếu ta ký hiệu (R_{NK}) thể hiện tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu ta có:

$$R_{NK} = \frac{DT_{NK} \text{ (bằng nội tệ)}}{CP_{NK} \text{ (bằng ngoại tệ)}} \quad (2)$$

Ví dụ 2: Công ty xuất nhập khẩu C trên đây dùng một phần số tiền xuất khẩu thu được để nhập khẩu 3.300 tấn phân u-rê giá CIF (Hải Phòng) là 643.260 USD. Chi phí nhập khẩu liên quan đến bán lô hàng trên hết 3.180 triệu VNĐ. Số phân bón trên công ty đem bán trên thị trường nội địa thu được 15.120 triệu VNĐ (Tỷ giá 1USD = 14.100 VNĐ).

Vậy tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu trong trường hợp này là:

$$R_{nk} = \frac{15.120 \text{ tr. VNĐ}}{643.260 \text{ USD} + \left(\frac{3.180 \text{ tr VNĐ}}{14.100} \right)} = \frac{15.120 \text{ tr VNĐ}}{868.792 \text{ USD}} = 17.403 \text{ VNĐ}$$

Điều này có nghĩa là khi bỏ ra 1USD cho việc kinh doanh phân bón công ty thu về được 17.403 VNĐ.

1.2. Lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận

Lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận là chỉ tiêu tổng hợp thể hiện kết quả kinh doanh. Vì vậy, khi nói về hiệu quả kinh tế nói chung, và hiệu quả tài chính nói riêng của một hoạt động xuất nhập khẩu chúng ta không xem xét đến lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận.

Lợi nhuận được thể hiện dưới hai dạng: số tuyệt đối và số tương đối.

a) Ở dạng số tuyệt đối, lợi nhuận là hiệu số giữa khoản doanh thu và chi phí bỏ ra trong quá trình sản xuất, kinh doanh. Về nguyên tắc lợi nhuận được tính theo công thức:

$$P = D - CP \quad (3)$$

Trong đó:

P: Tổng lợi nhuận thu được

D: Doanh thu tiêu thụ sản phẩm (hoặc thực hiện dịch vụ)

CP: Chi phí phải bỏ ra trong quá trình sản xuất, kinh doanh (giá thành của sản phẩm, thuế các loại...).

Hiệu quả ở đây được biểu hiện thông qua việc so sánh kết quả (doanh thu) và các chi phí bỏ ra trong quá trình kinh doanh gắn với doanh thu đó. Tuy nhiên, khi sử dụng lượng lợi nhuận tuyệt đối này để phân tích, đánh giá hiệu quả kinh tế của một thương vụ, hoặc của một doanh nghiệp, cần lưu ý khối lượng lợi nhuận tuyệt đối thu được không phụ thuộc vào nỗ lực chủ quan của mỗi doanh nghiệp mà còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khách quan khác, giá cả của các đầu vào, của chính sách thuế v.v...

b) Ở dạng tương đối được thể hiện bằng tỷ suất lợi nhuận. Tỷ suất lợi nhuận có thể tính theo: giá thành, vốn sản xuất hoặc doanh thu.

- Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo giá thành phản ánh mức lợi nhuận thu được từ một đơn vị chi phí cho hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu (còn gọi là hiệu quả của một đơn vị chi phí).

$$P_z = \frac{P}{Z} \quad (4)$$

Trong đó:

P_z : Tỷ suất lợi nhuận theo giá thành

Z : Giá thành của sản phẩm

- Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn kinh doanh (hay còn gọi là hệ số sinh lời của vốn).

Tổng số tiền lợi nhuận được phản ánh trên các báo cáo thu nhập cho ta biết kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên số lợi nhuận này chưa thể đánh giá đúng đắn chất lượng kinh doanh của đơn vị. Các đơn vị kinh doanh có số vốn đầu tư lớn thì thông thường có số lợi nhuận lớn hơn các đơn vị có vốn đầu tư nhỏ. Vì vậy, không thể

dùng số tiền lợi nhuận này để đánh giá chất lượng hiệu quả kinh doanh ở các doanh nghiệp có quy mô vốn khác nhau. Ví dụ, một doanh nghiệp xuất nhập khẩu có tổng số vốn là 100 triệu đồng và số tiền lãi thu được mỗi tháng là 500 triệu đồng, thì có thể coi kết quả hoạt động này là khả quan. Nhưng tại một doanh nghiệp khác có tổng số vốn là 100 triệu đồng và số tiền lãi thu được cũng là 100 triệu đồng thì kết quả hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của họ lại khá hơn nhiều đơn vị trước.

Bởi vậy, ngoài việc đánh giá các tỷ lệ sinh lời như tỷ suất ngoại tệ, tỷ suất lợi nhuận, ta còn cần xem xét tổng số lợi nhuận với số vốn được sử dụng để tạo ra số lợi nhuận đó.

Tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn phản ánh mức lợi nhuận thu được từ một đơn vị vốn kinh doanh (hay hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh).

$$P_v = \frac{P}{V_{cd} + V_{ld}} \quad (5)$$

Trong đó:

P_v : Tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn (4)

V_{cd} : Giá trị còn lại bình quân của tài sản cố định trong kỳ

V_{ld} : Số dư vốn lưu động bình quân trong kỳ

Tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu

Phản ánh mức lợi nhuận thu được từ một đơn vị doanh thu tiêu thụ sản phẩm xuất khẩu hay nhập khẩu.

$$P_{dt} = \frac{P}{D} \quad (6)$$

Trong đó:

P_{dt} : Tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu

D: Doanh thu từ tiêu thụ sản phẩm

Khi sử dụng chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu, cần tránh quan niệm giản đơn cho rằng tỷ suất lợi nhuận càng cao hiệu quả kinh tế càng lớn. Điều quan trọng là kinh doanh phải có lãi. Tỷ suất lợi nhuận chỉ là một trong những căn cứ đánh giá hiệu quả, chứ không phải là căn cứ duy nhất để đưa ra quyết định kinh doanh.

Ví dụ 3: Căn cứ vào số liệu trong bảng cân đối tài sản (Bảng 4.1) và bảng thu nhập hoạt động xuất nhập khẩu năm 2000 (Bảng 4.2) của công ty xuất nhập khẩu C, ta có thể tính toán một số chỉ tiêu hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu của công ty năm 2000 như sau:

(1) Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo giá thành:

$$P_z = \frac{P}{Z} = \frac{24.320 \text{ trVND}}{116.990 \text{ trVND}} = 20,8\%$$

(2) Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn.

$$P_v = \frac{P}{V_{cd} + V_{ld}} \quad (5)$$
$$= \frac{24.320 \text{ tr.VND}}{\frac{1}{2}[(5.650 + 6.734) + (95.317 + 138.397)]} = \frac{24.320 \text{ tr.VND}}{123.049 \text{ tr.VND}} = 19,7\%$$

(3) Tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu:

$$P_{dt} = \frac{P}{D} \quad (6)$$
$$= \frac{24.320 \text{ tr.VND}}{141.310 \text{ tr.VND}} = 17,2\%$$

Dựa vào các kết quả tính toán trên đây, so sánh nó với các kết quả cùng kỳ của các năm trước để phân tích, đánh giá tìm ra các nguyên nhân tăng, giảm. Tìm lời giải đáp cho mục tiêu nâng cao hơn nữa hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là nhiệm vụ quan trọng của người quản trị doanh nghiệp.

Bảng 4.1. Bảng cân đối tài sản

Ngày 31/12/2005 - Đơn vị tính: triệu VNĐ

	31/12/2004	31/12/2005
Tài sản	100.967	145.131
Tài sản lưu động	95.317	138.397
- Vốn bằng tiền	17.937	7.506
- Đầu tư ngắn hạn		
- Các khoản phải thu	14.350	13.138
- Ứng trả trước	530	732
- Hàng tồn kho	62.500	117.021
- Chi sự nghiệp		
Tài sản cố định	5.650	6.734
Tài sản cố định hữu hình- Hao mòn	8.249	9.241
tài sản cố định	2.599	2.507
Nguồn vốn	100.967	145.131
Nợ phải trả		
- Nợ ngắn hạn	777.220	100.021
- Nợ dài hạn		
Vốn chủ sở hữu		
- Vốn - quỹ	23.747	45.110
* Vốn kinh doanh	14.900	16.829
* Quỹ phát triển kinh doanh	3.600	2.978
* Lãi chưa phân phối	2.270	24.320
* Quỹ khen thưởng phúc lợi	1.650	490
* Vốn đầu tư XDCB	1.327	500

Bảng 4.2. Bảng thu nhập hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu

Tính đến 31/12/2005 - Đơn vị: triệu VNĐ

	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng cộng
+ Doanh thu	126.190	15.120	141.310
- Trị giá bằng ngoại tệ	8,95	-	
- Trị giá bằng VNĐ	126.190 (1)	15.120	
+ Chi phí	104.740	12.250	116.990
- Mua hàng	90.864	9.070	99.934
- Phí lưu thông trong nước	10.096	1.060	11.156 (2)
- Phí lưu thông ngoài nước	2.520	310	2.830
- Thuế các loại	1.260	1.810	3.070
+ Lãi thuần từ hoạt động kinh doanh	21.450	2.870	24.320

(1) Tỷ giá mua, bán trung bình của các ngân hàng thương mại trong năm báo cáo 14.100VNĐ/1USD.

(2) Trong đó: Tiền lương, phụ cấp lương CBCNV: 2.670

Thời gian hoàn vốn

Các tiêu thức đã trình bày ở trên (giá thành, tỷ xuất ngoại tệ) rất thích hợp đối với những thương vụ giảm đơn: Việc mua vào bán ra xảy ra trong thời gian ngắn. Đối với những thương vụ có thời gian dài (ví dụ, mua nông sản vào thời vụ thu hoạch để bán ra trong cả năm, nhập khẩu một lúc với khối lượng lớn để bán dần trong nhiều tháng), doanh nghiệp cần phải tính đến thời gian hoàn vốn.

Thời gian hoàn vốn hoặc thời gian bù vốn là một chỉ số hiệu quả kinh tế đơn giản và được sử dụng tương đối phổ biến trong đánh

giá các hoạt động (dự án) kinh doanh. Thời gian hoàn vốn hiện có nhiều cách hiểu khác nhau và do đó việc sử dụng chúng cho những kết quả khác nhau.

Thời gian hoàn vốn là khoảng thời gian mà vốn đầu tư bỏ ra có thể thu hồi được, nhờ lợi nhuận và khấu hao cơ bản thu được hàng năm. Thời gian hoàn vốn được tính theo công thức:

$$T_v = \frac{Vdt}{P + Kc} \quad (7)$$

Trong đó: T_v : Thời gian hoàn vốn (năm)

Vdt : Tổng lượng vốn đầu tư cho kinh doanh

P : Lợi nhuận thu được trong năm

Kc : Mức khấu hao cơ bản hàng năm

Để đơn giản tính toán, trong công thức trên đây, người ta không tính đến tỷ lệ lãi, nghĩa là lãi suất được coi là 0%. Trong mọi trường hợp, sẽ đạt được hiệu quả kinh tế cao khi thời hạn hoàn vốn ngắn. Từ công thức tính thời gian hoàn vốn trên, ta thấy thời hạn hoàn vốn đầu tư cho kinh doanh phụ thuộc vào:

- Tổng số vốn đầu tư phải bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ kinh doanh xuất, nhập khẩu.
- Lượng lợi nhuận có thể thu được trong năm
- Tỷ lệ khấu hao cơ bản hàng năm.

Đồng thời với thời hạn hoàn vốn, trong tính toán hiệu quả kinh tế hoạt động ngoại thương, người ta còn tính hệ số hoàn vốn đầu tư. Hệ số này biểu hiện trong một năm, một đơn vị vốn đầu tư sẽ được bồi hoàn bao nhiêu (cùng với giả định lãi suất bằng 0%). Chỉ tiêu hệ số hoàn vốn đầu tư được tính như sau:

$$E = \frac{1}{T_v} = \frac{P + Kc}{Vdt}$$

Trong đó:

E: Hệ số hoàn vốn đầu tư.

Có thể đem so sánh E với hệ số hiệu quả tiêu chuẩn “E”. Nếu $E > “E”$ thì việc đầu tư là có lợi.

2. Hiệu quả tài chính của hoạt động ngoại thương trong điều kiện có tín dụng

Để đẩy mạnh xuất khẩu, người xuất khẩu thường bán chịu hàng của mình cho người mua và phải bỏ vốn ra đầu tư, kinh doanh là điều thường xảy ra trong hoạt động xuất nhập khẩu. Vì vậy, để đánh giá hiệu quả tài chính của hoạt động xuất nhập khẩu và đầu tư vào lĩnh vực này, người ta thường phải tính toán giá trị của các phí tổn và lợi ích thông qua đồng tiền mà chúng ta gọi là chi phí và thu nhập. Nhưng các chi phí và thu nhập lại thường xảy ra ở các thời điểm khác nhau. Do đó ta cần xem xét giá trị của đồng tiền theo thời gian. Đương nhiên đó là thời gian một nền kinh tế tương đối ổn định không có lạm phát hoặc tỷ lệ lạm phát thấp, không gây trượt giá đáng kể.

Để xác định hiệu quả tài chính của các hợp đồng xuất khẩu, nhập khẩu trong điều kiện tín dụng, đầu tư ta cần hiểu rõ một số khái niệm sau:

Lãi tức: Nếu ta có một số tiền, chẳng hạn bỏ vào ngân hàng, thì tháng sau, năm sau, ta có được một khoản tiền tích lũy lớn hơn số tiền ban đầu. Ta nói đồng tiền thay đổi theo thời gian. Do vậy, để đánh giá chính xác giá trị của đồng tiền ta phải xét đồng thời cả hai khía cạnh: số lượng và thời gian.

Giá trị của đồng tiền thay đổi theo thời gian được biểu hiện qua lãi tức. Lãi tức bằng tổng số vốn tích lũy theo thời gian trừ đi vốn đầu tư bỏ ra ban đầu.

Lãi suất: Lãi suất là lãi tức trong 1 đơn vị thời gian chia cho vốn gốc, tính theo phần trăm.

Về mặt lý thuyết có thể hiểu lãi suất như sau:

- Đối với người cho vay: lãi suất chính là lãi suất thu lợi, tức là tỷ số tính theo % của gia số giá trị thu được do việc cho vay vốn mang lại so với giá trị vốn cho vay ban đầu.

- Đối với người sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu: nếu họ tự bỏ vốn ra để sản xuất kinh doanh thì lãi suất chính là suất thu lợi tính theo % của gia số giá trị thu được do sản xuất kinh doanh mang lại so với vốn đầu tư ban đầu.

Nếu doanh nghiệp lại đi vay vốn để kinh doanh thì rõ ràng suất thu lợi do sản xuất kinh doanh mang lại phải lớn hơn lãi suất vay vốn mới có lợi.

- Đối với người tiêu dùng: Lãi suất được xem là một nguyên nhân làm cho họ giảm bớt sự tiêu thụ ngày hôm nay để dành cho một ngày nào đó trong tương lai.

Từ khái niệm về lãi suất có thể suy ra tính chất tương đương của các khoản tiền ở các thời điểm khác nhau: Về mặt giá trị tuyệt đối chúng có thể không giống nhau vì chúng xuất hiện ở các thời điểm khác nhau, nhưng về mặt giá trị kinh tế thì chúng tương đương nhau.

Chẳng hạn: Với lãi suất 20% một năm, thì 1 triệu đồng hôm nay tương đương với 1,20 triệu đồng của 1 năm sau. Hoặc có thể nói 1,20 triệu đồng của ngày này, tháng này, năm này có giá trị kinh tế tương đương với 1 triệu đồng của ngày này, tháng này năm trước nếu ta chấp nhận lãi suất là 20% một năm.

Giá trị tương đương rất có ý nghĩa trong việc đánh giá, so sánh các phương án kinh doanh, đầu tư về sau (có tín dụng).

Phải nói lại, ở đây ta không xét đến lạm phát, hoặc lạm phát không gây biến động đáng kể.

(i) *Đánh giá hiệu quả tài chính các hợp đồng mua, bán chịu*

Cách tính lãi

+ Trường hợp lãi tức đơn:

Khi lãi tức chỉ tính theo số vốn gốc mà không tính thêm lãi tức tích lũy phát sinh từ các thời đoạn trước đó thì ta gọi là lãi tức đơn:

Lãi tức đơn được tính theo công thức:

$$I = P \cdot i \cdot t \quad (9)$$

Trong đó: I: Lãi tức đơn (đơn vị tiền tệ)

P: Số vốn vay

i: Lãi suất đơn (%)

t: Thời đoạn trước khi thanh toán

Ví dụ 4: Một doanh nghiệp nhập khẩu 100.000USD hàng hóa với lãi suất 5% năm. Số lãi hàng năm doanh nghiệp phải trả hết cho chủ nợ (tức không gây ra hiện tượng lãi mẹ đẻ lãi con).

Thời hạn vay 5 năm. Vậy cuối năm thứ 5 doanh nghiệp này phải trả nợ bao nhiêu tiền ?

- Tổng số lãi doanh nghiệp phải trả trong 5 năm là:

$$I = 100.000 \times 0,05 \times 5 = 25.000 \text{ USD}$$

Ở đây phải hiểu rằng không phải chờ hết 5 năm đơn vị mới trả lãi một lần, mà hàng năm phải trả 5.000 USD.

Số tiền phải trả cuối năm thứ 5 (cả vốn lẫn lãi của năm thứ 5):

$$100.000 + 5.000 = 105.000 \text{ USD}$$

Tổng số tiền phải trả trong cả 5 năm:

$$100.000 + 25.000 = 125.000 \text{ USD}$$

+ Lãi tức đơn cũng thường gặp trong thực tế khi khoản vay lớn hoặc vay vốn nước ngoài để đầu tư sản xuất. Hàng năm người vay phải trả lãi, chỉ giữ lại vốn gốc để trả vào năm cuối cùng.

+ Trường hợp lãi tức ghép:

Trường hợp người mua hàng vay theo từng thời đoạn chưa đủ sức trả lãi hoặc muốn dùng số lãi này để đập thêm vào vốn gốc để tăng vốn kinh doanh, hoặc chủ nợ (người bán hàng) không muốn cho vay theo kiểu lãi tức đơn, phải thu tiền về lẽ tẻ thì lúc đó việc vay mượn thường được tiến hành theo thể thức lãi tức ghép. Trong trường hợp này tiền lãi của thời đoạn trước sẽ được cộng vào vốn gốc để tính lãi cho thời đoạn tiếp theo. Ta thường gọi đây là trường hợp lãi mẹ đẻ lãi con.

Ví dụ : Số vốn vay ban đầu là P lãi suất là $i\%$ năm thì:

- Tổng số vốn và lãi cuối năm đầu bằng:

$$P + P \times i = P(1 + i)$$

- Tổng số vốn và lãi suốt năm thứ 2 bằng:

$$P_2 = P(1 + i)^2$$

- Tổng số vốn và lãi cuối năm t bằng:

$$P_t = P(1 + i)^t \quad (10)$$

Tính lãi ghép cho ví dụ 4 trên kia:

- Cuối năm thứ 5 phải trả cả vốn lẫn lãi:

$$P_5 = 100.000(1 + 0,05)^5 = 127.630 \text{ USD}$$

Các khái niệm trên cho ta thấy giá trị của đồng tiền thay đổi theo thời gian, dưới tác động của lãi suất. Mặt khác, lãi tức ghép thường xảy ra hơn và cũng tổng quát hơn lãi tức đơn, nên ta chỉ xét đến trường hợp lãi tức ghép.

Do có khái niệm tương đương về giá trị kinh tế của đồng tiền ở các thời điểm khác nhau, nên ta có thể chọn thời điểm tính toán trong tương lai hoặc ở hiện tại. Do đó xuất hiện vấn đề tìm giá trị tương lai hoặc giá trị hiện tại (gọi tắt là hiện giá) của các khoản chi phí, thu nhập.

+ Giá trị tương lai:

Khái niệm lãi ghép trên đây cho ta thấy rõ cách tìm giá trị tương lai của một số tiền, được tính theo công thức:

$$P_t = P (1 + i)^t \quad (10)$$

Trở lại ví dụ của công ty xuất nhập khẩu tại ví dụ 4, nếu tính theo lãi tức ghép thì giá trị thu về của lô hàng đó ở cuối năm thứ 5 sẽ là:

$$P_5 = 10.000 (1 + 0,05)^5 = 127.630 \text{ USD}$$

Các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cần vận dụng khái niệm giá trị hiện tại và giá trị tương lai của đồng tiền để tính toán hiệu quả tài chính của các hợp đồng xuất nhập khẩu trong điều kiện bán chịu.

Ví dụ 5: Công ty xuất nhập khẩu X có doanh thu xuất khẩu một lô hàng trị giá 300.000 USD. Lô hàng này có thời gian thanh toán là 5 năm, với lãi suất ghép ($i\%$) là 5% năm.

Chi phí sản xuất và dịch vụ thương mại xuất khẩu của lô hàng này là 250.000 USD (Giá nội địa quy đổi ra đôla Mỹ theo tỷ giá ở thời điểm xuất khẩu). Hệ số hiệu quả vốn kinh tế quốc dân (K_v) là 10% năm.

Hiệu quả xuất khẩu trong điều kiện buôn bán bình thường:

$$H_{xk} = \frac{DT_{xk}}{C_{xk}} = \frac{300.000}{250.000} = 1,2$$

Hiệu quả xuất khẩu trong điều kiện bán chịu:

$$H_{xk} = \frac{DT_{xk}(1+i)^t}{C_{xk}(1+kv)^t} \quad (11)$$

$$\frac{300.000(1+0,05)^5}{250.000(1+0,10)^5} = \frac{382.890}{402.627} = 0,95$$

Ví dụ này cho ta thấy lô hàng trên xuất khẩu theo điều kiện buôn bán bình thường có lợi hơn trong điều kiện bán chịu. Để đảm bảo hiệu quả của xuất khẩu trong điều kiện bán chịu tương đương với buôn bán bình thường thì giá trị tương lai của lô hàng đó ít nhất phải là (483.125 USD (402.627 x 1,2) hoặc phải nâng lãi suất ghép bán chịu (i%) là 10% năm.

(ii) *Đánh giá hiệu quả tài chính hoạt động kinh doanh bằng phương pháp hiện giá.*

Nếu đã biết giá trị tương lai P_t ta có thể tính được giá trị hiện tại P ở cuối năm t với lãi suất $i\%$ năm như sau:

$$P = \frac{P_t}{(1+i)^t} \quad (12)$$

Công thức (12) được suy ra trực tiếp từ công thức (10). Nhưng ở đây i được gọi là lãi suất chiết khấu. Các ký hiệu khác vẫn như cũ. Trở lại ví dụ trên ta thấy ngay:

$$P = \frac{382.890}{(1+0,05)^5} = 300.000 \text{ USD}$$

+ Giá trị hiện tại (gọi tắt là hiện giá)

Với lô hàng xuất khẩu trên của công ty xuất khẩu X trên đây, ta cũng có thể nói 300.000 USD là giá trị hiện tại của 382.890 USD ở thời điểm 5 năm sau với lãi suất 5% năm.

Trong tính toán so sánh các phương án kinh doanh, người ta thường hay dùng giá trị hiện tại (hiện giá) hơn là giá trị tương lai.

Hiện nay trong tính toán thời gian hoàn vốn của các phương án kinh doanh chưa đưa về hiện giá. Nhưng nếu không đưa về hiện giá, tức không xét đến chiết khấu thì có thể gây nên nhầm lẫn khi so sánh đánh giá hiệu quả của các phương án.

Ví dụ 6: Có hai phương án kinh doanh với số vốn ban đầu của cả A và B là 300 triệu đồng, cho thu nhập như trong bảng:

Quý thứ	Thu nhập (không tính chiết khấu) triệu đồng	
	Phương án A	Phương án B
1	200	100
2	100	200
3	50	80
4	50	20
Cộng	400	400

Ta thấy thời gian hoàn vốn của phương án A và phương án B là 2 quý.

Tổng số thu nhập sau 4 quý đều bằng 400 triệu đồng. Nhưng hai phương án này không giống nhau, vì thu nhập của A quý đầu lớn hơn của B.

3. Xác định hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động kinh doanh ngoại thương

3.1. Sự khác nhau giữa xác định hiệu quả tài chính và hiệu quả kinh tế - xã hội. Sự khác nhau đó được thể hiện như sau

Về mặt quan điểm: Hiệu quả tài chính mới chỉ xác định ở tầng vĩ mô, còn hiệu quả kinh tế - xã hội phải được xác định ở tầng vĩ mô. Hiệu quả tài chính mới chỉ xét trên góc độ của doanh nghiệp, còn hiệu quả kinh tế - xã hội phải xuất phát từ lợi ích của toàn xã hội. Mục tiêu

chính của doanh nghiệp là tối đa lợi nhuận, thể hiện ở tính toán hiệu quả tài chính, còn mục tiêu chủ yếu của xã hội là tối đa phúc lợi xét trên phạm vi nền kinh tế.

Trên thực tế một doanh nghiệp hoặc một hoạt động kinh doanh ngoại thương có thể cho tối đa lợi nhuận nhưng không mang lại phúc lợi xã hội đáng kể, thậm chí còn có thể có hại. Do đó, mặc dù phải tính toán hiệu quả tài chính, doanh nghiệp nhất thiết phải tính toán hiệu quả kinh tế - xã hội.

Về mặt tính toán: Vì có sự khác nhau về quan điểm nên trong tính toán cũng có nhiều điểm khác nhau.

Khi xác định hiệu quả kinh tế - xã hội không tách rời khỏi việc xác định hiệu quả tài chính mà giữa chúng có mối liên hệ nhất định, vì các yếu tố đầu vào và đầu ra nói chung là giống nhau. Vì vậy, việc tính toán hiệu quả tài chính phải thực hiện trước để làm cơ sở cho việc xác định hiệu quả kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, khi sử dụng các kết quả của việc tính toán hiệu quả tài chính để tính toán hiệu quả kinh tế - xã hội, ta cần lưu ý sự khác biệt sau:

a) Quy mô của lợi nhuận có liên quan đến sự khác biệt về việc xác định giá cả và chi phí kinh doanh. Trong tính toán hiệu quả tài chính, giá cả được lấy theo thời giá, theo chi phí lịch sử. Giá đó ảnh hưởng đến các khoản thực thu, thực chi của doanh nghiệp.

Chúng ta biết rằng các nhà kinh tế và các nhà kế toán không phải bao giờ cũng có một quan điểm khi xem xét hiệu quả kinh doanh. Trong khi các nhà kế toán chủ yếu quan tâm với việc miêu tả những khoản thu, chi thực tế của doanh nghiệp. Họ ghi chép hàng ngày luồng tiền vào, tiền ra của doanh nghiệp, và do vậy chỉ có thể ghi chép nó theo thời giá, theo chi phí lịch sử. Bởi vì, ngoại trừ việc ghi chép thời giá, sử dụng bất kỳ tiêu chuẩn nào sẽ làm cho việc đánh giá trở thành chủ quan, làm cho các bảng kế toán thu nhập khó hiểu hơn và khuyến khích sự tùy tiện trong hạch toán. Nhưng khoa học kinh tế đòi hỏi

nguồn lực cần được sử dụng tốt nhất, có hiệu quả nhất. Vì thế, các nhà kinh tế quan tâm đến vai trò của chi phí và lợi nhuận như là những yếu tố chi phối việc quyết định vấn đề cung của doanh nghiệp, của việc phân bổ nguồn lực cho những hoạt động kinh doanh cụ thể có ích cho nền kinh tế.

Để tính được lợi nhuận kinh doanh - chỉ tiêu quan trọng nhất của hiệu quả tài chính, người ta sử dụng số liệu do hạch toán kế toán cung cấp. Đó là những số liệu về tổng doanh thu và tổng chi phí (cả thuế) mà doanh nghiệp thực tế bỏ ra để sản xuất hay mua hàng và tiêu thụ (gọi chung là chi phí kinh doanh) và kết quả thu được (gọi là doanh thu) tức là:

$$\begin{array}{ccccc} \text{Lợi nhuận} & & & & \\ \text{tài chính} & = & \text{Tổng doanh thu} & - & \text{Tổng chi phí} \\ & & \text{tài chính} & & \text{tài chính} \end{array}$$

Ví dụ 7: Công ty xuất nhập khẩu C của năm 2000 có tổng doanh thu là 141.310 triệu VNĐ. Công ty đã chi phí các khoản sau đây (đơn vị 1 triệu VNĐ):

- Mua hàng	99.934
- Chi phí bán hàng	13.986
- Thuế các loại	3.070
- Tổng chi phí:	116.990
- Lãi thuần từ hoạt động kinh doanh:	24.320 triệu VNĐ

Việc tính toán lợi nhuận trong quan hệ với chi phí tài chính như trên rõ ràng chưa thể phản ánh chính xác thực chất lợi nhuận, nhiều khi phóng đại lợi nhuận lên bởi vì chi phí không được tính toán đầy đủ.

Để tính toán hiệu quả kinh tế thực thụ của các hoạt động ngoại thương, cũng như của doanh nghiệp cần phải xem xét chỉ tiêu lợi

nhuận trong quan hệ với chi phí kinh tế. Chi phí kinh tế là một khái niệm mới được dùng phổ biến trong sách báo kinh tế nước ta. Nó được dùng để xem xét hiệu quả kinh tế của các dự án kinh tế, dự án kinh doanh.

Chi phí kinh tế là giá trị của toàn bộ các nguồn tài nguyên dùng trong kinh doanh để sản xuất, cung ứng, tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ. Như vậy, chi phí kinh tế rộng hơn chi phí kinh doanh. Chi phí kinh tế bao gồm cả chi phí kinh doanh, chi phí cơ hội của các nguồn lực được dùng trong sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở chi phí kinh tế, lợi nhuận kinh tế được xác định. Lợi nhuận kinh tế là phần thặng dư của thu nhập trừ đi chi phí khi giá kinh tế được sử dụng và sau khi đã trừ đi chi phí cơ hội của vốn. Nói cách khác, lợi nhuận kinh tế là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí kinh tế.

$$\begin{array}{ccccc} \text{Lợi nhuận} & & & \text{Tổng} & \text{Tổng chi} \\ \text{kinh tế} & = & & \text{doanh thu} & \text{phí kinh tế} \end{array}$$

hay

$$\begin{array}{ccccc} \text{Lợi nhuận} & = & \text{Lợi nhuận} & - & \text{Chi phí cơ hội và các} \\ \text{kinh tế} & & \text{kế toán} & & \text{chi phí chìm khác} \end{array}$$

Trong điều kiện kinh tế thị trường với nguồn lực hiện có các doanh nghiệp có rất nhiều phương án kinh doanh. Tuy nhiên họ chỉ có thể chọn một phương án cùng các giải pháp và quyết định mà họ cho là tối ưu. Những kết quả thu được từ các phương án, các giải pháp không được áp dụng tạo nên những khoản chi phí gọi là chi phí cơ hội và chi phí này không được phản ánh trong các tài liệu của hạch toán kế toán.

“Chi phí cơ hội là khoản bị mất mát do không sử dụng nguồn lực (nhân công hoặc vốn) theo phương án sử dụng tốt nhất¹². Hay “Chi

¹² David Begg Kinh tế học, tập I, NXB Giáo dục, 1992, trang 143

phí cơ hội của một quyết định là giá trị của sự lựa chọn tốt nhất có thể có”¹³.

Để thấy đây là cách tính đúng về các chi phí, những vấn đề mà các nhà kinh tế mong muốn nghiên cứu, chúng tôi đưa ra một vài ví dụ sau đây về cách xác định hiệu quả trong quan hệ với chi phí kinh tế.

Ví dụ, một doanh nghiệp có số vốn là 10 tỷ đồng. Giám đốc doanh nghiệp quyết định đầu tư vào mua thêm máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu, thuê nhân công để sản xuất một số mặt hàng may mặc, là những thứ thị trường trong nước và ngoài nước đang khan hiếm. Thế nhưng, vì việc nhập thêm máy móc, thiết bị không đồng bộ với máy móc hiện có nên chất lượng sản phẩm làm ra chưa cao. Sản phẩm làm ra tuy bán hết, nhưng chủ yếu là trên thị trường nội địa (90% sản phẩm làm ra). Lợi nhuận thu được không cao. Theo sổ sách kế toán, tổng lợi nhuận năm đầu thu được là 1,5 tỉ đồng, hai năm tiếp theo cũng chỉ đạt 2,5 tỉ đồng và 3 tỉ đồng.

Thế nhưng với số vốn đó, doanh nghiệp quyết định mua một dây chuyền sản xuất mới và hiện đại nhất, cùng các giải pháp đào tạo công nhân và quản lý sản xuất đồng bộ. Sản phẩm làm ra có chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, lợi nhuận thu được hoàn toàn khác. Theo tính toán của các nhà quản lý lợi nhuận thu được trong 3 năm liên tiếp là (đơn vị tỉ đồng): 2,1; 3,8 và 4,2. Số tiền này chính là chi phí cơ hội mà doanh nghiệp bị mất do đầu tư vốn vào phương án đã thực hiện.

Rõ ràng so sánh lợi nhuận thu được với chi phí cơ hội thì doanh nghiệp không phải có lãi mà bị lỗ. Khoản lỗ này bằng lợi nhuận tài chính (theo tính toán của kế toán) trừ đi chi phí cơ hội, tức là lỗ 3,1 tỉ đồng.

¹³ P.A Samuelson... Kinh tế học, Viện Quan hệ Quốc tế 1989.

Một ví dụ khác: Một công ty tư nhân có số vốn là 800 triệu đồng. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong kỳ (1 năm) của công ty như sau:

(đơn vị: triệu đồng)

A. Doanh thu 2.000

B. Tổng chi phí 1.700

Trong đó:

- Giá vốn hàng hóa tiêu thụ 1.200

- Tiền công trả cho nhân viên 200

- Tiền thuê nhà cửa, tiện nghi sinh hoạt... 200

- Tiền thuế 100

C. Lợi nhuận (hiệu quả tài chính) 300

Trong bản báo cáo thu nhập trên đây chưa tính đến chi phí về vốn và tiền công của người chủ.

Tuy nhiên, bất cứ ai làm việc tại doanh nghiệp riêng của họ cần phải tính đến chi phí về thời gian lao động của họ đã dành cho doanh nghiệp đó. Giả sử, người chủ - nhà quản lý doanh nghiệp, trong năm đó nếu làm việc cho một hãng khác, ông ta có thể kiếm được số tiền tối thiểu là 40 triệu VND.

Trường hợp thứ hai, phải tính chi phí cơ hội là, liên quan đến vốn. Khi tính lợi nhuận theo phương pháp kế toán, người ta không kể đến những chi phí gắn liền với việc sử dụng vốn tài chính của riêng (trái ngược với vốn tài chính phải vay mượn). Lẽ ra vốn tài chính có thể sử dụng ở nơi khác, hoặc gửi vào ngân hàng để lấy lãi hoặc có thể mua cổ phần của một công ty khác. Chi phí cơ hội của vốn tài chính được đưa vào chi phí kinh tế của doanh nghiệp, nhưng không được đưa vào sổ sách kế toán của nó. Ví dụ, như chủ doanh nghiệp bỏ vốn ban

đầu là 180 triệu đồng. Số vốn này nếu chủ doanh nghiệp gửi tại ngân hàng ông ta có thể thu được ít nhất 168 triệu đồng trong kỳ kinh doanh này (21%/năm).

Vậy lợi nhuận kinh tế của công ty là bao nhiêu?

Bảng thu nhập của công ty

(Tính theo chi phí kinh tế)

Đơn vị: *triệu đồng*

(1) Doanh thu	2.000
(2) Tổng chi phí	1.908
- Chi phí kinh doanh (theo kế toán)	1.700
- Chi phí thời gian của người chủ	40
- Chi phí cơ hội về vốn	168
(3) Lợi nhuận kinh tế (hiệu quả kinh tế)	92

Theo tính toán trên thì lợi nhuận thực (lợi nhuận kinh tế) của công ty là 92 triệu, chứ không phải là 300 triệu như trên sổ sách kế toán.

Lợi nhuận kinh tế của doanh nghiệp còn liên quan đến các nhà kinh tế và kế toán xử lý khác nhau đối với tình trạng sụt giá.

Người kế toán kinh doanh đề cập tới số tiền lớn hay nhỏ; nhà kinh tế tìm cách thăm dò sâu hơn, khối lượng thực sự ở bên dưới, hoặc cách đo lường số lượng vật chất (nhà cửa, máy móc, hàng hóa, giờ lao động...). Trong các thời kỳ lạm phát hoặc giảm lạm phát lớn, khối lượng tiền đồng Việt Nam và tầm quan trọng của tài sản, hàng hóa... thật sự khác nhau. Các cách tính thông thường của kế toán có thể cho những kết quả khác thường.

Sự méo mó quan trọng này nảy sinh từ lạm phát có quan hệ tới tiền khấu hao tài sản hoặc, doanh nghiệp phải bán hàng tồn kho với giá thấp hơn chi phí thay thế. Giá cả tăng lên. Nếu doanh nghiệp bán hàng chỉ đủ để trả cho chi phí lao động và các chi phí khác, cũng như để trả cho cái mà người kế toán gọi là tiền khấu hao, chúng ta có thể cho rằng xí nghiệp hoà vốn. Nhưng trên thực tế, chúng ta thấy doanh nghiệp đang bán hàng lỗ vốn hoặc lời không như sổ sách kết toán - vì khi máy móc, nhà cửa của doanh nghiệp đã hao mòn hết, doanh nghiệp không có đủ tiền thay thế chúng với giá cao hơn.

Như vậy, xác định hiệu quả kinh tế hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp các nhà kinh tế sử dụng giá trị thị trường hoặc chi phí cơ hội của hàng hóa để đo giá trị của nó. Giá thị trường đo giá trị của một mặt hàng ở giá trị sử dụng cao nhất và tốt nhất của nó. Với cách hiểu như vậy, trong xác định hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp ngoại thương thì giá thị trường và chi phí cơ hội là giống nhau. Hiểu như vậy không có gì mâu thuẫn.

Vấn đề cốt lõi ở đây là việc xác định hiệu quả tài chính hay doanh lợi, lợi nhuận của doanh nghiệp ngoại thương, trên sổ sách kế toán do khó khăn về việc tính toán hàng ngày luồng tiền vào, tiền ra nên chỉ có thể ghi chép nó theo thời giá, theo chi phí lịch sử. Sử dụng bất cứ tiêu chuẩn nào, ngoại trừ chi phí lịch sử, sẽ làm cho các bản kế toán thu nhập trở nên khó hiểu và khuyến khích cho sự tùy tiện trong hạch toán.

Nhưng khoa học kinh tế đòi hỏi nguồn lực cần được sử dụng tốt nhất, có hiệu quả nhất. Do đó, các doanh nghiệp ngoại thương phải xác định được hiệu quả kinh tế hay lợi nhuận kinh tế trong quá trình kinh doanh của mình.

b) Sự khác biệt thứ hai liên quan đến quan điểm khác nhau của các nhà kinh tế và kế toán về thuế, tiền lương tiền công, các khoản trợ giá, bù giá.

Tiền lương và tiền công trả cho người lao động là một khoản chi của doanh nghiệp nhưng lại là một lợi ích mà hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mang lại cho xã hội. Như vậy, trong tính toán hiệu quả tài chính chúng ta coi tiền lương và tiền công là chi phí thì trong đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội ta phải coi tiền lương và tiền công là một khoản thu nhập, một nhân tố thúc đẩy sản xuất.

Nộp ngân sách dưới các dạng thuế phải nộp theo luật định là một khoản chi phí đối với doanh nghiệp, làm giảm lợi nhuận kinh doanh, lợi nhuận ròng của doanh nghiệp thì nó lại là một khoản thu nhập đối với ngân sách quốc gia, đối với nền kinh tế quốc dân. Việc miễn giảm thuế để ưu đãi, khuyến khích xuất, nhập khẩu lại là một sự hi sinh của xã hội, một khoản chi phí mà xã hội phải gánh chịu.

Mặt khác, chúng ta biết rằng thuế chiếm một phần trong giá. Người tiêu thụ phải trả các khoản thuế chứa đựng trong giá cả hàng hóa. Chính phủ là người thu các khoản thuế này để tái đầu tư hoặc chi dùng vào việc chung. Vì vậy, xét trong toàn thể cộng đồng hai khoản này triệt tiêu nhau, nó không tạo ra hoặc mất đi một giá trị nào cả.

Tuy nhiên, khi tính thu nhập thuần (lãi ròng) trong tính toán hiệu quả tài chính ta đã trừ các khoản thuế như là các khoản chi thì bây giờ trong đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội ta phải cộng các khoản này lại để xác định giá trị gia tăng do hoạt động kinh doanh ngoại thương mang lại.

Trợ giá, bù giá là hoạt động bảo trợ của Nhà nước đối với một số loại sản phẩm cần khuyến khích xuất nhập khẩu.

Đây là một loại chi phí kinh tế mà xã hội phải gánh chịu đối với một hoạt động kinh doanh sản phẩm đó.

Trợ giá hay bù giá làm tăng lợi nhuận kinh doanh, là một khoản thu nhập của doanh nghiệp. Trong đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội ta phải trừ đi các khoản trợ giá, bù giá nếu có.

3.2. Phương pháp xác định hiệu quả kinh tế - xã hội

Nhận thấy cách tính hiệu quả kinh tế - xã hội trên đây rất phức tạp, đòi hỏi phải có nhiều thông tin chính xác về giá cả. Vì vậy, chúng ta có thể áp dụng phương pháp đơn giản hơn và cũng phản ánh được tương đối xác thực hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động kinh doanh ngoại thương.

a) Xác định giá trị hàng hóa gia tăng.

Giá trị hàng hóa gia tăng gọi tắt là giá trị gia tăng của một hoạt động kinh doanh gồm: giá trị gia tăng trực tiếp và giá trị gia tăng gián tiếp. Giá trị gia tăng trực tiếp tức là giá trị do chính hoạt động kinh doanh đó tạo nên.

Giá trị gia tăng gián tiếp là những giá trị gia tăng thu được từ các hoạt động kinh doanh khác hoặc hoạt động kinh tế khác do ảnh hưởng lan truyền mà hoạt động kinh doanh ngoại thương đang xem xét sinh ra.

Cách tính giá trị gia tăng dựa vào các kết quả tính toán hiệu quả tài chính và tiến hành một số hiệu chỉnh cần thiết.

Cụ thể:

Giá trị gia tăng trực tiếp = Lãi ròng + Lương + Thuế - Trợ giá, bù giá

Giá trị gia tăng được xác định cho từng năm, hoặc từng thời kỳ.

Chẳng hạn, dựa vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty xuất nhập khẩu C năm 2000 ta có thể tính hiệu quả kinh tế - xã hội của Công ty này trong năm 2000 thông qua chỉ tiêu “giá trị gia tăng trực tiếp” như sau:

- Thực lãi thuần:	24.320
- Thuế thu nhập doanh nghiệp (32%)	7.782
- Các loại thuế (thuế xuất nhập khẩu, VAT,...)	3.070

- Lương công nhân viên: 2.670

37.842

Như vậy, theo tính toán của các nhà kinh tế, hiệu quả kinh tế - xã hội mà công ty xuất nhập khẩu C trong năm 2000 là 37.842 triệu VND. Theo tính toán của các nhà kế toán hiệu quả đó chỉ là 24.320 triệu VND.

Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân hiệu quả kinh tế xã hội của hoạt động ngoại thương thể hiện ở sự đóng góp của xuất nhập khẩu vào tăng tổng sản phẩm trong nước (hoặc thu nhập quốc dân được sử dụng)

$$GDP = C + G + I$$

$$Y \text{ sử dụng} = C + I + G + X - N \quad (13)$$

Trong đó:

Y = Tổng sản phẩm trong nước sử dụng

C, G = Chi tiêu của dân cư và Chính phủ

I = Tích lũy tài sản

X, N = Xuất khẩu và nhập khẩu.

Theo tài liệu của Tổng cục Thống kê năm 1999 ta có bảng số liệu sau:

Đơn vị: tỉ đồng Việt Nam (VNĐ)

Theo giá hiện hành

	1991	1995	1996	1997	1998	1999
GDP sản xuất (Y)	76.707	228.892	272.036	313.623	361.016	399.942
X - N	-3.925	-20.819	-29.839	-25.526	-26.371	- 8.887
GDP sử dụng	80.465	249.364	301.681	339.608	388.319	410.707
Tích lũy	11.506	62.131	76.450	88.754	104.875	109.017
Tiêu dùng cuối cùng	68.959	187.233	225.231	250.854	283.444	301.690
Sai số	-167	347	194	- 489	- 932	- 1.878

Nguồn: Niên giám thống kê 1999- NXB Thống kê 2000, trang 29

Qua số liệu trong niên giám thống kê ở bảng trên, ta thấy hoạt động ngoại thương từ năm 1991 đến nay đều góp phần làm gia tăng giá trị sử dụng tổng sản phẩm trong nước.

b) Hiệu quả kinh tế của vốn:

Trong phần tính toán hiệu quả tài chính của hoạt động xuất nhập khẩu chúng ta đã xác định các tỉ lệ sinh lời của vốn. Các tỉ lệ sinh lời của vốn ở đây được xác định trên số liệu kế toán về tổng lợi nhuận kinh doanh.

Ở đây ta xem xét hiệu quả kinh tế của vốn bằng việc xem xét giá trị gia tăng của hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp với số vốn bỏ ra trong kỳ kinh doanh hay đầu tư.

$$H_v = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân trong năm}}$$

Ví dụ 8: Công ty xuất nhập khẩu C năm 2000, có giá trị gia tăng trong hoạt động xuất nhập khẩu là 37.842 triệu VNĐ. Vậy hiệu quả kinh tế trên vốn của công ty trong năm 2000 là:

$$H_v = \frac{37.842 \text{ tr. VNĐ}}{123.049 \text{ tr. VNĐ}} = 30,7\%$$

Chỉ tiêu hiệu quả kinh tế của vốn thể hiện lượng giá trị gia tăng tính trên một đồng vốn. Chỉ tiêu này dùng để so sánh hiệu quả kinh tế của các phương án hoặc của thời kỳ kinh doanh, đầu tư.

c) Tăng thu và tiết kiệm ngoại tệ

Đây là một chỉ tiêu quan trọng vì ở nước ta đang thiếu nhiều ngoại tệ, nhất là ngoại tệ mạnh.

* **Tăng thu ngoại tệ:** Đối với hoạt động xuất khẩu hoặc một phương án đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu cần xác định rõ mức tăng thu ngoại tệ cho từng năm và tổng số.

$$\text{**Tăng thu ngoại tệ**} = \text{**Thu ngoại tệ do XK**} - \text{**Chi phí ngoại tệ cho NK**}$$

Ví dụ: Công ty TNHH Kim Phụng năm 1994 xuất khẩu được 40 triệu USD: nhưng phải bỏ ra tới 37 triệu USD để nhập khẩu nguyên liệu, phụ liệu, máy móc... cho việc sản xuất để có được trị giá xuất khẩu trên. Giá trị thực thu về ngoại tệ chỉ là 3 triệu USD, nghĩa là chỉ bằng 7,5% so với kim ngạch xuất khẩu (40 triệu USD - 37 triệu USD = 3 triệu USD) (1).

* **Tiết kiệm ngoại tệ:** Đối với phương án kinh doanh sản xuất thay thế nhập khẩu hoặc sản xuất cho xuất khẩu đều cần tiết kiệm ngoại tệ nhập khẩu. Việc tính toán tiết kiệm ngoại tệ được dựa trên giả thiết sau:

- Doanh nghiệp sử dụng sản phẩm trong nước thay cho nhập khẩu để sản xuất hàng hóa đáp ứng nhu cầu trong nước, hoặc để xuất khẩu.

- Sản phẩm nào không thể sản xuất trong nước được hay sản xuất không có hiệu quả mới nhập khẩu. Do đó mức độ tiết kiệm ngoại tệ được tính như sau:

$$\text{**Tiết kiệm ngoại tệ**} = \text{**Chi phí ngoại tệ nếu NK**} - \text{**Chi phí ngoại tệ cần NK**}$$

Trong đó:

Chi phí ngoại tệ nếu nhập khẩu bằng giá CIF của sản phẩm nhân với số lượng sản phẩm thay thế nhập khẩu. Chi phí ngoại tệ nhập khẩu tính theo thực tế (hoặc nhu cầu) nhập khẩu của phương án.

Ví dụ: Ngành may mặc nước ta năm 1994 có doanh số xuất khẩu là 550 triệu USD. Trị giá nguyên liệu dự định nhập khẩu để sản xuất các sản phẩm may mặc là 350 triệu USD. Nhưng để tiết kiệm ngoại tệ, các doanh nghiệp ngành may tăng cường việc sử dụng nguyên liệu, phụ liệu trong nước để sản xuất hàng xuất khẩu, nên chỉ nhập có 280 triệu đôla cho việc sản xuất ra số hàng xuất khẩu trên.

Vậy, số ngoại tệ tiết kiệm được là:

$$350 - 280 = 70 \text{ triệu USD}$$

Do đó lượng ngoại tệ thực thu là 270 triệu USD so với 200 triệu USD như dự định.

Tỉ giá hối đoái thực tế của phương án

Để đánh giá mức độ tiết kiệm hoặc tăng thu ngoại tệ chúng ta còn cần quan tâm đến một chỉ tiêu nữa là tỉ giá hối đoái thực tế của phương án so với tỉ giá chính thức của ngân hàng.

Ta có thể tính tỷ giá thực tế của phương án (theo nghĩa một, hoặc nhiều hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu gộp lại) theo công thức sau:

$$R_t = \frac{H_c}{H_t} \quad (13)$$

Trong đó:

R_t: Tỷ giá thực tế của phương án

H_c: Hiện giá chi phí của phương án tính bằng nội tệ

H_t: Hiện giá tăng thu ngoại tệ, tính bằng ngoại tệ so sánh.

Ví dụ 9: Trở lại bản thu nhập hoạt động của công ty xuất nhập khẩu C năm 2000 để tính R_t. Tuy nhiên, cần biết thêm để có thể thu được 8,95 triệu USD khi xuất khẩu, Công ty đã phải chi ra 0,82 triệu USD để mua vật tư sản xuất sản phẩm xuất khẩu. Như vậy, trị giá tăng

thu ngoại tệ trong năm 2000 của công ty là 8,13 triệu USD (8,95 - 0,82). Tổng chi phí xuất khẩu hết 104.740 triệu VND. Lãi chiết khấu tiền Việt là 7%/năm; tiền đôla Mỹ là 5%/năm.

Ta có tỷ giá thực tế của hoạt động xuất khẩu năm 2000 của công ty xuất nhập khẩu C là:

$$R_t = \frac{104.740}{(1 + 0,07)} : \frac{8,13}{(1 + 0,5)} = \frac{97.888 \text{ tr. VND}}{7,743 \text{ tr USD}} = 12.642 \text{ VND}$$

Tỷ giá hối đoái thực tế của phương án hoặc kỳ kinh doanh càng nhỏ hơn tỷ giá mua, bán chính thức của ngân hàng càng có ý nghĩa trong việc tiết kiệm ngoại tệ.

d) Mức đóng góp cho ngân sách nhà nước

Các khoản đóng góp của doanh nghiệp cho ngân sách nhà nước gồm: Thuế, tiền thuê đất, thuê tài sản cố định, bảo hiểm... chỉ tiêu này tính cho hàng năm và từng thời kỳ. Ngoài ra còn cần tính thêm mức đóng góp cho ngân sách so với một đồng vốn kinh doanh.

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Mức đóng góp vào ngân sách}}{\text{Tổng vốn bình quân}}$$

Ví dụ 10: Trong năm 2000, công ty xuất nhập khẩu C đã đóng góp cho ngân sách như sau (đơn vị 1 triệu VND).

- Thuế thu nhập doanh nghiệp:	7.782 tr. VND
- Thuế xuất nhập khẩu, VAT và các loại thuế, lệ phí khác:	3.070 tr. VND
- Tổng cộng	10.852 tr. VND

Vậy tỷ lệ mức đóng góp vào ngân sách so với một đồng vốn kinh doanh trong năm 2000 là:

$$\frac{10.852}{123.049} = 0,08 \quad \text{hay } 8\%$$

Điều này có nghĩa là trong năm công ty đã nộp 8 xu vào Ngân sách nhà nước cho mỗi đồng vốn kinh doanh.

Ngoài ra khi xác định hiệu quả kinh tế xã hội của hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, chúng ta còn cần quan tâm đến một số chỉ tiêu khác nhau:

- Thu hút số lao động mới vào hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.
- Góp phần phát triển kinh tế địa phương và các ngành khác.
- Thoả mãn nhu cầu của nhân dân.
- Ảnh hưởng của phương án kinh doanh đến môi trường
- v.v...

Việc định lượng các chỉ tiêu trên có khó khăn so với các chỉ tiêu khác. Tuy vậy khi đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp chúng ta không thể bỏ qua.

4. Phân tích, đánh giá, lựa chọn phương án kinh doanh

Người làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại thương không những phải biết tính toán hiệu quả kinh tế, mà còn phải biết đánh giá, lựa chọn phương án kinh doanh.

Thực chất của việc đánh giá, phân tích hiệu quả kinh tế là sự so sánh mức độ hiệu quả của các phương án kinh doanh để chọn lấy phương án tốt nhất. Phương án tốt nhất (tối ưu nhất) phải là phương án phản ánh đầy đủ những đòi hỏi của tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương và đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu của doanh nghiệp.

4.1. Các phương án kinh doanh đưa ra so sánh phải đáp ứng được các điều kiện sau đây:

- Có phương pháp tính toán và những căn cứ dùng để tính toán các chỉ tiêu phải giống nhau.

- Có những tiêu chuẩn, định mức cần thiết làm căn cứ so sánh.

- Có khối lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ bằng nhau. Sự khác nhau về sản phẩm, dịch vụ sẽ kéo theo sự khác nhau về chi phí đầu vào và do đó khác nhau về kết quả đầu ra.

Khi các phương án đưa ra so sánh không đáp ứng được các điều kiện trên, muốn phân tích so sánh phải có những điều chỉnh nhất định.

4.2. Lựa chọn phương án tối ưu

Muốn lựa chọn phương án tối ưu phải tính toán, so sánh và phân tích các chỉ tiêu đã được lượng hóa. Phương án được coi là tối ưu về mặt lượng là phương án có tất cả các chỉ tiêu so sánh trội hơn so với các phương án khác.

Tuy nhiên, trên thực tế không dễ gì có một phương án có được tất cả hoặc nhiều chỉ tiêu trội hơn. Khi đó, đòi hỏi người quản lý phải tham chiếu các yếu tố khác chưa định lượng được như:

- Thời gian thực hiện dự án

- Xét hiệu quả kinh tế có tính đến các địa phương, các ngành, các doanh nghiệp có liên quan.

- Xét đến hiệu quả xã hội của phương án.

- Xét đến thực hiện chính sách thương mại của Nhà nước.

- v.v...

Sau khi cân nhắc kỹ các yếu tố kinh tế, xã hội, chính trị... trên đây người quản lý quyết định lựa chọn phương án tốt nhất và chỉ đạo

thực hiện. Phân tích đúng và tìm được các nhân tố tác động đến kết quả kinh doanh thể hiện trong các phương án đã chọn là nhiệm vụ quan trọng của các nhà quản lý, kinh doanh ngoại thương.

IV. NHỮNG BIỆN PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

1. Nghiên cứu môi trường quốc tế của doanh nghiệp

Trước khi quyết định tổ chức tiêu thụ ở nước ngoài, doanh nghiệp cần phải tìm hiểu rất nhiều vấn đề. Doanh nghiệp cần nắm rất kỹ những đặc điểm của môi trường quốc tế hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

a) Những đặc điểm chung quan trọng nhất của môi trường kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp:

Sau chiến tranh thế giới thứ hai và đặc biệt là những năm gần đây môi trường quốc tế đã có những biến đổi lớn lao. Đã xuất hiện nhiều khả năng mới và nhiều vấn đề mới. Trong số những biến đổi đáng kể nhất có:

(1) Việc quốc tế hóa nền kinh tế thế giới diễn ra một cách mạnh mẽ thể hiện qua sự phát triển nhanh thương mại quốc tế và đầu tư ở nước ngoài.

(2) Cạnh tranh trên thị trường quốc tế mãnh liệt hơn.

(3) Hình thành hệ thống tài chính quốc tế, đảm bảo hoán đổi tiền tệ tự do hơn.

(4) Vai trò có tính quyết định của các công ty đa quốc gia trong nhiều lĩnh vực sản xuất, đầu tư và tiêu thụ sản phẩm quan trọng.

(5) Vẫn còn nhiều hàng rào cản trở thương mại được dựng lên để bảo hộ thị trường trong nước khỏi sự cạnh tranh của nước ngoài.

(6) Nhiều thị trường mới được mở cửa như thị trường Trung Quốc, các nước SNG, các nước Đông Nam Á.

b) Môi trường kinh tế của nước khách hàng

Ngoài việc nắm được những đặc điểm chung quan trọng nhất của nền kinh tế, thương mại, chính trị quốc tế, doanh nghiệp khi vươn hoạt động của mình ra nước ngoài còn phải nghiên cứu nền kinh tế của nước mà mình quan tâm. Tính chất hấp dẫn của một đất nước với tư cách là một thị trường xuất khẩu do hai đặc điểm quyết định: thứ nhất, là cơ cấu kinh tế, thứ hai là tính chất phân phối thu nhập trong nước.

Cơ cấu kinh tế của một nước quyết định nhu cầu của nó về hàng hóa, dịch vụ, mức thu nhập và tỷ lệ người có công ăn việc làm. Những nhu cầu trên đây phụ thuộc vào quốc gia đó là nước chậm phát triển, nước đang phát triển hay nước công nghiệp phát triển. Khả năng xuất khẩu của một nước cũng quyết định nhu cầu nhập khẩu của họ.

Đặc điểm thứ hai cần phải biết để bán được hàng là tính chất phân phối thu nhập trong nước bạn hàng. Sự phân phối thu nhập chịu ảnh hưởng không chỉ của những đặc điểm kinh tế của đất nước, mà cả của những đặc điểm của hệ thống chính trị.

Tính chất phân phối thu nhập làm cho một quốc gia nào đó có đặc điểm thu nhập của dân cư như sau:

- Có một số ít người giàu, thu nhập cao còn lại đại đa số có mức thu nhập rất thấp.
- Có mức thu nhập phần nhiều là thấp.
- Có mức thu nhập phần nhiều là trung bình.

Những đặc điểm trên về thu nhập dân cư của một nước có ảnh hưởng trực tiếp đến khối lượng, chất lượng và cơ cấu hàng mua.

c) Môi trường chính trị - Luật pháp của nước khách hàng

Các quốc gia thường rất khác nhau về môi trường chính trị - Luật pháp. Để đạt được hiệu quả kinh doanh tối ưu, khi thiết lập quan hệ kinh doanh với bạn hàng ở một quốc gia nào đó, doanh nghiệp xuất nhập khẩu cần chú ý tới các nhân tố sau:

(1) Thái độ của Chính phủ đối với việc mua hàng ngoại

(2) Sự ổn định chính trị

(3) Những hạn chế về ngoại tệ

(4) Bộ máy nhà nước

d) Môi trường văn hóa

Mỗi quốc gia đều có những phong tục, tập quán, những quy tắc, những điều cấm kỵ riêng của mình. Để hoạt động kinh doanh khỏi thất bại, người bán phải nghiên cứu kỹ xem những người mua ở nước ngoài chấp nhận mặt hàng này hay mặt hàng kia như thế nào và họ sử dụng chúng ra sao.

Không hiểu biết môi trường văn hóa sẽ làm giảm cơ hội thành đạt của doanh nghiệp.

Các nước còn khác nhau cả về những nguyên tắc xử sự trong kinh doanh. Khi ra nước ngoài đàm phán các nhà kinh doanh Việt Nam phải biết những đặc điểm đó.

Mỗi nước, thậm chí mỗi vùng trong một nước có những truyền thống văn hóa riêng, sở thích riêng và những điều kiêng kỵ riêng, mà các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cần biết, cần nghiên cứu để công việc kinh doanh của mình đạt được hiệu quả cao nhất.

2. Đánh giá thực trạng tiềm năng của doanh nghiệp

Đánh giá trung thực thực trạng phát triển kinh tế - kỹ thuật của doanh nghiệp giúp nhà quản lý doanh nghiệp nắm được bức tranh toàn

cảnh của doanh nghiệp trong thời gian kinh doanh vừa qua. Khi đánh giá thực trạng của doanh nghiệp cần làm rõ các vấn đề tiềm năng của doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng, tốc độ biến động của doanh lợi, uy tín của doanh nghiệp... Có như vậy mới đánh giá được chính xác thực trạng kinh tế của doanh nghiệp. Đánh giá thực trạng không phải chỉ để mô tả hiện trạng mà là phân tích và tìm ra những bài học thành công và không thành công để đưa doanh nghiệp liên tục phát triển.

2.1. Đánh giá các nguồn tiềm năng của doanh nghiệp

Tiềm năng là những khả năng tiềm tàng mà doanh nghiệp có sẵn để hoạt động kinh doanh. Đó chính là phần nguồn lực chưa được sử dụng vì những lý do khách quan và chủ quan nào đó của bản thân doanh nghiệp và các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp. Nói cách khác, đó là phần chênh lệch giữa khối lượng công việc thực tế đạt được với năng lực sản xuất, tiêu thụ của doanh nghiệp. Ngoài ra tiềm năng còn bao gồm cả những yếu tố, những điều kiện mà doanh nghiệp sẽ có được trong tương lai. Tiềm năng trong kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm nguồn lực về lao động, vật tư, tài nguyên thiên nhiên, điều kiện tự nhiên, về mặt hàng, chất lượng sản phẩm, về tiềm lực khoa học kỹ thuật về các yếu tố quản lý kinh doanh.

Do tiềm năng kinh doanh của doanh nghiệp có nhiều nhưng khi đánh giá cần quan tâm đến những tiềm năng chủ yếu sau:

- Lao động: nguồn tiềm năng này thể hiện trên hai mặt số lượng và chất lượng.

- Tiềm năng về tư liệu lao động gồm công cụ, máy móc, thiết bị, trình độ công nghệ của máy móc, thiết bị.

- Tiềm năng về nguồn cung cấp nguyên, nhiên vật liệu cho sản xuất sản phẩm.

- Tiềm năng về vị trí địa lý.

- Tiềm năng từ nước ngoài có thể khai thác được.
- v.v...

2.2. Đánh giá tốc độ tăng trưởng và biến động doanh lợi của doanh nghiệp

Sau khi đánh giá các nguồn tiềm năng, cần đi sâu đánh giá tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp. Mục đích của việc đánh giá này là nắm được tình hình và xu thế phát triển kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian qua (ổn định, bấp bênh, phát triển hay thu hẹp), từ đó có những biện pháp hữu hiệu để mở rộng kinh doanh, nâng cao tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp. Việc đánh giá chính xác tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp cần phải thông qua một số hệ thống chỉ tiêu. Từ đó mới có giải pháp đúng đắn nhằm tăng nhịp độ phát triển nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Đánh giá tốc độ biến động của doanh lợi:

Mục đích của việc đánh giá tốc độ biến động của doanh lợi là giúp cho người quản lý doanh nghiệp biết được xu hướng biến động của nó, tìm ra những nhân tố dẫn đến những biến động để đề ra biện pháp khắc phục nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Ngoài các vấn đề trên, khi đánh giá thực trạng kinh tế của doanh nghiệp còn cần đánh giá trên các khía cạnh sau:

- Sự biến động về lao động
- Sự biến động về thu nhập, tình hình đời sống cán bộ, nhân viên.
- Khả năng cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường, nhất là của các mặt hàng xuất khẩu.
- Khả năng thanh toán
- v.v ...

Trên cơ sở đánh giá đúng thực trạng kinh tế của doanh nghiệp, sẽ biết được vị trí của doanh nghiệp đang nằm trong giai đoạn nào của chu kỳ kinh doanh. Từ đó, có những biện pháp thích ứng để định hướng kinh doanh có hiệu quả. Đối với doanh nghiệp mới thành lập để kinh doanh xuất nhập khẩu hoặc để sản xuất hàng xuất khẩu, cần có các dự án kinh doanh được phân tích, tính toán một cách tỉ mỉ, chính xác trước khi thực hiện.

3. Không vội vã quyết định việc kinh doanh ở thị trường ngoài nước khi chưa có đủ thông tin

Kinh doanh trên thị trường nước ngoài đầy bất trắc, phức tạp, nhưng nếu biết kinh doanh thì lợi nhuận thu về không nhỏ.

Ở các nước có nền kinh tế thị trường các công ty bị cuốn hút vào buôn bán quốc tế theo hai con đường: có ai đó yêu cầu tổ chức bán hàng ở nước ngoài. Có thể là năng lực của công ty vượt quá nhu cầu của thị trường nội địa và cũng có thể là công ty thấy là việc bán hàng ở nước ngoài thuận lợi hơn.

Ở ta việc hình thành các công ty xuất nhập khẩu trong một thời gian dài thường là do yêu cầu của chính quyền: Chính quyền Trung ương và địa phương. Ngoài mục đích kinh doanh kiếm lời họ còn giao cho các công ty ngoại thương những nhiệm vụ chính trị khác. Vì vậy, một thời gian dài mục tiêu lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh ít được các công ty xuất nhập khẩu chú ý. Bởi vì, kinh doanh được lãi thì Nhà nước thu, lỗ Nhà nước bù.

Cơ chế quản lý kinh tế hiện nay đòi hỏi các doanh nghiệp phải kinh doanh có lợi nhuận, mặc dù đó là công ty nhà nước. Tính cạnh tranh trên thị trường nội địa cũng không kém trên thị trường nước ngoài.

Vì vậy, trước khi vươn ra hoạt động ở thị trường ngoài nước, để tránh đổ bể, bất kỳ đó là doanh nghiệp sản xuất hay doanh nghiệp thương mại, đều phải biết được những thông tin cơ bản sau:

- Luật lệ và chính sách của nước bạn hàng, đặc biệt của nước đó đối với Việt Nam.

- Tình hình tiêu thụ, giá cả và tính chất cạnh tranh đối với hàng hóa ta muốn bán.

- Phương thức thâm nhập thị trường có hiệu quả nhất.

- Tìm hiểu khả năng kinh doanh của bên đối tác để biết được ai là bạn hàng đáng tin cậy, muốn cùng ta làm ăn lâu dài, biết chăm lo đến lợi ích của cả hai bên. Khả năng của bên đối tác cần tìm hiểu trước hết là về:

- + Vốn

- + Kỹ thuật, công nghệ

- + Kinh nghiệm tổ chức, quản trị kinh doanh, Marketing

- + Uy tín và quan điểm kinh doanh của họ trên thị trường

- + v.v...

Kinh nghiệm thực tế cho ta thấy do thiếu thông tin về thị trường, về đối tác nên không ít trường hợp các doanh nghiệp của ta phải mua đắt, bán rẻ, hoặc bị lừa dẫn đến những thua thiệt không nhỏ.

4. Xác định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

Sau khi có tương đối đầy đủ các thông tin cần thiết cho việc mua bán hàng, doanh nghiệp cần xác định một chiến lược kinh doanh sao cho có hiệu quả. Chiến lược đó bao gồm những vấn đề cốt lõi sau:

4.1. Xác định quy mô và địa bàn kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp

- Doanh nghiệp quyết định là cần cố gắng thực hiện bao nhiêu phần trăm khối lượng bán trên các thị trường nước ngoài. Phần lớn các doanh nghiệp vươn ra thị trường nước ngoài bắt đầu từ quy mô nhỏ, sau đó mới nâng dần quy mô lên lớn hơn tùy theo kết quả thu được.

- Doanh nghiệp cần quyết định là chỉ bán hàng ở một nước hay ở nhiều nước. Không nên quá phân tán nỗ lực của mình ra nhiều thị trường khi khả năng cung ứng của doanh nghiệp còn nhỏ bé. Sức hấp dẫn của một nước tùy thuộc vào hàng hóa cung ứng, các yếu tố địa lý, mức thu nhập, thành phần cơ cấu nhân khẩu và dân số, khí hậu, chính trị và những điểm khác. Doanh nghiệp khi bán hàng chỉ có thể bán được ở những nhóm nước nhất định hay những khu vực nhất định trên thế giới. Các ứng viên - bạn hàng có thể phân loại theo một số tiêu chuẩn như: (1) Quy mô thị trường; (2) Tiến trình phát triển của thị trường; (3) Chi phí để tiến hành kinh doanh; (4) Những ưu thế cạnh tranh; (5) Mức độ rủi ro. Mục đích xếp hạng là xác định xem thị trường nào đảm bảo cho doanh nghiệp thu nhập lâu bền cao nhất trên vốn đầu tư.

4.2. Quyết định phương pháp thâm nhập thị trường

Sau khi quyết định tiến hành tiêu thụ sản phẩm ở một nước nào đó, doanh nghiệp phải lựa chọn phương thức tốt nhất để thâm nhập thị trường đã chọn. Doanh nghiệp có thể lựa chọn các phương pháp thâm nhập thị trường sau khi xuất khẩu hàng hóa: (1) Qua nhà xuất khẩu trong nước; (2) Qua đại lý, công ty con của các hãng ngoại quốc tại nước mình; (3) Qua phòng tiêu thụ hay chi nhánh tại nước ngoài; (4) Qua nhân viên bán hàng; (5) Trực tiếp bán cho các công ty nhập khẩu ngoại quốc...

Doanh nghiệp có thể liên doanh với nước ngoài, hay đầu tư trực tiếp vào nước ngoài để kinh doanh. Các cách thâm nhập thị trường này đòi hỏi phải gánh chịu nhiều trách nhiệm hơn, và rủi ro cũng nhiều hơn, nhưng lại hứa hẹn lợi nhuận cao hơn.

4.3. Quyết định cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp

Cần quyết định cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp sao cho hợp lý để hoạt động kinh doanh quốc tế có hiệu quả. Cơ cấu tổ chức đó có thể là: (1) Phòng xuất nhập khẩu thuộc doanh nghiệp; (2) Lập chi nhánh hay công ty con hoạt động xuất nhập khẩu; (3) Nếu có thể lập công ty đa quốc gia hoạt động kinh doanh quốc tế rộng lớn hơn.

5. Cần một chính sách và cơ chế quản lý ngoại thương tạo cho doanh nghiệp làm giàu, kinh tế tăng trưởng nhanh

5.1. Trong nền kinh tế thị trường, nhiệm vụ cơ bản của chính sách ngoại thương là tạo mọi điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp được tự do kinh doanh trên thị trường trong nước và ngoài nước nhằm tăng trưởng nền kinh tế quốc dân theo định hướng chiến lược vạch ra.

Trong quá trình phát triển kinh tế của mỗi nước, chính sách ngoại thương của họ theo những xu hướng và hình thức khác nhau, phụ thuộc vào những điều kiện kinh tế, lịch sử cụ thể. Cho đến nay chính sách ngoại thương của các nước đều gồm hai xu hướng: bảo hộ và tự do buôn bán.

Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thế giới hiện nay, xu hướng tự do buôn bán đang là xu hướng nổi bật. Tự do buôn bán là xu hướng tất yếu của một nền kinh tế mở.

5.2. Tự do buôn bán ngày nay không giống với tự do buôn bán mà C.Mác đã mô tả trong thời kỳ tư bản tự do cạnh tranh. Kinh tế thị trường ngày nay là sự thống nhất của các quan hệ cạnh tranh và sự quản lý bằng những hình thức và phương pháp khác nhau của Nhà

nước. Và chỉ có hoạt động trong cơ chế như thế nền kinh tế mới có hiệu quả.

6. Đào tạo và xây dựng đội ngũ các nhà kinh doanh giỏi

Đào tạo lại đội ngũ cán bộ hiện có, đồng thời đào tạo mới một đội ngũ đông đảo các nhà kinh doanh ngoại thương giỏi là nhân tố quyết định trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.

Để trở thành một nhà doanh nghiệp giỏi cần:

- Am hiểu sâu sắc tình hình thị trường trong và ngoài nước.
- Có kiến thức về kinh doanh quốc tế, luật pháp, tập quán buôn bán.
- Giỏi ngoại ngữ.
- Biết cách đàm phán, thương thuyết, có tinh thần hợp tác.
- Có đầu óc thực tiễn, biết tính toán đến không chỉ lợi ích của doanh nghiệp mà còn cả lợi ích chung của nền kinh tế.
- ...

Để có các nhà kinh doanh giỏi, cần hoàn thiện và chú ý hơn nữa đến việc đào tạo và đào tạo cán bộ quản trị kinh doanh tại các trường đại học kinh tế trong và ngoài nước. Khuyến khích và coi trọng sáng kiến trong kinh doanh của các doanh nghiệp. Mở rộng sự tiếp xúc làm ăn với các nhà doanh nghiệp nước ngoài. Có chính sách khuyến khích đối với các doanh nhân làm ăn giỏi.

Tóm lại có khá nhiều biện pháp cần thực hiện để nâng cao hiệu quả kinh tế hoạt động ngoại thương. Trước hết, là cần hiểu biết đầy đủ, kỹ lưỡng môi trường quốc tế của doanh nghiệp. Sự hiểu biết đó bao gồm các mặt như: những đặc điểm chung nhất của môi trường kinh doanh quốc tế, môi trường kinh tế, chính trị, luật pháp của nước - bạn hàng, môi trường văn hóa... Thứ hai, để xác định hướng kinh doanh ở thị trường nước ngoài doanh nghiệp cần tự đánh giá tiềm năng và

nguồn lực của doanh nghiệp. Thứ ba, không vội vã quyết định kinh doanh ở thị trường ngoài nước khi không có đủ thông tin. Thứ tư, doanh nghiệp phải xác định rõ quy mô, địa bàn kinh doanh trên thị trường quốc tế. Thông thường là từ quy mô nhỏ, phạm vi thị trường nhỏ rồi tùy sự thành công mà mở rộng. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp còn phụ thuộc vào phương pháp bán hàng và cơ cấu tổ chức kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp. Thứ năm, có một hệ thống chính sách kinh tế vĩ mô hướng tới khuyến khích hoạt động ngoại thương có hiệu quả cao, phát huy mạnh mẽ lợi thế so sánh của đất nước. Thứ sáu, đào tạo và đào tạo lại nhằm có được đội ngũ doanh nhân biết làm giàu cho doanh nghiệp và đất nước.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hiệu quả kinh tế ngoại thương là gì? Cách tính hiệu quả về mặt tài chính của xuất khẩu. Cho ví dụ?
2. Hiệu quả kinh tế ngoại thương là gì? Cách tính hiệu quả về mặt tài chính của nhập khẩu? Cho ví dụ?
3. Phân biệt lợi nhuận tài chính và lợi nhuận kinh tế?
4. Mối quan hệ giữa hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế xã hội của hiệu quả kinh tế ngoại thương?
5. Cách tính hiệu quả về mặt tài chính của nhập khẩu? Cho ví dụ?
6. Sự giống và khác nhau giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động ngoại thương? Cho ví dụ?
7. Phương pháp xác định một số chỉ tiêu hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động ngoại thương?

PHẦN II

NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM QUA CÁC THỜI KỲ

CHƯƠNG 5.

SƠ LƯỢC VỀ NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM TRƯỚC CÁCH MẠNG THÁNG TÁM NĂM 1945

I. DƯỚI CHẾ ĐỘ PHONG KIẾN

Thời phong kiến, nền kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế nông nghiệp tự cấp, tự túc, lại thường xuyên bị xáo trộn bởi nạn ngoại xâm nên không sao có khả năng chuyển mình lên một sự phân công lao động xã hội cao hơn trong nông nghiệp và thúc đẩy thủ công nghiệp phát triển một cách mạnh mẽ.

Sản xuất hàng hóa giản đơn và một thị trường trong nước chật hẹp, chia cắt là đặc điểm nổi bật của kinh tế Việt Nam thời kỳ này. Hàng nhiều thế kỷ, tình hình kinh tế trong nước ở trạng thái không có nhiều sản phẩm cần được tiêu thụ. Vào thế kỷ thứ XVII, XVIII và đầu thế kỷ XIX, các nhà buôn phương Tây đến ta mua hàng, vì hàng không có sẵn nên họ phải đặt tiền cho những người thợ thủ công Việt Nam sản xuất. Lẽ dĩ nhiên không phải bao giờ cũng có tình trạng cứ đặt tiền trước mới làm hàng. Nhưng điều này cũng cho ta thấy là những sản phẩm của Việt Nam không phải do nền công nghiệp thịnh vượng mà chỉ là những sản phẩm thủ công sản xuất ra ít nhiều quyết định ở chỗ người mua hàng đặt hàng nhiều ít. Nhưng chúng ta đã biết, chủ yếu kinh tế Việt Nam khi đó là kinh tế tự nhiên, cho nên những thứ mà thương nhân nước ngoài ưa chuộng còn là những sản vật tự nhiên lấy ở trên rừng, dưới biển về bán. Thực chất ngoại thương thời kỳ này không có cơ sở kinh tế bên trong thúc đẩy. Ngoại thương hầu như có tính chất

bị động, tuy rằng, thỉnh thoảng cũng có một chuyến thuyền do vua chúa phái đi sang Trung Quốc, sang Xiêm (Thái Lan), Mã Lai, Indonesia... Những chuyến đi như vậy, cũng không do nền kinh tế bản thân thôi thúc, đòi hỏi phải mang hàng sản xuất dư thừa của mình đi bán ở nước ngoài, hoặc đi mua nguyên liệu về để chế biến, bổ sung cho nền sản xuất ở trong nước tăng tiền hơn. Những chuyến đi đó có mỗi một mục đích là tìm kiếm cho vua chúa những thứ hàng dùng vào việc thống trị và sinh hoạt xa hoa của họ.

Ngoại thương dưới thời phong kiến diễn ra giữa một số nước muốn bán sản phẩm công nghiệp của mình cho Việt Nam và mua hàng thủ công nghiệp cùng sản vật thiên nhiên.

Hàng mua vào chia làm ba loại: một để thoả mãn tiêu dùng xa hoa của vua quan phong kiến như lụa là, gấm vóc, san hô, hổ phách v.v...; một loại khác để “giữ gìn xã tắc” như vũ khí, và những nguyên liệu làm ra vũ khí (sắt, đồng, diêm trắng, diêm vàng...); cuối cùng là hàng tiêu dùng hàng ngày trong gia đình như gương lược, kim chỉ, thuốc men.

Hàng bán ra gồm nông lâm hải sản quý hiếm do thiên nhiên sản có được khai thác đem bán. Về lâm sản có sa nhân, thảo quả, nấm hương, trầm hương, ngà voi... Hàng thủ công nghiệp có tơ lụa, đồ mỹ nghệ bằng vàng, bạc, những đồ gỗ sơn son thiếp vàng, đồ gốm, đồ sứ...

Việc mua bán hầu như do bọn vua quan độc quyền để kiếm lời cho bản thân. Họ tiến hành ngoại thương một cách tùy tiện, độc đoán. Những thể lệ mua bán thường không thành văn bản, mà làm theo lệnh của vua chúa. Điều đó gây khó khăn rất nhiều cho các nhà buôn nước ngoài. Ngoài ra về trường hợp quan lại không thi hành mệnh lệnh của vua chúa, hoặc lợi dụng tình hình không có văn bản để tùy ý quy định thể lệ theo ý thích. Nói chung trong mấy thế kỷ phong kiến, mỗi khi

tàu buôn nước ngoài đến phải qua một số thủ tục để thay đổi tùy nơi, tùy lúc, nhưng vẫn có những nét cơ bản chung là: khai báo, lễ vật và đóng thuế.

Cũng có một hình thức diễn ra trái với ý muốn của vua quan. Đó là không phải lúc nào người sản xuất cũng tuân theo lệnh và thể lệ do vua, quan đưa ra. Người có hàng không muốn bán qua trung gian. Thương nhân nước ngoài cũng muốn mua trực tiếp của người có hàng. Vì vậy, độc quyền mua bán của phong kiến cũng chỉ thực hiện được trong một phạm vi nào đó.

Quan hệ buôn bán của Việt Nam thời phong kiến chủ yếu là với Trung Quốc, Nhật Bản, Hà Lan, Bồ Đào Nha v.v...

II. NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM DƯỚI THỜI PHÁP THUỘC

Dưới sự thống trị của thực dân Pháp, Việt Nam là một “thuộc địa khai thác” - thuộc địa kém phát triển nhất trong các thuộc địa ở châu Á.

Trước chiến tranh thế giới lần thứ hai, lúc mà Việt Nam đạt mức phát triển cao nhất dưới thời Pháp thuộc, nền kinh tế nước ta vẫn là một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu, kỹ thuật canh tác cổ truyền. Công nghiệp tập trung vào khai thác tài nguyên thiên nhiên, chủ yếu là ngành khai khoáng (than, kẽm, thiếc, xi măng...). Công nghiệp chế biến nhỏ bé, tập trung vào những ngành sử dụng nhiều lao động và nguyên liệu tại chỗ, hoặc những ngành đầu tư ít vốn, thu nhiều lợi nhuận, thu hồi vốn nhanh (đệt, rượu thuốc lá, thuốc da, diêm, đường...).

Với nền kinh tế như vậy, ngoại thương kém phát triển cả về quy mô, mặt hàng và thị trường.

Xuất khẩu chủ yếu của nước ta trong thời kỳ này là nông sản và khoáng sản với ba mặt hàng chủ yếu là gạo, cao su và than đá.

Trong 50 năm, từ 1890 đến 1939, ba nước Đông Dương, trong đó chủ yếu là Việt Nam, xuất khẩu 57.788.000 tấn gạo, trung bình mỗi năm 1,15 triệu tấn (chiếm 20% tổng sản lượng gạo sản xuất), 397.000 tấn cao su (gần như toàn bộ lượng sản xuất), 28 triệu tấn than (trên 65% sản lượng than sản xuất). Hai mặt hàng gạo và cao su chiếm 70-80% kim ngạch xuất khẩu. Hàng tiểu thủ công chiếm tỷ trọng không đáng kể trong kim ngạch xuất khẩu.

Nhập khẩu chủ yếu là hàng tiêu dùng và một số nguyên liệu như xăng dầu, bông, vải. Nhập máy móc thiết bị cũng có, nhưng chiếm tỷ lệ thấp, từ 1,4% (năm 1915) đến 8,8% (năm cao nhất - 1931) trong tổng kim ngạch nhập khẩu.

Bảng 5.1. Xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam thời kỳ 1934 - 1939

Đơn vị : Triệu đồng Đông Dương

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất siêu
1934	106	91	15
1935	134	90	44
1936	171	98	73
1937	259	156	103
1938	290	195	95
1939	350	239	111

Nguồn: Tóm tắt thống kê Đông Dương 1913 - 1939

Về cán cân ngoại thương, trong thời gian 50 năm (1890 - 1939), chỉ có 9 năm các nước Đông Dương nhập siêu, còn 41 năm xuất siêu. Đối với một nước thuộc địa, xuất siêu không phải là bằng chứng của sự phồn vinh và tăng trưởng kinh tế như ở các nước độc lập, vì khối lượng xuất siêu đó phản ánh mức độ tước đoạt, bóc lột của thực dân Pháp.

Để bảo vệ đặc quyền, đặc lợi trong lĩnh vực ngoại thương, Pháp thực hiện ở Đông Dương một hàng rào thuế quan rất chặt chẽ, có lợi cho chúng.

Ngày 11/11/1892, Pháp ban hành luật về “đồng hóa thuế quan”. Với chế độ “đồng hóa thuế quan” Việt Nam và Pháp nằm trong một hàng rào thuế quan chung. Hàng của Pháp nhập khẩu vào Việt Nam được miễn thuế nhập khẩu, còn hàng của các nước khác thì bị hàng rào thuế quan ngăn trở, với thuế suất cao. Mặt khác, hàng của Việt Nam (thực tế do tư bản Pháp nắm) nhập vào Pháp được tự do và không phải nộp thuế. Chính sách đó đảm bảo lợi ích trong xuất nhập khẩu ở Việt Nam của thực dân Pháp nhưng lại hoàn toàn bất lợi cho nhân dân ta.

Năm 1939, chiến tranh thế giới lần thứ hai bùng nổ. Tháng 6/1940, Pháp thua trận, đầu hàng Đức. Tháng 10/1940, quân Nhật đổ bộ lên Đông Dương. Để đối phó lại, các nước đồng minh phong tỏa nước Pháp và các thuộc địa của Pháp, khiến cho hoạt động buôn bán giữa Pháp và các thuộc địa bị gián đoạn. Chính sách “đồng hóa thuế quan” được nhà cầm quyền Pháp thay bằng chế độ “thuế quan tự trị”. Chế độ này được thi hành từ 01/01/1941 với nội dung sau:

Hàng của nước Pháp nhập khẩu vào các nước Đông Dương và của các nước Đông Dương nhập vào Pháp không được miễn thuế, trừ những mặt hàng Chính phủ Pháp quy định trong một danh mục cụ thể.

Thuế xuất nhập khẩu áp dụng ở Đông Dương do các nước Đông Dương quy định nhưng phải được Chính phủ Pháp chuẩn y. So với chính sách “đồng hóa thuế quan”, chính sách “thuế quan tự trị” có lợi với các thuộc địa. Hàng rào thuế quan được nói lỏng, thuế suất tối đa được bãi bỏ, thuế suất tối thiểu được áp dụng đối với hàng nhập khẩu từ nước ngoài, trừ trường hợp hàng nhập khẩu từ Nhật Bản được hưởng thuế suất đặc biệt, thấp hơn thuế suất tối thiểu.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Trình bày đặc điểm của ngoại thương Việt Nam trong thời kỳ Phong kiến.
2. Trình bày đặc điểm của ngoại thương Việt Nam trong thời kỳ Pháp thuộc.

CHƯƠNG 6.

NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM SAU CÁCH MẠNG THÁNG TÁM NĂM 1945

I. NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM THỜI KỲ 1945 - 1954

Trong hoàn cảnh chiến tranh, ngoại thương nhằm mục tiêu vừa đấu tranh chống âm mưu bao vây và phong tỏa của các đế quốc Pháp vừa duy trì và mở rộng giao lưu kinh tế với bên ngoài.

Đối với vùng tạm bị địch kiểm soát thời kỳ này Chính phủ ta áp dụng chính sách: bao vây kinh tế vùng địch kiểm soát (1947 - 1950); đẩy mạnh giao lưu kinh tế giữa vùng tự do và vùng địch tạm kiểm soát (1951 - 1954)

Chính sách bao vây kinh tế vùng địch kiểm soát, tức là “đóng cửa” vùng tự do đối với vùng tạm chiến có nhiều mặt không có lợi. Vì thế, hội nghị Trung ương Đảng Lao động Việt Nam lần thứ nhất (tháng 3 -1951) đã nhấn mạnh: *“Mục đích đấu tranh kinh tế, tài chính với địch cốt làm cho địch thiếu thốn, mình no đủ, hại cho địch, lợi cho mình. Do đó, không phải ta đặt một hàng rào ngăn hãm giữa ta với địch mà chúng ta vẫn mở mang buôn bán với địch nhưng chỉ cho vùng địch những thứ hàng không hại cho ta và đưa ra (vùng tự do) những thứ hàng cần cho kháng chiến và cần cho đời sống nhân dân”.*

Đấu tranh kinh tế với địch phải trên nguyên tắc “Độc lập, tự chủ, tranh thủ trao đổi có lợi” bảo vệ kinh tế vùng tự do. Phù hợp với nguyên tắc trên, chính sách xuất nhập khẩu với vùng tạm bị địch kiểm soát gồm những nội dung sau:

- Đẩy mạnh xuất khẩu để phát triển sản xuất ở vùng tự do, nâng cao đời sống nhân dân để có ngoại tệ (tiền Đông Dương) nhập khẩu (từ vùng tạm bị địch kiểm soát) hàng hóa cần thiết.

- Tranh thủ nhập khẩu hàng hóa cần thiết, cấm nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu những hàng hóa có khả năng cạnh tranh với các sản phẩm của vùng tự do.

- Đấu tranh giá cả trong trao đổi hàng hóa giữa hai vùng nhằm góp phần ổn định giá cả vùng tự do.

- Đấu tranh tiền tệ (giữa tiền Việt Nam và tiền Đông Dương) nhằm mở rộng phạm vi lưu hành tiền Việt Nam, giữ vững giá trị tiền Việt Nam so với tiền Đông Dương.

- Làm thất bại âm mưu của địch, lợi dụng việc giao lưu kinh tế giữa hai vùng để lũng đoạn kinh tế vùng tự do.

Những chủ trương mới đó phù hợp với điều kiện chiến tranh và đáp ứng lợi ích của nhân dân hai vùng, được nhân dân hưởng ứng rộng rãi. Kết quả việc thực hiện chủ trương trên là trị giá hàng hóa xuất nhập khẩu tăng vọt. Nếu lấy năm 1948 = 100, thì:

	1951	1952	1953	1954
- Xuất khẩu vào vùng tạm chiếm	94	663	1.433	1.762
- Nhập khẩu từ vùng tạm chiếm	41	268	770	947

Cuối năm 1950, ta giải phóng các tỉnh Cao Bằng, Lạng Sơn, phá được vòng vây của địch ở biên giới phía Bắc. Hưởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ Việt Nam, Trung Quốc, Liên Xô và các nước Đông Âu, quan hệ chính thức về kinh tế và thương mại giữa nước ta với nước ngoài về mặt Nhà nước được thiết lập.

Năm 1952, Chính phủ ta ký Hiệp định thương mại với Chính phủ CHND Trung Hoa, và năm 1953, Chính phủ ta ký với Chính phủ Trung Quốc Nghị định thư về mậu dịch tiểu ngạch biên giới, quy định

việc trao đổi hàng hóa giữa nhân dân các tỉnh biên giới Việt - Trung. Thời kỳ này, Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc nông, lâm, thổ sản: chè, sơn, gỗ, hoa hồi, quế, sa nhân, trâu bò... Nhập khẩu từ Trung Quốc máy móc, dụng cụ, sắt thép, hóa chất, vải sợi, hàng tiêu dùng, dược phẩm... Giá trị hàng hóa trao đổi với nước ngoài năm 1954 so với năm 1952 tăng gấp 4 lần.

Ngoài việc quan hệ thương mại, Trung Quốc còn viện trợ cho Việt Nam một số vật tư hàng hóa, không phải hoàn lại.

Việc phát triển và mở rộng các quan hệ kinh tế và thương mại với nước ngoài có ý nghĩa quan trọng đối với kinh tế vùng tự do và đến cục diện đấu tranh trên mặt trận kinh tế. Mở rộng quan hệ kinh tế với bên ngoài giúp nước ta tăng nhanh được tiềm lực kinh tế và tiềm lực quốc phòng, có thêm vật tư hàng hóa để đáp ứng nhu cầu, kháng chiến và dân sinh, ổn định thị trường, giá cả. Tuy vậy, khối lượng buôn bán với bên ngoài rất hạn chế do hoàn cảnh chiến tranh và sự bao vây phong tỏa của kẻ địch.

Trong lĩnh vực thương mại, thời kỳ 1945 - 1954 là thời kỳ đầy khó khăn, những kinh nghiệm quý báu rút ra được là trong bất kỳ tình huống nào, nhất là trong tình huống địch cấm vận bao vây kinh tế ta, ta lại càng phải tranh thủ cơ hội để “mở cửa” nền kinh tế ra thế giới bên ngoài bằng mọi cách và mọi hướng, kể cả việc trao đổi hàng hóa với vùng địch tạm chiếm trên cơ sở đẩy mạnh xuất khẩu để nhập khẩu và tích lũy ngoại tệ.

II. NGOẠI THƯƠNG THỜI KỲ 1955 - 1975

Thời kỳ 1955 - 1975 là thời kỳ cải tạo và xây dựng kinh tế, phát triển văn hóa theo CNXH ở miền Bắc, vừa phải tiến hành cuộc chiến tranh chống Mỹ cứu nước. Hai nhiệm vụ chiến lược trên gắn bó chặt chẽ với nhau, kháng chiến chống Mỹ cứu nước là nhiệm vụ hàng đầu,

nhưng xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội ở miền Bắc lại là nhân tố quyết định sự thắng lợi của cách mạng trên cả nước.

- Trong thời kỳ này sự phát triển ngoại thương có thể chia làm hai giai đoạn:

Giai đoạn I: Mở rộng và phát triển ngoại thương phục vụ công cuộc khôi phục kinh tế miền Bắc, xây dựng hậu phương vững mạnh đảm bảo cho cuộc đấu tranh giải phóng miền Nam, thống nhất Tổ quốc (1955 - 1965).

Sau hoà bình lập lại, chúng ta thực hiện phương châm không ngừng củng cố và phát triển quan hệ kinh tế và thương mại với các nước xã hội chủ nghĩa, đồng thời mở rộng quan hệ với các nước ngoài XHCN.

Từ năm 1955, Chính phủ ta đã ký với Liên Xô, Trung Quốc và các nước XHCN khác các hiệp định về viện trợ hàng hóa và kỹ thuật nhằm giúp nhân dân ta khắc phục hậu quả của chiến tranh, mở đầu sự hợp tác toàn diện giữa ta với các nước XHCN anh em.

Đối với các nước ngoài hệ thống XHCN, Chính phủ ta ký Hiệp định thương mại với Chính phủ Pháp (cuối năm 1955), Ấn Độ (1956), Indônêxia (1957) và những năm sau đó với Cộng hoà Ả-Rập thống nhất, Campuchia, I-rắc. Song song với việc thiết lập quan hệ kinh tế thương mại, Nhà nước ta cũng đặt quan hệ buôn bán với một số thị trường trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Từ năm 1955, các tổ chức kinh tế Việt Nam đã đặt quan hệ buôn bán với các công ty Nhật Bản, Hồng Kông, Singapo, Xrilanca, CHLB Đức, Italia, Bỉ, Hà Lan, Anh, Thụy Sĩ, Thụy Điển v.v... Đến năm 1964, miền Bắc đã có quan hệ thương mại với 40 nước (năm 1955 mới có 10 nước).

Đặc điểm cơ bản của hoạt động ngoại thương trong giai đoạn này là:

- Xuất khẩu tăng chậm và chỉ dừng lại ở con số 70 - 80 triệu rúp/năm. Năm 1965, tổng kim ngạch xuất khẩu so với năm 1960 tăng

gấp 1,7 lần (nhập khẩu tăng 2 lần, còn xuất khẩu chỉ tăng gấp gần 1,3 lần (xem Bảng 6.1).

- Trong kim ngạch nhập khẩu, tỷ trọng viện trợ không hoàn lại tiếp tục giảm, từ 1,3% kim ngạch nhập khẩu năm 1960, giảm xuống còn 0,7% năm 1964. Xuất khẩu thời gian này mới chỉ đảm bảo được hơn một nửa nhập khẩu, còn lại nhờ vào cấp tín dụng từ các nước XHCN (xem Bảng 6.3).

- Cơ cấu hàng xuất khẩu ảnh hưởng đến trình độ phát triển kinh tế lạc hậu và sự không ổn định của nền kinh tế. Xuất khẩu hàng công nghiệp nặng (khoáng sản, gỗ...) năm 1965 là 37,5% so với 46% năm 1961. Tương tự thời gian trên, hàng công nghiệp nhẹ là 32,4% và 36%; hàng nông sản 30% và 17,6%.

- Để phục vụ cho công cuộc khôi phục và xây dựng kinh tế, việc nhập khẩu tư liệu sản xuất được lưu ý và tăng dần. Nhóm hàng này trong tổng kim ngạch nhập khẩu năm 1965 là 76,5% so với 44,9% năm 1955; tương tự nhóm hàng tiêu dùng giảm dần từ 54,6% trong tổng kim ngạch nhập khẩu năm 1955 xuống còn 23,5% năm 1965.

- Buôn bán của ta chủ yếu là với các nước XHCN, các nước này chiếm từ 85 đến 90% tổng kim ngạch buôn bán của ta với nước ngoài.

Đánh giá hoạt động ngoại thương trong 10 năm 1955 - 1964, Hội nghị BCH TƯ Đảng lần thứ X (Khóa III), về thương nghiệp và giá cả khẳng định: *"Trong 10 năm qua, nền ngoại thương của ta đã không ngừng phát triển và có nhiều chuyển biến quan trọng"*.

Ngay sau hoà bình lập lại, chúng ta đã xoá bỏ chế độ độc quyền ngoại thương của đế quốc, thực hiện chế độ Nhà nước thống nhất quản lý ngoại thương, tiếp nhận sự viện trợ của các nước xã hội chủ nghĩa anh em và bước đầu đặt quan hệ buôn bán với một số nước, góp phần tích cực vào việc khôi phục kinh tế và cung cấp hàng tiêu dùng cho nhân dân.

Bước vào thời kỳ kế hoạch 5 năm lần thứ nhất (1961 - 1965), công tác ngoại thương được tăng cường thêm một bước, phục vụ

nhiệm vụ chủ yếu bước đầu xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của CNXH và phát triển xuất khẩu.

Kim ngạch xuất khẩu mỗi năm mỗi tăng. Dựa vào việc khai thác tài nguyên, nền nông nghiệp nhiệt đới và sức lao động của nhân dân ta, ngành ngoại thương đã xuất khẩu được những nông sản, sản phẩm công nghiệp (nhất là khoáng sản) và hàng thủ công nghiệp, góp phần khôi phục và phát triển một số ngành, giải quyết công ăn việc làm cho hàng chục vạn người lao động.

Kim ngạch nhập khẩu tăng khá nhanh, theo hướng nói trên, nhập tư liệu sản xuất (thiết bị toàn bộ, thiết bị lẻ, máy móc, nguyên liệu...), để đảm bảo yêu cầu xây dựng và sản xuất trong nước và một số hàng thiết yếu tiêu dùng cho nhân dân.

Chúng ta đã tăng cường hợp tác kinh tế và trao đổi hàng hóa với các nước XHCN, đồng thời mở rộng buôn bán với nhiều nước dân tộc chủ nghĩa và một số nước TBCN, góp phần thực hiện có kết quả chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước ta”.

Hoạt động ngoại thương và hợp tác kinh tế với nước ngoài đang trên đà phát triển thì đế quốc Mỹ tiến hành cuộc chiến tranh phá hoại miền Bắc và mở rộng phạm vi chiến tranh ra cả nước (cuối năm 1964).

Giai đoạn 2: Đấu tranh phá vỡ âm mưu bao vây và phong tỏa của kẻ địch nhằm tranh thủ sự viện trợ quốc tế, duy trì các hoạt động xuất nhập khẩu phục vụ cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước (1966 - 1975).

Trong tình hình mới, kinh tế miền Bắc chuyển từ hoà bình sang chiến tranh, ngoại thương và quan hệ kinh tế với nước ngoài cũng chuyển theo hướng mới nhằm đáp ứng yêu cầu mới là: *“Tích cực chi viện cho tiền tuyến, thực hiện khẩu hiệu “Tất cả để đánh thắng giặc Mỹ xâm lược!” , đồng thời đảm bảo các nhu cầu cơ bản của đời sống nhân dân, tranh thủ tới mức cao nhất sự viện trợ quốc tế, tăng cường tiềm lực kinh tế, tạo điều kiện cho việc xây dựng kinh tế của cả nước sau chiến tranh”.*

Để đáp ứng yêu cầu trên, phương hướng nhiệm vụ của ngoại thương và quan hệ kinh tế với nước ngoài trong giai đoạn này khác về cơ bản so với giai đoạn trước.

Nhiệm vụ kinh tế đối ngoại trước hết và chủ yếu là tranh thủ tối đa sự viện trợ quốc tế phục vụ cho công cuộc kháng chiến chống Mỹ, kịp thời đưa hàng nhập khẩu về nước nhằm tăng cường tiềm lực kinh tế, tiềm lực quốc phòng, duy trì và phát triển sản xuất trong nước theo phương châm vừa sản xuất vừa chiến đấu, bảo đảm các nhu cầu cơ bản của nhân dân miền Bắc, đồng thời tích cực chi viện cho tiền tuyến.

Cuộc đấu tranh trên mặt trận kinh tế chống âm mưu bao vây phong toả của địch diễn ra hết sức quyết liệt, gắn với cuộc chiến đấu trên mặt trận quân sự.

Trong chiến tranh phá hoại miền Bắc, lực lượng không quân và hải quân của đế quốc Mỹ đã đánh phá các địa bàn và cơ sở sản xuất hàng xuất khẩu, các địa bàn tập kết hàng xuất khẩu và nhập khẩu, các tuyến đường giao thông ở trong nước và với nước ngoài, bao vây phong toả các cảng, chủ yếu cảng Hải Phòng, uy hiếp tàu của các nước ra cảng của ta, nhằm hạn chế các hoạt động nhập khẩu và xuất khẩu, ngăn cản ta tiếp nhận sự viện trợ quốc tế và duy trì sự giao lưu kinh tế với nước ngoài.

Tuy có rất nhiều khó khăn, nhưng đế quốc Mỹ đã không thành công trong âm mưu bao vây, phong toả kinh tế miền Bắc nước ta.

Trong giai đoạn này, hoạt động kinh tế đối ngoại và ngoại thương chủ yếu tập trung vào việc tiếp nhận viện trợ quốc tế từ các nước XHCN và bè bạn trên thế giới dưới hình thức viện trợ không hoàn lại, viện trợ nhân đạo, cấp tín dụng với điều kiện ưu đãi. Hoạt động buôn bán, trao đổi hàng hóa với nước ngoài bị thu hẹp đáng kể.

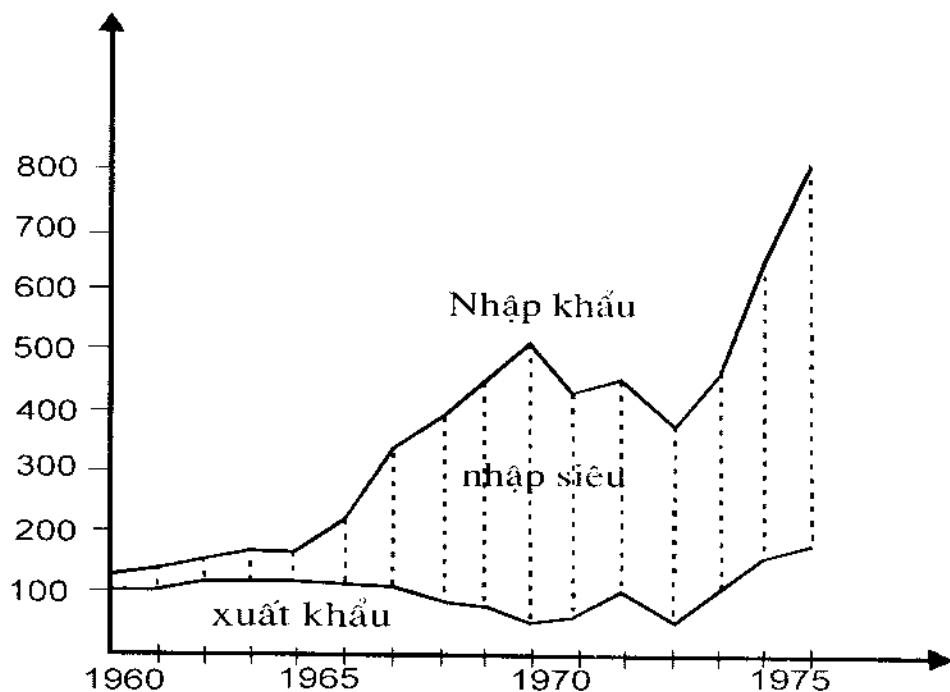
Trong điều kiện chiến tranh, số nước có quan hệ kinh tế, thương mại với nước ta giảm nhiều, từ 40 nước năm 1964, giảm xuống còn 27 nước năm 1974. Quan hệ buôn bán được duy trì chủ yếu là với các nước XHCN. Từ những năm 1964 đến năm 1975, xuất khẩu sang các nước XHCN chiếm 70% tổng kim ngạch xuất khẩu, năm cao nhất

90,5%, nhập khẩu trên 80% tổng kim ngạch nhập khẩu, năm cao nhất 99,5%.

Nhập khẩu tăng nhanh nhưng xuất khẩu giảm nhiều. Trong khi nhập khẩu tăng từ 237,9 triệu Rúp và Đôla Mỹ năm 1965 lên 784,4 triệu Rúp và Đô la Mỹ năm 1975, xuất khẩu lại giảm liên tục xuống đến 40,7 triệu Rúp và Đô la Mỹ năm 1972 sau đó dẫn đến nhập siêu rất lớn.

Hàng nhập khẩu trong thời kỳ 1965 - 1975 chủ yếu là thiết bị toàn bộ, máy móc, phương tiện vận tải, nguyên liệu và hàng tiêu dùng thiết yếu cho quốc phòng, sản xuất và dân sinh. Trong giai đoạn 1965 - 1975, nhóm hàng tiêu dùng và nguyên nhiên vật liệu chiếm tỷ trọng cao nhất (xem Bảng 6.2). Nhịp độ tăng của hai nhóm hàng nhập khẩu này cũng tăng nhanh nhất. Nếu lấy tổng trị giá nhập khẩu và các nhóm hàng năm 1965 là 100, thì năm 1975: tổng giá trị nhập khẩu là 330; thiết bị toàn bộ: 264; máy và phương tiện vận tải: 372; dụng cụ và phụ tùng: 260; nguyên nhiên liệu: 350; hàng tiêu dùng: 377.

Hình 6.1. Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu thời kỳ 1960 - 1975



Bảng 6.1. Tổng giá trị xuất nhập khẩu

Đơn vị: Triệu Rúp

Năm	Tổng trị giá xuất nhập khẩu	Chia ra			
		Xuất khẩu	Nhập khẩu		Cán cân thương mại
			Tổng số	Trong đó mậu dịch	
1958	104,5	46,0	57,9		-11,9
1959	147,1	60,5	86,6		-26,1
1960	188,0	71,6	116,4		-44,8
1961	202,4	72,5	129,9		-57,4
1962	215,1	80,5	134,6		-54,1
1963	226,4	84,1	142,3		-58,2
1964	234,5	97,1	137,4	102,0	-40,3
1965	328,3	91,0	237,3	132,2	-146,3
1966	438,7	67,8	370,9		-303,1
1967	464,1	45,6	418,5		-372,9
1968	508,3	42,8	465,5		-422,7
1969	554,8	42,6	512,2	91,7	-469,6
1970	473,4	47,7	425,7		-378,0
1971	519,9	61,4	458,5	32,3	-397,1
1972	403,2	40,7	362,5		-321,8
1973	551,2	67,4	484,5	58,3	-417,1
1974	805,6	110,7	694,9	120,3	-584,2
1975	914,1	129,5	784,4	194,9	-654,9

Nguồn: Niên giám thống kê năm 1976 của Tổng cục Thống kê

Bảng 6.2. Cơ cấu xuất nhập khẩu

Đơn vị: %

Năm	Xuất khẩu			Nhập khẩu				
	Hàng công nghiệp	Hàng CN nhẹ tiểu thủ công nghiệp	Hàng nông lâm thủy sản	Tư liệu sản xuất				Hàng tiêu dùng
				Thiết bị toàn bộ	Máy móc phương tiện vận tải	Dụng cụ phụ tùng	Nguyên nhiên vật liệu	
1961-65				25,8	8,2	7,4	37,6	21,0
1965	62,7	23,3	14,0	24,0	9,9	8,7	33,7	23,7
1966				22,0	19,7	8,1	29,8	20,4
1967				20,0	19,8	10,1	22,7	27,4
1968	47,9	41,4	10,7	16,5	17,2	11,5	21,8	33,0
1969				15,9	19,3	12,4	20,2	32,2
1970				17,3	17,8	10,9	22,3	31,7
1971	38,9	46,6	14,5	14,5	12,8	6,9	28,6	37,2
1972				10,7	14,0	6,6	27,7	41,0
1973	57,6	27,5	14,9	9,1	20,0	9,0	30,5	31,4
1974	75,1	16,9	8,0	17,7	15,5	7,2	31,9	27,7
1975	75,1	16,4	8,5	19,2	11,2	6,9	35,7	27,7

Nguồn: Tính theo số liệu Niên giám thống kê năm 1982
của Tổng cục Thống kê

Bảng 6.3. Nhập khẩu phân theo nguồn thanh toán*Đơn vị: Triệu Rúp và Đô la*

Năm	Kim ngạch nhập khẩu	Mậu dịch		Vay nợ		Viện trợ	
		Kim ngạch	Tỷ trọng	Kim ngạch	Tỷ trọng	Kim ngạch	Tỷ trọng
1960	116,4	84,6	72,7	16,4	14,1	15,4	13,2
1961	129,9	73,7	49,4	59,8	45,7	6,4	4,9
1962	134,6	88,5	65,8	42,1	31,2	4,0	3,0
1963	142,3	90,7	64,0	49,6	34,6	2,0	1,4
1964	137,4	102,0	74,2	34,4	25,5	1,0	0,7
1965	237,3	132,2	55,7	38,5	16,2	66,0	28,1
1966	370,9	171,8	46,3	40,7	11,0	158,4	42,7
1967	418,5	171,3	28,0	119,5	28,0	181,7	43,4
1968	465,5	91,7	19,7	153,7	33,0	220,1	47,3
1969	512,2	39,8	7,8	220,5	49,2	252,0	43,0
1970	425,7	32,4	7,6	227,1	53,3	166,2	39,1
1971	458,5	32,3	7,0	181,6	39,6	244,6	53,4
1972	362,5	34,8	9,6	79,0	21,8	248,7	68,6
1973	484,5	58,3	12,0	185,5	38,3	240,7	49,7
1974	694,9	120,3	17,3	217,1	31,2	357,5	51,5
1975	784,4	194,9	24,9	170,4	21,7	419,1	53,4

*Nguồn: 45 năm kinh tế Việt Nam (1945 - 1990),
NXB Khoa học - Xã hội, Hà Nội, 1990, tr.203, 209.*

Viện trợ không hoàn lại và tín dụng chiếm tỷ trọng lớn trong các nguồn thanh toán hàng nhập. Viện trợ từ 1 triệu Rúp/ Đôla chiếm 0,7% trị giá hàng nhập khẩu năm 1964, tăng lên 419,1 triệu Rúp/ Đôla, chiếm hơn một nửa kim ngạch nhập khẩu năm 1975. Vay nợ vẫn thường xuyên chiếm trên 20% kim ngạch nhập khẩu (xem Bảng 6.3).

Sau chiến tranh, Liên Xô và nhiều nước XHCN đã xoá cho ta các khoản nợ từ năm 1955 đến 1975 (khoảng 5,5 tỷ Rúp và Đô la). Điều đó thể hiện sự giúp đỡ to lớn và quý báu của Liên Xô và các nước bè bạn đối với cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước của nhân dân ta.

Thời kỳ này, trong hoàn cảnh chiến tranh và hoà bình xen kẽ, miền Bắc, nhờ sự giúp đỡ của Liên Xô, Trung Quốc và các nước XHCN khác, đã triển khai xây dựng một số công trình theo hướng công nghiệp hóa. Tiềm lực kinh tế được tăng cường đáng kể. Tuy vậy, nhìn lại công cuộc xây dựng và phát triển kinh tế ở miền Bắc bên cạnh những thành công trong việc phát triển nông nghiệp, xây dựng một số cơ sở công nghiệp nhẹ, một số cơ sở công nghiệp nặng vừa sức, chúng ta đã sai lầm trong việc bố trí cơ cấu kinh tế, ưu tiên công nghiệp nặng, ham làm nhiều công trình lớn và công nghệ không tiên tiến đã gây ra lãng phí lớn trong việc sử dụng nguồn vốn từ bên ngoài mà ta huy động được.

Ở miền Nam, nhờ viện trợ nước ngoài và để phục vụ cho chiến tranh, hệ thống giao thông đường bộ, cảng biển và sân bay khá phát triển. Một số cơ sở công nghiệp nhẹ và công nghiệp thực phẩm, hóa chất có kỹ thuật tương đối hiện đại. Tuy nhiên các cơ sở công nghiệp này bị lệ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu.

Sau khi chiến tranh kết thúc vào năm 1975, nền kinh tế nước ta vẫn là một nền kinh tế lạc hậu, lệ thuộc nhiều vào nguồn nguyên, nhiên liệu, phụ tùng và thiết bị của bên ngoài. Không có nhập khẩu thì

hệ thống công nghiệp của cả nước bị tê liệt hoàn toàn. Điều đó đặt ra cho ngoại thương những nhiệm vụ mới rất nặng nề.

III. NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM TỪ 1976 ĐẾN NAY

Thời kỳ này có thể chia thành ba giai đoạn:

1. Giai đoạn từ 1975 - 1985

Trong bối cảnh đất nước đã thống nhất, hoạt động ngoại thương có những thuận lợi mới, đồng thời có những khó khăn mới. Đất nước được thống nhất, chúng ta có điều kiện và khả năng khai thác có hiệu quả tiềm năng của đất nước (đất đai, rừng, biển, khí hậu, tài nguyên thiên nhiên, phong cảnh, nguồn lao động và yếu tố con người, vị trí của Việt Nam v.v...) để đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển du lịch, các dịch vụ thu ngoại tệ, phát triển ngoại thương mở rộng hợp tác kinh tế, khoa học kỹ thuật với nước ngoài, thu hút vốn và kỹ thuật nước ngoài. Nhưng bên cạnh những thuận lợi mới, chúng ta cũng đứng trước những khó khăn gay gắt bắt nguồn từ trình độ phát triển kinh tế của cả nước còn thấp, cơ sở vật chất và kỹ thuật còn thấp kém, kinh tế hàng hóa chưa phát triển, chưa có tích lũy từ nội bộ nền kinh tế, nền kinh tế còn bị lệ thuộc nặng nề vào bên ngoài. Mặt khác, chiến tranh kéo dài để lại những hậu quả kinh tế nặng nề làm cho đất nước phát triển chậm lại nhiều năm và gây ra những vết thương xã hội mà phải qua nhiều năm mới hàn gắn được.

Trước tình hình đó, ta phải phát triển và mở rộng các hoạt động kinh tế đối ngoại, trong đó có ngoại thương để đưa đất nước tiến lên. Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ IV (năm 1976) nhấn mạnh tính tất yếu khách quan và tầm quan trọng của hoạt động kinh tế đối ngoại, đặc điểm là ngoại thương đối với nền kinh tế nước ta từ sản xuất nhỏ lên sản xuất lớn XHCN. “Công tác xuất

khẩu và nhập khẩu vì vậy là một bộ phận rất quan trọng trong toàn bộ hoạt động kinh tế của nước ta”.⁽¹⁾

Phù hợp với đường hướng đó, năm 1977, nước ta tham gia Ngân hàng Đầu tư Quốc tế và Ngân hàng Hợp tác Quốc tế thuộc Hội đồng tương trợ kinh tế (HĐTTKT). Tháng 7/1978, tại khóa họp lần thứ 32 của HĐTTKT, nước ta đã gia nhập HĐTTKT với tư cách là thành viên chính thức.

Sau khi gia nhập HĐTTKT, Chính phủ Việt Nam đã ký Hiệp ước Hữu nghị và Hiệp ước hợp tác Kinh tế dài hạn với Liên Xô (11/1978) và nhiều nước XHCN khác.

Ngày 18/4/1977, Chính phủ Việt Nam đã ban hành Điều lệ về đầu tư của nước ngoài vào Việt Nam, nhằm thu hút đầu tư của nước ngoài, không phân biệt chế độ chính trị, trên nguyên tắc đảm bảo độc lập chủ quyền của Việt Nam và các bên cùng có lợi. Nhưng từ cuối năm 1978, đầu năm 1979 đến cuối năm 1980, tình hình trở nên phức tạp. Trong những năm này, trong khi Liên Xô và các nước cộng đồng XHCN, Ấn Độ và một số nước bè bạn khác tận tình hợp tác hỗ trợ Việt Nam để khắc phục khó khăn thì một số nước phương Tây thực hiện chính sách cấm vận và phân biệt đối xử với Việt Nam, ngừng viện trợ và đầu tư, kể cả việc ngừng thực hiện các khoản tín dụng đã cam kết với Chính phủ ta. Họ còn tác động tới các tổ chức kinh tế tài chính, tín dụng quốc tế để ngừng các quan hệ với Việt Nam như Quỹ tiền tệ Quốc tế và Ngân hàng Thế giới.

Hoàn cảnh quốc tế không thuận lợi đó đã gây ra cho nước ta không ít khó khăn, nhưng kinh tế đối ngoại nói chung và xuất nhập khẩu nói riêng vẫn được tiếp tục phát triển.

⁽¹⁾ Văn kiện Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ IV, NXB Sự thật, Hà Nội, năm 1977

Dưới đây là kết quả hoạt động xuất, nhập khẩu giai đoạn 1976 - 1985

Bảng 6.4. Xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 1976 - 1985

Đơn vị: Triệu Rúp và Đôla

Năm	Tổng kim ngạch NK	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân thương mại	
				Trị giá	Tỉ lệ %
1976	1.226.8	222.7	1.004.1	-881.4	22.2%
1977	1.540.9	322.5	1.218.4	-815.9	28.3%
1978	1.630.0	326.8	1.303.2	-976.4	25.1%
1979	1.846.6	320.5	1.526.1	-1.205.6	21.0%
1980	1.652.8	338.6	1.314.2	-975.6	25.8%
1981	1.783.4	401.2	1.382.2	-981.0	29.0%
1982	1.998.8	526.6	1.472.2	-945.6	35.8%
1983	2.143.2	616.5	1.526.7	-910.2	40.4%
1984	2.394.6	649.6	1.745.0	-1.095.4	37.2%
1985	2.555.9	698.5	1.857.4	-1.158.9	37.6%
Tổng số	18.773.0	4.423.5	14.349.5	-9.926.0	30.8%

Nguồn: Niên giám thống kê

Qua bảng thống kê trên chúng ta thấy:

- Kim ngạch xuất khẩu tăng dần qua các năm. Tỷ lệ tăng trưởng bình quân trong 10 năm (1976 - 1985) của xuất khẩu tăng cao hơn tỷ lệ tăng của tổng kim ngạch buôn bán hai chiều và của nhập khẩu. Trong khi tỷ lệ tăng trưởng bình quân trong 10 năm của xuất khẩu là

13,5%/năm, thì của xuất nhập khẩu cộng lại là 8,4%/năm, và của nhập khẩu chỉ có 7%/năm.

- Trị giá xuất khẩu tuy có tăng nhưng trong 10 năm (1976 - 1985) xuất khẩu cũng chỉ đảm bảo được 30,8% tổng số tiền nhập khẩu.

- Cán cân thương mại quốc tế luôn nhập siêu và nhập siêu có xu hướng tăng.

Hầu hết các loại hàng thiết yếu phục vụ sản xuất và đời sống đều phải nhập khẩu toàn bộ hay một phần do sản xuất trong nước không đảm bảo.

Ngoài sắt thép, xăng dầu, máy móc, thiết bị còn nhập khẩu cả hàng tiêu dùng. Kể cả những loại hàng hóa lẽ ra sản xuất trong nước có thể đáp ứng được như lúa gạo, vải mặc. Trong những năm 1976 - 1985 đã nhập khẩu 60 triệu mét vải các loại và gần 1,5 triệu tấn lương thực quy gạo.

Xuất khẩu tuy có tăng nhưng trị giá xuất khẩu quá thấp. Hàng xuất khẩu chủ yếu dựa vào thu gom sản phẩm từ nền sản xuất hàng hóa kém phát triển. 63% trị giá xuất khẩu của năm 1985 là nông, lâm, thủy sản; 28,9% là hàng công nghiệp nhẹ và thủ công nghiệp.

Nguyên tắc Nhà nước độc quyền về ngoại thương và các quan hệ kinh tế đối ngoại khác được coi là nền tảng để hình thành cơ chế quản lý và tổ chức hoạt động ngoại thương trong giai đoạn này. Nguyên tắc trên đã được Hiến pháp năm 1980 ghi nhận tại Điều 21.

Nội dung cơ bản của mô hình quản lý theo nguyên tắc Nhà nước độc quyền ngoại thương là:

- Hoạt động ngoại thương đều được kế hoạch hóa với một hệ thống chỉ tiêu pháp lệnh chặt chẽ và được chỉ huy tập trung từ Trung ương.

- Các hoạt động ngoại thương đều được giao cho các tổ chức quốc doanh được Nhà nước thành lập và quản lý.

- Các quan hệ thương mại, kinh tế giữa nước ta và các nước XHCN khác đều mang tính chất Nhà nước và được thực hiện trên cơ sở các hiệp định và Nghị định thư mà Chính phủ ta ký với chính phủ các nước XHCN. Các điều ước quốc tế đó quy định cụ thể danh mục và kim ngạch xuất nhập khẩu, các nguyên tắc xác định giá, phương thức thanh toán, nội dung hợp tác về kinh tế và khoa học kỹ thuật, nội dung viện trợ v.v...

- Các tổ chức kinh doanh ngoại thương và các tổ chức kinh tế của Nhà nước được thực hiện các cam kết của Chính phủ Việt Nam với nước ngoài.

- Hạch toán kinh tế ở giai đoạn này chỉ mang tính hình thức. Thông qua chế độ “thu bù chênh lệch ngoại thương”, các khoản được coi là “lãi” phải nộp vào Ngân sách nhà nước, các khoản được coi là “lỗ” thì được Ngân sách nhà nước cấp bù.

- Về mặt quản lý không có sự phân biệt rành mạch giữa quản lý Nhà nước và quản lý kinh doanh.

Cơ chế quản lý tập trung, bao cấp đã ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động ngoại thương, đặc biệt là xuất khẩu và phát triển hàng xuất khẩu. Nhằm khắc phục tình trạng trì trệ của nền kinh tế, Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương Đảng lần thứ 6 (khóa IV) đã đề ra một số biện pháp cải biến cơ chế quản lý hoạt động ngoại thương, đặc biệt là quản lý xuất khẩu. Tuy nhiên độc quyền ngoại thương vẫn là nguyên tắc chỉ đạo mọi hoạt động ngoại thương trong giai đoạn này.

Căn cứ vào Nghị quyết Hội nghị Trung ương Đảng lần thứ 6, Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ) đã ra Nghị định số 40/CP, ngày 7/2/1980 ban hành bản Quy định về chính sách và biện pháp phát triển sản xuất hàng xuất khẩu.

Nghị định này mở đầu quá trình sửa đổi cơ chế quản lý ngoại thương. Nội dung cơ bản của Bản quy định này gồm những điểm chủ yếu sau:

- Sửa đổi công tác kế hoạch hóa xuất khẩu, theo hướng thu hẹp các chỉ tiêu pháp lệnh đối với xuất khẩu; cho phép xuất khẩu những sản phẩm ngoài kế hoạch. Từ quy định này hình thành xuất khẩu theo kế hoạch và hàng xuất khẩu ngoài kế hoạch.

- Mở rộng quyền hoạt động ngoại thương cho các địa phương thông qua các tổ chức ngoại thương địa phương. Từ quy định này hình thành hàng xuất khẩu trung ương và hàng xuất khẩu địa phương với hai quy chế khác nhau.

- Mở rộng quyền xuất khẩu trực tiếp cho các Liên hiệp xí nghiệp. Các xí nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu trực thuộc các Bộ quản lý sản xuất. Từ quy định này hình thành nên Bộ Quản lý nhà nước về Ngoại thương (Bộ Ngoại thương), Bộ chủ quản của các tổ chức kinh doanh được quyền hoạt động ngoại thương (Bộ Quản lý ngành).

- Dành cho các địa phương một tỷ lệ ngoại tệ thu được từ hàng xuất khẩu địa phương để nhập khẩu vật tư phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu địa phương và cho kinh tế địa phương. Từ quy định này hình thành chế độ tự cân đối ngoại tệ đối với các địa phương.

Những biện pháp nêu trên có làm giảm đi phần nào tính tập trung cao của công tác quản lý ngoại thương, nhưng nhìn chung những sửa đổi đó về cơ bản vẫn nằm trong khuôn khổ Nhà nước độc quyền ngoại thương.

2. Ngoại thương Việt Nam giai đoạn 1986 đến năm 2000

Công cuộc đổi mới, mở cửa nền kinh tế được Đảng Cộng sản Việt Nam khởi xướng từ Hội nghị Trung ương lần thứ 6 (khóa IV) họp cuối năm 1986. Từ đó đến nay đất nước ta thật sự có những biến đổi sâu sắc. Hoạt động ngoại thương có những bước tiến vượt bậc. Nhờ thực hiện chính sách mở cửa, đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ kinh tế đối ngoại đến nay nước ta đã có quan hệ buôn bán với hơn 100

nước và lãnh thổ thuộc đủ các châu lục trên thế giới. Việt Nam đã ký Hiệp định hợp tác thương mại với EU; nước ta đã bình thường hóa quan hệ với Hoa Kỳ (12/07/1995); Việt Nam đã ra nhập ASEAN (18/07/1995). Nước ta cũng đã tham gia nhiều tổ chức kinh tế quốc tế. Đó là những điều kiện thuận lợi để nước ta đẩy nhanh tốc độ phát triển kinh tế, mở rộng buôn bán và hợp tác kinh tế với các nước và các tổ chức kinh tế khu vực.

Dưới đây là kết quả hoạt động ngoại thương nước ta giai đoạn 1986-2000.

Bảng 6.5. Trị giá xuất nhập khẩu 1986 - 2000.

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân thương mại	
				Trị giá	Tỷ lệ $\frac{XK}{NK}$ (%)
1986	2.944,2	789,1	2.155,1	-1366,0	33,6%
1987	3.309,3	854,2	2.455,1	-1600,9	34,8%
1988	3.795,1	1.038,4	2.756,7	-1718,3	37,6%
1989	4.511,8	1.946,0	2.565,8	-619,8	75,8%
1990	5.156,4	2.404,0	2.752,4	-348,4	87,3%
Cộng 86-90	19.716,8	7.031,7	12.685,1	-5.653,4	55,4%
1991	4.425,2	2.087,1	2.338,1	-251,0	89,3%
1992	5.121,4	2.580,7	2.540,7	+40,0	101,5%
1993	6.909,2	2.985,2	3.924,0	-978,8	76,0%
1994	9.880,1	4.054,3	5.825,8	-1.771,5	69,6%
1995	13.604,3	5.448,9	8.155,4	-2.706,5	66,8%
Cộng 91-95	39.940,2	17.156,2	22.784,0	-5.627,8	75,3%

1996	18.400,0	7.256,0	11.140,0	-3.888,0	65,1%
1997	20.777,0	9.185,0	11.592,0	-2.407,0	79,2%
1998	20.888,0	9.361,0	11.527,0	-2.166,0	81,2%
1999	23.162,0	11.540,0	11.622,0	-82,0	99,3%
2000	29.500,0	14.300,0	15.200,0	-900,0	94,0%
Cộng 96-2000	112.727,0	51.642,0	61.085	9.443	84,5

*Nguồn: Niên giám thống kê 1995; 1999,
NXB Thống kê, Hà Nội, 2000*

**Bảng 6.6. Nhịp độ tăng trưởng GDP và xuất khẩu nhập khẩu
và bán lẻ trong nước**

Đơn vị: %

Năm	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Bình quân
GDP	5,96	8,65	8,07	8,84	9,54	9,34	8,15	5,8	4,8	6,7	7,2
Xuất khẩu	-13,2	23,7	15,7	35,8	34,4	33,2	26,6	1,9	23,3	23,9	19,50
Số với GDP (lần)	-2,2	2,8	1,9	4,0	3,6	3,5	3,3	0,3	4,8	3,6	2,71
Bán lẻ trong nước	72,5	53,3	31,3	39,0	29,6	20,4	11,0	14,3	5,1	13,2	20,47
Số với GDP (lần)	12,2	6,1	3,9	4,4	3,1	2,2	1,3	2,5	1,1	2,0	6,5
Nhập khẩu	-15,0	8,7	54,4	48,5	40,0	36,6	4,0	-0,6	0,8	30,8	18,6
Nhập siêu %	10,7		24,9	30,4	33,2	34,8	20,8	18,8	0,7	5,9	17,9

Nguồn: Niên giám thống kê 1999; NXB Thống kê; Hà Nội, 2000

Nhìn lại hoạt động xuất nhập khẩu từ năm 1986 đến năm 2000, đặc biệt 10 năm trở lại đây (1990 - 2000) chúng ta có một số nhận xét sau:

a) Về tốc độ tăng trưởng

Trong suốt thời kỳ 1986 - 2000, tốc độ tăng xuất khẩu luôn cao hơn tốc độ tăng của GDP, và của tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và kim ngạch nhập khẩu. Trong toàn thời kỳ, kim ngạch xuất khẩu tăng 18 lần, trong khi đó tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và kim ngạch nhập khẩu chỉ tăng tương ứng là 10 lần và 7 lần.

Nếu tính trong vòng 10 năm (1990 - 2000), xuất khẩu năm 2000 tăng gấp 5,95 lần năm 1990, hay bình quân hàng năm tăng 19,5%. Cũng trong thời gian 10 năm nay GDP tăng gấp 2 lần, tức nhịp độ tăng bình quân hàng năm 7,2%, nghĩa là xuất khẩu tăng nhanh gấp 2,7 lần tốc độ tăng trưởng GDP. Còn kim ngạch nhập khẩu năm 2000 so với 1990 tăng gấp 5,5 lần, hay tăng bình quân hàng năm là 18,6%. Tuy nhiên, tỷ lệ tăng trưởng của xuất khẩu có xu hướng chậm lại trong 5 năm cuối của thập niên 90: Tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong 5 năm đầu (1991 - 1995) 27,1%/năm; 5 năm sau (1996 - 2000) giảm xuống còn 18,4%; hay giảm 8,7 điểm. Đồng thời tỷ lệ tăng của nhập khẩu còn giảm mạnh hơn: Trong 5 năm đầu (1991 - 1995) tăng bình quân 36,6%/năm; 5 năm sau (1996 - 2000) giảm xuống còn 8%/năm, tức là giảm tới 28,6 điểm.

b) Về cán cân thương mại

Nhập siêu vẫn kéo dài và trong suốt thời kỳ 1991 - 2000, nhập siêu chiếm gần 18% tổng kim ngạch nhập khẩu. Tuy nhiên, nhập siêu lên đến đỉnh điểm là năm 1996 và sau đó giảm dần đến năm 2000 chỉ còn gần 6% tổng kim ngạch nhập khẩu (xem bảng 6.7).

c) Về cơ cấu nhập khẩu (xem Bảng 6.7)

Cơ cấu nhập khẩu có sự biến động giữa hai nhóm hàng tư liệu sản xuất và vật phẩm tiêu dùng. Nhập khẩu hàng tiêu dùng có xu hướng giảm trong 10 năm qua. Trong nhóm hàng tư liệu sản xuất,

nhóm máy móc, thiết bị, động cơ và phụ tùng tăng nhanh trong mấy năm gần đây. Nguyên vật liệu vẫn chiếm tỷ lệ cao nhất trong tổng giá trị nhập khẩu, chiếm từ 60 đến 70% tổng kim ngạch nhập khẩu. Hiện trạng cơ cấu nhập khẩu của nước ta trong hơn mười năm qua thể hiện sự phụ thuộc nặng nề của nền kinh tế nước ta vào nguồn nguyên liệu và bán thành phẩm nhập khẩu từ nước ngoài. Sản xuất công nghiệp còn mang nặng tính chất của một nền sản xuất gia công lắp ráp từ những ngành phức tạp như điện tử, ô tô, xe máy, sắt thép, đến các ngành không quá phức tạp như dệt may, giày dép. Việc tập trung quá nhiều số tiền xuất khẩu còn ít ỏi đó cho việc nhập khẩu nguồn nguyên liệu, khiến cho đất nước không còn khả năng để nhập khẩu máy móc, thiết bị để trang bị lại cho nền sản xuất dựa trên công nghệ cũ kỹ, lạc hậu.

Bảng 6.7. Nhập khẩu phân theo nhóm hàng

Đơn vị: %

Nhóm hàng	Năm	1986	1990	1995	2000
I. Tư liệu sản xuất		86,6	85,1	83,5	93,8
1.1. Thiết bị toàn bộ, máy móc, dụng cụ		34,8	27,3	25,7	30,6
1.2. Nguyên vật liệu		51,9	57,8	57,8	63,2
II. Vật phẩm tiêu dùng		13,4	14,9	16,5	6,2
2.1. Lương thực		3,4	1,7	1,4	0,0
2.2. Thực phẩm		1,6	2,5	3,5	1,9
2.3. Hàng y tế		1,5	1,5	0,9	2,2
2.4. Hàng tiêu dùng khác		6,8	9,2	10,8	2,1
Tổng số		100	100	100	100

Nguồn: Niên giám thống kê, NXB Thống kê, Hà Nội, 2000

d) Về cơ cấu hàng xuất khẩu: (Xem Bảng 6.8)

Cơ cấu xuất khẩu trong hơn 15 năm qua có sự thay đổi khá mạnh ở nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản. Sự thay đổi này là do Việt Nam tăng dần xuất khẩu dầu thô. Năm 1989, Việt Nam bắt đầu xuất dầu thô với số lượng là 1,5 triệu tấn; năm 2000 xuất khẩu mặt hàng này tăng lên 15,5 triệu tấn.

Nhóm nông, lâm thủy sản xuất khẩu có xu hướng giảm dần trong cơ cấu xuất khẩu. Năm 1986 nhóm các hàng nông sản, lâm, thủy sản chiếm hơn 63% trong tổng giá trị xuất khẩu; năm 1990, 1995 và 1998 giảm xuống còn 48, 46 và 35,6%.

Xuất khẩu hàng công nghiệp có xu hướng tăng đều trong mười năm gần đây

Bảng 6.8. Xuất khẩu phân theo nhóm hàng

Đơn vị: %

Nhóm hàng	Năm	1986	1990	1995	2000
1. Hàng CN nặng và khoáng sản		8,0	25,7	25,3	37,2
2. Hàng CN nhẹ và TTCN		28,8	26,4	28,4	33,8
3. Hàng nông sản và NSCB		40,4	32,6	32,0	18,8*
4. Hàng lâm sản		9,1	5,3	2,8	10,2
5. Hàng thủy sản		13,4	9,9	11,4	0
6. Hàng khác		0,3	0,1	0	0
Tổng số		100	100	100	100

*Nguồn: Niên giám thống kê, NXB Thống kê, Hà Nội, 2000,
tr.275 (* 18,8% bao gồm cả lâm sản)*

Nhìn chung cơ cấu xuất khẩu của nước ta hiện nay còn rất lạc hậu. Sau 15 năm đổi mới, tỷ trọng hàng thô, hàng sơ chế xuất khẩu vẫn chiếm trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu. Điều này có nghĩa là phần lớn nguồn tài nguyên chúng ta khai thác được hoặc là đem xuất khẩu ngay, hoặc chỉ qua sơ chế rồi xuất khẩu. Tình trạng này không những làm cho hiệu quả xuất khẩu thấp, mà còn không tận dụng được lực lượng lao động dồi dào trong nước vẫn đang thiếu việc làm gay gắt.

e) Về thị trường xuất, nhập khẩu

Thị trường buôn bán của Việt Nam trong hơn 15 năm qua đã có sự thay đổi rất cơ bản (xem Bảng 6.9). Các nước thuộc châu Á tăng dần trong xuất khẩu, nhập khẩu của Việt Nam. Trong khi châu Âu, đặc biệt là Đông Âu và các nước thuộc Liên Xô (cũ) giảm mạnh vào những năm 80 và nửa đầu 1990, thì châu Mỹ, châu Đại Dương có xu hướng tăng lên.

Bảng số 6.9. Thị trường xuất khẩu, nhập khẩu

Đơn vị: %

	1986		1990		1995		2000	
	XK	NK	XK	NK	XK	NK	XK	NK
Tổng số	100	100	100	100	100	100	100	100
1. Châu Á	22,5	10,6	43,3	37,1	72,5	77,4	60,0	82,4
2. Châu Âu	56,6	79,0	50,5	58,2	18,0	13,3	23,3	11,9
3. Châu Mỹ	1,8	0,3	0,7	0,4	4,3	2,1	6,7	3,0
4. Châu Phi	-	-	0,2	0,1	-	-	1,0	0,3
5. Châu Úc, Châu Đại Dương	0,50	0,5	0,3	0,3	1,0	1,3	9,0	2,3

6. Các tổ chức LHQ	0,10	1,4	-	0,8	-	-	-	-
7. Các tổ chức quốc tế khác		0,5	-	-	-	-	-	-
8. Trị giá không phân tổ chức	18,5	7,6	4,9	3,1	3,4	5,2	-	-

Nguồn: Niên giám thống kê 1999, NXB Thống kê, Hà Nội, 2000

Sự thay đổi thị trường xuất khẩu và nhập khẩu trong những năm qua là do sự đổi mới trong đường lối phát triển kinh tế và chính sách kinh tế đối ngoại của Đảng và Nhà nước ta.

Quản lý nhà nước hoạt động ngoại thương có sự thay đổi sau năm 1986:

- Chuyển các hoạt động ngoại thương từ cơ chế tập trung, bao cấp sang hạch toán kinh doanh. Xoá bỏ tỷ giá kết toán nội bộ. Xoá bỏ bao cấp và bù lỗ cho kinh doanh xuất nhập khẩu.

- Mở rộng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu trực tiếp cho các cơ sở sản xuất thuộc các thành phần kinh tế. Sự độc quyền kinh doanh xuất nhập khẩu như trước đây không còn.

Sự tăng cường quản lý thống nhất của Nhà nước đối với mọi hoạt động ngoại thương bằng luật pháp và chính sách. Hình thành hệ thống biện pháp, chính sách khuyến khích xuất khẩu. Quản lý nhập khẩu chủ yếu thông qua chính sách thuế; giảm thiểu các biện pháp quản lý phi thuế quan như hạn ngạch, giấy phép xuất, nhập khẩu, v.v...

Những thay đổi trong quản lý và chính sách ngoại thương những năm qua đã góp phần tích cực vào sự phát triển buôn bán của nước ta với nước ngoài, đặc biệt là với khu vực thị trường các nước phát triển.

3. Ngoại thương Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005

Giai đoạn 2001 - 2005 là giai đoạn 5 năm đầu thực hiện Chiến lược phát triển xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010. Có thể nói, đây là giai đoạn chứng kiến nhiều biến động lớn về kinh tế, chính trị, xã hội trên quy mô toàn thế giới và để đạt được tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 17,4%/năm (tức là cao hơn so với mục tiêu đặt ra trong Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2001 - 2005 là 1,3%) thì Chính phủ, các Bộ, ngành và doanh nghiệp đã thể hiện được những nỗ lực và quyết tâm rất lớn.

Trong 02 năm đầu của giai đoạn 2001 - 2005, thị trường thế giới đã có nhiều diễn biến không thuận. Kinh tế Hoa Kỳ và Nhật Bản có dấu hiệu tăng trưởng chậm lại, ảnh hưởng tới sức mua đối với một số sản phẩm công nghiệp như linh kiện máy tính, dệt may, giày dép, hàng điện tử. Sự kiện 11/09 đã làm trầm trọng thêm những khó khăn vốn có của nền kinh tế - thương mại thế giới, tác động tiêu cực đối với hoạt động xuất khẩu của nhiều nước trong khu vực, bao gồm cả Việt Nam. Thêm vào đó, việc Trung Quốc gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đã khiến cho hoạt động cạnh tranh trên thị trường thế giới trở nên ngày càng khốc liệt, đặc biệt đối với những nước có cơ cấu hàng xuất khẩu tương tự như Trung Quốc. Kết quả là, mặc dù chúng ta đã áp dụng khá nhiều giải pháp khuyến khích xuất khẩu nhưng kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 15 tỷ USD vào năm 2001 (tăng 4% so với năm 2002) và 16,7 tỷ USD vào năm 2002 (tăng 11% so với năm 2001).

Bước sang năm 2003, tình hình kinh tế thế giới cũng không sáng sủa hơn do tác động của cuộc chiến tại Iraq và đại dịch SARS. Trước bối cảnh đó, nhờ tranh thủ tình hình đầu thô lên giá cộng với việc tích cực đẩy mạnh thâm nhập thị trường Hoa Kỳ, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt mức 20,17 tỷ (tăng 20,7 % so với năm 2002).

Trong 02 năm cuối của giai đoạn 2001 - 2005, nền kinh tế thế giới bắt đầu hồi phục, dù vẫn mang trong mình nhiều yếu tố bất ổn. Nhờ tích cực xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu đi đôi với sự tăng trưởng đáng kể nguồn cung hàng xuất khẩu thông qua khắc phục thành công những khó khăn trong nước như sự tăng giá nguyên liệu đầu vào, hiện tượng thiếu điện trong sản xuất do hạn hán, nạn dịch cúm gia cầm tái phát... kim ngạch xuất khẩu đạt 26,5 tỷ USD trong năm 2004 (tăng 31,4% so với năm 2003) và lên tới 32,4 tỷ USD trong năm 2005.

Như vậy, trong bối cảnh còn bị tác động bởi nhiều yếu tố không thật thuận lợi cả trong và ngoài nước, hoạt động xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2005 của Việt Nam vẫn đạt được những thành công đáng kể và là nhân tố quan trọng góp phần đưa mức GDP cả nước lên 7,5%, thực hiện thành công Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2001 - 2005. Để có cái nhìn rõ nét hơn về tình hình xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005, chúng ta cùng điểm qua những kết quả xuất khẩu đã đạt được.

Bảng số 6.10. Trị giá xuất nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2005

Đơn vị: Triệu USD

Năm (%)	Tổng kim ngạch XNK	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân thương mại	
				Trị giá	Tỷ lệ $\frac{XK}{NK}$
2001	31.247,1	15.029,2	16.217,9	-1.188,7	92,7%
2002	36.451,7	16.706,1	19.745,6	-3.039,5	84,6%
2003	45.405,1	20.149,3	25.255,8	-5.106,5	79,8%
2004	58.458,1	26.504,2	31.953,9	-5.449,7	82,9%
2005	69.114,0	32.233,0	36.881,0	- 4.648	87,4%
Cộng '01-'05	240.676	110.621,8	130.054,2	-19.432,4	85,1%

Nguồn: Niên giám thống kê 1995- 1999. NXB Thống kê;
Hà Nội, 2000; Báo cáo thường niên - Bộ Thương mại

3.1. Kết quả thực hiện các mục tiêu, chỉ tiêu phát triển xuất khẩu

Trong giai đoạn 2001 - 2005, hoạt động xuất khẩu đạt được một số kết quả thể hiện trên những mặt chủ yếu như sau.

Quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu:

- Trong lĩnh vực xuất khẩu hàng hóa:

Giai đoạn 2001 - 2005, quy mô và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa đều đạt và vượt các chỉ tiêu đặt ra cho giai đoạn 5 năm đầu của Chiến lược xuất khẩu 2001 - 2010. Trong đó, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trung bình cả giai đoạn đạt 17,5%/năm vượt 1,5% so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 16%/năm. Kim ngạch xuất khẩu năm 2005 đạt trên 32,4 tỷ USD, vượt hơn 4 tỷ USD so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 28,4 tỷ USD. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trong giá trị tổng sản phẩm quốc nội (GDP) tăng từ 44,7% năm 2000 lên 61,3% năm 2005 so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 66,3%.

Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng xuất khẩu diễn ra không đều trong giai đoạn 2001 - 2005. Trong 2 năm đầu (2001 - 2002), tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình chỉ đạt mức 7,4%/năm, thấp hơn nhiều so với chỉ tiêu trung bình đặt ra là 16%/năm. Trong 3 năm cuối, (2003 - 2005), hoạt động xuất khẩu đã có sự bứt phá mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng đạt mức bình quân 24,7%/năm.

Bảng 6.11. Quy mô xuất khẩu hàng hóa giai đoạn 2001 - 2005*Đơn vị: triệu USD, %*

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001 - 2005	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng số	15.029	3,8	16.706	11,2	20.149	20,6	26.503	31,5	32.442	22,2	110.829	17,5
Tỷ trọng: XK/ GDP	46,2		47,6		51		58,3		61,3			
Tăng bình quân	7,4				24,7						17,5	
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	3.649	5,8	3.989	9,3	4.452	11,6	5.437	22,1	6.852	26,0	24.379	14,0
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	-9,9	3.426	5,8	4.005	16,9	6.026	50,5	8.042	33,5	24.738	17,5
- Nhóm công nghiệp và TCMN	5.102	2,9	6.340	24,3	8.164	28,8	10.697	31,0	12.459	16,5	42.761	20,0
- Nhóm hàng khác	3.039	22,4	2.952	-2,9	3.528	19,5	4.344	23,1	5.089	17,2	19.037	15,8

- Trong lĩnh vực xuất khẩu dịch vụ:

Giai đoạn 2001 - 2005, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của khu vực dịch vụ đạt mức trung bình 15,7%/năm, cao hơn mức chỉ tiêu đề ra trong Chiến lược là 15%/năm. Kim ngạch xuất khẩu dịch vụ tăng từ khoảng 3,32 tỷ USD năm 2001 lên 5,65 tỷ USD năm 2005, vượt 1,65 tỷ USD so với chỉ tiêu đặt ra trong Chiến lược là 4 tỷ USD.

Bảng 6.12. Quy mô xuất khẩu dịch vụ giai đoạn 2001 - 2005

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng
Tổng số	3.32	12,5	3.74	12,8	4.23	13,0	4.89	15,6	5.65	10,5	21.8	15,7
Tỷ trọng XK/GDP	9,5		10,0		10,5		11,3		12,0		10,8	

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu:

Nhìn chung, sự chuyển dịch trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005 chậm và không ổn định qua các năm. Trong đó, tỷ trọng của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giảm dần từ 24,3% năm 2001 xuống còn 21,1% năm 2005; nhóm hàng nhiên liệu khoáng sản giảm dần trong 3 năm đầu thực hiện Chiến lược từ 24,3% năm 2001 xuống còn 22,1% năm 2003 nhưng đã tăng trở lại trong năm 2004 - 2005 và chiếm tỷ trọng 24,7% năm 2005; nhóm hàng công nghiệp và thủ công mỹ nghệ có xu hướng tăng nhẹ nhưng không đều và chiếm tỷ trọng 38,4% trong cơ cấu hàng xuất khẩu năm 2005.

Bảng 6.13. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2005

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hóa	15.029	100	16.706	100	20.149	100	26.503	100	32.442	100	110.829	100
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	3.649	24,3	3.989	23,9	4.452	22,1	5.437	20,5	6.851	21,1	24.379	22
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	21,6	3.426	20,5	4.005	19,9	6.026	22,7	8.042	24,7	24.738	22,3
- Nhóm công nghiệp và TCMN	5.102	33,9	6.340	40,0	8.164	40,5	10.697	40,4	12.459	38,4	42.761	38,6
- Nhóm hàng khác	3.039	20,2	2.952	15,6	3.528	17,5	4.344	16,4	5.089	15,6	19.037	17,2

- Xem xét một cách chi tiết hơn sự chuyển dịch của cơ cấu hàng hóa xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2010, có thể thấy sự chuyển dịch trong từng nhóm hàng xuất khẩu như sau:

Cơ cấu thị trường xuất khẩu:

Giai đoạn 2001 - 2005, khu vực thị trường châu Á đã giảm dần tỷ trọng từ 57,3% năm 2001 xuống còn 50,5% năm 2005 song vẫn chiếm ưu thế trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Tỷ trọng xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Âu có xu hướng giảm nhẹ

nhưng giá trị tuyệt đối năm sau vẫn tăng so với năm trước (giai đoạn 2001 - 2005 tăng bình quân 13,5%/năm) và đóng góp trên 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong khi đó, xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng khá đột biến, chiếm tỷ trọng từ 8,9% năm 2001 lên 21,3% vào năm 2005; xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ tăng mạnh từ 7,1% năm 2001 lên 20,2% năm 2005. Khu vực thị trường châu Phi có tỷ trọng tăng từ 1,2% năm 2001 lên 2,1% năm 2005 và tăng được kim ngạch xuất khẩu gấp gần 4 lần trong giai đoạn này từ 176 triệu USD năm 2001 lên 681 triệu USD năm 2005. Tỷ trọng của khu vực thị trường châu Đại Dương tăng chậm và khá ổn định từ 7,1% năm 2001 lên 8,0% năm 2005.

Bảng 6.14. Cơ cấu thị trường xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2005

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hóa	15.029	100	16.706	100	20.149	100	26.503	100	32.442	100	110.829	100
Châu Á	8.610	57,3	8.684	52,0	9.756	48,4	12.634	47,7	16.383	50,5	56.067	50,6
ASEAN	2.556	17,0	2.437	14,6	2.958	14,7	3.885	14,7	5.450	16,8	17.286	15,6
Trung Quốc	1.418	9,4	1.495	8,9	1.748	8,7	2.735	10,3	3.082	9,5	10.478	9,4
Nhật Bản	2.510	16,7	2.438	14,6	2.909	14,4	3.502	13,2	4.639	14,3	15.998	14,4
Châu Âu	3.515	23,4	3.640	21,8	4.326	21,5	5.412	20,4	5.872	18,1	22.765	20,5
EU-25	3.152	21,0	3.311	19,8	4.017	19,9	4.971	18,8	5.450	16,8	20.901	18,9
Châu Mỹ	1.342	8,9	2.774	16,6	4.327	21,5	5.642	21,3	6.910	21,3	20.995	18,9
Hoa Kỳ	1.065	7,1	2.421	14,5	3.939	19,5	4.992	18,8	6.553	20,2	18.970	17,1
Châu Phi	176	1,2	131	0,8	211	1,0	427	1,6	681	2,1	1.626	1,5
Châu Đại Dương	1.072	7,1	1.370	8,2	1.455	7,2	1.879	7,1	2.595	8,0	8.371	7,6

Chủ thể tham gia xuất khẩu:

Trong giai đoạn 2001 - 2005 xuất khẩu của khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tăng nhanh chóng và có đóng góp ngày càng lớn vào kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước. Năm 2001, khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt kim ngạch xuất khẩu gần 6,8 tỷ USD, chiếm khoảng 45% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, đến năm 2005 mức đóng góp này đã tăng lên 57,5% và đạt kim ngạch trên 18,5 tỷ USD, tăng hơn 2,7 lần (kể cả dầu thô).

Cùng với xu hướng tăng lên của khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khu vực doanh nghiệp trong nước giảm dần qua các năm, từ 54,8% năm 2001 xuống còn 42,5% năm 2005.

Bảng 6.15. Cơ cấu chủ thể xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2005

Đơn vị: triệu USD, %

Nội dung	Năm 2001		Năm 2002		Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Giai đoạn 2001-2005	
	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng	KN	Tỷ trọng
Tổng XK hàng hóa	15.029	100	16.706	100	20.149	100	26.503	100	32.442	100	110.829	100
Doanh nghiệp 100% vốn trong nước	8.230	54,8	8.834	52,9	9.988	49,6	12.017	45,3	13.788	42,5	52.857	47,7
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	6.799	45,2	7.872	47,1	10.161	50,4	14.486	54,7	18.654	57,5	57.972	52,3

Mặc dù tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khu vực doanh nghiệp vốn Việt Nam nói chung giảm nhưng số lượng và vai trò của các doanh nghiệp Việt Nam ngoài quốc doanh tham gia xuất khẩu không ngừng tăng lên. Đến hết năm 2005 có khoảng 35.700 doanh nghiệp ngoài quốc doanh có vốn trong nước đang tham gia xuất khẩu hàng hóa sang nước ngoài, tăng gấp 1.000 lần so với năm 1986.

3.2. Kết quả thực hiện các mục tiêu, chỉ tiêu phát triển nhập khẩu

3.2.1. Qui mô và tốc độ tăng trưởng nhập khẩu:

- Nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2001 - 2005 đạt khoảng 130 tỷ USD, tốc độ tăng bình quân 17,55%/năm, vượt 2,55% so với mục tiêu kế hoạch đặt ra trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2001 - 2010. Nhập khẩu dịch vụ năm 2005 đạt 5.000 triệu USD.

Nhập khẩu đã phục vụ tốt cho nhu cầu sản xuất, xuất khẩu và tiêu dùng trong nước. Đặc biệt, mặc dù cung - cầu và giá cả của một số mặt hàng chiến lược có biến động mạnh trên thị trường thế giới nhưng nhập khẩu vẫn đảm bảo phục vụ tốt nhu cầu trong nước và không để xảy ra các cơn sốt giá trên thị trường trong nước (có lúc xăng dầu cực kỳ khan hiếm nguồn cung trên thị trường thế giới, tương tự giá phân bón cũng đã có lúc tăng mạnh trên thị trường thế giới).

- Tỷ lệ giữa giá trị nhập siêu so với kim ngạch xuất khẩu sau khi đạt mức cao nhất trong năm 2003 đã giảm dần, năm 2005 là 15,6% (thời kỳ 2001 - 2005 tỷ lệ này khoảng 17,9%). Nhập siêu cả thời kỳ 2001 - 2005 đạt 19,4 tỷ USD, bằng 17,6% kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài nhập siêu khoảng 10,9 tỷ USD (trong khi xuất khẩu khoảng 34,130 tỷ USD), chiếm 45,2% tổng giá trị nhập siêu cả nước trong giai đoạn; khu vực 100% vốn trong nước nhập siêu 8,990 USD/76,057 tỷ USD xuất khẩu (chiếm 54% tổng nhập siêu).

3.2.2. Cơ cấu nhập khẩu:

Về cơ cấu nhập khẩu, nhóm hàng máy móc - thiết bị - phụ tùng chiếm khoảng 36%, nhóm nguyên - nhiên - vật liệu chiếm khoảng 61%, hàng tiêu dùng chiếm khoảng 2,3%.

Bảng 6.16. Cơ cấu nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2005

	1995	1999	2000	2001	2002	2003	2005
Tư liệu sản xuất	84,8	91,6	93,8	92,1	94,9	94,8	97,3
<i>Trong đó:</i>							
- Máy móc, thiết bị	25,7	29,9	30,6	30,5	32,0	35,0	
- Nguyên, nhiên vật liệu	59,1	61,7	63,2	61,6	62,9	59,8	
Hàng tiêu dùng	15,2	8,4	6,2	7,9	5,9	5,2	2,7

Nguồn: Niên giám Thống kê các năm

Đối với cơ cấu mặt hàng nhập khẩu, nhờ xuất khẩu tăng mà nhập khẩu nhiều mặt hàng tư liệu sản xuất tăng cao, nhất là những mặt hàng phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu. Tỷ trọng nhập khẩu tư liệu sản xuất đã tăng từ 92,1% năm 2001 lên 94,8% năm 2003, năm 2004. Năm 2005 nhóm tư liệu sản xuất đã tăng lên chiếm 97,3%. Tỷ trọng hàng tiêu dùng tương ứng giảm từ 7,9% năm 2001 xuống còn 5,2% năm 2003 và 2,7% năm 2005. Xu hướng chuyển dịch cơ cấu này là hoàn toàn phù hợp với mục tiêu hạn chế nhập khẩu hàng tiêu dùng ở mức 4% trong chiến lược của chúng ta. Tuy nhiên, nếu nhìn vào tỷ trọng nguyên nhiên vật liệu vẫn chiếm tới xấp xỉ 60% kim ngạch nhập khẩu và hầu như chưa có sự chuyển biến rõ nét nào trong những năm qua. Việc này thể hiện sự phụ thuộc của nền kinh tế nước ta vào nguồn nguyên liệu và bán thành phẩm của nước ngoài, mang dáng dấp của nền kinh tế chuyên gia công từ những sản phẩm phức tạp như ô tô, xe máy, đến những sản phẩm đơn giản như giày dép, dệt may. Việc này có thể dẫn đến: (1) Hạn chế nguồn ngoại tệ dùng để nhập khẩu máy móc thiết bị nhằm hiện đại hóa máy móc hay mở rộng năng lực sản xuất. Thể hiện tình trạng nền kinh tế chúng ta vẫn còn sử dụng máy móc thiết bị rất lạc hậu, khoảng 2-3 thế hệ nhưng tỷ trọng nhập khẩu máy móc thiết bị mới chỉ ở mức 35%; (2) Sự gia tăng rất nhanh của

kim ngạch xuất khẩu, cao hơn nhiều so với tốc độ tăng GDP, trong khi nền kinh tế vẫn thiếu các khâu công nghiệp hỗ trợ, công nghiệp chế biến trung gian. Xuất khẩu tăng nhanh nhưng vẫn còn chứa đựng nhiều yếu tố bất ổn, hiệu quả xuất khẩu thấp do giá trị gia tăng trong hoạt động xuất khẩu nhỏ.

- Thị trường nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2005 tập trung vào khu vực châu Á là do cước phí vận tải tăng mạnh, việc nhập khẩu nguyên, nhiên liệu có xu hướng tập trung ở các nước trong khu vực để tiết kiệm chi phí vận chuyển.

Bảng 6.17 : Cơ cấu thị trường nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2005

	2000	2001	2002	2003	2004
Tổng kim ngạch	15.636,5	16.217,9	19.745,6	25.255,8	31.953,9
Châu Á					
ASEAN	4.449,0	4.172,3	4.769,2	5.949,3	7.762,2
Tỷ trọng	25,5%	25,7%	24,2%	23,6%	24,3%
Nhật Bản	2.300,9	2.183,1	2.504,7	2.982,1	3.552,6
Tỷ trọng	14,7%	13,5%	12,7%	11,8% ⁵	11,1%
Trung Quốc	1.401,1	1.606,2	2.158,8	3.138,6	4.456,5
Tỷ trọng	9,0%	9,9%	10,9%	12,4%	13,9%
Hàn Quốc	1.753,6	1.886,8	2.279,6	2.625,4	3.328,4
	11,2%	11,6%	11,5%	10,4%	10,4%
Châu Âu					
EU	1.317,4	1.506,3	1.840,4	2.477,7	2.581,5
Tỷ trọng	8,4%	9,3%	9,3%	9,8%	8,1%
Nga	240,5	376,4	500,6	491,8	671,2
Tỷ trọng	1,5%	2,3% ⁵	2,5%	1,9%	2,1% ⁵
Châu Mỹ					
Mỹ	363,4	410,8	458,3	1143,3	1127,4
Tỷ trọng	2,3%	2,5%	2,3%	4,5%	3,5%
Châu Úc					
Australia	293,5	266,4	286,3	278,0	458,1
Tỷ trọng	1,9%	1,6%	1,4%	1,1%	1,4%

Nguồn : Niên giám thống kê

Phải nói rằng nhập siêu là một hiện tượng khá phổ biến đối với các nền kinh tế đang trong giai đoạn công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tuy nhiên, mức độ nhập siêu ở các nước trong từng thời kỳ có khác nhau, phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như đặc điểm riêng của nền kinh tế đó (nguồn tài nguyên sẵn có, nhu cầu nhập khẩu đầu vào cho nền kinh tế, khả năng xuất khẩu...), chính sách quản lý nhập khẩu được áp dụng.

3.3. Nhận định chung về các kết quả đạt được

Trên cơ sở những kết quả đạt được trong hoạt động xuất nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2005, có thể rút ra một số nhận định cơ bản như sau:

3.3.1. Những thành tựu chủ yếu:

(1) Qui mô và tốc độ tăng trưởng của xuất khẩu đã được mở rộng và tăng trưởng ở mức độ khá cao. Hầu hết những chỉ tiêu được đặt ra về tăng trưởng xuất khẩu cho 5 năm đầu của Chiến lược năm 2001 - 2005 đều đã được thực hiện đạt và vượt, đặc biệt có một số chỉ tiêu đã vượt ở mức cao.

(2) Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu đã có những chuyển dịch tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo, nhóm hàng có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần xuất khẩu hàng thô. Nhiều mặt hàng xuất đã mở rộng được qui mô sản xuất, nâng cao giá trị xuất khẩu như dệt may, giày dép, thủy sản, gạo...; nhiều mặt hàng mới có tốc độ tăng trưởng cao đang và sẽ là những hạt nhân quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong những năm tới đây như sản phẩm gỗ, điện tử và linh kiện máy tính, dây điện và cáp điện, sản phẩm nhựa...

(3) Công tác hoạt động xúc tiến thương mại và phát triển thị trường xuất khẩu đạt được nhiều thành tựu quan trọng, vừa mở ra những thị trường mới, vừa thâm nhập và khai thác tốt hơn những thị trường đang có. Giai đoạn 2001 - 2005, Việt Nam đã mở rộng thêm được hơn 20 thị trường mới, đặc biệt phải kể đến các thị trường như Hoa Kỳ, thị trường châu Phi và một số thị trường ở khu vực Đông Âu. Ký kết thêm hơn 10 hiệp định song phương về thương mại, hợp tác kinh tế - thương mại và kỹ thuật, đưa tổng số hiệp định song phương Việt Nam ký kết lên gần 90 hiệp định.

(4) Các chủ thể tham gia xuất nhập khẩu không ngừng được mở rộng, đa dạng hóa và hoạt động ngày càng hiệu quả, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân và khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

(5) Công tác huy động các nguồn vốn đầu tư, đặc biệt là thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam, đã tạo ra nguồn lực vật chất đáng kể cho hoạt động xuất khẩu, góp phần quan trọng làm gia tăng qui mô sản xuất và xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

(6) Môi trường pháp lý và cơ chế chính sách liên quan đến môi trường kinh doanh xuất nhập khẩu tiếp tục được hoàn thiện, tạo hành lang pháp lý quan trọng cho hoạt động sản xuất và xuất khẩu phát triển, khuyến khích sự tham gia ngày càng rộng rãi của nhiều doanh nghiệp vào hoạt động xuất khẩu. Công tác cải cách thủ tục hành chính có nhiều chuyển biến tích cực, giúp cho các doanh nghiệp giảm nhẹ gánh nặng về thời gian, chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

(7) Chất lượng nguồn nhân lực phục vụ công tác xuất nhập khẩu, bao gồm cả chất lượng quản lý, điều hành của các cơ quan quản lý nhà nước và chất lượng lao động trong các doanh nghiệp được cải thiện, góp phần nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động của cả bộ máy phục vụ hoạt động sản xuất và xuất nhập khẩu.

3.3.2. Những hạn chế cơ bản:

(1) Qui mô xuất khẩu vẫn còn nhỏ bé, kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Năm 2004, kim ngạch xuất khẩu của nước chỉ gần bằng 1/4 kim ngạch xuất khẩu của Malaysia, 1/3 của Thái Lan và 2/3 của Philippin; Kim ngạch xuất khẩu bình quân đầu người còn thấp hơn, chỉ bằng 1/4 của Thái Lan và 2/3 của Philippin.

(2) Nhập khẩu đã đáp ứng được cơ bản nhu cầu của nền kinh tế, nhưng thị trường vẫn tập trung chủ yếu từ châu Á. Nhập siêu vẫn cao liên tục 2 năm gần đây đều trên 4 tỷ USD, cả giai đoạn 2001 - 2005 là trên 19 tỷ USD.

(3) Xuất khẩu tăng trưởng nhanh nhưng chưa vững chắc và rất dễ bị tổn thương bởi các cú sốc từ bên ngoài như sự biến động giá cả trên thị trường thế giới hay sự xuất hiện của các rào cản thương mại mới của nước ngoài.

(4) Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chưa hợp lý, thể hiện trên cả ba phương diện: (i) Chứng loại hàng hóa xuất khẩu còn đơn điệu, chậm xuất hiện những mặt hàng xuất khẩu mới có đóng góp kim ngạch đáng kể; (ii) Các mặt hàng xuất khẩu có giá trị gia tăng còn thấp. Xuất khẩu chủ yếu vẫn phụ thuộc vào các mặt hàng như khoáng sản (dầu thô,

than đá), nông, lâm, thủy, hải sản, trong khi các mặt hàng công nghiệp như dệt may, gia giày, điện tử và linh kiện máy tính... chủ yếu vẫn mang tính chất gia công; (iii) Quá trình chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu theo hướng công nghiệp hóa diễn ra chậm và chưa có giải pháp cơ bản, triệt để. Về thực chất, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua chủ yếu chuyển dịch theo chiều rộng mà chưa đi vào chiều sâu, xuất khẩu chủ yếu dựa vào khai thác lợi thế so sánh sẵn có mà chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh thông qua việc xây dựng các ngành công nghiệp có mối liên kết chặt chẽ với nhau để hình thành chuỗi giá trị gia tăng xuất khẩu lớn.

(5) Khả năng chủ động nắm bắt những cơ hội thuận lợi để thâm nhập và khai thác các thị trường xuất nhập khẩu còn nhiều hạn chế. Chưa tận dụng triệt để lợi ích từ các hiệp định thương mại song phương, đa phương và khu vực đã ký kết giữa Việt Nam và các đối tác để khai thác hết tiềm năng của các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc...

(6) Năng lực cạnh tranh còn yếu kém ở cả 3 cấp độ (nền kinh tế, doanh nghiệp và mặt hàng xuất khẩu). Trong đó, những hạn chế từ phía doanh nghiệp chuyển biến chậm: đại bộ phận có quy mô nhỏ, yếu về năng lực, kém về kiến thức và kinh nghiệm kinh doanh thương mại quốc tế, phần nhiều doanh nghiệp không có chiến lược kinh doanh, xuất khẩu dài hạn, mức độ thụ động cao.

(7) Công tác của mạng lưới đại diện, đặc biệt về thương mại, ở nước ngoài còn nhiều yếu kém, chưa thực sự hỗ trợ tốt cho hoạt động xuất khẩu, các chương trình xúc tiến thương mại nhỏ lẻ, rời rạc hiệu quả chưa cao.

(8) Các cơ chế chính sách điều chỉnh hoạt động của một số lĩnh vực hoạt động, đặc biệt là trong một số ngành dịch vụ vẫn chưa cởi mở, chưa cho phép và huy động được nhiều thành phần kinh tế cùng

tham gia kinh doanh. Tình trạng độc quyền, sự bất bình đẳng trong việc tiếp cận các yếu tố đầu vào như vốn, tín dụng, đất đai, lao động vẫn còn khá nặng nề ở một số lĩnh vực. Công tác tài chính, tín dụng hỗ trợ xuất khẩu chưa được cải tiến; thủ tục hỗ trợ còn rườm rà, khó tiếp cận; các hình thức hỗ trợ chậm được đổi mới để phù hợp với những quy định chung của quốc tế.

(9) Công tác đào tạo cán bộ, phát triển nguồn nhân lực nói chung chưa đáp ứng được đòi hỏi cả về số lượng và chất lượng. Lao động được đào tạo cả ở trình độ cao (doanh nhân, nhà quản lý...) và trình độ phổ thông (công nhân kỹ thuật) đều thiếu và yếu.

Công tác xúc tiến và thông tin thương mại, dự báo thị trường nhìn chung chưa đáp ứng được đòi hỏi của công tác quản lý nhà nước cũng như hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu. Công tác phổ biến, hướng dẫn các doanh nghiệp, các địa phương chuẩn bị thực hiện các cam kết quốc tế về mở cửa thị trường còn nhiều hạn chế. Khả năng khai thác những cơ hội thị trường sau khi ký kết các hiệp định thương mại nhìn chung còn thấp và thiếu tính chủ động.

3.3.3. Nguyên nhân

Những thành tựu và hạn chế nêu trên trong kết quả hoạt động xuất, nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005 xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau. Những nguyên nhân này rất đa dạng, song tựu chung lại, có thể chia làm hai nhóm chính: nhóm những nguyên nhân chủ quan và nhóm những nguyên nhân khách quan.

a) Nguyên nhân của những thành tựu:

** Những nguyên nhân chủ quan:*

Thứ nhất, những đổi mới trong cơ chế, chính sách quản lý xuất khẩu, mở cửa thị trường... cũng như những chính sách nhằm mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp trong nước đã góp phần quan

trọng tạo ra sự chuyển biến trong hoạt động đầu tư, sản xuất và xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005.

Thứ hai, chúng ta đã huy động và thu hút được một lượng lớn vốn đầu tư phục vụ sản xuất, đặc biệt là đầu tư trực tiếp nước ngoài, tạo ra nguồn lực quan trọng để mở rộng qui mô sản xuất trong nước, gia tăng khối lượng hàng hóa phục vụ cho xuất khẩu. Trong giai đoạn 2001 - 2005, tổng số vốn đầu tư được huy động và đưa vào nền kinh tế Việt Nam đạt khoảng 976 nghìn tỷ đồng, tăng gấp 1,8 lần so với giai đoạn 5 năm trước, trong đó vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đạt khoảng 162 nghìn tỷ đồng (chiếm tỷ lệ 16,6%).

Thứ ba, việc đẩy mạnh đàm phán, ký kết các hiệp định, thỏa thuận hợp tác thương mại giữa Việt Nam với Chính phủ các nước, các khu vực thị trường cũng đã góp phần quan trọng giúp mở rộng nhiều thị trường, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu thâm nhập và khai thác các thị trường thuận lợi và hiệu quả hơn, từ đó mở thêm cơ hội xuất khẩu và gia tăng qui mô xuất khẩu. Điển hình là việc ký kết Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ cuối năm 2001 đã tạo ra bước đột phá quan trọng trong việc nâng cao giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung và vào thị trường Hoa Kỳ nói riêng (xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ đã tăng từ khoảng 1 tỷ USD năm 2001 lên hơn 2,4 tỷ USD năm 2002 và liên tục tăng cao, đạt 6,5 tỷ USD vào năm 2005).

Thứ tư, hoạt động xúc tiến thương mại trên toàn quốc đã từng bước hình thành và giành được sự quan tâm của lãnh đạo các cấp, các ngành. Các hình thức xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp ngày càng đa dạng phong phú và chuyên nghiệp hơn, góp phần quan trọng trong việc giúp doanh nghiệp khai thác và mở rộng thị trường xuất khẩu...

* Những nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, sự phục hồi tăng trưởng của nền kinh tế thế giới trong giai đoạn 2003 - 2005 làm tăng nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của các khu vực và các quốc gia trên thế giới. Trong bối cảnh năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu của ta chưa cao, cơ cấu hàng xuất khẩu chưa đa dạng thì đây thực sự là một cơ hội tốt để đẩy mạnh xuất khẩu và điều này có thể thấy khá rõ thông qua sự biến thiên của tốc độ tăng trưởng xuất khẩu. Trong giai đoạn 2001 - 2002, khi tăng trưởng của nền kinh tế thế giới chững lại do ảnh hưởng của nhiều yếu tố như sự kiện 11/09, đại dịch viêm đường hô hấp cấp (SARS), chiến tranh I-rắc, Ápganixtan... tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam chỉ đạt khoảng 7,4%/năm. Bước sang giai đoạn 2003 - 2005 nền kinh tế thế giới đã bắt đầu tăng trưởng và phát triển sôi động trở lại, xuất khẩu của Việt Nam đã đạt mức tăng trưởng bình quân 24,7%/năm.

Thứ hai, giá cả nhiều loại hàng hóa trên thị trường thế giới tăng cao. Sự biến động về giá của các loại hàng hóa trên thị trường thế giới, đặc biệt là sự tăng lên trong giá xuất khẩu của một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam trong nhóm hàng nông sản và nhiên liệu, khoáng sản như gạo, hạt tiêu, cao su, dầu thô, than đá... đã góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu cho hàng hóa của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2005.

b) Nguyên nhân của những hạn chế:

* Những nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, đầu tư xã hội cho sản xuất hàng xuất khẩu nhìn chung vẫn còn thấp, ảnh hưởng đến khả năng gia tăng qui mô sản xuất và xuất khẩu. Bên cạnh đó, hiệu quả đầu tư chưa cao, đầu tư còn dàn trải, chưa có những dự án đầu tư quy mô lớn nhằm tập trung khai thác tiềm

năng xuất khẩu, khiến cơ cấu sản xuất và xuất khẩu chậm được đổi theo hướng tích cực.

Thứ hai, những lúng túng, bị động trong việc khai thác các thị trường xuất khẩu thời gian qua xuất phát từ sự thiếu chuẩn bị của cả phía các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp. Các cơ quan quản lý nhà nước chưa thực hiện tốt công tác phổ biến, hướng dẫn và chuẩn bị điều kiện để đón những cơ hội về thị trường xuất khẩu do các hiệp định, thoả thuận hợp tác thương mại đem lại, trong khi đó các doanh nghiệp lại mang nặng tư tưởng trông chờ vào những hướng dẫn, hỗ trợ của Nhà nước.

Thứ ba, năng lực dự báo, nhận biết các chính sách, thay đổi trên thị trường quốc tế của các cơ quan quản lý, hoạch định chính sách còn hạn chế, trong khi khả năng thích ứng với bối cảnh mới của thị trường thế giới (rào cản thương mại và phi thương mại ngày càng gia tăng, xu hướng hình thành các RTA và FTA trở nên phổ biến làm thay đổi chính sách và luồng thương mại...) của các doanh nghiệp xuất khẩu còn yếu dẫn đến xuất khẩu một số mặt hàng gặp khó khăn (xe đạp, thủy sản...).

Thứ tư, kết cấu hạ tầng quan trọng phục vụ hoạt động xuất khẩu như cảng biển, sân bay, đường giao thông, kho ngoại quan... còn thiếu, hoặc đã có nhưng năng lực hoạt động thấp, nhiều dịch vụ cơ bản hỗ trợ xuất khẩu như điện, nước, thông tin liên lạc, dịch vụ hậu cần... vẫn mang tính độc quyền cao, tính cạnh tranh kém hoặc khả năng cung cấp dịch vụ còn yếu đã đội chi phí giao dịch của doanh nghiệp, làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và hàng xuất khẩu.

*** Những nguyên nhân khách quan**

Thứ nhất, nếu như tăng trưởng kinh tế cao góp phần tích cực vào tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam thì các bất ổn về kinh tế,

chính trị, xã hội trên thị trường thế giới lại đem đến cho xuất khẩu Việt Nam những tác động ngược lại. Chẳng hạn như sự suy thoái kinh tế thế giới vào đầu thập niên 2000 cùng với sự kiện khủng bố 11/09 là một trong những nguyên nhân khiến cho tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2002 chỉ đạt con số khiêm tốn là 7,4%/năm.

Thứ hai, các mặt hàng nông, lâm, thủy sản chiếm một tỷ trọng tương đối lớn trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam song đây lại chính là những mặt hàng mà giá cả thế giới biến động thất thường. Trong khi đó giá nhiều mặt hàng nhập khẩu tăng khá cao như giá xăng, dầu...

Thứ ba, cùng với xu thế hội nhập, ngày càng xuất hiện nhiều rào cản thương mại mới tinh vi hơn (như chống bán phá giá, tiêu chuẩn xã hội, môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm...), gây khó khăn và tổn thất không nhỏ cho hoạt động xuất khẩu của ta.

Thứ tư, làn sóng mới các hiệp định thương mại tự do song phương, đa phương (FTA) giữa các nước đã đem đến nhiều bất lợi cho hàng xuất khẩu Việt Nam do bị phân biệt đối xử.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Nêu nội dung chủ yếu của chế độ “Nhà nước độc quyền ngoại thương” trong giai đoạn trước năm 1986?
2. Sự nghiệp đổi mới cơ bản về tổ chức quản lý kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu trong thời gian từ 1986 đến nay được thể hiện như thế nào? Ý nghĩa của sự đổi mới đó đối với việc phát triển ngoại thương của nước ta hiện nay?

3. Phân tích cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam trong những năm qua?
Phương hướng cải biến cơ cấu nhập khẩu?
4. Phân tích tình hình nhập khẩu của Việt Nam trong những năm đổi mới?
5. Phân tích tình hình xuất khẩu của Việt Nam những năm gần đây?
6. Trình bày thực trạng cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam hiện nay và phương hướng cải biến trong giai đoạn 2001 - 2010?
7. Trình bày thực trạng cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam hiện nay và phương hướng cải biến trong giai đoạn 2001 - 2010?

PHẦN III

CHIẾN LƯỢC VÀ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM

CHƯƠNG 7.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGOẠI THƯƠNG

I. CÁC MÔ HÌNH CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

1. Khái niệm

Khái niệm “chiến lược” được sử dụng đầu tiên trong lĩnh vực quân sự, sau đó sang lĩnh vực chính trị. Từ những năm 1950 - 1960, khái niệm chiến lược được sử dụng sang lĩnh vực kinh tế - xã hội. “Chiến lược” thường được hiểu là đường hướng và cách giải quyết nhiệm vụ đặt ra mang tính toàn cục, tổng thể và trong thời gian dài; đi cùng với khái niệm chiến lược là chiến thuật, được hiểu là hướng và cách giải quyết nhiệm vụ mang tính từng mặt, từng thời điểm, từng khu vực nhằm thực hiện chiến lược đặt ra.

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội chủ yếu là ở tầm quốc gia, được hiểu như là một bản luận cứ có cơ sở khoa học xác định mục tiêu và đường hướng phát triển cơ bản của đất nước trong khoảng thời gian 10 năm hoặc dài hơn, là căn cứ để hoạch định các chính sách và kế hoạch phát triển. Chiến lược xác định tầm nhìn của một quá trình phát triển mong muốn, thể hiện sự nhất quán về con đường và các giải pháp cơ bản để thực hiện. Chiến lược còn là cơ sở cho xây dựng quy hoạch và các kế hoạch phát triển trung hạn và ngắn hạn. Trong quy trình kế hoạch hóa, chiến lược được coi như một định hướng của kế hoạch dài hạn.

2. Các mô hình chiến lược¹⁴

Không có mô hình chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và theo đó là chiến lược phát triển ngoại thương áp dụng cho mọi quốc gia. Hơn nữa trong từng giai đoạn phát triển nhất định các quốc gia sẽ có một chiến lược phát triển phù hợp.

Tính đa dạng và sự khác nhau của mô hình chiến lược do nhiều yếu tố ảnh hưởng; trong đó chủ yếu là:

- Chế độ chính trị - xã hội và con đường phát triển được lựa chọn có ảnh hưởng quyết định đến nội dung của chiến lược.

- Hoàn cảnh lịch sử và trình độ phát triển ở từng giai đoạn của đất nước, gắn với các yêu cầu thực hiện các nhiệm vụ đặt ra trong giai đoạn đó.

Gắn với những điều kiện và bối cảnh nêu trên là những mục tiêu chính cần đạt tới của chiến lược.

Các mô hình chiến lược phát triển rất đa dạng:

- Căn cứ vào nguồn lực, có thể xây dựng mô hình chiến lược dựa vào nguồn lực bên trong (nội lực). Chiến lược dựa vào nguồn lực bên ngoài (ngoại lực); chiến lược kết hợp nội lực và ngoại lực.

- Căn cứ vào mô hình cơ cấu kinh tế, có thể xây dựng mô hình chiến lược như: Chiến lược lựa chọn các ngành then chốt; chiến lược phát triển ngành mang lại hiệu quả nhanh nhất, nhiều nhất; chiến lược thay thế nhập khẩu; chiến lược hướng về xuất khẩu; chiến lược phát triển tổng hợp và cân đối (phát triển toàn diện); chiến lược hỗn hợp...

Ngoài ra, căn cứ vào chức năng có thể phân chia thành ba nội dung chính của một chiến lược là chiến lược tăng trưởng, chiến lược quản lý và chiến lược con người.

¹⁴ Cơ sở khoa học của một số vấn đề trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn 2020 (NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội 2001, trang 17.

Hộp 7.1: Các mô hình chiến lược phát triển

Tổng kết kinh nghiệm của nhiều nước trong quá trình công nghiệp hóa, tổ chức phát triển công nghiệp của Liên hợp quốc (UNIDO) đã đưa ra các mô hình chiến lược sau:

2.1. Tăng trưởng nhanh

Một chiến lược dựa trên cơ sở tốc độ tăng trưởng nhanh sẽ tập trung vào việc phân bổ các nguồn đầu tư và nhân lực vào các ngành mà đặc biệt là các ngành công nghiệp, các hoạt động kinh tế và các dự án có mức hoàn vốn cao nhất. Muốn đạt được điều này cần phải hướng mạnh vào xuất khẩu là chủ yếu. Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, Singapore đã thực hiện mô hình chiến lược này.

** Chiến lược này đòi hỏi:*

- Hiệu quả cao, yêu cầu này đòi hỏi cần phải phân tích kỹ lưỡng về chi phí và lợi ích thương mại cho các ngành, các lĩnh vực; áp dụng các phương pháp quản lý mới nhất; nhanh chóng nâng cấp, thay đổi thiết bị một cách cơ bản; hoàn toàn hội nhập, cạnh tranh trong nước với ngoài nước.
- Phải thu hút được nhiều đầu tư trực tiếp và công nghệ nước ngoài, đặc biệt đối với các nước đang phát triển.
- Phải tạo ra một thị trường trong và ngoài nước một cách chủ động.
- Phải nhập khẩu khá nhiều, đặc biệt các linh kiện, thiết bị và các sản phẩm trung gian (cũng nhằm mục tiêu xuất khẩu).
- Phải nhận được bí quyết công nghệ của nước ngoài.
- Nhanh chóng tạo ra kết cấu hạ tầng hiện đại (bao gồm cả kết cấu hạ tầng kỹ thuật và kết cấu hạ tầng xã hội) để hỗ trợ.

** Chiến lược này có những hạn chế sau:*

- Để đạt được tăng trưởng nhanh phải giảm tối đa nhân lực trong các ngành sản xuất, đặc biệt sản xuất công nghiệp, chịu sự dư thừa một số lượng lớn lao động không có việc làm.

- Bố trí sản xuất, đặc biệt phát triển các xí nghiệp công nghiệp và các khu công nghiệp, chỉ có thể tập trung vào các vùng có kết cấu hạ tầng phát triển, sẽ làm tăng sự khác biệt và chênh lệch giữa các vùng.

- Tạo sự chênh lệch lớn về thu nhập giữa các bộ phận dân cư, chênh lệch giữa các ngành, các lĩnh vực.

2.2. Dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước

Chiến lược này dựa vào thế mạnh về tài nguyên thiên nhiên trong nước như: Khoáng sản, nông nghiệp, thủy hải sản, nghề rừng,... khai thác và chế biến các tài nguyên này cho cả thị trường trong và ngoài nước. Chiến lược này thường được áp dụng ở các nước có tài nguyên dầu mỏ lớn như vùng Trung Cận Đông. Đặc điểm chủ yếu của chiến lược này là:

- Đẩy mạnh thăm dò và khai thác mỏ, đặc biệt là các mỏ dầu lửa và khí thiên nhiên.
- Chú trọng sản xuất nông sản hàng hóa.
- Điều tra chi tiết về nghề cá và xây dựng hệ thống các cơ sở đánh bắt và nuôi cá.
- Điều tra chi tiết về nghề rừng, áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến về rừng và trồng rừng qui mô lớn và thích hợp.
- Ưu tiên đầu tư cho chế biến tài nguyên trong nước.
- Tăng cường hợp tác quốc tế để có thiết bị hiện đại, qui mô lớn,

các bí quyết sản xuất và các nguồn tài chính, cũng như thị trường thế giới cho các mặt hàng chế biến.

- Định hướng xuất khẩu cho các ngành công nghiệp dựa trên nguồn lực tài nguyên.
- Có yêu cầu cao về trình độ chuyên môn lành nghề đối với công nghiệp chế biến nguồn tài nguyên, đặc biệt là tài nguyên khoáng sản. Hình thành các dự án cơ bản lớn, đặc biệt trong công nghiệp khoáng sản (vốn đầu tư lớn, qui mô sản xuất lớn, thời gian dài).
- Phải tạo ra nguồn năng lượng điện rất lớn.
- Đặc biệt lưu ý đến mức cao nhất về bảo vệ môi trường sinh thái.

Chiến lược này có những hạn chế lớn:

- Không phải nước nào cũng có nguồn tài nguyên đủ lớn để phát triển dựa hẳn vào nguồn tài nguyên trong nước. Nước có nguồn tài nguyên rồi cũng sẽ cạn kiệt dần.
- Công nghiệp vừa và nhỏ và tạo việc làm tăng trưởng chậm. Phát triển nguồn nhân lực càng chậm.

2.3. Nhắm vào các nhu cầu cơ bản

Một chiến lược phát triển nhằm thoả mãn các nhu cầu cơ bản của một quốc gia, sẽ được thực hiện trên cơ sở hướng các nguồn lực vào sản xuất và cung ứng cho thị trường trong nước về những nhu cầu hàng lương thực, thực phẩm cơ bản, hàng may mặc thông thường, hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng, các sản phẩm công nghiệp nặng phục vụ cho nhu cầu trong nước như sắt, thép, xi măng, hóa chất, phân bón v.v...

Về cơ bản, đây là chiến lược thay thế nhập khẩu, các quốc gia như Ấn Độ, Malaysia, Indonesia, Myanma... đều áp dụng chiến lược

này vào những năm 50 và 60 của thế kỷ trước.

Những đặc điểm của mô hình chiến lược này là:

- Cần phải rất chú trọng đến công nghiệp dựa trên nền tảng nông nghiệp. Ưu tiên phân bổ các nguồn đầu tư cho những nhóm sản phẩm có liên hệ mật thiết với nông nghiệp.

- Quá trình đầu tư thường nhấn mạnh đến những hệ thống sản xuất và phân phối có hiệu quả đối với việc đáp ứng nhu cầu cơ bản trong nước.

- Các chính sách vĩ mô phải cho phép tạo ra nhu cầu cao trong quảng đại nhân dân. Trong đó, chính sách ngoại thương trước hết phải hướng vào việc hỗ trợ sản xuất trong nước, nhằm vào các nhu cầu trong nước.

- Công nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt công nghiệp nông thôn có vai trò quan trọng.

Chiến lược này có nhược điểm:

- Hiệu quả không cao, tình hình cạnh tranh kém.

- Phát triển mạnh công nghiệp thoả mãn nhu cầu nội địa (thay thế nhập khẩu) cũng phải nhập khẩu nguyên liệu, máy móc thiết bị.

- Chỉ dựa vào thị trường nội địa, nói chung là không đủ lớn để kích thích sản xuất mạnh mẽ trong nước.

2.4. Tập trung và tạo việc làm (toàn dụng lao động)

Một chiến lược tập trung vào tạo tối đa việc làm trong sản xuất thường không nhấn mạnh đến hiệu quả và hợp tác quốc tế, mà chủ yếu tập trung vào các quá trình sản xuất dùng nhiều lao động. Chiến lược này thường thấy áp dụng ở các nước đông dân như Ấn Độ, Indonesia, Trung Quốc... trước thập kỷ 70 của thế kỷ XX.

Đặc điểm của chiến lược này là:

- Các ngành công nghiệp qui mô nhỏ đóng vai trò chủ yếu.
- Hợp tác quốc tế ở mức độ thấp, trừ mục đích thành lập một số cơ sở sản xuất lớn liên doanh với các công ty nước ngoài.
- Các định hướng xuất khẩu có lựa chọn, với các qui trình sản xuất sử dụng nhiều lao động và các dây chuyền lắp ráp với các linh kiện và vật liệu nhập khẩu, như lắp ráp điện tử, may mặc.
- Các ngành sản xuất, đặc biệt là công nghiệp chủ yếu dùng công nghệ thấp hoặc công nghệ thích hợp, trừ các nhà máy lắp ráp hàng để xuất khẩu.
- Công nghiệp vừa và nhỏ ở nông thôn được phát triển.

Hạn chế cơ bản của chiến lược này là:

- Công nghệ thấp, sản xuất kém hiệu quả, chỉ cạnh tranh được ở những sản phẩm có hàm lượng lao động cao.
- Khả năng hợp tác quốc tế thấp.

Qua phân tích tính đa dạng mô hình chiến lược và tổng kết của UNIDO về những ưu điểm, những đòi hỏi và hạn chế cơ bản của các mô hình chiến lược ở trên ta thấy, rõ ràng là một quốc gia không thể theo đuổi một mô hình chiến lược riêng biệt nào, bởi vì từng loại hình chiến lược nêu trên chỉ đáp ứng từng mặt trong từng giai đoạn cụ thể mà không đáp ứng được mục tiêu phát triển tổng thể toàn diện.

Trong hoàn cảnh Việt Nam không thể chỉ tập trung đạt tăng trưởng nhanh mà lại tạo nên sự phân hóa xã hội và chênh lệch quá lớn về mức sống; không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước, hoặc toàn dụng lao động trong điều kiện nền kinh tế kém hiệu quả, không có khả năng hội nhập với thế giới và cuối cùng cũng không đáp ứng được nhu cầu

của bản thân nền kinh tế; nguồn tài nguyên của quốc gia trong bối cảnh sản xuất hiện đại không đủ lớn để chỉ dựa vào đó mà phát triển được.

Trong thực tiễn, một chiến lược phù hợp qui luật phát triển phải là chiến lược hỗn hợp, kết hợp các loại hình trên, trên cơ sở xem xét nhiều chính sách và mô hình phát triển khác nhau, nhằm đạt tới sự phát triển đáp ứng được ba yêu cầu: phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững.

II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ PHÁT TRIỂN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM THỜI KỲ 2001 - 2010 VÀ TẦM NHÌN 2020

1. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội năm 2001 - 2010

Đại hội Đảng lần thứ IX đã xác định đường lối kinh tế của Việt Nam là: “Đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xây dựng nền kinh tế độc lập tự chủ, đưa nước ta trở thành một nước công nghiệp, ưu tiên phát triển lực lượng sản xuất, đồng thời xây dựng quan hệ sản xuất phù hợp theo định hướng xã hội chủ nghĩa; phát huy cao độ nội lực, đồng thời tranh thủ nguồn lực bên ngoài và chủ động hội nhập quốc tế để phát triển nhanh có hiệu quả và bền vững; tăng trưởng kinh tế đi liền với phát triển văn hóa, từng bước cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, bảo vệ và cải thiện môi trường; kết hợp phát triển kinh tế - xã hội với tăng cường quốc phòng - an ninh”¹⁵

Căn cứ vào đường lối kinh tế trên, Đại hội Đảng lần thứ IX đã xác định chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2001 - 2010.

¹⁵ Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX Đảng Cộng sản Việt Nam, NXB Chính trị Quốc gia, năm 2001, trang 24.

Hộp 7.2. Mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2001 - 2010 và quan điểm phát triển¹⁶

1. Mục tiêu chiến lược

Mục tiêu tổng quát của chiến lược 10 năm 2001 - 2010 là:

Đưa nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển; nâng cao rõ rệt đời sống vật chất, văn hóa, tinh thần của nhân dân; tạo nền tảng để đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại. Nguồn lực con người, năng lực khoa học và công nghệ, kết cấu hạ tầng, tiềm lực kinh tế, quốc phòng an ninh được tăng cường; thể chế kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa được hình thành về cơ bản; vị thế của nước ta trên trường quốc tế được nâng cao.

Mục tiêu cụ thể của chiến lược thời kỳ này là:

“Đưa GDP năm 2010 lên ít nhất tăng gấp đôi năm 2000. Nâng cao rõ rệt hiệu quả và sức cạnh tranh của sản phẩm doanh nghiệp và nền kinh tế, đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng thiết yếu, một phần đáng kể nhu cầu sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu. Ổn định kinh tế vĩ mô; cán cân thanh toán quốc tế lành mạnh và tăng dự trữ ngoại tệ; bội chi ngân sách, lạm phát, nợ nước ngoài được kiểm soát trong giới hạn an toàn và tác động tích cực đến tăng trưởng. Tích lũy nội bộ nền kinh tế đạt trên 30% GDP. Nhịp độ tăng xuất khẩu gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP. Tỷ trọng trong GDP của nông nghiệp 16 - 17%, công nghiệp 40 - 41%, dịch vụ 42 - 43%. Tỷ lệ lao động nông nghiệp còn khoảng 50%”.

Và các mục tiêu thuộc các lĩnh vực khác như: Chỉ số phát

¹⁶ Xem chi tiết “Báo cáo của BCH TƯ Đảng khoá VIII tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng, trong văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX, NXB Chính trị Quốc gia, năm 2001, trang 158 - 168.

triển con người (HDI) của nước ta; khoa học, công nghệ, kết cấu hạ tầng; vai trò của các thành phần kinh tế cũng được chỉ rõ trong Văn kiện Đại hội Đảng IX.

2. Quan điểm phát triển

- Phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững, tăng trưởng kinh tế đi đôi với việc thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường.

- Coi phát triển kinh tế là nhiệm vụ trung tâm xây dựng đồng bộ nền tảng cho một nước công nghiệp là yêu cầu cấp thiết.

- Đẩy mạnh công cuộc đổi mới tạo động lực giải phóng và phát huy mọi nguồn lực.

- Gắn việc xây dựng nền kinh tế độc lập tự chủ với chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

- Kết hợp chặt chẽ phát triển kinh tế - xã hội với quốc phòng an ninh

Những điểm cốt lõi trong bản chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010 cho ta thấy, đây là chiến lược hỗn hợp (kết hợp) các mô hình chiến lược phát triển đã trình bày.

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2001 - 2010 có đặc điểm:

- Phát triển nhanh, nhưng gắn với ổn định xã hội, đảm bảo bảo vệ môi trường tự nhiên và sinh thái (tăng trưởng nhanh, hiệu quả và bền vững).

- Cùng với tăng trưởng nhanh xuất khẩu, đẩy mạnh sản xuất thoả mãn nhu cầu trong nước, không sản xuất sản phẩm tiêu dùng trong nước với bất cứ giá nào mà phải có sự lựa chọn trên cơ sở thế mạnh về nguồn nhân lực, tài nguyên trong nước, sản xuất với giá rẻ.

Trong điều kiện hội nhập, sản phẩm sản xuất thoả mãn nhu cầu trong nước hoặc thay thế nhập khẩu cũng đồng thời phải cạnh tranh với hàng nhập khẩu.

- Tận dụng triệt để nguồn lực trong nước, song đồng thời sử dụng tối đa nguồn lực bên ngoài về vốn và công nghệ.

2. Chiến lược phát triển ngoại thương

2.1. Các loại hình chiến lược ngoại thương

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế tùy thuộc vào việc lựa chọn chiến lược phát triển từng thời kỳ, các quốc gia đều áp dụng một chiến lược phát triển ngoại thương phù hợp với thời kỳ chiến lược đó.

Tổng kết thực tiễn phát triển ngoại thương của các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển sau chiến tranh thế giới lần thứ hai, người ta thấy có ba loại hình chiến lược phát triển ngoại thương:

Một là, chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô.

Hai là, chiến lược thay thế hàng nhập khẩu (chiến lược hướng nội).

Ba là, chiến lược hướng ngoại (sản xuất hướng về xuất khẩu).

2.1.1. Chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô

Dựa chủ yếu vào việc sử dụng rộng rãi các nguồn tài nguyên sẵn có và các điều kiện thuận lợi trong nước về các sản phẩm nông nghiệp và khai khoáng. Chiến lược này được thực hiện trong điều kiện trình độ sản xuất còn thấp, đặc biệt là trình độ của ngành công nghiệp và khả năng tích lũy vốn của nền kinh tế còn bị hạn chế.

Chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô tạo điều kiện phát triển kinh tế theo chiều rộng, xuất hiện nhu cầu thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Sự phát triển các thị trường sản phẩm sơ khai sẽ dẫn đến tăng nguồn vốn đầu tư nước ngoài và tích lũy trong nước, đồng thời giải quyết

công ăn việc làm và tăng đội ngũ công nhân lành nghề, dẫn đến tăng qui mô sản xuất của nền kinh tế.

Chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô cũng tạo ra sự thay đổi cơ cấu kinh tế, góp phần tạo nguồn vốn ban đầu cho công nghiệp hóa.

Tuy nhiên, sự phát triển dựa vào chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô cũng gặp phải nhiều trở ngại.

Trước hết là do cung - cầu sản phẩm thô không ổn định

Cung sản phẩm thô không ổn định do nguồn gốc các sản phẩm này chủ yếu từ ngành nông nghiệp và khai khoáng, kết quả sản xuất chịu ảnh hưởng rất lớn của khí hậu, thời tiết. Khi thời tiết thuận lợi thì cung tăng nhanh, ngược lại thì sản lượng giảm.

Cầu sản phẩm thô biến động do hai nguyên nhân cơ bản: Thứ nhất, do xu hướng tiêu dùng lương thực, thực phẩm cơ bản tăng chậm hơn mức thu nhập. Ở các nước công nghiệp phát triển, mức tăng nhu cầu lương thực, thực phẩm chỉ xấp xỉ 1/2 mức thu nhập. Thứ hai, do tác động của sự phát triển khoa học công nghệ: Sự thay đổi công nghệ trong công nghiệp chế biến làm cho lượng tiêu hao nguyên nhiên vật liệu có xu hướng giảm; mặt khác sự phát triển của khoa học công nghệ cho ra đời nhiều loại nguyên vật liệu nhân tạo làm cho nhu cầu về sản phẩm thô có xu hướng giảm.

Trở ngại thứ hai là giá cả sản phẩm thô có xu hướng giảm so với hàng công nghệ. Các nước xuất khẩu sản phẩm thô để có ngoại tệ nhập khẩu hàng công nghệ. Nhưng xu hướng của thế giới hiện nay là hệ số trao đổi hàng hóa ($I_n = P_x/P_m$) càng bất lợi cho nước xuất khẩu sản phẩm thô.

Cung, cầu sản phẩm thô không ổn định và giá cả biến động không có lợi cho sản phẩm thô xuất khẩu nên thu nhập từ xuất khẩu sản phẩm thô không ổn định. Các quốc gia đã tìm cách khắc phục những trở ngại trên bằng cách lập các tổ chức mà các thành viên tham

gia có khả năng khống chế được đại bộ phận lượng cung về một loại sản phẩm thô trên thị trường quốc tế. Ví dụ: Tổ chức quốc tế về cà phê (ICO), tổ chức của các nước xuất khẩu dầu mỏ (OPEC)...

Chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô là một chiến lược hoàn toàn dựa vào tài nguyên, kinh tế tự nhiên được một số nước đang phát triển thực hiện thời kỳ đầu sau chiến tranh thế giới thứ hai.

2.1.2. Chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu (Import Substitution)

** Quá trình hình thành và phát triển*

Đã được hầu hết các nước công nghiệp phát triển hiện nay theo đuổi trong thế kỷ XIX. Trong các nước đang phát triển, chiến lược thay thế hàng nhập khẩu được thử nghiệm đầu tiên ở các nước Mỹ La tinh. Một số nước châu Á như Ấn Độ và Thổ Nhĩ Kỳ cũng đã thực hiện chiến lược này trên con đường công nghiệp hóa từ trước Chiến tranh Thế giới lần thứ hai. Ở hầu hết các nước châu Á và châu Phi, mong muốn nhanh chóng xây dựng một nền kinh tế độc lập và đó là lý do chính khiến các nước đó đi vào con đường phát triển thay thế hàng nhập khẩu. Trong những năm 60 thay thế nhập khẩu đã trở thành chiến lược phát triển kinh tế chủ đạo.

** Nội dung của chiến lược*

Phương pháp luận của chiến lược thay thế nhập khẩu là:

Thứ nhất: Xác định số lượng và chủng loại hàng hóa phải nhập khẩu trong một năm.

Thứ hai: Lập phương án để tổ chức sản xuất đáp ứng đại bộ phận nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ cho thị trường nội địa.

Thứ ba: Đảm bảo cho các nhà sản xuất trong nước có thể làm chủ được kỹ thuật sản xuất hoặc các nhà đầu tư nước ngoài cung cấp

công nghệ, vốn và quản lý hướng vào việc cung cấp cho thị trường nội địa là chính.

Cuối cùng lập các hàng rào bảo hộ để hỗ trợ cho sản xuất trong nước, nhằm khuyến khích các nhà đầu tư trong những ngành công nghiệp là mục tiêu phát triển.

Các biện pháp thực hiện thay thế nhập khẩu thường là thuế quan bảo hộ, hạn ngạch nhập khẩu và tỷ giá cao quá mức.

*** Ưu điểm của chiến lược**

- Áp dụng chiến lược thay thế nhập khẩu đã đem lại sự mở mang nhất định các cơ sở sản xuất.

- Mở rộng phân công lao động trong nước, giải quyết công ăn việc làm.

- Quá trình đô thị hóa bắt đầu tăng, bước đầu hình thành các chủ doanh nghiệp có đầu óc kinh doanh.

- Do thực hiện chính sách bảo hộ nên nền kinh tế trong nước tránh được những ảnh hưởng xấu từ thị trường thế giới.

*** Nhược điểm của chiến lược:**

Những kinh nghiệm lịch sử cho thấy: Nếu dừng lại quá lâu ở giai đoạn chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu sẽ vấp phải những trở ngại rất lớn:

- Chiến lược sản xuất hàng nội địa thay thế hàng nhập khẩu thực chất nhằm vào thoả mãn nhu cầu trong nước là chính, chú trọng nhiều đến tỷ lệ tự cấp của thị trường nội địa. Với chiến lược như vậy, ngoại thương không được coi trọng, coi nhẹ ảnh hưởng tích cực của kinh tế thế giới đối với sự phát triển kinh tế trong nước. Và điều đó, tất sẽ hạn chế việc khai thác tiềm năng của đất nước trong việc phát triển ngoại thương và các quan hệ kinh tế đối ngoại khác.

- Kinh tế của các nước đang phát triển trong giai đoạn đầu công nghiệp hóa là nền kinh tế thiếu thốn đủ thứ, tổng cầu vượt quá tổng cung thường thông qua nhập khẩu để cân bằng. Xu hướng này không thể khắc phục được trong thời gian ngắn. Nếu hạn chế quá mức nhập khẩu, thực hiện chính sách bảo hộ không phù hợp sẽ làm giảm tốc độ phát triển kinh tế.

- Cán cân thương mại ngày càng thiếu hụt. Nạn thiếu ngoại tệ là trở ngại cho việc mở cửa với bên ngoài và phát triển kinh tế.

- Thực hiện sản xuất thay thế nhập khẩu tuy có tiết kiệm được ngoại tệ khi hạn chế nhập khẩu thành phẩm, nhưng lại đòi hỏi nhập khẩu nhiều nguyên liệu và bán thành phẩm hơn để tăng cường cung ứng cho sản xuất trong nước. Đồng thời, sản xuất thay thế nhập khẩu còn hạn chế việc phát triển các ngành sản xuất hàng xuất khẩu và sản phẩm thu ngoại tệ, do đó không phải là kế sách lâu dài để bù vào chỗ thiếu hụt trong cán cân thương mại.

- Thực hiện chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu nói chung được bảo hộ bằng thuế quan, tăng cường các biện pháp hành chính và phối hợp hành chính. Điều đó làm cho các doanh nghiệp không năng động, thiếu cơ hội tìm kiếm ưu thế cạnh tranh quốc tế. Do đó, giá thành cao, chất lượng thấp, ảnh hưởng đến tiềm năng phát triển của toàn bộ nền kinh tế quốc dân.

Bức tranh trên đây đã được các nhà kinh tế cũng như nhiều người làm chính sách ở các nước đang phát triển lưu ý tới và tìm con đường phát triển khác thay thế. Tuy nhiên, không phải chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu là nguyên nhân về tình hình đáng thất vọng về công nghiệp ở nhiều nước. Đúng hơn là những mất cân đối trong chính sách thay thế nhập khẩu có ảnh hưởng sang các chính sách đi cùng với nó và thúc đẩy nó. Một hình thức thay thế nhập khẩu ít giáo điều hơn được hỗ trợ bởi những chính sách giá cả ôn hoà hướng vào thị trường hơn có thể sẽ là phương thức phát triển thành công.

2.1.3. Chiến lược sản xuất hướng về xuất khẩu (Export Orientation)

** Quá trình hình thành và phát triển*

Hướng ra thị trường bên ngoài. Chiến lược này được áp dụng rộng rãi ở nhiều nước Mỹ La tinh, từ những năm 50 và những nước Đông Bắc và Đông Nam Á từ những năm 60, sau đó phổ biến sang các nước Đông Nam Á. Trong đó điển hình là sự thành công của 4 “con rồng” châu Á.

** Nội dung*

Phương pháp luận của chiến lược này là sự phân tích về việc sử dụng các “lợi thế so sánh”, hay những nhân tố sản xuất thuộc tiềm năng của một nước như thế nào trong sự phân công lao động quốc tế, để mang lợi ích tối ưu cho một quốc gia. Theo cách tiếp cận đó, chiến lược “hướng về xuất khẩu” là giải pháp “mở cửa” nền kinh tế quốc dân để thu hút vốn và kỹ thuật vào khai thác tiềm năng lao động và tài nguyên của đất nước. Chiến lược này nhấn mạnh vào 3 nhân tố cơ bản sau:

- Thay cho việc kiểm soát nhập khẩu để tiết kiệm ngoại tệ và kiểm soát tài chính là khuyến khích mở rộng nhanh chóng khả năng xuất khẩu.

- Hạn chế bảo hộ công nghiệp địa phương mà thực chất là nuôi dưỡng tính ỷ lại, thay thế vào đó là nâng đỡ và hỗ trợ cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu.

- Đảm bảo môi trường đầu tư cho các nhà tư bản nước ngoài thông qua một hệ thống các chính sách khuyến khích và kinh tế tự do để thu hút đến mức tối đa vốn đầu tư của các công ty nước ngoài.

Mục tiêu cơ bản của chiến lược này là dựa vào mở mang đầu tư trong nước và đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng như hỗ trợ của tư bản nước ngoài để tạo ra khả năng cạnh tranh cao của hàng xuất khẩu.

* Ưu điểm của chiến lược:

- Nhờ áp dụng chiến lược này, nền kinh tế nhiều nước đang phát triển trong vài ba thập kỷ qua đã đạt được một tốc độ tăng trưởng cao, một số ngành công nghiệp (chủ yếu là các ngành chế biến xuất khẩu) đạt trình độ kỹ thuật tiên tiến, có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Ngoại thương trở thành "đầu tàu" của nền kinh tế.

- Tận dụng được những lợi thế từ thị trường thế giới về vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý từ những nước tiên tiến.

* Nhược điểm của chiến lược: Tuy nhiên việc áp dụng chiến lược này cũng bộc lộ những nhược điểm:

- Do tập trung hết khả năng cho xuất khẩu và các ngành có liên quan nên dẫn đến tình trạng mất cân đối trầm trọng giữa các ngành xuất khẩu và không xuất khẩu.

- Do ít chú ý tới các ngành công nghiệp thiết yếu nhất, nên mặc dù tốc độ tăng trưởng nhanh nhưng nền kinh tế đã gắn chặt vào thị trường bên ngoài và dễ bị tác động bởi những sự biến đổi thăng trầm của thị trường các nước lớn.

Nhận thức điểm được điểm yếu này, một số nước đang tìm tòi, lựa chọn một chiến lược phù hợp với giai đoạn phát triển của mình. Nhiều nước đang phát triển lúc đầu chọn "sản xuất thay thế nhập khẩu", rồi đến giai đoạn nào đó chuyển sang "sản xuất hướng về xuất khẩu". Trong một giai đoạn nhất định, có nước trong cùng thời gian thực hiện dung hoà cả hai chiến lược này.

Khó có thể rút ra được những quy tắc chung từ những kinh nghiệm của các chiến lược thương mại trên đây. Điều quan trọng nhất là xây dựng chiến lược dựa trên những yếu tố có thể phát huy được. Dù

kết quả thu được là sự pha trộn chiến lược thay thế nhập khẩu hay sản xuất hướng về xuất khẩu cũng không quan trọng, nếu chiến lược đó đưa được đất nước thực hiện có hiệu quả các mục tiêu phát triển của mình.

2.2. Chiến lược phát triển ngoại thương Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010

Thực hiện chính sách "mở cửa" và hội nhập kinh tế quốc tế đã đem lại những kết quả rất quan trọng trong lĩnh vực ngoại thương. Trong 10 năm gần đây (1990 - 2000) kim ngạch xuất khẩu tăng gấp 5,6 lần; nhịp độ tăng trưởng bình quân 18,4%/năm, nhanh hơn tốc độ tăng trưởng GDP khoảng 2,6 lần (GDP tăng bình quân 7,6%/năm). Cơ cấu xuất khẩu đã được cải thiện theo hướng tăng các mặt hàng chế biến, giảm tỷ trọng các sản phẩm thô, tạo được một số mặt hàng có khối lượng lớn và thị trường tương đối ổn định. Thương mại dịch vụ, đặc biệt là ngành du lịch có nhiều tiến bộ. Nhập khẩu về cơ bản đã phục vụ có hiệu quả phát triển sản xuất và đổi mới công nghệ, thúc đẩy nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng hóa, đáp ứng nhu cầu thiết yếu của đời sống nhân dân. Thị trường xuất, nhập khẩu được mở rộng theo hướng đa dạng hóa thị trường và đa phương hóa quan hệ kinh tế.

Tuy nhiên, hoạt động ngoại thương cũng còn gặp nhiều hạn chế:

- Qui mô xuất khẩu còn quá nhỏ bé.
- Sản xuất chưa bám sát tín hiệu của thị trường thế giới; khả năng cạnh tranh của nhiều hàng hóa còn thấp; tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng công nghệ và trí tuệ cao còn rất nhỏ. Xuất khẩu dịch vụ còn thấp.
- Nhập khẩu chưa cải thiện được tình trạng lạc hậu về công nghệ ở một số ngành; ít tiếp cận được với công nghệ nguồn.

- Sự hiểu biết về thị trường ngoài nước còn hạn chế.

Trên bình diện quốc tế, khoa học và công nghệ phát triển như vũ bão và đang trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp, đưa thế giới vào thời kỳ phát triển mới - thời kỳ kinh tế tri thức và xã hội thông tin. Các ngành dịch vụ và các ngành kinh tế giàu hàm lượng chất xám phát triển mạnh. Thương mại quốc tế sẽ ngày càng mở rộng.

Xu hướng toàn cầu hóa khu vực hóa với các mặt tích cực và tiêu cực của nó sẽ tiếp tục diễn biến thông qua sự hợp tác - đấu tranh phức tạp giữa các đối tác. Các mâu thuẫn cơ bản trên thế giới biểu hiện dưới nhiều hình thức khác nhau vẫn tồn tại và phát triển, có mặt sâu sắc hơn. Thế giới đang đứng trước nhiều vấn đề toàn cầu mà không một quốc gia riêng lẻ nào có thể tự giải quyết nếu không có sự hợp tác đa phương.

Trong nền kinh tế thế giới, các nước công nghiệp phát triển vẫn giữ vị trí áp đảo. Cuộc đấu tranh duy trì ảnh hưởng và phân chia thị trường sẽ diễn ra gay gắt giữa Mỹ, Tây Âu và Nhật Bản. Nga, Trung Quốc và chừng mực nào đó là Ấn Độ sẽ có vị trí ngày càng lớn trong nền kinh tế và thương mại thế giới. Châu Á - Thái Bình Dương sau khủng hoảng tài chính kinh tế, tiếp tục là một thị trường rộng lớn và cùng châu Âu hình thành không gian kinh tế Á- Âu (EURASIA).

Căn cứ vào đường lối kinh tế, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội năm 2001 - 2010, xu hướng phát triển nền kinh tế và thị trường thế giới thập niên đầu thế kỷ XXI, cũng như từ thực tiễn của các nước, Đại hội Đảng lần thứ IX đã đề ra những định hướng lớn cho hoạt động ngoại thương thời kỳ năm 2001 - 2010 như sau:

* Tiếp tục mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại theo hướng đa phương hóa, đa dạng hóa; chủ động hội nhập kinh tế quốc tế theo lộ trình phù hợp với điều kiện của nước ta và đảm bảo thực hiện những

cam kết trong quan hệ song phương và đa phương như AFTA, APEC, Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ, tiến tới ra nhập WTO...

* Nhà nước có chính sách khuyến khích mạnh mẽ mọi thành phần kinh tế tham gia sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ. Nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển mạnh những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế; giảm mạnh xuất khẩu sản phẩm thô và sơ chế, tăng nhanh tỷ trọng sản phẩm chế biến và tỷ lệ nội địa hóa trong sản phẩm; nâng dần tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng trí tuệ, hàm lượng công nghệ cao. Xây dựng các quỹ hỗ trợ xuất khẩu, nhất là đối với hàng nông sản. Khuyến khích sử dụng thiết bị, hàng hóa sản xuất trong nước. Tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, tiến tới cân bằng xuất nhập. Thực hiện chính sách bảo hộ có lựa chọn, có thời hạn đối với sản phẩm sản xuất trong nước.

* Đẩy mạnh các lĩnh vực dịch vụ thu ngoại tệ: Du lịch, xuất khẩu lao động, vận tải, bưu chính - viễn thông, tài chính - tiền tệ, dịch vụ kỹ thuật, tư vấn, thu hút kiều hối.

* Chủ động và tích cực thâm nhập thị trường quốc tế, chú trọng thị trường các trung tâm kinh tế thế giới, duy trì và mở rộng thị phần trên các thị trường quen thuộc, tranh thủ mọi cơ hội mở thị trường mới.

* Đẩy mạnh hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại, thông tin thị trường bằng nhiều phương tiện và tổ chức thích hợp, kể cả các cơ quan đại diện ngoại giao ở nước ngoài. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia các hoạt động môi giới, khai thác thị trường quốc tế.

Điểm đáng lưu ý nhất là trong chiến lược phát triển ngoại thương của nước ta là:

- Coi xuất nhập khẩu cùng các quan hệ kinh tế đối ngoại khác không chỉ là nhân tố hỗ trợ cho sự phát triển kinh tế quốc dân, mà còn được xem là động lực phát triển kinh tế của đất nước. Phát triển ngoại

thương là để tăng cường khả năng tự phát triển không ngừng của nền kinh tế quốc dân chứ không chỉ là tăng thu nhập thuần túy, mặc dù không coi nhẹ việc tăng thu nhập.

- Đối với nước ta, một nước trình độ phát triển còn thấp, thiếu vốn và kỹ thuật, nhưng lại có "lợi thế" về tài nguyên thiên nhiên và lao động, việc thực hiện chiến lược hướng mạnh về xuất khẩu, bảo hộ có chọn lọc, có thời hạn đối với sản phẩm sản xuất trong nước.

- Chủ động cơ hội phát triển và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, nhanh chóng hình thành một số tập đoàn kinh tế - thương mại

- Coi trọng việc xuất khẩu có hàm lượng chế biến, sản phẩm có hàm lượng trí tuệ và công nghệ cao; chú trọng xuất khẩu dịch vụ. Chủ trương này tạo đà cho xuất khẩu tăng tốc và đạt hiệu quả.

Thực hiện chiến lược này là giải pháp "mở cửa" nền kinh tế để thu hút các nguồn lực bên ngoài vào khai thác tiềm năng lao động và tài nguyên đất nước.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Các chiến lược phát triển ngoại thương chủ yếu? Chỉ ra ưu, nhược điểm của các chiến lược trong thực tiễn?
2. Đặc điểm của chiến lược phát triển ngoại thương Việt Nam hiện nay?
3. Chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu: Nội dung; Ưu, nhược điểm? Xu hướng áp dụng trên thế giới?
4. Chiến lược sản xuất hướng về xuất khẩu: Nội dung, ưu, nhược điểm? Xu hướng áp dụng trên thế giới?
5. Căn cứ lựa chọn chiến lược phát triển ngoại thương? Khi mở rộng buôn bán với nước ngoài cần quán triệt những quan điểm gì? Vì sao?

CHƯƠNG 8.

CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT NHẬP KHẨU

I. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT NHẬP KHẨU

1. Khái niệm cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Cơ chế là một khái niệm dùng để chỉ sự tương tác giữa các yếu tố kết thành hệ thống mà nhờ đó hệ thống có thể hoạt động.

Theo quan điểm “động” ứng với mỗi nền kinh tế có một cơ chế kinh tế vận hành phù hợp. *Cơ chế kinh tế* là tổng thể các yếu tố có mối liên hệ tác động qua lại lẫn nhau tạo thành động lực dẫn dắt nền kinh tế nhằm tới mục tiêu đã định. Thực chất của cơ chế kinh tế là quy luật vận hành giữa các quy luật kinh tế.

Nền kinh tế chỉ huy vận hành theo cơ chế kế hoạch hóa tập trung. Nền kinh tế thị trường vận hành theo cơ chế thị trường; nền kinh tế hỗn hợp vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước.

Ứng với mỗi cơ chế kinh tế nhất định có một cơ chế quản lý kinh tế phù hợp. Cơ chế quản lý kinh tế là khái niệm dùng để chỉ phương thức mà qua đó Nhà nước tác động vào nền kinh tế để định hướng nền kinh tế tự vận động nhằm tới các mục tiêu đã định. *Cơ chế quản lý kinh tế* là phương thức tác động của Nhà nước vào các quy luật vận động của các quy luật kinh tế trong nền kinh tế, vì vậy, cơ chế

quản lý kinh tế cần thiết tự điều chỉnh không ngừng theo quy luật vận hành của các quy luật kinh tế.

Ngoại thương (xuất nhập khẩu) là một ngành kinh tế mũi nhọn của nền kinh tế quốc dân, đảm nhận chức năng lưu thông hàng hóa dịch vụ giữa trong và ngoài nước, là một bộ phận cấu thành của nền kinh tế. Hoạt động này cũng cần phải được quản lý theo một cơ chế nhất định, mang tính đặc thù. Đó là cơ chế quản lý xuất nhập khẩu.

Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu có thể được hiểu là các phương thức mà qua đó, Nhà nước tác động có định hướng theo những điều kiện nhất định mà các đối tượng (chủ thể và khách thể) tham gia hoạt động xuất nhập khẩu nhằm đảm bảo cho sự tự vận động của hoạt động xuất nhập khẩu hướng đến các mục tiêu kinh tế - xã hội đã định của Nhà nước.

Cơ chế quản lý kinh tế và cơ chế quản lý xuất nhập khẩu được xây dựng và ban hành trên cơ sở nhận thức và vận dụng các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường. Ở Việt Nam hiện nay Đảng và Nhà nước ta chủ trương xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN có sự quản lý của Nhà nước. Do đó, cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải tuân thủ theo các quy luật của kinh tế thị trường có sự quản lý thống nhất của Nhà nước. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu này ra đời là đòi hỏi khách quan. Việc xây dựng, điều chỉnh, hoàn thiện cơ chế quản lý xuất nhập khẩu vừa mang tính khoa học vừa mang tính nghệ thuật. Nó đòi hỏi vừa phải tuân theo các quy luật kinh tế khách quan, vừa đòi hỏi tài năng, nghệ thuật nắm bắt đúng các quy luật kinh tế đang hoạt động và tác động tích cực của các quy luật kinh tế đó trong những điều kiện kinh tế - xã hội trong nước và quốc tế cụ thể. Như vậy cơ chế quản lý xuất nhập khẩu có thể và cần thay đổi cho phù hợp với quy luật kinh tế khách quan, nghĩa là các công cụ, chính sách và nội dung của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu có thể thay đổi. Nhưng những thay đổi như trên không được xa rời mục tiêu của nó.

2. Sự cần thiết khách quan của quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu

Quản lý nền kinh tế quốc dân và xuất nhập khẩu nói riêng là một yêu cầu có tính khách quan.

- Sự tác động của các quy luật kinh tế trong nền kinh tế thị trường ở phạm vi quốc gia cũng như quốc tế mang tính chất trực tiếp. Sự tác động đó làm cho nền kinh tế của mỗi quốc gia cũng như kinh tế toàn cầu hoạt động năng động, kích thích các nền kinh tế phát triển, hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Tuy nhiên, sự tác động đó cũng có nhiều mặt trái như: Do chạy theo lợi nhuận nên xuất khẩu, nhập khẩu không tạo ra cơ cấu sản phẩm tối ưu cho xã hội; không chú ý đến bảo vệ môi trường, an ninh xã hội; cũng do chạy theo lợi nhuận nên các nhà sản xuất kinh doanh làm bất cứ việc gì dù là buôn gian, bán lận, đầu cơ tích trữ để kiếm được nhiều lợi lộc. Để bảo vệ lợi ích giai cấp mà Nhà nước là người đại diện, Nhà nước cần phải can thiệp vào thị trường để điều chỉnh, điều tiết nhằm hướng sự tác động của thị trường vào phục vụ lợi ích của nhân dân.

- Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, khu vực sản xuất ngày càng mang tính quốc tế hóa, trình độ xã hội hóa sản xuất ngày càng cao. Để cho quá trình này diễn ra một cách chủ động, vừa tranh thủ được lợi ích do hội nhập mang lại, vừa không làm tổn hại đến lợi ích dân tộc, tất yếu đòi hỏi phải có sự quản lý tập trung của Nhà nước theo một cơ chế phù hợp, trong đó Nhà nước với vai trò của một “nhạc trưởng”.

- Mỗi doanh nghiệp, mỗi nhà quản trị doanh nghiệp hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu trong một khuôn khổ hạn hẹp, hướng tới mục tiêu kinh tế cụ thể, do đó, tầm nhìn xa trông rộng để định hướng cho sự phát triển và tránh mọi rủi ro, hoặc do khả năng tự tạo lập những điều kiện, môi trường kinh doanh bị hạn chế. Vì vậy, doanh

ng nghiệp rất cần sự hỗ trợ của Nhà nước để thực hiện chiến lược kinh doanh của mình.

- Việc mua bán hàng hóa - dịch vụ trên thị trường thế giới liên quan đến rất nhiều yếu tố: Kinh tế, chính trị, luật pháp. Để tránh được những bất lợi trong kinh doanh, ổn định buôn bán lâu dài và hạn chế tác động xấu của các cuộc khủng hoảng kinh tế... đòi hỏi phải có sự quản lý của Nhà nước.

3. Chức năng của quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu

Xuất phát từ mục tiêu chung của quản lý nhà nước đối với nền kinh tế là đảm bảo chu kỳ tái sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế hoạt động và phát triển ổn định; tốc độ tăng trưởng cao, bền vững và đảm bảo tính công bằng xã hội.

Chức năng của quản lý Nhà nước đối với xuất nhập khẩu phải là sự nhất quán cao của hai nhóm chức năng làm điều kiện tiền đề của nó:

- Chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế và,
- Chức năng của hoạt động xuất nhập khẩu

Chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế thể hiện ở bốn chức năng cơ bản sau:

- Chức năng định hướng
- Chức năng tạo điều kiện, môi trường thuận lợi và điều tiết
- Chức năng điều hoà phối hợp hoạt động giữa các ngành, các lĩnh vực, giữa các doanh nghiệp.
- Chức năng kiểm tra, kiểm soát.

Chức năng cơ bản của hoạt động xuất nhập khẩu là mở rộng lưu thông hàng hóa giữa trong nước với nước ngoài. Chức năng cơ bản đó được thể hiện qua ba chức năng cụ thể sau:

1) Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là một khâu của quá trình tái sản xuất mở rộng: Hoạt động xuất nhập khẩu là chuyển hóa hình thái vật chất và giá trị của hàng hóa giữa trong nước và ngoài nước. Thực hiện chức năng này để bổ sung các yếu tố “đầu vào” cho sản xuất một khi chúng khan hiếm, đồng thời tạo “đầu ra” ổn định cho sản xuất. Thông qua chức năng này, các nhà sản xuất giải quyết được bài toán hiệu quả tăng theo qui mô, có điều kiện để tăng năng suất lao động đạt mức cao nhất. Thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại hóa, có tính cạnh tranh cao.

2) Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là lĩnh vực “mũi nhọn” của nền kinh tế “mở”, chức năng của hoạt động xuất nhập khẩu là gắn kết giữa thị trường trong nước với thị trường ngoài nước nhằm nâng cao trình độ phát triển lực lượng sản xuất và nâng cao năng suất lao động.

3) Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là một bộ phận cấu thành của nền thương mại toàn cầu, chức năng của hoạt động xuất nhập khẩu là thông qua thương mại quốc tế để phát huy cao độ lợi thế so sánh của đất nước và lợi thế trong phân công lao động quốc tế, nhờ tập trung và tận dụng các nguồn lực trong nước để nâng cao sức cạnh tranh và hiệu quả của xuất nhập khẩu.

Như vậy, chức năng đặc thù của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu là tổ chức gắn kết đồng bộ và có định hướng giữa chức năng của chủ thể điều chỉnh¹⁷ (1) với chức năng của đối tượng được điều chỉnh¹⁸ (2). Thông qua các công cụ quản lý Nhà nước về kinh tế, hành chính và các đòn bẩy khuyến khích vật chất.

¹⁷ Bộ máy tổ chức quản lý Nhà nước trong hoạt động xuất nhập khẩu từ Trung ương đến địa phương

¹⁸ Các doanh nghiệp XNK thuộc các lĩnh vực, vùng lãnh thổ với qui mô khác nhau

4. Nguyên tắc cơ bản vận hành cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Nguyên tắc vận hành cơ chế xuất nhập khẩu về cơ bản là sự nhất quán hóa các nguyên tắc quản lý kinh tế của Nhà nước nói chung và nguyên tắc quản lý xuất nhập khẩu nói riêng, cụ thể:

a) Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải đảm bảo hoạt động xuất nhập khẩu và tổ chức sản xuất kinh doanh phát triển phù hợp với yêu cầu của các quy luật, đặc biệt là các quy luật kinh tế, các quy luật của thị trường.

Hoạt động sản xuất, lưu thông hàng hóa bao gồm hoạt động xuất nhập khẩu đều phải tuân theo những quy luật khách quan của sản xuất và lưu thông hàng hóa. Còn hoạt động quản lý của Nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu thông qua việc ban hành một cơ chế quản lý xuất nhập khẩu lại là hoạt động do ý chí chủ quan chi phối là chính. Vì vậy, đòi hỏi cơ chế quản lý xuất nhập khẩu đề ra phải phù hợp với sự tác động của các quy luật khách quan. Và chỉ có như vậy, hoạt động xuất nhập khẩu mới có thể phát triển vững chắc.

Để thực hiện nguyên tắc này, đòi hỏi đội ngũ lao động trong hệ thống chủ thể quản lý Nhà nước phải có đủ trình độ nhận biết và khả năng vận dụng các quy luật trong việc xây dựng cơ chế, chính sách xuất nhập khẩu phù hợp với các yêu cầu của quy luật kinh tế.

b) Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải đảm bảo thực hiện tốt nguyên tắc tập trung dân chủ trong quản lý. Cơ chế đó phải đảm bảo cho Nhà nước với tư cách là người chỉ huy, phải đảm bảo mọi hoạt động xuất nhập khẩu với nước ngoài theo đúng định hướng của Nhà nước. Đồng thời, với tư cách là người điều tiết và điều chỉnh hoạt động thương mại với nước ngoài, Nhà nước cần tôn trọng và đảm bảo phát huy cao nhất tính năng động, tính chủ động trong sản xuất, kinh doanh của các chủ doanh nghiệp phù hợp với điều kiện của nền kinh tế thị trường và thị trường quốc tế.

Thực hiện nguyên tắc này đòi hỏi Nhà nước thực hiện tốt chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế, không can thiệp sâu vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

c) Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải thực hiện mục tiêu hiệu quả kinh tế - xã hội, lấy đó làm mục đích cuối cùng của hoạt động quản lý. Hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động xuất nhập khẩu cũng là thước đo kết quả của cơ chế và chính sách xuất nhập khẩu. Thực hiện nguyên tắc này, đòi hỏi các nhà quản lý cũng như doanh nghiệp phải có quan điểm đúng đắn về hiệu quả kinh tế - xã hội. Đồng thời phải có tri thức nhất định, tính toán hiệu quả và có phương pháp luận xét hiệu quả kinh tế.

d) Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải kết hợp hài hòa giữa các lợi ích: Lợi ích dân tộc và lợi ích của các đối tác, bạn hàng.

Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu trước hết phải đảm bảo lợi ích của đất nước (bao gồm lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và cá nhân người lao động). Đồng thời, phải thực hiện và đấu tranh để nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi trong quan hệ buôn bán với các đối tác.

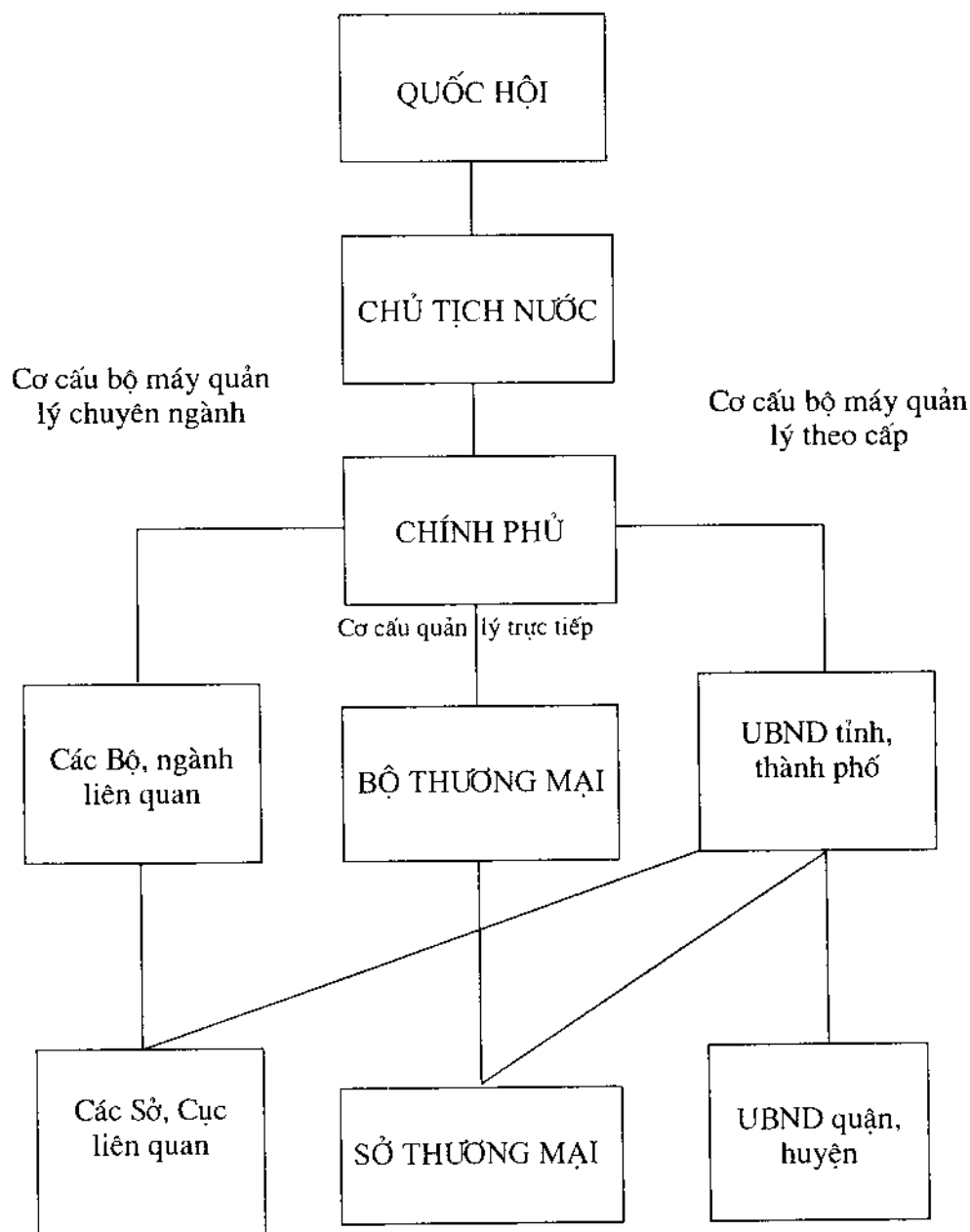
Về lợi ích của đất nước, phải coi trọng và bảo vệ lợi ích kinh tế - xã hội, coi hiệu quả kinh tế - xã hội là mục tiêu, là tiêu chuẩn của sự tăng trưởng kinh tế. Đồng thời không được coi nhẹ lợi ích của doanh nghiệp và cá nhân người lao động, phải coi lợi ích cá nhân là động lực trực tiếp thúc đẩy sản xuất, kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh xuất nhập khẩu.

5. Nội dung của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu bao gồm 3 thành tố cơ bản:

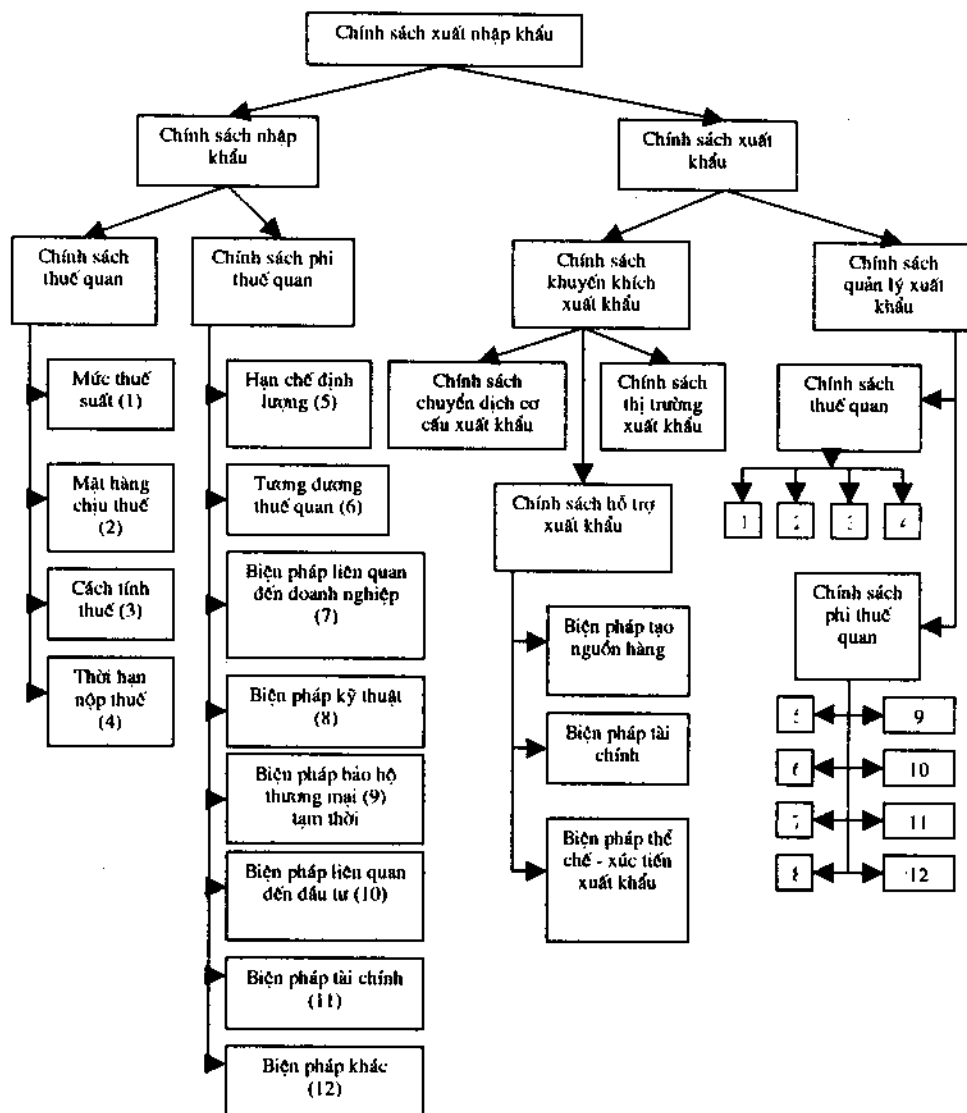
Chủ thể điều chỉnh: Các cơ quan luật pháp, hành pháp từ Trung ương đến địa phương (Sơ đồ 8.1)

Sơ đồ 8.1. Cơ cấu chủ thể điều chỉnh cơ chế quản lý xuất nhập khẩu



Đối tượng điều chỉnh: Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu và hàng hóa - dịch vụ xuất nhập khẩu

Sơ đồ 8.2. Cơ cấu công cụ điều chỉnh xuất nhập khẩu



Chính sách thương mại quốc tế của các nước thường theo 2 xu hướng bảo hộ mậu dịch hoặc tự do hóa thương mại. Chính sách bảo hộ mậu dịch là một hình thức trong chính sách thương mại quốc tế, trong đó Nhà nước áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo vệ thị trường nội địa, bảo vệ nền sản xuất trong nước trước sự cạnh tranh của hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài (chính sách đóng cửa). Khi thực hiện chính

sách này, bộ phận chính sách quản lý nhập khẩu và chính sách quản lý xuất khẩu trong sơ đồ trên sẽ chiếm vị trí chủ đạo. Ngược lại, chính sách tự do hóa thương mại là việc Nhà nước từng bước giảm dần và tiến tới xóa bỏ những cản trở trong quan hệ buôn bán với bên ngoài, thực hiện việc tự do hóa thương mại, đồng thời mở rộng ra thị trường nước ngoài bằng nhiều hình thức, đặc biệt là xuất khẩu. Việc này dẫn đến chính sách khuyến khích xuất khẩu trong sơ đồ trên sẽ chiếm vị trí chủ đạo. Tuy nhiên, trên thực tế, không có một quốc gia nào thực hiện đơn thuần bảo hộ mậu dịch hay tự do hóa thương mại. Điều này dẫn đến tất cả các bộ phận chính sách quản lý xuất khẩu, quản lý nhập khẩu và khuyến khích xuất khẩu đều xuất hiện trong hệ thống chính sách thương mại quốc tế của mỗi nước. Điểm khác nhau giữa các quốc gia là mức độ và phạm vi của mỗi bộ phận sẽ tùy thuộc vào mức độ bảo hộ hay tự do hóa thương mại.

6. Những điều kiện để thực hiện cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của Nhà nước là một điều rất mới mẻ. Đổi mới cơ chế xuất nhập khẩu là đòi hỏi nhất quán với đổi mới cơ chế kinh tế và đổi mới cơ chế quản lý nền kinh tế nước ta. Việc đổi mới này được qui định bởi hàng loạt điều kiện mang tính đảm bảo cho việc thực hiện có hiệu quả cơ chế đó.

Giữ vững ổn định chính trị - xã hội

Đây là điều kiện trước tiên, quan trọng nhất cho việc thực hiện những đổi mới cơ chế và chính sách quản lý xuất nhập khẩu. Chính trị là biểu hiện tập trung của kinh tế. Có ổn định chính trị trong nước mới tạo được môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp bỏ vốn vào sản xuất kinh doanh. Bằng kiểm nghiệm thực tế người ta cho rằng, một trong những rủi ro lớn nhất đối với các doanh nghiệp là sự bất ổn về chính trị. Sự bất ổn về chính trị kéo theo sự thay đổi về đường lối chính

sách kinh tế vĩ mô. Điều đó rất bất lợi cho kinh doanh, và làm các doanh nghiệp lo ngại khi họ bỏ vốn ra. Sự ổn định về chính trị của đất nước ta trong những năm qua đã là một điều kiện tiên quyết cho quá trình đổi mới kinh tế, đổi mới cơ chế quản lý kinh tế và cơ chế quản lý xuất nhập khẩu.

Có sự nhất quán giữa cơ chế quản lý kinh tế chung, cơ chế quản lý xuất nhập khẩu và cơ chế quản lý ngành có liên quan. Sự nhất quán này nhằm tạo tính đồng bộ trong quản lý theo mục tiêu chung đã định. Cơ chế và chính sách chung không gây trở ngại, triệt tiêu tác dụng tích cực của cơ chế, chính sách xuất nhập khẩu và ngược lại. Tất cả cơ chế, chính sách đều phải vận hành theo cùng một hướng, tạo thuận lợi cho tăng trưởng nhanh xuất khẩu phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Hoàn thiện hệ thống luật pháp quốc gia tạo thuận lợi cho kinh doanh và phù hợp với luật pháp và thông lệ quốc tế, tham gia các công việc quốc tế có liên quan đến thương mại, đầu tư và nghiêm túc trong việc thực thi luật pháp đã ban hành.

Kiện toàn hệ thống tổ chức kinh doanh, bộ máy quản lý nhà nước, các chế định trong lĩnh vực thương mại và xuất nhập khẩu.

Thực hiện cơ chế quản lý xuất nhập khẩu thực chất là việc tổ chức phối hợp nghiêm ngặt, đồng bộ, nhất quán giữa các chủ thể quản lý (Nhà nước và các cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước) và đối tượng được quản lý (các doanh nghiệp, các hiệp hội kinh doanh...). Nếu chủ thể quản lý và đối tượng quản lý không tuân thủ các nguyên tắc phối hợp chung sẽ dẫn tới hậu quả làm đổ vỡ một cơ chế, trật tự đã được thiết lập như giàn giao hưởng rơi vào tình trạng không có nhạc trưởng. Khâu tổ chức này được đánh giá rất cao (theo kinh nghiệm của Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan...) nhiều khi mang lại lợi ích lớn hơn các nguồn lực khác.

Xây dựng đội ngũ, đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên trách quản lý xuất nhập khẩu.

Con người là hạt nhân trong các chủ thể điều chỉnh, đồng thời cũng là đối tượng được điều chỉnh. Ngày nay con người có trí tuệ, có tài tổ chức và quản lý giữ vai trò quyết định sự thắng thế trong cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp, mỗi sản phẩm.

Vì vậy, có được đội ngũ các nhà quản lý tài ba, các doanh nhân có đầu óc kinh doanh là điều kiện rất cơ bản cho việc thực hiện những mục tiêu của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu.

II. ĐỊNH HƯỚNG TIẾP TỤC ĐỔI MỚI HOÀN THIỆN CƠ CHẾ QUẢN LÝ, CHÍNH SÁCH XUẤT NHẬP KHẨU TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP

Để tạo điều kiện thực hiện thành công chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2001 - 2010 và chủ động hội nhập quốc tế việc hoàn thiện. Đồng thời tiếp tục đổi mới, bổ sung cơ chế chính sách xuất nhập khẩu cho phù hợp với điều kiện thực tế theo hướng sau:

1. Rà soát lại hệ thống luật để điều chỉnh các qui định không còn phù hợp hoặc chưa được rõ, làm sao để phạm vi điều chỉnh luật của Việt Nam phù hợp với các qui định của WTO với các nguyên tắc cơ bản trong thương mại quốc tế như Tối huệ quốc (MFN) và Đối xử quốc gia (NT).

Tiếp tục hoàn thiện các văn bản luật để điều chỉnh các quan hệ kinh tế mới phát sinh như: Luật Cạnh tranh và chống độc quyền, Luật Chống phá giá và chống trợ cấp, Luật Phòng vệ khẩn cấp, Luật Chống bán phá giá nội bộ.

Điều chỉnh hoặc ban hành mới các văn bản luật liên quan đến các nghiệp vụ, lĩnh vực buôn bán hàng hóa - dịch vụ mới phát sinh.

2. Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn hàng hóa - dịch vụ xuất nhập khẩu cho phù hợp với đòi hỏi của thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa - dịch vụ.

3. Trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, kiên trì chính sách nhiều thành phần, trong đó kinh tế quốc doanh đóng vai trò chủ đạo. Mở rộng đầu mối kinh doanh, xoá bỏ độc quyền, khuyến khích thành phần kinh tế ngoài quốc doanh tham gia trực tiếp xuất nhập khẩu, đảm bảo sự bình đẳng trong việc tiếp cận các yếu tố đầu vào (vốn, tín dụng, đất đai, lao động) cũng như trong việc nhận hỗ trợ đầu tư, kinh doanh từ phía Nhà nước.

4. Tiếp tục cải cách hành chính trong lĩnh vực thương mại theo hướng: xoá bỏ các thủ tục phiền hà, ổn định môi trường pháp lý để tạo tâm lý tin tưởng cho các doanh nghiệp bỏ vốn kinh doanh lâu dài, phấn đấu làm cho chính sách thuế, đặc biệt là thuế xuất nhập khẩu có định hướng nhất quán để không gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc tính toán hiệu quả kinh doanh, giảm dần tiến tới ngừng áp dụng các lệnh cấm, lệnh ngừng nhập khẩu tạm thời, cố gắng thuế hóa các biện pháp phi thuế quan.

5. Tiếp cận các phương thức kinh doanh mới tại thị trường Việt Nam (thị trường kỳ hạn và thị trường giao ngay) tiếp cận và phát triển thương mại điện tử, trong đó có việc tạo dựng khung pháp lý cho hình thức thương mại này.

6. Điều hành lãi suất, tỷ giá hối đoái một cách linh hoạt để vừa bảo đảm sự ổn định kinh tế - xã hội, vừa có lợi cho xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu.

7. Chủ động thay đổi căn bản phương thức quản lý nhập khẩu: Mở rộng sử dụng các công cụ phi thuế "hợp lệ" như các hàng rào tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh, môi trường..., hạn ngạch thuế quan, thuế tuyệt

đối, thuế mùa vụ, thuế chống phá giá, chống trợ cấp. Cải cách biểu thuế và cải cách công tác thu thuế, bỏ chế độ tính thuế theo giá tối thiểu.

8. Tích cực sắp xếp lại các doanh nghiệp, các ngành hàng kinh doanh, đặc biệt là doanh nghiệp nhà nước để nâng cao hiệu quả kinh doanh, công bố rõ ràng lộ trình dỡ bỏ hàng rào bảo hộ, khắc phục những bất hợp lý trong chính sách bảo hộ, cân đối lại đối tượng bảo hộ theo hướng trước hết chú trọng bảo hộ nông sản.

9. Coi trọng đào tạo cán bộ quản lý, đào tạo các nhà quản trị doanh nghiệp giỏi, đủ sức thực hiện thắng lợi và có hiệu quả mục tiêu chiến lược xuất nhập khẩu đặt ra.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu là gì? Nội dung của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu ở Việt Nam hiện nay?
2. Tại sao cần có cơ chế quản lý xuất nhập khẩu? Nguyên tắc vận hành của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu?
3. Vai trò của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu ở Việt Nam hiện nay? Phương hướng hoàn thiện?

CHƯƠNG 9.

CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU

I. VAI TRÒ CỦA NHẬP KHẨU

Nhập khẩu là một hoạt động quan trọng của thương mại quốc tế. Nhập khẩu tác động một cách trực tiếp và quyết định đến sản xuất và đời sống trong nước.

Nhập khẩu để bổ sung các hàng hóa mà trong nước không sản xuất được, hoặc sản xuất không đáp ứng nhu cầu. Nhập khẩu còn để thay thế, nghĩa là nhập khẩu về những hàng hóa mà sản xuất trong nước sẽ không có lợi bằng nhập khẩu. Hai mặt nhập khẩu bổ sung và nhập khẩu thay thế nếu được thực hiện tốt sẽ tác động tích cực đến sự phát triển cân đối nền kinh tế quốc dân, trong đó, cân đối trực tiếp ba yếu tố của sản xuất: Công cụ lao động, đối tượng lao động và lao động. Với cách tác động đó, ngoại thương được coi như một phương pháp sản xuất gián tiếp.

Trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay, vai trò quan trọng của nhập khẩu được thể hiện ở các khía cạnh sau đây:

1. Nhập khẩu tạo điều kiện thúc đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa đất nước

Công nghiệp hóa là quá trình chuyển đổi nền kinh tế một cách cơ bản từ lao động thủ công sang lao động bằng cơ khí ngày càng hiện đại hơn.

Kinh tế Việt Nam từ trước đến nay cơ bản xuất phát từ một nền sản xuất nông nghiệp quy mô nhỏ. Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX xác định đến năm 2010 tỷ trọng nông nghiệp chiếm 16 - 17%; Công nghiệp chiếm 40 - 41% và Dịch vụ chiếm 42 - 43%. Để thực hiện được chỉ tiêu này nhập khẩu có vai trò rất quan trọng trong việc nhập khẩu công nghệ mới trang bị cho các ngành kinh tế như điện và điện tử, công nghiệp đóng tàu, chế biến dầu khí, chế biến nông sản... Từ đó sẽ hướng các ngành kinh tế theo hướng công nghiệp hóa.

2. Nhập khẩu giúp bổ sung kịp thời những mặt cân đối của nền kinh tế đảm bảo phát triển kinh tế cân đối và ổn định

Một nền kinh tế muốn phát triển tốt cần đảm bảo sự cân đối theo những tỷ lệ nhất định như: Cân đối giữa khu vực 1 và khu vực 2; giữa tích lũy và tiêu dùng; giữa hàng hóa và lượng tiền trong lưu thông; giữa xuất khẩu với nhập khẩu và cán cân thanh toán quốc tế.

Nhập khẩu có tác động rất tích cực thông qua việc cung cấp các điều kiện đầu vào làm cho sản xuất phát triển, mặt khác tạo điều kiện để các quốc gia chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, tận hưởng được những lợi thế từ thị trường thế giới và khắc phục những mặt mất cân đối thúc đẩy kinh tế quốc dân phát triển

3. Nhập khẩu góp phần cải thiện và nâng cao mức sống của nhân dân

Nhập khẩu có vai trò làm thỏa mãn nhu cầu trực tiếp của nhân dân về hàng tiêu dùng, mà trong nước không sản xuất được hoặc sản xuất không đủ như thuốc chữa bệnh, đồ điện gia dụng, lương thực, thực phẩm,...

Đảm bảo đầu vào cho sản xuất, khôi phục lại những ngành nghề cũ, mở ra những ngành nghề mới tạo nhiều việc làm ổn định cho người lao động, từ đó tăng khả năng thanh toán.

Mặt khác nhập khẩu còn trực tiếp góp phần xây dựng những ngành nghề sản xuất hàng tiêu dùng, làm cho cả số lượng lẫn chủng loại hàng hóa tiêu dùng tăng, khả năng lựa chọn của người dân sẽ được mở rộng, đời sống ngày càng tăng lên.

4. Nhập khẩu có vai trò tích cực đến thúc đẩy xuất khẩu

Sự tác động này thể hiện ở chỗ nhập khẩu tạo đầu vào cho sản xuất hàng xuất khẩu, điều này đặc biệt quan trọng đối với các nước đang và kém phát triển, vì khả năng sản xuất của các quốc gia này còn có hạn. Do vậy, nhiều quan niệm còn cho rằng, đây chính là hiện tượng “lấy nhập khẩu nuôi xuất khẩu” và sự phát triển gia công xuất khẩu ở Trung Quốc, Việt Nam là những minh chứng cụ thể.

Tạo môi trường thuận lợi cho việc mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hóa của một quốc gia ra nước ngoài, thông qua quan hệ nhập khẩu cũng như các hình thức thanh toán đòi hỏi kết hợp nhập khẩu với xuất khẩu.

II. NGUYÊN TẮC VÀ CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU

1. Một số nguyên tắc cơ bản trong chính sách nhập khẩu

1.1. Sử dụng vốn nhập khẩu tiết kiệm, hợp lý đem lại hiệu quả kinh tế cao

Trong điều kiện chuyển sang cơ chế thị trường, việc mua bán với các nước từ nay đều tính theo thời giá quốc tế và thanh toán với nhau bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi, không còn nhiều cơ hội cho các khoản vay để nhập siêu, không còn ràng buộc theo Nghị định thư như trước đây. Do vậy, tất cả các hợp đồng nhập khẩu đều phải dựa trên lợi ích và hiệu quả để quyết định. Đồng thời, nhu cầu nhập khẩu để công nghiệp hóa và phát triển kinh tế rất lớn. Vốn để nhập khẩu lại eo hẹp nhưng không phải vốn ngoại tệ dành cho nhập khẩu ít mới đặt ra vấn đề phải tiết kiệm. Tiết kiệm và hiệu quả là vấn đề rất cơ bản của một

quốc gia, cũng như của mỗi doanh nghiệp. Thực hiện nguyên tắc này, có nghĩa là đòi hỏi các cơ quan quản lý cũng như mỗi doanh nghiệp phải:

- Xác định mặt hàng nhập khẩu phù hợp với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, khoa học - kỹ thuật của đất nước.

- Sử dụng vốn tiết kiệm, dành ngoại tệ nhập vật tư cho sản xuất và đời sống, khuyến khích sản xuất trong nước thay thế hàng nhập khẩu.

- Nghiên cứu thị trường để nhập khẩu được hàng hóa đúng chủng loại, đủ số lượng, kịp thời gian, giá cả phù hợp, nhanh chóng phát huy tác dụng, đẩy mạnh sản xuất và nâng cao đời sống nhân dân.

1.2. Nhập khẩu thiết bị kỹ thuật tiên tiến hiện đại, phù hợp với điều kiện của Việt Nam

Việc nhập khẩu thiết bị máy móc và nhận chuyển giao công nghệ, kể cả thiết bị theo con đường đầu tư phải nắm vững phương châm đón đầu, đi thẳng vào tiếp thu công nghệ hiện đại. Nhập phải hết sức chọn lọc, hết sức tránh nhập những loại công nghệ lạc hậu các nước đang tìm cách thải ra. Nhất thiết không vì “mục tiêu rẻ” mà nhập các thiết bị cũ về, chưa dùng được bao lâu, chưa đủ sinh lợi nhuận, đã phải thay thế. Đây không chỉ là bài học ta rút ra được qua một số năm gần đây, mà còn là kinh nghiệm của hầu hết các nước đang phát triển.

Mặt khác, cần phải kết hợp với điều kiện quản lý và sử dụng ở Việt Nam, tránh tình trạng nhập khẩu thiết bị kỹ thuật về chậm đưa vào quá trình sản xuất lâu phát huy tác dụng, mang nặng tính chất trưng bày, phô trương, sử dụng không hết công suất.

1.3. Bảo vệ và thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển, tăng nhanh xuất khẩu

Thị trường thế giới trong những thập kỷ gần đây luôn có tình trạng tổng cung lớn hơn tổng cầu (trừ một số nguyên nhiên liệu khan

hiếm và hàng hóa độc quyền). Trong trường hợp đó, việc nhập khẩu dễ hơn là tự sản xuất trong nước. Với điều kiện sản xuất hiện tại của Việt Nam, giá hàng nhập khẩu thường rẻ hơn, phẩm chất tốt hơn. Nhưng nếu ỷ lại vào nhập khẩu sẽ không mở mang được sản xuất, thậm chí bóp chết sản xuất trong nước. Vì vậy, cần tính toán và tranh thủ các lợi thế của nước ta trong từng thời kỳ để mở mang sản xuất vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa về số lượng và chất lượng, vừa tạo ra được nguồn hàng xuất khẩu mở rộng thị trường nước ngoài. Tuy nhiên, không nên bảo hộ sản xuất nội địa với bất cứ giá nào.

Vì những lý do trên, hàng năm các quốc gia đều công bố danh mục thuế nhập khẩu, danh mục quản lý bằng hạn ngạch, giấy phép... nhằm đảm bảo cân đối giữa nhu cầu nhập khẩu và phát triển sản xuất trong nước.

2. Chính sách nhập khẩu trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội

Thực hiện mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nước ta đến năm 2010, tầm nhìn 2020, chính sách nhập khẩu của Nhà nước ta trong những năm tới là:

- Trước mắt dành một lượng ngoại tệ nhập khẩu nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất trong nước. Về lâu dài, một số nguyên liệu có thể tự lực cung cấp bằng nguồn trong nước như xăng dầu, phân bón, bông sợi...

- Ưu tiên nhập khẩu máy móc thiết bị công nghệ mới phục vụ cho việc thực hiện những mục tiêu của công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, cho tăng trưởng xuất khẩu. Chú ý nhập khẩu dụng cụ phụ tùng thay thế đúng chủng loại.

- Tiết kiệm ngoại tệ, chỉ nhập khẩu vật tư phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu và sản xuất hàng tiêu dùng để giảm thiểu nhu cầu nhập khẩu.

- Dành một tỷ lệ ngoại tệ thích hợp để nhập khẩu tư liệu tiêu dùng thiết yếu.

- Bảo hộ chính đáng sản xuất nội địa.

III. CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU

Công cụ quản lý điều hành nhập khẩu của các nước rất khác nhau. Có những nước đánh thuế cao đối với hàng nhập khẩu. Có những nước lại quản lý nhập khẩu qua quản lý ngoại tệ, qua các biện pháp phi thuế quan. Mục đích của các công cụ quản lý nhập khẩu là cản trở xuất khẩu của các nước khác vào lãnh thổ nước mình. Vì vậy, các nhà nhập khẩu và xuất khẩu phải biết được những quy định cụ thể và đặc điểm chính sách quản lý nhập khẩu của Nhà nước mình và nước mà họ bán hàng. Đây là vấn đề có ý nghĩa rất quan trọng đối với nhà nhập khẩu, xuất khẩu. Những công cụ quản lý nhập khẩu rất nhiều, phức tạp và đa dạng. Nhưng tựu trung lại có hai nhóm công cụ (biện pháp) là thuế quan và phi thuế quan.

1. Thuế nhập khẩu

1.1. Khái niệm

Có nhiều khái niệm khác nhau về thuế nói chung và thuế nhập khẩu nói riêng, xuất phát từ nhiều cách tiếp cận khác nhau: Từ quan điểm về kinh tế chính trị, từ góc độ người thu thuế, người nộp thuế, từ góc độ pháp luật...

Nhìn chung, chúng ta có thể hiểu: *Thuế nhập khẩu là một loại thuế quan đánh vào hàng mậu dịch, phi mậu dịch, khi hàng hóa đi qua khu vực hải quan của một nước.*

Hoặc được hiểu theo góc độ kinh tế đơn thuần là một khoản tiền mà đối tượng nộp thuế phải nộp cho cơ quan hải quan nước có hàng hóa đi qua khu vực hải quan của nước đó.

1.2. Phương pháp đánh thuế

Có rất nhiều cách đánh thuế khác nhau. Tùy theo mặt hàng nhập khẩu và chính sách của Nhà nước đối với từng mặt hàng nhập khẩu mà Nhà nước (cơ quan thuế) áp dụng các phương pháp đánh thuế nhập khẩu phù hợp.

Thuế tính theo giá: Là loại thuế đánh một tỷ lệ phần trăm (%) nhất định trên giá hàng nhập khẩu. Việc áp dụng cách tính thuế theo giá làm cho số tiền thuế thu được biến động theo sự thay đổi của giá hàng nhập khẩu. Trong trường hợp giá hàng nhập khẩu thấp thì thuế thu được thấp và sự bảo hộ của thuế có thể không rõ. Hơn nữa, thu thuế theo tỷ lệ giá hàng nhập khẩu đòi hỏi cơ quan thuế phải xác định được chuẩn xác giá nhập khẩu để thu thuế. Đây thường là khó khăn đối với cơ quan thuế.

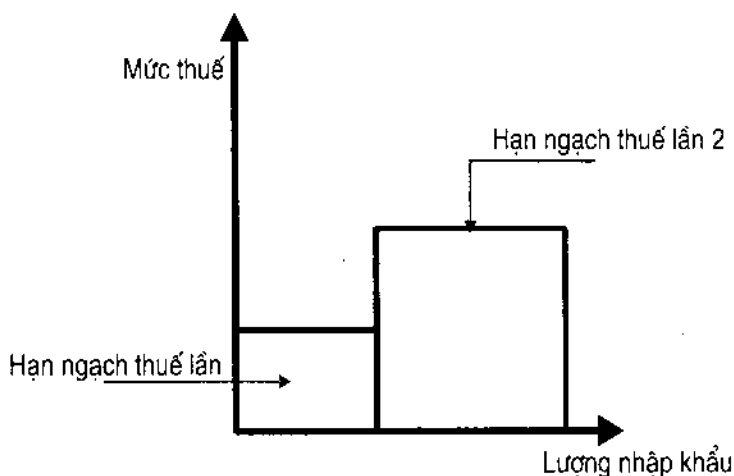
Thuế tuyệt đối: Là loại thuế quy định mức thuế theo giá trị tuyệt đối tính trên đơn vị hàng hóa nhập khẩu (số lượng, trọng lượng, dung tích)... Do đó, giá hàng nhập khẩu cao hay thấp đều không ảnh hưởng đến quy mô thuế thu được. Cách tính thuế đơn giản. Tuy nhiên, khi giá cả nhập khẩu biến động sẽ nảy sinh sự không công bằng giữa các đối tượng chịu thuế.

Thuế theo mùa: Là loại thuế áp dụng mức thuế khác nhau tùy thuộc vào mùa nhập khẩu. Vào mùa thu hoạch thì hàng nhập khẩu bị đánh thuế cao. Nhưng vào các mùa vụ khác lại đánh thuế thấp hơn để góp phần đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Nhiều nước áp dụng loại thuế này đối với các loại trái cây sản xuất trong nước đất đỏ, không trồng được quanh năm và rất khó cạnh tranh với các loại trái cây nhập khẩu rẻ từ nước ngoài.

Hạn ngạch thuế: Là chế độ thuế áp dụng mức thuế suất bằng 0% hoặc thấp khi hàng hóa nhập khẩu trong giới hạn số lượng hạn

ngạch nhập khẩu quy định, nhưng khi nhập khẩu vượt quá hạn ngạch thì phải chịu mức thuế cao hơn đối với phần vượt đó.

Hình 9.1. Hạn ngạch thuế quan



Ngoài các loại thuế đã trình bày ở trên, nhiều nước còn áp dụng các phương pháp tính thuế nhập khác như:

Thuế lựa chọn: Là loại thuế quy định cả hai cách tính theo giá và theo lượng, có thể chọn một trong hai cách tính theo số tiền thuế cao hay thấp.

Thuế hỗn hợp: Là loại thuế vừa áp dụng tính theo số lượng vừa áp dụng tính theo giá trên số hàng nhập khẩu.

Thuế tính theo giá tiêu chuẩn (có nước gọi là *thuế giá chênh lệch*): Là loại thuế đánh vào hàng nhập khẩu khi có sự chênh lệch giữa giá nhập khẩu và giá tiêu chuẩn do Nhà nước quy định. Việc áp dụng loại thuế suất này nhằm đối phó với trường hợp giá nhập khẩu thấp hơn giá tiêu chuẩn.

Mỗi cách tính thuế đều có ưu điểm và nhược điểm. Tùy thuộc vào mục đích thu thuế và tính chất của hàng hóa để giải quyết phương

pháp thu thích hợp, nhưng phổ biến nhất vẫn là áp dụng cách tính thuế theo giá.

1.3. Mức thuế và giá tính thuế

Mức thuế:

Mức thuế được xây dựng trên cơ sở chính sách thương mại và chế độ quản lý nhập khẩu của Nhà nước. Mức thuế có thể áp dụng chung cho tất cả các đối tác, theo từng mặt hàng, nhưng cũng có thể áp dụng mức thuế khác nhau đối với từng nhóm nước, hoặc từng nước. Có thể chỉ có một mức thuế cho một nhóm mặt hàng nhưng thông thường Biểu thuế nhập khẩu (hay còn gọi là Biểu thuế quan) có nhiều mức thuế.

Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu của Việt Nam hiện hành (Luật số 45/2005/QH-11) quy định áp dụng ba loại thuế suất đối với hàng nhập khẩu tùy thuộc vào các đối tác khác nhau. Đó là:

Thuế suất thông thường: Được áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước không có thỏa thuận về đối xử Tối huệ quốc (MFN) trong quan hệ với Việt Nam. Thuế suất thông thường được áp dụng thống nhất cao hơn 50% so với thuế suất ưu đãi.

Thuế suất ưu đãi: Được áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước hoặc khối nước có thỏa thuận đối xử Tối huệ quốc trong quan hệ thương mại với Việt Nam.

Thuế suất ưu đãi đặc biệt: Được áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ nước hoặc khối nước mà Việt Nam và họ đã có thỏa thuận đặc biệt về thuế nhập khẩu theo thể chế khu vực thương mại tự do, liên minh thuế quan hoặc để tạo thuận lợi cho giao lưu thương mại biên giới.

Thuế suất ưu đãi đặc biệt là thuế suất áp dụng với các nước thực hiện AFTA áp dụng từ ngày 23/7/2003.

Trị giá tính thuế:

Hiện nay, theo Nghị định 149/2005/NĐ-CP ngày 8/12/2005 quy định chi tiết thi hành Luật Thuế xuất nhập khẩu 2005 thì:

+ Giá tính thuế đối với hàng xuất khẩu là giá bán tại cửa khẩu xuất theo hợp đồng (FOB) không bao gồm phí vận tải và phí bảo hiểm, được xác định theo quy định của luật pháp về trị giá hải quan.

+ Giá tính thuế đối với hàng nhập khẩu là giá thực tế phải trả tính đến cửa khẩu nhập khẩu đầu tiên theo giá hợp đồng, được xác định theo quy định của luật pháp về trị giá hải quan

Trong Thông tư 113/2005/TT-BTC ngày 15/12/2005 hướng dẫn thi hành Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu năm 2005 có quy định cụ thể về cách xác định trị giá tính thuế theo 6 cách mà Hiệp định trị giá hải quan (ACV) của WTO quy định.

1.4. Biểu thuế nhập khẩu

Cấu tạo Biểu thuế nhập khẩu hiện hành của Việt Nam bao gồm 96 Chương từ Chương 1 đến Chương 97 (trừ Chương 77 để dự phòng). Mỗi chương được chia thành 5 cột.

Cột 1: Là cột mã hiệu của Nhóm hàng

Cột 2: Là cột mã hiệu của Phân nhóm hàng

Cột 3: Là cột mã hiệu của Mặt hàng

Cột 4: Là cột mô tả tên Nhóm hàng, Phân nhóm hàng hoặc Mặt hàng

Cột 5: Là cột quy định Đơn vị tính (trong Danh mục hàng hóa xuất nhập khẩu), hoặc Thuế suất (trong Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi).

Ví dụ: Biểu thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu tổng hợp và thuế VAT hàng nhập khẩu ban hành kèm theo Quyết định 110/2003/QĐ - BTC ngày 25/7/2003.

Mã số			Mô tả nhóm, mặt hàng	Đơn vị tính	Thuế suất (%)			Thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt				
Nhóm và phân nhóm					Ưu đãi	TT	VAT	K/h				
									03	04	05	06
0201			Thịt trâu, bò, tươi hoặc ướp lạnh									
0201	10	00	Thịt cả con và nửa con không đầu	kg	20	30	5	1	5	5	5	5
0201	20	00	Thịt có pha xương khác	kg	20	30	5	1	5	5	5	5
0201	30	00	Thịt lọc không xương	kg	20	30	5	1	5	5	5	5
0202			Thịt trâu, bò đông lạnh									
0202	10	00	Thịt cả con và nửa con không đầu	kg	20	30	5	1	5	5	5	5
0202	20	00	Thịt có pha xương khác	kg	20	30	5	1	5	5	5	5
0202	30	00	Thịt lọc không xương	kg	20	30	5	1	5	5	5	5

Diễn giải biểu thuế như sau:

+ Cột 1: Diễn giải Nhóm hàng gồm 4 chữ số (0201) trong đó, hai chữ số (02) biểu hiện mã số Chương 2 đối với các mặt hàng: Thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ; hai chữ số (01) diễn giải Nhóm 1 trong Chương đó.

+ Cột 2: Gồm 2 chữ số (10) diễn giải Phân nhóm (hiểu đầy đủ gồm 6 chữ số (201010)).

+ Cột 3: Gồm 2 chữ số (00) hiểu đầy đủ là bao gồm 8 số theo mã số HS.

Danh mục mặt hàng chịu thuế của Biểu thuế nhập khẩu được xây dựng trên cơ sở Danh mục của Hệ thống điều hoà mô tả và mã hóa hàng hóa của Tổ chức Hải quan thế giới (viết tắt là Danh mục HS), đến cấp độ phân nhóm hàng (mã hóa 6 chữ số); ở cấp độ mặt hàng (mã hóa 8 chữ số).

1.5. Mục đích và tác dụng của thuế nhập khẩu

Mục đích của việc đánh thuế nhập khẩu là:

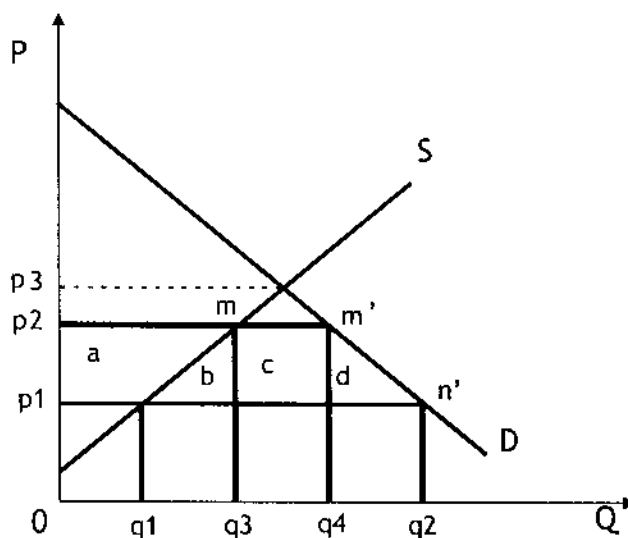
- * Góp phần vào việc phát triển và bảo hộ sản xuất;
- * Hướng dẫn tiêu dùng trong nước;
- * Góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách;
- * Thuế quan là công cụ quan trọng trong đàm phán quốc tế, góp phần thúc đẩy tự do hóa thương mại.

ii/ Thuế tác động đến phát triển sản xuất và bảo hộ sản xuất nội địa

Thuế nhập khẩu có xu hướng làm tăng giá trên thị trường nội địa, do đó có tác dụng bảo hộ sản xuất và thường được coi là một chính sách để bảo vệ ngành công nghiệp non trẻ. Tác dụng làm tăng giá trong nước như vậy gọi là “bảo hộ danh nghĩa” của thuế quan, và được minh họa bằng sơ đồ ở Hình 9.2.

Để đơn giản cho phân tích, chúng ta đặt giả thiết là tương quan giữa cung và cầu của sản phẩm đưa ra phân tích đã được xác định và bất biến. Về phía cầu, thị hiếu, giá bán các sản phẩm khác, lợi tức của người tiêu thụ hết thấy đều cố định. Về phía cung, sự thay đổi kỹ thuật, những yếu tố ngoại sinh, hay những thay đổi khác ảnh hưởng đến chi phí sản xuất cũng không xảy ra. Đặc biệt chúng ta tạm thời giả định không có thuế quan đánh vào nguyên liệu để sản xuất sản phẩm đó.

Hình 9.2. Phân tích lợi ích và chi phí của thuế quan



Giả thiết, số cung của thế giới có chi phí sản xuất cố định, nghĩa là nhà cung cấp nước ngoài sẵn sàng bán theo giá bất biến với bất kỳ số cầu thực nào của người tiêu thụ trong nước.

Trong Hình 9.2, S và D là các đường cung và cầu trong nước, Op_1 là giá bán bất biến của nhà cung cấp ngoại quốc. Và như vậy, mức giá quân bình khi có tự do buôn bán là Op_1 . Do cho tự do buôn bán, nước ngoài đã bán với giá Op_1 , thì nhà sản xuất trong nước không thể tính giá bán cao hơn giá đó. Nhà sản xuất trong nước phải định lượng

sản xuất ra ở chi phí sản xuất cận biên bằng với chi phí sản xuất cố định của ngoại quốc, đó là sản lượng ở mức Oq_1 . Vì số cầu trong nước là Oq_2 , nên phải nhập khẩu là $q_1 - q_2$.

Nếu không được tự do nhập khẩu giá bán quân bình trong nước sẽ là Op_3 . Nếu bây giờ đánh thuế với mức thuế là t_0 ($p_1 - p_2$) giá cung lúc này sẽ là Op_2 , mặc dù giá bán của nước ngoài không đổi vì chi phí sản xuất cố định.

Với giá Op_2 (khi có thuế quan), nhà sản xuất trong nước có thể sản xuất ở một mức chi phí cận biên cao hơn, sản lượng tăng lên Oq_3 , thay thế một phần cho số nhập khẩu (trước khi có thuế). Người ta thường gọi đây là hiệu quả thay thế nhập khẩu của thuế quan.

Phí tổn sản xuất đơn vị cao hơn do sự gia tăng số sản xuất trong nước được phản ánh trong hình chữ nhật $p_1 - p_2 - m - n'$. Đây chính là những mất mát do thuế quan đem lại, được phản ánh trong hai khái niệm tác động: Tác động bảo hộ và tác động chuyển nhượng.

Tác động bảo hộ: Gọi là bảo hộ vì với giá bán cao hơn sẽ tạo cơ hội kinh doanh cho các nhà sản xuất trong nước kém hiệu quả. Thêm mỗi đơn vị sản xuất ra là tăng thêm một mức độ kém hiệu quả. Tổng phí tổn về sản xuất thêm $q_1 - q_3$ được đo bằng tam giác b.

Tác động chuyển nhượng: Giá bán cao hơn (do có thuế nhập khẩu) được tính cho mỗi đơn vị của toàn bộ số lượng cung ứng trong khi tác động bảo hộ chỉ ứng với phần cung ứng gia tăng. Do đó, phần thu hoạch thêm của các nhà sản xuất có hiệu quả được đo bởi tứ giác a là phần thặng dư so với chi phí sản xuất. Đây chính là phần chuyển nhượng hay tái phân phối lợi tức từ giới tiêu thụ sang giới sản xuất.

Tóm lại, một mức thuế quan đánh vào hàng nhập khẩu sẽ cạnh tranh với hàng hóa trong nước sẽ làm cho giá cả trong nước tăng lên. Giá cả tăng lên làm giảm nhu cầu tiêu dùng, tăng sản xuất trong nước

và giảm nhập khẩu. Do vậy, có thể nói thuế quan là một công cụ hữu hiệu để phát triển và bảo hộ sản xuất trong nước.

Tuy nhiên, những luận cứ bảo vệ cho một chính sách bảo hộ chỉ thích hợp trong ngắn hạn và trên phương diện phi kinh tế, hay chỉ nên áp dụng trong một số trường hợp cụ thể mà thôi. Bởi vì bảo hộ làm giảm và có thể mất hẳn những lợi ích do phân công lao động quốc tế mang lại.

Tỷ suất bảo hộ danh nghĩa (Nominal Protection Rate - NPR): Có hai loại NPR là tỷ suất bảo hộ danh nghĩa thuế quan và tỷ suất bảo hộ danh nghĩa thực. Bảo hộ thuế quan khác với bảo hộ thực. Bảo hộ thuế quan cho ta biết sự bảo hộ giá trị danh nghĩa là như thế nào nếu không có hạn chế về số lượng, không có buôn lậu và những nhân tố khác có thể làm cho thuế nhập khẩu trở nên méo mó (thừa hoặc thiếu).

Trong trường hợp bảo hộ của thuế quan, tính tỷ lệ bảo hộ theo công thức sau:

$$Btq = \frac{Pw.(1+t)}{Pw} - 1 \quad (1)$$

Ví dụ: Để bảo hộ ngành sản xuất xe đạp, Chính phủ đánh thuế nhập khẩu xe đạp thường là 50% theo trị giá nhập khẩu. Một chiếc xe đạp nữ nhập khẩu trị giá là 600.000đ, sẽ được bán ở thị trường nội địa ít nhất là 900.000đ.

Tỷ lệ bảo hộ cho sản xuất xe đạp sẽ là:

$$= \frac{600.000(1+0,5)}{600.000} - 1 = 0,5 \text{ hay } 50\%$$

Bây giờ chúng ta nghiên cứu cách tính tỷ lệ bảo hộ của thuế quan trong tình huống có một cơ cấu thuế phức tạp hơn.

Tác động của Biểu giá tính thuế

Thông thường, thuế nhập khẩu đánh theo giá trị hàng ghi trong hóa đơn. Tuy nhiên, để đề phòng việc ghi giá thấp hơn giá trong hóa đơn, một số Chính phủ đôi khi chủ trương đánh thuế căn cứ vào giá được ghi trong biểu giá tính thuế của mình (P_g). Biểu giá tính thuế là một bảng giá “quốc tế chính thức” do các viên chức xây dựng cho những sản phẩm nhập khẩu. Trong trường hợp này tỷ lệ bảo hộ của thuế quan được tính như sau:

$$Btq = \frac{P_w + t \times P_g}{P_w} - 1 = \frac{P_g}{P_w} \times t \quad (2)$$

Ví dụ: Giả thiết rằng giá do Chính phủ quy định cho xe đạp nữ nhập khẩu là 700.000đ, trong khi giá khai báo (trong hóa đơn) là 600.000đ. Cũng giả định Chính phủ vẫn đánh thuế 50% vào xe đạp nhập khẩu. Kết quả là bảo hộ của thuế quan tăng từ 50% lên 58% $\left(\frac{700.000}{600.000} \times 0,5 \right)$.

Tác động của thuế nội địa:

Nhìn chung, thuế gián thu không phân biệt đối xử đối với hàng sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu. Điều đó tạo nên sự ngang bằng trong bán lẻ giữa hàng hóa sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu được thể hiện bằng sự ngang bằng giữa giá cả nội địa của sản phẩm nhập khẩu và giá cả bên trong của sản phẩm trong nước.

Tuy nhiên, sự phân biệt đối xử bằng thuế nội địa cũng là một công cụ khác về bảo hộ của Chính phủ cho sản xuất. Trên thực tế, khi tỷ suất thuế gián thu đánh vào hàng nhập khẩu cao hơn là đối với một sản phẩm nội địa, thì sự bảo hộ đối với sản xuất nội địa sẽ tăng lên. Khi đó, tỷ lệ bảo hộ của thuế quan dưới tác động của thuế nội địa sẽ là:

$$Btq = \frac{(1+t) \times (1+t_{im})}{(1+t_{id})} - 1 \quad (3)$$

Trong đó:

t_{id}, t_{im} = Thuế gián thu (các sản phẩm nội địa (d) và nhập khẩu (m)).

t = Tỷ suất theo giá trị hàng hóa của toàn bộ các thuế nhập khẩu.

Ví dụ: Đối với ô tô nhập khẩu, ngoài việc phải chịu thuế nhập khẩu là 60%, còn phải nộp thêm thuế tiêu thụ đặc biệt với thuế suất là 100%. Nhưng với các ô tô sản xuất trong nước, không phải nộp thuế tiêu thụ đặc biệt mà chỉ phải nộp 10% khi bán hàng. Trong trường hợp này bảo hộ của thuế quan sẽ là:

$$Btq = \frac{(1 + 0,6) \times (1 + 1,0)}{(1 + 0,1)} - 1 = 1,9 = 190 \%$$

Trái lại, cả ô tô nhập khẩu và ô tô sản xuất trong nước khi bán hàng đều phải nộp như nhau loại thuế tiêu thụ đặc biệt với thuế suất là 100%.

Bảo hộ thuế quan trong trường hợp này là:

$$Btq = \frac{(1 + 0,6) \times (1 + 1,0)}{(1 + 1,0)} - 1 = 0,6 = 60\%$$

Tình hình sẽ khác đi, không có lợi cho nhà sản xuất trong nước, nếu sản xuất ô tô trong nước phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt là 120%, chứ không phải 100%.

$$Btq = \frac{(1 + 0,6) \times (1 + 1,0)}{(1 + 1,2)} - 1 = 0,45 = 45\%$$

Như vậy, khả năng có 3 trường hợp:

$t_{im} > t_{id}$	Phân biệt đối xử không có lợi đối với hàng nhập khẩu
$t_{im} = t_{id}$	Không có phân biệt đối xử giữa hàng sản xuất trong nước và hàng nhập khẩu
$t_{im} < t_{id}$	Đối xử có lợi cho hàng nhập khẩu

Bảo hộ danh nghĩa thực:

Trên thực tế, khi ta thu một mức thuế đối với hàng nhập khẩu, không nhất thiết xảy ra việc tăng giá cả tương ứng trên thị trường nội địa đối với hàng hóa đó. Vì vậy, tỷ lệ bảo hộ danh nghĩa thường không trùng hợp với bảo hộ thực. Bảo hộ thực được hiểu là chênh lệch tính bằng phần trăm (%) mà người sản xuất nội địa nhận được (P_d) và giá quốc tế (P_w). Bảo hộ thực chịu tác động của tất cả các nhân tố, như: Hàng rào thuế quan, phi thuế quan, buôn lậu v.v... Bảo hộ thực được tính theo công thức:

$$Btt = \frac{Pd}{Pw} - 1 \quad (4)$$

Ví dụ: Một chiếc ô tô du lịch (dưới 8 chỗ ngồi) trị giá nhập khẩu là 370 triệu VND. Thuế nhập khẩu và thuế tiêu thụ đặc biệt đánh vào chiếc ô tô nhập khẩu này là 60% và 100%. Vậy chiếc ô tô này phải được bán ở trên thị trường nội địa không thấp hơn 1.184 triệu VND. Mức bảo hộ danh nghĩa của thuế quan trong trường hợp này là 220%.

$$Btt = \frac{1.184}{370} - 1 = 2,2 \quad \text{hay } 220\%$$

Nhưng do tác động của chính sách hạn chế nhập khẩu của buôn lậu... nên trên thị trường nội địa khi thì được bán với giá cao hơn, khi thì thấp hơn nhiều giá nhập khẩu cộng với các loại thuế trên.

Giả dụ ở thời điểm đầu năm chiếc ô tô loại này được bán phổ biến ở trên thị trường chỉ có 1.110 triệu VND đến cuối năm giá lại tăng lên đến 1.210 triệu VND. Mức bảo hộ thực trong trường hợp đầu là $200\% \left(\frac{1.110}{370} - 1 = 2,0 \text{ hay } 200\% \right)$; còn trong trường hợp

sau là $\left(\frac{1210}{370} - 1 = 2,27 \text{ hay } 227\% \right) 227\%$

Sự biến động giá trên thị trường nội không tương ứng với tiền thuế (hoặc tỷ lệ thuế) phản ánh trong giá cả hàng hóa, vì vậy gây nên hiện tượng gọi là thuế thiếu và thuế thừa như ví dụ trên đây.

Bên cạnh tỷ suất bảo hộ danh nghĩa NPR, còn có tỷ suất bảo hộ hiệu quả (Effective Protection Rate - EPR) khi thuế đánh vào thành phần nhập khẩu chênh lệch so với thuế đánh vào các đầu vào nhập khẩu..

Trong tình huống không có méo mó về thuế (có thuế “thừa” hay “thiếu”) nếu thuế nhập khẩu càng cao thì sự bảo hộ sản xuất nội địa càng lớn. Điều này chúng ta có thể thấy rõ một phần qua các ví dụ trên đây. Nhưng chúng ta biết rằng, một điều quan trọng đối với các nhà sản xuất không phải chỉ là giá bán hàng của mình trên thị trường mà còn là giá mua những đầu vào cho sản xuất. Giá mua ấy cũng bị những biện pháp bảo hộ tác động đến. Tỷ lệ bảo hộ hiệu quả thực tế cho phép tính đến các tác động phối hợp của những biện pháp bảo hộ đối với các đầu ra và các đầu vào. Người ta định nghĩa tỷ lệ bảo hộ hiệu quả thực, là sự biến đổi phần trăm của giá trị gia tăng vào giá nội địa so với giá trị ấy được tính theo giá quốc tế.

Ở đây giá trị gia tăng nội địa xảy ra chủ yếu là do chính sách ngoại thương, cụ thể hơn là chính sách thuế quan của Nhà nước.

Để lượng tính sự bảo hộ hiệu quả thực, cần phải so sánh hai mức chênh lệch:

Thứ nhất, là chênh lệch giữa giá đã chịu thuế quan của đầu vào và đầu ra trong nước, hay giá trị gia tăng đo bằng giá cả trong nước.

Thứ hai, cũng chênh lệch đó nhưng đo bằng giá thế giới, gọi là giá trị gia tăng bằng giá cả thế giới. Mức chênh lệch thứ nhất vượt mức chênh lệch thứ hai gọi là tỷ suất bảo hộ hiệu quả thực sự (viết tắt là B_{et}).

$$B_{et} = \frac{\text{Giá trị gia tăng theo giá trong nước} - \text{Giá trị gia tăng theo giá thế giới}}{\text{Giá trị gia tăng theo giá thế giới}}$$

Ta gọi:

V_d: Là giá trị gia tăng theo giá trong nước khi có các chính sách ngoại thương (chính sách thuế quan).

V_n: Là giá trị gia tăng theo giá quốc tế, thì:

$$B_{et} = \frac{V_d - V_n}{V_n} \quad (5)$$

Ở đây:

+ V_d = P_d - C_d và:

$$P_d = P_w (1 + t_o)$$

$$C_d = C_w (1 + t_i)$$

$$+ V_w = P_w - C_w$$

Trong đó:

P_d = Giá nội địa của sản phẩm nhập khẩu

C_d = Giá nội địa của các đầu vào nhập khẩu

t_o, t_i : Thuế suất đánh vào thành phẩm nhập khẩu và vào các đầu vào nhập khẩu.

P_w: Giá quốc tế của thành phẩm nhập khẩu

C_w: Giá quốc tế của các đầu vào sản phẩm nhập khẩu

Công thức (5) có thể được thay bằng cách tính thứ 2:

$$B_{et} = \frac{t_n - t_i \times i}{V}$$

Trong đó:

t_n : Thuế suất đánh trên thành phẩm

t_i : Thuế suất đánh vào đầu vào nhập khẩu

i : Tỷ lệ trị giá đầu vào trên trị giá thành phẩm (theo giá quốc tế)

V : Tỷ lệ trị giá gia tăng trong khi chế biến.

Để minh họa cơ chế bảo hộ hiệu quả thực sự, chúng ta giả định để có được chiếc xe đạp nữ với giá 600.000đ (giá nhập khẩu) cần 200.000đ vật tư đầu vào như thép và các phụ liệu cho việc sản xuất ra chiếc xe đạp trên. Chế độ thuế quan thống nhất đánh vào xe đạp nhập khẩu là 50%.

+ Để khuyến khích sản xuất xe đạp trong nước, Chính phủ cho phép ngành sản xuất xe đạp nhập khẩu thép và phụ liệu được hưởng mức thuế ưu đãi 1% trên giá nhập.

Áp dụng cách tính của công thức (5) ta có:

$$P_d = 600.000đ (1 + 0,5) = 900.000đ$$

$$C_d = 200.000đ (1 + 0,01) = 202.000đ$$

$$\text{Vậy } V_d = 900.000đ - 202.000đ = 698.000đ$$

$$V_n = 600.000đ - 200.000đ = 400.000đ$$

$$\text{Và } B_{et} = \frac{698.000 - 400.000}{700.000} = 0,425 \text{ hay } 42,5\%$$

Hoặc cách tính thứ hai:

$$B_{et} = \frac{50\% - 1 \times 0,33\%}{0,66\%} = 74,5\%$$

+ Nếu không muốn bảo hộ ngành sản xuất xe đạp, Chính phủ đánh thuế nhập khẩu thống nhất là 50% vào cả đầu vào và đầu ra nhập khẩu thì:

$$B_{et} = \frac{600.000 - 400.000}{400.000} = 0,50 \text{ hay } 50\%$$

Từ những ví dụ trên, nếu $V_d > 0$ chúng ta có thể phân loại B_{et} như sau:

Bảo hộ tiêu cực	$V_d > V_n$	$-1 < B_{et} < 0$
Bảo hộ tích cực	$V_d > V_n$	$B_{et} > 0$

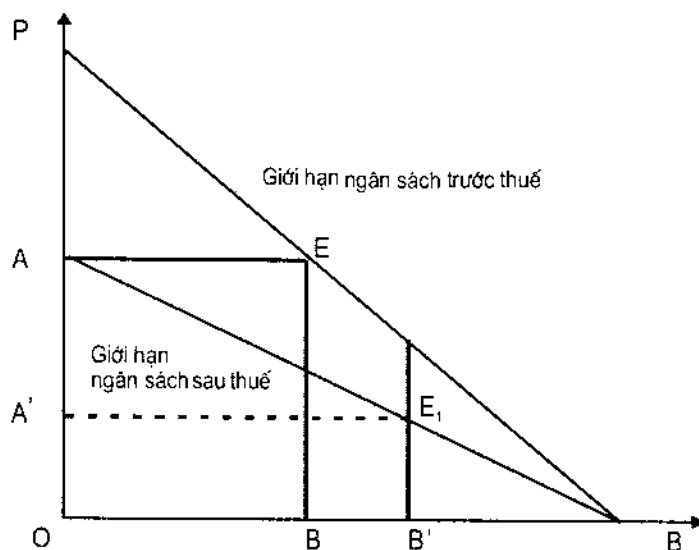
Như vậy, bảo hộ hiệu quả thật sự càng cao thì khả năng sản xuất hàng có hiệu quả càng cao và do vậy, nền công nghiệp đó càng được củng cố ở trong nước.

Sự kiện bảo hộ thật sự có thể khác biệt với bảo hộ thuế quan danh nghĩa mang lại nhiều hàm ý lý thú. Sự bảo vệ thực sự mà một ngành công nghiệp được hưởng có thể gia tăng chỉ vì có sự giảm thuế đánh trên các đầu vào mà ngành công nghiệp đó được sử dụng. Việc giảm thuế cho các đầu vào lại dễ thực hiện hơn tăng thuế đầu vào. Và có vẻ như khuyến khích tự do mậu dịch hơn. Các quốc gia có thể gia tăng bảo vệ đối với các nhà sản xuất trong nước thông qua đặc quyền thuế quan như vậy. Các ngành công nghiệp hướng về xuất khẩu thường không thể hưởng lợi trên thị trường quốc tế, nếu thuế quan bảo vệ lại đánh cả vào những đầu vào nhập khẩu mà ngành công nghiệp đó sử dụng. Vì vậy, đánh thuế thấp hoặc không thu thuế các đầu vào nhập khẩu có thể vừa là biện pháp bảo hộ hữu hiệu sản xuất nội địa, vừa là giải pháp khuyến khích xuất khẩu.

ii/ Thuế quan góp phần hướng dẫn tiêu dùng trong nước

Để xem xét tác động của thuế nhập khẩu đối với giới tiêu dùng nội địa như thế nào, trước hết chúng ta giả thiết rằng, thu nhập của mỗi người tiêu dùng là cố định, và người tiêu dùng đó có thể lựa chọn mua một trong hai hàng hóa A và B.

Hình 9.3. Thuế quan góp phần hướng dẫn tiêu dùng



Khi chưa có thuế nhập khẩu, người tiêu dùng vừa mua sản phẩm A và B theo một tỷ lệ nào đó. Họ phân chia phần thu nhập của mình để mua, giả sử tại điểm E (với lượng hàng OA và OB).

Giả sử Nhà nước đánh thuế nhập khẩu đối với một mức thuế nào đó theo giá của sản phẩm A, khi đó đường giới hạn ngân sách sẽ thu hẹp lại. Người tiêu dùng sẽ hạn chế việc mua sản phẩm A và sẽ mua nhiều sản phẩm B. Và để cân đối lại ngân sách, người tiêu dùng sẽ phân chia phần thu nhập cố định của mình tại điểm E_1 (với lượng hàng OA' và OB').

Như vậy, ta có thể thấy thuế nhập khẩu trong trường hợp này đã tác động đến hành vi của người tiêu dùng trên hai khía cạnh.

Trước khi đánh thuế vào sản phẩm A, người tiêu dùng có thể tự liệu phân phối thu nhập của mình sao cho mua được cả hai sản phẩm A và B nhiều nhất. Sau khi đánh thuế vào sản phẩm A thì người tiêu dùng có xu hướng phân bố thu nhập của mình nghiêng về mua được

sản phẩm B nhiều hơn. Đó chính là tác động của thuế nhập khẩu tới việc hướng dẫn tiêu dùng trong nước.

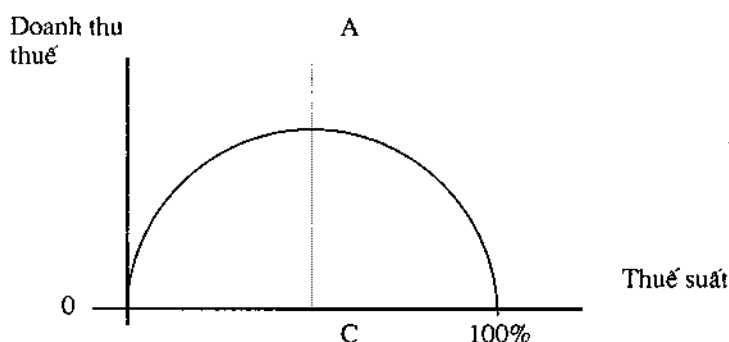
iii/ Thuế nhập khẩu góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách

Trên mỗi đơn vị nhập khẩu, Nhà nước thu được một số thuế nhất định trên Hình 9.2. Trong số thuế thu được trên số lượng nhập khẩu q_3 q_4 chính là diện tích hình chữ nhật c, có chiều dài là số lượng nhập khẩu và chiều rộng là mức thuế nhập khẩu.

Chúng ta có thể mô tả lập luận này bằng đường biểu diễn của A.B.Laffer nhà kinh tế học Mỹ. Đường biểu diễn này biểu thị mối quan hệ giữa thuế và thu nhập của Chính phủ. Laffer cho rằng, sau thập niên 70 nền kinh tế Mỹ xuất hiện tình trạng "đình trệ". Nguyên nhân chủ yếu là do cung không đủ, do sai lầm của Chính phủ trong các mặt thu thuế,

chế độ quản lý kinh tế, thanh toán tạo nên. Thu thuế nặng nề, các khoản chi quá lớn và chế độ quản lý kinh tế khá khắt

Hình 9.4. Đường cong Laffer



khe đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới việc sản xuất, đầu tư, gửi tiết kiệm và việc làm của dân cư nên tình hình kinh tế trì trệ, lạm phát tiền tệ. Laffer cho rằng, tỷ suất thuế và thu nhập thuế tồn tại mối quan hệ hàm số, áp dụng tỷ suất thuế cao chưa chắc đã cho thu nhập thuế cao.

Khi thuế suất bằng 0% nghĩa là Chính phủ không can thiệp vào sản xuất. Sản xuất phát triển, nhưng thu nhập của Chính phủ bằng không (0%). Sản xuất rơi vào trạng thái vô Chính phủ.

Khi thuế suất dịch sang bên phải, thu nhập thuế tăng dần lên, khi tới C thu nhập thuế đạt cao nhất ở A. Vậy điểm C là điểm sản xuất cao nhất, thuế thu tốt nhất. Nếu thuế suất vượt quá C, thuế không tăng mà còn giảm. ở mức thuế 100%, sản xuất đình trệ và thu nhập thuế bằng 0.

Điểm A trong đường biểu diễn Laffer, mặc dù ở giữa khoảng từ 0 - 100%, nhưng không nhất định đại diện cho 50%. Nó chỉ nói rõ về mặt khách quan; trong tỷ suất thuế có tồn tại một điểm tốt nhất, đạt tới điểm này sẽ khiến cho sản xuất và thu nhập thuế đạt tới mức lớn nhất. Một trách nhiệm quan trọng của Chính phủ là bằng mọi cách tìm ra điểm tốt nhất và thông qua các biện pháp thực hiện sản xuất ở điểm tốt nhất này. Đương nhiên điểm tốt nhất không phải là cố định. Khi tình hình chính trị, kinh tế thay đổi, Chính phủ nên căn cứ vào sự thay đổi đó mà tìm kiếm điểm tốt nhất.

Trong một nước mà hệ thống chưa phát triển, thuế xuất nhập khẩu gần như được xem là một nguồn thu chính vì dễ thực thu. Nhiều nước châu Á phát triển nhờ vào thương mại quốc tế, và điều đáng ngạc nhiên là thuế nhập khẩu chiếm một tỷ lệ cao trong tổng nguồn thu của Chính phủ. Ví dụ: Ấn Độ 28,5%; Philippin 24%; Thái Lan 23%; Malaysia 17%; Đài Loan 14%. Trong khi đó, các nước giàu có tỷ lệ rất thấp Mỹ 1,4%; Canada 1,7%; Anh 0,07%; Pháp 0,03%; CHLB Đức 0%.

Ở Việt Nam, do mở rộng hoạt động ngoại thương, nên nguồn thu từ thuế xuất nhập khẩu cũng tăng lên qua các năm và góp phần đáng kể vào nguồn thu của ngân sách.

Thuế xuất nhập khẩu, chủ yếu là thuế nhập khẩu ở Việt Nam, trong những năm 90 chiếm từ 25% đến 28% tổng số thu thuế của ngân sách Nhà nước.

iv. Thuế quan là công cụ quan trọng trong đàm phán quốc tế góp phần thúc đẩy tự do hóa thương mại

Các quốc gia không kể quy mô và trình độ phát triển đang tìm mọi cách tham gia vào thị trường thế giới và khu vực, nhằm thụ hưởng những lợi ích do hợp tác và phân công lao động quốc tế mang lại. Một trong những cố gắng của các quốc gia theo hướng này là tìm cách giảm dần và tiến tới xoá bỏ các rào cản thương mại.

Các quốc gia đã và đang đạt được những kết quả nhất định theo hướng này.

Trong 7 vòng đàm phán (1948 - 1994), các thành viên GATT đã đạt được thoả thuận giảm thuế cho 89.900 hàng hóa. Vấn đề giảm thuế quan, các rào cản thương mại và loại trừ phân biệt đối xử vẫn là mục tiêu cơ bản của WTO (GATT - 1994).

Theo Hiệp định Uruguay (kết quả vòng đàm phán thứ 8 của GATT), từ năm 1994 đến năm 2005, mức thuế quan trung bình sẽ giảm 40%. Với mức giảm như vậy, mức thuế hàng hóa nói chung ở các nước công nghiệp phát triển còn khoảng không quá 5%, trừ hàng dệt và may mặc, mức trung bình khoảng 10 - 30%. Chủ yếu là đối với hàng nhập từ các nước đang phát triển, mức thuế quan trung bình ở các nước Đông Á chỉ còn từ 5 - 15%, Nam Á: 10 - 60%; Mỹ La tinh, Trung Đông, châu Phi: 10 - 25%.

Để tạo cho tự do thương mại, các nước tham gia WTO cũng đã cam kết thuế hóa các biện pháp không mang hình thức thuế và không đưa thêm các hình thức bảo hộ mới ngoài khuôn khổ của GATT. Mọi chính sách kinh tế rõ ràng sẽ làm cho thương mại quốc tế không còn cản trở để các doanh nghiệp phải lo lắng. Theo Tổng Thư ký GATT thì 95% số hàng hóa trong mậu dịch quốc tế sẽ được điều tiết chủ yếu bằng công cụ thuế quan.

Các nước thành viên WTO cũng thoả thuận rằng, mọi loại thuế và khoản thu nội địa sẽ không áp dụng trực tiếp hay gián tiếp đối với các sản phẩm nhập khẩu cao hơn những khoản thuế và thu nội địa đánh vào sản phẩm trong nước tương ứng.

Việt Nam đã gia nhập ASEAN ngày 28/07/1995 và Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) năm 1997. Việt Nam đang đàm phán để gia nhập WTO. Trong khuôn khổ ASEAN, Việt Nam đã ký kết Nghị định thư (15/12/1995) gia nhập Hiệp định về Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT) cho khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) và cam kết thực hiện những nội dung của CEPT.

** Nội dung các cam kết đó là:*

Áp dụng trên cơ sở có đi có lại, ưu đãi Tối huệ quốc (MFN) và ưu đãi quốc gia (NT) cho các nước thành viên ASEAN. Cung cấp các thông tin phù hợp về chính sách thương mại theo yêu cầu.

- Chuẩn bị một danh mục để cắt giảm thuế quan và bắt đầu thực hiện việc cắt giảm thuế có hiệu lực từ ngày 01/01/1996 và hoàn thành thuế suất từ 0 - 5% vào ngày 01/01/2006.

- Chuyển các sản phẩm tạm thời chưa cắt giảm vào danh mục cắt giảm theo 5 bước bằng nhau bắt đầu từ ngày 1/1/1999 và kết thúc vào ngày 1/1/2003 và chuẩn bị một danh mục các sản phẩm để chuyển vào từng năm.

- Chuyển dần các sản phẩm nông nghiệp được loại trừ tạm thời vào danh mục cắt giảm bắt đầu từ ngày 01/01/2000 và kết thúc vào ngày 01/01/2006, và chuẩn bị một danh mục các sản phẩm để chuyển vào từng năm.

Thực hiện các cam kết về thuế quan trên đây, Chính phủ Việt Nam đã đưa ra lịch trình cắt giảm tổng thể để thực hiện CEPT/AFTA.

Trong Biểu thuế nhập khẩu của Việt Nam hiện có 6.400 dòng thuế, lịch trình cắt giảm thuế được chia ra:

+ Đối với 4.270 dòng thuế đã đưa vào Danh mục cắt giảm ngay từ ngày 01/01/1996 đến tháng 12/2000 sẽ tiếp tục cắt giảm theo lịch trình.

+ Đối với 1.940 dòng thuế thuộc Danh mục loại trừ tạm thời, thực hiện cắt giảm như sau:

- Năm 2001, cắt giảm 720 dòng thuế, chủ yếu là các loại thuế suất hiện hành trong khoảng 20 - 40%.
- Năm 2002, cắt giảm 510 dòng thuế, chủ yếu là các loại thuế suất hiện hành trên 40%.
- Năm 2003, cắt giảm 710 dòng thuế, chủ yếu là các loại có thuế suất hiện hành trên 60%.
- Mức thuế của 6.210 dòng thuế nhập khẩu trên đây, tức là 97% các dòng thuế nhập khẩu áp dụng cho các nước ASEAN sẽ giảm xuống tới 20% vào năm 2003.
- Riêng đối với 190 dòng thuế thuộc Danh mục loại trừ hoàn toàn và Danh mục nhạy cảm sẽ nghiên cứu để đưa ra lịch trình cắt giảm sau năm 2003.

Thời hạn cuối cùng vào năm 2006 thuế nhập khẩu của Việt Nam thì ASEAN sẽ chỉ còn 0 - 5%. Các thành viên APEC đã thông qua Chương trình hành động của APEC nhằm thiết lập cộng đồng kinh tế châu Á - Thái Bình Dương vì một nền thương mại tự do, đa phương hóa trong khu vực, dựa trên những nguyên tắc của GATT/ WTO. Việt Nam cũng đã cam kết tham gia vào Chương trình này. Và có thể nói, những cam kết mà Việt Nam thực thi trong APEC là một bước đi trước của tiến trình gia nhập WTO.

Về lĩnh vực thuế quan, Việt Nam cam kết thực hiện chương trình thương mại mở và tự do trong khu vực bằng cách giảm dần thuế quan; đảm bảo hệ thống, chế độ thuế quan của nước mình luôn luôn được công bố rõ ràng. Hàng năm Việt Nam phải thông báo các kết quả giảm thuế của Việt Nam để thực hiện tự do hóa thương mại.

Việc thực hiện các cam kết về thuế quan trên với các tổ chức hợp tác kinh tế khu vực sẽ là một thách thức đối với nền kinh tế và khu vực. Nhưng việc giảm dần thuế quan tạo thuận lợi cho thương mại và đầu tư quốc tế, qua đó tạo điều kiện khuyến khích việc chuyển giao kỹ thuật đổi mới công nghệ cho nền sản xuất trong nước; tranh thủ ưu đãi về thuế mở rộng thị trường cho xuất khẩu và thu hút đầu tư.

** Quan điểm của WTO về thuế quan:*

Mục tiêu của WTO là dần dần tiến tới tự do hóa trên phạm vi toàn cầu về thương mại. Vì vậy, các cản trở thuế quan và phi thuế quan dần dần cần phải dỡ bỏ. Nhưng do xuất phát điểm về mặt kinh tế giữa các thành viên của WTO khác nhau, do vậy WTO vẫn thừa nhận cho phép các nước sử dụng thuế quan để bảo hộ sản xuất trong nước, nhưng phải ràng buộc và cam kết mức thuế tiến tới dần dần dỡ bỏ hoàn toàn.

2. Những biện pháp quản lý nhập khẩu thông qua các hàng rào phi thuế quan

2.1. Khái niệm

Hiện nay có nhiều quan niệm về hàng rào phi thuế quan (NTM). Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) năm 1997 đã định nghĩa: "Hàng rào phi thuế quan là những biện pháp biên giới nằm ngoài phạm vi thuế quan có thể được các quốc gia sử dụng, thông thường dựa trên cơ sở lựa chọn, nhằm hạn chế nhập khẩu".

Bên cạnh các định nghĩa trên, chúng ta đề cập tới định nghĩa về các biện pháp phi thuế quan và các hàng rào phi thuế quan của WTO:

“Biện pháp phi thuế quan là những biện pháp ngoài thuế quan, liên quan hoặc ảnh hưởng đến sự luân chuyển hàng hóa giữa các nước”.

Theo cách định nghĩa này thì WTO cũng đã dựa trên cơ sở của thuế quan. Từ đó, WTO xây dựng định nghĩa về hàng rào phi thuế quan như sau: “Hàng rào phi thuế quan là những biện pháp phi thuế quan mang tính cản trở đối với thương mại mà không dựa trên cơ sở pháp lý, khoa học hoặc bình đẳng”.

2.2. Ưu và nhược điểm khi sử dụng các biện pháp phi thuế quan

2.2.1. Ưu điểm

a) Phong phú về hình thức: Nhiều biện pháp phi thuế quan khác nhau có thể đáp ứng cùng một mục tiêu, áp dụng cho cùng một mặt hàng.

Các NTM trong thực tế rất phong phú về hình thức nên khả năng tác động và mức độ đáp ứng mục tiêu của chúng cũng rất đa dạng. Do đó, nếu sử dụng NTM để phục vụ một mục tiêu đề ra thì có thể sẽ có nhiều sự lựa chọn, kết hợp hơn mà không bị gò bó chặt hẹp trong khuôn khổ một công cụ duy nhất như thuế quan. Ví dụ: Để hạn chế nhập khẩu một mặt hàng bất kì, có thể đồng thời áp dụng các biện pháp hạn ngạch nhập khẩu, cấp giấy phép nhập khẩu không tự động, đầu mối nhập khẩu, phụ thu nhập khẩu.

b) Đáp ứng nhiều mục tiêu: Một NTM có thể đồng thời đáp ứng nhiều mục tiêu với hiệu quả cao.

Mỗi quốc gia thường theo đuổi nhiều mục tiêu trong chính sách kinh tế, thương mại của mình. Các mục tiêu đó có thể là: (i) Bảo hộ sản xuất trong nước, khuyến khích phát triển một số ngành nghề; (ii) Bảo vệ an toàn sức khỏe con người, động thực vật, bảo vệ môi trường; (iii) Hạn chế tiêu dùng; (iv) Đảm bảo cân bằng cán cân thanh toán; (v) Bảo đảm an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, v.v... Các NTM có

thể đồng thời phục vụ hiệu quả nhiều mục tiêu khác nhau trong khi có thể việc sử dụng công cụ thuế quan không khả thi hoặc không hữu hiệu bằng. Ví dụ: Quy định về vệ sinh kiểm dịch đối với nông sản nhập khẩu vừa đảm bảo an toàn sức khỏe con người, đồng thực vật lại vừa gián tiếp bảo hộ sản xuất nông nghiệp trong nước một cách hợp pháp. Hay cấp giấy phép nhập khẩu không tự động đối với dược phẩm vừa giúp bảo hộ ngành dược nội địa, dành đặc quyền cho một số đầu mối nhập khẩu nhất định, quản lý chuyên ngành một mặt hàng quan trọng đối với sức khỏe con người, và còn có tác dụng phân biệt đối xử với một số nước cung cấp nhất định.

c) Nhiều NTM chưa bị cam kết ràng buộc cắt giảm hay loại bỏ

Do NTM thường mang tính mập mờ, mức độ ảnh hưởng không rõ ràng như những thay đổi định lượng của thuế quan, nên tác động của chúng có thể lớn nhưng lại là tác động ngầm, có thể che đậy hoặc biện hộ bằng cách này hay cách khác. Hiện nay, các hiệp định của WTO chỉ mới điều chỉnh việc sử dụng một số NTM nhất định. Trong đó, tất cả các NTM hạn chế định lượng đều không được phép áp dụng, trừ một số trường hợp ngoại lệ.

Một số NTM khác tuy có thể nhằm mục tiêu hạn chế nhập khẩu, bảo hộ sản xuất trong nước nhưng vẫn được WTO cho phép áp dụng với điều kiện tuân thủ những quy định cụ thể, rõ ràng, khách quan. Chẳng hạn như hàng rào kỹ thuật, biện pháp kiểm dịch động thực vật, biện pháp tự vệ, thuế chống bán phá giá, các biện pháp chống trợ cấp, thuế đối kháng, hỗ trợ nông nghiệp dạng hộp xanh...

Ngoài ra, các nước vẫn có thể tiếp tục áp dụng mà chưa bị yêu cầu cắt giảm hay loại bỏ những NTM chưa xác định được có phù hợp hay không phù hợp với các quy định của WTO. Những NTM này có thể do WTO chưa có quy định điều chỉnh hoặc có quy định nhưng rất chung chung và trên thực tế rất khó có thể xác định được tính phù hợp hay không phù hợp với quy định đó, hoặc chúng vẫn là một thực tế

được thừa nhận chung. Chẳng hạn như yêu cầu đặt cọc, nộp thuế nhập khẩu trước, v.v...

2.2.2. Nhược điểm

a) Không rõ ràng và khó dự đoán

Các NTM trên thực tế thường được vận dụng dựa trên cơ sở dự đoán chủ quan, thậm chí tùy tiện của nhà chức trách về sản xuất và nhu cầu tiêu thụ trong nước. Chẳng hạn, để xác định hạn ngạch nhập khẩu phân bón trong năm tới, Chính phủ phải dự kiến được công suất sản xuất trong nước có khả năng đáp ứng được bao nhiêu phần trăm tổng nhu cầu về phân bón của toàn ngành nông nghiệp.

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày nay rất phức tạp và thường xuyên biến động, việc đưa ra một dự đoán tương đối chính xác là rất khó khăn. Nếu dự đoán không chính xác sẽ có ảnh hưởng xấu đến sản xuất trong nước. Ví dụ như gây ra thiếu hụt trầm trọng nguồn cung cấp phân bón khi sản xuất trong nước vào thời vụ, đẩy giá tăng vọt (sốt nóng) hoặc trái lại, dẫn đến tình trạng cung vượt cầu quá lớn trên thị trường làm giá sụt giảm (sốt lạnh). Điều này đồng nghĩa với việc các quyết định sản xuất và kinh doanh sẽ chịu rủi ro cao hơn.

Sử dụng NTM cũng thường làm nhiều tín hiệu chỉ dẫn các quyết định của người sản xuất và người tiêu dùng trong nước, tín hiệu chỉ dẫn việc phân bổ nguồn lực trong nội bộ nền kinh tế (chính là giá thị trường), phản ánh không trung thực lợi thế cạnh tranh thực sự. Do đó, khả năng xây dựng kế hoạch đầu tư sản xuất kinh doanh hiệu quả trong trung và dài hạn của người sản xuất bị hạn chế.

Tác động của các NTM thường khó có thể lượng hóa được rõ ràng như tác động của thuế quan. Nếu mức bảo hộ thông qua thuế quan đối với một sản phẩm có thể dễ dàng được xác định bằng chính thuế suất đánh lên sản phẩm đó, thì mức độ bảo hộ thông qua NTM là tổng mức bảo hộ của các NTM riêng rẽ áp dụng cho cùng một sản

phẩm. Bản thân mức độ bảo hộ của mỗi NTM cũng chỉ có thể được ước lượng một cách tương đối. Cũng vì mức độ bảo hộ của các NTM không dễ xác định nên rất khó xây dựng một lộ trình tự do hóa thương mại rõ ràng như với bảo hộ chỉ bằng thuế quan.

b) Khó khăn, tổn kém trong quản lý

Vì khó dự đoán nên các NTM thường đòi hỏi chi phí quản lý cao và tiêu tốn nhân lực của Nhà nước để duy trì hệ thống điều hành, kiểm soát bằng NTMs.

Một số NTM thuộc thẩm quyền và phạm vi quản lý của nhiều cơ quan với những mục tiêu khác nhau, đôi khi còn mâu thuẫn nhau, nên có thể gây khó khăn cho bản thân các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý và các chủ thể tham gia hoạt động kinh tế trong việc xây dựng, sử dụng, tiếp cận thông tin cũng như đánh giá tác động của các NTM này.

Các doanh nghiệp sản xuất chưa chú trọng đến tiếp cận thông tin và chưa có ý thức xây dựng, đề xuất các NTM để bảo hộ sản xuất, còn trông chờ vào Nhà nước tự quy định. Do đó, thực tế là các doanh nghiệp thường phải tốn kém chi phí vận động hành lang để cơ quan chức năng ra quyết định áp dụng NTM nhất định có lợi cho mình.

Ngoài ra, có những NTM bị động là những NTM tồn tại trên thực tế ngoài ý muốn của các nhà hoạch định chính sách như bộ máy quản lý thương mại quan liêu, năng lực thấp của các nhân viên hải quan, các văn bản pháp lý không được công bố công khai,...

c) Không tăng thu ngân sách

Việc sử dụng các NTM phục vụ mục tiêu hạn chế nhập khẩu, bảo hộ sản xuất trong nước, nhưng hầu như không đem lại nguồn thu tài chính trực tiếp nào cho Nhà nước. Mặc dù một số nước đang và kém phát triển có sử dụng đấu thầu hạn ngạch hoặc quy định mức lệ

phí khi được chứng nhận về tiêu chuẩn kỹ thuật... Nhưng những khoản tài chính này quá nhỏ, chưa đủ bù đắp chi phí của công tác hành thu.

d) Gây bất bình đẳng thậm chí dẫn đến độc quyền ở một số doanh nghiệp

Khi áp dụng các NTM có thể làm lợi cho một số doanh nghiệp hoặc một ngành sản xuất nhất định được bảo hộ hoặc được hưởng ưu đãi, đặc quyền, như được phân bổ hạn ngạch, được chỉ định làm đầu mối nhập khẩu. Điều này còn dẫn đến sự bất bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nội bộ nền kinh tế. Không những thế, còn phát sinh tình trạng độc quyền ở một số doanh nghiệp đối với những mặt hàng được bảo hộ ở mức độ cao. Hành động đó làm cho chi phí sản xuất không hạ, chất lượng không cao, sức cạnh tranh giảm.

e) Làm cho tín hiệu thị trường kém trung thực

Khác với thuế, các NTM không trực tiếp tác động đến giá, nhưng nó lại tác động trực tiếp đến lượng cung, cầu của một quốc gia, do vậy, nó cũng có tác động giống thuế là làm cho tín hiệu thị trường trở nên kém trung thực. Khi cung (S) và cầu (D) cân bằng thì giá sẽ ở trong trạng thái ổn định. Trong trường hợp cung lớn hơn cầu ($S > D$) sẽ dẫn đến những áp lực làm giảm giá. Ngược lại, trong trường hợp cung nhỏ hơn cầu ($S < D$) thì sẽ có áp lực làm tăng giá.

Giả sử sản xuất xe máy của một quốc gia (S) là 500.000 chiếc, lượng cầu (D) là 1.000.000 chiếc; để đảm bảo cân bằng cung cầu quốc gia đó cần nhập khẩu 500.000 chiếc xe máy nữa, nhưng để bảo hộ sản xuất, thực hiện chính sách tiết kiệm ngoại tệ, Chính phủ đưa ra hạn ngạch nhập khẩu (M) là 300.000 chiếc. Khi đó: $(S + M) - D = -200.000$. Như vậy, nhu cầu còn thiếu là 200.000 chiếc xe máy. Điều này dẫn đến áp lực làm cho giá mặt hàng đó tăng.

Nhưng đây là sự biến động không mang tính khách quan, vì nó chịu sự chi phối và điều tiết của Chính phủ thông qua rào cản phi thuế

quan (hạn ngạch). Nó sẽ phản ánh mặt không tốt khi một quốc gia đang chuyển đổi sang cơ chế thị trường.

Các biện pháp thuế quan và phi thuế quan là hai công cụ bảo hộ sản xuất quan trọng đối với mọi quốc gia. Do mỗi công cụ đều có điểm mạnh, điểm yếu đặc thù, nên chúng thường được sử dụng bổ sung lẫn nhau nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Mặc dù về lý thuyết, WTO và các định chế thương mại khu vực thường chỉ thừa nhận thuế quan là công cụ bảo hộ hợp pháp duy nhất, nhưng thực tế đã chứng minh rằng, các nước không ngừng sử dụng các NTM mới, vừa đáp ứng mục đích bảo hộ, vừa không trái với thông lệ quốc tế.

Mức độ hiệu quả của bảo hộ có tăng lên nhiều hay không còn phụ thuộc vào tính linh hoạt có chọn lọc, có định hướng của Chính phủ các nước trong việc áp dụng các NTM hỗ trợ cho biện pháp thuế quan. Nếu biết kết hợp hài hòa và tinh tế hai công cụ này, sản xuất trong nước sẽ được bảo hộ, hỗ trợ có thời hạn để nâng cao sức cạnh tranh, nhằm từng bước thích nghi với các định chế và nguyên tắc chung của môi trường thương mại quốc tế.

2.3. Các rào cản phi thuế quan liên quan đến nhập khẩu

2.3.1. Các biện pháp hạn chế định lượng

Các biện pháp hạn chế định lượng có nghĩa là các cấm đoán hoặc hạn chế thương mại với một hay quốc gia khác, dù thực hiện bằng hạn ngạch, giấy phép hoặc các biện pháp có tính chất tương tự, kể cả các biện pháp và các yêu cầu hành chính hạn chế thương mại.

a) Cấm nhập khẩu

Hàng hóa cấm nhập là những hàng hóa tuyệt đối không được phép đưa vào thị trường nội địa để lưu thông tiêu dùng.

Mục đích: Việc ban hành Danh mục hàng cấm xuất hoặc cấm nhập khẩu nhằm đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội,

thậm chí còn nhằm bảo hộ một số ngành sản xuất trong nước và quyền lợi của người tiêu dùng.

** Quy định của Việt Nam:*

Hàng cấm nhập khẩu trước đây được Chính phủ công bố hàng năm, có giá trị cho năm đó hoặc cho một số năm. Đến năm 2001 Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định 46/2000/QĐ-TTg quy định Danh mục hàng cấm xuất, cấm nhập cho cả giai đoạn 2001-2005.

Ngày 23/1/2006 Chính phủ ban hành Nghị định 12/2006/NĐ-CP quy định chi tiết về hàng hóa cấm xuất khẩu, nhập khẩu cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Hàng hóa thuộc danh mục này áp dụng cho hoạt động nhập khẩu hàng hóa mậu dịch, phi mậu dịch, xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa tại khu vực biên giới với các nước láng giềng; hàng hóa viện trợ Chính phủ, phi Chính phủ.

Bảng 9.1. Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu

*(Ban hành kèm theo Nghị định số 12/2006/NĐ-CP
ngày 23/01/2006 của Chính phủ)*

	MÔ TẢ HÀNG HOÁ
1	Vũ khí; đạn dược; vật liệu nổ, trừ vật liệu nổ công nghiệp; trang thiết bị kỹ thuật quân sự. (Bộ Quốc phòng công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
2	Pháo các loại (trừ pháo hiệu cho an toàn hàng hải theo hướng dẫn của Bộ Giao thông Vận tải); các loại thiết bị gây nhiễu máy đo tốc độ phương tiện giao thông. (Bộ Công an hướng dẫn thực hiện, công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).

3	Hàng tiêu dùng đã qua sử dụng, bao gồm các nhóm hàng: - Hàng dệt may, giấy dép, quần áo - Hàng điện tử - Hàng điện lạnh - Hàng điện gia dụng - Thiết bị y tế - Hàng trang trí nội thất - Hàng gia dụng bằng gốm, sành sứ, thủy tinh, kim loại, nhựa, cao su, chất dẻo và chất liệu khác. (Bộ Thương mại cụ thể hóa các mặt hàng trên và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Hàng hóa là sản phẩm công nghệ thông tin đã qua sử dụng. (Bộ Bưu chính - Viễn thông cụ thể hóa mặt hàng và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
4	Các loại văn hóa phẩm cấm phổ biến và lưu hành tại Việt Nam. (Bộ Văn hóa - Thông tin hướng dẫn thực hiện, công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
5	Phương tiện vận tải tay lái bên phải (kể cả dạng tháo rời và dạng đã được chuyển đổi tay lái trước khi nhập khẩu vào Việt Nam), trừ các loại phương tiện chuyên dùng có tay lái bên phải hoạt động trong phạm vi hẹp gồm: Xe cần cẩu; máy đào kênh rãnh; xe quét đường, tưới đường; xe chở rác và chất thải sinh hoạt; xe thi công mặt đường; xe chở khách trong sân bay và xe nâng hàng trong kho, cảng; xe bơm bê tông; xe chỉ di chuyển trong sân golf, công viên. (Bộ Giao thông Vận tải công bố Danh mục theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
6	Vật tư, phương tiện đã qua sử dụng, gồm:

	- Máy, khung, sãm, lốp, phụ tùng, động cơ của ô tô, máy kéo và xe hai bánh, ba bánh gắn máy; (Bộ Giao thông Vận tải công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Khung gầm của ô tô, máy kéo có gắn động cơ (kể cả khung gầm mới có gắn động cơ đã qua sử dụng và hoặc khung gầm đã qua sử dụng có gắn động cơ mới); (Bộ Giao thông vận tải công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Xe đạp; (Bộ Công nghiệp công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Xe hai bánh, ba bánh gắn máy; (Bộ Công nghiệp công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Ô tô cứu thương; (Bộ Giao thông Vận tải công bố Danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu). - Ô tô các loại: Đã thay đổi kết cấu chuyển đổi công năng so với thiết kế ban đầu; bị đục sửa số khung, số máy.
7	Phế liệu, phế thải, thiết bị làm lạnh sử dụng C.F.C. (Bộ Tài nguyên và Môi trường công bố Danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
8	Sản phẩm, vật liệu có chứa amiăng thuộc nhóm amfibole. (Bộ Xây dựng công bố Danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
9	Hóa chất độc Bảng I được quy định trong Công ước vũ khí hóa học (Bộ Công nghiệp công bố Danh mục và ghi rõ mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).

** Quy định của WTO:*

Cấm xuất khẩu, nhập khẩu là biện pháp bảo hộ cao, gây ra hạn chế lớn nhất đối với thương mại quốc tế và nói chung WTO không cho phép được sử dụng. Tuy nhiên, trình độ phát triển giữa các thành viên không đồng đều (hiện nay có khoảng 3/4 các nước thành viên là các nước đang phát triển). Do vậy, các quốc gia vẫn có thể thi hành các biện pháp cấm xuất khẩu, nhập khẩu trên cơ sở không phân biệt đối xử trong một số trường hợp sau (quy định tại Điều XXI GATT 1994):

- Cần thiết để đảm bảo an ninh quốc gia;
- Cần thiết để bảo vệ đạo đức xã hội;
- Cần thiết để bảo vệ con người, động vật và thực vật;
- Liên quan tới nhập khẩu hay xuất khẩu vàng và bạc;
- Cần thiết để bảo vệ các tài sản quốc gia về nghệ thuật, lịch sử hay khảo cổ;
- Cần thiết để bảo vệ các tài nguyên thiên nhiên khan hiếm.

Với điều kiện là các biện pháp này cần phải thực hiện kèm theo việc hạn chế sản xuất hay tiêu dùng nội địa liên quan tới chúng. Ngoài ra, tại Điều XX GATT 1994 còn quy định: *Được áp dụng một cách tạm thời để ngăn cản hay giảm bớt sự khan hiếm lương thực, thực phẩm hay các sản phẩm thiết yếu khác;*

Cần thiết để áp dụng các tiêu chuẩn hay qui định để phân loại (classification), xếp hạng (grading) hay tiếp thị các sản phẩm trong thương mại quốc tế;

b) Hạn ngạch nhập khẩu

b₁) Khái niệm:

Hạn ngạch là quy định của Nhà nước về số lượng hoặc giá trị một mặt hàng hoặc một nhóm hàng được xuất đi (hoặc) nhập về đến

(từ) một thị trường nào đó, trong một thời gian nhất định (thường là 1 năm).

Hạn ngạch nhập khẩu thường là một hình thức hạn chế về số lượng và thuộc hệ thống giấy phép không tự động. Khi hạn ngạch nhập khẩu được quy định cho một loại sản phẩm đặc biệt nào đó, thì Nhà nước đưa ra một định ngạch (tổng định ngạch) nhập khẩu mặt hàng đó trong một khoảng thời gian nhất định không kể nguồn gốc hàng hóa đó từ đâu đến.

Khi hạn ngạch quy định cho cả mặt hàng và thị trường thì hàng hóa đó chỉ được nhập khẩu từ nước (thị trường) đã định với số lượng bao nhiêu, trong thời gian bao lâu.

Thường hạn ngạch nhập khẩu được áp dụng bằng cách cấp giấy phép nhập khẩu (còn gọi là phiếu phân hạn ngạch) cho một số công ty. Ví dụ ở ta, các mặt hàng có liên quan đến các cân đối lớn của nền kinh tế quốc dân đều có quy định hạn ngạch nhập khẩu như xăng dầu, phân bón, xi măng, đường, thép xây dựng. Chỉ có một số doanh nghiệp mới được phép nhập khẩu những mặt hàng trên. Mỗi doanh nghiệp được phép phân bổ một số lượng tối đa các mặt hàng trên trong một năm.

b₂) Đặc điểm quản lý bằng hạn ngạch:

Qua khái niệm có thể rút ra 3 đặc điểm chính về hạn ngạch như sau:

- + Quản lý về số lượng hoặc giá trị hàng hóa
- + Quản lý về thị trường xuất khẩu hoặc nhập khẩu
- + Quản lý về thời gian

b₃) Căn cứ xác định Danh mục hàng hóa quản lý hạn ngạch:

- + Căn cứ vào mục tiêu, nhiệm vụ và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội trong nước của từng thời kỳ.

- + Căn cứ vào năng lực sản xuất và nhu cầu tiêu dùng trong nước.

- + Căn cứ vào chính sách bảo vệ sản xuất, hướng dẫn tiêu dùng, bảo vệ tài nguyên, bảo vệ môi trường... ở trong nước đối với mỗi thời kỳ.

- + Căn cứ vào cam kết của Chính phủ các nước với nhau.

b₄) Mục đích

Nhà nước áp dụng biện pháp quản lý nhập khẩu bằng hạn ngạch chủ yếu là nhằm:

- + Bảo hộ sản xuất trong nước

Chúng ta biết rằng việc bảo hộ sản xuất nội địa có thể đạt được bằng biện pháp đánh thuế, cũng có thể đạt được bằng các biện pháp phi thuế quan khác, trong đó có hạn ngạch nhập khẩu. Bởi vì đây là những biện pháp có tác động mạnh đến việc điều tiết hoạt động xuất, nhập khẩu, thông qua việc cho phép một lượng hàng hóa nhất định đưa vào một quốc gia theo ý chí chủ quan của nước nhập khẩu. Do vậy, đã triệt tiêu sự cạnh tranh của hàng ngoại nhập đối với hàng hóa sản xuất ở trong nước.

- + Sử dụng có hiệu quả quỹ ngoại tệ

Trong trường hợp cán cân thanh toán mất cân đối để hạn chế sử dụng ngoại tệ. Hạn ngạch là một trong những biện pháp có tác động mạnh, trực tiếp khắc phục tình trạng này thông qua việc hạn chế nhập khẩu.

- + Thực hiện các cam kết của Chính phủ ta với nước ngoài

Hạn ngạch còn được cấp cho các doanh nghiệp nhằm đảm bảo thực hiện các cam kết mà Chính phủ đã ký kết với nước ngoài. Những cam kết này thường mang cả ý nghĩa chính trị và kinh tế.

b₅) Tác động của hạn ngạch

Doanh nghiệp được cấp hạn ngạch nhập khẩu là các doanh nghiệp được Nhà nước cho phép kinh doanh xuất nhập khẩu, bao gồm cả các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Một doanh nghiệp khi xuất khẩu phải biết mặt hàng của mình có nằm trong hạn ngạch nhập khẩu của nước hạn hàng không? Ở dạng nào? Số lượng (hoặc trị giá) hạn ngạch quy định cho mặt hàng đó ở nước nhập khẩu là bao nhiêu? Thủ tục xin hạn ngạch như thế nào và khả năng có thể xin được bao nhiêu? Sự thay đổi trong những quy định cấp hạn ngạch của nước nhập khẩu ra sao?... Đây là một trong những vấn đề có ý nghĩa chiến lược tiêu thụ sản phẩm của nhà xuất khẩu.

Về tác động của hạn ngạch, chúng ta không được hiểu lầm hạn ngạch ở mức độ nào đó hạn chế nhập khẩu mà không làm tăng giá trong nước. Hạn ngạch giống như thuế nhập khẩu luôn luôn nâng giá hàng nhập khẩu trên thị trường nội địa. Tác động này của hạn ngạch cho phép các nhà sản xuất kém hiệu quả, sản xuất ra một sản lượng cao hơn so với trong điều kiện thương mại tự do. Hạn ngạch cũng dẫn tới sự lãng phí của cải xã hội với những lý do giống như đối với thuế nhập khẩu.

Đối với Chính phủ và các doanh nghiệp trong nước, việc cấp hạn ngạch có lợi là xác định trước được khối lượng (hoặc giá trị) nhập khẩu. Còn thuế quan, lượng nhập khẩu phụ thuộc vào mức độ linh hoạt của cung, cầu, là điều thường không biết trước một cách chắc chắn.

Nhưng tác động của hạn ngạch nhập khẩu khác tác động của thuế quan ít nhất về hai mặt quan trọng:

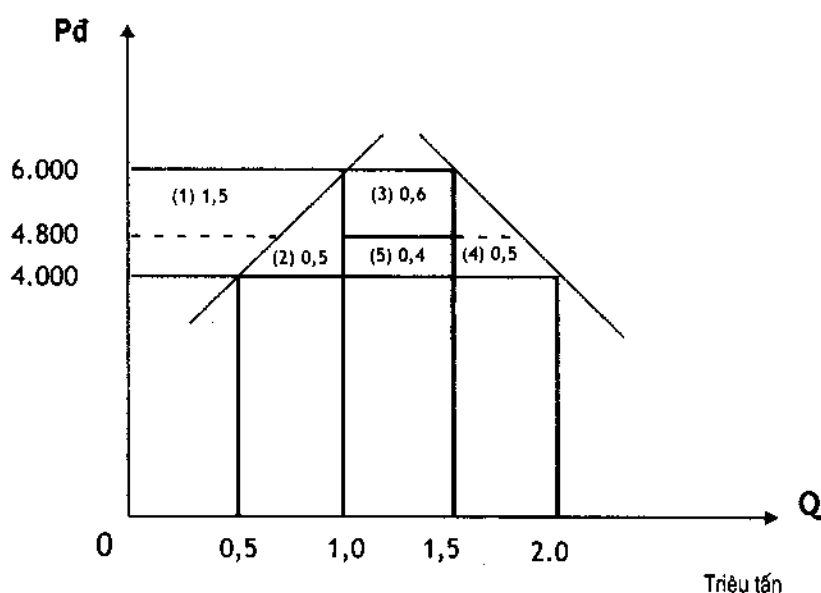
Thứ nhất, Chính phủ không có thu nhập từ hạn ngạch. Khi một hạn ngạch được dùng để hạn chế nhập khẩu thay cho thuế quan, thì lượng tiền thuế đáng ra Chính phủ thu được sẽ rơi vào bất kỳ người nào có giấy phép nhập khẩu theo hạn ngạch. Những người có giấy phép này nhập khẩu hàng hóa và sau đó bán lại với giá cao hơn tại thị trường trong nước. Lợi nhuận mà người có giấy phép nhập khẩu thu

được gọi là tiền thuê hạn ngạch. Ai sẽ nhận được tiền thuê hạn ngạch? Có thể là các công ty thương mại trong nước, hoặc có thể là Chính phủ của nước xuất khẩu. Khi Chính phủ của nước xuất khẩu có được quyền bán hàng tại thị trường trong nước, vốn là điều thường xảy ra thì việc chuyển giao tiền thuê hạn ngạch ra nước ngoài làm cho sự mất mát (chi phí) của một hạn ngạch thực tế sẽ cao hơn loại thuế quan tương ứng.

Thứ hai, hạn ngạch có thể biến một doanh nghiệp trong nước trở thành kẻ độc quyền. Và do đó, họ có thể áp đặt giá cả độc quyền để thu được lợi nhuận tối đa.

Để giành lại một phần tiền thuê hạn ngạch, Chính phủ nhiều nước thường áp dụng đấu giá các giấy phép nhập khẩu theo hạn ngạch, hoặc quy định hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan (gọi là hạn ngạch thuế quan).

Hình 9.5. Tác động của hạn ngạch



Chú thích: 4.000đ: Giá quốc tế

4.800đ: Giá quốc tế + Thuế nhập khẩu

6.000đ: Giá nội địa

Giả thiết để bảo hộ ngành sản xuất đường trong nước, thay vì áp dụng hạn ngạch nhập khẩu, Chính phủ sử dụng biện pháp hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan. Trước khi trao đổi các số liệu đưa ra phân tích, chúng ta lưu ý:

Một là, hạn ngạch nhập khẩu được sử dụng phối hợp với thuế quan. Hiệu quả của chính sách này là làm cho tiền thuê hạn ngạch sẽ ít hơn so với trường hợp không có thuế quan. Nói cách khác, nó cho phép Chính phủ giành lại được một phần của những tiền thuê đó.

Hai là, quyền được nhập khẩu và bán hàng trên thị trường nội địa thuộc về các doanh nghiệp trong nước. Vì thế, tiền thuê hạn ngạch không được thuế quan giành lại sẽ rơi vào tay các doanh nghiệp có hạn ngạch đó.

Biểu đồ trong Hình 9.5 cho thấy tác động của hạn ngạch về đường. Trong ví dụ, theo đánh giá của mình, Bộ Thương mại cho rằng giá đường thế giới ở mức trung bình là 4.000đ/kg, nên phải có hạn ngạch nhập khẩu để nâng giá đường lên mức giá bảo hộ là 6.000đ/kg. Như vậy, chênh lệch giữa giá tại thị trường Việt Nam và thị trường thế giới là 2.000đ/kg (6.000đ - 4.000đ). Chính phủ áp dụng mức thuế suất 20% theo giá nhập khẩu để giành lại một phần tiền thuê hạn ngạch, nên giá tăng thêm 1.200đ/kg ($4.800 + 1.200 = 6.000$) là do tác động của quản lý bằng hạn ngạch. Trong chế độ mậu dịch tự do, lượng đường nhập khẩu có thể là 1,5 triệu tấn (2,0 triệu tấn - 0,5 triệu tấn), nhưng khi có hạn ngạch thì số lượng nhập khẩu đó chỉ còn 0,5 triệu tấn (1,5 triệu tấn - 1,0 triệu tấn).

Hạn chế số lượng đối với nhập khẩu làm tăng giá trong nước và phát sinh tiền thuê cho những người nhận được hạn ngạch.

Tác động đối với phúc lợi của hạn ngạch được thể hiện bởi diện tích năm miền (1,2,3,4,5). Do hạn ngạch làm tăng giá, người tiêu dùng sẽ mất đi thặng dư tiêu dùng là $(1+2+3+4+5)$. Trị giá số bị mất là 3,5 tỷ đồng.

Các nhà sản xuất nội địa được lợi từ giá cao hơn, tiêu biểu cho mỗi lợi của họ được đo bằng diện tích 1, giá trị của khoản lợi này là 1,5 tỷ đồng.

Chính phủ cũng sẽ có thu nhập từ thuế quan, được đo bằng diện tích 5; nó bằng số lượng nhập khẩu nhân với mức thuế quan và trị giá là 0,4 tỷ đồng.

Tổn thất ròng đối với nền kinh tế sẽ là diện tích các hình $(1+2+3+4+5) - (1+5) = (2+3+4) = 1,6$ tỷ đồng. Trong tổn thất này, các diện tích 2 và 4 là do sự méo mó (mất mát) trong sản xuất và tiêu dùng, trị giá 1 tỷ đồng. Diện tích 3 thể hiện khoản tiền thuê hạn ngạch, mà người được phân bổ hạn ngạch thu được tương ứng với 0,6 tỷ đồng.

Hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan là một cách quản lý đối với nhập khẩu đường ở Mỹ. Tuy nhiên, ở Mỹ việc cấp hạn ngạch đường lại dành cho Chính phủ nước ngoài. Vì vậy, tiền thuê hạn ngạch không được thuế quan giành lại sẽ rơi vào túi những người kinh doanh nước ngoài.

Qua phân tích trên chúng ta thấy, việc quy định hạn ngạch hoàn toàn không có lợi cho giới tiêu thụ bởi vì hạn ngạch làm tăng giá nội địa; xã hội phải bỏ ra khoản chi phí cho việc bảo hộ sản xuất kém hiệu quả.

b) Các loại hạn ngạch

Nếu căn cứ vào thị trường để quản lý thì thông thường có 3 loại hạn ngạch như sau:

+ Hạn ngạch quốc gia: Thị trường xuất khẩu hoặc nhập khẩu là một quốc gia;

+ Hạn ngạch khu vực: Thị trường xuất khẩu hoặc nhập khẩu là một khu vực;

+ Hạn ngạch toàn cầu: Thị trường xuất khẩu hoặc nhập khẩu là tất cả các nước;

Ngoài ra, các hạn ngạch hạn chế nhập khẩu thường được quy định kèm theo quản lý bằng biện pháp thuế quan nên được gọi gộp là hạn ngạch thuế quan (Tariff quotas).

Hạn ngạch thuế quan là cắt giảm thuế quan đối với một số lượng hàng nhập khẩu nhất định. Hàng nhập khẩu vượt quá định mức này phải nộp thuế cao hơn. Trong đó có hai loại cơ bản là:

- Hạn ngạch thuế quan mở cửa thị trường tối thiểu (Minimum access tariff quotas).

Hạn ngạch thuế quan mở cửa thị trường tối thiểu là một cơ chế dành mức tối thiểu mở cửa thị trường đối với những hàng nông sản mà các biện pháp phi thuế quan đã được chuyển thành thuế quan. Các cuộc đàm phán vòng Uruguay đã đưa công thức mà theo đó mức mở cửa thị trường được lựa chọn trên cơ sở tỷ số: Nhập khẩu/ tiêu thụ trong giai đoạn cơ sở 1986 - 1988. Ở mức mà trong giai đoạn cơ sở thấp hơn 3% mức tiêu thụ thì mức mở cửa thị trường sẽ phải được nâng lên ngay 3% và mở rộng lên thành 5% vào cuối giai đoạn thực hiện các cam kết lại vòng Uruguay về nông nghiệp.

Hạn ngạch thuế quan theo mức độ mở cửa hiện hành (Current access tariff quotas)

Hạn ngạch thuế quan theo mức độ mở cửa hiện hành mô tả các cơ hội mở cửa thị trường cho hàng nông sản khi các biện pháp phi thuế quan được chuyển thành phi thuế quan. Đây là một hình thức hạn ngạch đã được thảo luận tại vòng đàm phán Uruguay, theo đó mức độ mở cửa thị trường đối với một sản phẩm nào đó được xác định qua việc so sánh mức độ nhập khẩu trong thời kỳ cơ sở với mức tiêu thụ. Mức

độ mở cửa thị trường hiện nay được thông qua nhằm đảm bảo nhập khẩu ít nhất 5% tiêu thụ nội địa được áp dụng trong thời kỳ cơ sở 1986 - 1988.

Hạn ngạch cản trở tự do lưu thông hàng hóa trên thị trường. Vì vậy, Điều XI của Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại 1994 (GATT/1994) về “loại bỏ các hạn chế định lượng” quy định “các bên ký kết không được duy trì hoặc tạo ra các điều cấm hoặc hạn chế nào khác trừ thuế quan, các khoản thu khác, dù mang hình thức hạn ngạch, giấy phép xuất khẩu hoặc nhập khẩu và các biện pháp khác bị cấm, trừ một số trường hợp được quy định chặt chẽ”.

** Quy định hạn ngạch của Việt Nam trong những năm qua:*

Ở Việt Nam, danh mục, số lượng (hoặc giá trị) các mặt hàng nhập khẩu quản lý bằng hạn ngạch cho từng thời kỳ (hàng năm) do Chính phủ phê duyệt trên cơ sở đề nghị của Bộ Kế hoạch và Đầu tư và Bộ Thương mại.

Danh mục hạn ngạch được công bố công khai. Việc phân bổ hạn ngạch cho doanh nghiệp nào cũng được công bố công khai.

Bộ Thương mại là cơ quan quản lý Nhà nước duy nhất có thẩm quyền phân bổ hạn ngạch trực tiếp cho các doanh nghiệp, Bộ Thương mại cũng là cơ quan có trách nhiệm kiểm tra thực hiện phân bổ hoặc thu hồi hạn ngạch đã cấp.

Ở Việt Nam, theo quy định của Bộ Thương mại (số 195/TMDLXNK ngày 09/04/1992) thì việc mua bán hạn ngạch bị nghiêm cấm.

Những năm trước đây, Việt Nam cũng đã sử dụng biện pháp này khá phổ biến đối với cả hàng xuất khẩu lẫn hàng nhập khẩu. Nhưng sau năm 1995, bắt đầu chuyển sang chỉ quản lý hàng xuất. Theo Quyết định số 864/QĐ-TTg ngày 30/12/1995 của Chính phủ

Việt Nam (trong Phụ lục 02) thì Danh mục quản lý bằng hạn ngạch chỉ có 2 mặt hàng xuất khẩu:

- Gạo (Với lý do an ninh lương thực quốc gia)

- Hàng dệt may xuất sang thị trường EU, Canada, Na Uy. Đây là nhóm hàng chính do khu vực EU và các nước khác quản lý định lượng. Nhưng để tránh sự cạnh tranh trên những thị trường tiềm năng này nên chúng ta phải phân hạn ngạch cho các doanh nghiệp. Đến năm 2000 thì biện pháp mang tên là “hạn ngạch” coi như không còn, mặt hàng gạo đã được tự do xuất sau khi đã cân đối với nhu cầu an ninh lương thực quốc gia. Còn mặt hàng dệt may chuyển sang quản lý theo giấy phép của Bộ Thương mại

Song thực tế, những biện pháp tương đương hạn ngạch vẫn được sử dụng như :

- Danh mục hàng hóa quản lý theo kế hoạch, định hướng (Bộ Thương mại quản lý).

- Danh mục hàng hóa có liên quan đến cân đối lớn của nền kinh tế quốc dân (Bộ Thương mại quản lý).

- Danh mục hàng hóa xuất nhập khẩu theo quản lý chuyên ngành (Các Bộ chuyên ngành quản lý).

Bảng 9.2. Hạn ngạch nhập khẩu Việt Nam đã áp dụng

Mặt hàng	Mức hạn chế số lượng áp dụng năm 1997	Mức hạn chế số lượng áp dụng từ 1999
Ôtô chở khách dưới 12 chỗ	3.000 chiếc	Cấm nhập (áp dụng với ô tô dưới 16 chỗ ngồi từ năm 2000)
Xe tải, xe khách loại khác	30.000 chiếc	Giấy phép nhập khẩu
Xe hai bánh gắn	350.000 chiếc	Cấm nhập khẩu

máy nguyên chiếc và linh kiện lắp ráp xe 2 bánh gắn máy		Các doanh nghiệp trong nước có đầu tư sản xuất, lắp ráp xe 2 bánh gắn máy dạng IKD, được nhập khẩu linh kiện IKD, theo năng lực sản xuất phù hợp với giấy phép kinh doanh đã cấp.
Thép xây dựng	500.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Phôi thép	900.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Xi măng	500.000 - 700.000 tấn	Chỉ áp dụng giấy phép nhập khẩu đối với xi măng đen.
Chicken	1.100.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Giấy in chất lượng cao, giấy carton, duplex	20.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Đường	10.000 tấn đường RE cấm nhập các loại đường khác	Giấy phép nhập khẩu

*Nguồn: Nguyễn Hữu Khải, Hàng rào phi thuế quan
trong chính sách thương mại quốc tế*

Ngày 23/1/2006 Nhà nước ban hành Nghị định 12/2006/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật Thương mại cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế mà không đề cập đến Danh mục quản lý bằng hạn ngạch nhưng tại Điều 6 của Chương 2 có đề cập đến hai loại hạn ngạch như sau:

2) Đối với hàng hóa xuất khẩu theo hạn ngạch do nước ngoài quy định, Bộ Thương mại thống nhất với các Bộ quản lý sản xuất và Hiệp hội ngành hàng để xác định phương thức giao hạn ngạch bảo đảm yêu cầu công khai, minh bạch, hợp lý (hiện nay đang áp dụng cho hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường Mỹ).

3) Đối với hàng hóa thuộc Danh mục quản lý nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan, Bộ Thương mại công bố lượng hạn ngạch thuế quan, phương thức điều hành nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan đối với từng mặt hàng sau khi tham khảo ý kiến Bộ Tài chính và các Bộ quản lý sản xuất liên quan; Việc xác định mức thuế nhập khẩu trong hạn ngạch và mức thuế ngoài hạn ngạch thuế quan đối với từng mặt hàng do Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan quản lý sản xuất và Bộ Thương mại để quyết định và công bố theo Luật định.

Bảng 9.3. Danh mục hàng hóa quản lý bằng hạn ngạch thuế quan

STT	Mô tả hàng hóa
1	Muối
2	Thuốc lá nguyên liệu
3	Trứng gia cầm
4	Đường tinh luyện, đường thô

*Nguồn: Nghị định 12/2006/NĐ-CP
ngày 23 tháng 11 năm 2006 của Chính phủ*

*** Quy định hạn ngạch của WTO:**

Tại Điều 11- GATT/1994 đã quy định các nước không được sử dụng biện pháp này, vì nó làm ảnh hưởng nhiều đến thương mại thế giới. Biện pháp này được quy định nghiêm ngặt hơn thuế quan bởi hai lý do chủ yếu sau đây:

Thứ nhất, là do các biện pháp phi thuế quan nói chung và những biện pháp định lượng nói riêng không thể hiện tính minh bạch như thuế quan. Do tính pháp lý không cao bằng thuế mặt khác thời gian quy định thông thường chỉ trong vòng một năm.

Thứ hai, là do hạn ngạch và các biện pháp hạn chế định lượng dễ biến tướng hơn thuế quan. Nhiều khi chỉ cần thay đổi cách gọi tên

biện pháp nhưng nội dung thực chất vẫn là hạn ngạch (Ví dụ như: Các biện pháp quản lý theo kế hoạch định hướng, quản lý theo cơ quan chuyên ngành, quản lý có điều kiện...).

Tuy nhiên, WTO vẫn cho phép được thực hiện trong những trường hợp đặc biệt như:

- Áp dụng hạn ngạch nhằm hạn chế tạm thời ngăn ngừa, khắc phục sự khan hiếm trầm trọng về lương thực, thực phẩm hay các sản phẩm thiết yếu khác.

- Áp dụng hạn ngạch nhằm bảo vệ tình hình tài chính đối ngoại và cán cân thanh toán của nước mình. Khi sự thâm hụt nghiêm trọng về dự trữ tiền tệ, hoặc có số dự trữ quá ít, cần thiết phải nâng mức dự trữ lên một bước hợp lý.

Các nước đang phát triển có thể áp dụng hạn chế số lượng, trong chương trình trợ giúp của Chính phủ về đẩy mạnh phát triển kinh tế, hoặc hạn chế để bảo vệ cho một số ngành công nghiệp (Điều 18).

Ngoài ra, còn được áp dụng trong các trường hợp như: Bảo vệ đạo đức xã hội, bảo vệ sức khỏe con người, bảo vệ động thực vật quý hiếm, xuất nhập khẩu vàng bạc, tài sản quốc gia liên quan đến văn hóa nghệ thuật, lịch sử, khảo cổ, tài nguyên thiên nhiên khan hiếm.

Khi sử dụng hạn ngạch WTO yêu cầu các quốc gia phải thực hiện các điều kiện kèm theo như:

- + Thực hiện biện pháp này phải kèm theo việc hạn chế sản xuất hay tiêu dùng.

- + Cam kết không làm ảnh hưởng tới lợi ích của các nước thành viên khác đồng thời phải dần dần nói lỏng biện pháp này khi kinh tế đã khôi phục, sau đó dỡ bỏ hoàn toàn nhằm thực hiện nguyên tắc chung của WTO.

+ Do tính pháp lý không cao và thời gian thông thường chỉ một năm trở lại, nên khi tiến hành áp dụng hạn ngạch, các quốc gia phải công bố thời gian cụ thể và những thay đổi nếu có.

+ Nếu không dùng hạn ngạch thì có thể dùng giấy phép.

+ Nếu quota áp dụng cho từng nước thì phải đạt được thỏa thuận về phân phối hạn ngạch với các nước thành viên có liên quan đến lợi ích với nước mình.

c) Giấy phép nhập khẩu hàng hóa

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa là một biện pháp quản lý nhập khẩu dưới dạng hạn chế số lượng. Nhưng giấy phép nhập khẩu khác với hạn ngạch, vì không quy định số lượng cụ thể mà chỉ yêu cầu khi xuất khẩu hoặc nhập khẩu phải xuất trình cơ quan Hải quan kiểm tra, nên được áp dụng rộng rãi hơn.

Mục đích:

+ Quản lý được lượng hàng hóa xuất đi, nhập về phục vụ cho công tác thống kê lập kế hoạch.

+ Chống các hiện tượng gian lận thương mại, buôn lậu.

+ Góp phần bảo vệ được thị trường và sản xuất nội địa.

+ Thực hiện các cam kết với nước ngoài.

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa có hai loại thường gặp:

Giấy phép tự động: Là một văn bản cho phép thực hiện ngay lập tức không có điều kiện gì đối với người làm đơn xin giấy phép.

Giấy phép không tự động: Là một văn bản cho phép được thực hiện khi người nhập khẩu đáp ứng được một số điều kiện nhất định.

Loại giấy phép này thường cấp trong các trường hợp quản lý hàng hóa bằng biện pháp hạn ngạch nhập khẩu hoặc bị ràng buộc bởi các hạn chế khác về nhập khẩu. Các doanh nghiệp chỉ được phép ký

hợp đồng nhập khẩu các mặt hàng thuộc loại này khi có giấy phép nhập khẩu của Bộ Thương mại hoặc Bộ chuyên ngành.

Người nhập khẩu phải am hiểu những quy định của Nhà nước về việc cấp giấy phép và những phí tổn có liên quan đến việc xin giấy phép để hoạt động kinh doanh được thuận lợi, có hiệu quả.

Ở Việt Nam, giấy phép nhập khẩu từng lô hàng (chuyến hàng) được bãi bỏ từ ngày 15/12/1995. Tuy nhiên, giấy phép nhập khẩu vẫn là biện pháp quản lý nhập khẩu quan trọng. Ngày 04/04/2001, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 46/2001/QĐ-TTg, quy định cơ chế quản lý hàng hóa xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 - 2005 trong đó có quy định về các mặt hàng xuất nhập khẩu quản lý bằng giấy phép.

Đến 23/1/2006 Nhà nước ban hành Nghị định 12/2006/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật Thương mại cho cả giai đoạn dài nhằm đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Theo đó, nhiều hàng hóa chịu sự quản lý thông qua hình thức cấp giấy phép của Bộ Thương mại và các Bộ chuyên ngành.

I. DANH MỤC HÀNG HÓA XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU THEO GIẤY PHÉP CỦA BỘ THƯƠNG MẠI (BAN HÀNH KÈM THEO NGHỊ ĐỊNH SỐ 12/2006/NĐ-CP NGÀY 23 THÁNG 01 NĂM 2006 CỦA CHÍNH PHỦ)

Hàng hóa thuộc Danh mục này áp dụng cho hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa mậu dịch, phi mậu dịch, xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa tại khu vực biên giới với các nước láng giềng; hàng hóa viện trợ Chính phủ, phi Chính phủ.

I. HÀNG XUẤT KHẨU

A. GIẤY PHÉP XUẤT KHẨU

STT	MÔ TẢ HÀNG HOÁ
1	Hàng dệt may xuất khẩu vào các thị trường có hạn ngạch do Bộ Thương mại công bố cho từng thời kỳ. (Bộ Thương mại cùng Bộ Công nghiệp hướng dẫn thực hiện).
2	Hàng cần kiểm soát xuất khẩu theo quy định của điều ước quốc tế, hiệp định mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia, do Bộ Thương mại công bố cho từng thời kỳ.

B. GIẤY PHÉP XUẤT KHẨU TỰ ĐỘNG

Bộ Thương mại công bố Danh mục hàng hóa áp dụng chế độ cấp giấy phép tự động cho từng thời kỳ và tổ chức cấp phép theo quy định hiện hành về cấp phép.

II. HÀNG NHẬP KHẨU

A. GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU

STT	MÔ TẢ HÀNG HOÁ
1	Hàng cần kiểm soát nhập khẩu theo quy định của Điều ước quốc tế, Hiệp định mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia do Bộ Thương mại công bố cho từng thời kỳ.
2	Xe 2, 3 bánh gắn máy từ 175 cm ³ trở lên. (Bộ Thương mại cụ thể theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu và hướng dẫn thực hiện; Bộ Công an quy định và công bố các đối tượng được phép đăng ký sử dụng).
3	Súng đạn thể thao (theo Quyết định phê duyệt của Ủy ban Thể dục Thể thao).

B. GIẤY PHÉP THEO CHẾ ĐỘ HẠN NGẠCH THUẾ QUAN

STT	MÔ TẢ HÀNG HOÁ
1	Muối
2	Thuốc lá nguyên liệu
3	Trứng gia cầm
4	Đường tinh luyện, đường thô

Bộ Thương mại cụ thể theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu danh mục các mặt hàng áp dụng hạn ngạch thuế quan.

C. GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU TỰ ĐỘNG

Bộ Thương mại công bố Danh mục hàng hóa áp dụng chế độ cấp giấy phép tự động cho từng thời kỳ và tổ chức cấp phép theo quy định hiện hành về cấp phép.

2. DANH MỤC HÀNG HÓA THUỘC ĐIỆN QUẢN LÝ CHUYÊN NGÀNH VÀ NGUYÊN TẮC QUẢN LÝ (BAN HÀNH KÈM THEO NGHỊ ĐỊNH SỐ 12/2006/NĐ-CP NGÀY 23 THÁNG 01 NĂM 2006 CỦA CHÍNH PHỦ)

Hàng hóa thuộc Danh mục này áp dụng cho hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa mậu dịch, phi mậu dịch, xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa tại khu vực biên giới với các nước láng giềng; hàng hóa viện trợ Chính phủ, phi Chính phủ.

1. Danh mục hàng hóa thuộc điện quản lý chuyên ngành của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	Động, thực vật hoang dã quý hiếm trên cạn, nguy cấp cần kiểm soát xuất khẩu theo quy định của Công ước CITES mà Việt Nam đã cam kết thực hiện.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn căn cứ quy định của Công ước CITES để công bố điều kiện và hướng dẫn thủ tục xuất khẩu.
	Động, thực vật hoang dã, quý hiếm trên cạn thuộc nhóm IIA và IIB quy định tại Nghị định số 48/2002/NĐ-CP ngày 22 tháng 4 năm 2002.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn công bố điều kiện và hướng dẫn thủ tục xuất khẩu cụ thể.
2	Giống cây trồng và giống vật nuôi quý hiếm.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn hướng dẫn theo quy định Pháp lệnh Giống cây trồng và Pháp lệnh Giống vật nuôi.

3	Củi, than làm từ gỗ hoặc củi có nguồn gốc từ gỗ rừng tự nhiên trong nước.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn công bố điều kiện và hướng dẫn thủ tục xuất khẩu cụ thể.
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	Thuốc thú y và nguyên liệu sản xuất thuốc thú y đăng ký nhập khẩu lần đầu tại Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.
2	Chế phẩm sinh học, vi sinh học, hóa chất dùng trong thú y đăng ký nhập khẩu lần đầu vào Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.
3	a) Thuốc bảo vệ thực vật và nguyên liệu sản xuất thuốc bảo vệ thực vật ngoài Danh mục được phép sử dụng tại Việt Nam.	a) Giấy phép nhập khẩu, quy định rõ điều kiện, số lượng và thủ tục cấp giấy phép.
	b) Thuốc bảo vệ thực vật, nguyên liệu sản xuất thuốc bảo vệ thực vật thuộc Danh mục hạn chế sử dụng.	b) Giấy phép nhập khẩu, quy định rõ điều kiện, số lượng và thủ tục cấp giấy phép.
4	Giống cây trồng, giống vật nuôi, côn trùng các loại chưa có ở Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.

5	Thức ăn chăn nuôi và nguyên liệu sản xuất thức ăn chăn nuôi, loại mới lần đầu sử dụng tại Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.
6	Phân bón loại mới lần đầu sử dụng tại Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.
7	Nguồn gen của cây trồng, vật nuôi, vi sinh phục vụ nghiên cứu, trao đổi khoa học, kỹ thuật.	Giấy phép nhập khẩu, quy định rõ điều kiện và thủ tục cấp giấy phép.
8	Động, thực vật hoang dã cần kiểm soát nhập khẩu theo quy định của Công ước CITES mà Việt Nam đã cam kết thực hiện.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn căn cứ quy định của Công ước CITES để công bố điều kiện và hướng dẫn thủ tục nhập khẩu.

*** Nguyên tắc quản lý:**

1) Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn ban hành Danh mục các loại hàng hóa nhập khẩu thuộc diện quản lý chuyên ngành; công bố loại đã được sử dụng tại Việt Nam theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu, doanh nghiệp được nhập khẩu theo nhu cầu không phải xin giấy phép.

2) Đối với loại hàng hóa mới lần đầu nhập khẩu vào Việt Nam và hàng hóa ngoài Danh mục đã được sử dụng tại Việt Nam, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cấp giấy phép khảo nghiệm. Nội dung của giấy phép khảo nghiệm và thời hạn khảo nghiệm được thực hiện theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Căn cứ

kết quả khảo nghiệm, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn quyết định cho phép hay không cho phép hàng hóa được sử dụng tại Việt Nam. Khi được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho phép sử dụng tại Việt Nam, hàng hóa được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá, không phải xin giấy phép nhập khẩu.

2. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Thủy sản

1) Quản lý chuyên ngành của Bộ Thủy sản được công bố dưới hình thức ban hành các Danh mục hàng hóa theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu:

- a) Danh mục các loài thủy sản xuất khẩu có điều kiện;
- b) Danh mục các mặt hàng phục vụ nuôi trồng thủy sản nhập khẩu có điều kiện;
- c) Danh mục giống thủy sản được xuất khẩu, nhập khẩu thông thường;
- d) Danh mục thuốc, hóa chất, nguyên liệu để sản xuất thuốc và hóa chất sử dụng trong nuôi trồng thủy sản được nhập khẩu thông thường.

2) Nguyên tắc quản lý:

a) Việc xuất khẩu, nhập khẩu Danh mục (a) và Danh mục (b) ở Mục 1 nêu trên, Bộ Thủy sản ban hành Danh mục và quy định điều kiện xuất khẩu, nhập khẩu; khi đáp ứng đủ điều kiện theo quy định, các đơn vị trực tiếp làm thủ tục xuất nhập khẩu với cơ quan Hải quan, không cần xin phép Bộ Thủy sản và Bộ Thương mại;

b) Các loại giống, thuốc, hóa chất và nguyên liệu sản xuất thuốc, hóa chất chưa có tên trong Danh mục (c) và Danh mục (d) ở mục 1 nêu trên, chỉ được nhập khẩu vào Việt Nam khi có giấy phép nhập khẩu khảo nghiệm do Bộ Thủy sản cấp. Hàng năm, 6 tháng một

lần, Bộ Thủy sản có trách nhiệm công bố bổ sung vào Danh mục (c) và Danh mục (d) các mặt hàng đã có kết quả khảo nghiệm tốt. Khi được bổ sung vào Danh mục nhập khẩu thông thường, hàng hóa được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá và không phải xin cấp phép.

3. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Ngân hàng Nhà nước

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
	Không có	
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Máy huỷ tiền (theo Tiêu chuẩn kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước quy định).	Giấy phép nhập khẩu.
2	Cửa kho tiền (theo Tiêu chuẩn kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước quy định).	Giấy phép nhập khẩu.
3	Giấy in tiền.	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu.
4	Mực in tiền.	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu.
5	Máy ép phôi chống giả và phôi chống giả để sử dụng cho tiền, ngân phiếu thanh toán và các loại ấn chỉ, giấy tờ có giá khác thuộc ngành Ngân hàng phát hành và quản lý.	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu.

6	Máy in tiền (theo Tiêu chuẩn kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước công bố).	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu.
7	Máy đúc, dập tiền kim loại (theo Tiêu chuẩn kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước công bố).	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu.

*** Nguyên tắc quản lý:**

Ngân hàng Nhà nước công bố danh mục hàng hóa quản lý chuyên ngành theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu; chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu các loại hàng hóa quy định tại Danh mục này; quy định điều kiện, thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu; điều kiện nhập khẩu và chịu trách nhiệm quản lý sử dụng các máy móc, thiết bị, vật tư đúng mục đích.

4. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Bưu chính, viễn thông

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
	Không có.	
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Tem bưu chính, ấn phẩm tem và các mặt hàng tem bưu chính.	Giấy phép nhập khẩu.
2	Thiết bị phát, thu - phát sóng vô tuyến điện có băng tần số nằm trong khoảng từ 9KHz đến 400 GHz, công suất từ 60mW trở lên.	Giấy phép nhập khẩu.
3	Thiết bị ra đa, thiết bị trợ giúp bằng sóng vô tuyến điện và thiết bị điều khiển xa bằng sóng vô tuyến điện.	Giấy phép nhập khẩu.

*** Nguyên tắc quản lý:**

Bộ Bưu chính - Viễn thông công bố danh mục mặt hàng cụ thể theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu; quy định các Tiêu chuẩn cần đáp ứng, các thủ tục cấp giấy phép.

5. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Văn hóa - Thông tin

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	Các loại ấn phẩm (sách, báo, tạp chí, tranh, ảnh, lịch...).	Hồ sơ nguồn gốc.
2	Tác phẩm điện ảnh và sản phẩm nghe nhìn khác, được ghi trên mọi chất liệu.	Hồ sơ nguồn gốc.
3	Các tác phẩm nghệ thuật thuộc các thể loại, mới được sản xuất trên mọi chất liệu.	Hồ sơ nguồn gốc.
4	Di vật, cổ vật không thuộc: sở hữu toàn dân, sở hữu của tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội.	Giấy phép xuất khẩu.
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Các loại ấn phẩm (sách, báo, tạp chí, tranh, ảnh, lịch...).	Phê duyệt nội dung.
2	Các tác phẩm điện ảnh và sản phẩm nghe nhìn khác, ghi trên mọi chất liệu.	Phê duyệt nội dung.

3	Hệ thống chế bản và sắp chữ chuyên dùng ngành in.	Giấy phép nhập khẩu quy định điều kiện và thủ tục cấp giấy phép.
4	Máy in các loại (máy in offset, máy in flexo, máy in ống đồng) và máy photocopy mẫu.	Quy định điều kiện.
5	Thiết bị thu tín hiệu truyền hình từ vệ tinh (TVRO).	Quy định điều kiện.
6	Máy trò chơi điện tử có cài đặt chương trình trả thưởng và thiết bị chuyên dùng cho trò chơi ở sòng bạc.	- Quy định điều kiện (về thiết bị, về các chương trình được cài đặt). - Các doanh nghiệp được cấp giấy phép đầu tư hoặc đăng ký kinh doanh theo Quyết định số 32/2003/QĐ-TTg ngày 27 tháng 02 năm 2003 của Thủ tướng Chính phủ được phép nhập khẩu.
7	Đồ chơi trẻ em	Công bố tính năng và loại đồ chơi được phép nhập khẩu

*** Nguyên tắc quản lý:**

1) Bộ Văn hóa - Thông tin công bố cụ thể các Danh mục trên theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu.

Các sản phẩm nêu tại khoản 1, 2, 3 Phần A được phép xuất khẩu theo nhu cầu, thủ tục giải quyết tại cơ quan hải quan, khi:

- Được phép sản xuất và lưu hành tại Việt Nam, hoặc

- Có giấy tờ chứng minh nguồn gốc rõ ràng.

Bộ Văn hóa - Thông tin chịu trách nhiệm hướng dẫn cụ thể nguyên tắc này; không cấp giấy phép xuất khẩu và không phê duyệt nội dung, số lượng, trị giá sản phẩm xuất khẩu.

2) Đối với sản phẩm nghe - nhìn không phải tác phẩm điện ảnh, Bộ Văn hóa - Thông tin uỷ quyền cho các Sở Văn hóa - Thông tin phê duyệt nội dung.

6. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Y tế

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
	Không có.	
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Chất gây nghiện, chất hướng tâm thần, tiền chất (bao gồm cả thuốc thành phẩm).	Giấy phép nhập khẩu quy định rõ điều kiện và thủ tục cấp giấy phép.
2	Thuốc thành phẩm phòng và chữa bệnh cho người, đã có số đăng ký.	Được nhập khẩu theo nhu cầu không phải xác nhận đơn hàng nhập khẩu.
3	Thuốc thành phẩm phòng và chữa bệnh cho người, chưa có số đăng ký.	Giấy phép khảo nghiệm.
4	Nguyên liệu sản xuất thuốc, dược liệu, tá dược, vỏ nang thuốc, bao bì tiếp xúc trực tiếp với thuốc, loại mới sử dụng ở Việt Nam.	Giấy phép khảo nghiệm.

5	Mỹ phẩm ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người.	Đăng ký lưu hành.
6	Vắc xin, sinh phẩm miễn dịch, ngoài danh mục được nhập khẩu theo nhu cầu.	Giấy phép nhập khẩu.
7	Thiết bị y tế có khả năng gây ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người, ngoài danh mục được nhập khẩu theo nhu cầu.	Giấy phép nhập khẩu.
8	Hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế.	Đăng ký lưu hành.

*** Nguyên tắc quản lý:**

1) Đối với nguyên liệu sản xuất thuốc, dược liệu, tá dược, vỏ nang thuốc bao bì tiếp xúc trực tiếp với thuốc vắc xin, sinh phẩm miễn dịch thiết bị y tế, Bộ Y tế công bố Danh mục hàng hóa được nhập khẩu theo nhu cầu, ngoài Danh mục này phải có giấy phép nhập khẩu, quy định rõ điều kiện và thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu.

2) Hàng hóa thuộc diện điều chỉnh của giấy phép khảo nghiệm phải tuân thủ nội dung khảo nghiệm và thời hạn khảo nghiệm theo hướng dẫn của Bộ Y tế. Căn cứ kết quả khảo nghiệm, Bộ Y tế quyết định cho phép hay không cho phép sử dụng tại Việt Nam. Khi được Bộ Y tế cho phép sử dụng tại Việt Nam, hàng hóa được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá, không phải xin giấy phép nhập khẩu hoặc xác nhận đơn hàng nhập khẩu.

3) Hàng hóa thuộc diện điều chỉnh của biện pháp đăng ký lưu hành, khi đã có số đăng ký, được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá, không phải xin giấy phép nhập khẩu hoặc xác nhận đơn hàng nhập khẩu.

4) Bộ Y tế hướng dẫn thực hiện và cụ thể Danh mục hàng hóa nêu trên theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu.

7. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Công nghiệp

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	Hóa chất độc hại và sản phẩm có hóa chất độc hại. Tiền chất ma túy sử dụng trong lĩnh vực công nghiệp (theo Luật Phòng chống ma túy và văn bản có liên quan).	Ban hành Danh mục xuất khẩu có quy định điều kiện, tiêu chuẩn hoặc giấy phép xuất khẩu đối với từng loại.
2	Khoáng sản.	Ban hành danh mục xuất khẩu có điều kiện, quy định điều kiện hoặc tiêu chuẩn.
3	Vật liệu nổ công nghiệp.	Giấy phép.
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Hóa chất độc hại và sản phẩm có hóa chất độc hại; tiền chất sử dụng trong lĩnh vực công nghiệp.	Ban hành Danh mục nhập khẩu có quy định điều kiện, tiêu chuẩn nhập khẩu hoặc giấy phép nhập khẩu đối với từng loại.

2	Natri hydroxyt (dạng lỏng).	Quy định tiêu chuẩn.
3	Acid clohydric.	Quy định tiêu chuẩn.
4	Acid sulfuaric kỹ thuật.	Quy định tiêu chuẩn.
5	Acid sulfuaric tinh khiết.	Quy định tiêu chuẩn.
6	Acid phosphoric kỹ thuật.	Quy định tiêu chuẩn.
7	Phèn đơn từ hydroxyt nhôm.	Quy định tiêu chuẩn.
8	Vật liệu nổ công nghiệp. Nitorát Amôn hàm lượng cao (NH ₄ NO ₃)	Giấy phép nhập khẩu quy định rõ điều kiện và thủ tục cấp giấy phép.

*** Nguyên tắc quản lý:**

Đối với các mặt hàng trong nhóm hàng số 2, 3, 4, 5, 6, 7 Phần B, Bộ Công nghiệp chỉ quy định điều kiện nhập khẩu hoặc tiêu chuẩn kỹ thuật cần đáp ứng khi nhập khẩu, không cấp giấy phép, giấy xác nhận và không phê duyệt số lượng hoặc trị giá nhập khẩu.

8. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Tài nguyên và Môi trường

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
	Không có.	
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Phế liệu.	Quy định điều kiện hoặc tiêu chuẩn.

*** Nguyên tắc quản lý:**

Trên cơ sở điều kiện hoặc tiêu chuẩn các phế liệu được phép nhập khẩu, doanh nghiệp nhập khẩu làm thủ tục tại cơ quan hải quan.

Bộ Tài nguyên và Môi trường hướng dẫn thực hiện cụ thể hóa danh mục nêu trên theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu.

9. Danh mục hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Giao thông vận tải

A.	HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
	Không có.	
B.	HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	
1	Pháo hiệu các loại cho an toàn hàng hải. Bộ Giao thông Vận tải công bố Danh mục theo mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu và quy định thủ tục cấp giấy phép.	Cấp giấy phép.

10. Danh mục hàng xuất khẩu, nhập khẩu theo quy định riêng

1. Xuất khẩu gạo các loại và lúa hàng hóa

Thương nhân thuộc các thành phần kinh tế đều được phép xuất khẩu gạo, lúa hàng hóa.

Bộ Thương mại phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân các tỉnh có sản lượng lúa hàng hóa lớn và

Hiệp hội Lương thực Việt Nam, điều hành việc xuất khẩu gạo hàng năm theo nguyên tắc: Bảo đảm về an ninh lương thực; tiêu thụ hết lúa hàng hóa và bảo đảm giá lúa có lợi cho nông dân, đồng thời phù hợp mặt bằng giá cả hàng hóa trong nước; kiến nghị Thủ tướng Chính phủ các giải pháp xử lý khi các nguyên tắc này không được bảo đảm hài hoà.

Đối với những hợp đồng xuất khẩu theo thoả thuận của Chính phủ Việt Nam với Chính phủ nước ngoài (hợp đồng Chính phủ), Bộ Thương mại trao đổi với Hiệp hội Lương thực Việt Nam để Hiệp hội thống nhất việc tổ chức giao dịch, ký kết hợp đồng và giao hàng.

Bộ Thương mại xây dựng Quy chế để từng bước tổ chức đấu thầu thực hiện các hợp đồng này.

2. Nhập khẩu xăng dầu, nhiên liệu

Việc nhập khẩu xăng dầu, nhiên liệu thực hiện theo quy định hiện hành của Thủ tướng Chính phủ.

3. Nhập khẩu ô tô các loại đã qua sử dụng

Ô tô các loại đã qua sử dụng được nhập khẩu phải bảo đảm điều kiện: Loại đã qua sử dụng không quá 05 năm, tính từ năm sản xuất đến năm nhập khẩu.

4. Tái xuất khẩu các loại vật tư nhập khẩu chủ yếu mà Nhà nước bảo đảm cân đối ngoại tệ để nhập khẩu

Các mặt hàng nhập khẩu mà Nhà nước bảo đảm cân đối ngoại tệ cho nhu cầu nhập khẩu, chỉ được tái xuất khẩu thu bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi.

Bộ Thương mại công bố cụ thể Danh mục hàng hóa này trong từng thời kỳ và tổ chức thực hiện.

5. Nhập khẩu thuốc lá điếu, xì gà

Căn cứ quy định của pháp luật hiện hành về sản xuất, kinh doanh và sử dụng thuốc lá điều các loại và các cam kết quốc tế có liên quan, Bộ Thương mại chủ trì cùng Bộ Công nghiệp quy định cụ thể việc nhập khẩu mặt hàng này.

6. Xuất khẩu, nhập khẩu hàng phục vụ an ninh, quốc phòng

Việc xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa phục vụ an ninh, quốc phòng, thực hiện theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

Căn cứ Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng các Bộ: Công an, Quốc phòng quy định việc cấp phép để thực hiện.

7. Nhập khẩu gỗ các loại từ các nước có chung đường biên giới

Bộ Thương mại hướng dẫn cụ thể việc nhập khẩu phù hợp luật pháp của Việt Nam và các nước cũng như các thoả thuận có liên quan của Việt Nam với các nước.

**** Quy định của WTO:***

Được thể hiện thông qua Hiệp định về Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu (ILP - Import Licensing Procedure Agreement):

Quy định đối với cơ quan cấp giấy (Điều 1.1, 2, 3);

Chế độ cấp và quản lý giấy phép không phiền toái hơn mức cần thiết, trong đó có tính đến mục đích áp dụng;

Nội dung giấy phép và thủ tục cấp cần phải minh bạch, rõ ràng và có thể dự đoán trước (tính khả đoán);

Bảo vệ những nhà nhập khẩu và nhà cung cấp nước ngoài khỏi bị chậm trễ không cần thiết do những quyết định độc đoán;

Các thủ tục hành chính để thực hiện chế độ cấp phép không được bóp méo thương mại do sử dụng không thích hợp các thủ tục đó.

Các qui tắc đối với thủ tục cấp phép nhập khẩu phải được áp dụng trung lập và được quản lý theo một cách thức công bằng và hợp lý.

Cần phải công khai các thông tin liên quan tới thủ tục nộp đơn, tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu, cơ quan tiếp nhận, danh sách các sản phẩm đòi hỏi giấy phép trong thời hạn 21 ngày trước khi chúng có hiệu lực. Người nộp đơn chỉ cần tiếp cận tới một cơ quan hành chính trường hợp đặc biệt không được quá ba cơ quan. Nhà nhập khẩu hàng hóa phải có giấy phép có thể tiếp cận ngoại tệ cần thiết trên cùng một cơ sở với hàng nhập khẩu không cần giấy phép.

Cấp phép không tự động không được gây ra hạn chế hay bóp méo thương mại hơn mức các điều kiện do yêu cầu cấp phép đặt ra. Các thủ tục cấp phép không tự động cần phải tương ứng về phạm vi và thời hạn với biện pháp mà chúng được sử dụng để thực hiện, và sẽ không đặt ra những gánh nặng hành chính hơn mức cần thiết để quản lý biện pháp đó. Trong trường hợp đòi hỏi cấp phép không vì mục đích quản lý số lượng, các thành viên phải công bố đầy đủ thông tin về cơ sở để cấp phép.

Quy định với các nước thành viên (Điều 1.4 a)

Phải công bố tất cả quy định về thủ tục cấp phép nhập khẩu, để các nhà nhập khẩu, xuất khẩu và Chính phủ của họ hiểu đầy đủ về:

Công bố tư cách của các cá nhân, các công ty và các tổ chức làm đơn xin cấp phép;

Công bố cơ quan quản lý hành chính, chịu trách nhiệm cấp phép; và

Công bố những sản phẩm cần có giấy phép.

Quy định này nhằm làm minh bạch tất cả các tiêu chí khi tham gia cấp hạn ngạch, đảm bảo tự do cạnh tranh, tất cả các doanh nghiệp đều biết đối thủ kinh doanh mặt hàng đó là ai, cơ quan nào cấp phép đối với những sản phẩm nào. Năm 2004 Bộ Thương mại Việt Nam còn

quy định tất cả hồ sơ xin cấp phép đều gửi qua đường bưu điện tránh tiếp xúc trực tiếp, khắc phục tham nhũng thông qua cơ chế xin cho.

2.3.2. Các biện pháp tương đương thuế quan (Para-tariff measures)

Các biện pháp tương đương thuế quan là các biện pháp làm tăng giá hàng nhập khẩu theo cách tương tự như thuế quan. Ngoài ra, các biện pháp quản lý giá bán trong nước có thể có tác động trực tiếp hay gián tiếp tới giá của hàng xuất, nhập khẩu vì những lý do sau đây:

- Duy trì giá của hàng sản xuất trong nước, khi giá hàng nhập khẩu thấp hơn giá nội địa của hàng cùng loại một mức nhất định, nhằm bảo vệ sản xuất trong nước.
- Ấn định giá trong nước của một mặt hàng nào đó khi giá cả trên thị trường trong và ngoài nước biến động bất lợi.
- Triệt tiêu những tác động bất lợi gây ra bởi hoạt động ngoại thương bất bình đẳng.

Sau đây chúng ta nghiên cứu một số trường hợp liên quan mà Tổ chức Thương mại Thế giới có quy định cho các nước thành viên.

a) Xác định trị giá hải quan (Custom Valuation)

Điều 7, Hiệp định về trị giá hải quan (ACV - Agreement on Customs Value) có đưa ra khái niệm và cách xác định trị giá hải quan như sau: “Trị giá hải quan là trị giá của hàng hóa xuất nhập khẩu được xác định theo mục đích quản lý hải quan, là một trong những căn cứ cơ bản để tính thuế hải quan và các thuế khác”.

Hiệp định này được ký kết giữa các nước thành viên nhằm mục đích bảo đảm giá trị hàng hóa nhập khẩu được xác định một cách khách quan và công bằng, phát huy tác động tích cực tới các ràng buộc thuế đã đạt được trong các vòng đàm phán của GATT/WTO.

Khi thuế nhập khẩu được xác định dựa trên giá trị hàng hóa, thì việc xác định trị giá như thế nào là vô cùng quan trọng, vì nó liên quan tới số tiền thuế phải đóng và chi phí này lại liên quan tới giá hàng nhập khẩu cao hay thấp. Điều đó có làm cho cạnh tranh bình đẳng hay không. Đây chính là mục đích của WTO nhằm làm cho thương mại thế giới phát triển mạnh mẽ, ổn định và bình đẳng.

Hiệp định yêu cầu một số nước đang phát triển trước kia thực hiện cách xác định khác cần chuyển đổi theo cách xác định này trong vòng 5 năm (1/1/2000). WTO đưa ra 6 phương pháp xác định trị giá hải quan để làm cơ sở tính thuế. Việt Nam đã tham gia ký hiệp định và hiện đang dần dần chuyển sang cách xác định thuế theo quy định của WTO. Ngày 15/12/2005 Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 113/2005 TT-BTC hướng dẫn thi hành Luật Thuế xuất nhập khẩu 2005, đã công nhận 6 phương pháp xác định trị giá tính thuế mà WTO đưa ra.

a₁) Trị giá giao dịch (Transaction Value)

Là trị giá được xác định dựa trên cơ sở giá thực trả hoặc sẽ trả khi hàng hóa được bán từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu dựa trên hóa đơn hoặc ghi trên hợp đồng (theo hiệp định là Giá trị giao dịch).

Ngoài giá ghi trên hợp đồng, trị giá hải quan còn bao gồm cả những chi phí sau: Phí hoa hồng và môi giới các khoản thu về sau mà người bán được hưởng phát sinh do việc bán lại hàng, chuyển nhượng hoặc sử dụng hàng nhập khẩu tiếp phí vận tải, bảo hiểm và các loại phí liên quan khác tính đến điểm nhập khẩu, nếu nước đó xác định trị giá trên cơ sở CIF...

a₂) Trị giá giao dịch của hàng giống hệt (Transaction Value of identical goods)

Điều 2 Hiệp định ACV quy định nếu trị giá hải quan của hàng nhập khẩu không thể xác định theo phương pháp trị giá giao dịch nói

trên thì trị giá hải quan sẽ là trị giá giao dịch của mặt hàng giống hệt được bán với mục đích xuất khẩu cho cùng một nước nhập khẩu vào cùng thời điểm hay cùng kỳ với lô hàng đang được xác định trị giá.

Hàng hóa giống hệt được hiểu là: “hàng hóa giống nhau về mọi phương diện; kể cả các đặc điểm về thực thể vật chất, chất lượng và uy tín. Những khác biệt thứ yếu bề ngoài không loại trừ việc nhìn nhận hàng hóa là cùng loại mà bằng cách nào đó chúng phù hợp với định nghĩa”.

Hàng được coi là hàng giống hệt là những hàng hóa mà:

- Giống nhau về các khía cạnh: Tính chất và đặc điểm về thực thể vật chất; Chất lượng hàng hóa và danh tiếng hàng hóa.

- Được sản xuất ở cùng một nước với hàng hóa đang được xác định trị giá.

- Do cùng một hãng sản xuất.

Định nghĩa về hàng hóa giống hệt không bao gồm các hàng hóa nhập khẩu do người bán cung cấp với mức giá thấp hoặc cho không để người nhập khẩu thực hiện các ý đồ thiết kế, trang trí mỹ thuật.

Trường hợp hàng hóa giống hệt với hàng hóa đang được xác định trị giá không phải do người cùng hãng sản xuất thì có thể lấy trị giá của hàng hóa cùng loại do hãng khác cùng ở nước đó sản xuất. Trường hợp hai hàng hóa có những khác biệt nhau không đáng kể về bề ngoài thì cũng được coi là hàng cùng loại.

a₃) Trị giá giao dịch của hàng tương tự (Transaction Value of similar goods)

Điều 3 Hiệp định ACV quy định nếu trị giá hải quan của hàng nhập khẩu không thể xác định được theo hai phương pháp nói trên thì trị giá hải quan sẽ là trị giá giao dịch của mặt hàng tương tự được bán

với mục đích xuất khẩu cho cùng một nước nhập khẩu vào cùng thời điểm hay cùng kỳ với lô hàng đang được xác định trị giá.

Hàng hóa tương tự được hiểu là “hàng hóa mặc dù không giống nhau về mọi phương diện nhưng có những đặc điểm tương đương và các vật liệu cấu thành tương đương cho phép chúng có thể cùng thực hiện chức năng và có thể thay thế lẫn nhau về mặt thương phẩm. Số lượng của hàng hóa, uy tín, cũng như mẫu mã là những yếu tố được xem xét khi xác định tính tương tự của hàng hóa đó”. Khi xem xét các vấn đề trên cần lưu ý tới chất lượng, uy tín, nhãn mác đang dùng của hàng hóa.

Khi áp dụng trị giá giao dịch của hàng cùng loại hoặc tương tự, cần chú ý đến những yêu cầu sau:

- Hàng hóa phải là hàng hóa cùng loại hoặc tương tự hàng hóa nhập khẩu.

- Hàng hóa đó phải được sản xuất tại cùng một nước với hàng hóa đang xác định trị giá.

- Hàng hóa đó đã được xuất khẩu vào lúc hoặc khoảng cùng thời gian với hàng hóa đang xác định trị giá.

- Việc bán hàng hóa cùng loại hoặc tương tự phải xảy ra cùng số lần và cùng cấp độ thương mại với hàng hóa đang xác định trị giá.

Trường hợp xác định được nhiều trị giá giao dịch của hàng cùng loại hay tương tự thì trị giá thấp nhất sẽ được sử dụng để xác định trị giá hàng nhập khẩu.

a₄) Trị giá khấu trừ/Suy diễn (Deductive Value)

Trong trường hợp không thể xác định trị giá hải quan theo các phương pháp trị giá giao dịch nói trên thì nên xác định trên cơ sở đơn giá bán trên thị trường nội địa của hàng nhập khẩu đang cần xác định

trị giá hoặc hàng giống hệt hoặc hàng tương tự khấu trừ những chi phí dưới đây nếu chúng thực sự xảy ra:

- Phí hoa hồng hoặc các khoản lợi nhuận và chi phí quản lý chung liên quan đến việc bán hàng tại nước có nhập khẩu hàng cùng chủng loại hay hạng bậc.

- Cước phí vận tải, bảo hiểm và chi phí có liên quan phát sinh trong phạm vi của nước nhập khẩu.

- Chi phí và phí tính gộp theo.

- Lệ phí hải quan và thuế hải quan của nước nhập khẩu.

Nếu không có hàng hóa nhập khẩu và cũng không có mặt hàng nhập khẩu cùng loại hay tương tự được bán vào cùng thời điểm hoặc cùng kỳ nhập khẩu của lô hàng thì trị giá hải quan sẽ được căn cứ vào đơn giá mà với mức giá đó hàng hóa nhập khẩu hay hàng cùng loại, hàng tương tự nhập khẩu sẽ được bán ở nước nhập khẩu với điều kiện như đã nhập khẩu vào ngày sớm nhất sau ngày nhập khẩu lô hàng đang xác định trị giá, nhưng không quá 90 ngày sau ngày nhập khẩu lô hàng đó.

Khi áp dụng phương pháp khấu trừ, cần chú ý đến các chi tiết sau: Lựa chọn giá cả thích hợp; Thời gian và điều kiện bán hàng; Số lượng lớn nhất.

Cốt lõi của phương pháp suy diễn là việc lựa chọn giá cả, theo đó hàng hóa nhập khẩu nhất định được bán cho phía người mua không có quan hệ đặc biệt ở nước nhập khẩu theo số lượng lớn nhất vào hoặc vào khoảng thời gian nhập khẩu hàng hóa đang được xác định trị giá. Từ giá cả đó, Hiệp định ACV cho phép suy diễn những chi phí và tổn thất nhất định xảy ra trong quá trình nhập khẩu.

a₅) Trị giá tính toán (Computed Value)

Khi không thể xác định trị giá theo các phương pháp trên thì Hiệp định ACV cho phép xác định trị giá hải quan dựa vào tổng chi

phí sản xuất ra hàng hóa nhập khẩu. Theo phương pháp này trị giá hải quan được xác định trên cơ sở giá thành của mặt hàng đang được xác định trị giá cộng với một khoản lợi nhuận và chi phí chung được phản ánh trong nghiệp vụ bán hàng cùng loại từ nước người xuất khẩu sang nước người nhập khẩu.

Như vậy với trị giá tính toán ta sẽ xem việc sản xuất những hàng hóa nhập khẩu và sẽ tính toán chi phí của hàng hóa.

Trị giá tính toán bao gồm các khoản sau:

- Chi phí hoặc trị giá nguyên vật liệu và bán thành phẩm hoặc các chi phí gia công khác đã sử dụng vào sản xuất hàng nhập khẩu.

- Khoản lợi nhuận và chi phí chung tương đương với trị giá. Hai khoản này thường được phản ánh khi bán hàng cùng chủng loại hay hạng bậc với lô hàng đang được xác định trị giá. Những mặt hàng đó cũng được sản xuất ở nước đã xuất khẩu lô hàng đang cần xác định trị giá.

- Chi phí hoặc trị giá của mọi chi phí cần thiết để thể hiện phương án định giá do các bên lựa chọn theo quy định.

Điều 6 Hiệp định ACV cũng quy định rằng không bên nào được phép yêu cầu hay ép buộc bất kỳ người nào không cư trú trên lãnh thổ của bên đó phải xuất trình để kiểm tra, hay cho phép sử dụng bất cứ tài khoản hay hồ sơ nào để phục vụ cho việc xác định trị giá tính toán. Chính vì điều này mà việc xác định trị giá theo phương pháp này bị hạn chế và có phần phức tạp.

a₆) Phương pháp dự phòng (Fall-back method)

Việc định giá tính thuế hải quan tùy tiện có thể bóp méo kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa. Do đó, nếu không thể áp dụng các phương pháp trên, WTO cho phép xác định trị giá hải quan trên cơ sở kết hợp các phương pháp một cách phù hợp nhưng không được dựa

trên các cách sau: dựa trên giá nhập khẩu tối thiểu; Dựa trên giá bán trong nước của hàng hóa tương tự được sản xuất tại nước mà hàng hóa cần xác định trị giá hải quan được nhập khẩu; Một hệ thống cho phép chấp nhận giá cao hơn trong hai loại giá sử dụng để xác định trị giá tính thuế quan của hàng hóa; Dựa trên giá bán của hàng hóa tại thị trường nước xuất khẩu; Định giá trên cơ sở giả định hay tùy tiện.

b) Định giá (Pricing)

b₁) Giá bán tối đa - Giá trần (Ceilling price)

Giá bán tối đa trong nước đối với một hàng hóa nào đó có thể hạn chế nhập khẩu, đặc biệt là đối với những nhà xuất khẩu không có khả năng cạnh tranh cao. Chẳng hạn như Mỹ muốn bảo vệ thị trường đối với mặt hàng thủy sản, họ sẽ quy định một mức giá cao (giá trần) đối với mặt hàng thủy sản bán tại thị trường Mỹ. Điều đó sẽ gây khó khăn cho các nước đang phát triển như Trung Quốc, Việt Nam khi thâm nhập thị trường của họ, vì sức cạnh tranh kém.

Các thành viên thừa nhận là các biện pháp quản lý giá tối đa cho dù có phù hợp với nguyên tắc không phân biệt đối xử quốc gia (NT) cũng có thể có tác động xấu tới lợi ích của các thành viên đang cung cấp hàng nhập khẩu.

b₂) Giá bán tối thiểu - Giá sàn (Floor price)

Thực chất đây là việc một chính phủ quy định mức giá sàn, áp dụng đối với việc mua hàng hóa xuất khẩu của các công ty kinh doanh nhằm bảo vệ quyền lợi của người sản xuất. Ví dụ giá gạo của một quốc gia chỉ dao động ở mức 2.500đ/kg đến 3.500đ/kg, nếu như vậy lợi ích của người nông dân sẽ bị ảnh hưởng. Do vậy nhà nước quy định mức giá sàn mua vào của các công ty không thấp hơn 4.000đ/kg. Điều này dễ làm cho tín hiệu thị trường (cung, cầu, giá cả) phản ánh không

trung thực, sẽ làm bóp méo thương mại quốc tế. Vì thực chất đây là một dạng trợ cấp cho nông dân sản xuất gạo.

Do đó các thành viên đang áp dụng các biện pháp quản lý giá tối đa, hoặc tối thiểu nên cần phải tính đến lợi ích của các thành viên khi tham gia vào thương mại quốc tế nhằm tránh bị ảnh hưởng bởi các tác động xấu đó.

Mặc dù các qui định về giá bán tối đa, hoặc tối thiểu trong nước thiếu tính ràng buộc nhưng vấn đề này thường được các thành viên đặt ra với các nước đang gia nhập (GATT 1994, Điều 3)

c) Biến phí (Variable charges)

Những loại phí thay đổi cản trở đáng kể thương mại do tính không minh bạch của chúng. Mặc dù Điều 4, Hiệp định Nông nghiệp của WTO (AoA) đã yêu cầu chuyển sang thuế hóa nhưng các quốc gia, kể cả các nước phát triển lẫn các nước đang phát triển vẫn áp dụng những biến phí kèm theo thuế quan nhằm bảo vệ cho hàng hóa sản xuất từ nội địa trong đó lĩnh vực được sử dụng nhiều nhất là nông nghiệp.

Biến phí thường được xác định bằng mức chênh lệch giữa giá nội địa của hàng cùng loại trừ đi (-) mức giá của hàng nhập khẩu. Mục đích nhằm hạn chế mức giá thấp hơn của hàng nhập khẩu để bảo đảm sức cạnh tranh của hàng sản xuất ở nội địa.

Điều này cũng làm cản trở và gây khó khăn cho các thành viên khác, vì làm cho chi phí nhập khẩu tăng lên, khó cạnh tranh với hàng hóa sản xuất ở nội địa.

d) Phụ thu (Surcharges)

Đây là biện pháp thường được sử dụng ở các nước đang phát triển nhằm một số mục đích như:

- Góp phần bảo hộ sản xuất trong nước cùng với thuế quan;
- Tạo thêm nguồn thu, giảm bớt những chi phí cho công tác quản lý xuất nhập khẩu san sẻ gánh nặng đối với ngân sách;
- Bình ổn giá cả ở một số mặt hàng hay có biến động.

Song với lý do gì chăng nữa thì đây cũng là một trong những biện pháp làm bóp méo thương mại, do vậy Điều 8 GATT 1994 quy định: “Tất cả các loại phí và phụ thu (không phải là thuế xuất nhập khẩu và các loại thuế nội địa khác) đánh vào hàng xuất nhập khẩu chỉ được giới hạn ở mức tương ứng chi phí dịch vụ thực sự bỏ ra và không được sử dụng như sự bảo hộ gián tiếp các sản phẩm trong nước, hay như thuế xuất nhập khẩu, hay cho mục đích thu ngân sách”.

Phụ thu là phần thu thêm ngoài thuế nhập khẩu. Vì vậy, phụ thu là phần thuế quan có tác dụng bình ổn giá cả, tạo nguồn thu cho ngân sách và bảo hộ sản xuất trong nước.

Danh mục các mặt hàng chịu phụ thu không cố định. Phụ thu thường áp dụng với một số mặt hàng khi có biến động giữa giá thế giới và giá trong nước. Nhưng một số mặt hàng giá thế giới khá ổn định vẫn áp dụng phụ thu.

Bảng 9.3. Một số mặt hàng nhập khẩu chịu phụ thu

Mặt hàng	Tỷ lệ phụ thu (%)	Mục đích	Thời gian bắt đầu thi hành	Thời gian bãi bỏ
Thép ống	10	Bình ổn giá	1-10-1997	
Thép tấm	4	Bình ổn giá	10-5-1994	
Nhựa PVC	5	Bình ổn giá	10-8-1998	
Nhựa PVC	10	Thu ngân sách	18-4-1999	

Xăng ô tô	20	Thu ngân sách	10-11-1998	20-5-1999
Diesel	25	Thu ngân sách	10-11-1998	20-5-1999
Phân bón ure	3	Thu ngân sách	18-7-1998	1-5-2000
Phân NPK	4	Thu ngân sách	18-7-1998	
Ruột phích nước nóng và phích nước nóng thông dụng từ 2,5l trở xuống	30 và 40	Thu ngân sách	1-4-2000	
Quạt bàn, quạt cây, quạt trần, quạt treo tường, quạt gió dưới 100W	20	Thu ngân sách	1-4-2000	

Từ năm 2000 đến nay, Việt nam không còn mặt hàng nào áp dụng biện pháp này nữa.

2.3.3. Quyền kinh doanh của các doanh nghiệp

a) Quyền kinh doanh nhập khẩu

Trước đây theo Nghị định số 37/CP ngày 19-04-1994 của Chính phủ thì việc cấp phép kinh doanh nhập khẩu cho các doanh nghiệp, được quy định như sau:

- Doanh nghiệp được thành lập theo đúng pháp luật và cam kết tuân thủ các quy định của pháp luật.

- Đối với các doanh nghiệp chuyên doanh xuất nhập khẩu, phải hoạt động theo đúng ngành hàng đã đăng ký và có số vốn lưu động tối thiểu tương đương 200.000 USD, có đội ngũ cán bộ am hiểu kinh doanh xuất nhập khẩu.

Theo Nghị định số 57/1998/ND-CP, ngày 31-07-1998, quyền kinh doanh xuất nhập khẩu được mở rộng đáng kể. Điều 3 của Nghị định này quy định: “Thương nhân là doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế được thành lập theo quy định của pháp luật được phép xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa theo ngành nghề đã đăng ký trong giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh”.

Riêng đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài quyền kinh doanh xuất, nhập khẩu còn bị hạn chế. Các doanh nghiệp này chỉ được phép nhập khẩu thiết bị, máy móc, vật tư, nguyên liệu, phương tiện vận tải để thực hiện dự án đầu tư phục vụ sản xuất theo quy định trong giấy phép đầu tư.

Nghị định 12/2006/NĐ-CP ngày 23/1/2006 hướng dẫn thi hành Luật Thương mại cho giai đoạn dài nhằm phù hợp với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế tại Điều 3, Chương 2 quy định về Quyền kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu như sau:

(1) Đối với thương nhân Việt Nam không có vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài (dưới đây gọi tắt là thương nhân):

Trừ hàng hóa thuộc Danh mục cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu, hàng hóa thuộc Danh mục cấm nhập khẩu, tạm ngừng nhập khẩu, thương nhân được xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa không phụ thuộc vào ngành nghề đã đăng ký kinh doanh.

Chi nhánh thương nhân được xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa theo ủy quyền của thương nhân.

(2) Đối với thương nhân có vốn đầu tư nước ngoài, công ty và chi nhánh công ty nước ngoài tại Việt Nam:

Các thương nhân, công ty, chi nhánh khi tiến hành hoạt động thương mại thuộc phạm vi điều chỉnh tại Nghị định này, ngoài việc thực hiện các quy định tại Nghị định này, còn thực hiện theo các quy định khác của pháp luật có liên quan và các cam kết của Việt Nam

trong các Điều ước quốc tế mà Việt Nam là một bên ký kết hoặc gia nhập.

b) Đầu mối nhập khẩu

Trong cơ chế quản lý nhập khẩu của Việt Nam, có một số mặt hàng Nhà nước quy định chỉ được nhập khẩu thông qua một số doanh nghiệp nhất định được Nhà nước cho phép (đầu mối nhập khẩu).

Mục đích của việc quy định đầu mối nhập khẩu là góp phần đảm bảo cung cầu, ổn định xã hội, sức khỏe của cộng đồng và bảo hộ sản xuất trong nước.

Hiện tại có 5 mặt hàng là xăng dầu, phân bón, xi măng, clinker, rượu và dược phẩm chỉ được nhập khẩu thông qua các đầu mối.

Hướng tới những mặt hàng quản lý theo đầu mối sẽ được tổ chức đấu thầu để giao cho những doanh nghiệp nhập khẩu có hiệu quả nhất.

2.3.4. Các rào cản kỹ thuật

Mục đích áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật:

Đối với người tiêu dùng: Dễ dàng lựa chọn và sử dụng những sản phẩm thích hợp có chất lượng và thông số kỹ thuật phù hợp với yêu cầu của mình.

Đối với người sản xuất: Giúp cho việc sản xuất theo quy mô lớn theo một thông số nhất định về kích thước, tiêu hao nguyên liệu, bán thành phẩm được sản xuất từ nhiều nguồn gốc khác nhau (một máy tính có thể được sản xuất từ nhiều quốc gia, song vẫn có thể lắp ráp ở một nước vì có một tiêu chuẩn chất lượng thống nhất).

Đối với người bán: Có thể dễ dàng hiểu nhau khi đàm phán về một mặt hàng.

Song đối với các quốc gia ngoài những mục đích mang tính chất tích cực trên hầu hết các nước đều dùng các biện pháp kỹ thuật

như một hàng rào nhằm bảo hộ thị trường nội địa và sản xuất trong nước.

Trong Nghị định 12/2006/NĐ-CP ngày 23/1/2006 của Chính phủ có quy định về kiểm tra kỹ thuật những hàng hóa xuất, nhập khẩu tại Điều 8 Chương 2 như sau:

“Hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu phải thực hiện kiểm dịch động thực vật, kiểm tra về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm tra chất lượng hàng hóa theo tiêu chuẩn, chất lượng trước khi thông quan

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công bố Danh mục hàng hóa phải tiến hành kiểm dịch động thực vật trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể các loại hàng hóa thuộc danh mục này.

2. Bộ Y tế công bố Danh mục các loại hàng hóa phải kiểm tra về vệ sinh an toàn thực phẩm trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể của các loại hàng hóa thuộc danh mục này.

3. Bộ Khoa học và Công nghệ công bố Danh mục các loại hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu phải kiểm tra việc bảo đảm tiêu chuẩn, chất lượng bắt buộc trước khi thông quan và quy định tiêu chuẩn cụ thể của các loại hàng hóa thuộc danh mục này.”

Có khá nhiều các rào cản kỹ thuật và việc áp dụng trong thương mại quốc tế cũng khá phức tạp. Sau đây chúng ta nghiên cứu một số loại:

Các quy định tiêu chuẩn kỹ thuật

Năm 1990, Việt Nam đã ban hành Pháp lệnh về Tiêu chuẩn hàng hóa. Đến nay đã có hơn 500 tiêu chuẩn hàng hóa khác nhau được ban hành, trong đó khoảng 150 tiêu chuẩn bắt buộc thi hành. Các tiêu chuẩn bắt buộc là những tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực an toàn, vệ sinh, bảo vệ sức khỏe, bảo vệ môi trường.

Ở Việt Nam, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường và Chất lượng thuộc Bộ Khoa học công nghệ và Môi trường là cơ quan quản lý nhà

nước về các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn và thủ tục xác định sự phù hợp. Một số văn bản liên quan đến vấn đề quy định kỹ thuật và thủ tục xác định sự phù hợp đã được ban hành như: Danh mục hàng xuất, nhập khẩu phải kiểm tra nhà nước về chất lượng số 117/2000/QĐ-BKHCNMT ngày 26/1/2000. Tuy nhiên, công tác kiểm tra chất lượng hàng hóa nhập khẩu chưa thực hiện được tốt, chưa ngăn cản được hàng hóa kém chất lượng thâm nhập vào thị trường trong nước. Có thể thấy Việt Nam chưa sử dụng hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn như một công cụ để cản trở nhập khẩu, bảo hộ sản xuất nội địa phát triển.

Kiểm dịch động, thực vật

Ngày 27/11/1993 Việt Nam đã ban hành Quy chế Kiểm dịch động, thực vật. Theo đó, mọi phương tiện vận tải, vật phẩm nguồn gốc thực vật và tác nhân sinh học có thể gây hại cho sinh thái khi thâm nhập vào Việt Nam đều phải qua kiểm dịch.

Ngày 25/07/2005 Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành Quyết định số 45/2005/QĐ-BNN về Danh mục đối tượng kiểm dịch động vật. Tiếp theo đến ngày 25/11/2005 Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định số 73/2005/QĐ-BNN về Danh mục đối tượng kiểm dịch thực vật.

Tuy có những quy định cụ thể, chặt chẽ phù hợp với thông lệ quốc tế, nhưng cho đến nay biện pháp này chưa được sử dụng tốt để bảo vệ sức khỏe con người, bảo vệ động thực vật và tạo ra hàng rào bảo vệ sản xuất trong nước.

Các yêu cầu về nhãn mác hàng hóa

Đây là một rào cản thương mại được sử dụng khá phổ biến trên thế giới, đặc biệt là tại các nước phát triển. Biện pháp này được quy định chặt chẽ bằng hệ thống văn bản pháp luật, là công cụ bảo hộ rất hữu hiệu.

Ở Việt Nam, trước năm 1999 hầu như chưa có quy định chi tiết về nhãn, mác hàng hóa như một công cụ để bảo hộ sản xuất. Vì vậy, ngày 30/8/1999, Quy chế ghi nhãn mác hàng hóa đã được ban hành dựa theo Quyết định số 178/1999/QĐ-TTg, ngày 30/8/1999 của Thủ tướng Chính phủ. Và thời gian có hiệu lực của Quy chế này bắt đầu từ 1/3/2000.

Theo qui định của Quy chế trên thì hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam phải tuân thủ qui định về ghi nhãn như sau: ghi trên phần nhãn nguyên gốc các thông tin thuộc nội dung bắt buộc: “tên hàng hóa; tên địa chỉ của thương nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; định lượng của hàng hóa; thành phần cấu tạo; chỉ tiêu chất lượng chủ yếu; ngày sản xuất; thời hạn sử dụng; thời hạn bảo quản; hướng dẫn bảo quản; hướng dẫn sử dụng; xuất xứ hàng hóa”. Nội dung thông tin trên đây được ghi bằng tiếng Việt, hoặc làm nhãn phụ ghi những thông tin thuộc nội dung bắt buộc trên bằng tiếng Việt đính kèm nhãn nguyên gốc của hàng hóa đó trước khi đưa ra bán ở thị trường Việt Nam.

Các quy định về môi trường

Các quy định về môi trường thường được WTO và các quốc gia chấp nhận vì đây là vấn đề mang tính toàn cầu. Ngoài những mặt tích cực nhằm bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ sức khỏe của con người, thì các biện pháp kỹ thuật liên quan đến tiêu chuẩn môi trường còn được các nước sử dụng như một loại hàng rào phi thuế quan trong thương mại quốc tế thông qua một số hình thức như:

+ Hàng hóa đã cấp tiêu chuẩn chất lượng môi trường (ISO 14000) chưa?

+ Hàng hóa đã gắn nhãn sinh thái chưa?

Hiện nay rất nhiều quốc gia đã gắn nhãn sinh thái cho hàng hóa của mình, như: Mỹ với chương trình “con dấu xanh”; nhãn sinh thái EU được Hội đồng Bộ trưởng Môi trường của EU thông qua tháng 12/1991 và có hiệu lực 10/1992; hoặc nhãn sinh thái xanh của Thái Lan... Điều

này vừa bảo vệ được thị trường, môi trường trong nước, vừa dễ dàng tạo điều kiện cho hàng hóa của nước mình xâm nhập vào thị trường nước ngoài (đặc biệt là những nước áp dụng nhãn môi trường).

Biện pháp này, những năm gần đây đã được Việt Nam đề cập và triển khai, hệ thống ISO 14000 đã bắt đầu được triển khai rộng rãi. Tính đến năm 2002, Việt Nam đã có 321 doanh nghiệp được cấp chứng chỉ ISO trong đó 309 doanh nghiệp được cấp ISO 9000 và 12 doanh nghiệp cấp ISO 14000. Song áp dụng để giám sát và kiểm tra hàng hóa nhập khẩu thì thực hiện vẫn còn nhiều vấn đề cần đề cập tiếp.

Quy định của WTO

WTO yêu cầu các qui định kỹ thuật, tiêu chuẩn cũng như thủ tục xác định sự phù hợp với các qui định kỹ thuật và tiêu chuẩn này không được tạo ra các trở ngại không cần thiết đối với thương mại quốc tế, phải đảm bảo nguyên tắc không phân biệt đối xử và đãi ngộ quốc gia, phải minh bạch và tiến tới hài hòa hóa. Nhưng các thành viên có thể đưa ra các biện pháp cần thiết để bảo vệ môi trường, sức khỏe con người và động thực vật, ngăn ngừa các hành động xấu... mà nước này cho là thích hợp, với điều kiện là các biện pháp đó không được áp dụng theo cách thức tạo ra sự phân biệt đối xử tùy tiện, hay hạn chế vô lý đối với thương mại quốc tế.

WTO yêu cầu các thành viên tích cực soạn thảo các tiêu chuẩn, và tham gia vào Tổ chức Tiêu chuẩn đo lường quốc tế như ISO (International Standard Organization).

Trong trường hợp các quốc gia không có các tiêu chuẩn quốc tế hoặc không thể áp dụng các tiêu chuẩn này vì lý do gây phương hại tới lợi ích quốc gia thì phải cần:

- Sớm công bố trên báo chí giúp các nước khác biết tiêu chuẩn mà nước mình áp dụng.

- Các quốc gia thông báo cho ban thư ký WTO biết về hệ thống tiêu chuẩn mà mình áp dụng, và phải giải trình mục đích nước mình áp dụng.

- Khi có yêu cầu các quốc gia phải cung cấp chi tiết hoặc bản sao các tiêu chuẩn kỹ thuật mà nước mình áp dụng cho các nước thành viên khác.

- Các quốc gia phải dành một thời gian hợp lý để các nước khác góp ý đối với việc soạn thảo các tiêu chuẩn này

2.3.5. Các biện pháp liên quan đến đầu tư nước ngoài

Thu hút vốn đầu tư nước ngoài có vai trò rất quan trọng đến phát triển nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, các dự án đầu tư nước ngoài phải đáp ứng được một số yêu cầu như tỷ lệ nội địa hóa; yêu cầu tỷ lệ xuất khẩu bắt buộc, yêu cầu phải gắn với phát triển nguồn nguyên liệu trong nước, tự cân đối ngoại tệ.

Yêu cầu về tỷ lệ nội địa hóa

Đây là một chính sách của Việt Nam đối với một số ngành công nghiệp có vai trò đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Các dự án sản xuất lắp ráp sản phẩm hoàn chỉnh thuộc ngành cơ khí - điện - điện tử và dự án sản xuất lắp ráp phụ tùng của các sản phẩm hoàn chỉnh này được hưởng thuế xuất nhập khẩu ưu đãi theo tỷ lệ nội địa hóa. Các tỷ lệ ưu tiên này do Bộ Tài chính qui định đối với bán thành phẩm, chi tiết, cụm chi tiết, bộ phận và nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất sản phẩm hoặc phụ tùng.

Sản xuất lắp ráp ô tô: Các dự án xin cấp giấy phép sản xuất, lắp ráp ô tô tại Việt Nam phải ghi rõ chương trình sản xuất linh kiện và phụ tùng tại Việt Nam. Chương trình này phải đảm bảo chậm nhất là từ năm thứ năm kể từ khi bắt đầu sản xuất, phải sử dụng linh kiện phụ tùng sản xuất tại Việt Nam với tỷ lệ ít nhất là 5% trị giá xe và sẽ tăng theo từng năm để đến năm thứ 10 đạt ít nhất 30% giá trị xe.

Sản xuất, lắp ráp xe máy và phụ tùng. Theo qui định hiện hành từ năm thứ hai kể từ khi bắt đầu sản xuất các dự án sản xuất lắp ráp xe máy tại Việt Nam phải thực hiện chế tạo chi tiết tại Việt Nam ở mức 5-10% giá trị xe máy, và tăng dần để đảm bảo sau 5-6 năm kể từ năm bắt đầu sản xuất đạt ít nhất 60% giá trị xe máy.

Sản xuất, lắp ráp sản phẩm điện tử dân dụng: Các dự án sản xuất, lắp ráp sản phẩm điện tử dân dụng chỉ chấp thuận dạng IKD với giá trị linh kiện, phụ tùng sản xuất tại Việt Nam trong hai năm đầu chiếm ít nhất 20% giá trị sản phẩm và tăng dần trong các năm tiếp theo.

Yêu cầu tỷ lệ xuất khẩu bắt buộc

Để thực hiện chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu tại Việt Nam ban hành Danh mục 24 sản phẩm công nghiệp có các dự án đầu tư nước ngoài phải đảm bảo xuất khẩu ít nhất 80% (xem Quyết định số 229/1998/QĐ-BKH ngày 29/04/1998 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư).

Đây là các sản phẩm mà sản xuất trong nước tương đối đáp ứng đủ nhu cầu về số lượng và chất lượng.

Yêu cầu phải gắn với phát triển nguồn nguyên liệu trong nước

Để nâng cao hiệu quả việc sử dụng vốn đầu tư nước ngoài và phát huy tác dụng của vốn đầu tư với việc phát triển một số ngành như chăn nuôi bò sữa, trồng các loại cây cung cấp nguyên liệu cho một số ngành công nghiệp chế biến, Nhà nước qui định các dự án phải gắn với phát triển nguồn nguyên liệu trong nước. Đó là các dự án đầu tư vào chế biến sữa, dầu thực vật, đường, mía, gỗ, sản xuất giấy, nước trái cây giải khát, thuốc da.

2.3.6. Quản lý điều tiết nhập khẩu thông qua các hoạt động dịch vụ

Nhiều ngành dịch vụ liên quan đến hoạt động thương mại thường được Nhà nước sử dụng như một công cụ cản trở nhập khẩu.

Dịch vụ phân phối

Phân phối là hoạt động quan trọng của mọi doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng hóa. Việt Nam hiện còn duy trì các hạn chế về quyền phân phối của các doanh nghiệp nước ngoài. Quyền phân phối bao gồm các quyền tiếp thị và bán sản phẩm trên thị trường nội địa.

Hiện tại các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được phép nhập khẩu nguyên liệu, vật tư phục vụ cho sản xuất, không được phép nhập khẩu để trực tiếp bán hàng trên thị trường Việt Nam.

Như vậy, hạn chế quyền phân phối đó có tác dụng như một rào cản phi thuế quan đối với hàng nhập khẩu.

Dịch vụ tài chính, ngân hàng.

Hạn chế trong giao dịch thanh toán: Quy định không cho phép mở thư tín dụng (L/C) trả chậm đối với nhập khẩu hàng tiêu dùng. Yêu cầu đảm bảo thanh toán (đặt cọc 80% giá trị thư tín dụng khi nhập khẩu hàng tiêu dùng).

Hạn chế sử dụng ngoại tệ: Yêu cầu các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tự đảm bảo về nhu cầu ngoại tệ cho hoạt động kinh doanh của mình, trừ các dự án thuộc danh mục khuyến khích được Chính phủ hỗ trợ ngoại tệ như: kết cấu hạ tầng, sản xuất thay thế nhập khẩu một số sản phẩm thiết yếu, mua nguyên liệu sản xuất hàng xuất khẩu (3 năm đầu kể từ khi sản xuất hàng xuất khẩu).

Đối với các doanh nghiệp Việt Nam yêu cầu phải đảm bảo kết hối lượng ngoại tệ thu về của mình (hiện tại qui định kết hối là 0%).

Quản lý vay ngoại tệ: Yêu cầu các thoả thuận vay ngoại tệ của các doanh nghiệp nhà nước phải được ngân hàng chấp thuận trước khi ký (kể cả các thư tín dụng trên một năm).

Các dịch vụ khác như giám định hàng hóa, dịch vụ vận tải, dịch vụ khai báo và tính thuế cũng có tác động không nhỏ đến tạo thuận lợi hay cản trở nhập khẩu.

2.3.7. Các biện pháp quản lý hành chính

Các rào cản về thủ tục hành chính sau có tác dụng cản trở nhất định đối với lưu chuyển hàng hóa nhập khẩu nhằm bảo hộ sản xuất nội địa.

Đặt cọc nhập khẩu: Biện pháp này yêu cầu các doanh nghiệp muốn nhập khẩu những mặt hàng Nhà nước không khuyến khích nhập phải đặt cọc một khoản tiền nhất định mà không được hưởng lãi.

Hàng đổi hàng: Một số mặt hàng muốn nhập khẩu phải gắn xuất khẩu hàng hóa sản xuất chủ yếu từ nguồn nguyên liệu trong nước. Biện pháp này vừa hạn chế nhập khẩu vừa khuyến khích xuất khẩu. Biện pháp này được thực hiện trong nhiều năm với một số bạn hàng, nhất là với Lào.

Thủ tục hải quan: Thông thường hay phiền hà cũng tạo thuận lợi hay cản trở rất lớn cho doanh nghiệp trong nhập khẩu hàng hóa.

Mua sắm của Chính phủ: Chiếm một tỷ lệ đáng kể trong nhập khẩu. Nước ta đã có qui định về đấu thầu quốc tế trong mua sắm của Chính phủ. Đây cũng là cách quản lý khá phổ biến mà nhiều nước áp dụng.

Qui tắc xuất xứ: Được nhiều nước sử dụng như một công cụ để bảo hộ sản xuất và thực hiện chính sách thương mại. Hiện nay, Việt Nam mới chỉ qui định về xuất xứ ưu đãi với các nước thành viên AFTA/ASEAN (Quyết định số 416/TM-ĐB năm 1996 của Bộ Thương mại) và EU (Thông tư số 33/TC-TCT của Bộ Tài chính qui định danh mục hàng hóa và thuế xuất nhập khẩu để thực hiện chương trình giảm thuế hàng nhập xuất xứ từ EU). Hiện tại, Việt Nam chưa có qui định về qui tắc xuất xứ không ưu đãi.

2.3.8. Các biện pháp bảo vệ thương mại tạm thời

Trong quan hệ thương mại quốc tế, thường xảy ra những hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh hoặc áp dụng chính sách phân biệt đối xử. Theo GATT/1994 nếu bị đẩy vào tình trạng trên thì các quốc gia được phép áp dụng các biện pháp đối kháng.

Trong Luật Thuế xuất nhập khẩu, nhập khẩu bổ sung năm 1998 và tiếp đến Luật Thuế xuất, nhập khẩu năm 2005 đều có qui định (Điều 11 Chương 2) về các loại thuế để tự vệ, chống bán phá giá, chống trợ cấp, chống phân biệt đối xử trong nhập khẩu hàng hóa.

Thuế chống phá giá: Áp dụng trong trường hợp hàng nhập khẩu vào Việt Nam mà giá bán của nước xuất khẩu quá thấp so với giá bán thông thường do được bán phá giá, gây khó khăn cho sự phát triển ngành sản xuất tương tự của nước ta. Mức thuế này được tính theo mức chênh lệch cao nhất giữa giá thông thường và giá nhập khẩu của hàng hóa đó.

Thuế chống trợ cấp: Áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam với giá bán của hàng hóa đó quá thấp so với thông thường do có được trợ cấp của nước xuất khẩu, gây khó khăn cho sự phát triển của ngành sản xuất tương tự của Việt Nam. Mức thuế này được dựa trên cơ sở chênh lệch giữa mức trợ cấp và phí nộp đơn xin trợ cấp.

Thuế chống phân biệt đối xử: Áp dụng cho hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam có xuất xứ từ nước mà ở đó có sự phân biệt đối xử về thuế nhập khẩu hoặc có những biện pháp phân biệt đối xử khác đối với hàng hóa của Việt Nam.

Để đảm bảo tính pháp lý, năm 2004 Việt Nam đã ban hành Pháp lệnh về chống phá giá, chống trợ cấp và Pháp lệnh Tự vệ đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam.

Ngoài các biện pháp về thuế các nước có thể áp dụng các biện pháp khác như: yêu cầu phải cam kết, dùng hạn ngạch, áp dụng các mức thuế chống trợ cấp hoặc phá giá trở lại.

2.4. Định hướng việc sử dụng các công cụ quản lý, điều hành nhập khẩu

Chúng ta đã liệt kê và phân tích tác động của các công cụ quản lý, điều hành nhập khẩu đối với việc phát triển sản xuất và bảo hộ sản xuất nội địa.

Để khái quát lại, chúng ta thử nêu những ưu điểm và nhược điểm của biện pháp thuế quan và phi thuế quan qua thực tiễn thực hiện ở Việt Nam và các nước.

Thuế quan: Sự bảo hộ được tiến hành bởi thuế quan được thừa nhận là có ba ưu điểm lớn:

- + Rõ ràng;
- + Ổn định, dễ dự đoán;
- + Dễ đàm phán cắt giảm mức bảo hộ.

Nhưng nhược điểm dễ thấy của thuế quan là không tạo được rào cản nhanh chóng. Trước tình thế có tính cấp bách như hàng nhập khẩu tăng nhanh gây tổn hại hoặc đe dọa sự tồn tại của một ngành sản xuất nội địa, thì các biện pháp quản lý phi thuế quan tỏ ra hữu hiệu hơn, có thể ngay lập tức chặn đứng dòng hàng hóa nhập khẩu tràn vào trong nước.

Các biện pháp phi thuế quan: Ngoài thuế quan ra, tất cả các biện pháp khác, dù là theo qui định pháp lý hay tồn tại trên thực tế tác động đến phương hướng nhập khẩu đều thuộc vào các rào cản phi thuế quan. Mỗi một biện pháp phi thuế quan có thể có một hoặc nhiều thuộc tính như áp dụng tại biên giới hay nội địa, phù hợp hoặc không phù hợp với thông lệ quốc tế, nhằm bảo hộ hay không bảo hộ. Các biện pháp phi thuế quan có ưu điểm là:

- + Rất phong phú về hình thức;
- + Đáp ứng được nhiều mục tiêu;
- + Nhiều rào cản phi thuế quan chưa bị cam kết cắt giảm hay loại bỏ.

Tuy nhiên, các rào cản phi thuế quan có nhược điểm là:

- + Không rõ ràng và khó dự đoán;
- + Thực thi khó khăn và tốn kém trong quản lý;
- + Nhà nước không hoặc ít thu được lợi ích tài chính.

Định hướng chung sử dụng công cụ quản lý điều hành nhập khẩu

Các biện pháp thuế quan và phi thuế quan là những công cụ chính nhằm quản lý, điều hành nhập khẩu bảo hộ sản xuất mà các quốc gia đều áp dụng. Mỗi công cụ đều có ưu điểm và nhược điểm nên chúng thường được sử dụng bổ sung cho nhau để quản lý nhập khẩu nhằm thúc đẩy và bảo hộ sản xuất trong nước.

Mặc dù về lý thuyết WTO và các định chế thương mại khu vực thường chỉ thừa nhận thuế quan là công cụ bảo hộ hợp pháp duy nhất, nhưng trên thực tế các quốc gia không ngừng sử dụng các rào cản thương mại phi thuế quan mới, vừa đáp ứng mục đích bảo hộ, vừa không trái với thông lệ quốc tế.

Xu hướng chung trong việc sử dụng thuế quan để quản lý và điều hành nhập khẩu là thuế đánh vào hàng nhập khẩu phải được giảm dần, việc đánh thuế phải đảm bảo rõ ràng, minh bạch không gây cản trở cho tự do buôn bán.

Xu hướng chung của việc áp dụng các biện pháp phi thuế quan để bảo hộ sản xuất trong nước là chuyển từ các biện pháp mang tính hạn chế định lượng trực tiếp sang các biện pháp tinh vi hơn như thuế chống phá giá, thuế đối kháng, tiêu chuẩn kỹ thuật, các qui định về nhãn mác, các tiêu chuẩn về môi trường. v.v...

Cần lưu ý rằng các biện pháp hạn chế định lượng tuy bị WTO ngăn cấm. Nhưng hạn chế định lượng như cấm nhập khẩu hay hạn ngạch nhập khẩu vẫn còn được áp dụng trong những trường hợp cần thiết để đảm bảo và duy trì an ninh quốc gia, giữ gìn đạo đức văn hóa, bảo vệ môi trường hay trong một vài trường hợp ngoại lệ đặc biệt. Biện pháp hạn ngạch vẫn được thừa nhận và được nhiều nước áp dụng để bảo hộ ngành dệt may. (Theo Hiệp định Dệt may của WTO thì đến năm 2005 các nước thành viên WTO mới loại bỏ biện pháp này).

Ngoài ra một biện pháp mang tính chất hạn chế định lượng khác cũng được WTO thừa nhận và áp dụng rộng rãi là hạn ngạch thuế quan trong nông nghiệp.

Việc sử dụng các công cụ quản lý và điều hành nhập khẩu có mang lại hiệu quả như mong muốn và có thích ứng được với các định chế thương mại và nguyên tắc chung của môi trường thương mại quốc tế hay không phụ thuộc vào sự chọn lọc và kết hợp khôn khéo của Chính phủ trong việc áp dụng các biện pháp phi thuế quan hỗ trợ cho biện pháp thuế quan. Nếu biết kết hợp khéo léo hai công cụ này sản xuất trong nước sẽ được bảo hộ và phát triển sức cạnh tranh của hàng hóa trong nước sẽ được nâng cao và kinh tế Việt Nam sẽ từng bước hội nhập với kinh tế khu vực và quốc tế.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Nêu vai trò quan trọng của nhập khẩu đối với nền kinh tế? Thế nào là nhập khẩu bổ sung, nhập khẩu thay thế? Cho ví dụ? Trong điều kiện nước ta hiện nay, nhập khẩu bổ sung hay nhập khẩu thay thế quan trọng hơn?
2. Nêu những nguyên tắc cơ bản của chính sách nhập khẩu?
3. Tại sao lại đưa ra nguyên tắc “Sử dụng vốn nhập khẩu với tinh thần tiết kiệm và đem lại hiệu quả kinh tế cao”? Nội dung thực hiện nguyên tắc “tiết kiệm” này?

4. Chính sách nhập khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2010: Căn cứ để đề ra chính sách? Nội dung của chính sách?
5. Hãy nêu những công cụ quản lý nhập khẩu chủ yếu ở Việt Nam? Công cụ nào quan trọng nhất? Vì sao?
6. Thuế nhập khẩu: Khái niệm? Mục đích?
7. Phân tích lợi ích và chi phí của thuế quan?
8. Các loại thuế suất trong biểu thuế nhập khẩu của Việt Nam hiện nay?
9. Thế nào là bảo hộ danh nghĩa của thuế quan (NPR)? Công thức tính? Cho ví dụ?
10. Thế nào là bảo hộ thực sự của thuế quan (EPR)? Công thức tính? Ý nghĩa của bảo hộ thực sự?
11. Nêu các công cụ quản lý nhập khẩu phi thuế quan? Ưu, nhược điểm? Xu hướng áp dụng?
12. Trình bày ưu, nhược điểm của biện pháp thuế quan và phi thuế quan? Xu hướng áp dụng các biện pháp này? Quan điểm của WTO về các biện pháp này?
13. Các biện pháp quản lý nhập khẩu mang tính định lượng? Ưu, nhược điểm? Thực tiễn áp dụng ở Việt Nam? Quan điểm của WTO về việc áp dụng các biện pháp này?
14. Nêu sự giống nhau và khác nhau giữa thuế và hạn ngạch?
15. Phân biệt các biện pháp bảo hộ thương mại tạm thời? Xu hướng áp dụng các biện pháp này?

CHƯƠNG 10.

CHÍNH SÁCH XUẤT KHẨU

Xuất khẩu đã được thừa nhận là một hoạt động rất cơ bản của hoạt động kinh tế đối ngoại, là phương tiện thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Việc mở rộng xuất khẩu để tăng thu nhập ngoại tệ cho đất nước và cho nhu cầu nhập khẩu phục vụ cho sự phát triển kinh tế là một mục tiêu quan trọng nhất của chính sách thương mại. Nhà nước đã và đang thực hiện các biện pháp thúc đẩy các ngành kinh tế hướng theo xuất khẩu, khuyến khích khu vực tư nhân mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ cho đất nước.

Chương này nhằm vào việc nghiên cứu vai trò của xuất khẩu, mục tiêu phương hướng xuất khẩu và những biện pháp chính sách thúc đẩy xuất khẩu.

I. VAI TRÒ CỦA XUẤT KHẨU ĐỐI VỚI QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ

1. Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ công nghiệp hóa đất nước

Công nghiệp hóa đất nước theo những bước đi thích hợp là con đường tất yếu để khắc phục tình trạng nghèo và chậm phát triển của nước ta. Để công nghiệp hóa đất nước trong một thời gian ngắn, đòi hỏi phải có số vốn rất lớn để nhập khẩu máy móc, thiết bị, kỹ thuật, công nghệ tiên tiến.

Nguồn vốn để nhập khẩu có thể được hình thành từ các nguồn như:

- Xuất khẩu hàng hóa;
- Đầu tư nước ngoài;
- Vay nợ, viện trợ;
- Thu từ hoạt động du lịch, dịch vụ;
- Xuất khẩu sức lao động...

Các nguồn vốn như đầu tư nước ngoài, vay nợ và viện trợ... tuy quan trọng, nhưng rồi cũng phải trả bằng cách này hay cách khác ở thời kỳ sau này. Nguồn vốn quan trọng nhất để nhập khẩu, công nghiệp hóa đất nước là xuất khẩu. Xuất khẩu quyết định quy mô và tốc độ tăng của nhập khẩu.

Ở Việt Nam, thời kỳ 1986 - 1990 nguồn thu về xuất khẩu hàng hóa đảm bảo trên 75% nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu; tương tự thời kỳ 1991 - 1995 là 66% và 1996 - 2000 là 50% (đó là chưa thống kê nguồn vốn thông qua xuất khẩu dịch vụ).

Trong tương lai, nguồn vốn bên ngoài sẽ tăng lên. Nhưng mọi cơ hội đầu tư và vay nợ của nước ngoài và các tổ chức quốc tế chỉ thuận lợi khi các chủ đầu tư và người cho vay thấy được khả năng xuất khẩu - nguồn vốn chủ yếu để trả nợ - trở thành hiện thực.

2. Xuất khẩu đóng góp vào việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển

Cơ cấu sản xuất và tiêu dùng trên thế giới đã và đang thay đổi vô cùng mạnh mẽ. Đó là thành quả của cuộc cách mạng khoa học, công nghệ hiện đại. Sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong quá trình

công nghiệp hóa phù hợp với xu hướng phát triển của kinh tế thế giới là tất yếu đối với nước ta.

Có hai cách nhìn nhận về tác động của xuất khẩu đối với sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Một là, xuất khẩu chỉ là việc tiêu thụ những sản phẩm thừa do sản xuất vượt quá nhu cầu nội địa. Trong trường hợp nền kinh tế còn lạc hậu và chậm phát triển như nước ta, sản xuất về cơ bản còn chưa đủ tiêu dùng nếu chỉ thụ động chờ ở sự “thừa ra” của sản xuất thì xuất khẩu sẽ vẫn cứ nhỏ bé và tăng trưởng chậm chạp. Sản xuất và sự thay đổi cơ cấu kinh tế sẽ rất chậm chạp.

Hai là, coi thị trường và đặc biệt thị trường thế giới là hướng quan trọng để tổ chức sản xuất. Quan điểm thứ hai chính là xuất phát từ nhu cầu của thị trường thế giới để tổ chức sản xuất. Điều đó có tác động tích cực đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển. Sự tác động này đến sản xuất thể hiện ở:

- Xuất khẩu tạo điều kiện cho các ngành khác có cơ hội phát triển thuận lợi. Chẳng hạn, khi phát triển ngành dệt may xuất khẩu sẽ tạo cơ hội cho việc phát triển ngành sản xuất nguyên liệu như bông, sợi hay thuốc nhuộm, công nghiệp tạo mẫu... Sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến thực phẩm xuất khẩu, dầu thực vật, chè... có thể sẽ kéo theo sự phát triển của ngành công nghiệp chế tạo thiết bị phục vụ cho nó.

- Xuất khẩu tạo ra khả năng mở rộng thị trường tiêu thụ góp phần cho sản xuất phát triển và ổn định.

- Xuất khẩu tạo điều kiện mở rộng khả năng cung cấp đầu vào cho sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất trong nước.

- Xuất khẩu tạo ra những tiền đề kinh tế - kỹ thuật nhằm cải tạo và nâng cao năng lực sản xuất trong nước. Điều này muốn nói đến xuất khẩu là phương tiện quan trọng tạo ra vốn và kỹ thuật, công nghệ từ thế giới bên ngoài vào Việt Nam, nhằm hiện đại hóa nền kinh tế của đất nước, tạo ra một năng lực sản xuất mới.

- Thông qua xuất khẩu, hàng hóa của ta sẽ tham gia vào cuộc cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá cả, chất lượng. Cuộc cạnh tranh này đòi hỏi chúng ta phải tổ chức lại sản xuất, hình thành cơ cấu sản xuất luôn thích nghi được với thị trường.

- Xuất khẩu còn đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới và hoàn thiện công việc quản trị sản xuất kinh doanh, thúc đẩy sản xuất mở rộng thị trường.

3. Xuất khẩu có tác động tích cực đến việc giải quyết công ăn việc làm và cải thiện đời sống của nhân dân

Tác động của xuất khẩu đến việc làm và đời sống bao gồm rất nhiều mặt. Trước hết sản xuất, chế biến và dịch vụ hàng xuất khẩu đang trực tiếp là nơi thu hút hàng triệu lao động vào làm việc và có thu nhập không thấp.

Xuất khẩu còn tạo ra nguồn vốn để nhập khẩu vật phẩm tiêu dùng thiết yếu phục vụ trực tiếp đời sống và đáp ứng ngày một phong phú thêm nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

Quan trọng hơn cả là việc xuất khẩu tác động trực tiếp đến sản xuất (phần 2 đã trình bày) làm cho cả quy mô lẫn tốc độ sản xuất tăng lên, các ngành nghề cũ được khôi phục, ngành nghề mới ra đời, sự phân công lao động mới đòi hỏi lao động được sử dụng nhiều hơn, năng suất lao động cao và đời sống nhân dân được cải thiện.

4. Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của nước ta

Chúng ta thấy rõ xuất khẩu và các quan hệ kinh tế đối ngoại có tác động qua lại phụ thuộc lẫn nhau. Có thể hoạt động xuất khẩu có sớm hơn các hoạt động kinh tế đối ngoại khác và tạo điều kiện thúc đẩy các quan hệ này phát triển. Chẳng hạn, xuất khẩu và công nghệ sản xuất hàng xuất khẩu thúc đẩy quan hệ tín dụng, đầu tư, mở rộng vận tải quốc tế.... Mặt khác, chính các quan hệ kinh tế đối ngoại chúng ta vừa kể lại tạo tiền đề cho mở rộng xuất khẩu.

Tóm lại, đẩy mạnh xuất khẩu được coi là vấn đề có ý nghĩa chiến lược để phát triển kinh tế và thực hiện công nghiệp hóa đất nước.

II. MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ PHƯƠNG HƯỚNG XUẤT KHẨU

1. Mục tiêu của xuất khẩu

Một doanh nghiệp thực hiện hoạt động xuất khẩu có thể không phải để nhập khẩu, mà để thu ngoại tệ và hưởng lợi nhuận nhờ lợi thế trao đổi giữa các quốc gia trên thế giới.

Hoặc ở một thời điểm nào đó, một quốc gia xuất khẩu cũng có thể được dùng để trả nợ, để mua vũ khí, để phục vụ cho các hoạt động ngoại giao.

Mục tiêu của xuất khẩu được đề cập trong chương này là mục tiêu nói chung của hoạt động xuất khẩu đối với nền kinh tế quốc dân trong một thời gian dài. Mục tiêu này có thể không hoàn toàn giống với mục tiêu của một doanh nghiệp, hay mục tiêu cụ thể của một thời kỳ nào đó.

Do vậy, mục tiêu quan trọng chủ yếu nhất của xuất khẩu là để nhập khẩu đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế. Nhu cầu của nền kinh tế

rất đa dạng như: phục vụ cho công nghiệp hóa đất nước, cho tiêu dùng, cho xuất khẩu và tạo thêm công ăn việc làm.

Xuất khẩu là để nhập khẩu, do đó thị trường xuất khẩu phải gắn với thị trường nhập khẩu. Phải xuất phát từ yêu cầu thị trường nhập khẩu để xác định phương hướng và tổ chức nguồn hàng thích hợp.

2. Nhiệm vụ xuất khẩu

Để thực hiện tốt mục tiêu trên, hoạt động xuất khẩu cần hướng vào thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Phải ra sức khai thác có hiệu quả mọi nguồn lực của đất nước (đất đai, vốn, nhân lực, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở vật chất...).
- Nâng cao năng lực sản xuất hàng xuất khẩu để tăng nhanh khối lượng và kim ngạch xuất khẩu.
- Tạo ra những mặt hàng (nhóm hàng) xuất khẩu chủ lực đáp ứng những đòi hỏi của thị trường thế giới và của khách hàng về chất lượng và số lượng, có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao.

3. Phương hướng phát triển xuất khẩu

3.1. Căn cứ để xác định phương hướng xuất khẩu

a) Căn cứ vào nguồn lực bên trong:

- Dân số và lao động;
- Tài nguyên thiên nhiên, đất đai nông nghiệp, rừng biển, khoáng sản;
- Cơ sở hạ tầng;
- Vị trí địa lý;
- v.v...

b) Căn cứ vào yêu cầu và xu hướng phát triển của thị trường:

Đối với chúng ta, đó là nhu cầu của các thị trường nhập khẩu, các thị trường truyền thống, các thị trường gần.

c) Căn cứ vào hiệu quả kinh tế:

Tức lợi thế tương đối của mặt hàng (nhóm hàng) xuất khẩu.

3.2. Phương hướng xuất khẩu

Căn cứ vào nguồn lực trong nước và bối cảnh quốc tế, trong Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 - 2010 do của Bộ Thương mại xây dựng đề trình Chính phủ vào năm 2000 có đưa ra kế hoạch đến năm 2010 tổng kim ngạch xuất khẩu sẽ đạt 50 tỷ USD. Trong đó, khoáng sản đạt 1,75 tỷ; nông lâm thủy sản đạt 8,6 tỷ, hàng chế biến chính đạt 20,6 tỷ; hàng chế biến cao đạt 7 tỷ; các mặt hàng khác đạt 12,05 tỷ (các mặt hàng cụ thể xem Bảng 10-1).

Thực tế năm 2005, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đã đạt 32,233 tỷ USD, vượt mức kế hoạch đặt ra là 27 tỷ (bằng 104,9% chỉ tiêu) tăng so với năm 2004 là 21,6%. Do vậy, theo dự đoán của các nhà kinh tế, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010 sẽ đạt khoảng từ 54 đến 65 tỷ USD theo 2 phương án sau:

Bảng 10.1. Dự kiến kim ngạch xuất khẩu đến năm 2010

	Năm	2006	2007	2008	2009	2010	2006-2010
PA thấp (XK tăng 12%/năm)	KN (tr.USD)	35.305	40.600	45.879	50.008	54.174	225.966
	Tốc độ tăng (%)	+15	+15	+13	+9	+8,3	+12
PA cao (XK tăng 16%/năm)	KN (tr.USD)	36.273	42.802	49.650	56.601	64.564	249.890*
	Tốc độ tăng (%)	+18	+18	+16	+14	+14	+16

Nguồn: Đề tài khoa học - Viện Nghiên cứu thương mại,
Bộ Thương mại - Mã số: 2004-78-23

Để đạt được mục tiêu trên phương hướng xuất khẩu của Việt Nam cần nhằm tới:

- Tăng nhanh và vững chắc tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ.
- Chuyển dịch mạnh cơ cấu sản xuất, xuất khẩu đảm bảo cán cân thương mại ở mức hợp lý.
- Mở rộng, đa dạng hóa thị trường và phương thức kinh doanh. Hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.
- Đa dạng, nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng các mặt hàng xuất khẩu.

III. CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU

1. Chính sách chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu

1.1. Chính sách hình thành và phát triển các vùng sản xuất hàng xuất khẩu

Trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2010 và tầm nhìn 2020 có đưa ra định hướng về việc phát triển các vùng: “Các vùng, khu vực đều phát huy lợi thế để phát triển, tạo thêm thế mạnh của mình theo cơ cấu kinh tế mở, gắn với nhu cầu trong và ngoài nước”.

(1) Đồng bằng sông Hồng và vùng kinh tế trọng điểm

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu theo hướng sau: Phát triển cây lương thực gắn với các vùng chuyên canh rau, cây ăn quả, thịt, hoa,

mở rộng nuôi trồng thủy sản. Phát triển mạnh công nghiệp chế biến và cơ khí phục vụ nông nghiệp, các cụm, điểm công nghiệp, dịch vụ và làng nghề ở nông thôn.

Phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Tại các vùng kinh tế trọng điểm cần chú trọng phát triển các khu công nghiệp, khu công nghệ cao, công nghiệp xuất khẩu, công nghiệp điện tử, thông tin và một số cơ sở cơ khí đóng tàu, luyện kim phân bón; các dịch vụ có hàm lượng tri thức cao; các trung tâm mạnh của vùng và cả nước về đào tạo, khoa học và công nghệ, thương mại, y tế, văn hóa, du lịch.

Đây chính là cơ sở quan trọng để tạo nguồn xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của khu vực và quốc gia.

(2) Miền Đông Nam Bộ và vùng kinh tế trọng điểm

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu theo hướng sau: Cây công nghiệp như: cao su, cà phê, hạt tiêu, điều, mía đường, bông....; Cây ăn quả, chăn nuôi công nghiệp, chăn nuôi đại gia súc, hình thành các vùng chuyên canh tập trung gắn với công nghiệp chế biến. Tạo điều kiện phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Tại các vùng kinh tế trọng điểm cần hình thành và phát huy vai trò các trung tâm thương mại, xuất khẩu, viễn thông, du lịch, tài chính ngân hàng, khoa học và công nghệ văn hóa của cả nước. Đẩy mạnh công nghiệp khai thác dầu khí, sản xuất điện, phân bón và hóa chất từ dầu khí, khu chế xuất, khu công nghệ cao. Mở mang công nghiệp ở các tỉnh, không tập trung quá mức vào các đô thị lớn.

(3) Bắc Trung Bộ, Duyên hải Trung Bộ và vùng kinh tế trọng điểm miền Trung:

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu theo hướng sau: Tăng nhanh sản xuất cây công nghiệp, cây ăn quả, chăn nuôi đại gia súc, kết hợp với công nghiệp chế biến, đẩy mạnh trồng rừng, khai thác có hiệu quả nguồn lợi thủy sản, phát huy hợp tác với nước Cộng hoà dân chủ nhân dân Lào.

Phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Tại các vùng kinh tế trọng điểm cần hình thành các khu công nghiệp ven biển, các khu công nghiệp - thương mại tổng hợp trên các cửa khẩu và hành lang các tuyến đường. Chú trọng phát triển các ngành công nghiệp chủ đạo như: công nghiệp lọc, hóa dầu, công nghiệp chế biến, chế tạo và các loại hình dịch vụ khác như du lịch, cảng biển.

(4) Trung du và Miền núi Bắc Bộ (Tây Bắc và Đông Bắc)

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu theo hướng sau: Phát triển mạnh các cây công nghiệp, cây ăn quả, cây dược liệu, cây đặc sản, chăn nuôi đại gia súc gắn với chế biến.

Phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng như: thủy điện, đường liên tỉnh và đặc biệt tập trung các khu vực chế biến nông lâm sản xuất khẩu. Kết hợp phát triển du lịch sinh thái, đẩy mạnh phát triển các đô thị trung tâm gắn với công nghiệp, nâng cấp các cửa khẩu biên giới và phát triển kinh tế thương mại với Trung Quốc.

(5) Tây Nguyên

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu: Theo hướng thâm canh đối với các cây công nghiệp gắn với xuất khẩu như: cà phê, cao su, chè,

bông... kết hợp với trồng và bảo vệ rừng, cây dược liệu, cây đặc sản, phát triển chăn nuôi đại gia súc gắn với công nghiệp chế biến.

Phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Chú trọng phát triển công nghiệp khai khoáng, công nghiệp, công nghiệp năng lượng và công nghiệp chế biến làm cơ sở cho phát triển mặt hàng xuất khẩu. Đẩy mạnh hoạt động kinh tế thương mại, dịch vụ với hai nước láng giềng: Lào và Campuchia.

(6) Đồng bằng sông Cửu Long:

Phát triển nông nghiệp xuất khẩu: Đây là vùng đồng bằng trù phú nhất Việt Nam có nhiều điều kiện phát triển nông nghiệp xuất khẩu do vậy hướng tới cần tập trung đầu tư phát triển các vùng sản xuất lúa gạo, thủy sản, cây ăn quả gắn với các trường, viện nghiên cứu nông nghiệp và các khu công nghiệp chế biến

Phát triển công nghiệp, dịch vụ xuất khẩu: Đẩy mạnh công nghiệp cơ khí, chế biến nông nghiệp, kết hợp với thương mại dịch vụ, chú trọng phát triển du lịch sinh thái. Phát triển hợp tác kinh tế thương mại với Campuchia.

1.2. Chính sách phát triển các ngành hàng sản xuất và xuất khẩu

Đối với các ngành kinh tế trọng điểm, định hướng xuất khẩu là ngành có vị trí chi phối đối với nhiều ngành kinh tế quốc dân, có tỷ trọng lớn trong nền kinh tế và trong xuất khẩu. Xếp các ngành đang phát triển, có kim ngạch xuất khẩu lớn và tăng trưởng tương đối nhanh vào các ngành kinh tế trọng điểm để tập trung đầu tư vốn và nhân lực ở mức tối đa, tăng nhanh cả về tỷ trọng trong GDP cũng như trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Ngành kinh tế mũi nhọn định hướng xuất khẩu là ngành có triển vọng xuất khẩu lớn trong tương lai. Sản phẩm của

ngành này đáp ứng nhu cầu tương đối lớn và ngày càng tăng, đồng thời khai thác được lợi thế của đất nước.

Trong toàn bộ nền kinh tế: cần chuyển dịch cơ cấu theo hướng ngành công nghiệp - xây dựng và dịch vụ chiếm tỷ trọng ngày càng cao. Đồng thời, trong từng ngành, việc xây dựng chiến lược phát triển ngành phải dựa trên sự phân tích về nhu cầu và khuynh hướng tiêu dùng của thị trường thế giới để có sự chuyển đổi cơ cấu sản xuất phù hợp, đảm bảo sản xuất ra những sản phẩm có thể xuất khẩu và cạnh tranh được trên thị trường thế giới.

** Công nghiệp:*

Phát triển xuất khẩu những ngành công nghiệp chế biến sử dụng nhiều lao động với công nghệ thấp và ngành chế tạo linh kiện, sử dụng nhiều lao động với công nghệ trung bình là những bước đi đầu tiên trong quá trình phát triển xuất khẩu hàng công nghiệp chế tạo của các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Mặt khác, cần tạo sự đột phá trong công nghiệp chế biến, trước hết phải trên các lĩnh vực liên quan đến sản phẩm lương thực, rau quả, cà phê, cao su, chè... là những sản phẩm nông nghiệp Việt Nam hiện đang có lợi thế về năng suất, chi phí sản xuất thấp để tạo sự đột phá về xuất khẩu.

Đồng thời phải tăng cường liên kết công nghiệp: Phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ là rất quan trọng (như cơ khí, chế tạo máy...). Công nghiệp sản xuất theo công đoạn tạo sự hỗ trợ và sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các doanh nghiệp, các ngành. Trong đó, các ngành đảm trách công đoạn sau sẽ chi phối các ngành đảm trách giai đoạn trước và giữa, nên càng cần nhấn mạnh tăng cường hợp tác liên kết công nghiệp. Cần chú trọng đầu tư và phát triển công nghiệp theo chiều sâu, đảm bảo cung cấp nguyên, nhiên vật liệu đầu vào và dịch vụ

hạ tầng hợp lý. Tăng sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp, giảm tỷ trọng chi phí trung gian trong giá trị hàng hóa. Tuy nhiên cần chú ý chỉ khuyến khích và phát triển chính sách lựa chọn những ngành công nghiệp sản xuất nguyên liệu có hiệu quả, không nên bảo hộ và bao cấp các dự án đầu tư vào nguyên liệu sản xuất như hạt nhựa, phân bón, sắt thép, lọc dầu. Vì như vậy sẽ phải chịu mức giá đầu vào cao hơn giá quốc tế và suy giảm sức cạnh tranh.

** Nông nghiệp:*

Tuy phát triển nông nghiệp chỉ tạo nên yếu tố quan trọng đầu tiên là nguyên liệu và lương thực, chứ không thể làm giàu, nhưng nếu không đầu tư cho nông, lâm nghiệp và thủy sản thì không thể khai thác được khả năng tiềm tàng, lợi thế, không chuyển được lao động từ nông nghiệp sang các ngành khác. Vì vậy cần một mặt giảm dần tỷ trọng ngành nông nghiệp trong cơ cấu kinh tế, nhưng vẫn phải chú trọng đầu tư những phân ngành có thế mạnh, tạo sản phẩm có lợi thế so sánh, có khả năng xuất khẩu.

Chuyển dịch cơ cấu ngành trước hết ưu tiên cho mục tiêu an ninh lương thực quốc gia, tăng nguồn nông sản cho chế biến xuất khẩu. Vì vậy, cần thực hiện những giải pháp sau:

- Đẩy nhanh công nghiệp hoá, hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn theo hướng hình thành nền nông nghiệp hàng hóa lớn phù hợp với nhu cầu thị trường và điều kiện sinh thái của từng vùng; chuyển dịch cơ cấu ngành, nghề, cơ cấu lao động, tạo việc làm thu hút nhiều lao động ở nông thôn.

- Xây dựng hợp lý cơ cấu sản xuất nông nghiệp.

- Tăng cường tiềm lực khoa học và công nghệ trong nông nghiệp nhất là công nghệ sinh học với công nghệ thông tin; làm tốt công tác chuyển giao giống mới, cải tiến kỹ thuật canh tác.

- Tiếp tục phát triển và hoàn thiện về cơ bản hệ thống thủy lợi ngăn mặn, giữ ngọt, kiểm soát lũ, bảo đảm tưới, tiêu an toàn, chủ động cho sản xuất nông nghiệp và đời sống nông dân. Với những khu vực hay bị thiên tai tàn phá, cần điều chỉnh quy hoạch sản xuất và dân cư thích nghi với điều kiện thiên nhiên. Nâng cao năng lực dự báo thời tiết và khả năng chủ động phòng chống thiên tai, hạn chế thiệt hại.

- Phát triển mạnh công nghiệp và dịch vụ ở nông thôn, phát triển làng nghề và chuyển một phần doanh nghiệp giá công và chế biến nông sản về nông thôn nhằm chuyển một bộ phận lao động nông nghiệp sang ngành, nghề khác.

Mở rộng sản xuất, nâng cao chất lượng cây trồng tiến tới cung cấp đủ nguyên liệu cho các ngành chế biến trong nước và xuất khẩu với khối lượng ngày càng lớn, đồng thời giảm tổn thất hao hụt, nâng cao chất lượng sản phẩm. Nhập khẩu kỹ thuật chế biến và bảo quản tiên tiến.

** Dịch vụ:*

Ngày nay, các nước đều theo đuổi tăng trưởng dịch vụ vì vốn quay vòng nhanh, năng suất lao động cao, lợi nhuận lớn. Cần chú trọng phát triển các loại hình dịch vụ: thương mại, tài chính, ngân hàng, dịch vụ hàng hải, hàng không, xây dựng, bảo hiểm, tư vấn... đáp ứng yêu cầu sản xuất và đời sống phù hợp với xu hướng phát triển của kinh tế thị trường hiện đại, góp phần chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động.

- Dịch vụ công nghệ thông tin và phần mềm: Thúc đẩy phát triển thị trường phần mềm bằng cách khuyến khích tất cả các tổ chức kinh tế - xã hội tin học hóa hoạt động của mình và nhà nước hỗ trợ tin học hóa ở một số khâu; Phổ cập sử dụng Internet; Thúc đẩy tiếp cận và sử dụng thương mại điện tử.

- Dịch vụ du lịch: Khai thác lợi thế về cảnh quan, về truyền thống văn hóa, lịch sử và liên kết với các nước trong khu vực để phát triển mạnh du lịch thành một ngành dịch vụ mũi nhọn.

- Dịch vụ vận tải (đường biển, hàng không): Nâng cấp những bến cảng, sân bay có khả năng khai thác cao, bao gồm cả hệ thống nhà ga, sân đỗ, đường băng và các trang thiết bị phục vụ tại các sân bay, đặc biệt là các sân bay quốc tế đầu mối.

- Dịch vụ xây dựng: Phát triển các tổ chức nghiên cứu, tư vấn, thiết kế xây dựng, các trang thiết bị công nghệ trong xây lắp. Thực hiện chính sách hiện đại hóa công nghệ phù hợp với trình độ phát triển, tận dụng tối đa lao động thủ công trong nước. Khuyến khích xuất khẩu lao động kỹ thuật ra nước ngoài cũng như tham gia đấu thầu và nhận công trình ở nước ngoài. Không hạn chế các công ty nước ngoài nhận thầu thiết kế và xây lắp các công trình.

1.3. Chính sách chuyển dịch cơ cấu sản phẩm xuất khẩu

Dựa vào các căn cứ đã nêu, chúng ta dự định trước mắt huy động mọi nguồn lực có thể có để đẩy mạnh xuất khẩu, tạo công ăn việc làm, thu ngoại tệ. Đồng thời cần chủ động gia tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến và chế tạo với giá trị gia tăng ngày càng cao, chú trọng các sản phẩm có hàm lượng công nghệ và tri thức cao, giảm dần tỷ trọng hàng thô; mặt hàng mẫu mã cần đáp ứng nhu cầu của thị trường, chú trọng việc gia tăng hoạt động dịch vụ xuất khẩu (xem Bảng 10.2)

Bảng 10.2: Dự kiến cơ cấu hàng hóa xuất khẩu 2001 - 2010

Tên hàng	2000		2005		2010	
	Lượng (Nghìn Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Lượng (Nghìn Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Lượng (Tấn)	Trị giá (Triệu USD)
1. Khoáng sản		3.296		2.520		1.750
Tỷ trọng khoáng sản(%)		24,4		9,3		3,5
Dầu thô và sản phẩm dầu	16.800	3.200	11.800	2.400	8.000	1.600
Than đá	3.100	96	4.000	120	5.000	150
Các loại quặng		0		0		0
2. Nông lâm thủy sản chính		3.158		5.845		8.600
Tỷ trọng NLTS chính (%)		23,4		21,6		17,2
Lạc nhân	77	40	130	75	180	100
Cao su và cao su chế biến	245	153	300	250	500	500
Cà phê và cà phê chế biến	630	500	700	700	750	850
Chè	40	50	78	100	140	200
Gạo	3.800	720	4.500	1.000	4.500	1.200
Rau quả và rau quả chế biến		180		800		1.600
Thủy sản và thủy sản chế biến		1.200		2.500		3.500
Nhân điều	23	115	40	200	80	400
Hạt tiêu	50	200	50	220	60	250
3. Hàng chế biến chính		4.240		11.500		20.600
Tỷ trọng hàng chế biến chính (%)		31,4		42,6		41,2
Thủ công mỹ nghệ		280		800		1.500
Dệt may		1.950		5.000		7.500
Giấy dép		1.650		4.000		7.000

Thực phẩm chế biến	100	200	700
Sản phẩm gỗ	200	600	1.200
Hóa phẩm tiêu dùng	30	200	600
Sản phẩm nhựa	10	200	600
Sản phẩm cơ khí -điện	10	300	1.000
Vật liệu xây dựng	10	200	500
4. Hàng chế biến cao	750	2.500	7.000
Tỷ trọng hàng chế biến cao (%)	5,6	9,3	14,0
Điện tử và linh kiện máy tính	750	2.000	6.000
Phần mềm	0	500	1.000
Tổng các mặt hàng trên	11.444	22.365	37.950
Tỷ trọng các mặt hàng trên	85	83	76
Hàng khác	2.056	4.635	12.050
Tỷ trọng các mặt hàng khác	15	17	24
Dự kiến tổng kim ngạch	13.500	27.000	50.000

Nguồn: Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 - 2010 của Bộ Thương mại 3/10/2000.

Định hướng chuyển dịch cơ cấu hàng hóa là tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến sử dụng nhiều lao động và kỹ thuật trung bình. Phấn đấu đến năm 2010 tỷ lệ hàng xuất khẩu chế biến chiếm từ 60 - 70% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Từng bước phát triển các ngành công nghiệp công nghệ cao làm nền tảng cho giai đoạn từ 2010 - 2020. Phát triển khu vực dịch vụ, đặc biệt là những ngành dịch vụ mũi nhọn, xương sống của kinh tế tri thức như công nghệ phần mềm, bưu chính viễn thông, ngân hàng, bảo hiểm, vận tải và du lịch. Theo các chuyên gia dự báo vào năm 2020, tổng giá trị xuất khẩu của cả nước sẽ đạt khoảng 200 tỷ USD, gấp 10 lần so với năm 2003. Để đạt mục tiêu này, cần nâng tỷ trọng giá trị của nhóm hàng chế biến sâu từ 30% hiện nay lên 70%. Nghĩa là, mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong 2 thập kỷ tới là những sản phẩm chế biến sâu, có hàm lượng kỹ thuật cao. Theo đó, các mặt hàng xuất khẩu được phân làm 3 nhóm:

- Nhóm hàng nguyên nhiên liệu

Hiện nay nhóm hàng này, với hai mặt hàng chính là dầu thô và than đá chiếm trên 20% kim ngạch xuất khẩu của cả nước, còn các loại khoáng sản khác không đáng kể. Dự kiến những năm tới nhóm hàng này xuất khẩu sẽ giảm đi đến năm 2010 chỉ còn chiếm khoảng 3,5% kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Xuất phát từ những lý do sau:

- Tháng 12/2005 dự án lọc dầu Dung Quất bắt đầu được khởi công và theo kế hoạch đến năm 2009 sẽ đưa vào hoạt động, do vậy lượng dầu thô đưa vào để hóa dầu phục vụ nhu cầu trong nước thay thế cho nhập khẩu xăng dầu. Chính vì vậy kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sẽ giảm đi.

- Xuất khẩu than đá những năm qua đã góp phần làm tăng kim ngạch xuất khẩu, nhưng đặc biệt là giải quyết được một lượng công ăn việc làm lớn cho tỉnh Quảng Ninh. Nhưng xét trên góc độ kinh tế - xã hội thì càng khai thác nhiều than xuất khẩu bao nhiêu sẽ làm cho môi trường sinh thái, môi trường du lịch của một di sản dân tộc được thế giới xếp hạng càng xuống cấp bấy nhiêu, nguồn thu dịch vụ từ du lịch sẽ giảm đi. Mặt khác nhu cầu tiêu thụ than đá trong nước sẽ tăng do các công trình nhiệt điện phát triển. Do vậy khả năng tăng xuất khẩu cũng không nhiều.

- Các khoáng sản khác như apatit, alumin, quặng sắt,... tình hình khai thác từ nay đến những năm sau vẫn chủ yếu phục vụ cho các ngành kinh tế trong nước đáp ứng cho quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hóa. Do vậy khả năng xuất khẩu coi như không có.

- Nhóm hàng chế biến:

Tăng hàm lượng xuất khẩu hàng chế biến sâu, gồm sản phẩm dệt-may, giày dép, sản phẩm điện tử, sản phẩm cơ khí, hóa chất và các

sản phẩm hóa chất, khí hóa lỏng, xăng dầu và các sản phẩm hóa dầu, sắt thép, sản phẩm hợp kim đặc biệt, vật liệu xây dựng, thực phẩm, dược phẩm... Phần lớn được hình thành và phát triển trong giai đoạn 2001 - 2010. Dự báo tỷ trọng nhóm hàng này sẽ tăng từ 40% năm 2002 lên 70% năm 2020.

- Nhóm dịch vụ:

Dịch vụ thu ngoại tệ, gồm: dịch vụ phần mềm máy tính, du lịch và các loại dịch vụ khác như kho vận, bảo hiểm, sửa chữa tàu thủy, phục vụ dầu khí, phục vụ hàng không, tài chính, ngân hàng... Dự báo tỷ trọng nhóm hàng này sẽ tăng từ 8% lên 20% năm 2020.

- Nhóm hàng thô, sơ chế:

Gồm một số khoáng sản, cà phê, cao su, chè, gạo, hạt điều, tơ tằm, thủy sản, lâm sản... Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của ta hiện nay nằm trong nhóm hàng này. Nhóm hàng này có tỷ trọng dự báo giảm từ 62% năm 2002 xuống còn 10% năm 2020.

Qua phân tích từng nhóm hàng, một số mặt hàng mới sẽ xuất hiện và gia tăng nhanh để năm 2020 mỗi mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu vượt trên 10 tỷ USD (như hóa chất, hợp kim đặc biệt, vật liệu xây dựng, khí hóa lỏng, xăng dầu và sản phẩm hóa dầu...). Duy trì và tăng trưởng một số mặt hàng xuất khẩu truyền thống trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực tới năm 2020 như dệt - may mặc, nông sản chế biến sâu, sản phẩm điện tử, dịch vụ phần mềm máy tính và du lịch,...

2. Chính sách và phương hướng phát triển thị trường xuất khẩu

Tại Đại hội Đại biểu Đảng toàn quốc lần thứ IX năm 2001, chiến lược phát triển kinh tế xã hội giai đoạn 2001 - 2010 và tầm nhìn 2020 nhấn mạnh: “Chủ động và tích cực thâm nhập thị trường quốc tế, chú trọng thị trường các trung tâm kinh tế thế giới, duy trì và mở rộng

thị phần trên các thị trường quen thuộc, tranh thủ mọi cơ hội mở thị trường mới”.

Như vậy, một trong những khâu then chốt của Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu đến năm 2020 là mở rộng và đa dạng hóa thị trường. Quan điểm chủ đạo là tích cực, chủ động tranh thủ mở rộng thị trường, nhất là sau khi tham gia WTO, đa phương hóa và đa dạng hóa quan hệ với các đối tác, phòng ngừa chấn động đột ngột; tận dụng mọi khả năng để tăng mức xuất khẩu trên tất cả các thị trường đã có song song với việc đẩy mạnh xuất khẩu vào các thị trường mới; tăng cường tiếp cận các thị trường cung ứng công nghệ nguồn.

Dự kiến, khu vực thị trường châu Á giảm dần tỷ trọng từ 48,8% năm 2006 xuống còn 45,5% năm 2010 song vẫn chiếm ưu thế trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Âu tăng nhẹ tỷ trọng từ 18,2% năm 2006 lên 20% vào năm 2010. Xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Mỹ tăng dần tỷ trọng từ 21,5% năm 2006 lên 24% vào năm 2010. Tỷ trọng xuất khẩu vào khu vực thị trường châu Phi tăng khá từ 2,2% năm 2006 lên 2,8% năm 2010. Khu vực thị trường châu Đại Dương có tỷ trọng giảm không đáng kể từ 7,8% năm 2006 xuống 7,7% năm 2010.

Bảng 10.3. Dự kiến cơ cấu thị trường năm 2006 và 2010

Thị trường	Cơ cấu năm 2006	Tăng kim ngạch bình quân 2006-2010	Cơ cấu năm 2010
Châu Á	48,7	14,1	45,5
ASEAN	16,5	12,0	11,5
Trung Quốc	9,7	14,5	10,7
Nhật Bản	14,2	9,2	12,4
Châu Âu	18,2	18,9	22,0
EU-25	16,9	15,0	20,5
Châu Mỹ	21,5	19,4	24,0
Hoa Kỳ	20,4	19,0	23,1
Châu Phi	2,2	23,3	2,8
Châu Đại Dương	7,8	15,7	7,7

Nguồn: Bộ Thương mại, Đề án phát triển xuất khẩu 2006-2010

2.1. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Thị trường châu Á - Thái Bình Dương là thị trường rộng lớn, dân số hơn 3 tỷ người, nhu cầu đa dạng, phong phú; chiếm 30% tổng kim ngạch buôn bán của thế giới (không kể Mỹ và Nhật Bản). Thị trường này là bạn hàng quen thuộc và truyền thống của Việt Nam. Tháng 11-1998, Việt Nam đã gia nhập Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC). Đây là một thuận lợi cho Việt Nam trong việc kinh doanh xuất nhập khẩu với các nước thuộc Diễn đàn này. Giai đoạn 2006 - 2010, phần đầu xuất khẩu vào khu vực châu Á tăng trưởng bình quân 14,1%/năm và đến năm 2010 đạt khoảng 33 tỷ USD, tỷ trọng giảm xuống còn khoảng 45,5%. Trong đó định hướng thị trường khu vực này vẫn là thị trường trọng điểm của ta trong những năm tới vì vị trí địa lý gần, có dung lượng lớn, tiếp tục là khu vực phát triển tương đối năng động. Trọng tâm của công tác thị trường tại khu vực này sẽ là các nước ASEAN, Trung Quốc (cả Hồng Kông), Nhật Bản, Đài Loan và Hàn Quốc.

Các nước ASEAN:

ASEAN là một thị trường khá lớn, với khoảng 500 triệu dân, ở sát nước ta, lâu nay chiếm khoảng trên dưới 1/3 kim ngạch buôn bán của nước ta, khi AFTA hình thành càng mở ra triển vọng gia tăng giao lưu buôn bán.

Đối với thị trường này, một mặt, cần sớm thoả thuận ở cấp Chính phủ về mặt hàng gạo với các nước Philippin, Malaysia và Indonesia, làm tốt công tác thị trường ở cả tầm vĩ mô và ở cấp doanh nghiệp; mặt khác, đã có những xúc tiến quan trọng trong việc đàm phán với các nước trong khu vực nhất là Singapore để hỗ trợ hạn ngạch xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường EU và gia nhập WTO.

Bên cạnh đó, cần khai thác thị trường Lào và Campuchia trong bối cảnh mới, bởi phát triển buôn bán với Lào và Campuchia không chỉ đơn thuần mang ý nghĩa kinh tế.

Mặt hàng trọng tâm cần được đẩy mạnh xuất khẩu sẽ là gạo, linh kiện vi tính, một vài sản phẩm cơ khí (đối với các nước ngoài khu vực Đông Dương) và hóa phẩm tiêu dùng, thực phẩm chế biến, sản phẩm nhựa, hàng bách hóa (đối với Lào và Campuchia).

Để tiến tới cân bằng thương mại với ASEAN, cần thực hiện một số phương hướng sau:

- Tăng cường xuất khẩu hàng qua chế biến và chế biến sâu, giảm mạnh tỷ trọng hàng gia công và tái xuất (đặc biệt là dệt may, giấy dếp).
- Khai thác lợi thế về địa lý và chế độ ưu đãi thuế quan để tăng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ.
- Tăng cường mậu dịch đối lưu, tổ chức đấu thầu hàng đổi hàng.
- Đẩy mạnh xuất khẩu hàng qua biên giới với Lào và Campuchia, đồng thời coi như các thị trường trung gian đưa hàng Việt Nam sang các thị trường khác trong khu vực.
- Nghiên cứu việc thanh toán bằng bản tệ trong quan hệ thương mại song phương với các nước ASEAN.
- Khuyến khích các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài xuất khẩu vào khu vực này.
- Đối với những nhóm hàng, mặt hàng trùng lặp cần có những đàm phán, thoả thuận tránh có những tranh chấp không đáng có trong trao đổi thương mại.

Trung Quốc:

Trung Quốc là thị trường lớn với 1,3 tỷ dân và 13 tỉnh, 5 khu tự trị, 5 thành phố trực thuộc Trung ương, mỗi địa phương đều có nhu cầu khác nhau về xuất nhập khẩu. Việt Nam có nhiều cơ hội xuất khẩu hàng hóa vùng nhiệt đới vào các địa phương của Trung Quốc, nhất là các tỉnh phía Nam, miền Tây và miền Bắc.

Từ khi hai nước Việt Nam và Trung Quốc bình thường hóa quan hệ đến nay, theo đà phát triển của mối quan hệ chính trị, quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước cũng đã được khôi phục và không ngừng phát triển.

Nhằm tạo hành lang và cơ sở pháp lý cho quan hệ thương mại hai nước phát triển lành mạnh, từ năm 1991 đến nay, Chính phủ hai nước Việt Nam và Trung Quốc đã ký kết hơn 39 hiệp định và văn bản thỏa thuận cấp Nhà nước, tạo cơ sở pháp lý cho quan hệ hợp tác lâu dài giữa hai nước. Hai nước đã khai thông đường hàng không, đường biển, đường sắt, tạo điều kiện thuận lợi cho giao lưu hàng hóa và hành khách giữa hai nước.

Trung Quốc là thành viên của WTO và đang tiến hành cải cách thể chế kinh tế, thương mại, mở cửa thị trường, trong đó có việc xúc tiến tham gia khu vực mậu dịch tự do với khu vực ASEAN. Trung Quốc đã dành cho Việt Nam đãi ngộ MFN của WTO. Đây là những cơ hội để có thể tăng cường xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Trung Quốc, nhất là nhóm hàng nông - lâm - hải sản và thực phẩm chế biến. Bắt đầu từ năm 2002, hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam vào Trung Quốc được hưởng ưu đãi: thuế suất trung bình giảm 25% so với trước đây. Ngoài ra, đối với một số mặt hàng nông sản của Việt Nam khi xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc cũng được hưởng một số ưu đãi đặc biệt mà phía bạn dành cho ta. Chẳng hạn như đối với mặt hàng gạo

và các sản phẩm gạo Trung Quốc thực hiện quota thuế thay vì quota nhập khẩu (gạo nhập khẩu theo quota thuế chỉ phải trả 1% thuế nhập khẩu), cam kết tăng quota nhập khẩu cao su, cam kết giảm thuế sản phẩm tôm đông lạnh (từ 30 - 35% xuống còn 10 - 20%).

Tuy nhiên, cũng vẫn còn tồn tại nhiều thách thức lớn. Chẳng hạn như việc Trung Quốc sửa đổi hệ thống luật pháp, chính sách kinh tế và thương mại phù hợp với yêu cầu của luật chơi chung của các nước thành viên, trong đó đã bước đầu điều chỉnh chính sách buôn bán biên mậu và cũng ảnh hưởng tới xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này. Trung Quốc đã ban hành quyết định ngừng thực hiện chính sách ưu đãi đối với 20 mặt hàng gồm quặng, đồng, chì, kẽm, bột giấy, mực in và một số loại hóa chất nhập vào Trung Quốc. Nếu áp dụng thì các doanh nghiệp Việt Nam sẽ khó khăn.

Nhìn chung, Trung Quốc vừa là bạn hàng quan trọng đầy tiềm năng, vừa là đối thủ cạnh tranh của nước ta. Với ý nghĩa đó, ta cần tích cực, chủ động hơn trong việc thúc đẩy buôn bán với Trung Quốc, đặc biệt chú trọng là các tỉnh Hoa Nam và Tây Nam Trung Quốc. Một trong những phương cách là tranh thủ thoả thuận ở cấp Chính phủ về trao đổi một số mặt hàng với số lượng lớn, trên cơ sở ổn định, thúc đẩy buôn bán chính ngạch. Bên cạnh đó, ta nên có chính sách thích hợp, coi trọng buôn bán biên mậu, tận dụng phương thức này để gia tăng xuất khẩu trên cơ sở hình thành sự điều hành tập trung và nhịp nhàng từ phía ta. Đồng thời, cần chú trọng thị trường Hồng Kông - một thị trường tiêu thụ lớn và vốn là một khâu trung chuyển quan trọng nhưng gần đây có xu hướng chuyển giảm trong buôn bán với ta.

Mặt hàng chủ yếu đi vào hai thị trường này sẽ là hải sản, cao su, rau hoa quả, thực phẩm chế biến và hóa phẩm tiêu dùng.

Để thúc đẩy hơn nữa quan hệ buôn bán giữa hai nước, cần thực hiện theo các phương hướng sau:

- Khuyến khích doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa (trừ hàng cấm, hàng có điều kiện) sang Trung Quốc bằng chính ngạch, tiểu ngạch, mậu dịch, phi mậu dịch... với thủ tục đơn giản tối đa. Riêng mặt hàng cao su đã thực hiện cơ chế đầu mối, mặt hàng than có thể nghiên cứu cho phép xuất khẩu tiểu ngạch, nhất là đối với than cám số 10.

- Phát triển mạnh buôn bán chính ngạch với Trung Quốc. Các công ty lớn cần thâm nhập vào thị trường Trung Quốc, tiếp cận trực tiếp với các địa phương và các hãng kinh doanh lớn.

- Cho phép các doanh nghiệp vận dụng nhiều phương thức thanh toán: bằng ngoại tệ mạnh, bằng Nhân dân tệ, bằng Việt Nam đồng, đổi hàng (trừ hàng cấm hoặc kinh doanh có điều kiện) qua ngân hàng hay không qua ngân hàng. Yêu cầu là xuất được hàng và thu được tiền, hạn chế rủi ro trong thanh toán.

- Xây dựng và thống nhất với phía Trung Quốc danh mục hàng hóa xuất-nhập khẩu giữa hai nước gồm những mặt hàng đã từng xuất sang Trung Quốc nay bị Trung Quốc hạn chế (như cao su, than đá...).

- Nghiên cứu cơ chế thưởng cho các doanh nghiệp xuất khẩu sang Trung Quốc đạt kim ngạch lớn hoặc xuất khẩu được những mặt hàng khuyến khích xuất khẩu.

Nhật Bản:

Với số dân 126,3 triệu người và tổng sản phẩm quốc dân GNP hàng năm đạt gần 500 nghìn tỷ USD và mức sống của người dân khá

cao (GDP bình quân đầu người của Nhật Bản năm 2005 là 37.000 USD), Nhật Bản là một thị trường tiêu dùng lớn thứ hai trên thế giới sau Mỹ và cũng là một thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn.

Việt Nam cũng có khá nhiều thuận lợi trong việc xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản. Thực tế cho thấy, Nhật Bản vẫn luôn là bạn hàng thương mại lớn nhất của Việt Nam và trong quan hệ hợp tác kinh tế nói chung, thương mại nói riêng, Việt Nam vẫn còn có nhiều điều kiện tranh thủ sự hợp tác với Nhật Bản để phát triển, bởi Nhật Bản đến nay vẫn là một nước lớn, tiềm lực kinh tế mạnh trong khu vực châu Á và trên thế giới. Về chính sách đối ngoại, cả hai nước Việt Nam và Nhật Bản đều tương đồng quan điểm trong việc ưu tiên phát triển mạnh quan hệ hợp tác hữu nghị toàn diện với nhau trên nhiều lĩnh vực, vì lợi ích của sự phát triển mỗi nước, đồng thời góp phần tích cực vào hoà bình, ổn định, hợp tác phát triển trong khu vực và trên thế giới.

Cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu của Nhật Bản mang tính bổ sung chứ không phải cạnh tranh với Việt Nam: Nhật Bản xuất khẩu những mặt hàng mang nhiều hàm lượng vốn và công nghệ, những mặt hàng mà Việt Nam không có lợi thế hoặc chưa sản xuất được; Nhật Bản nhập khẩu những mặt hàng nguyên liệu thô chưa qua chế biến hoặc chỉ qua sơ chế, mà đây chính là thế mạnh của Việt Nam. Điều này tạo điều kiện cả cho hai nước phát huy được lợi thế của mình.

Ngoài ra, trong những năm gần đây, xuất hiện xu hướng chuyển giao nhà máy ra nước ngoài sản xuất và nhập khẩu trở lại Nhật Bản. Các công ty Nhật Bản đang di chuyển các xí nghiệp sang các nước để tiến hành sản xuất và bán hàng hóa tại chỗ hoặc xuất khẩu ngược lại Nhật Bản. Các hàng thành phẩm hoặc lắp ráp tại nước ngoài có sức cạnh tranh vì giá thành rẻ hơn lắp ráp, sản xuất trong nước. Nếu tranh

thủ được xu thế này thì có thể thu hút đầu tư của Nhật vào các xí nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu. Trường hợp điển hình tại Việt Nam là công ty Fujitsu đặt nhà máy sản xuất mạch in tại Việt Nam đã tạo ra kim ngạch xuất khẩu 300 triệu USD.

Tuy nhiên, bên cạnh đó vẫn còn tồn tại một số khó khăn gây cản trở cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản.

Thứ nhất, do trình độ phát triển kinh tế - kỹ thuật, kinh nghiệm sản xuất và kinh doanh xuất nhập khẩu theo cơ chế thị trường của Việt Nam còn thấp so với một số nước châu Á khác, trong khi đó thị trường Nhật Bản lại là một thị trường rất khắt khe, khó tính về tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh kiểm dịch... Vì thế nhìn chung hàng hóa của nước ta tuy đã vào được thị trường Nhật Bản song uy tín và sức cạnh tranh còn yếu kém, thậm chí phải nhượng bộ, thua kém các đối thủ như Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia...

Thứ hai, kinh tế Nhật Bản đang suy thoái làm ảnh hưởng đến sức tiêu thụ của người dân. Sức mua giảm sút do người dân Nhật thất chặt hơn nữa các nhu cầu đầu tư và chi tiêu, ảnh hưởng đến việc đẩy mạnh hàng xuất khẩu của nước ta sang Nhật Bản.

Thứ ba, đồng tiền nước ta duy trì tỷ giá với đồng USD tương đối ổn định trong khi tiền tệ nhiều nước khác mất giá mạnh so với đồng USD. Yếu tố này làm giảm sức cạnh tranh của hàng Việt Nam so với các nước trong khu vực có đồng tiền mất giá như Thái Lan, Indonesia, Malaysia... trên thị trường Nhật Bản.

Kể từ ngày 26/5/1999, hai nước đã dành cho nhau Quy chế Tối huệ quốc (MFN). Tuy nhiên, Việt Nam và Nhật Bản vẫn chưa có Hiệp

định về thương mại nên một số hàng hóa của ta khi xuất khẩu vào Nhật Bản phải chịu mức thuế cao hơn nhiều so với mức thuế mà các nước có Hiệp định thương mại với Nhật Bản được hưởng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, cần thực hiện theo một số phương hướng sau:

- Bên cạnh các mặt hàng chủ yếu như hàng dệt may, dầu thô, than đá, thủy sản ..., có thể dựa vào mức thuế suất ưu đãi của quy chế MFN để thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng khác như giấy dếp và sản phẩm da (thuế suất giảm từ 20% xuống còn 10%), mây, tre đan, gốm sứ và nội thất làm bằng gỗ (thuế suất thấp chỉ còn 0 - 3%).

- Hợp tác với Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) cung cấp các thông tin về thị trường Nhật Bản cho các doanh nghiệp Việt Nam và các thông tin về thị trường Việt Nam cho các doanh nghiệp Nhật Bản.

- Xúc tiến ký Hiệp định thương mại song phương với Nhật Bản để có thể hạ thấp một số hàng rào phi quan thuế như các tiêu chuẩn về chất lượng và vệ sinh sản phẩm đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam.

- Hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm, bám sát các khách hàng cũ, phát triển các khách hàng mới. Khai thác triệt để đặc điểm của các hãng Nhật Bản thường là các hãng đa ngành để gắn xuất với nhập không chỉ trong phạm vi một công ty, mà có sự phối hợp giữa các công ty trong cùng một Bộ, một địa phương.

- Các doanh nghiệp cần tăng cường tìm hiểu các thông tin có liên quan đến phương thức phân phối, thủ tục xin dấu chứng nhận chất lượng JIS, JAS và Ecomark cũng như chế độ xác nhận trước về thực phẩm nhập khẩu của Nhật. Đây là việc hết sức quan trọng, có ý nghĩa quyết định đối với việc đẩy mạnh xuất khẩu nông sản và thực phẩm,

mặt hàng mà ta có thể mạnh. Ngoài ra, cần hết sức quan tâm đến việc thu hút vốn đầu tư để "xuất khẩu trở lại".

Hàn Quốc:

Với dân số 47 triệu người, tổng kim ngạch nhập khẩu lên tới 150 tỷ USD, thu nhập bình quân đầu người gần 10.000 USD/năm, Hàn Quốc là một thị trường tiêu thụ lớn. Đây là thị trường có tiềm năng lớn cho hàng xuất khẩu của nước ta.

Do những thay đổi của lối sống, xu thế tiêu dùng của người dân Hàn Quốc những năm gần đây có nhiều nét mới. Điều dễ nhận thấy là sự gia tăng tiêu dùng những thực phẩm chất lượng cao, đồ ăn liền, giảm tiêu dùng gạo và lúa mỳ, tiêu dùng những sản phẩm lâu bền và đắt tiền, tăng nhu cầu về dịch vụ, đặc biệt rất nhạy cảm với vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm và thực phẩm biến đổi gen.

Trong những năm qua, nhất là từ khi hai nước ký Hiệp định Thương mại, quan hệ buôn bán giữa hai nước phát triển mạnh, kim ngạch hai chiều giữa hai nước liên tục tăng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc, cần thực hiện theo một số phương hướng sau:

- Hàn Quốc là thị trường nhập khẩu lớn trong khu vực. Tuy nhiên, ta vẫn là nước nhập siêu lớn, hàng xuất khẩu của ta vẫn là nước chưa có chỗ đứng vững chắc trên thị trường này, chủ yếu là do Hàn Quốc vẫn duy trì hàng rào thuế quan và phi thuế quan ở mức khá cao. Trong thời gian tới, để đẩy mạnh xuất khẩu sang Hàn Quốc, cần kiên trì thuyết phục bạn có những nhân nhượng có ý nghĩa về mở cửa thị trường.

- Cần chú trọng tới một nhân tố mới là Nam - Bắc Triều Tiên cải thiện quan hệ, Hàn Quốc sẽ quan tâm nhiều hơn tới Bắc Triều Tiên

nhưng mặt khác, tình hình Bắc Triều Tiên được cải thiện cũng mở ra khả năng gia tăng buôn bán với Bắc Triều Tiên mà cho tới nay hầu như không có.

- Duy trì và đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng quen thuộc như: dệt may, hải sản, giày dép, cà phê, rau hoa quả, than đá, dược liệu. Mặt khác, chú trọng xuất khẩu những mặt hàng mới theo sự thay đổi nhu cầu tiêu dùng của Hàn Quốc.

Hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm, bám sát các khách hàng cũ, phát triển các khách hàng mới. Khai thác triệt để đặc điểm của các hãng Hàn Quốc thường là các hãng đa ngành để gắn xuất với nhập không chỉ trong phạm vi một công ty, mà có sự phối hợp giữa các công ty trong cùng một Bộ, một địa phương.

Đài Loan:

Đài Loan hiện là bạn hàng xuất khẩu quan trọng thứ 4 của Việt Nam sau EU, Nhật Bản và Singapore. Quan hệ thương mại trong những năm tới có thể có thêm một số thuận lợi. Làn sóng di chuyển sản xuất từ Đài Loan ra nước ngoài đang tăng lên do giá công nhân trong nước tăng và do chính sách tăng cường hợp tác với phía Nam của chính quyền Đài Bắc. Ta có thể lợi dụng xu thế này để nâng cao năng lực sản xuất trong các ngành da giày, may mặc, cơ khí, chế biến gỗ, sản phẩm nhựa và đồ điện. Ngoài ra, sau Trung Quốc, Đài Loan cũng gia nhập WTO với những cam kết về mở cửa thị trường rộng hơn cả Trung Quốc. Đây sẽ là một thuận lợi để đẩy mạnh việc thâm nhập thị trường Đài Loan.

Mục tiêu chủ yếu trong thời gian tới là đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng như sản phẩm gỗ, hải sản, cao su, dệt may, giày dép, rau quả và chè, một số mặt hàng cơ khí và điện gia dụng do cơ sở có vốn đầu tư của Đài Loan tại Việt Nam.

2.2. Khu vực châu Âu

Thị trường châu Âu là thị trường tiêu thụ trực tiếp, mặc dù dân số chỉ hơn 500 triệu người nhưng dung lượng lớn vào bậc nhất thế giới, chiếm 40% kim ngạch buôn bán thế giới (trong đó EU chiếm 35%) và đang có xu hướng tăng lên; giá thường cao hơn các thị trường khác. Tuy nhiên, tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa mà thị trường EU đòi hỏi rất cao; bởi vậy, xuất khẩu vào thị trường này phải hết sức chú trọng chất lượng hàng hóa. Chiến lược thâm nhập và mở rộng thị phần tại châu Âu được xác định trên cơ sở chia châu Âu thành hai khu vực cơ bản: Tây Âu (chủ yếu là EU) và Đông Âu. Phấn đấu xuất khẩu vào khu vực châu Âu tăng trưởng bình quân 18,9%/năm, đến năm 2010 đạt khoảng 15,9 tỷ USD và tỷ trọng giữ ở mức khoảng 22%.

Thị trường EU

Ngày 1/5/2004 Liên minh châu Âu (EU) bắt đầu mở rộng bao gồm 25 nước thành viên với dân số trên 450 triệu dân, GDP khoảng 11.770 tỷ USD (khoảng 9.700 tỷ Euro), chiếm khoảng 28,7% GDP và 19,8% lượng thương mại thế giới. EU coi trọng vai trò và vị trí của Việt Nam trong khu vực Đông Nam Á, trong quan hệ hợp tác Á - Âu tại các diễn đàn quốc tế và Việt Nam là một đối tác có tiềm năng về kinh tế, thương mại, đầu tư... trong tương lai.

Khi buôn bán với khu vực này cần chú ý 5 đặc điểm chính sau:

Thứ nhất, EU là thị trường rộng lớn, có sức mua rất lớn và đây là thị trường tự do lưu thông hàng hóa nhất thế giới.

Thứ hai, người dân châu Âu ưa chuộng hàng hóa có nhãn hiệu nổi tiếng. Do vậy, giá cả không phải là giải pháp cạnh tranh tối ưu.

Thứ ba, thị trường EU là thị trường khó tính, coi trọng mẫu mã và thời trang. Người tiêu dùng luôn tỏ ra thận trọng và bảo thủ.

Thứ tư, thị trường EU luôn bảo vệ người tiêu dùng. Họ xây dựng các tiêu chuẩn quốc gia và khu vực để buộc các nước xuất khẩu phải thực hiện.

Thứ năm, hàng hóa đưa vào thị trường EU theo hai kênh: tập đoàn và không tập đoàn.

Thị trường EU đưa ra các yêu cầu khá khắt khe đối với hàng nhập khẩu. Mặc dù thuế quan thấp nhưng là thị trường bảo hộ chặt chẽ bởi rào cản kỹ thuật rất nghiêm ngặt như tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn an toàn cho người sử dụng, tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, tiêu chuẩn về lao động và trách nhiệm xã hội (không sử dụng lao động cưỡng bức, lao động trẻ em...). Hiện tại, EU vẫn đang áp dụng giấy phép nhập khẩu và hạn ngạch đối với nhiều loại hàng hóa, trong đó có giày dép, dệt may, nông sản.

Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường khu vực EU có những thuận lợi và khó khăn nhất định. Về thuận lợi, EU là một trong những thị trường tiêu thụ lớn trên thế giới, có nhu cầu rất đa dạng và phong phú về hàng hóa, nhu cầu nhập khẩu hàng năm của EU về những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của ta là rất lớn và chính sách thương mại của EU đối với Việt Nam đang dần hoàn thiện. Việt Nam và EU đã dành cho nhau chế độ đãi ngộ tối huệ quốc (MFN) và EU cam kết dành cho hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam chế độ ưu đãi phổ cập (GSP). Việt Nam đã thực hiện vòng đàm phán song phương với EU để chuẩn bị gia nhập WTO, còn EU cũng đã bãi bỏ quy định chế độ hạn ngạch nhập khẩu đối với hàng dệt may của Việt Nam. Đặc biệt, từ tháng 10/1999 đến nay, EU đã công nhận hơn 40 doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào danh sách 1, tức là đạt tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh của EU, được xuất vào thị trường EU mà không bị kiểm tra thường xuyên.

Đây là một lợi thế quan trọng đối với các hàng xuất khẩu thủy sản của ta.

Ngoài ra, cộng đồng người Việt ở khu vực này khá lớn, với con số trên dưới 1 triệu người, trong đó đội ngũ trí thức và cán bộ kỹ thuật - công nhân lành nghề chiếm một tỷ lệ không nhỏ. Họ luôn luôn hướng về Việt Nam và muốn có đóng góp để xây dựng quê hương.

Về khó khăn, EU có tới 25 nước thành viên, vì thế có những điểm khác biệt về văn hóa giữa các nước và 25 hệ thống pháp lý khác nhau. Có thể nhận thấy rằng, thị trường EU chỉ thống nhất về mặt kỹ thuật, còn trong thực tế nhóm thị trường quốc gia và khu vực, mỗi nước có một bản sắc và đặc trưng riêng. Chính vì vậy, các nhà xuất khẩu khi xuất hàng hóa sang thị trường này không phải đáp ứng nhu cầu cho một thị trường nhỏ bé, tập trung mà là một thị trường có quy mô rộng lớn, đa dạng nhu cầu.

Xu hướng tự do hóa về thương mại và đầu tư thế giới cũng như cải cách về chính sách và cơ chế quản lý xuất nhập khẩu của EU đang ngày càng được nói lỏng, các nhà xuất khẩu Việt Nam vì thế phải đương đầu với những thử thách và cạnh tranh quyết liệt trên thị trường này. Trung Quốc đã trở thành thành viên chính thức của WTO nên hàng xuất khẩu của họ được hưởng nhiều ưu đãi hơn khi thâm nhập vào thị trường này. Do đó, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam lại càng phải cạnh tranh gay gắt hơn(Đặc biệt là hàng nông sản, giày dép, dệt may).

Ngoài ra, kênh phân phối của EU rất phức tạp. Có một số mặt hàng của ta rất được ưa chuộng tại EU như đồ gỗ gia dụng, đồ gốm sứ mỹ nghệ nhưng cho đến nay các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa tiếp cận trực tiếp được với kênh phân phối này.

Tóm lại, EU là thị trường đòi hỏi yêu cầu chất lượng cao, điều kiện thương mại nghiêm ngặt và được bảo hộ đặc biệt. Việc nhiều nước châu Á khác, đặc biệt là Trung Quốc với tiềm năng xuất khẩu lớn và đã có nhiều kinh nghiệm có mặt ở thị trường EU là một khó khăn lớn đối với Việt Nam khi thâm nhập thị trường này. Nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường đang bị sức ép rất mạnh của hàng Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia... Phần lớn hàng hóa của các đối thủ cạnh tranh có ưu thế hơn hàng của ta về chất lượng, giá cả và nguồn cung cấp ổn định.

Trong thời gian tới, để thúc đẩy hơn nữa quan hệ thương mại với EU (trước hết là với những nước thành viên quan trọng như: Đức, Pháp, Anh, Italia), doanh nghiệp của ta cần phải năng động hơn, đa dạng mặt hàng, tăng chất lượng, tìm hiểu luật lệ của EU, nắm bắt cơ hội và phối hợp tốt giữa các doanh nghiệp trong quan hệ buôn bán với EU. Bên cạnh đó, để mở rộng xuất khẩu vào thị trường EU, các doanh nghiệp Việt Nam cần xây dựng các luồng tiêu thụ hàng qua các kênh như: các siêu thị lớn, công ty chuyên doanh, các công ty nhập khẩu, công ty cung ứng và đại lý bán hàng... Phải luôn quan tâm đến việc thu thập, cập nhật thông tin về thị trường và bạn hàng. Chủ động tham gia các hội chợ, triển lãm để tiếp cận bạn hàng và nắm bắt thông tin về thị hiếu khách hàng. Ngoài ra, phải tranh thủ sự giúp đỡ, hỗ trợ của các cơ quan xúc tiến thương mại của ta ở thị trường này để mở rộng hơn nữa thị phần hàng hóa Việt Nam.

Đông Âu và SNG

Trước đây, thị trường Đông Âu và thị trường Nga đều là những thị trường truyền thống của Việt Nam, đóng vai trò hết sức quan trọng, đặc biệt là thị trường Nga. Nhưng từ sau khi Đông Âu tan rã, và Nga có một số cải tổ quan trọng về mặt chính trị thì quan hệ buôn bán giữa

ta với khu vực này có bị gián đoạn trong một thời gian. Tất nhiên, là quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và thị trường khu vực này chưa bao giờ mất hẳn, nhưng cũng đã ảnh hưởng không nhỏ đến kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Đông Âu và Nga trong một giai đoạn nhất định. Tuy nhiên, trong những năm trở lại đây, tình hình có vẻ khả quan hơn.

Toàn bộ tình hình trên đòi hỏi các doanh nghiệp phải nhìn nhận đây là những thị trường truyền thống có nhiều tiềm năng nhưng cũng yêu cầu hàng hóa có sức cạnh tranh cao, đều vận hành theo cơ chế thị trường với một số đặc thù của giai đoạn chuyển đổi. Theo hướng đó, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp thâm nhập thị trường này. Quỹ Hỗ trợ Tín dụng xuất khẩu cần sớm thực hiện bảo lãnh tín dụng xuất khẩu cho người xuất khẩu hàng hóa vào Nga và Đông Âu theo phương thức "Nhà nước doanh nghiệp cùng làm", xây dựng một số Trung tâm tiêu thụ hàng hóa, hỗ trợ, tận dụng cộng đồng người Việt để đưa hàng vào Nga và Đông Âu, tạo một số cơ sở sản xuất tại chỗ...

Trọng tâm về hàng hóa xuất khẩu sẽ là cao su, chè, thực phẩm chế biến, rau quả, hóa phẩm tiêu dùng, dệt may, giày dép và thủ công mỹ nghệ.

2.3. Khu vực Bắc Mỹ

Trọng tâm tại khu vực này là thị trường Hoa Kỳ, đây là nước có GDP lớn bằng 6 nước G7 cộng lại (trên 10.000 tỷ USD). Xuất khẩu tới trên 1.000 tỷ USD và nhập khẩu trên 1.200 tỷ USD lớn hàng đầu thế giới với nhu cầu rất đa dạng, nắm những đỉnh cao về khoa học - công nghệ, công nghệ nguồn. Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ được ký kết và phê chuẩn năm 2001 đã tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu hàng hóa của ta, đồng thời thúc đẩy các nước đầu tư vào

Việt Nam để xuất sang Hoa Kỳ. Xuất khẩu vào thị trường Bắc Mỹ mà chủ yếu là Hoa Kỳ có thể và cần phải đạt tỷ trọng khoảng 15 - 20% vào năm 2010 và 23 - 25% vào năm 2020. Hoa Kỳ sẽ là khâu đột phá về thị trường xuất khẩu của ta và sẽ là một trong những thị trường tăng nhanh nhất trong những năm tới đây. Song để đạt được chỉ tiêu trên cần chú ý một số đặc điểm về thị trường này như sau:

Thứ nhất, Mỹ là một thị trường lớn, sức mua cao. Điều này thể hiện thông qua chỉ số về dân số (263,43 triệu người) với GDP/người/năm ở mức trên 37.000 USD. Nhu cầu nhập khẩu hàng năm lên tới trên 1.200 tỷ USD

Thứ hai, nhu cầu đa dạng và tương đối dễ tính. Đặc điểm này xuất phát từ việc Mỹ là một thị trường đa chủng tộc (riêng người Việt Nam đang định cư tại thị trường này đã lên tới 1,2 triệu người) mức sống rất khác nhau, là quốc gia có nhiều tỷ phú nhất nhưng không có nghĩa là không có người nghèo.

Thứ ba, đây là một thị trường đòi hỏi về tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa rất cao, vì hầu hết những tiêu chuẩn về hàng hóa đều từ quốc gia này mà ra. Như ISO 9000, ISO 14000, HACCP...

Thứ tư, là hệ thống pháp luật của Mỹ vô cùng phức tạp. Mỹ cũng có những quy định khá khắt khe đối với hàng nhập khẩu. Liên quan đến hàng nhập khẩu, Mỹ có Luật Chống bán phá giá; Luật Thuế đối kháng, cụ thể là nếu nước xuất khẩu thực hiện trợ cấp quá mức đối với hàng xuất khẩu thì hàng hóa đó sẽ bị đánh thuế đối kháng; Luật Trách nhiệm sản phẩm; Quy định về xuất xứ và nhãn mác hàng hóa, nếu xuất xứ không rõ ràng sẽ bị phạt 10% giá trị xuất khẩu và phải xử lý lại lô hàng cho đạt tiêu chuẩn mới được vào thị trường Mỹ. Bên cạnh đó, Mỹ còn áp dụng hạn ngạch để kiểm soát hàng nhập khẩu

trong một thời gian nhất định. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã gặp trong trường hợp cá basa, và tôm.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu và tăng nhanh là: hàng dệt may, giày dép, gạo, thủy sản, cà phê, hạt tiêu, gia vị, chè, thủ công mỹ nghệ...

Mức thuế đối với nhóm cà phê, gia vị, chè và thủy sản là bằng 0% nên cần tăng xuất khẩu sang Hoa Kỳ như đã xuất sang Tây Âu và Nhật Bản.

Gạo và dầu mỏ là hai mặt hàng có khả năng xuất, nhưng giá phụ thuộc khá nhiều vào tình hình thế giới, vì Hoa Kỳ nhập khẩu gạo để tái xuất và giá dầu mỏ phụ thuộc vào các nước OPEC.

Các mặt hàng khác như hàng công nghệ phẩm, thủ công mỹ nghệ, cơ khí... cũng có khả năng tăng nhanh cả số lượng và trị giá xuất khẩu.

Các doanh nghiệp cần mạnh dạn, nhanh chóng tiếp cận, xây dựng chiến lược phát triển thị trường này; tích cực tìm kiếm bạn hàng để tăng mức xuất khẩu, trước hết là các mặt hàng có thuế suất nhập khẩu của Hoa Kỳ ở mức thấp.

Các doanh nghiệp nên tham gia vào chuỗi sản xuất kinh doanh của các TNCs để tăng sức xuất khẩu sang thị trường này.

Ngoài ra cần chú ý đến thị trường Canada, đây là quốc gia có dân số đông, mức sống cao, là quốc gia nằm trong nhóm G7, đã có quan hệ với Việt Nam nhiều năm kể cả ngoại giao, văn hóa giáo dục và trao đổi, buôn bán.

2.4. Khu vực châu Đại Dương

Trọng tâm tại khu vực châu Đại Dương là Australia và New Zealand. Quan hệ thương mại với hai thị trường này phát triển tốt

trong những năm gần đây chứng tỏ tiềm năng không nhỏ, nhưng mức phát triển vẫn còn thấp. Do đó, cần kiên trì tìm kiếm, tạo lập và củng cố quan hệ bạn hàng. Phần đầu duy trì mức tăng trưởng khá ở khu vực thị trường này, ổn định tăng trưởng ở mức khoảng 15,7%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 5,6 tỷ USD và chiếm tỷ trọng khoảng 7,7%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính cần tập trung khai thác ở khu vực thị trường này là dệt may, giày dép, thủy sản, xe đạp, đồ nội thất, hàng thủ công mỹ nghệ, gốm sứ, cà phê, hạt điều.

2.5. Khu vực châu Phi, Nam Á, Trung cận Đông và Mỹ Latinh

Châu Phi

Hàng hóa của Việt Nam hiện nay đã xuất hiện trên các thị trường này nhưng chủ yếu là qua thương nhân nước thứ ba; kim ngạch do ta xuất khẩu trực tiếp còn khá nhỏ bé. Một điểm cần lưu ý là toàn bộ các nước trong khu vực, kể cả những nước đã từng phát triển theo đường lối kế hoạch hóa tập trung, đều đã áp dụng cơ chế thị trường và hiện đang có sự gắn kết với nhau thông qua việc hình thành các liên kết kinh tế khu vực như khối liên minh quan thuế Nam châu Phi, khối các nước sử dụng đồng Franc ở Tây Phi, khối Maghreb tại Bắc Phi, khối các nước vùng Vịnh, Hiệp hội SAFTA... Thương mại giữa các nước trong khối được áp dụng những ưu đãi đặc biệt. Tại khu vực này, thị trường trọng điểm sẽ là Nam Phi bởi đây là những thị trường có sức tiêu thụ khá. Các doanh nghiệp Nam Phi có uy tín trên thị trường, tác phong theo kiểu châu Âu, hàng hóa vào Nam Phi có thể tự do sang các nước liên minh quan thuế.

Vì lý do đó, trong chiến lược thâm nhập thị trường, cần chọn thị trường trọng điểm cho từng khối và lấy đó làm bàn đạp để tiến vào các

nước trong khối. Phần đầu tăng trưởng xuất khẩu vào khu vực thị trường này đạt mức 23,3%/năm, đến năm 2010 đạt kim ngạch khoảng 2,8 tỷ USD và chiếm tỷ trọng khoảng 2,8%.

Nam Á

Tại khu vực Nam Á, thị trường trọng điểm sẽ là Ấn Độ. Với dân số trên 1 tỷ người có quan hệ hữu nghị đặc biệt với Việt Nam, Ấn Độ luôn là một đối tác quan trọng. Tuy nhiên, trong khoảng 3 năm gần đây ta chỉ xuất sang Ấn Độ được khoảng 12 - 13 triệu USD/năm trong khi nhập từ thị trường này tới 90 - 100 triệu USD/năm, chủ yếu là do hàng rào bảo hộ dày đặc của nước bạn. Chênh lệch thương mại này có thể được cải thiện thông qua biện pháp gắn nhập khẩu với xuất khẩu, yêu cầu bạn mua lại hàng của ta khi ta có nhu cầu mua hàng của bạn (ta thường mua của bạn tân dược, thuốc trừ sâu và nguyên liệu, một số chủng loại máy móc, thiết bị). Trong thời gian tới, các doanh nghiệp Việt Nam cố gắng đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng than, dầu thô, vật liệu xây dựng sang thị trường này.

Khi đi vào khu vực Nam Á, cần quan tâm thoả đáng tới các thị trường Pakistan và Bangladesh có dung lượng lớn.

Trung cận Đông

Tại khu vực Trung cận Đông, thị trường trọng điểm sẽ là các nước Tiểu Vương Quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Irắc và Thổ Nhĩ Kỳ.

UAE tuy dân số không nhiều (2,3 triệu dân), khả năng tiêu thụ hàng của ta không lớn, nhưng đây là khu vực thương mại tự do, là cửa ngõ của khu vực Trung cận Đông và là địa điểm trung chuyển hàng hóa đi Xyri, Ảrập Xê-ut, châu Phi, châu Âu... Ta cần tận dụng vị trí thuận lợi của thị trường này. Các công ty ở khu vực này làm ăn khá

nghiêm chỉnh, môi trường kinh doanh tự do thông thoáng, hầu như không có thuế nhập khẩu nên các công ty của ta nên cố gắng thâm nhập vào thị trường này, lấy đây làm bàn đạp đi vào các nước lân cận. Hàng hóa chủ yếu là hàng tiêu dùng, lương thực thực phẩm, thực phẩm chế biến, điện tử, hạt tiêu, giày dép, dệt may, thủ công mỹ nghệ và sản phẩm nhựa.

Irắc là thị trường đầy tiềm năng nhưng việc buôn bán với nước này trong thời gian hiện nay đang có những đặc thù riêng do phải tuân thủ rất chặt chẽ các quy định của Ủy ban cấm vận Liên hợp quốc. Một mặt, ta cần tranh thủ thiện cảm của bạn đối với ta để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này, đồng thời chuẩn bị cho thời kỳ "sau cấm vận". Kim ngạch nhập khẩu của Irắc thường được giao cho một số công ty nhà nước chịu trách nhiệm ký hợp đồng với Việt Nam. Ta cũng đã thực hiện tương tự, giới thiệu một số công ty có khả năng và có uy tín làm đầu mối giao dịch với bạn. Cơ chế này có ưu điểm là bảo đảm sự ổn định, tránh cạnh tranh không lành mạnh. Tuy nhiên, nếu duy trì lâu dài cách làm này thì có khả năng sẽ làm giảm khả năng xây dựng quan hệ bạn hàng rộng rãi để chuẩn bị cho thời kỳ sau cấm vận. Để khai thác triệt để lợi thế mà Irắc dành cho Việt Nam và nâng dần sức cạnh tranh, cần mở dần số đầu mối được phép giao dịch với Irắc, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất. Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là: gạo, chè, dầu thực vật, sữa các loại, bột giặt, xà phòng, sản phẩm cao su các loại, máy nông nghiệp, ô tô, tàu hút bùn, máy điện, máy nổ, máy bơm...

Thổ Nhĩ Kỳ là quốc gia lớn với 62 triệu dân, là cầu nối của hai lục địa Á và Âu, Thổ Nhĩ Kỳ nhập khẩu: gạo, chè, cao su, hàng thủ công mỹ nghệ, giày dép, hàng dệt kim, may mặc, đồ hộp, lạc, than.... từ Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ đã ký Hiệp định thương mại, hợp tác khoa

học kỹ thuật và có điều khoản ưu đãi Tối huệ quốc (MFN). Ta đã có đại diện thương mại tại Thổ Nhĩ Kỳ. Chính sách kinh tế của Thổ Nhĩ Kỳ hướng mạnh về châu Á, mong muốn mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại với Việt Nam. Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là gạo, cà phê, chè, hàng giày dép, rau quả, hàng điện tử.

Mỹ Latinh

Tại khu vực này, thị trường trọng điểm sẽ là Mêhicô, Aentina và Braxin bởi đây là những thị trường có dân số đông sức tiêu thụ khá. Các doanh nghiệp có uy tín trên thị trường, tác phong theo kiểu châu Âu, hàng hóa vào đó có thể tự do sang các nước liên minh quan thuế. Xu hướng tới khi khu vực tự do châu Mỹ ra đời sẽ tạo ra bước đệm cho hàng hóa của chúng ta xâm nhập các nước khác.

Các doanh nghiệp cần tăng cường khảo sát, tìm hiểu các thị trường này. Hàng hóa trọng điểm sẽ là dệt may, giày dép và gạo. Trong tương lai có thể thêm sản phẩm nhựa và sản phẩm cơ khí - điện.

3. Chính sách và biện pháp hỗ trợ xuất khẩu

Trong quá trình thực hiện chiến lược phát triển hướng ngoại, đẩy mạnh xuất khẩu trở thành phương hướng chủ yếu của chính sách ngoại thương.

Thị trường cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, cũng như nhiều nước khác luôn luôn khó khăn. Vấn đề thị trường không phải chỉ là vấn đề của riêng một nước mà trở thành “vấn đề” trọng yếu của nền kinh tế thị trường nói chung. Vì vậy, việc hình thành một hệ thống các biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu trở thành công cụ quan trọng nhất để chiếm lĩnh thị trường nước ngoài. Mục đích của các biện pháp này là nhằm hỗ trợ mở mang sản xuất hàng xuất khẩu với những chi phí thấp,

tạo điều kiện cho người xuất khẩu tự do cạnh tranh trên thị trường nước ngoài.

Các chính sách biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu có thể chia thành ba nhóm:

(1) Nhóm chính sách và biện pháp liên quan đến tổ chức nguồn hàng, cải biến cơ cấu xuất khẩu;

(2) Nhóm chính sách và biện pháp tài chính;

(3) Nhóm chính sách và biện pháp liên quan đến thể chế - tổ chức.

3.1. Các biện pháp để tạo nguồn hàng và cải biến cơ cấu xuất khẩu

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực

a) Khái niệm

Mặc dù có chính sách đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu, nghĩa là một nước không chỉ chuyên vào xuất khẩu một vài sản phẩm, nhưng các quốc gia đều có chính sách xây dựng những mặt hàng chủ lực - những con át chủ bài của nền ngoại thương.

Trên thế giới mỗi nước, thậm chí mỗi nhóm nghiên cứu có thể đưa ra khái niệm về mặt hàng xuất khẩu chủ lực khác nhau. Có nước quan niệm hàng hóa nào sản xuất ra chủ yếu dành cho xuất khẩu thì gọi là hàng xuất khẩu chủ lực; có quan điểm cho rằng hàng xuất khẩu nào có thị trường tiêu thụ ổn định thì mặt hàng đó là chủ lực; có quan điểm lại cho rằng hàng hóa xuất khẩu nào mà có tỷ trọng nguyên liệu nội địa chủ yếu không phụ thuộc vào nước ngoài thì coi là hàng chủ lực. Tất cả các quan niệm trên đều đúng một phần nhưng chưa toàn diện và chưa đầy đủ. Chính vì chưa có định nghĩa nào chính xác nên

theo quan niệm của tác giả chúng ta có thể hiểu hàng chủ lực như sau: *Hàng chủ lực là những hàng hóa có điều kiện sản xuất ở trong nước với hiệu quả kinh tế cao hơn những hàng hóa khác; có thị trường tiêu thụ tương đối ổn định, chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia.*

Trên cơ sở đó, người ta thường chia cơ cấu xuất khẩu của một quốc gia thành 3 nhóm hàng: (1) nhóm mặt hàng xuất khẩu chủ lực, (2) nhóm mặt hàng xuất khẩu quan trọng và (3) nhóm mặt hàng xuất khẩu thứ yếu.

Hàng chủ lực là loại hàng chiếm vị trí quyết định trong kim ngạch xuất khẩu do có thị trường ngoài nước và điều kiện sản xuất trong nước thuận lợi.

Hàng quan trọng là hàng không chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu, nhưng đối với từng thị trường, từng địa phương lại có vị trí quan trọng.

Hàng thứ yếu gồm nhiều loại, kim ngạch của chúng thường nhỏ.

b) Quá trình hình thành và đặc điểm

Vấn đề xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực đã được Nhà nước đề ra từ cuối những năm 1960. Tuy nhiên, chỉ mới gần đây, khi chúng ta tiếp xúc mạnh mẽ với thị trường thế giới, chúng ta mới cảm nhận vấn đề một cách nghiêm túc và thấy rõ được tầm quan trọng của nó.

Hàng xuất khẩu chủ lực hình thành như thế nào? Trước hết nó được hình thành qua quá trình thâm nhập vào thị trường nước ngoài, qua những cuộc cọ sát cạnh tranh mãnh liệt trên thị trường thế giới. Và cuộc hành trình đi vào thị trường thế giới ấy kéo theo việc tổ chức sản

xuất trong nước trên quy mô lớn chất lượng phù hợp với đòi hỏi của người tiêu dùng. Nếu đứng vững được thì mặt hàng đó liên tục phát triển.

Như vậy, một mặt hàng chủ lực ra đời ít nhất cần có 3 đặc điểm cơ bản:

- Có thị trường tiêu thụ tương đối ổn định và luôn cạnh tranh được trên thị trường đó;
- Có nguồn lực để tổ chức sản xuất và sản xuất với chi phí thấp để thu được lợi trong buôn bán;
- Có khối lượng kim ngạch lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của đất nước.

Vị trí của mặt hàng xuất khẩu chủ lực không phải là vĩnh viễn. Một mặt hàng ở thời điểm này có thể được coi là hàng xuất khẩu chủ lực, nhưng ở thời điểm khác thì không. Hoặc nó chỉ chiếm thị phần ở một số thị trường nhất định chứ không phải ở tất cả các thị trường.

Ví dụ: Vào những năm 1960 thì than có thể coi là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Nhưng vào đầu những năm 1990 thì có thể coi dầu thô, gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta.

c) Ý nghĩa của việc xây dựng mặt hàng xuất khẩu chủ lực

Xây dựng mặt hàng xuất khẩu chủ lực luôn được tất cả các nước coi trọng và tập trung đầu tư phát triển. Ví dụ các nước phát triển như Mỹ có những nhóm hàng như máy bay, ô tô, điện tử, tin học, các sản phẩm công nghệ sinh học...; Đức như ô tô, thiết bị điện, dụng cụ chính xác...; Nhật có ô tô, điện tử... Các nước Đang phát triển như Thái Lan có gạo, gỗ, sản phẩm công nghiệp nhẹ, dịch vụ du lịch...; Malaysia có dầu cọ, gỗ, dầu khí, dịch vụ du lịch...

Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực đã gây nên áp lực kể cả kinh tế và chính trị đối với một số nước như sự kiện cung cấp khí đốt của Nga cho Ucraina và Tây Âu, sự đột biến tăng về giá dầu của những năm 2004, 2005...

Do vậy, việc xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực có ý nghĩa rất lớn:

- Mở rộng quy mô sản xuất trong nước, trên cơ sở đó kéo theo việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, mở rộng và làm phong phú thị trường nội địa;

- Tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, từ đó góp phần tăng ngân sách nhà nước cải thiện cán cân thanh toán quốc tế;

- Tạo điều kiện giữ vững, ổn định thị trường xuất khẩu và nhập khẩu;

- Tạo cơ sở vật chất để mở rộng các quan hệ hợp tác kinh tế, khoa học kỹ thuật với nước ngoài.

Để hình thành được những mặt hàng xuất khẩu chủ lực Nhà nước cần có những biện pháp, chính sách ưu tiên hỗ trợ trong việc nhanh chóng có được những mặt hàng, nhóm hàng xuất khẩu chủ lực. Các biện pháp và chính sách ưu tiên đó là thu hút vốn đầu tư trong, ngoài nước và các chính sách tài chính... cho việc xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực.

3.1.2. Gia công xuất khẩu

a) Khái niệm gia công:

Theo từ điển kinh tế (Cộng hoà Dân chủ Đức) thì: “Gia công là sự cải tiến đặc biệt các thuộc tính riêng của các đối tượng lao động (vật liệu) được tiến hành một cách sáng tạo và có ý thức nhằm đạt

được một giá trị sử dụng mới nào đó”¹⁹. Đó là khái niệm chung về gia công.

Theo quan niệm của Việt Nam thì: đó là một hoạt động mà một bên - gọi là bên đặt hàng - giao nguyên vật liệu, có khi cả máy móc, thiết bị và chuyên gia cho bên kia gọi là bên nhận gia công - để sản xuất ra một mặt hàng mới theo yêu cầu của bên đặt hàng. Sau khi sản xuất xong, bên đặt hàng nhận hàng hóa đó từ bên nhận gia công và trả tiền công cho bên làm hàng gọi là hoạt động gia công.

Khi hoạt động gia công vượt ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia thì gọi là gia công xuất khẩu.

Tóm lại, gia công xuất khẩu là đưa các yếu tố sản xuất (chủ yếu là nguyên liệu) từ nước ngoài về để sản xuất hàng hóa, nhưng không phải để tiêu dùng trong nước mà để xuất khẩu thu ngoại tệ chênh lệch do tiền công đem lại. Vì vậy, suy cho cùng, gia công xuất khẩu là hình thức xuất khẩu lao động tại chỗ, nhưng là loại lao động dưới dạng được sử dụng (được thể hiện trong hàng hóa), chứ không phải dưới dạng xuất khẩu nhân công ra nước ngoài.

b) Quan hệ gia công quốc tế

Một là, bên đặt gia công cung cấp nguyên liệu hoặc bán thành phẩm (không chịu thuế quan) cho người nhận gia công để chế biến sản phẩm và giao trở lại cho bên gia công. Ở đây chưa có sự chuyển giao quyền sở hữu đối với nguyên liệu. Thực chất đây là hình thức “làm thuê” cho bên đặt gia công, bên nhận gia công không có quyền chi phối sản phẩm làm ra.

Hai là, nguyên liệu hoặc bán thành phẩm được xuất đi nhằm gia công chế biến và sau đó nhập thành phẩm trở lại. Trong quan hệ này, quyền sở hữu đối với nguyên liệu đã được chuyển giao. Vì vậy, khi

¹⁹ Từ điển kinh tế (CHDC Đức), NXB Kinh tế, 1972, Trang 915

nhập trở lại các bộ phận giá trị thực tế tăng thêm đều phải chịu thuế quan. Thực chất đây là hình thức bên đặt gia công giao nguyên vật liệu, giúp đỡ kỹ thuật cho bên nhận gia công và bao tiêu sản phẩm.

c) Các hình thức gia công xuất khẩu

* Căn cứ vào các lĩnh vực kinh tế (cơ cấu kinh tế)

+ Gia công sản phẩm công nghiệp xuất khẩu (bao gồm cả tiểu thủ công nghiệp).

+ Gia công sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu (gồm trồng trọt và chăn nuôi).

* Căn cứ vào mức độ chuyển giao nguyên vật liệu của bên đặt hàng gia công

+ Bên đặt hàng giao cả nguyên vật liệu - có chuyên gia hướng dẫn

+ Bên đặt hàng chỉ giao nguyên vật liệu

+ Bên đặt hàng giao một phần nguyên vật liệu

d) Lợi ích gia công xuất khẩu

+ Qua gia công xuất khẩu, không những chúng ta có điều kiện giải quyết công ăn việc làm cho nhân dân mà còn góp phần tăng thu nhập quốc dân và đặc biệt tăng nguồn thu ngoại tệ.

+ Thúc đẩy các cơ sở sản xuất trong nước, nhanh chóng thích ứng với đòi hỏi của thị trường thế giới, góp phần cải tiến các quy trình sản xuất trong nước theo kịp trình độ quốc tế.

+ Tạo điều kiện thâm nhập thị trường các nước tránh những biện pháp hạn chế nhập khẩu do các nước đề ra.

+ Khắc phục khó khăn do thiếu nguyên liệu để sản xuất các mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt là trong ngành công nghiệp nhẹ, tranh thủ vốn và kỹ thuật nước ngoài.

e) Phương hướng phát triển gia công:

Để hoạt động gia công có hiệu quả nước nhận gia công cần chú ý một số điểm sau:

+ Về mặt hàng gia công: Chúng ta tập trung vào những mặt hàng tiêu dùng truyền thống, trước hết là những mặt hàng thủ công mỹ nghệ, công nghiệp nhẹ, cũng như một số ngành lắp ráp hàng công nghiệp tiêu dùng phù hợp với khả năng trong nước.

Đồng thời chú trọng nhận gia công những mặt hàng đòi hỏi công nghệ cao, để từ đó nâng cao trình độ quản lý sử dụng và có thể coi là sự chuyển giao công nghệ trong nước nhằm hiện đại hóa nền kinh tế.

Tăng hàm lượng nội địa hóa dần dần khắc phục hiện tượng làm thuê.

+ Về lựa chọn khách hàng gia công: Tìm đến những khách hàng có nhu cầu gia công lớn, có tính chất lâu dài và ổn định.

+ Cần giải quyết một số khó khăn ở trong nước như:

Đầu tư thiết bị, máy móc hiện đại cho các cơ sở gia công.

Khắc phục thói làm ăn tùy tiện của các cơ sở gia công về quy cách, phẩm chất, về thời gian giao hàng...

3.1.3. Các biện pháp đầu tư liên quan đến đến tổ chức nguồn hàng, cải biến cơ cấu xuất khẩu

a) Ý nghĩa

Trong một nền kinh tế mà sản xuất nhỏ còn là phổ biến, để tăng nhanh nguồn hàng xuất khẩu, chúng ta không thể trông chờ vào việc thu gom những của cải tự nhiên, cũng không thể chỉ dựa vào việc thu mua những sản phẩm thừa nhưng rất bấp bênh của nền sản xuất nhỏ, phân tán, hoặc bằng lòng với năng lực sản xuất của các cơ sở công

nghiệp hiện có, phải quán triệt một nguyên lý cơ bản trong thương mại là sản xuất và trao đổi những sản phẩm mà thị trường cần, chứ không phải bán những gì ta có. Vì vậy, chúng ta phải xây dựng thêm nhiều các cơ sở sản xuất mới để tạo ra nguồn hàng xuất khẩu dồi dào, tập trung, có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế. Do đó, đầu tư là biện pháp có ý nghĩa quyết định để gia tăng xuất khẩu.

- + Tăng năng lực sản xuất hàng xuất khẩu.
- + Nâng cao trình độ quản lý sản xuất và kinh doanh.
- + Góp phần chuyển giao, tiếp nhận công nghệ mới tăng năng lực cạnh tranh cho xuất khẩu.
- + Là cơ sở để mở rộng hợp tác kinh tế đối ngoại.
- + Giải quyết một số vấn đề xã hội tạo môi trường thuận lợi cho sản xuất kinh doanh xuất khẩu.

b) Nguồn vốn đầu tư cho sản xuất hàng xuất khẩu

Vốn đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu ở nước ta hiện nay gồm:

- + Vốn đầu tư trong nước thông thường bao gồm:
 - Vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước, trong đó lại bao gồm ngân sách từ Trung ương, từ các ngành, từ các địa phương. Nguồn vốn này chủ yếu tập trung đầu tư cho các chương trình khuyến khích xuất khẩu lớn mà Nhà nước đề xuất nhằm thực hiện mục tiêu nền kinh tế quốc dân hoặc mục tiêu chính trị như: Đầu tư cho khai thác dầu khí, xây dựng khu công nghiệp hóa dầu, đầu tư cho đánh bắt, khai thác thủy sản xa bờ...
 - Nguồn vốn từ tư nhân như vốn đầu tư vào sản xuất, chế biến, kinh doanh hàng xuất khẩu. Đây là nguồn vốn ngày càng giữ vị trí quan trọng nhằm phát triển nền kinh tế quốc dân nói chung và đẩy mạnh xuất khẩu nói riêng.

+ Vốn đầu tư nước ngoài được thực hiện thông qua chủ yếu dưới hai hình thức là:

- Nguồn vốn ODA (Viện trợ có hoàn lại hoặc không hoàn lại; cho vay với lãi suất ưu đãi) nguồn vốn này chủ yếu do Chính phủ các nước hoặc do các tổ chức quốc tế cấp.

- Nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chủ yếu được thực hiện dưới các hình thức góp vốn kinh doanh trên cơ sở hợp đồng hợp tác kinh doanh - doanh nghiệp liên doanh - doanh nghiệp 100% vốn của nước ngoài với sự tham gia điều tiết quản lý của người nước ngoài. Cũng có thể là nguồn vốn đầu tư gián tiếp thông qua việc góp vốn (cổ phần, mua trái phiếu...) của nước ngoài đối với hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong nước đối với hàng xuất khẩu. Hình thức này thời gian tới sẽ phát triển mạnh khi hoạt động của thị trường chứng khoán sôi động.

Tuy nguồn vốn đầu tư nước ngoài là rất quan trọng đặc biệt là giai đoạn đầu đối với các nước *chuyển đổi và đang phát triển*. Nhưng đầu tư cho xuất khẩu cần khai thác từ các nguồn vốn trong nước là chủ yếu, vì đây là nguồn vốn quan trọng hơn cả nó được khởi phát từ sự phát triển kinh tế trong nước. Còn nếu chỉ dựa vào nguồn vốn nước ngoài thì đến một lúc nào đó sẽ phải trả có thể bằng ngoại tệ mạnh, hoặc bằng tài nguyên, bằng sức lao động và có thể bằng cả sự mất cân bằng về môi trường sinh thái, trật tự xã hội...

Trong đó cần coi trọng việc thu hút vốn của tư nhân vào việc đầu tư cho xuất khẩu. Đây là việc lâu nay chưa được người ta coi trọng. Việc Nhà nước ban hành luật đầu tư trong nước là cơ sở pháp lý để các thành phần kinh tế an tâm bỏ vốn ra đầu tư, nhất là đầu tư vào sản xuất ra hàng xuất khẩu.

c) Định hướng của chính sách đầu tư

Để khuyến khích bỏ vốn đầu tư ra làm hàng xuất khẩu, Nhà nước cần có các chính sách ưu tiên cho lĩnh vực này như: Cho phép

vay vốn với lãi suất ưu đãi thấp, giảm hoặc miễn nộp thuế lợi tức một số năm. Sản phẩm làm ra những năm đầu chưa có lãi hoặc lãi thấp (so với kinh doanh trong nước), Nhà nước có thể áp dụng chính sách hỗ trợ có điều kiện.

Dành ưu tiên đầu tư cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu, hạn chế hoặc không đầu tư cho các ngành thay thế nhập khẩu mà năng lực sản xuất trong nước đã đáp ứng đủ nhu cầu. Trong đầu tư cần tập trung vào các ngành hàng chủ lực và dự án nâng cao cấp độ chế biến, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa. Có chính sách ưu tiên, ưu đãi về thuế, về lãi suất cho các dự án theo hướng này.

Đối với nông sản, chú trọng đầu tư nhằm cải biến cơ cấu kinh tế nông nghiệp, đổi mới giống cây trồng, đổi mới công nghệ, từ đó nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, phù hợp với nhu cầu trên thị trường.

Quan tâm đặc biệt đến đầu tư trực tiếp cho hoạt động xuất khẩu như bến cảng, kho tàng, các trung tâm thương mại ở nước ngoài, các hoạt động xúc tiến xuất khẩu, chú trọng đầu tư đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là cán bộ quản lý, quản trị doanh nghiệp.

Tạo môi trường thuận lợi thu hút mạnh vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cho xuất khẩu. Phát triển hợp lý các khu chế xuất khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài gia tăng xuất khẩu. Mở rộng thị trường để lôi kéo các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư ở nước ta, xuất sang thị trường có dung lượng lớn.

* Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả vốn đầu tư:

Để đầu tư vào sản xuất hàng hóa xuất khẩu có hiệu quả cần phải làm rõ những chỉ tiêu sau đây trước khi quyết định đầu tư:

+ Sự cần thiết và mức độ cần thiết phải đầu tư

Để có sức thuyết phục về sự cần thiết và mức độ cần thiết đối với khoản vốn đầu tư ta cần xác định cụ thể bằng cách tính toán:

Nhu cầu của thị trường hiện tại.

Dự báo nhu cầu thị trường trong tương lai.

Khả năng chiếm lĩnh thị trường.

Khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Việc phân tích thị trường nước ngoài gặp rất nhiều khó khăn do thiếu thông tin. Việc thu thập thông tin không đơn giản. Do vậy, trước khi quyết định một dự án đầu tư cho sản xuất hàng xuất khẩu, ta cần tổ chức các cuộc tham quan, tìm hiểu khảo sát thị trường, tổ chức đối thoại, đàm phán trực tiếp với các nhà kinh doanh ngoại quốc.

+ Quy mô đầu tư

Quy mô của đầu tư lớn nhỏ phụ thuộc vào tính chất của từng loại sản phẩm, quy mô của thị trường, khả năng vốn có thể huy động. Trong hoàn cảnh nước ta hiện nay, vốn đầu tư chưa nhiều ta cần lưu ý tới các cơ sở sản xuất đòi hỏi vốn đầu tư không lớn, hiệu suất đầu tư tương đối cao, thời gian xây dựng, mở rộng cơ sở sản xuất và thu hồi vốn tương đối nhanh.

+ Hiệu quả đầu tư

Để đảm bảo đạt được hiệu quả kinh tế cao cần:

Đầu tư đồng bộ để tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh, ví dụ trong nông nghiệp chú trọng cả khâu sản xuất, vận chuyển, chế biến, bảo quản, bao bì... Trong công nghiệp cần chú trọng cả khâu sản xuất chính và các khâu phụ trợ.

Đầu tư vào sản xuất các sản phẩm có dung lượng thị trường lớn, ổn định nhằm thu được hiệu quả kinh tế theo quy mô.

Lựa chọn công suất thích hợp cho dự án.

Hiệu quả của vốn đầu tư được xác định bởi các chỉ tiêu cơ bản sau:

Tỷ lệ giá trị gia tăng tính trên một đồng vốn đầu tư tức bằng:

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Vốn đầu tư}}$$

Nếu hàng năm hoạt động dùng tỉ lệ sau:

$$\text{Tỷ lệ (hàng năm)} = \frac{\text{Giá trị gia tăng hàng năm}}{\text{Khấu hao hàng năm}}$$

Tạo việc làm cho người lao động: Thể hiện ở hai khía cạnh

Số chỗ làm việc do dự án tạo ra

Mức độ sử dụng lao động

$$\text{Mức độ sử dụng lao động} = \frac{\text{Tổng số vốn đầu tư}}{\text{Số lao động sử dụng}}$$

Nói chung tỷ lệ này càng nhỏ càng tốt. Tuy nhiên, các ngành kỹ thuật càng cao càng hiện đại thì tỷ lệ này càng lớn.

Năng suất lao động

Nếu chỉ dựa vào chỉ tiêu mức độ sử dụng lao động thì một dự án được coi là tốt có thể là tăng được số lượng lao động tuyển dụng. Nhưng điều quan trọng là năng suất lao động ra sao. Vì vậy, cần xét đến chỉ tiêu năng suất lao động.

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Số lao động sử dụng}}$$

+ Tăng thu ngoại tệ

Thu ngoại tệ do xuất khẩu bằng giá FOB một sản phẩm nhân với khối lượng sản phẩm xuất khẩu.

Nhưng để xuất khẩu, dự án đầu tư vẫn cần nhập khẩu máy móc, thiết bị, nguyên liệu làm phát sinh ngoại tệ cho nhập khẩu. Vì vậy, cần xem xét dự án đó đóng góp như thế nào cho việc tăng thu ngoại tệ.

$$\begin{array}{ccccc} \text{Tổng thu} & & \text{Thu ngoại tệ} & & \text{Chi phí} \\ \text{ngoại tệ} & = & \text{do xuất khẩu} & - & \text{nhập khẩu} \end{array}$$

Các dự án đầu tư cho xuất khẩu còn quan tâm đến các chỉ tiêu hiệu quả ngoại tệ như sau:

Kim ngạch xuất khẩu của dự án

Tổng số vốn đầu tư

Kim ngạch xuất khẩu của dự án

Tổng số lao động

+ Mức đóng góp cho ngân sách

Mức đóng góp cho ngân sách của dự án đầu tư cho xuất khẩu gồm các khoản: thuế, thuế đất, thuế các tài sản cố định, dịch vụ công cộng... Chỉ tiêu này được tính hàng năm và tổng cộng. Ngoài ra còn tính thêm mức đóng góp cho ngân sách của một đồng vốn bỏ ra:

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Mức đóng góp vào ngân sách}}{\text{Tổng vốn đầu tư}}$$

Ngoài ra còn một số chỉ tiêu khác để xác định hiệu quả của đầu tư cho sản xuất hàng xuất khẩu như chỉ tiêu về bảo vệ môi trường, chỉ tiêu về nội địa hóa... Tuy nhiên có thể coi các chỉ tiêu trên là cơ bản nhất.

3.1.4. Xây dựng các khu kinh tế mở

a) Xây dựng các khu bảo thuế

Là khu vực kho bãi dùng để lưu giữ hàng hóa nhập khẩu của nước ngoài sau đó tái xuất, ở đó không áp dụng chế độ thuế quan. Thông thường đây là những khu vực gần các cửa khẩu có vị trí địa lý hành chính thuận lợi.

Mục đích khi xây dựng các khu vực này nhằm tạo nên một môi trường kinh doanh sôi động qua đó các doanh nghiệp trong nước có thể tiếp xúc giao dịch quan hệ với các nhà trung gian, đại diện các chủ doanh nghiệp nước ngoài để mở rộng đối tác kinh doanh trong tương lai. Mặt khác nước chủ nhà sẽ thực hiện được dịch vụ cho thuê kho bãi và thu được một khoản lệ phí nhất định làm tăng nguồn thu ngân sách.

Đây là hoạt động mang tính sơ khai của khu vực kinh tế mở nhưng nhiều nước đã áp dụng và gặt hái được nhiều thành công. Đầu thập kỷ 90 khi hình thức chuyển khẩu ở Việt Nam phát triển thì các Khu bảo thuế dưới cái tên là Khu ngoại quan bắt đầu phát triển ở các khu vực có cửa khẩu như Hải Phòng, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh... Song hình thức này có phát triển hay không phụ thuộc rất nhiều và các hình thức chuyển khẩu và tạm nhập tái xuất.

b) Cảng tự do

Tương tự như hình thức Khu bảo thuế, Cảng tự do là việc một quốc gia thực hiện quy chế tự do đối với các cảng biển quốc tế. Cho phép tàu thuyền các quốc gia khác được tự do ra vào không phải chịu thuế.

Mục đích của hình thức này là nhằm tạo nên một môi trường kinh doanh sôi động qua đó các doanh nghiệp trong nước có thể tiếp xúc giao dịch quan hệ với các nhà trung gian, đại diện các chủ tàu, chủ doanh nghiệp nước ngoài để mở rộng đối tác kinh doanh trong tương lai. Mặt khác nước chủ nhà sẽ thực hiện đẩy mạnh hàng loạt các dịch vụ khác phát triển như dịch vụ hoa tiêu, cho thuê mặt bằng nếu phải sửa cho nhỏ đối với hàng hóa, cung cấp các dịch vụ thương mại như cung cấp lương thực, nước ngọt, dụng cụ phụ tùng góp phần làm tăng nguồn thu ngân sách.

c) Khu mậu dịch tự do (FTZ - Free Trade Zone)

Là một khu vực địa lý riêng biệt trong đó được thực hiện quy chế tự do thương mại (Không được sản xuất, chế biến - nếu có chỉ được sửa chữa nhỏ như kẻ lại nhãn mác trên bao bì, sửa chữa nhỏ do chuyên chở gây nên...).

Như vậy, theo quan niệm này các nhà kinh doanh trong và ngoài nước có thể đưa hàng hóa vào khu vực này tự do mua bán mà không phải chịu thuế xuất, nhập khẩu.

Mục đích khi xây dựng các FTZ của các quốc gia:

Thứ nhất, là nhằm thu hút hàng hóa từ nước ngoài tham gia lưu thông một cách có điều kiện ở thị trường trong nước. Tạo nên sự cạnh tranh và kích thích sản xuất hàng xuất khẩu đối với các doanh nghiệp nội địa.

Thứ hai, là thu được một khoản tiền thông qua phí thuê địa điểm, lệ phí kinh doanh, dịch vụ điện nước, quản lý, thu đối ngoại tệ...

Thứ ba, là tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong nước tiếp cận được cách làm ăn lớn mà thương mại quốc tế đang áp dụng.

d) Khu chế xuất (EPZ - Export Processing Zone)

Có nhiều khái niệm khác nhau về khu chế xuất. Một nhóm chuyên gia của Ngân hàng thế giới cho rằng: “Khu chế xuất là một lãnh địa công nghiệp chuyên môn hóa dành riêng để sản xuất phục vụ xuất khẩu, tách khỏi chế độ thương mại về thuế quan của nước sở tại, ở đó áp dụng chế độ thương mại tự do”. Một số người khác quan niệm khu chế xuất rộng hơn: “Khu chế xuất không chỉ bao gồm khu vực công nghiệp chuyên môn hóa sản xuất hàng xuất khẩu mà còn bao gồm cả những khu vực được Chính phủ một nước cho phép hưởng quy chế đặc biệt như: cảng tự do, khu thương mại tự do, khu tự do thuế quan, khu công nghiệp tự do”. Nhưng một số nhà kinh tế khác lại quan niệm về bản chất EPZ chỉ là một hình thái của khu công nghiệp nó được hình thành nhằm phát huy tối đa tính ưu việt của mô hình khu công nghiệp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế.

Ở Việt Nam, Nghị định số 36 ngày 24/4/1997 của Thủ tướng Chính phủ về Quy chế khu chế xuất giải thích: “*Khu chế xuất là khu*

công nghiệp tập trung các doanh nghiệp chế xuất chuyên sản xuất hàng xuất khẩu, thực hiện các dịch vụ phục vụ cho xuất khẩu và hoạt động xuất khẩu, có ranh giới địa lý xác định, không có dân cư sinh sống”.

Hoạt động của khu chế xuất là nơi tập trung sản xuất hàng hóa xuất khẩu và dịch vụ xuất khẩu, do đầu tư chủ yếu là người nước ngoài đảm nhận.. Vật tư nguyên liệu sản xuất đều mang từ nước ngoài vào, mà cũng có thể là tài nguyên của nước chủ nhà bán cho chủ đầu tư sau khi qua các thủ tục xuất khẩu của nước chủ nhà. Có nhiều cách hình thành khu chế xuất:

- Nước chủ nhà cho thuê nhà xưởng, kho bãi và diện tích công trình sẵn có. Người đầu tư nước ngoài sử dụng các công trình đó để lắp đặt trang thiết bị sản xuất ra hàng hóa xuất khẩu và trả tiền thuê dịch vụ.

- Nhà đầu tư nước ngoài thuê đất của nước sở tại và tự xây cất công trình và trang bị lấy cơ sở sản xuất để làm ra hàng hóa xuất khẩu.

- Nhà nước ta “khuyến khích việc thành lập công ty liên doanh giữa bên nước ngoài và bên Việt Nam để xây dựng và kinh doanh kết cấu hạ tầng khu chế xuất”. Các công ty liên doanh này được hưởng ưu đãi của luật đầu tư.

Như vậy, người nước ngoài hoạt động ở khu chế xuất theo nguyên tắc là phải tự lo liệu vấn đề cung ứng vật tư nguyên liệu để sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm làm ra.

Để phục vụ cho hoạt động của khu chế xuất, nước chủ nhà phải cung ứng các cơ sở hạ tầng kỹ thuật thông qua cho thuê hoặc bán thành phẩm như cung cấp điện, nước, điện thoại...

Tổ chức các dịch vụ như: sửa chữa, thiết kế, xây dựng tổ chức các trung tâm giao dịch thương mại, dịch vụ ngân hàng, tín dụng, tổ chức hoạt động quảng cáo, tổ chức cung ứng các dịch vụ khác như

tiệm ăn, khách sạn, đi lại, du lịch, giải trí... cho người nước ngoài tại khu chế xuất.

Với các nội dung hoạt động như trên, khu chế xuất là một đô thị độc lập, là một khu kinh tế xuất khẩu và là nơi giao dịch thương mại quốc tế. Trong khu chế xuất mọi sinh hoạt, mua bán đều sử dụng ngoại tệ. Vì vậy khu chế xuất phải được tách biệt với nội địa bằng các ranh giới thiên nhiên hoặc nhân tạo. Sự giao lưu giữa khu chế xuất với nội địa được kiểm soát chặt chẽ.

Có nhiều ý kiến tranh luận về lợi ích của khu chế xuất. Tuy nhiên, nhìn vào các nước có ít nhiều thành công trong việc lập các khu chế xuất, người ta thấy các khu chế xuất có thể mang lại các lợi ích sau:

- Thu hút được vốn và công nghệ.
- Tăng mạnh khả năng xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ.
- Góp phần giải quyết việc làm cho người lao động.
- Góp phần làm cho nền kinh tế nước chủ nhà hoà nhập với nền kinh tế thế giới và của các nước trong khu vực.

Khu chế xuất đầu tiên hoạt động trên thế giới là khu chế xuất được thành lập tại sân bay quốc tế Sharnon (Ailen) vào năm 1956. Trong một phần tư thế kỷ trở lại đây, nhiều nước đang phát triển chuyển hướng mạnh mẽ nền kinh tế của mình theo hướng “mở cửa” bằng cách đặc biệt chú ý mở rộng đón nhận đầu tư nước ngoài. Các khu chế xuất là một biện pháp để thu hút vốn đầu tư nước ngoài và được coi là một biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu. Hiện nay trên thế giới có gần 850 khu chế xuất, phần lớn đặt tại châu Á.

Hiện nay, ở nước ta có 6 khu chế xuất được cấp giấy phép hoạt động tại các địa phương: Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ. Tuy nhiên, chỉ có hai khu chế xuất Tân Thuận và Linh Trung (Thành phố Hồ Chí Minh) được coi là hoạt động có kết

quả. Còn các khu chế xuất khác hoặc là bị rút giấy phép (Hải Phòng), hoặc xin chuyển sang hình thức khu công nghiệp (Hà Nội) hay chưa triển khai hoạt động (Cần Thơ).

Ngoài ra còn nhiều hình thái khu kinh tế mở khác, mặc dù mục đích không trực tiếp đề cập đến phải đẩy mạnh xuất khẩu nhưng có tác dụng rất to lớn đến tạo nguồn hàng và nâng cao năng lực sản xuất sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường thế giới.

e) Khu công nghiệp

Theo Nghị định số 36 ngày 24/4/1997 của Thủ tướng Chính phủ thì khu công nghiệp được hiểu là: “Khu tập trung các doanh nghiệp công nghiệp sản xuất hàng công nghiệp và thực hiện các dịch vụ cho sản xuất công nghiệp có ranh giới địa lý xác định, không có dân cư sinh sống, do Chính phủ hoặc Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập”.

+ Khu công nghệ cao: Theo Nghị định số 36 thì khu công nghiệp được hiểu là: “Khu tập trung các doanh nghiệp công nghiệp kỹ thuật cao và các đơn vị hoạt động phục vụ cho phát triển công nghệ cao gồm nghiên cứu - phát triển khoa học - công nghệ, đào tạo và các dịch vụ có liên quan, có ranh giới địa lý xác định, không có dân cư sinh sống do Chính phủ hoặc Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập”.

Đây là hình thức mà hầu hết các nước đều chủ trương phát triển đặc biệt khi tiến hành thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Ở Việt Nam trước khi thống nhất đất nước (1975) Miền Bắc đã hình thành nên 7 khu công nghiệp Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định, Thái Nguyên, Vĩnh Phú, Quảng Ninh, Vinh (Nghệ An), nhưng nếu xét theo khái niệm mà Nghị định số 36 đưa ra thì những khu công nghiệp này không có những tiêu chí như khu công nghiệp tập trung. Nhìn chung trong những năm qua, các khu công nghiệp Việt Nam phát triển

rất nhanh, có tốc độ cao hơn rất nhiều so với khu chế xuất. Thu hút được rất nhiều nguồn vốn đầu tư nước ngoài và đã giải quyết được hàng triệu lao động như các khu công nghiệp ở khu vực Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai... Hình thức này đã đóng góp rất to lớn cho phát triển kinh tế nói chung và ngành công nghiệp nói riêng.

g) Đặc Khu kinh tế (SEZ - Special Economic Zone)

Đây thực chất là một khu kinh tế đặc biệt đã được thành công ở một số nước, đặc biệt ở Trung Quốc. Đến nay đã có nhiều khái niệm khác nhau, nhưng nhìn chung hiểu theo nghĩa rộng: thì đây là các khu vực địa lý được áp dụng những chính sách kinh tế đặc biệt. Còn xét theo nghĩa hẹp thì đây là một khu vực địa lý riêng biệt và được áp dụng những chính sách kinh tế đặc biệt nhằm thu hút vốn đầu tư nước ngoài, công nghệ cao và kinh nghiệm quản lý để phát triển kinh tế xã hội với một cơ cấu ngành nghề đầy đủ và thích hợp của một nền kinh tế về Công nghiệp - Nông nghiệp - Dịch vụ. Hay nói một cách khái quát đây là một loại hình riêng của khu kinh tế tự do được tổ chức theo hình thức cao nhất và đầy đủ như một xã hội thu nhỏ.

Mục đích xây dựng loại hình này nhằm đẩy mạnh phát triển kinh tế xã hội thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hóa đất nước, trong đó có ưu tiên đẩy mạnh xuất khẩu. Mặt khác đây chính là cửa ngõ thúc đẩy mối giao lưu quốc tế thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế.

h) Thành phố mở (Khu khai thác kinh tế - kỹ thuật)

Thành phố mở hay Khu khai thác kinh tế, kỹ thuật chính là kết quả nhân rộng của Đặc khu kinh tế trên một phạm vi địa lý và nền tảng rộng hơn với những chính sách ưu đãi tương tự như ưu đãi đối với các đặc khu kinh tế.

Đây là hình thức được Trung Quốc thực hiện rất thành công được xây dựng ở những vùng ven biển theo qui mô lớn bao gồm nhiều thành phố, nhiều đặc khu kinh tế và khu công nghiệp. Có quan niệm

cho rằng đây có thể gọi là vùng kinh tế tự do. Phát triển hình thức này rất phù hợp với những quốc gia đất rộng người đông.

i) Tam giác phát triển hoặc Nhị - Tứ phát triển

Đây là mô hình kinh tế mang tính quốc tế, có sự kết hợp địa lý kinh tế của 2, 3 hoặc 4 nước láng giềng có các nguồn tài nguyên, lợi thế khác nhau nhưng cùng nhau hợp tác xây dựng nên nhằm thu hút đầu tư, công nghệ và kinh nghiệm quản lý từ nước ngoài phát huy lợi thế từ mỗi quốc gia đẩy mạnh phát triển kinh tế.

Khái niệm này xuất phát từ ý tưởng của Thủ tướng Singapore Goh Chok Tong đưa ra vào tháng 12/1989. Đến nay mô hình này đã có những thành công nhất định, đặc biệt ở khu vực Đông Nam Á như: Tam giác tăng trưởng SIJORI ở phía nam ASEAN giữa 3 nước Singapore, Malaysia và Indonesia; phía Bắc ASEAN giữa Singapore, Tây Malaysia và Nam Thái Lan) hay Battam giữa Thái Lan và Singapore.

Nói chung, đây là hình thức kinh tế mở mang tính quốc tế, do vậy, khó thực hiện hơn các hình thức kể trên. Hình thức này chỉ thành công khi tất cả các quốc gia đều là thành viên của một liên kết kinh tế; phải là nước láng giềng và thường có quan hệ buôn bán truyền thống với nhau; cũng như có mục đích kinh tế như nhau.

Nhìn một cách tổng thể tất cả các hình thức kể trên có thể đan xen làm nền tảng cho việc đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư nước ngoài, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, tăng xuất khẩu, mở rộng hợp tác quốc tế.

3.2. Các biện pháp, chính sách tài chính nhằm khuyến khích sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu

Chính sách tài chính có ý nghĩa quan trọng đối với việc làm tăng năng lực sản xuất và xuất khẩu, tạo nên lợi thế cạnh tranh của một quốc gia. Do vậy, hầu hết các nước đều dùng biện pháp này áp dụng đẩy mạnh xuất khẩu như:

3.2.1. Tín dụng xuất khẩu

a) Nhà nước bảo lãnh tín dụng xuất khẩu

** Nhà nước bảo lãnh trước ngân hàng cho nhà xuất khẩu*

Hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu thuộc các nước đang phát triển khi thực hiện các thương vụ đều phải vay vốn các ngân hàng thương mại. Nhưng muốn ngân hàng cấp tín dụng cần phải thế chấp hoặc cần có sự bảo lãnh nào đó. Trong trường hợp này nhà nước đứng ra bảo lãnh cho doanh nghiệp vay, nếu có rủi ro gì đối với khoản tín dụng đó nhà nước sẽ chịu.

** Nhà nước bảo lãnh trước khoản tín dụng mà nhà xuất khẩu thực hiện cấp cho nhà nhập khẩu*

Để chiếm lĩnh thị trường nước ngoài, nhiều doanh nghiệp thực hiện việc bán chịu hoặc trả chậm, với lãi suất ưu đãi đối với người mua hàng nước ngoài. Việc bán hàng như vậy thường có những rủi ro (do nguyên nhân kinh tế hoặc chính trị) dẫn đến sự mất vốn. Trong trường hợp đó, để khuyến khích các doanh nghiệp mạnh dạn xuất khẩu hàng bằng cách bán chịu, Nhà nước đứng ra bảo lãnh, đền bù nếu bị mất vốn. Tỷ lệ đền bù có thể lên đến 100% vốn bị mất, nhưng thường tỷ lệ đền bù có thể lớn đến 60 - 70% khoản tín dụng để các nhà xuất khẩu phải quan tâm đến việc kiểm tra khả năng thanh toán của các nhà nhập khẩu và quan tâm đến việc thu tiền bán hàng sau khi hết thời hạn tín dụng.

Hiện nay ở Việt Nam, Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu thực hiện nhiệm vụ bảo lãnh tín dụng xuất khẩu cho các doanh nghiệp.

Nhà nước đứng ra bảo lãnh tín dụng xuất khẩu, ngoài việc thúc đẩy xuất khẩu, còn nâng được giá bán hàng vì giá bán chịu bao gồm cả giá bán trả tiền ngay và phí tổn đảm bảo lợi tức. Đây là một hình thức khá phổ biến trong chính sách ngoại thương của nhiều nước để mở rộng xuất khẩu, chiếm lĩnh thị trường.

b) Bảo hiểm tín dụng

Mặc dù có đủ điều kiện được các ngân hàng cho vay, nhưng nhiều doanh nghiệp còn lo lắng khi xuất khẩu sang một số thị trường có nhiều biến động, dễ gặp rủi ro. Nhà nước sẽ khuyến khích thông qua nghiệp vụ bảo hiểm tín dụng. Nếu có rủi ro gì trong quá trình đi vay hay bán chịu, sẽ được các cơ quan bảo hiểm đền bù theo mức phí bảo hiểm mà doanh nghiệp mua.

Những hình thức này có tác dụng tốt cho xuất khẩu nhưng dễ vi phạm quy định của WTO, vì đây chính là những hành vi can thiệp tài chính của các nhà nước. Mặc dù vậy, nhiều nước đã áp dụng kể cả những nước trong nhóm G7. Việt Nam trong những năm qua có thực hiện song rất hạn chế vì tiềm lực tài chính có hạn chủ yếu sử dụng trong những trường hợp xuất khẩu sang các thị trường mang ý nghĩa đối ngoại như xuất khẩu cho Lào, Nam Tư...

c) Nhà nước cấp tín dụng xuất khẩu

** Nhà nước cấp tín dụng cho nước ngoài*

Nhà nước trực tiếp cho nước ngoài vay tiền với lãi suất ưu đãi để sử dụng số tiền đó mua hàng của nước cho vay. Nguồn vốn cho vay thường lấy từ ngân sách nhà nước. Việc cho vay này thường kèm theo các điều kiện kinh tế và chính trị có lợi cho nước cho vay.

Hình thức này có tác dụng:

- Giúp cho doanh nghiệp đẩy mạnh được xuất khẩu vì có sẵn thị trường.

- Các nước cho vay thường là những nước có tiềm lực kinh tế. Hình thức Nhà nước cấp tín dụng cho nước ngoài trên khía cạnh nào đó giúp các nước này giải quyết tình trạng dư thừa hàng hóa ở trong nước.

Nhiều nước đã áp dụng hình thức này như Chính phủ Nhật Bản cấp ODA cho Việt Nam trong đó có điều kiện cấp cho một số doanh

nghiệp để nhập khẩu hàng hóa từ Nhật Bản. Với Việt Nam trong điều kiện hiện nay chưa có vốn để cho nước ngoài vay với khối lượng lớn. Tuy nhiên, khi có điều kiện, Chính phủ không nên bỏ qua hình thức cấp tín dụng gắn với việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của ta. Một vấn đề cần lưu ý ở đây là: Nếu tiếp nhận vay của nước ngoài mà phải mua hàng của họ thì cần phải cân nhắc đến việc bảo hộ sản xuất nội địa, không vì mua hàng bằng nguồn vốn đi vay dẫn tới làm ảnh hưởng tới sản xuất trong nước và những ràng buộc chính trị bất lợi.

*** Nhà nước cấp tín dụng cho doanh nghiệp xuất khẩu trong nước**

Vốn bỏ ra cho việc sản xuất và thực hiện các hợp đồng xuất khẩu thường là rất lớn. Người xuất khẩu cần có được một số vốn cả trước khi giao hàng và sau khi giao hàng để thực hiện một số hợp đồng xuất khẩu. Nhiều khi người xuất khẩu cũng cần có thêm vốn để kéo dài các khoản tín dụng ngắn hạn mà họ dành cho người mua nước ngoài. Đặc biệt, khi bán hàng theo phương thức bán chịu, thu tiền hàng xuất khẩu sau thì việc cấp tín dụng xuất khẩu trước khi giao hàng hết sức quan trọng.

Nhiều chương trình phát triển xuất khẩu không thể thiếu được việc cấp tín dụng của Chính phủ theo những điều kiện ưu đãi. Điều đó càng giảm được các chi phí xuất khẩu. Các ngân hàng thường hỗ trợ cho các chương trình xuất khẩu bằng cách cung cấp tín dụng ngắn hạn trong giai đoạn trước và sau khi giao hàng.

+ Tín dụng trước khi giao hàng

Loại tín dụng ngân hàng này cần cho người xuất khẩu để đảm bảo cho các khoản chi phí:

- Mua nguyên vật liệu
- Sản xuất hàng xuất khẩu
- Sản xuất bao bì cho xuất khẩu
- Chi phí vận chuyển hàng ra đến cảng, sân bay... để xuất khẩu
- Trả tiền cước phí vận tải, bảo hiểm, thuế v.v...

Lãi suất tín dụng xuất khẩu là một yếu tố ảnh hưởng lớn đến sức cạnh tranh của người xuất khẩu. Vì vậy, nhiều nước đã cấp tín dụng theo lãi suất ưu đãi, thấp hơn lãi suất thương mại để người xuất khẩu có thể bán được giá thấp có sức cạnh tranh ở thị trường nước ngoài. Lãi suất càng thấp thì chi phí xuất khẩu càng giảm và khả năng cạnh tranh của người xuất khẩu càng mạnh.

+ Tín dụng xuất khẩu sau khi giao hàng

Đây là loại tín dụng do ngân hàng cấp dưới hình thức mua (chiết khấu) hối phiếu xuất khẩu hoặc bằng cách tạm ứng theo các chứng từ hàng hóa. Loại hối phiếu này cùng với các điều kiện thanh toán do người xuất khẩu và nhập khẩu thoả thuận là những cơ sở quan trọng để ngân hàng cấp tín dụng sau khi giao hàng. Tín dụng sau khi giao hàng thường được vay để trả các khoản tín dụng trước khi giao hàng. Nó còn được vay cho các khoản tiền thuế sẽ được hoàn lại trong tương lai cho người xuất khẩu.

Tín dụng xuất khẩu trước và sau khi giao hàng theo mức lãi suất ưu đãi không đơn giản chỉ là giúp người xuất khẩu thực hiện được chương trình xuất khẩu của mình, mà còn giúp họ giảm chi phí về vốn cho hàng xuất khẩu cũng như giảm giá thành xuất khẩu. Ngoài ra, tín dụng xuất khẩu còn làm cho người xuất khẩu có khả năng bán được hàng của mình theo điều kiện dài hạn, hàng hóa có sức cạnh tranh hơn trước đối thủ của mình.

Vấn đề đặt ra là làm sao để đảm bảo mọi lô hàng xuất khẩu đều có thể được cấp tín dụng cả trước và sau khi giao hàng. Người xuất khẩu cần phải có được các loại đảm bảo về tài chính của phía ngân hàng bằng các loại trái phiếu, hoặc sự bảo lãnh của ngân hàng... có nghĩa là cần có sự bảo lãnh đối với hầu hết các dịch vụ xuất khẩu một cách gián tiếp. Điều đó cũng còn phụ thuộc vào khả năng và uy tín của người xuất khẩu.

3.2.2. Trợ cấp xuất khẩu

Khái niệm:

Trong phần này giáo trình chỉ đề cập đến những lý luận về trợ cấp trên khía cạnh nhằm đẩy mạnh xuất khẩu. Còn các quy định cụ thể về trợ cấp của WTO đã được phản ánh trong chương chính sách nhập khẩu.

Theo quan điểm của WTO (quy định trong Hiệp định SCM) thì trợ cấp là việc Chính phủ dành cho doanh nghiệp những lợi ích mà trong điều kiện thông thường doanh nghiệp không thể có.

Như vậy, trợ cấp xuất khẩu chính là những ưu đãi mà Chính phủ một nước dành cho các doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu.

Trợ cấp xuất khẩu bao gồm phạm vi rất rộng như: Chính phủ trực tiếp cấp vốn, cho vay, góp cổ phần, đảm bảo tín dụng; Chính phủ bỏ qua hay không thu các khoản thu mà doanh nghiệp phải nộp; Chính phủ cung cấp hàng hóa hay dịch vụ nói chung hoặc mua hàng vào; Chính phủ đóng góp tiền vào một cơ chế tài trợ, hay giao hoặc lệnh cho một cơ quan tư nhân thực thi một hay nhiều công việc trên đây; hỗ trợ thu nhập hoặc trợ giá khi xuất khẩu...

Mục đích của trợ cấp xuất khẩu là giúp người xuất khẩu tăng thu nhập nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa, do đó đẩy mạnh được xuất khẩu.

Hình thức trợ cấp xuất khẩu:

- *Trợ cấp trực tiếp* là việc nhà nước trực tiếp dành cho doanh nghiệp những thuận lợi khi xuất khẩu hàng hóa như: Trực tiếp cấp tiền (cấp vốn, cho vay ưu đãi hoặc góp cổ phần) hoặc Chính phủ bảo lãnh các khoản vay. Chính phủ miễn những khoản thu lẽ ra phải đóng (thuế, phí), áp dụng thuế suất ưu đãi đối với hàng xuất khẩu... Cho các nhà xuất khẩu được hưởng các giá ưu đãi cho các đầu vào sản xuất hàng xuất khẩu như điện, nước, vận tải, thông tin liên lạc, trợ giá xuất khẩu. Từ đó trực tiếp làm giảm giá thành tăng khả năng cạnh tranh xuất khẩu.

- *Trợ cấp gián tiếp* là Nhà nước gián tiếp hỗ trợ cho các doanh nghiệp gia tăng xuất khẩu như: giới thiệu, triển lãm, quảng cáo,

đào tạo, tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuất khẩu. Hoặc Nhà nước giúp đỡ kỹ thuật và đào tạo chuyên gia.

Khi người xuất khẩu nhận được một khoản trợ cấp dù là gián tiếp hay trực tiếp cho sản phẩm xuất khẩu, họ không phải hoàn trả lại cho Nhà nước. Đây là sự khác nhau cơ bản của trợ cấp xuất khẩu với trợ cấp tín dụng xuất khẩu.

+ Tác dụng của trợ cấp

Trong hoàn cảnh thị trường không hoàn hảo, Chính phủ các nước đều muốn sản phẩm của các doanh nghiệp nước mình đủ sức cạnh tranh và giành được thị trường tiêu thụ ở nước ngoài. Vì vậy, đối với nhiều quốc gia, trợ cấp xuất khẩu được sử dụng như là một công cụ để đẩy mạnh xuất khẩu. Ngoài ra, trợ cấp xuất khẩu còn có tác dụng nhiều mặt như:

- Trợ cấp xuất khẩu góp phần phát triển công nghiệp nội địa và thúc đẩy xuất khẩu.

- Trợ cấp xuất khẩu góp phần điều chỉnh cơ cấu ngành, cơ cấu vùng kinh tế. Trợ cấp xuất khẩu kích thích lan truyền hiệu ứng tích cực và khắc phục hiệu ứng tiêu cực.

- Trợ cấp xuất khẩu còn được sử dụng như một công cụ để “mặc cả” trong đàm phán quốc tế.

Do trợ cấp xuất khẩu có tính hợp lý về mặt kinh tế nên Điều 26 khoản 1 của GATT và Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng của WTO cho phép các nước thành viên duy trì các hình thức trợ cấp không gây bóp méo thương mại hoặc gây tổn hại tới lợi ích của các nước thành viên khác. Tại Điều 27 của Hiệp định trên thừa nhận: *“Trợ cấp là một công cụ phát triển hợp pháp và quan trọng của các nước đang phát triển”* và quy định dành đãi ngộ đặc biệt, và khác biệt liên quan đến trợ cấp cho các nước thành viên đang phát triển.

+ Mặt trái của trợ cấp

Tuy nhiên, trợ cấp xuất khẩu có thể mang lại những hậu quả kinh tế, chính trị không như mong muốn:

- Trợ cấp bóp méo sự tín hiệu thị trường trong môi trường thương mại tự do.

- Chi phí cơ hội của trợ cấp rất lớn và xét về dài hạn, trợ cấp có thể cản trở sự phát triển của chính ngành được trợ cấp, do tạo nên sự độc quyền, ỷ lại do có được sự ưu đãi của Nhà nước.

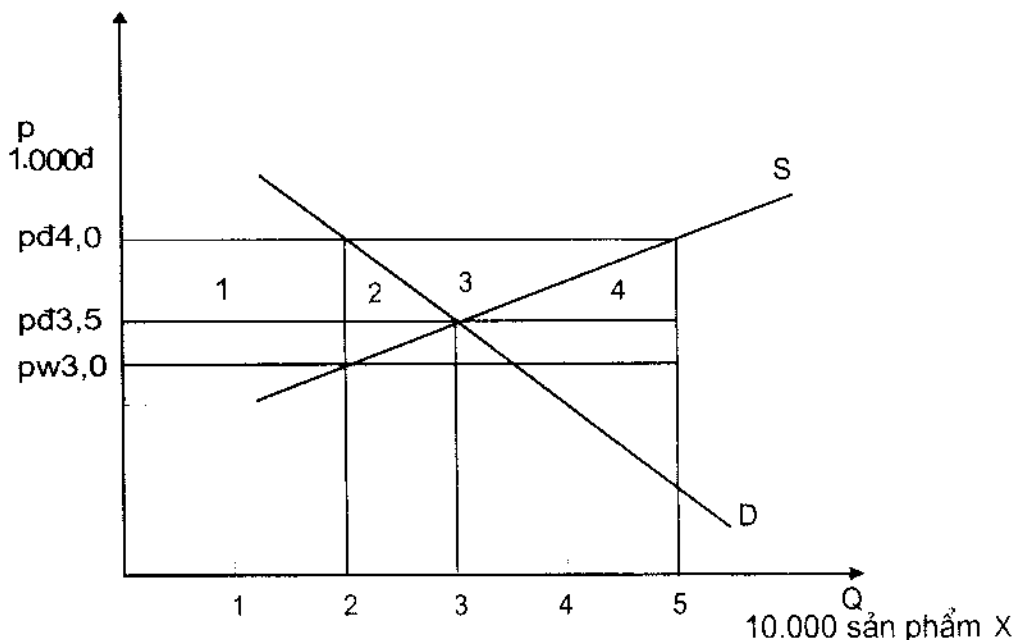
- Trợ cấp không hiệu quả về mặt tài chính ngân sách.

- Xác suất chọn sai đối tượng trợ cấp khá cao.

- Trợ cấp có thể dẫn đến hàng động trả đũa.

Chúng ta có thể thấy rõ hơn phí tổn và lợi ích của trợ cấp qua biểu đồ sau:

Hình 10.1. Phân tích lợi ích và chi phí của trợ cấp xuất khẩu



Giả sử khi không có thương mại, cân bằng cung cầu của sản phẩm X tại điểm có giá là 3.500đ và lượng cầu là 30.000 sản phẩm. Khi có trợ cấp xuất khẩu là 500đ cho một đơn vị sản phẩm để nhà xuất khẩu bán bằng giá quốc tế (tức là trong điều kiện có mậu dịch tự do). Khi giá tăng lên 4.000đ/sản phẩm nhà sản xuất sẽ sản xuất 50.000 sản

phẩm, thay vì chỉ sản xuất 30.000 sản phẩm như trước có trợ cấp, trong đó tiêu thụ là 20.000 sản phẩm và xuất khẩu 30.000 sản phẩm.

Giá lên do có trợ cấp làm cho nhà sản xuất tăng thêm sản xuất để xuất khẩu kiếm lời và làm giảm tiêu thụ trong nước có hại cho người tiêu dùng.

Trong trường hợp ví dụ của chúng ta, chi phí và lợi ích của trợ cấp được thể hiện như sau:

- Nhà sản xuất được lợi nhuận diện tích hình (1+2+3), tương đương 20 triệu đồng.
- Người tiêu dùng trong nước bị thiệt là diện tích hình (1+2), tương đương 12,5 triệu đồng.
- Chi phí bảo hộ là diện tích hình (2+4) tương đương 7,5 triệu đồng.
- Trợ cấp xuất khẩu của Chính phủ là diện tích hình (2+3+4) tương đương 15 triệu đồng.

Như vậy, lợi ích của nhà sản xuất (trong trường hợp ví dụ của chúng ta là 20 triệu đồng) nhỏ hơn thiệt hại của người tiêu dùng cộng với trợ cấp của Chính phủ (27,5 triệu đồng). Vì vậy, trợ cấp xuất khẩu cần có điều kiện và có thời hạn. Mức trợ cấp để khuyến khích xuất khẩu cũng gắn với chi phí và lợi ích của nó.

Mức độ trợ cấp phụ thuộc vào:

- Chính sách của Nhà nước đối với từng mặt hàng.
- Mức độ cạnh tranh trên thị trường

Ở Việt Nam ngày 27/9/1999 (Quyết định 195/1999/QĐ-TTg) Chính phủ đã thành lập Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu. Quỹ được lập ra để khuyến khích và hỗ trợ xuất khẩu dưới hình thức: bù lãi suất dự trữ hàng hóa xuất khẩu, cấp bù lỗ khi cần thiết, thưởng tìm kiếm thị trường và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu đã đi vào hoạt động, góp phần hỗ trợ cho các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu.

Việc xét thưởng 2 lần trong năm đã kích thích các doanh nghiệp tìm kiếm mở rộng thị trường nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Số tiền thưởng tuy không nhiều nhưng lợi ích mà các doanh nghiệp thu được không nhỏ. Đó là hình thức quảng bá cho doanh nghiệp, cho sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường.

Xu hướng chung hiện nay trợ cấp xuất khẩu vẫn còn được sử dụng rộng rãi, nhất là trợ cấp cho những sản phẩm nông nghiệp. Trợ cấp xuất khẩu trực tiếp có xu hướng bị thu hẹp do sự đấu tranh giữa Chính phủ có quan hệ buôn bán với nhau. Ngược lại, trợ cấp gián tiếp ngày càng tăng lên và thường được che giấu.

+ Quan điểm của WTO

Do trình độ của các nước thành viên khác nhau, do áp lực cả về kinh tế lẫn chính trị của các tập đoàn sản xuất, kinh doanh trong nước do vậy hầu hết các nước đều trợ cấp cho xuất khẩu kể cả nước giàu lẫn nước nghèo.

WTO không khuyến khích nhưng cũng không hoàn toàn cấm Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng (SCM), đưa ra 3 loại trợ cấp Hộp màu đỏ - Hộp màu vàng - Hộp màu xanh hoặc Hiệp định nông sản (AoA) đưa ra Hộp màu Hổ phách - Hộp Xanh da trời - Hộp Xanh lá cây tương ứng với 3 mức độ Cấm - Được phép trợ cấp nhưng có thể bị khiếu kiện - Được phép trợ cấp.

3.2.3. Chính sách tỷ giá hối đoái

Khái niệm tỷ giá: Tỷ giá hối đoái là giá cả tại đó ngoại hối được mua và bán.

Ví dụ: Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (VCB) công bố tỷ giá chính thức của đồng Việt Nam với một số ngoại tệ áp dụng cho ngày 2/3/2006 như sau:

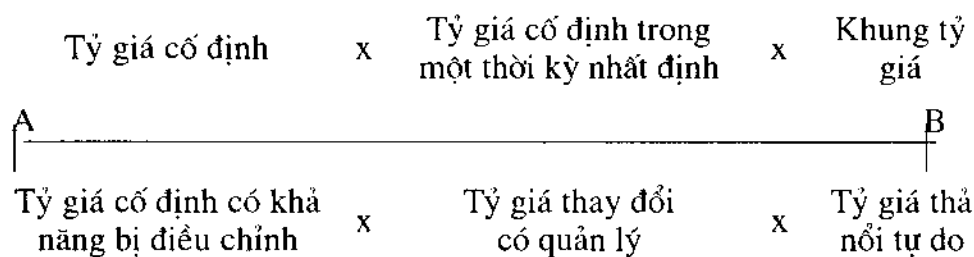
	Mua vào (đồng)	Bán ra (đồng)
AUD	11.682,64	11.871,28
CAD	13.782,79	14.103,85
CHF	11.984,26	12.238,90
EUR	18.838,92	19.123,73
GBP	27.536,13	28.227,32
USD	15.890,00	15.914,00

Phân tích các vấn đề liên quan đến chính sách xuất khẩu không thể tách rời việc xem xét chế độ tỷ giá mà nước đó áp dụng. Chế độ tỷ giá trong chính sách tiền tệ mà các quốc gia sử dụng hình thành và phát triển từ hệ thống tỷ giá cố định đến hệ thống tỷ giá thả nổi.

Trong *hệ thống tỷ giá cố định*, nước đó cố gắng duy trì giá trị tiền tệ của mình ở mức độ ít cơ động so với đồng tiền của nước khác (USD chẳng hạn). Giá trị đồng tiền của nước đó không đổi so với USD. Điều đó, được thực hiện nhờ sự can thiệp của cơ quan quản lý tiền tệ của Nhà nước vào thị trường tiền tệ và đòi hỏi phải có một lượng dự trữ ngoại tệ đáng kể.

Ví dụ, vào tháng 2/2006, đồng tiền Việt Nam được ấn định mức tỷ giá là 15.800 đồng/1 USD. Và tỷ giá thị trường có thể sẽ biến đổi hàng ngày để phản ánh sự thay đổi về cung và cầu trong hoạt động xuất nhập khẩu ở Việt Nam, trong sự vận động của đồng vốn, nên Chính phủ phải chuẩn bị sử dụng dự trữ ngoại tệ quốc gia để mua hoặc bán USD với tỷ giá 15.800 đồng/1 USD nhằm duy trì sự ổn định của tỷ giá.

Dưới *chế độ tỷ giá thả nổi*, các cơ quan quản lý ngoại tệ của Nhà nước để mặc cho thị trường quyết định tỷ giá đồng tiền trong nước so với đồng tiền nước khác. Giữa hai cực của quá trình phát triển của chế độ tỷ giá (cố định và thả nổi), còn tồn tại một số khả năng lựa chọn dung hoà (sơ đồ).



Gần nhất với hệ thống tỷ giá thả nổi là *hệ thống khung tỷ giá*, trong đó tỷ giá được phép dao động trong một khung đã xác định trước, giả định từ + 800 đồng đến - 1.000 đồng/1 USD. Nhưng khi các điều kiện đã thay đổi có khả năng đẩy tỷ giá ra khỏi khung đó, thì các cơ quan quản lý ngoại tệ Nhà nước can thiệp vào bằng cách mua vào hoặc bán ra đồng tiền nội tệ để giữ tỷ giá nằm trong khung đã định.

Tiếp theo là *hệ thống tỷ giá thả nổi có quản lý*. Ở đây, không có một mức tỷ lệ cụ thể được Nhà nước cam kết giữ ổn định. Tuy vậy, Nhà nước luôn can thiệp một cách có cân nhắc.

Hai hệ thống tỷ giá khác có liên quan chặt chẽ với nhau đều chứa đựng sự pha trộn giữa chế độ cố định và thả nổi.

Hệ thống tỷ giá giữ ở mức cố định trong một thời gian nhất định bao gồm giữ ổn định tỷ giá đồng tiền trong nước so với một số đồng tiền của nước khác, và những thay đổi về tỷ giá được thực hiện từ từ, từng bước theo thời gian nhằm điều chỉnh sự chênh lệch nếu có giữa tỷ lệ lạm phát ở trong nước và tỷ lệ lạm phát chung trên thế giới.

Gần với chế độ tỷ giá cố định là *hệ thống tỷ giá cố định có khả năng bị điều chỉnh*. Ở đây Chính phủ cam kết giữ ổn định ở mức tỷ giá đồng tiền trong nước so với đồng tiền nước ngoài, nhưng vẫn giữ quyền thay đổi tỷ giá khi hoàn cảnh bên ngoài đòi hỏi phải làm như vậy.

Tỷ giá hối đoái và chính sách tỷ giá hối đoái là nhân tố quan trọng thực hiện chiến lược hướng ngoại, đẩy mạnh xuất khẩu.

Cần lưu ý rằng tỷ giá hối đoái chính thức (HĐCT) không phải là một yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các nhà sản xuất trong nước về các mặt hàng có khả năng thương mại, đối với hàng nhập khẩu và trên các thị trường xuất khẩu. Vấn đề đối với nhà xuất khẩu và những người cạnh tranh với hàng nhập khẩu là có được hay không một tỷ giá chính thức, được điều chỉnh theo lạm phát trong nước và lạm phát xảy ra tại các nền kinh tế của các bạn hàng của họ.

Một tỷ giá hối đoái chính thức được điều chỉnh theo các quá trình lạm phát có liên quan gọi là tỷ giá hối đoái thực tế (HĐTT). Tỷ giá này cho phép các nhà xuất khẩu cạnh tranh một cách thành công.

Có thể dùng công thức đơn giản sau đây để tính tỷ giá hối đoái thực tế:

$$\text{Tỷ giá HĐTT} = \frac{\text{Tỷ giá HĐCT} \times \text{Chỉ số giá cả trong nước}}{\text{Chỉ số giá cả nước ngoài}}$$

Một nước có thể có nhiều bạn hàng buôn bán. Cho nên đưa chỉ số giá cả nước ngoài vào tính toán tỷ giá HĐTT cần cân nhắc kỹ. Để có được hình ảnh hoàn chỉnh hơn về vị trí cạnh tranh của đất nước, có thể cần phải tính toán các tỷ giá hối đoái song phương đối với từng bạn hàng thương mại quan trọng nhất.

Nếu tỷ giá HĐCT là cố định và chỉ số giá cả trong nước tăng lên nhiều hơn so với chỉ số giá cả nước ngoài, thì tỷ giá HĐCT tăng lên hoặc lên giá. Khi đó đất nước được coi là có tỷ giá HĐCT được định giá cao.

Ví dụ: Năm 1991 tỷ giá hối đoái chính là 1USD = 9.274 VNĐ. Chỉ số giá cả quốc tế biến động không đáng kể, còn chỉ số giá trong nước tăng 67,5%. Vậy tỷ giá hối đoái thực tế phải là: 1USD đổi được 15.534 VNĐ, chứ không phải chỉ có 9.274 VNĐ. Thực tế là đồng tiền của ta đã mất giá do lạm phát, nhưng tỷ giá hối đoái chính thức lại

không được điều chỉnh theo quá trình lạm phát. Do vậy, tỷ giá HĐCT quá cao.

Khi tỷ giá hối đoái thay đổi sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất nhập khẩu.

Ảnh hưởng của tỷ giá HĐTT tăng, trong trường hợp này có thể hiểu thực tế đồng tiền Việt Nam mất giá so với ngoại tệ sẽ có nhiều ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu, đầu tư và du lịch. Tỷ giá HĐTT tăng có hai nguyên nhân xảy ra:

* Trường hợp thứ nhất: Khi chỉ số giá trong nước tăng nhưng chỉ số giá cả ngoài nước và tỷ giá HĐCT không thay đổi. Khi đó:

+ Nhập khẩu sẽ tăng do hàng nhập khẩu trở nên rẻ hơn so với sản phẩm nội địa vốn phải chịu chi phí tăng do lạm phát.

+ Xuất khẩu giảm do các nhà xuất khẩu phải chịu chi phí cao hơn do lạm phát trong nước. Hàng xuất khẩu của họ trở nên kém sinh lợi do ngoại tệ thu được phải bán lại cho các ngân hàng với tỷ giá HĐCT, không được tăng lên để bù lại chi phí sản xuất cao hơn.

Riêng đối với các nhà xuất khẩu các sản phẩm chế tạo có thể tăng giá cả xuất khẩu của họ để bù đắp lại chi phí nội địa cao hơn, nhưng khả năng chiếm lĩnh thị trường sẽ giảm. Họ cũng có thể giữ nguyên mức giá tính theo ngoại hối nhưng lợi nhuận sẽ thấp, khả năng cạnh tranh của hàng hóa sẽ thấp.

+ Thu hút vốn đầu tư nước ngoài giảm do chi phí của hàng hóa trong nước tăng, trong khi đó tỷ giá HĐCT vẫn giữ nguyên không được điều chỉnh. Ngược lại đầu tư ra nước ngoài lại tăng.

+ Tương tự như vậy dòng du lịch từ nước ngoài vào trong nước cũng giảm. Nhưng du lịch ra nước ngoài lại tăng.

* Trường hợp thứ hai: Chỉ số giá cả trong và ngoài nước không thay đổi, nhưng tỷ giá HĐCT tăng (Chính phủ một quốc gia giảm giá đồng nội tệ so với ngoại tệ). Trong trường hợp này tác dụng sẽ ngược

lại: Nhập khẩu giảm, xuất khẩu, thu hút đầu tư, du lịch vào trong nước đều tăng.

Cách xử lý đối với tỷ giá HĐTT quá cao.

+ Tăng cường kiểm soát nhập khẩu.

Điều mà nhiều nước đã làm trong trường hợp tỷ giá HĐTT thay đổi là kiểm soát nhập khẩu và kiểm soát ngoại hối để hạn chế nhập khẩu. Đáng tiếc là biện pháp này không đem lại lợi ích gì cho xuất khẩu. Do vậy, có xu hướng là bất nền kinh tế phải nhập khẩu ít đi khi nguồn thu xuất khẩu giảm, thậm chí còn đẩy giá cả lên cao do mức cung sản phẩm cho nền kinh tế giảm sút. Sự thiếu ngoại hối không chỉ làm giảm nhập khẩu, mà còn làm giảm mức sản xuất (vì còn thiếu các đầu vào nhập khẩu).

Việc kiểm soát nhập khẩu, do thiếu ngoại tệ, có thể dẫn đến việc bảo hộ một nền sản xuất kém hiệu quả. Điều này thường xảy ra trong các nền kinh tế nhỏ, không có đủ nhiều các nhà sản xuất về một loại sản phẩm nào đó để có thể tạo ra sự cạnh tranh nội bộ. Khi không có sự cạnh tranh từ phía hàng nhập khẩu, các nhà sản xuất sẽ hành động như các nhà độc quyền: họ tăng giá cả và trở thành những nhà sản xuất kém hiệu quả với chi phí cao.

Việc kiểm soát nhập khẩu trong trường hợp này cũng thường dẫn đến nạn tham nhũng - hối lộ và các chợ đen. Nếu ngoại hối khan hiếm sẽ có nhu cầu trộm lên về nó theo giá cả chính thức. Người muốn mua ngoại hối sẽ tăng cường mua chuộc các quan chức phụ trách kiểm soát nhằm có được sự phân phối. Nếu họ không có khả năng nhận được khoản ngoại hối này theo kênh chính thức, thì họ sẽ trả tiền nhiều hơn để mua nó trên chợ đen. Tình hình tương tự cũng xảy ra đối với các giấy phép nhập khẩu.

Không thể ngăn ngừa những vấn đề này nếu thiếu những tác nhân kích thích đủ lớn, ngay cả khi các Chính phủ biết quản lý tốt.

Thậm chí còn khó ngăn ngừa chúng nếu tình trạng tham nhũng không được khắc phục.

Vậy Chính phủ có thể làm gì để tránh điều này? Ta hãy trở lại công thức tính tỷ giá HĐTT.

Một đất nước không thể làm gì được với lạm phát ở nước ngoài. Do vậy chỉ có những cách sau để duy trì tỷ giá hối đoái sao cho các nhà sản xuất trong nước có lãi khi bán sản phẩm của mình ra thị trường thế giới, do đó đẩy mạnh được xuất khẩu:

- Duy trì tỷ giá hối đoái chính thức được thị trường chấp nhận.
- Giảm tỷ lệ lạm phát trong nước xuống đủ nhiều và thời gian đủ dài để phục hồi tỷ giá chính thức sát với tỷ giá thực tế trên thị trường.
- Một khi lạm phát trong nước thường xuyên xảy ra, thì cần phá giá đồng nội tệ so với ngoại tệ để khôi phục lợi nhuận cho nhà xuất khẩu.

Tác động của việc điều chỉnh tỷ giá hối đoái chính thức

+ Phá giá tỷ giá hối đoái chính thức.

Định nghĩa một cách đơn giản, đồng tiền của một quốc gia bị phá giá hay chính xác hơn bị giảm giá, khi tỷ giá chính thức mà Ngân hàng Trung ương của nước đó sẵn sàng đổi nội tệ lấy ngoại tệ (ví dụ: USD) được tăng lên. Ví dụ, việc phá giá đồng Bạc Thái Lan từ 25 Bạc xuống 45 Bạc đổi được 1 USD việc giảm giá VNĐ từ 11.000 đồng trở xuống 15.000 đồng đổi được 1 USD.

Việc phá giá tỷ giá HĐCT làm giảm tỷ giá HĐTT ngay lập tức, nhưng làm tăng giá hàng nhập khẩu tính bằng nội tệ. Sự tăng giá này phụ thuộc vào mức độ phá giá. Kết quả của sự tăng giá này làm chi phí sản xuất tăng và có xu hướng đẩy giá lên cao hơn nữa. Tuy trước mắt phá giá tỷ giá hối đoái có thể khuyến khích được xuất khẩu, giảm nhập khẩu tăng cường thu hút vốn đầu tư và khách du lịch nước ngoài.

Nhưng trong thực tế một vòng luẩn quẩn giữa phá giá hối đoái - đồng lương trong nước giảm - uy tín quốc gia giảm - cán cân thanh toán mất cân đối - gánh nặng nợ nần tăng và những biện pháp đối kháng có thể diễn ra theo chiều hướng bất lợi.

Ví dụ: Giả sử năm 2004 Tỷ giá HĐCT được Nhà nước công bố: 10.000VNĐ/ 1USD

Nhà xuất khẩu huy động được 100.000 chiếc làn mây xuất khẩu với chi phí là 8.000 triệuVNĐ thu xuất khẩu được 100.000USD tương ứng bằng 1tỷ VND (1.000 triệu VNĐ) như vậy lợi nhuận sẽ là 200 triệu VNĐ.

Năm 2005 khi chỉ số giá cả trong nước và ngoài nước không thay đổi, nhưng nhà nước thực hiện phá giá hối đoái thành 14.000VNĐ/1USD để đẩy mạnh xuất khẩu. Lúc này thu xuất khẩu vẫn là 100.000 USD nhưng đổi qua ngân hàng được 1,4 tỷ VND và lãi xuất khẩu sẽ là 600 triệu đồng. Với lãi cao như vậy sẽ kích thích xuất khẩu tăng.

Nhưng để thực hiện được mục đích này cần ít nhất có 2 điều kiện cơ bản:

- Mất giá đối ngoại phải lớn hơn mất giá đối nội (Lạm phát phải nhỏ hơn phá giá hối đoái) ví dụ sau sẽ chứng minh:

Giả sử hiện nay: tỷ giá là 14.000đ/1 USD.

1. Nhà xuất khẩu bán được (USD)	100.000
2. Tương ứng với một số nội tệ (triệu đồng)	1.400
3. Chi phí cho xuất khẩu (triệu đồng)	1.000
4. Lợi nhuận của xuất khẩu (triệu đồng)	400

Một năm sau lạm phát tích tụ trong nước là 40% (so với nước bạn hàng), tỷ giá HĐCT không thay đổi. Khi đó:

1. Nhà xuất khẩu bán cũng loại hàng đó vẫn thu	100.000
2. Tương ứng với số nội tệ	1.400
3. Nhưng chi phí của nhà sản xuất cao hơn 40% (1.000x40%)	1.400
4. Nên xuất khẩu không có lãi nữa	0

Nhưng nếu đồng tiền được phá giá 50% tức 21.000 VND/1 USD.

1. Nhà sản xuất vẫn bán được	100.000
2. Tương ứng với số nội tệ	2.100
3. Chi phí xuất khẩu là	1.400
4. Lợi nhuận là	700

5. Trừ đi lạm phát 40% so với năm đầu lợi nhuận được khôi phục là 700 triệu VNĐ

- Các nước không dùng biện pháp đối kháng như: thuế, hạn ngạch, quản lý ngoại hối....

Khi một quốc gia cần giảm xuất khẩu để làm dịu tốc độ tăng kinh tế tránh phát triển quá nóng, nhà nước có thể nâng giá đồng tiền của mình so với ngoại tệ.

Về phân phối thu nhập, phá giá hối đoái sẽ có lợi cho một nhóm người đi kèm sự thiệt thòi của những nhóm khác. Nhìn chung những người lao động, các nhà sản xuất kinh doanh nhỏ, những người cung cấp dịch vụ... không tham gia vào khu vực xuất khẩu sẽ bị tổn thất về tài chính bởi lạm phát trong nước (thường xảy ra sau khi phá giá). Chỉ những nhà kinh doanh xuất khẩu lớn, cũng như những hoạt động gắn với xuất khẩu là có lợi. Như vậy, nếu trong một quốc gia mà ở đó các hoạt động xuất khẩu tập trung vào những tư nhân hay nước ngoài có thu nhập về xuất khẩu càng nhiều, thì khả năng phá giá có tác động xấu đến phân chia thu nhập càng lớn. Vì vậy, do nhiều lý do chính sách thương mại, đặc biệt là phá giá tiền tệ không thể tách rời các vấn đề kinh tế xã hội trong nước.

Cho nên phải cân nhắc kỹ sự mất - được để thực hiện phá giá chính thức thành công. Các chính sách hỗ trợ là cần thiết để ngăn ngừa không cho lạm phát triệt tiêu hết lợi ích của các nhà xuất khẩu và những người cạnh tranh với hàng xuất khẩu.

3.2.4. Thuế xuất khẩu và các ưu đãi về thuế

Thuế xuất khẩu rất ít được sử dụng một cách rộng rãi, đặc biệt là tại nước công nghiệp phát triển. Cơ cấu thuế xuất khẩu ở các nước đang phát triển rất khác nhau, đặc biệt là các nước châu Phi và các nước Đông Nam Á. Tại các nước này, thuế không chỉ đánh vào nguyên liệu thô như gỗ (Bờ Biển Ngà), thiếc (Malaysia), đay (Pakistan)... mà cả vào các sản phẩm lương thực gạo (Thái Lan), cà phê (Colombia), chè (Srilanka).. .

Ở Việt Nam, thuế xuất khẩu áp dụng với rất ít mặt hàng. Việc đánh thuế xuất khẩu ở ta không phải là nhằm tăng thu cho ngân sách mà nhằm vào mục tiêu khác như nâng cao mức độ chế biến nguyên liệu thô của các nhà xuất khẩu. Điều này được thể hiện bằng cách đánh thuế xuất khẩu cao vào các sản phẩm không chế biến, và thấp hơn hoặc không đánh thuế vào các sản phẩm đã chế biến (xem khung 2.10). Về nguyên tắc, hình thức đánh thuế như vậy có thể tăng thêm giá trị gia tăng đối với nguyên liệu xuất khẩu, từ đó tạo thêm công ăn việc làm và thu nhập cho nền kinh tế.

Bảng 10.4. Biểu thuế xuất khẩu

*Trích Quyết định 1802/1998/QĐ-BTC ngày 11-12-1998
của Bộ trưởng Bộ Tài Chính*

Mã số	Nhóm mặt hàng	Thuế suất%
08013010	- Hạt đào lộn hột (hạt điều) chưa chế biến	4
140100	- Song mây chưa chế biến	10
260200	- Quặng măng gan và quặng măng gan được làm giàu	10

260700	- Quặng thiếc và quặng thiếc được làm giàu	10
270900	- Dầu mỏ, dầu chế biến từ khoáng chất Bi-tum, dạng thô	0
270900	- Dầu thô	4
4400	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ	
	* Bằng gỗ rừng tự nhiên:	
	- Gỗ tròn	20
	- Gỗ xẻ	20
	- Khung cửa ra vào ...	15
	- Bao bì, thùng, hòm, hộp ...	10
	- Tranh gỗ, tượng gỗ	5
	- Loại có khảm, trạm trổ, sơn mài ...	0
720400	- Sắt phế liệu, phế thải	35
740000	- Đồng và các sản phẩm đồng	0
740400	- Đồng phế liệu và mảnh vụn	45
760000	- Nhôm và các sản phẩm từ nhôm	0
760200	- Nhôm phế liệu và mảnh vụn	45

Không phải ngẫu nhiên mà Chính phủ Việt Nam, cũng như Chính phủ các quốc gia khác đã giảm số thu thuế xuất khẩu, thậm chí giảm đến mức số giảm đó đôi khi còn lớn hơn cả giá trị gia tăng mà nền kinh tế nhận được, đặc biệt khi nguyên liệu chế biến được hoàn toàn miễn thuế và khi xuất khẩu chẳng những thuế suất thuế xuất khẩu bằng không (0%) mà người xuất khẩu còn được hoàn lại toàn bộ thuế giá trị gia tăng đã nộp trước đó.

Tuy nhiên, việc đánh thuế xuất khẩu không có nghĩa là thuế cũng "được xuất khẩu" ra ngoài cùng với nguyên liệu. Mặc dù vậy,

nhiều nước đang phát triển đã điều chỉnh thuế xuất khẩu với hy vọng có thể dễ dàng chuyển gánh nặng về mức thuế cao đánh vào tài nguyên xuất khẩu sang vai người tiêu thụ các tài nguyên này tại nước ngoài.

Những ý đồ trên được thực hiện ở mức độ nào?

Có thể nói, cố gắng xuất khẩu thuế sang người tiêu thụ nước ngoài là rất khó khăn, đặc biệt là các nước "nhỏ" trên thị trường thế giới.

Chẳng hạn quốc gia A, có sản lượng khai thác dầu thô là 16 triệu tấn trị giá trên 3.000 triệu/năm. Tất cả số dầu trên được xuất khẩu. Do gặp khó khăn về tài chính, Chính phủ quyết định tăng thuế xuất khẩu dầu thô từ 4% lên 10% tức là từ khoảng 7 USD lên 19 USD thuế xuất khẩu/1 tấn dầu thô với điều kiện là mức thuế này không làm giảm khối lượng xuất khẩu.

Theo tác giả Malcolm Gillis²⁰, có 5 yếu tố cơ bản cho thấy một "nước nhỏ" trên thị trường có thể mong đợi thành công trong việc cố gắng xuất khẩu thuế (đánh vào tài nguyên) sang các nước tiêu thụ các nguồn tài nguyên đó. Theo thứ tự tính chất quan trọng của chúng:

1. Sản phẩm xuất khẩu (ở đây là dầu thô) phải giữ tỷ trọng lớn trong thị trường xuất khẩu loại khoáng sản này;
2. Khả năng co giãn trong mức cung (dầu thô) của nước đó phải cao;
3. Khả năng co giãn về mức cung của các nước xuất khẩu (dầu thô) khác phải thấp;
4. Mức dao động chung về cung cho tất cả các cơ sở sản xuất trên thị trường (dầu thô) phải cao;
5. Mức dao động về giá cầu (dầu thô) trên thị trường thế giới thấp;

²⁰ Xem Malcolm Gillis ... "Kinh tế học của sự phát triển", sách đã dẫn, trang 529

Với những điều kiện trên, có thể tìm ra tỷ suất thuế sẽ được xuất khẩu ra nước ngoài trong số 12USD (19USD - 7USD) tiền thuế tăng đánh vào dầu thô, thông qua sử dụng phương trình sau:

$$Tc = \frac{Es}{Es + Ed} \times \frac{Aest}{Aest + (1 - A) \times e'sn}$$

Trong đó:

Tc: % thuế suất sẽ được xuất khẩu ra nước ngoài dưới dạng tăng giá bán do có tăng thuế.

A: Tỷ trọng (dầu thô) của nước xuất khẩu trên thị trường (dầu thô).

1- A: Tỷ trọng của các nước sản xuất (dầu thô) khác trên thị trường.

Ed: Mức dao động giá cầu về sản phẩm (dầu thô) trên thị trường (dầu thô), ở đây được coi là số dương.

Es: Mức dao động chung về cung (dầu thô) trên thị trường.

est: Mức dao động về cung sản phẩm (dầu thô) của nước xuất khẩu.

e'sn: Mức dao động về cung (dầu thô) của các nước sản xuất (dầu thô) khác.

Giả sử trong hướng tăng thuế xuất khẩu dầu thô của quốc gia A mà chúng ta nêu trên, có các số liệu sau về mức dao động về cung và các tỷ trọng như sau:

$$Es = 1,5$$

$$A = 25\%$$

$$Ed = 0,2$$

$$1-A = 75\%$$

$$Est = 1,0$$

$$e'sn = 2,0$$

(Những mức dao động này thường đặc trưng cho các khoáng sản như dầu thô, than đá, thiếc...).

Ta có:

$$T_c = \frac{1,5}{1,5 + 0,2} \times \frac{0,25 \times (1,0)}{0,25 \times (1,0) + 0,75 \times (2,0)} = 12,6\%$$

Như vậy, trong trường hợp này nước A chỉ chuyển được 12,6% số thuế sang những nước tiêu dùng sản phẩm (dầu thô) xuất khẩu của họ trong thời gian ngắn hạn. Phần thuế không chuyển được (87,4%) sẽ có ai đó phải chịu. Người đó có thể là:

1. Người chủ sở hữu mỏ.
2. Những cổ đông trong công ty khai thác mỏ.
3. Những công nhân trong ngành công nghiệp khai thác mỏ đó.

Trong trường hợp những đối tượng trên không phải là công nhân của nước chủ nhà, thì phần thuế không chuyển được sang những người tiêu dùng nước ngoài cũng sẽ làm giảm thu nhập của họ. Và đây cũng là một cách chuyển gánh nặng của thuế. Trong trường hợp khai thác tài nguyên nằm trong tay các cổ đông nước ngoài, thì phần lớn thuế “xuất khẩu” được là nhờ vào việc giảm bớt các khoản thu của các cổ đông nước ngoài hay các công ty nước ngoài. Ngược lại khai thác tài nguyên nằm trong tay các công ty trong nước và sử dụng lao động trong nước là chính để khai thác tài nguyên xuất khẩu thì gánh nặng về thuế lại chính là các đối tượng trong nước.

Từ những phân tích trên cho ta thấy việc đánh thuế cao hoặc là tăng thuế xuất khẩu cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng trước hết là lợi ích kinh tế của chính bản thân việc đánh thuế vào hàng xuất khẩu.

Ngoài chính sách về thuế đối với xuất khẩu, Việt Nam cũng như nhiều nước đang phát triển khác có chính sách ưu tiên về thuế đối với các đầu vào nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu.

Hầu hết các nguyên liệu và bán thành phẩm phục vụ cho xuất khẩu đều không đánh thuế nhập khẩu hoặc đánh thuế rất thấp. Đồng thời để khuyến khích xuất khẩu, Nhà nước quy định việc miễn giảm và

hoàn lại thuế cho các doanh nghiệp xuất khẩu sản xuất hàng xuất khẩu.

Theo Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu số 45/2005/QH11 và Nghị định số 149/2005/NĐ-CP ngày 8/12/2005 hướng dẫn thi hành Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu thì các hàng hóa sau đây được miễn, giảm và hoàn lại thuế:

- + Hàng xuất khẩu được miễn thuế:
 - Hàng xuất khẩu trả nợ nước ngoài của Chính phủ.
 - Hàng xuất khẩu, nhập khẩu được xét miễn thuế để khuyến khích xuất khẩu.
 - Hàng là vật tư, nguyên liệu nhập khẩu để gia công cho nước ngoài và xuất khẩu theo các hợp đồng gia công cho nước ngoài.
 - Hàng xuất khẩu của các xí nghiệp có vốn đầu tư của nước ngoài và của bên nước ngoài hợp tác kinh doanh.
- + Hàng được xét hoàn thuế:
 - Hàng đã kê khai và nộp thuế nhưng thực tế không xuất khẩu nữa, hoặc thực tế xuất khẩu ít hơn.
 - Hàng là vật tư, nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu được hoàn thuế tương ứng với tỷ lệ xuất khẩu thành phẩm.
 - Hàng nhập khẩu để tái xuất, tạm xuất tái nhập để dự Hội chợ triển lãm.

Theo Luật thuế Giá trị gia tăng (GTGT) hiện hành thì khi xuất khẩu, hàng hóa không phải nộp thuế GTGT (thuế suất 0%), bao gồm cả hàng hóa chịu thuế tiêu thụ đặc biệt xuất khẩu; phần mềm máy tính xuất khẩu, sửa chữa máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải cho nước ngoài và dịch vụ xuất khẩu lao động.

Các loại thuế gián thu khác cũng đều dành những ưu tiên nhất định cho xuất khẩu.

3.3. Các biện pháp về thể chế và xúc tiến xuất khẩu

3.3.1. Các biện pháp về thể chế

Các biện pháp về thể chế là các biện pháp mà qua đó Chính phủ tạo ra môi trường pháp lý thuận lợi cho xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ.

Chúng ta biết rằng muốn hoạt động có hiệu quả, nền kinh tế mở hướng tới khuyến khích xuất khẩu phải duy trì giá cả tương đối của các yếu tố sản xuất trong nước (vốn, đất đai, lao động) ở mức phản ánh được mức độ khan hiếm của chúng. Nguyên tắc cơ bản là xuất khẩu những mặt hàng nào sử dụng nhiều nhất loại nhân tố sẵn có trong nền kinh tế. Để đảm bảo cho các doanh nghiệp dù là Nhà nước hay tư nhân quyết định đầu tư hay sản xuất phù hợp với nguyên tắc đó thì giá cả tương đối họ trả cho lao động, vốn và đất đai không được quá chênh lệch với giá được hình thành bởi những lực lượng cạnh tranh trên thị trường, trên cơ sở cung và cầu của các nguồn tài nguyên đó.

Tuy nhiên, các Chính phủ quyết tâm đẩy mạnh xuất khẩu không nên phụ thuộc vào giá cả thị trường để thực hiện nhiệm vụ mang tính chiến lược đó. Biện pháp thành công là Chính phủ phải can thiệp, như khi thực hiện chính sách thay thế nhập khẩu. Nhưng Chính phủ can thiệp không phải bằng cách hạn chế xuất khẩu mà bằng cách giúp các nhà xuất khẩu non trẻ tìm kiếm thị trường và thúc đẩy các nhà sản xuất trong nước dễ dàng hướng ra thị trường thế giới. Đó là:

- Tạo ra môi trường pháp lý trong nước bằng việc thể chế hóa tất cả các chính sách, biện pháp khuyến khích hỗ trợ xuất khẩu.

- Đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương... trên cơ sở đó bảo vệ lợi ích cho người xuất khẩu tạo thuận lợi cho xuất khẩu.

- Gia nhập và ký kết các Hiệp ước quốc tế tạo điều kiện thúc đẩy tự do buôn bán.

- v.v...

3.3.2. Thực hiện xúc tiến xuất khẩu

Có nhiều cách quan niệm về xúc tiến xuất khẩu song nhìn chung đây là một bộ phận của xúc tiến thương mại. Theo quan điểm của Serngchau và Rosson năm 1990 thì xúc tiến xuất khẩu được hiểu là những công cụ của chính sách nhằm thúc đẩy trực tiếp hay gián tiếp đến các hoạt động xuất khẩu ở cấp độ doanh nghiệp, một ngành công nghiệp hay cấp độ quốc gia. Chung quy đó là các hoạt động được thiết kế để tăng xuất khẩu của một quốc gia hay một công ty. Các hoạt động này bao gồm:

(1) Việc tham gia vào các hội chợ thương mại, cử các phái đoàn thương mại ra nước ngoài, tiến hành quảng cáo...

(2) Thiết lập chiến lược phát triển nhấn mạnh đến mở rộng xuất khẩu thông qua các chính sách hỗ trợ xuất khẩu nhằm khai thác lợi thế so sánh của đất nước. Đặc biệt khi các chính sách trong nước khác tạo ra những lệch lạc bất lợi cho xuất khẩu.

Xúc tiến xuất khẩu có vai trò quan trọng trong việc cải thiện khả năng cạnh tranh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp, đảm bảo thực hiện mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu của đất nước.

Xúc tiến xuất khẩu thường được thể hiện và kết hợp chặt chẽ ở quy mô quốc gia và ở các doanh nghiệp.

* Ở cấp quốc gia hoạt động xúc tiến xuất khẩu thường bao gồm:

- Xây dựng chiến lược, định hướng xuất khẩu.
- Ban hành các biện pháp, chính sách hỗ trợ xuất khẩu.
- Lập các Viện nghiên cứu cung cấp thông tin cho các nhà xuất khẩu.
- Đào tạo cán bộ, chuyên gia giúp các nhà xuất khẩu.
- Lập các cơ quan Nhà nước ở nước ngoài để nghiên cứu tại chỗ tình hình thị trường hàng hóa, thương nhân và chính sách của Chính phủ nước sở tại.

- v.v...

* Ở cấp doanh nghiệp hoạt động xúc tiến xuất khẩu gồm:

- Tiến hành quảng cáo để bán hàng ra nước ngoài.
- Tham gia hội chợ, triển lãm ở nước ngoài.
- Cử các đoàn cán bộ ra nước ngoài nghiên cứu thị trường hàng hóa, thương nhân và chính sách nhập khẩu của nước mua hàng.
- Lập văn phòng đại diện ở nước ngoài hay ở các trung tâm thương mại quốc tế lớn.

IV. QUẢN LÝ VÀ THỦ TỤC XUẤT KHẨU

Nước nào cũng coi trọng việc xuất khẩu. Các Chính phủ đã có nhiều biện pháp chính sách thúc đẩy xuất khẩu.

Tuy nhiên, xuất khẩu là một công việc phức tạp, gặp không ít khó khăn trong các lĩnh vực như tài chính, giấy phép, kiểm soát ngoại tệ và các chính sách của Chính phủ. Ở một số nước, những thủ tục xuất khẩu và các loại chứng từ là những gánh nặng đối với các nhà xuất khẩu. Nó làm cho nhiều nhà xuất khẩu gặp khó khăn lớn trong khi đi vào kinh doanh xuất khẩu. Để xuất khẩu, người xuất khẩu phải hiểu biết các mảnh khoe cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Họ phải thông thạo về các thủ tục, giấy tờ, nghiệp vụ, chính sách của Chính phủ, các hợp đồng mua bán, các điều kiện mua bán, tập quán quốc tế, chính sách hải quan... Đây là công việc đòi hỏi sự hiểu biết sâu rộng các điều kiện và kỹ thuật kinh doanh trong phạm vi quốc gia và quốc tế.

Nghệ vụ kinh doanh xuất khẩu có đặc thù khác với buôn bán trong nước. Nên trước khi quyết định tham gia xuất khẩu, người xuất khẩu phải tìm hiểu kỹ các vấn đề như: thị trường xuất khẩu, tín dụng, tư cách pháp nhân của người mua, các biện pháp kiểm soát xuất khẩu của Nhà nước (Nhà nước nhập khẩu và Nhà nước mình), hợp đồng xuất khẩu, các điều kiện buôn bán...

1. Vì sao phải quản lý xuất khẩu?

Việc quản lý xuất khẩu được thực hiện bằng cơ chế giấy phép hải quan, hạn ngạch xuất khẩu và bằng các quy chế quản lý ngoại tệ. Không phải lúc nào Nhà nước cũng khuyến khích xuất khẩu mà đôi khi vì quyền lợi quốc gia phải kiểm soát một vài dạng xuất khẩu, như sản phẩm đặc biệt, nguyên liệu do nhu cầu trong nước còn thiếu, hoặc có ý nghĩa chiến lược đối với đất nước. Nhưng nguyên nhân chủ yếu phải kiểm soát xuất khẩu của các Nhà nước thường là do :

- Cấm vận buôn bán
- Bảo vệ tài nguyên
- Bảo vệ động vật và cây trồng
- Bảo vệ di sản văn hóa, đồ cổ

2. Các công cụ quản lý xuất khẩu

Xuất khẩu được khuyến khích và mọi doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu được tự do xuất khẩu theo ngành hàng đã đăng ký. Tuy nhiên, ngoài quản lý bằng thuế quan một số mặt hàng nhất định, vẫn có một số hàng hóa bị cấm và một số hàng hóa khi xuất khẩu vẫn cần giấy phép của Bộ Thương mại hay Bộ quản lý chuyên ngành.

2.1. Cấm xuất khẩu

Các hàng hóa sau đây bị cấm xuất khẩu áp dụng cho suốt thời kỳ 2006 về sau này được nhà nước quy định trong Nghị định 12/CP ngày 23/1/2006

Bảng 10.5. Danh mục hàng cấm xuất khẩu

	MÔ TẢ HÀNG HOÁ
1	Vũ khí, đạn dược, vật liệu nổ (trừ vật liệu nổ công nghiệp), trang thiết bị kỹ thuật quân sự. (Bộ Quốc phòng công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
2	Di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia thuộc sở hữu toàn dân, sở hữu của tổ chức chính trị, tổ chức chính trị xã hội. (Bộ Văn hóa - Thông tin hướng dẫn thực hiện, công bố danh mục và ghi mã số

	HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
3	Các loại văn hóa phẩm thuộc diện cấm phổ biến và lưu hành tại Việt Nam. (Bộ Văn hóa - Thông tin hướng dẫn thực hiện, công bố danh mục ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
4	Gỗ tròn, gỗ xẻ từ gỗ rừng tự nhiên trong nước. (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hướng dẫn thực hiện, công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
5	Động vật, thực vật hoang quý hiếm và giống vật nuôi, cây trồng quý hiếm thuộc nhóm IA-IB theo quy định tại Nghị định số 48/2002/NĐ-CP ngày 22 tháng 4 năm 2002 của Chính phủ và động vật, thực vật hoang dã quý hiếm trong "sách đỏ" mà Việt Nam đã cam kết với các tổ chức quốc tế. (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
6	Các loài thủy sản quý hiếm. (Bộ Thủy sản công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong Biểu thuế xuất nhập khẩu).
7	Các loại máy mã chuyên dụng và các chương trình phần mềm mật mã sử dụng trong phạm vi bảo vệ bí mật Nhà nước. (Bộ Thương mại và Ban Cơ yếu Chính phủ hướng dẫn thực hiện).
8	Hóa chất độc bảng I được quy định trong Công ước cấm vũ khí hóa học (Bộ Công nghiệp công bố danh mục và ghi mã số HS đúng trong biểu thuế xuất nhập khẩu).

2.3. Hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của các Bộ

(Ban hành kèm theo Nghị định số 12/2006/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2006 của Chính phủ - Xem trong chương Chính sách nhập khẩu)

- 1/ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
- 2/ Bộ Thủy sản
- 3/ Bộ Văn hóa
- 4/ Tổng Cục Bưu điện
- 5/ Bộ Công nghiệp

Nhà nước quy định thủ tục cấp giấy phép đơn giản, tức là việc cấp giấy phép không gây ra trở ngại hoặc chậm trễ công việc kinh doanh của người xuất khẩu.

Ở Việt Nam, Bộ Thương mại đã thiết kế mẫu giấy phép xuất khẩu theo mẫu nền của Liên hiệp quốc với nội dung đã được tiêu chuẩn hóa theo quy định quốc tế.

Giấy phép xuất khẩu chỉ cấp cho các tổ chức có quyền kinh doanh xuất nhập khẩu trong phạm vi hạn ngạch quy định cho mặt hàng đó. Đối với những mặt hàng không quản lý bằng hạn ngạch thì các tổ chức kinh doanh xuất nhập khẩu thực hiện theo kế hoạch đăng ký tại Bộ Thương mại không hạn chế số lượng hoặc giá trị.

2.4. Thủ tục hải quan - xuất khẩu hàng hóa

Hàng xuất khẩu phải làm thủ tục hải quan khi xuất khẩu theo các quy định chính thức về xuất khẩu hàng hóa và có khi theo yêu cầu của nước nhập khẩu. Việc làm thủ tục xuất khẩu cho hàng hóa liên quan đến các biện pháp quản lý như:

- Hạn chế số lượng (giấy phép xuất khẩu).
- Hạn chế ngoại tệ (giám sát ngoại hối).
- Hạn chế tài chính (kiểm tra hải quan, thuế quan).
- Nhu cầu thống kê thương mại (báo cáo thống kê).
- Kiểm tra số lượng, chất lượng, kiểm tra vệ sinh, y tế, hàng nguy hiểm.
- Kiểm tra, áp dụng các biện pháp ưu đãi thuế quan (giấy chứng nhận xuất xứ).

Các chứng từ phục vụ cho việc kiểm tra hải quan - xuất khẩu hàng hóa gồm:

- Giấy phép xuất khẩu.
- Tờ khai kiểm tra ngoại hối.
- Tờ khai hàng hóa (khai hải quan).
- Giấy chứng nhận kiểm tra hàng hóa.

- Giấy chứng nhận kiểm dịch (thực, động vật).
- Giấy chứng nhận xuất xứ.
- Tờ khai hàng nguy hiểm
- Hóa đơn lãnh sự (nếu yêu cầu) hoặc hóa đơn thương mại.

Khi làm thủ tục hải quan, thông thường phải kiểm tra tư cách pháp nhân của người xuất khẩu, cũng như kiểm tra các chứng từ có hợp pháp và đúng quy định không.

Những quy định về thủ tục hải quan là đối tượng hàng đầu trong việc đơn giản hóa các thủ tục thương mại quốc tế. Thời gian làm thủ tục, các yêu cầu đối với chứng từ là tiêu chuẩn quan trọng để đánh giá công tác đơn giản hóa thủ tục thương mại.

2.5. Hạn ngạch xuất khẩu

Các hình thức hạn chế xuất khẩu được áp dụng tùy từng nước; hạn ngạch theo mặt hàng, hạn ngạch theo từng nước và trong thời gian nhất định (một năm).

Một số nước chỉ cho phép một số tổ chức có quyền xuất khẩu một số mặt hàng nhất định.

Hiện nay, ở Việt Nam, chế độ hạn ngạch xuất khẩu được quy định theo Nghị định số 12/2006 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý xuất nhập khẩu hàng hóa. Hàng năm, nếu có điều chỉnh Bộ Thương mại công bố danh mục các mặt hàng quản lý bằng hạn ngạch sau khi thống nhất với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Quản lý sản xuất và được Chính phủ duyệt. Hiện nay Nhà nước chỉ quản lý bằng hạn ngạch đối với các mặt hàng do các tổ chức nước ngoài quy định như hàng dệt, may mặc xuất khẩu vào Hoa Kỳ.

Bộ Thương mại phân bổ hạn ngạch xuất khẩu cho các Bộ, ngành, địa phương. Những mặt hàng không quản lý bằng hạn ngạch thì cơ sở xuất khẩu đăng ký với Bộ Thương mại và được cấp giấy phép không hạn chế.

Quản lý ngoại tệ

Đa số các nước đang phát triển đều quy định cho các nhà xuất khẩu phải chuyển khoản ngoại tệ thu được vào Ngân hàng thương mại

được phép kinh doanh ngoại tệ. Nhưng cũng có nhiều nước cho phép dùng số ngoại tệ thu được do xuất khẩu để nhập hàng hóa cần thiết. Ở Việt Nam, theo Quyết định số 232/1998/QĐ-TTg, ngày 1/12/1998 của Thủ tướng Chính phủ thì các doanh nghiệp (kể cả doanh nghiệp nước ngoài) phải bán ngay tối thiểu 80% số ngoại tệ thu được. Đồng thời quyết định này cũng quy định quyền được mua ngoại tệ (tại các ngân hàng khi có nhu cầu thanh toán) của các tổ chức kết hối ngoại tệ.

Người xuất khẩu phải biết chắc chắn là người mua có quyền thanh toán hàng hóa bằng ngoại tệ mà ngân hàng quản lý cho phép đối với hàng xuất khẩu của mình. Thông thường, các ngân hàng công bố các loại ngoại tệ có thể nhận khi xuất khẩu đó thường là các loại ngoại tệ tự do chuyển đổi.

Một biện pháp quan trọng nữa là Nhà nước cấm gửi loại ngoại tệ thu được do xuất khẩu vào các ngân hàng ở nước ngoài. Nếu người đó mở tài khoản ở nước ngoài thì lô hàng đó chưa được thanh toán và người xuất khẩu vi phạm chế độ quản lý ngoại tệ của Nhà nước.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Phân tích vai trò của xuất khẩu trong việc làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển?
2. Tại sao nói xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu, phục vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước?
3. Để đẩy mạnh và khuyến khích xuất khẩu các quốc gia thường áp dụng các biện pháp gì? Trong điều kiện của Việt Nam hiện nay thì biện pháp nào quan trọng nhất?
4. Trình bày khái niệm, điều kiện của một mặt hàng xuất khẩu chủ lực? Thực tế xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở Việt Nam.
5. Khái niệm, tác dụng của gia công xuất khẩu? Các hình thức gia công xuất khẩu hiện nay các doanh nghiệp Việt Nam đang áp dụng?

6. Khu chế xuất là gì? Sự giống và khác nhau giữa KCX, KCN và Đặc khu kinh tế? Xu thế phát triển của hai hình thức này? Vai trò của KCX, KCN và Đặc khu kinh tế đối với phát triển ngoại thương?
7. Trình bày nội dung của các biện pháp tài chính - tiền tệ khuyến khích xuất khẩu? Trình bày nội dung của biện pháp Nhà nước cấp và bảo lãnh tín dụng xuất khẩu?
8. Trợ cấp xuất khẩu: Khái niệm, các hình thức, tác dụng và xu hướng áp dụng? Quan điểm của WTO về biện pháp này?
9. Vẽ sơ đồ phân tích lợi ích và chi phí của trợ giá xuất khẩu? Quan điểm của WTO về biện pháp này? Khái niệm về tỷ giá hối đoái? Trong hai loại tỷ giá (tỷ giá thực tế và tỷ giá chính thức) loại nào có ảnh hưởng nhiều đối với hoạt động xuất khẩu?
10. Phá giá hối đoái? Sự giống và khác nhau so với phá giá hàng hóa? Tác dụng của hai biện pháp này đối với hoạt động ngoại thương?
11. Để quản lý xuất khẩu, Việt Nam thường dùng những biện pháp gì? Những biện pháp này có mâu thuẫn với chương trình xuất khẩu của Việt Nam không?
12. Có nên đánh thuế xuất khẩu không? Tại sao?

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

TIẾNG VIỆT

- GS,TS. Bùi Xuân Lưu, 2002, Giáo trình Kinh tế ngoại thương, Nhà xuất bản Giáo dục, 2002
- TS. Nguyễn Hữu Khải, 2005, Hàng rào phi thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế, Nhà xuất bản Lao động Xã hội
- Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế quốc tế, 2003, Các văn kiện cơ bản của Tổ chức Thương mại thế giới
- Văn kiện Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam, lần thứ VI, VII, VIII, IX, X (dự thảo)
- Niên giám thống kê các năm, Nhà xuất bản Thống kê
- Bộ Thương mại, 2000, Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001-2010
- Luật Thương mại số 36/2005/QH11
- Nghị định 12/2006/NĐ-CP ngày 23/1/2006 quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động mua bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài.
- Bộ Thương mại, 2/2006, Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010
- Paul A. Samuelson, Kinh tế học, Tập 1, 2. Viện Quan Hệ Quốc Tế 1996.
- Michael P. Todaro, Kinh tế học cho Thế giới thứ 3, Nhà xuất bản Giáo dục, 1998

TIẾNG ANH

- Michael E.Porter, 1990, The competitive Advantage of Nations, the Free Press.
- Dominick Salvatore, 2001, International Economics, 7th Edition, John Willey & Sons Inc.
- Paul R.Krugman, Maurice Obsfeld, 1997, Modern International Economics: Theory and Policy, Addison-Wesley.
- Peter H. Lindert, 1991, International Economics, 9th edition, Irwin Publishing House, Hoomewood IL60430, Boston MA02116

GIÁO TRÌNH

KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

41B Lý Thái Tổ và 36 ngõ Hoà Bình 4, Minh Khai, Hà Nội

ĐT. 04-9346024, 8632587; Fax. 04-9348283

Chịu trách nhiệm xuất bản:

NGUYỄN ĐÌNH THIÊM

Biên tập và sửa bản in:

THANH THẢO

LÊ THỊ SÂM

TỔNG ĐIỂM LAN

Trình bày bìa:

MINH THU

In 2.000 cuốn khổ 16 x 24cm, tại Xí nghiệp in - Nhà xuất bản Lao động - Xã hội. Giấy đăng ký kế hoạch xuất bản số: 38-2006/CXB/106-194/LĐXH.

In xong và nộp lưu chiểu Quý II/2006.

