

The background of the slide is a composite image. On the left, the word "TRADE" is written in large, bold, yellow, three-dimensional block letters. To the right of the letters is a stylized, colorful map of the world, with continents in various colors like green, blue, red, and yellow. A faint, light gray globe is also visible in the background, centered behind the text.

Chương 2

THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

I. Khái niệm và các hình thức của TMQT

II. Các học thuyết cơ bản về TMQT

III. Giá cả và tỷ lệ trao đổi trong TMQT

IV. Những đặc điểm cơ bản của TMQT

I. Khái niệm

cuu duong than cong . com

II. Các học thuyết về TMQT

1. Chủ nghĩa trọng thương

2. Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối

3. Lý thuyết về lợi thế tương đối

4. Lý thuyết về tỷ lệ các yếu tố sản xuất



1. Chủ nghĩa trọng thương

Jean Bodin
(1530-1596)

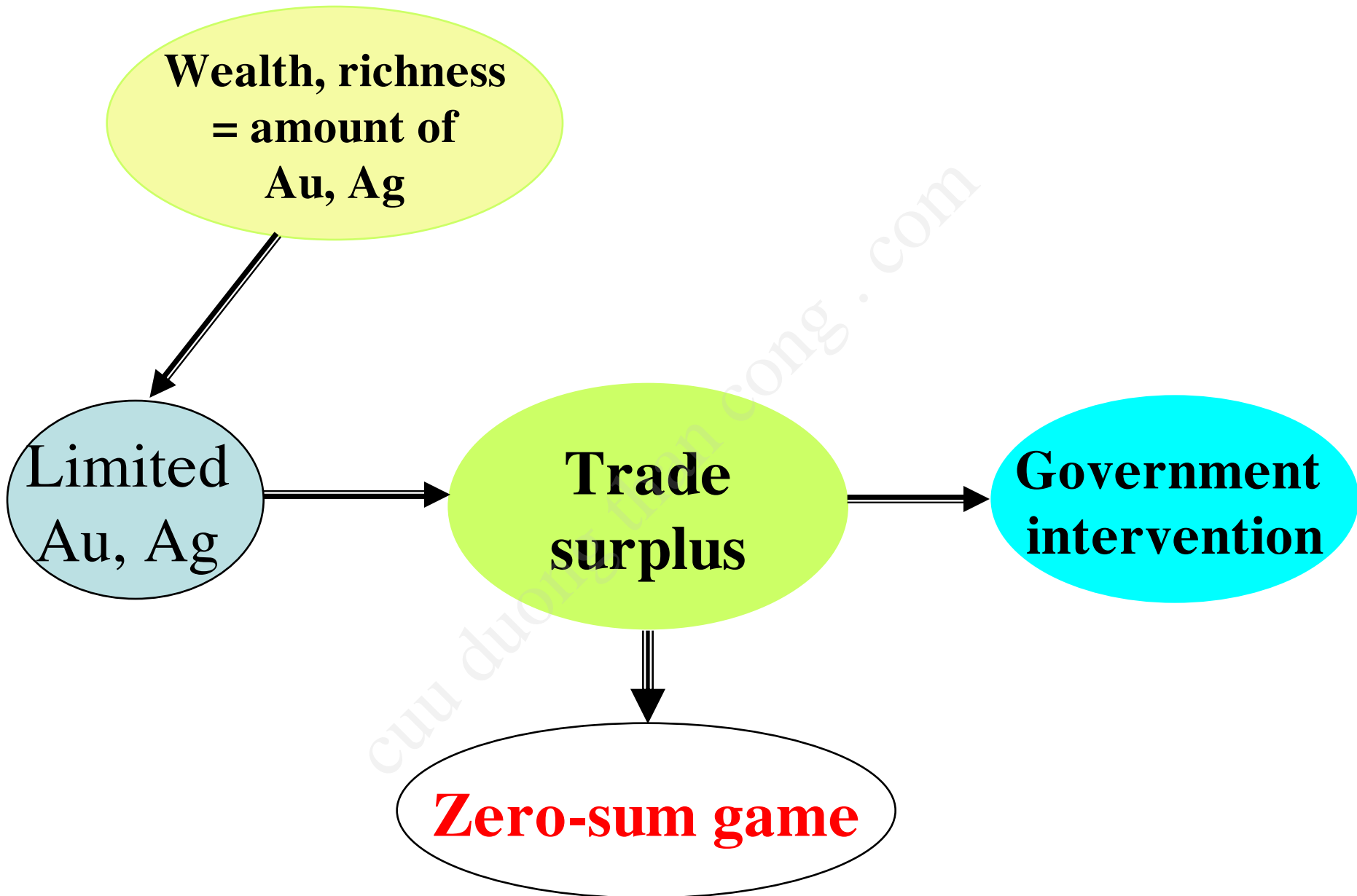


Jean-Baptiste Colbert
(1661-1683)



Thomas Mun
(1571-1641)





2. Lý thuyết Lợi thế tuyệt đối



- Một nước có lợi thế tuyệt đối trong việc SX một SP khi nó có thể SX SP đó với chi phí thấp hơn hay với năng suất cao hơn (các) nước khác.

- Mỗi nước có lợi thế khác nhau nên CMH SX những SP mà mình có lợi thế tuyệt đối và đem trao đổi với nước ngoài lấy những SP mà nước ngoài SX hiệu quả hơn thì các bên đều có lợi.

- Hai quốc gia – hai SP
- Một yếu tố sản xuất (lao động)
- Giá trị hàng hoá tính theo lao động
- Chi phí sản xuất không đổi
- Cạnh tranh hoàn hảo tồn tại trên thị trường hàng hoá và thị trường yếu tố sản xuất
- Chi phí vận chuyển bằng 0
- Lao động có thể di chuyển tự do trong một QG nhưng không thể di chuyển giữa các QG
- Mậu dịch tự do, không có thuế quan và các rào cản mậu dịch

Resources required to produce 1 ton of cocoa and rice

	Cocoa	Rice
Ghana	10	20
South Korea	40	10

Production and Consumption without trade

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		
Total production		

Production with specialization

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		
Total production		

Consumption after Ghana trades 6 tons of cocoa for 6 tons of South Korea rice

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		

3. Lý thuyết Lợi thế tương đối



- Một QG sẽ XK những mặt hàng mà QG đó có thể SX với hiệu quả cao hơn 1 cách tương đối so với QG kia.

1. Trường hợp 1

SP X (h/sp)

SP Y (h/sp)

Quốc gia 1

X1

Y1

Quốc gia 2

X2

Y2

$$\frac{X_1}{Y_1} < \frac{X_2}{Y_2}$$

+ Nếu tỷ lệ SS: , kết luận QG 1 lợi thế X, QG 2 lợi thế Y.

Nếu bất đẳng thức có dấu ngược chiều thì kết luận ngược lại.

2. Trường hợp 2:

SP X (sp/h)

SP Y (sp/h)

Quốc gia 1

X1

Y1

Quốc gia 2

X2

Y2.

$$\frac{X_1}{Y_1} < \frac{X_2}{Y_2}$$

+ Nếu tỷ lệ: , kết luận QG 1 có lợi thế Y, QG 2 có lợi thế X.

Nếu bất đẳng thức có dấu ngược lại thì chúng ta có kết luận ngược lại.

- Hai quốc gia
- Hai SP
- Một yếu tố sản xuất (lao động)
- Giá trị hàng hoá tính theo lao động
- Chi phí sản xuất không đổi
- Cạnh tranh hoàn hảo trên các thị trường và yếu tố sản xuất
- Chi phí vận chuyển bằng 0
- Lao động có thể di chuyển tự do trong một QG nhưng không thể di chuyển giữa các QG
- Mậu dịch tự do, không có thuế quan và các rào cản mậu dịch

Resources required to produce 1 ton of cocoa and rice

	Cocoa	Rice
Ghana	10	13.33
South Korea	40	20

Production and Consumption without trade

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		
Total production		

Production with specialization

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		
Total production		

Consumption after Ghana trades 4 tons of cocoa for 4 tons of South Korea rice

	Cocoa	Rice
Ghana		
South Korea		

**4. Lý thuyết
về tỷ lệ
các yếu tố SX**

Định lý Heckscher-Ohlin

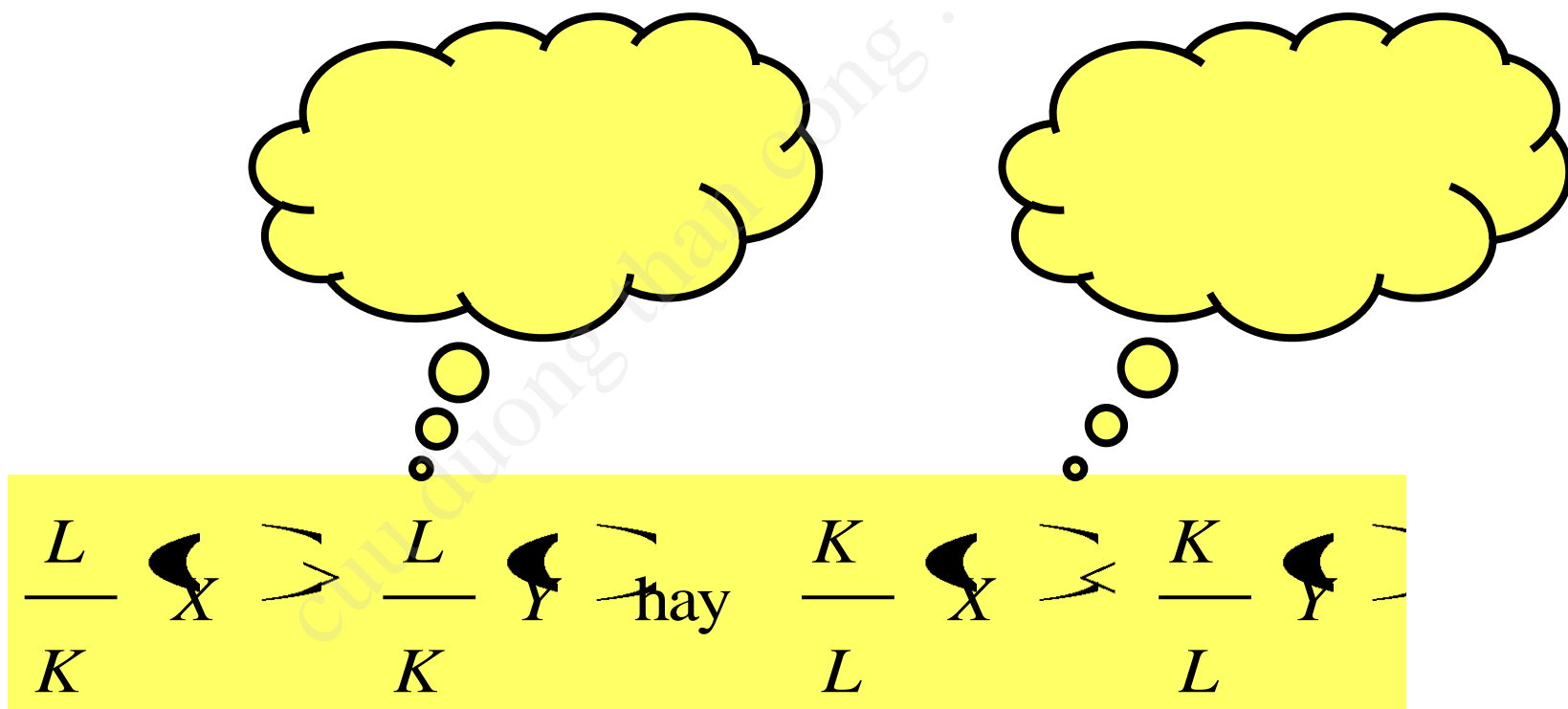
Định lý cân bằng giá cả-yếu tố SX

Định lý Stolper-Samuelson

Định lý Rybczynski

- Thế giới bao gồm 2 quốc gia (A và B), 2 yếu tố sản xuất (lao động L và vốn K), 2 mặt hàng (X và Y)
- Công nghệ SX là giống nhau giữa 2 QG.
- Một sản phẩm thâm dụng lao động, một sản phẩm thâm dụng vốn.
- Tỷ lệ yếu tố sản xuất sử dụng trong sản phẩm không đổi ở cả hai quốc gia.
- Chuyên môn hoá sản xuất không hoàn toàn ở hai quốc gia.
- Các yếu tố sản xuất có thể di chuyển tự do trong mỗi quốc gia nhưng không thể di chuyển giữa các quốc gia.
- Thị hiếu tiêu dùng của hai quốc gia là như nhau.
- Cạnh tranh là hoàn hảo tại thị trường sản phẩm cũng như thị trường yếu tố sản xuất tại hai quốc gia.
- Thương mại là tự do, chi phí vận chuyển bằng 0.
- Nguồn lực yếu tố sản xuất của quốc gia được toàn dụng.
- Sản xuất mỗi mặt hàng có hiệu suất không đổi theo quy mô.

Yếu tố thâm dụng



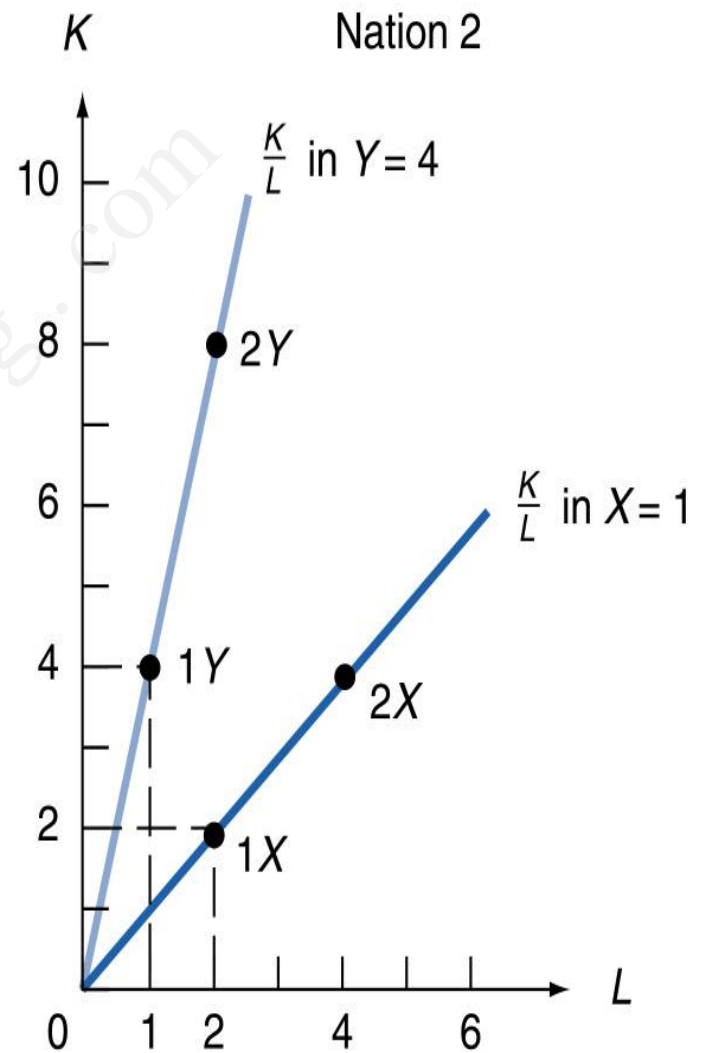
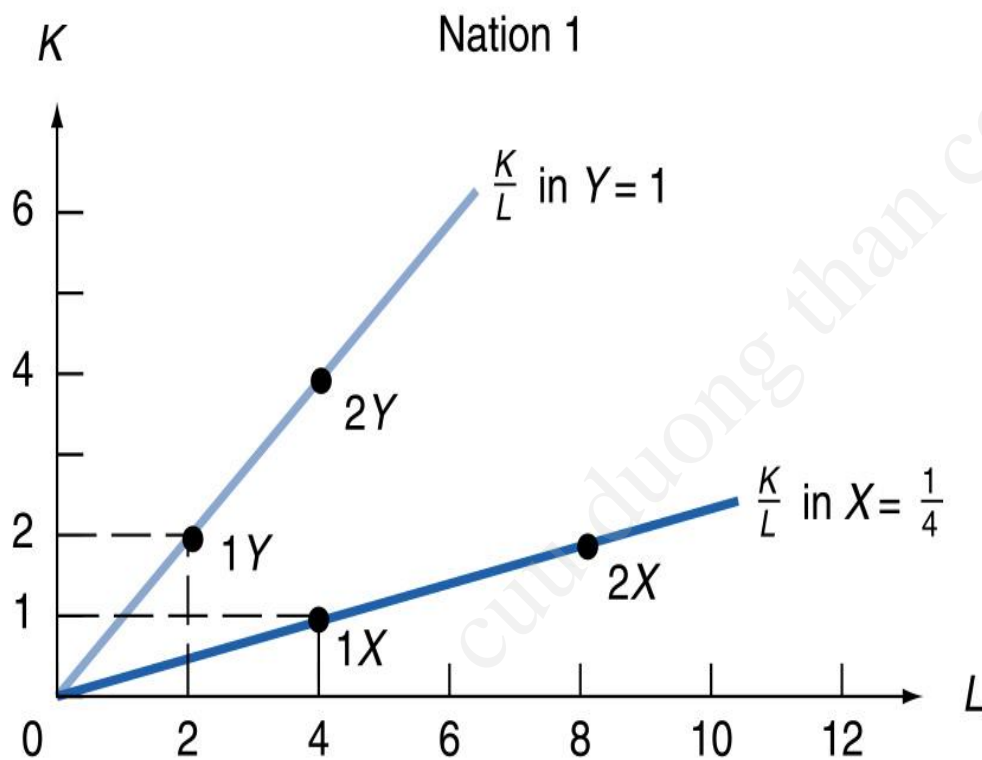


FIGURE: Factor Intensities for Commodities X and Y in Nations 1 and 2

Yếu tố dồi dào

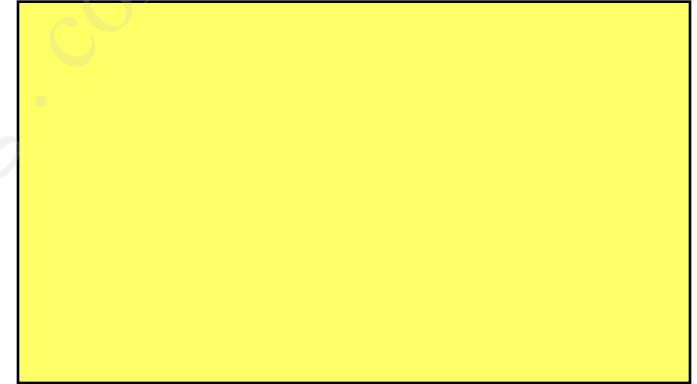
```
graph TD; A[Yếu tố dồi dào] --> B[Đơn vị vật chất cụ thể]; A --> C[Giá cả yếu tố so sánh];
```

**Đơn vị
vật chất
cụ thể**

**Giá cả
yếu tố
so sánh**

Đơn vị vật chất cụ thể

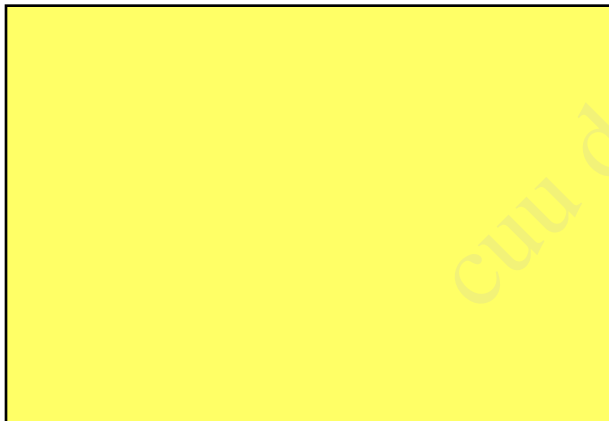
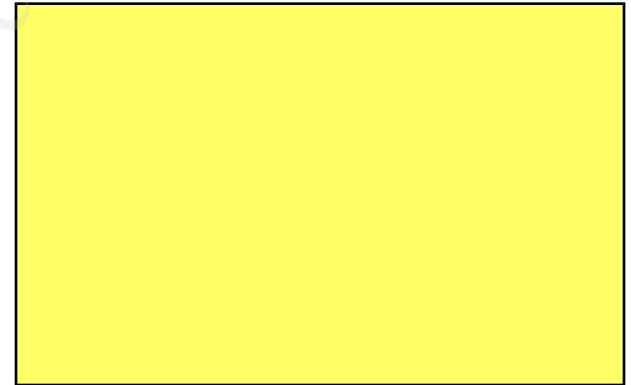
$$\frac{\sum L}{\sum K} \xrightarrow{1} \frac{\sum L}{\sum K} \xrightarrow{2}$$



$$\frac{\sum K}{\sum L} \xrightarrow{1} \frac{\sum K}{\sum L} \xrightarrow{2}$$

Giá cả yếu tố so sánh

$$\frac{P_L}{P_K} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{I} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{w}{r} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{I} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{P_L}{P_K} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{II} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{w}{r} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{II} \end{matrix}$$



$$\frac{P_K}{P_L} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{II} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{r}{w} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{II} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{P_K}{P_L} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{I} \end{matrix} \begin{matrix} \text{---} \\ \text{---} \end{matrix} \frac{r}{w} \begin{matrix} \curvearrowright \\ \text{I} \end{matrix}$$

III. Giá cả và tỷ lệ trao đổi trong TMQT

1. Giá cả quốc tế

2. Tỷ lệ trao đổi trong TMQT

1. Giá cả quốc tế

1.1. Khái niệm

1.2. Đặc điểm

- **Giá cả quốc tế có xu hướng biến động rất phức tạp**

Các nhân tố ảnh hưởng

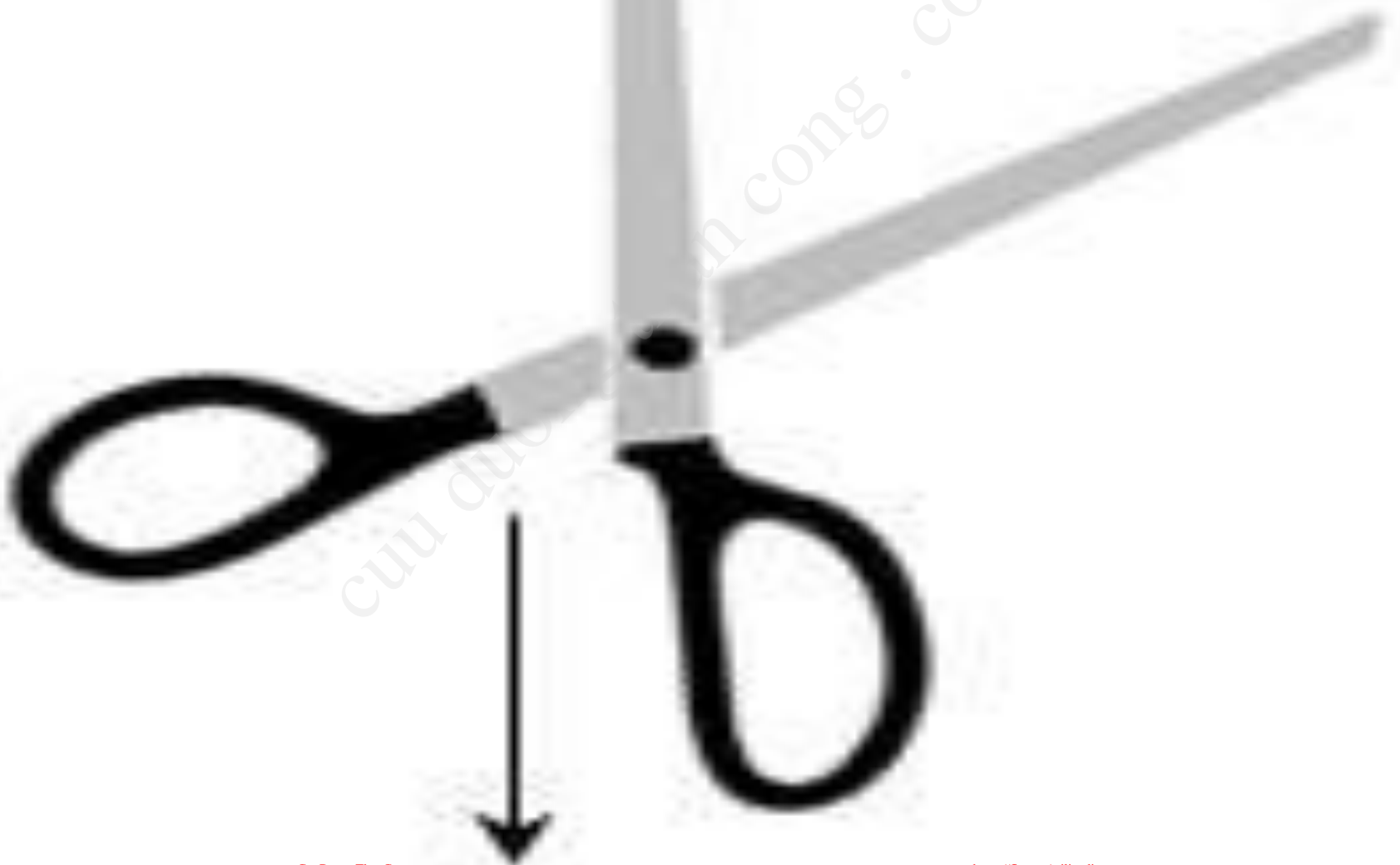
**Nhóm các
nhân tố
ảnh hưởng đến
đồng tiền
thanh toán
quốc tế**

**Nhóm các
nhân tố
ảnh hưởng đến
giá trị
quốc tế
của hàng hóa
(c + v + m)**

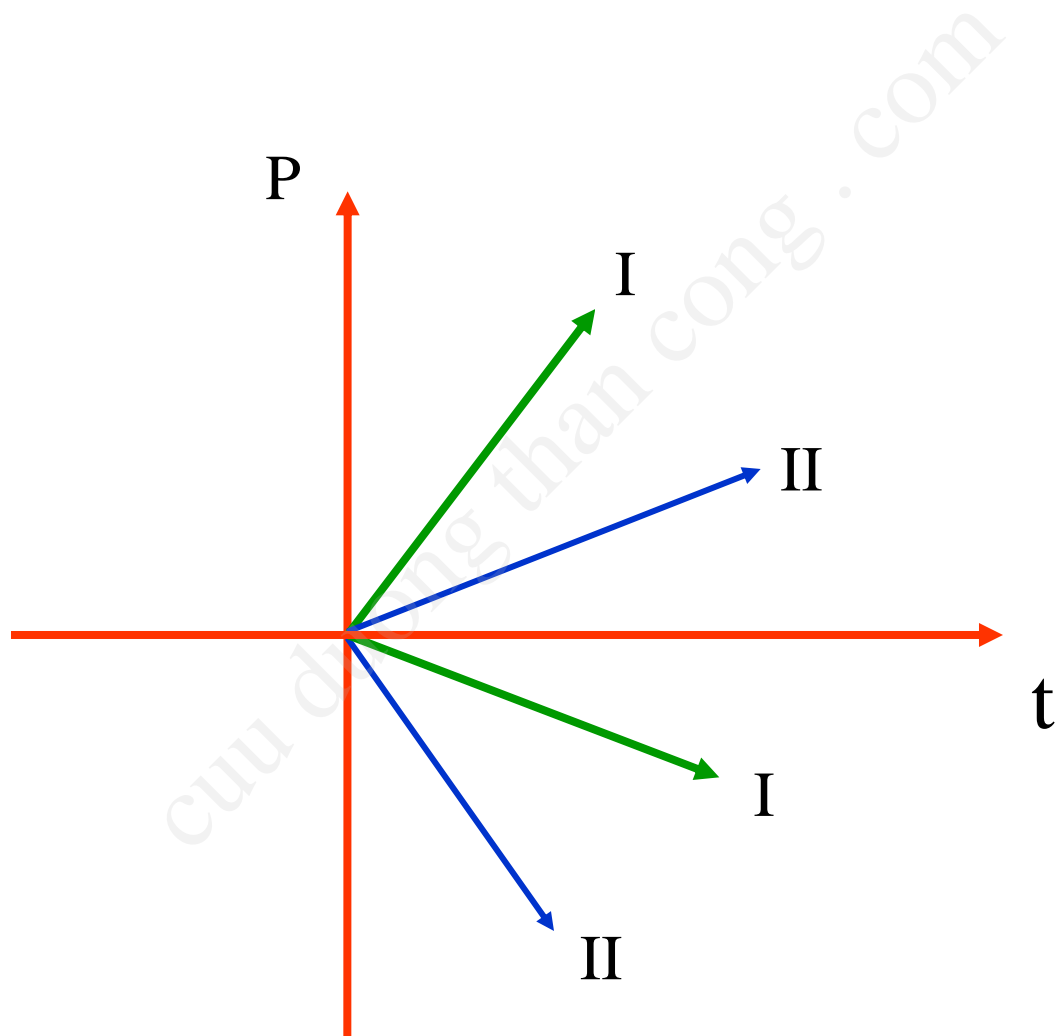
**Nhóm các
nhân tố
ảnh hưởng tới
cung và cầu
quốc tế
của hàng hoá**

- **Có hiện tượng nhiều giá đối với một mặt hàng**

- Gia tăng mạnh xu hướng giá
“cánh kéo”



- Sự tương quan giữa xu hướng giá của nhóm hàng I và xu hướng giá của nhóm hàng II ngày càng tách xa nhau theo hướng có lợi về giá đối với nhóm hàng I.



1.3. Căn cứ để xác định giá cả quốc tế

cuu duong than cong . com

Mức giá quốc tế đòi hỏi phải đáp ứng những tiêu chuẩn sau

- Phải được ghi trong HĐTM thông thường
- Phải xuất hiện trên TT tập trung phần lớn khối lượng giao dịch
- Phải được tính bằng đồng tiền tự do chuyển đổi

2. Tỷ lệ trao đổi

2.1. Khái niệm

- Tỷ lệ trao đổi (Terms of Trade) là mối tương quan giữa chỉ số giá xuất khẩu và chỉ số giá nhập khẩu của một quốc gia trong một thời kỳ nhất định, thường đó là một năm (trường hợp nghiên cứu nhiều sản phẩm)

$$T = \frac{Pe}{Pi} (\times 100)$$

$$Pe = \frac{\sum Qe_1 \cdot Pe_1}{\sum Qe_1 \cdot Pe_0}$$

P_{e1} : Giá XK của một mặt hàng cụ thể ở thời kỳ định tính

P_{e0} : Giá XK của một mặt hàng cụ thể ở thời kỳ gốc

Q_{e1} : Khối lượng một mặt hàng XK cụ thể nào đó ở thời kỳ định tính

$$P_i = \frac{\sum Q_{i1} \cdot P_{i1}}{\sum Q_{i1} \cdot P_{i0}}$$

P_{i1} : Giá NK của một mặt hàng cụ thể ở thời kỳ định tính

P_{i0} : Giá NK của một mặt hàng cụ thể ở thời kỳ gốc

Q_{i1} : Khối lượng một mặt hàng NK cụ thể nào đó ở thời kỳ định tính

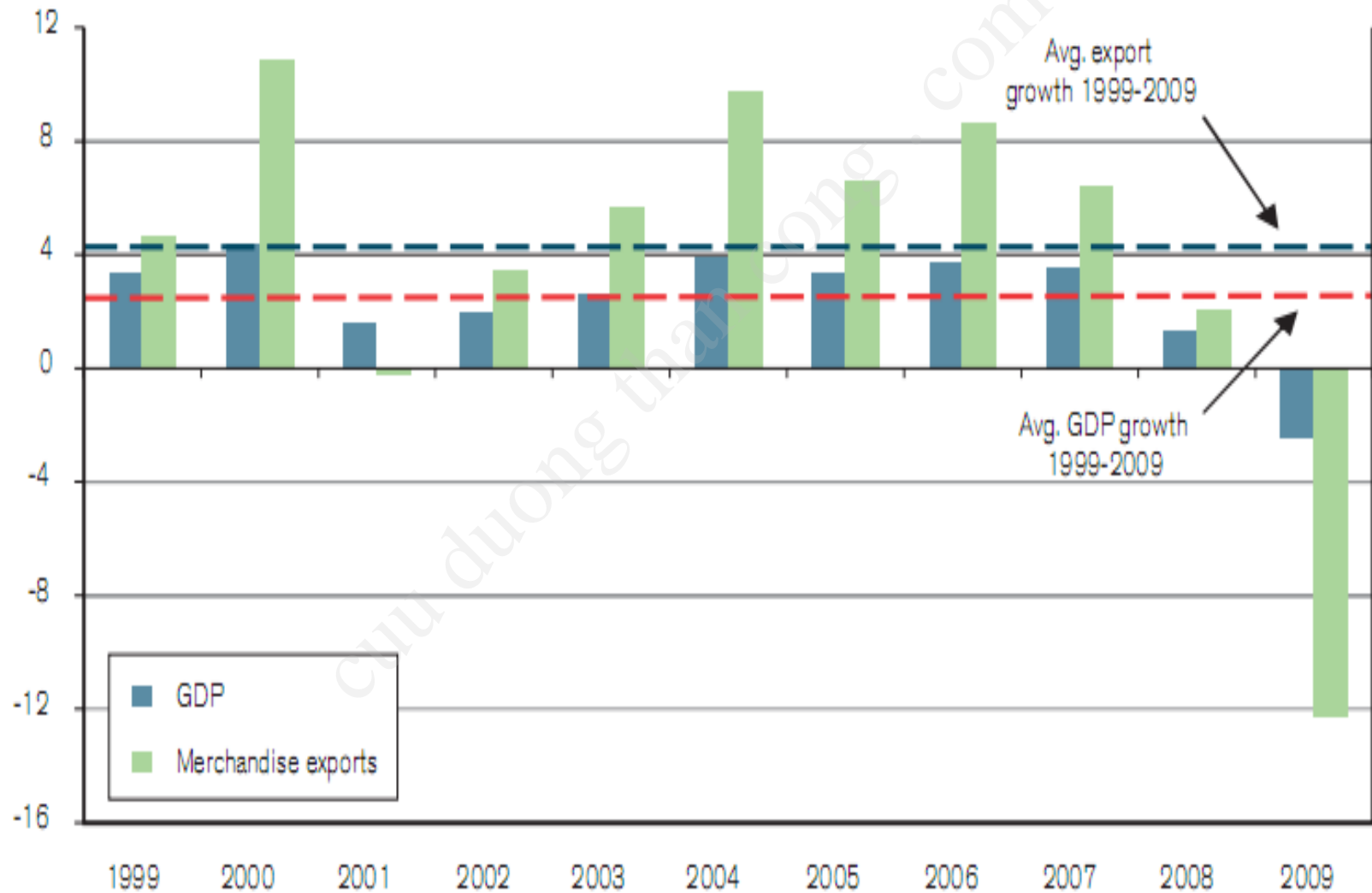
2.3. Ý nghĩa kinh tế

- Động thái giá thế giới
- Tác động của giá thế giới đến tình hình buôn bán quốc tế của mỗi nước cũng như là của cộng đồng.
- Sức mua xuất khẩu của mỗi quốc gia trong một thời kỳ nhất định.
- Cơ sở khoa học để xác định vị thế của quốc gia, doanh nghiệp, mặt hàng trong các chiến lược, kế hoạch, phương án kinh doanh bán hàng, mặt hàng và giá cả.

IV. Một số đặc điểm của TMQT

cuu duong than cong . com

Growth in the volume of world merchandise trade and GDP (1999-2009) (annual percentage change)



- Tự do hoá thương mại là quá trình các QG giảm bớt, tiến tới xoá bỏ các rào cản trong lĩnh vực thương mại; xoá bỏ sự phân biệt đối xử, tạo ra môi trường thuận lợi nhằm thúc đẩy TMQT phát triển.

3.

cuu duong than cong . com

Merchandise trade: leading exporter and importer (2009) (billion dollars and percentage)

Rank	Exporters	Annual per cent			Rank	Importers	Annual per cent		
		Value	Share	change			Value	Share	change
1	China	1202	9.6	-16	1	United States	1604	12.7	-26
2	Germany	1121	9.0	-22	2	China	1006	8.0	-11
3	United States	1057	8.5	-18	3	Germany	931	7.4	-21
4	Japan	581	4.7	-26	4	France	551	4.4	-22
5	Netherlands	499	4.0	-22	5	Japan	551	4.4	-28
6	France	475	3.8	-21	6	United Kingdom	480	3.8	-24
7	Italy	405	3.2	-25	7	Netherlands	446	3.5	-23
8	Belgium	370	3.0	-22	8	Italy	410	3.2	-26
9	Korea, Republic of	364	2.9	-14	9	Hong Kong, China	353	2.8	-10
						- retained imports ^a	91	0.7	-8
10	United Kingdom	351	2.8	-24	10	Belgium	351	2.8	-25

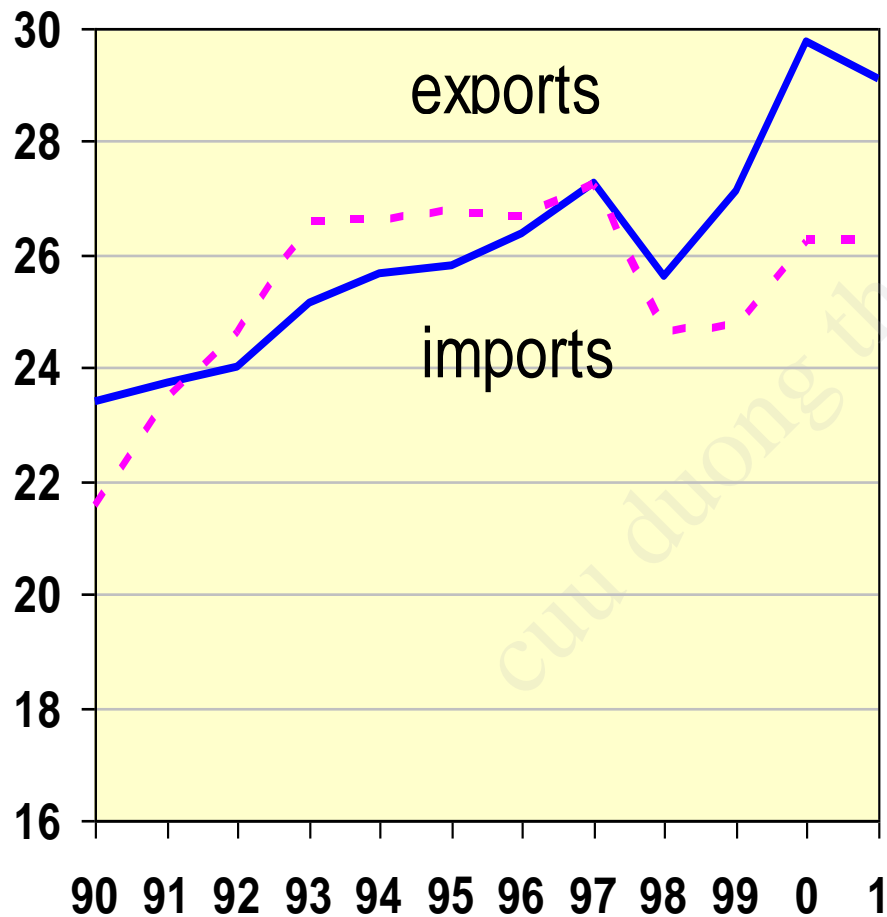
Appendix Table 5: Leading exporters and importers in world trade in commercial services, 2009
(Billion dollars and percentage)

Rank	Exporters	Annual percentage			Rank	Importers	Annual percentage		
		Value	Share	change			Value	Share	change
1	United States	470	14.2	-9	1	United States	331	10.6	-9
2	United Kingdom	240	7.2	-16	2	Germany	255	8.2	-10
3	Germany	215	6.5	-11	3	United Kingdom	160	5.1	-19
4	France	140	4.2	-14	4	China	158	5.1	0
5	China ^a	129	3.9	-12	5	Japan	146	4.7	-11
6	Japan	124	3.8	-15	6	France	124	4.0	-12
7	Spain	122	3.7	-14	7	Italy	114	3.6	-11
8	Italy	101	3.0	-15	8	Ireland	104	3.3	-5
9	Ireland	95	2.9	-7	9	Netherlands	87	2.8	-5
10	Netherlands	92	2.8	-11	10	Spain	87	2.8	-17

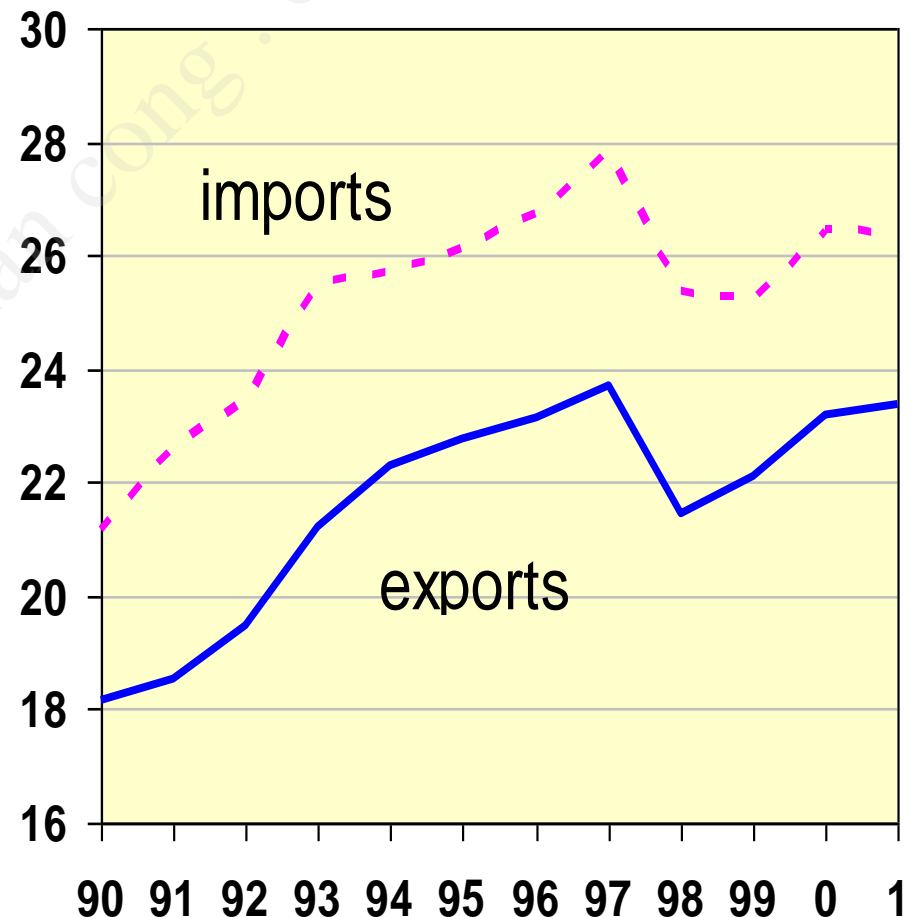
4.

Share of developing countries in world merchandise and commercial services trade, 1990-2001 (%)

Merchandise trade



Commercial services



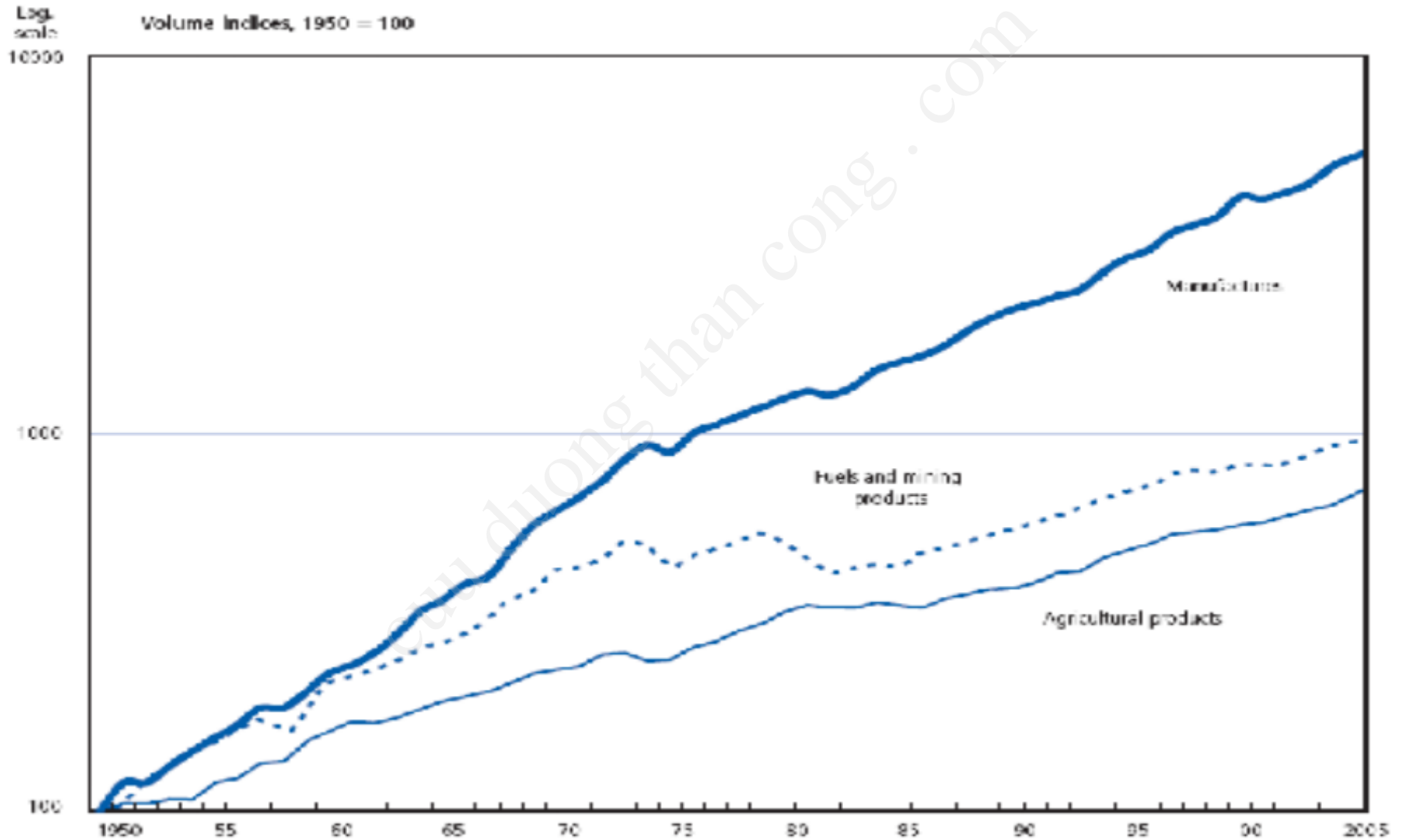
World merchandise export by region and selected economy, 1948, 1973, 1993 and 2004				
	1948	1973	1993	2004
	Value (bil. USD)			
World	58	579	3670	8907
	Share (%)			
North America	28.3	17.3	18	14.9
United States	21.7	12.3	12.7	9.2
South and Central Americ	11.4	4.3	3	3.1
Brazil	2	1.1	1.1	1.1
Argentina	2.8	0.6	0.4	0.4
Europe	31.5	45.4	45.4	45.3
CIS	-	-	1.5	3
Africa	7.3	4.8	2.5	2.6
Middle East	2	4.1	3.4	4.4
Asia	13.6	14.9	26.1	26.8
China	0.9	1	2.5	6.7
Japan	0.4	6.4	9.9	6.4
India	2.2	0.5	0.6	0.8
Six East Asian traders	3	3.4	9.7	9.7
GATT/WTO Members	60.4	81.8	89.5	93.7

World merchandise import by region and selected economy, 1948, 1973, 1993 and 2004				
	1948	1973	1993	2004
	Value (bil. USD)			
World	66	589	3768	9250
	Share (%)			
North America	20.6	17.3	21.5	21.8
United States	13	12.3	16	16.5
South and Central Americ	9.8	4.4	3.3	2.6
Brazil	1.7	1.2	0.7	0.7
Argentina	2.4	0.4	0.4	0.2
Europe	40.4	47.4	44.8	44.8
CIS	-	-	1.2	1.9
Africa	7.6	4	2.6	2.3
Middle East	1.7	2.8	3.3	2.7
Asia	14.2	15.1	23.3	24
China	1.1	0.9	2.8	6.1
Japan	1	6.5	6.4	4.9
India	3.1	0.5	0.6	1.1
Six East Asian traders	3	3.7	9.9	8.5
GATT/WTO Members	52.9	89.1	88.7	95.8

5. Cơ cấu hàng hóa trong thương mại quốc tế

cuu duong than cong . com

World merchandise trade by major product group (1950-2005)



World merchandise exports by product, 2001

(Billion dollars and percentage)

	Value	Share	
	2001	1990	2001
All products ^a	5984	100.0	100.0
Agricultural products	547	12.2	9.1
Food	437	9.3	7.3
Raw materials	110	2.9	1.8
Mining products	790	14.4	13.2
Ores and other minerals	63	1.6	1.1
Fuels	616	10.7	10.3
Non-ferrous metals	111	2.1	1.9
Manufactures	4477	70.4	74.8

World merchandise exports by major product group, 2008

(Billion dollars and percentage)

	Agricultural products	Fuels and mining products		Manufactures						
		Total	Fuels	Total	Iron and steel	Chemicals	Office and telecom equipment	Automotive products	Textiles	Clothing
Value	1342	3530	2862	10458	587	1705	1561	1234	250	362
Share in world merchandise trade	8.5	22.5	18.2	66.5	3.7	10.9	9.9	7.8	1.6	2.3
Annual percentage change										
1980-85	-2	-5	-5	2	-2	1	9	5	-1	4
1985-90	9	3	0	15	9	14	18	14	15	18
1990-95	7	2	1	9	8	10	15	8	8	8
1995-00	-1	10	12	5	-2	4	10	5	0	5
2000-08	12	19	20	11	19	14	6	10	6	8
2006	11	28	23	13	18	13	14	11	8	12
2007	20	15	13	15	27	19	4	18	9	12
2008	19	33	41	10	23	15	3	3	4	5

6. E-commerce

- Thương mại điện tử là việc tiến hành các giao dịch thương mại thông qua sử dụng các phương tiện công nghệ điện tử mà chủ yếu là qua mạng thông tin toàn cầu Internet.



Subscribers	2001	2004	2007
Internet users (millions)	533	945	1,460
Wireless Internet users as % of all Internet users	16	41.5	56.8

Year-end	2000	2002	2005
Worldwide (millions)			
PCs in use	521	695	1,008
Internet users	375	544	840

Year	B2C Sales: Actual and Estimated \$ Billions	B2B Sales (including EDI): Actual and Estimated \$ Billions
2007	240	6800
2006	190	5300
2005	150	4100
2004	130	2800
2003	100	1600
2002	80	900
2001	70	730
2000	50	600
1999	25	550
1998	10	520
1997	5	490
1996	Less than 1	460

Adapted from reports by ClickZ Network (http://www.clickz.com/stats/stats_toolbox/); eMarketer (<http://www.emarketer.com/>); Forrester Research (<http://www.forrester.com/>); and the *Statistical Abstract of the United States*, 2004–2005, Washington: U.S. Census Bureau.

FIGURE 1-3 Actual and estimated online sales in B2C and B2B categories

7.



	<i>Số vụ khởi kiện điều tra mới</i>	<i>Số vụ áp dụng biện pháp chống BPG</i>
1995	157	119
1996	225	92
1997	243	125
1998	256	170
1999	254	184
2000	292	232
2001	364	166
2002	312	216
2003	232	221
2004	212	151
6/2005	96	53
Tổng	2.743	1.729