

Phần 3

Chương 10: Chính sách xuất khẩu

Chương 10: Chính sách xuất khẩu

Nội dung chương:

- Vai trò của xuất khẩu
- Mục tiêu, nhiệm vụ và phương hướng xuất khẩu
- Chính sách phát triển xuất khẩu
- Quản lý và thống kê xuất khẩu (Tổng kết)

A. Vai trò của xuất khẩu

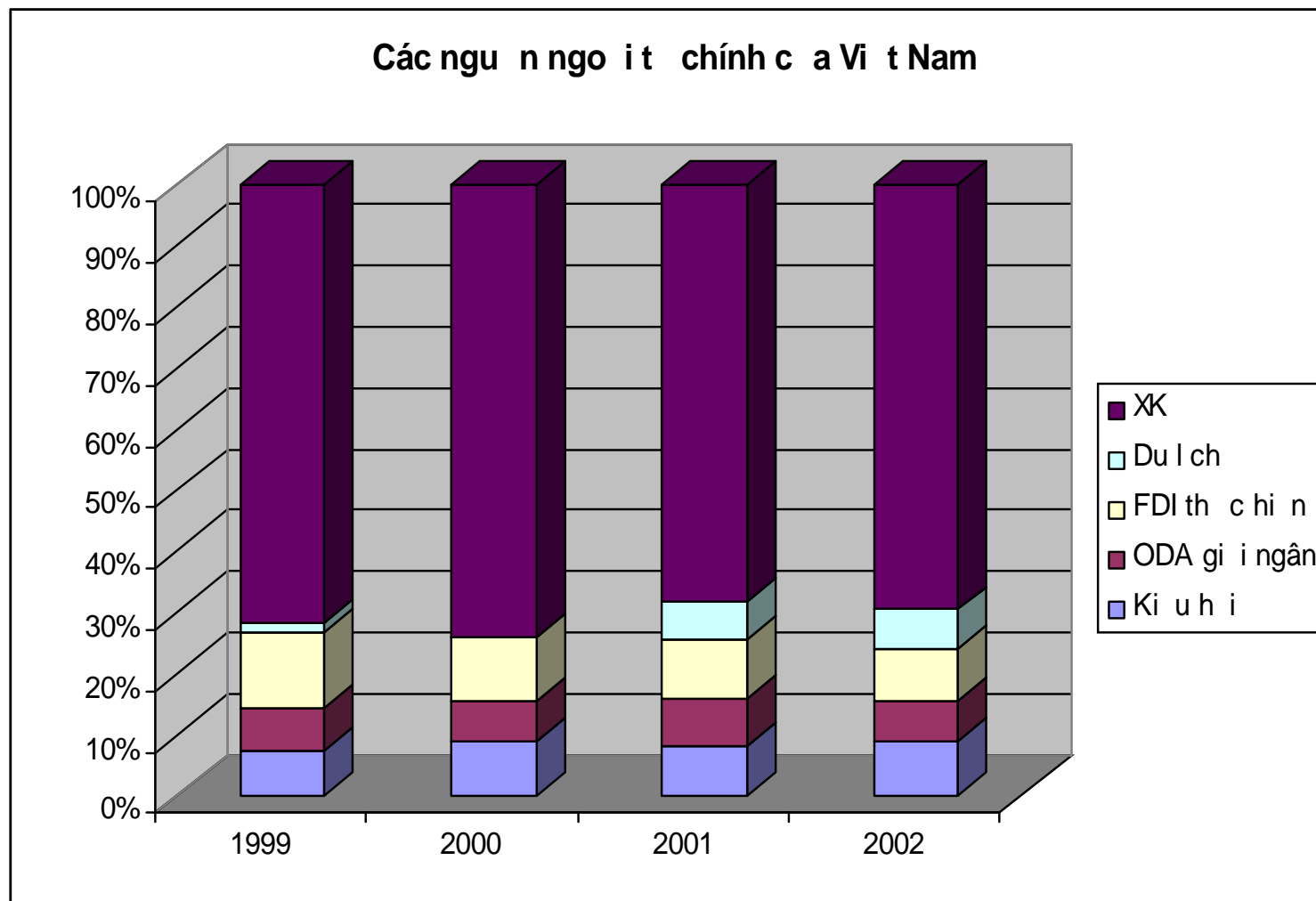
1. Tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phôi CNH
2. Thúc đẩy chuyển đổi cơ cấu kinh tế, phát triển sản xuất
3. Giảm quy mô công nhân viên làm và cải thiện đời sống nhân dân
4. Mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế ngoại

1. T o v n cho NK ph c v CNH

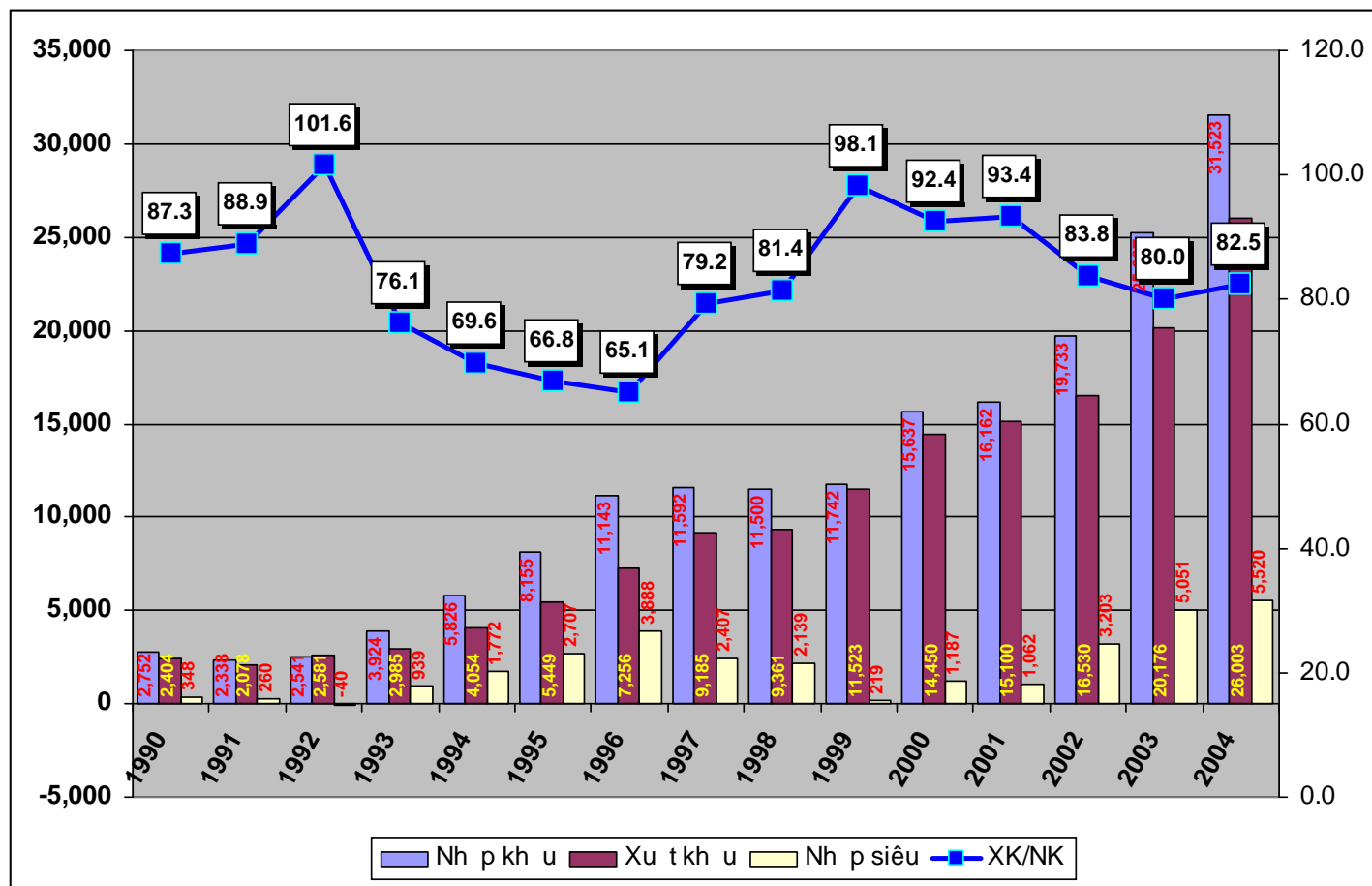
■ Lu ng v n ngo i t c a VN?

1. Vay n , vi n tr
2. u t n c ngoài (FDI, FPI)
3. Du l ch
4. XK s c lao ng
5. Ki u h i
6. H p tác nghiên c u KHKT
7. XK d ch v
8. XK hàng hóa: Vì sao l i quan tr ng?

1. T o v n cho NK ph c v CNH



1. T o v n cho NK ph c v CNH



2. Thúc đẩy chuyển đổi cơ cấu kinh tế, phát triển sản xuất

- Hai quan điểm:
 - Xuất khẩu là vị trí tiêu thụ hàng SP thừa
 - Có thể trở nên tích cực là hình thức quản trị kinh tế xã hội sản xuất
- Quan điểm 1 hay 2?
 - XK và ngành sản xuất
 - XK và thị trường tiêu thụ
 - XK và khả năng cung cấp đầu vào cho SX, nâng cao năng lực SX
 - XK tạo vốn và kỹ thuật
 - XK và tính cạnh tranh của hàng hóa
 - XK và quản trị sản xuất

3. Giới thiệu quy trình công nghệ sản xuất và các chỉ tiêu đánh giá sản phẩm nhân dân

- SX hàng XK tạo ra hàng triệu USD giá trị
 - XK tạo nguồn vốn NK và phát triển tiêu dùng thị trường, nâng cao đời sống nhân dân
 - XK tác động đến SX: phát triển SX, khôi phục ngành nghề cũ, nâng cao thu nhập
- VD: Các XK có giá trị hàng tỷ USD công nghệ thì tạo ra giá trị và thu nhập cho khoảng 3.000-4.000 lao động. 2000: 237 triệu USD; 2004: 410 triệu USD; 2005: ~500 triệu USD**

4. M r ng và thúc y các QHKT i ngo i khác

■ QH Kinh t i ngo i ?

- TMQT
- u t
- H p tác KHKT
- Di chuy n hàng hóa s c lao ng
- QH qu c t v t i n t

B. Mục tiêu, nhiệm vụ và phương hướng phát triển xuất khẩu

I. Mục tiêu và nhiệm vụ cơ bản xuất khẩu

1. Mục tiêu: XK là NK
2. NV: a) khai thác nguồn lực
b) nâng cao kim ngạch,
c) mở rộng hàng chủng loại cạnh tranh

II. Phương hướng phát triển xuất khẩu

1. Chuyển vào nguồn lực bên trong, yêu cầu thay đổi và hiệu quả kinh tế
2. 4 phương hướng: kim ngạch XK; chuyển đổi cơ cấu SX, XK; mở rộng thị trường; nâng cao chất lượng và GTGT hàng XK

C. Chính sách phát triển xuất khẩu

1. Chính sách chuyển đổi cơ cấu xuất khẩu
2. Chính sách và phương hướng phát triển thương mại xuất khẩu
3. Chính sách và biện pháp hỗ trợ XK

1. Chính sách chuyển đổi cơ cấu xu hướng

1.1.CS hình thành và phát triển các vùng SX hàng XK

1.2.CS phát triển các ngành hàng SX&XK

1.3.CS chuyển đổi cơ cấu sản phẩm XK

1.1.CS hình thành và phát triển các vùng SX hàng XK

- Vùng sản xuất hàng & vùng KT trọng điểm
- Đông Nam Bộ và vùng KT trọng điểm
- Bắc Trung Bộ, duyên hải Trung Bộ và vùng KT trọng điểm miền Trung
- Trung du và miền núi Bắc Bộ
- Tây nguyên
- Vùng sản xuất sông Cửu Long

1.2. Chính sách phát triển các ngành SX, XK

■ Công nghiệp:

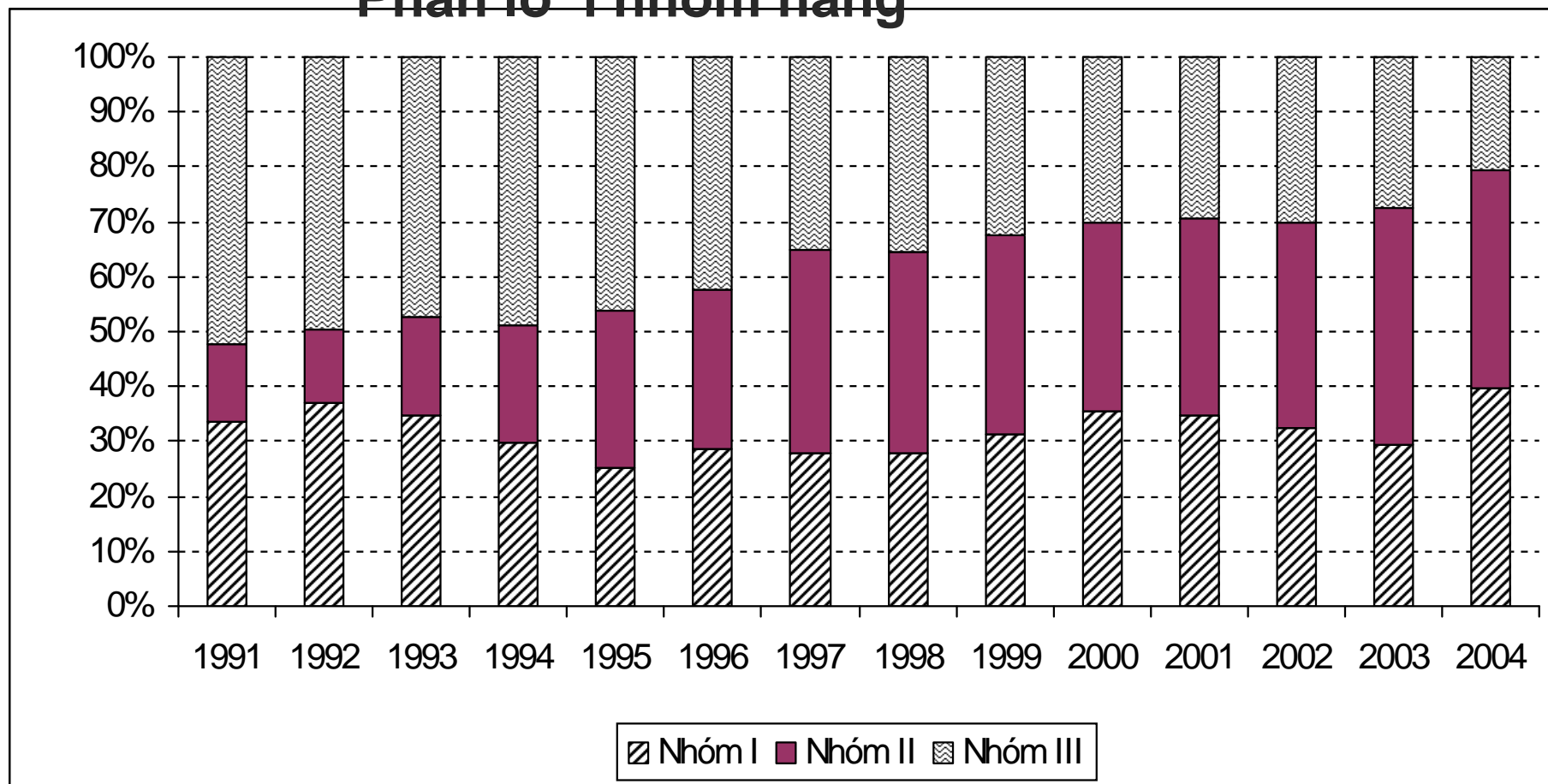
- CN chủ yếu: Sản xuất hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu
- CN chủ yếu: Sản xuất hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu
- Phát triển ngành công nghiệp chế biến có hiệu quả

1.2. Chính sách phát triển các ngành SX, XK

- Nông nghiệp:
 - Giảm dần trợ cấp ngành nông nghiệp chú trọng ngành phân ngành có tiềm năng, có lợi thế so sánh và có khả năng xuất khẩu
 - 5 hướng ưu tiên pháp:
- Dịch vụ : CNTT và phần mềm; Du lịch; Vận tải; Xây dựng

1.3. CS chuyên ngành về cơ cấu SP XK

Phân loại nhóm hàng



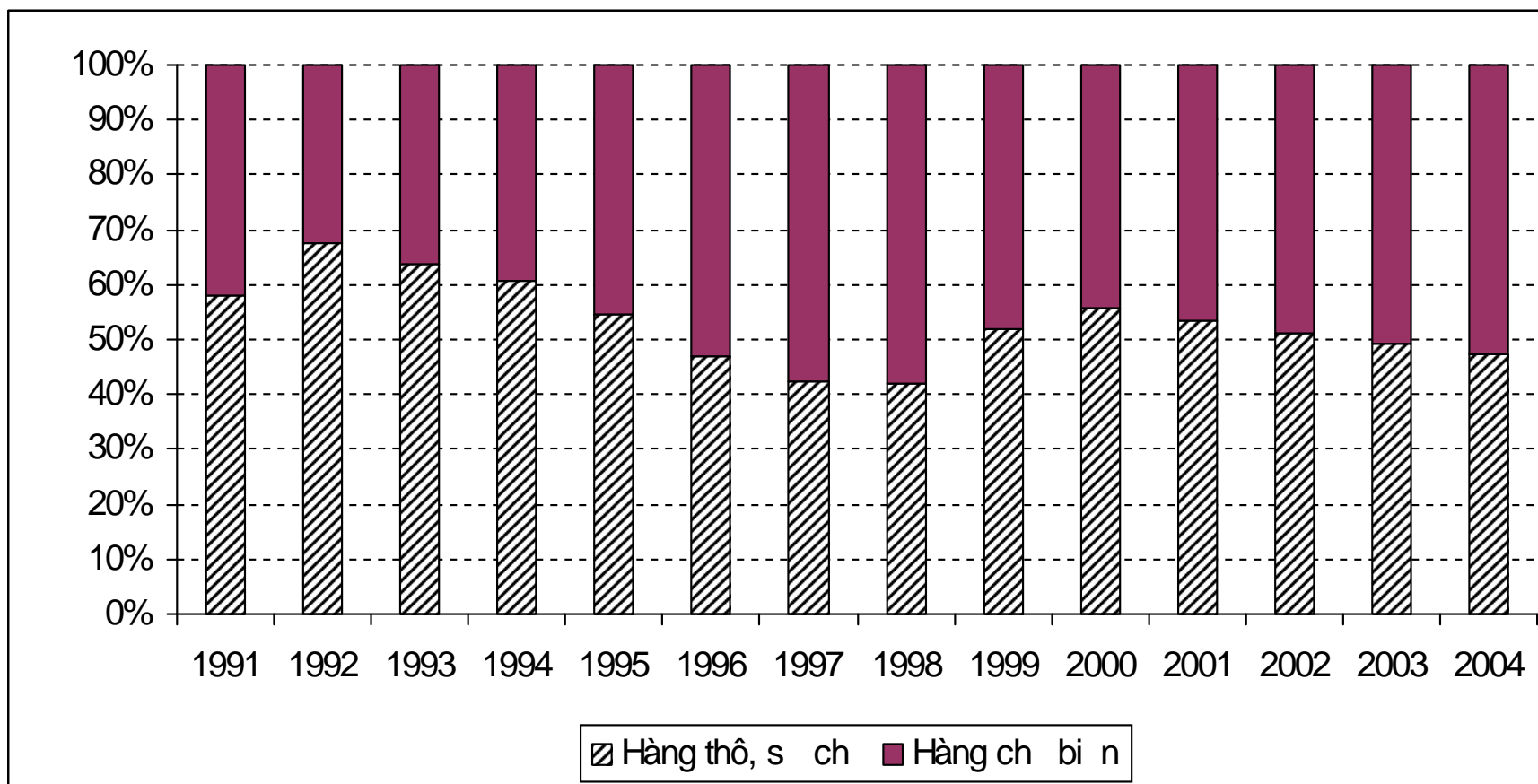
Nhóm I: Công nghệ sản xuất và khoáng sản

Nhóm II: Công nghệ chế biến và tài nguyên công nghệ

Nhóm III: Nông lâm thủy sản

1.3. CS chuyên ngành cơ cấu SP XK

Phân loại theo SITC



2. Chính sách và ph ng h ng phát tri n th tr ng

- Khu v c châu Á – Thái Bình D ng
 - ASEAN+3
 - ài Loan: B n hàng xu t kh u th 4
- Khu v c châu Âu
 - EU
 - ông Âu và SNG
- Khu v c B c M
- Khu v c châu i D ng
- Khu v c châu Phi, Nam Á, Trung C n ông và M LaTinh

3. Chính sách và biện pháp hỗ trợ xuất khẩu

3.1. Các biện pháp tạo nguồn hàng và cải thiện cơ cấu xuất khẩu

3.2. Các biện pháp tài chính nhằm khuyến khích SX, thúc đẩy XK

3.3. Các biện pháp vận tải và xúc tiến

3.1. Các biện pháp tổ chức ngành và các biện pháp của XK

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng XK chủ lực

3.1.2. Gia công xuất khẩu

3.1.3. Các biện pháp ưu đãi liên quan (thuế)

**3.1.4. Xây dựng các khu kinh tế mới (thuế, lệ phí)
khu phi thuế khu công nghiệp, khu chế xuất)**

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng XK chủ lực

a) Khái niệm:

3 quan niệm chính về MHXK chủ lực:

- Có kim ngạch xuất khẩu, chiếm $>25\%$
- SX ra phần lớn là XK
- Có kim ngạch xuất khẩu do thu nhập từ cung-cầu

Quan niệm nào đúng? Kết hợp cả 3

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng XK chủ lực

a) Khái niệm:

Hàng XKCL là loại hàng XK có thể trở thành hàng nhập khẩu, có giá trị SX trong nước thu nhập, chi phí sản xuất thấp trong kim ngạch XK và giá trị quy đổi trong các đơn hàng XK.

b) 3 tiêu chí của MHXK chủ lực

- giá trị nhập khẩu
- giá trị xuất khẩu
- kim ngạch

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng XK chủ lực

c) Ý nghĩa của MHXK chủ lực:

- Mang lại danh tiếng, vị thế cho quốc gia
- Giúp mở rộng quy mô sản xuất, chuyển đổi cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực
- Giúp tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu
- Giúp giảm nghèo, nâng cao đời sống
- Tạo điều kiện mở rộng hợp tác KHKT

3.1.1. Xây dựng các mặt hàng XK chủ lực

d) Phương hướng xây dựng:

- Về các mặt hàng XKCH hiện có: ưu tiên vào khâu chuyển biến nâng cao giá trị XK
- Chú trọng tìm kiếm các mặt hàng mới: Sản phẩm mới, phân môn mới...

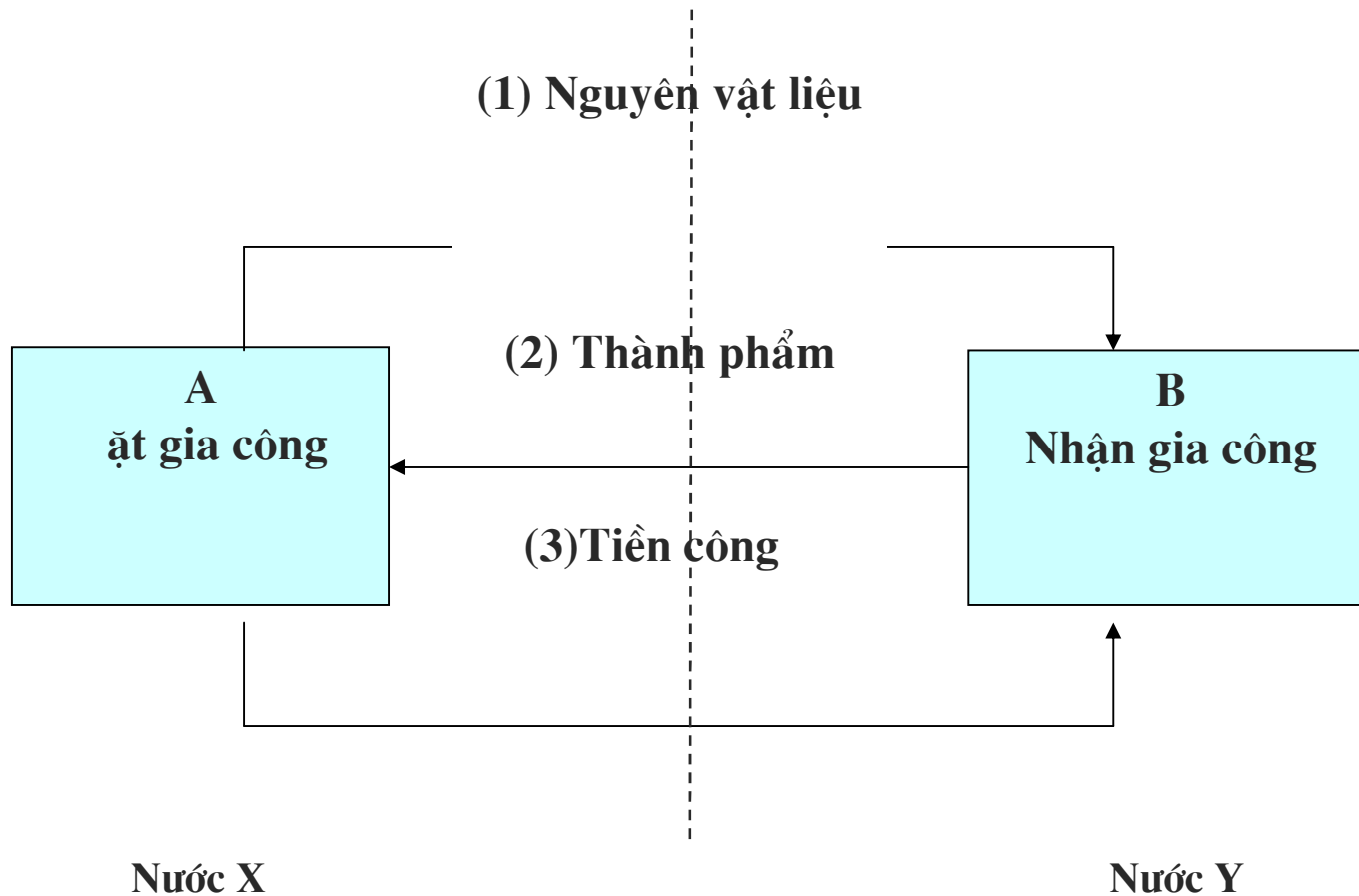
3.1.2. Gia công xuất khẩu

a) Khái niệm:

Là hoạt động theo đó bên đặt gia công giao NVL, có khi cả MMTB bán và chuyên gia cho bên Nhận gia công SX ra mặt hàng mới theo yêu cầu của mình. Kết thúc SX, bên đặt nhận sản phẩm và trả tiền công cho bên Nhận.

Khi hoạt động này xuất ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia thì gọi là Gia công XK.

3.1.2. Gia công xuất khẩu



3.1.2. Gia công xuất khẩu

b) Phân loại:

- Dựa vào lĩnh vực gia công: Gia công SP công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp / nông nghiệp xuất khẩu (trồng trọt và chăn nuôi)
- Dựa vào mức độ chuyên giao NVL: NVL+chuyên gia/ NVL/ NVL chính

3.1.2. Gia công xuất khẩu

c) Lợi ích của gia công xuất khẩu:

- **Vị bên nhận gia công:** Việc làm, ngoi, tìm hiểu nhu cầu thị trường, thâm nhập thị trường, khả năng thi công NVL, vận và kết thu
- **Vị bên xuất gia công:** khai thác Lao động giá rẻ, cơ sở vật chất sẵn có, chính sách ưu đãi, thâm nhập thị trường có ưu đãi về bên nhận

3.1.2. Gia công xuất khẩu

d) Phương hướng phát triển gia công:

- **Vị thế hàng gia công:** Sản phẩm lao động kỹ thuật và vị trí công bố của ngành công nghệ hàng công nghệ cao
- **Vị khách hàng:** Lựa chọn khách hàng có nhu cầu lớn, lâu dài, ổn định
- **Khả năng cạnh tranh:** Làm việc tùy tiện... bằng cách đầu tư thiết bị máy móc hiện đại, mở rộng thị trường, uy tín, ứng dụng

3.1.3. Các biện pháp xuất liên quan đến chính sách ngân hàng

Tra soát 4 câu hỏi:

- Tại sao phải quan tâm tới các biện pháp xuất trong CS phát triển XK?
- Ngân hàng xuất cho SX hàng xuất khẩu như thế nào?
- Hình thức chính sách xuất?
- Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả của ngân hàng?

3.1.4. Xây dựng các khu kinh tế mới

Tổng cục, lưu ý các Khu chế xuất và khu công nghiệp

- Khu bảo tồn
- Công ty
- Khu mua sắm chế tạo FTZ (không SX)
- **Khu chế xuất EPZ**
- **Khu công nghiệp**
- Các khu kinh tế SEZ
- Thành phố mới
- Tam giác phát triển hoặc Nhì - Tam giác phát triển

3.1.4. Xây dựng các khu kinh tế mới

Trả lời câu hỏi:

1. Điểm giống và khác nhau cơ bản?

- Giống: đều có chung quy chế thống nhất
- Khác: Các loại hình và phép hoạt động trong các khu vực

2. So sánh giá công xuất khẩu, vị trí ưu thế vào khu vực xuất khẩu có thêm những ưu đãi gì?

3.2. Các biện pháp tài chính

1. Tín dụng xu t kh u
2. Tr c p xu t kh u
3. Chính sách t giá h i oái
4. Thu xu t kh u và các u ãi v thu

3.2.1. Tín dụng xu t kh u

- B o lãnh tín d ng xu t kh u (VDB) – 85%
 - B o lãnh kho n tín d ng mà ngân hàng c p cho nhà nh p kh u (b o lãnh vay v n)
 - B o lãnh kho n tín d ng mà nhà XK c p cho nhà NK
- B o hi m tín d ng
- C p tín d ng
 - Cho nhà nh p kh u – t i a 85%
 - Cho nhà xu t kh u – t i a 85%
 - Tr c khi giao hàng (nguyên v t li u, s n xu t hàng, bao bì, v n t i, b o hi m, thu ...)
 - Sau khi giao hàng (chi t kh u h i phi u)

3.2.1. Tín dụng xu t kh u

T i Vi t Nam

- N 151/2006/N -CP thay th Quy ch 133 (Ban hành kèm Q 133/2001/Q -TTG)
- T i Vi t Nam: lãi su t cho vay tín d ng xu t kh u 2008 là 14,4%

3.2.2. Tr c p xu t kh u

1. Khái ni m:

WTO: Tr c p là vi c CP dành cho doanh nghi p nh ng l i ích hay u ấi mà trong i u ki n thông th ng doanh nghi p không th có (Hi p nh v SCM)

* Các hình th c tr c p

- Tr c ti p: c p ti n, mi n gi m, u ấi giá
- Gián ti p: gi i thi u, qu ng cáo, giúp k thu t, ào t o, t o thu n l i cho giao d ch

3.2.2. Trách nhiệm xã hội

2. Mục đích và tác động:

- Phát triển công nghệ sản phẩm
- Cải thiện chất lượng cuộc sống
- Công cụ “mối liên kết” trong đàm phán
- Ý nghĩa xã hội

S L i ích và chi phí c a tr c p

3.2.2. Tr c p xu t kh u

3. Quan i m c a WTO

WTO không khuy n khích nh ng c ng không hoàn toàn c m. Hi p nh SCM th a nh n “*Tr c p là công c phát tri n h p pháp và quan tr ng c a các n c áng phát tri n*”

- Hi p nh SCM: H p màu - Màu vàng và Màu xanh
- Hi p nh AoA: *chia tr c p thành Tr c p xu t kh u và H tr trong n c*. Tr c p xu t kh u b c m. H tr trong n c g m: H p màu h phách – H p da tr i – H p xanh lá cây

3.2.3. Chính sách t giá h i oái

- Khái ni m và phân lo i t giá
 - Khái ni m: Giá c ngo i t
 - Phân lo i: Danh ngh a và th c t ; chính th c và th tr ng
- nh h ng c a t giá n xu t kh u
 - T giá danh ngh a
 - T giá th c t
- Can thi p c a nhà n c: Nên ki m soát l m phát hay Phá giá ti n t ?
 - i u ki n phá giá thành công

3.2.4. Thu xu t kh u và các u ãi v thu

T c và tr l i câu h i:

- M c ích c a vi c ánh thu xu t kh u?
- Theo lu t thu xu t kh u, nh p kh u 2005, nh ng hàng hóa nào c mi n, gi m và hoàn thu ?

3.3. Các biện pháp văn thức và xúc tiến

3.3.1. Các biện pháp văn thức : Các p t i vi c NN t o d ãng m t môi tr ãng pháp lý thu n l i cho ho t ãng XK d i 2 khía c ãnh:

- NN xây d ãng h ãth ãng các VBPL có nh ãng n i dung u ãi i v i ho t ãng liên quan ãn XK.
- NN t o i u ki ãn thu n l i v ãm t pháp lý t ã phía n ã c b ãn hàng ã các DN trong n ã c thúc ãy XK.

3.3. Các biện pháp vĩ mô và xúc tiến

3.3.2. Các biện pháp vĩ mô xúc tiến XK:

- *XTXK* có nghĩa là những công cụ của CS nhằm thúc đẩy trực tiếp hay gián tiếp đến các hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp, ngành hay quốc gia
- *XTXK* là biện pháp có phạm vi của NN nhằm ra mắt cho các hoạt động hỗ trợ cho các nhà XK trong việc tìm hiểu, thâm nhập thị trường, tham gia hội chợ, triển lãm, quảng bá giới thiệu sản phẩm ra ngoài hay tận dụng cho các nhà XK trong việc xây dựng chiến lược KD XK....
- *XTXK* thường có thể hiện và kết hợp chặt chẽ quy mô quốc gia và các DN.

3.3. Các biện pháp và thủ tục và xúc tiến

3.3.2. Các biện pháp và xúc tiến XK:

Các pháp gia, hoạt động XT XK thường bao gồm:

- XD chỉ nl c, nh h ng XK.
- Ban hành các biện pháp, chính sách hỗ trợ XK.
- L p các Vi n NC cung cấp thông tin cho DN XK.
- ào tạo cán b , chuyên gia giúp các DN XK.
- L p ra các c quan NN n c ngoài nghiên cứu t i ch tình hình th tr ng hàng hoá, th ng nhân và chính sách c a n c s t i.
- V.V....

3.3. Các biện pháp vận chuyển và xúc tiến

3.3.2. Các biện pháp vận xúc tiến XK:

Cơ sở DN, hoạt động XTXK gồm:

- Tiến hành quảng cáo bán hàng ra nước ngoài.
- Tham gia hội chợ, triển lãm nước ngoài.
- Các đoàn cán bộ ra nước ngoài nghiên cứu thị trường hàng hoá, thị trường nhân, chính sách NK của nước mua hàng.
- Thành lập VP DN nước ngoài hay các Trung tâm TMQT tại nước (VD: Dubai (UAE))

D. Qu n lý và th t c xu t kh u

T c và tr l i các câu h i:

- Vì sao ph i qu n lý xu t kh u?
- Các công c chính qu n lý xu t kh u mà Vi t Nam áp d ng là gì?
- Hi n nay Vi t Nam áp d ng h n ng ch xu t kh u v i SP nào?