

Chương 2 THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

2.1 Khái niệm và các hình thức

2.1.1 Khái niệm

Thương mại quốc tế (ngoại thương) là sự trao đổi hàng hóa giữa các nước thông qua mua bán.

Ngoại thương của một nước được biểu hiện qua xuất khẩu, nhập khẩu của nước đó. Kim ngạch xuất - nhập khẩu của một nước càng lớn thì ảnh hưởng càng nhiều đến thị trường thế giới.

Chính sách ngoại thương là một hệ thống các nguyên tắc, biện pháp kinh tế, hành chính và pháp luật dùng để thực hiện các mục tiêu đã xác định trong lĩnh vực ngoại thương của một nước trong một thời kỳ nhất định.

2.1.2 Các hình thức

- Xuất và nhập khẩu hàng hóa *hữu hình*: nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, lương thực, thực phẩm, các loại hàng tiêu dùng
- Xuất và nhập khẩu hàng hóa *vô hình*: các bí quyết công nghệ, bằng phát minh sáng chế, phần mềm máy tính, các bằng thiết kế kỹ thuật, các sở hữu trí tuệ, dịch vụ lắp ráp thiết bị máy móc, dịch vụ du lịch và nhiều loại dịch vụ khác ...

Ngoài cách phân loại thông thường trên, các nhà kinh tế còn phân: thương mại quốc tế bù đắp và thương mại quốc tế thay thế.

- **Thương mại bù đắp** diễn ra do sự khác nhau về các điều kiện tự nhiên và do trình độ phát triển còn thấp của lực lượng sản xuất.
- **Thương mại thay thế** diễn ra trên cơ sở sự phân công lao động quốc tế đã đạt tới trình độ phát triển cao, chuyên môn hóa những mặt hàng có ưu thế.

2.1.3 Chức năng của thương mại quốc tế

Mặc dù có nhiều lí do để phát triển thương mại quốc tế nhưng chung quy lại chúng có hai chức năng cơ bản như sau:

- Làm biến đổi cơ cấu giá trị sử dụng của sản phẩm xã hội và thu nhập quốc dân được sản xuất trong nước thông qua xuất-nhập khẩu, nhằm đạt tới cơ cấu có lợi cho nền kinh tế trong nước. Thương mại quốc tế làm lợi cho nền kinh tế quốc dân về mặt giá trị sử dụng.
- Góp phần nâng cao hiệu quả của nền kinh tế quốc dân, do mở rộng trao đổi mà khai thác triệt để lợi thế của nền kinh tế trong nước trên cơ sở phân công lao động quốc tế, nâng cao năng suất lao động và hạ giá thành.

2.2 Chính sách thương mại quốc tế

2.2.1 Chính sách thương mại tự do

Là chính sách ngoại thương mà nhà nước không những không can thiệp trực tiếp vào quá trình điều tiết ngoại thương mà còn mở cửa hoàn toàn thị trường nội địa để cho hàng hóa và

tự bản được tự do lưu thông giữa trong và ngoài nước tạo điều kiện cho thương mại quốc tế phát triển trên cơ sở quy luật tự do cạnh tranh.

Lập luận ủng hộ:

- Tăng hiệu quả sản xuất, năng suất và tăng trưởng kinh tế.
- Cải thiện mức sống.
- Nâng cao trình độ sản xuất và kinh nghiệm tổ chức sản xuất.
- Cải thiện cơ sở hạ tầng, củng cố thể chế, hệ thống pháp luật và năng lực quản lý của nhà nước.
- Hạn chế xung đột.

2.2.2 Chính sách thương mại bảo hộ

Là chính sách ngoại thương nhằm nâng đỡ các doanh nghiệp trong nước bành trướng ra thị trường nước ngoài đồng thời bảo vệ thị trường nội địa hạn chế sự cạnh tranh của các hàng hóa nước ngoài.

Lập luận ủng hộ:

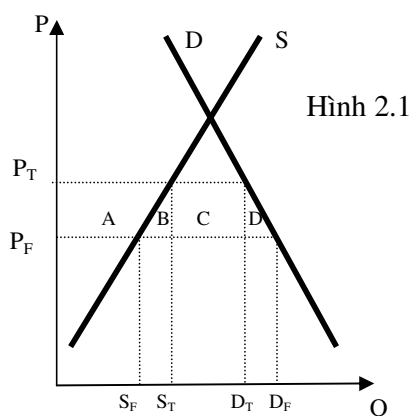
- Bảo vệ ngành công nghiệp non trẻ.
- Tăng cường sản xuất trong nước.
- Tăng cường sử dụng lao động và các nguồn lực trong nước.
- Phân phối lại thu nhập.
- Tăng ngân sách cho chính phủ.
- An ninh quốc phòng.

2.2.3 Nhận xét

Tùy theo chiến lược phát triển của mỗi quốc gia mà chính phủ sẽ chọn chính sách tự do hay bảo hộ trong thương mại. Với xu hướng toàn cầu hóa hiện nay, sức cạnh tranh của các nước thể hiện qua năng suất lao động và hiệu quả quản lý. Vì thế các nước nghiêng về chính sách thương mại tự do.

Các lý thuyết thương mại quốc tế ra đời trong những điều kiện thương mại quốc tế khác nhau, nhằm thực hiện các mục đích nhất định vì thế chúng chỉ đúng trong những điều kiện lịch sử nhất định. Cho đến nay vẫn chưa có một lý thuyết nào giải thích một cách đầy đủ về bản chất của thương mại quốc tế, do đó các lý thuyết này còn tiếp tục được bổ sung, hoàn chỉnh và kiểm nghiệm trong thực tiễn hoạt động thương mại.

2.3 Những công cụ của chính sách thương mại



2.3.1 Thuế nhập khẩu

– Khái niệm: là khoản thuế chính phủ đánh vào hàng hóa nhập khẩu.

– Tác động của thuế nhập khẩu:

Trong đó:

P_F : mức giá thế giới.

S_F : lượng cung trong nước ở mức giá thế giới.

D_F : lượng cầu trong nước ở mức giá thế giới.

$S_F - D_F$: lượng nhập khẩu ở mức giá thế giới, khi nhập khẩu tự do.

$P_T - P_F$: mức thuế chính phủ đánh vào hàng nhập khẩu = mức tăng giá hàng nhập khẩu trên thị trường trong nước.

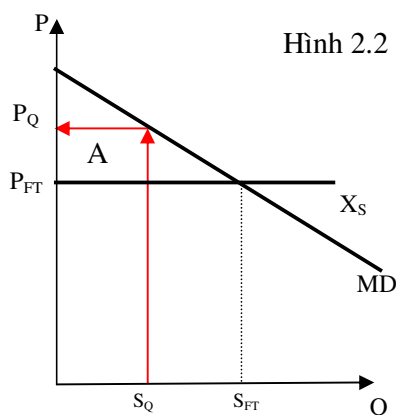
S_T : lượng cung trong nước ở mức giá có thuế nhập khẩu.

D_T : lượng cầu trong nước ở mức giá có thuế nhập khẩu.

$S_T - D_T$: lượng nhập khẩu ở mức giá có thuế nhập khẩu.

Tác động thu nhập:

- Thặng dư của người tiêu dùng : - (A+B+C+D)
- Thặng dư của nhà sản xuất : + A
- Nguồn thu từ thuế : + C
- Thu nhập quốc dân : - (B + D)



Hình 2.2

2.3.2 Hạn ngạch nhập khẩu

– Khái niệm: là những hạn chế về lượng của những hàng hóa nhập khẩu vào một quốc gia trong một khoảng thời gian nhất định.

– Tác động của hạn ngạch nhập khẩu

Trong đó:

P_F : mức giá quốc tế của hàng hóa A.

X_S : mức cung hàng hóa A trên thị trường thế giới.

MD : mức cầu trong nước về hàng hóa A ở mức giá thế giới.

S_{FT} : lượng hàng hóa cân bằng thị trường trong nước ở mức giá thế giới.

S_Q : lượng hàng hóa chính phủ cho phép nhập khẩu (hạn ngạch nhập khẩu).

P_Q : mức giá của hàng hóa A sau khi chính phủ áp đặt hạn ngạch nhập khẩu.

Thặng dư của người tiêu dùng : - A.

2.3.3 Các biện pháp khác

– Hạn chế xuất khẩu tự nguyện: là một biện pháp hạn chế do chính phủ đặt ra đối với số lượng hàng hóa có thể xuất khẩu ra khỏi quốc gia trong một thời kỳ nhất định.

– Thuế xuất khẩu: là khoản thuế đánh vào hàng hóa xuất khẩu.

– Trợ cấp xuất khẩu: là những khoản chính phủ cung cấp để khuyến khích xuất khẩu những mặt hàng cụ thể.

– Biện pháp mở rộng nhập khẩu tự nguyện: đây là 1 thỏa thuận tăng số lượng nhập khẩu 1 loại hàng hóa cụ thể trong một khoảng thời gian nhất định.

– Chính sách mua hàng của chính phủ: Chính sách mua hàng của chính phủ có thể quy định rằng một tỷ lệ nhất định hàng hóa mà chính phủ mua sắm phải là từ các nhà sản xuất trong nước chứ không phải nước ngoài.

2.4 Giá quốc tế và điều kiện thương mại

2.4.1 Giá quốc tế

Giá quốc tế (giá thế giới) là mức giá mà tại đó thị trường quốc tế về hàng hóa đó đạt điểm cân bằng, tức là cầu thế giới bằng cung thế giới về hàng hóa đó trong điều kiện tự do thương mại.

– Nền kinh tế nhỏ : có tỷ trọng xuất khẩu hay nhập khẩu rất nhỏ so với thế giới thì sự thay đổi trong nhu cầu xuất nhập khẩu của nó không có tác động đến giá thế giới.

– Nền kinh tế lớn : có tỷ trọng xuất khẩu hay nhập khẩu lớn trong tổng kim ngạch của thế giới thì tăng hay giảm xuất nhập khẩu của nó có khả năng tác động đến giá thế giới.

2.4.2 Điều kiện thương mại (*term of trade – ToT*)

– Khái niệm: ToT biểu thị số lượng một loại hàng hóa cần thiết để trao đổi lấy 1 loại hàng hóa khác. Hiện nay, mọi hàng hóa đều được tính bằng tiền, ToT biểu thị giá cả của 2 loại hàng hóa.

Ví dụ: Việt Nam xuất khẩu gạo sang Nhật Bản với giá 200\$/tấn; ngược lại nhập khẩu máy vi tính từ Nhật Bản với giá 400\$/cái. Như vậy :

ToT của gạo = $\frac{1}{2}$ máy vi tính hay

ToT của máy vi tính = 2 gạo.

- Các yếu tố tác động đến điều kiện thương mại:
 - Sở thích tiêu dùng
 - Sự khan hiếm hàng hóa
 - Chất lượng hàng hóa
 - Chính sách của chính phủ
 - Khả năng thuyết phục.
 - Những nước lớn có khả năng dùng chính sách tác động đến nhu cầu xuất, nhập khẩu của mình từ đó tác động đến mức giá thế giới và làm thay đổi ToT theo hướng có lợi cho mình.

2.5 Nguyên tắc cơ bản trong thương mại quốc tế

2.5.1 Nguyên tắc tương hỗ - *Réciprocity*

Các quốc gia dành cho nhau những ưu đãi, nhân nhượng tương xứng nhau trong quan hệ buôn bán với nhau. Mức độ ưu đãi và điều kiện nhân nhượng phụ thuộc vào tiềm lực kinh tế của các bên tham gia.

Trong quan hệ quốc tế hiện nay, nguyên tắc này ít được các nước sử dụng.

2.5.2 Nguyên tắc tối huệ quốc (*Most Favoured Nation - MFN*)

Trong quan hệ kinh tế buôn bán sẽ dành cho nhau những điều kiện ưu đãi không kém những ưu đãi mà mình dành cho các nước khác.

Mục đích của việc sử dụng nguyên tắc tối huệ quốc trong buôn bán quốc tế là nhằm chống phân biệt đối xử trong buôn bán quốc tế, làm cho điều kiện cạnh tranh giữa các nước bạn hàng ngang bằng nhau nhằm thúc đẩy quan hệ buôn bán giữa các nước phát triển.

MFN được tất cả các thành viên Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) cam kết thực hiện lẫn nhau. Có thể xem đây là nguyên tắc được áp dụng phổ biến nhất hiện nay trong quan hệ thương mại giữa các nước.

Hiện nay, Việt Nam đã thỏa thuận MFN với gần 100 quốc gia, dự báo khi gia nhập WTO danh sách các nước này sẽ kéo dài hơn gấp rưỡi nữa.

Hiện nay các nước chuyển sang cụm từ Quan hệ thương mại bình thường (Normal Trade Relations - NTR) hay Quan hệ thương mại bình thường vĩnh viễn (Permanent Normal Trade Relations - PNTR) thay thế MFN.

2.5.3 Nguyên tắc đãi ngộ quốc gia (*National Treatment - NT*)

Là nguyên tắc tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các nhà kinh doanh trong nước và các nhà kinh doanh nước ngoài trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ và đầu tư. Hàng nhập khẩu

không phải chịu mức thuế, lệ phí, thủ tục kinh doanh, nhưng phải tuân thủ những tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm so với hàng hóa sản xuất nội địa.

Nguyên tắc này được Việt Nam áp dụng lần đầu tiên với Hoa Kỳ vào năm 2000.

2.5.4 Các nguyên tắc khác:

Ngoài ba nguyên tắc cơ bản trên, các nước còn dùng nhiều phương thức khác như:

- Chế độ thuế quan ưu đãi phổ cập GSP (Generalized System of Preferences): là hình thức ưu đãi về thuế quan do các nước công nghiệp phát triển dành cho một số sản phẩm nhất định mà họ nhập khẩu từ các nước đang phát triển.

- Nguyên tắc ngang bằng dân tộc (National Parity - NP):

Các công dân của các bên tham gia trong quan hệ kinh tế thương mại được hưởng mọi quyền lợi và nghĩa vụ như nhau (Trừ quyền bầu cử và tham gia nghĩa vụ quân sự).

2.6 Thương mại hàng hóa quốc tế của Việt Nam

2.6.1 Tình hình ngoại thương Việt Nam trong những năm gần đây

a) Tốc độ tăng trưởng

- Năm 2004 so với năm 1987: kim ngạch xuất khẩu tăng hơn 31 lần và kim ngạch nhập khẩu tăng hơn 13 lần¹.
- Tổng kim ngạch xuất-nhập khẩu không ngừng tăng nhanh trong suốt 17 năm, tốc độ tăng trưởng bình quân gần 20%.

b) Cán cân thương mại

- Nhập siêu kéo dài (chỉ có năm 1992 là xuất siêu)
- Nhìn chung từ 1990 đến 2000 do xuất khẩu tăng nhanh hơn nhập khẩu nên tỉ lệ nhập siêu có giảm. Tuy nhiên từ năm 2001 – 2004 nhập siêu có chiều hướng gia tăng.

c) Cơ cấu nhập khẩu

- Nhập vật phẩm tiêu dùng và tư liệu sản xuất.
- Trong nhóm vật phẩm tiêu dùng: tăng nhanh nhất là xe gắn máy
- Trong nhóm hàng tư liệu sản xuất: máy móc thiết bị, động cơ và phụ tùng tăng nhanh nhưng nguyên vật liệu vẫn chiếm tỉ lệ cao.

d) Cơ cấu hàng xuất khẩu

- Hàng nông sản và nông sản chế biến chiếm tỉ lệ cao nhất.
- Tăng nhanh nhất là hàng công nghiệp nặng và khoáng sản do Việt Nam tăng xuất khẩu dầu thô.

¹ Asian Development Bank (ADB) - Key Indicators 2005

- Nhóm hàng lâm thủy sản tăng dần, tương tự là may mặc và da giày.

e) Thị trường xuất nhập khẩu

Thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam đã chuyển dịch sang hướng tích cực, đa dạng hóa thị trường và bạn hàng, xâm nhập những thị trường cao cấp như Hoa Kỳ, EU. Mua bán với các nước Châu Á (Nhật, ASEAN, Trung Quốc,..) tăng dần lên. Ngược lại, mua bán giảm rất nhanh ở thị trường Nga và Đông Âu.

2.6.2 Ưu điểm

- Tốc độ tăng trưởng ngoại thương khá cao qua các năm (trung bình 20%/năm) và cao hơn tốc độ tăng trưởng của nền sản xuất xã hội (2-3 lần). Quy mô kim ngạch tăng nhanh chóng: năm 1988 đạt 1 tỷ USD thì đến 2000 hơn 14 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng nhanh cho thấy quá trình hội nhập của Việt Nam với thế giới đang nhanh.
- Thị trường ngoại thương đang mở rộng, từ đơn thị trường sang đa thị trường. Hiện nay ta đã có quan hệ mua bán với 165 quốc gia trong đó đã ký hiệp định thương mại song phương với 72 nước. Những nước lãnh thổ có nền kinh tế lớn quan trọng trên thế giới đều có giao thương với Việt Nam.
- Đang từng bước xây dựng những mặt hàng được thị trường thế giới chấp nhận như: dầu khí, gạo, thủy sản, dệt may, giày dép ...qua đó lợi thế so sánh của một số mặt hàng đã được ta khai thác tốt. Bước đầu chúng ta đã tham gia quá trình phân công lao động với thế giới.
- Chính sách ngoại thương của Việt Nam đang đổi mới theo hướng tăng tự do thương mại và đầu tư, giảm thiểu mức độ, phạm vi can thiệp của Nhà nước vào lĩnh vực này.

2.6.3 Nhược điểm

- Quy mô xuất-nhập khẩu còn quá nhỏ bé so với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á.
- Cơ cấu xuất khẩu còn lạc hậu, chất lượng thấp, manh mún, sức cạnh tranh yếu. Gần 40% kim ngạch xuất khẩu là hàng nông lâm thủy sản sơ chế; 30% kim ngạch là hàng khoáng sản; trên 20% là hàng gia công. Cho thấy chúng ta chỉ mới bán được nguyên liệu, hàm lượng khoa học - công nghệ thấp, chưa tạo được nhiều giá trị gia tăng và tạo lợi thế cạnh tranh.
- Thị trường ngoại thương của Việt Nam còn nhiều bấp bênh, ngắn hạn, dễ biến động xáo trộn; rất thiếu những hợp đồng lớn dài hạn.
- Tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại đang trở thành “quốc nạn” trong khi các biện pháp giải quyết còn chưa theo kịp.
- Tuy cơ chế chính sách đang đổi mới theo hướng nới lỏng can thiệp của Nhà nước vào lĩnh vực ngoại thương nhưng với chính sách hiện tại cũng như việc tổ chức thực thi nó đang bộc lộ không ít bất cập đòi hỏi phải tiếp tục tháo gỡ. Điều này đang là lực cản rất lớn cho các doanh nghiệp trong nước, rủi ro kinh doanh cao, giảm uy tín hàng hóa Việt Nam.

2.6.4 Định hướng chiến lược

- Xây dựng hành lang pháp lý, hoàn chỉnh đầy đủ, mang tính hội nhập và ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển hoạt động xuất nhập khẩu có hiệu quả.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia trực tiếp vào hoạt động xuất nhập khẩu. Xây dựng một môi trường kinh doanh quốc tế mang tính bình đẳng cho tất cả các loại hình doanh nghiệp.

2.6.5 Những biện pháp

Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam 2001-2010 do Bộ Thương mại đề nghị gồm các biện pháp chủ yếu sau:

- Ưu tiên cao cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu; tập trung đầu tư vào các ngành hàng chủ lực và các dự án nâng cao cấp độ chế biến, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa. Có chính sách ưu đãi đặc biệt về thuế, để thúc đẩy các doanh nghiệp sử dụng ngày càng nhiều sản phẩm trong nước, nâng cao hàm lượng nội địa của sản phẩm.
- Tạo lập thị trường khoa học-công nghệ cho doanh nghiệp, áp dụng chế độ đăng ký và kiểm tra chất lượng bắt buộc đối với một số mặt hàng xuất khẩu để thúc đẩy các doanh nghiệp quan tâm hơn nữa đến công nghệ, đặc biệt là công nghệ sạch.
- Hết sức chú trọng cải thiện môi trường đầu tư một cách đồng bộ để tăng sức hấp dẫn đối với đầu tư trong nước lẫn nước ngoài.
- Về nguồn đầu tư nhà nước chỉ đầu tư những công trình vốn lớn có tác dụng cho nhiều doanh nghiệp như: nghiên cứu khoa học, xây dựng hạ tầng, kho bãi, bến cảng, trung tâm thương mại, kho ngoại quan Những khâu còn lại Nhà nước chỉ ban hành chính sách ưu đãi để doanh nghiệp chủ động đầu tư sản xuất kinh doanh, hạn chế thấp nhất và tiến đến xóa bỏ cơ chế xin-cho, bao cấp trực tiếp hoặc gián tiếp.
- Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng.
- Chuyên nghiệp hóa, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của dịch vụ.
- Mở rộng các loại hình dịch vụ xuất khẩu, phương thức xuất khẩu và thị trường xuất khẩu.
- Phát triển mạnh công tác thị trường ở cả tầm vĩ mô và vi mô.
- Tăng cường mạnh mẽ công tác thông tin về các thị trường.
- Chú trọng thu hút đầu tư của các tập đoàn xuyên quốc gia và của các nhà sản xuất.
- Tăng cường các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đầu tư trên thị trường nước ngoài.
- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu.
- Đối với gạo, cà phê, tiêu ... những mặt hàng chiếm thị phần lớn nên tăng cường áp dụng các biện pháp như thông tin chiến lược, chiến thuật, kèm chế tốc độ bán ra, tham gia các kế hoạch quốc tế về điều tiết nguồn cung để tác động vào thị trường theo hướng có lợi cho ta.
- Hoàn thiện môi trường pháp lý và đổi mới, hoàn thiện cơ chế, chính sách xuất-nhập khẩu, cải cách hành chính.
- Công bố lộ trình rõ ràng cho việc dỡ bỏ hàng rào bảo hộ, khắc phục triệt để 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.

- Điều hành lãi suất tỷ giá hối đoái một cách linh hoạt, vừa có lợi cho xuất khẩu vừa ổn định kinh tế - xã hội.
- Xây dựng một lộ trình hội nhập hợp lí, phù hợp với điều kiện của ta.
- Tăng cường sử dụng những công cụ phi thuế quan như tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh, môi trường ...; áp dụng thuế chống phá giá, chống trợ cấp; giảm dần và tiến đến xóa bỏ chế độ tính thuế theo giá tối thiểu.
- Song song với đào tạo đội ngũ cán bộ, doanh nhân có năng lực phải chú trọng tạo dựng một đội ngũ công nhân đủ về số lượng thạo về tay nghề để thực hiện chiến lược xuất nhập khẩu.
- Mở rộng việc hình thành và củng cố vai trò của các hiệp hội ngành hàng để tăng cường tính tổ chức và tính tập thể trong môi trường cạnh tranh.

2.6.6 Kết luận

- Trình độ sản xuất nội địa được thể hiện qua hoạt động ngoại thương ở từng thời kỳ phát triển của Việt Nam.
- Chính sách ngoại thương của Nhà Nước là chìa khóa trong sự nghiệp phát triển Kinh tế đối ngoại nước nhà.
- Cơ cấu xuất nhập khẩu thay đổi, thị trường xuất nhập khẩu ngày càng đa dạng.
- Nhà nước chuyển phương thức quản lý hoạt động ngoại thương từ can thiệp trực tiếp bằng mệnh lệnh hành chính sang điều tiết hoạt động thương mại gián tiếp thông qua các chính sách tài chính, tài chính tiền tệ.