



CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

CHƯƠNG 7:
**CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN
THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ**





I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM


II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI

- Các mô hình chiến lược phát triển KT-XH
- Chiến lược phát triển KT-XH 2001 - 2010

III. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN TMQT

- Các mô hình chiến lược phát triển TMQT
- Chiến lược PT TMQT của Việt Nam 2001 – 2010
- Các quan điểm cơ bản chỉ đạo hoạt động TMQT







I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM

- Chiến lược:**
 - là đường hướng, cách thực hiện mục tiêu, giải quyết nhiệm vụ đặt ra mang tính toàn cục, tổng thể và trong thời gian dài
 - là sự bố trí tổng thể các nguồn lực, các giải pháp để đạt được mục đích, mục tiêu
 - là một hệ thống những mục tiêu khái quát, những quan điểm, định hướng và chính sách cơ bản ở tầm tổng thể, dài hạn


Chiến lược quốc gia? Doanh nghiệp? Cá nhân?





I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM

Hãy dành 1 phút để suy nghĩ:

Chiến lược có phải là một bản kế hoạch dài hạn?





I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM

2. Chiến lược phát triển KT-XH

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


- Tầm nhìn
- Nhất quán về đường hướng và giải pháp cơ bản
- Cơ sở xây dựng quy hoạch, kế hoạch




I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM


Tại sao cần phải có Chiến lược phát triển KT-XH?






I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM

- Phát triển không phải là một quá trình tự phát → Định hướng
- Phối hợp một tốt nhất các nguồn lực khan hiếm
- Cơ chế thị trường có những hạn chế, không chỉ lấy thị trường làm căn cứ ra các quyết định và phương hướng phát triển
- Cung cấp một tầm nhìn xa, một khuôn khổ rộng cho việc thiết lập các quan hệ quốc tế → Chủ động hội nhập và phát triển







II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

1. Các mô hình chiến lược phát triển

a. Tại sao phát triển lại có các mô hình chiến lược khác nhau?






II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

Vì các quốc gia khác nhau về

- Chế độ chính trị và con đường phát triển
- Hoàn cảnh lịch sử và trình độ phát triển
- Mục tiêu chính cần đạt tới của chiến lược





II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

Các mô hình phát triển rất đa dạng:


- Căn cứ vào nguồn lực
- Căn cứ vào cơ cấu kinh tế
- Căn cứ vào chức năng





II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

b. Các mô hình chiến lược phát triển theo UNIDO

- Tăng trưởng nhanh
- Dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước
- Nhằm vào nhu cầu cơ bản
- Tập trung vào tạo việc làm





II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH


(1) Mô hình chiến lược phát triển tăng trưởng nhanh:

Nội dung: Tập trung nguồn lực vào các lĩnh vực có mức hoàn vốn cao (XK)

Yêu cầu:

- Hiệu quả cao: lợi thế cạnh tranh, hội nhập, quản lý
- Thu hút được FDI, công nghệ và bí quyết nước ngoài
- Có thị trường trong và ngoài nước
- Nhập khẩu phi cạnh tranh nhiều
- ả hành chống tạo lập kết cấu hạ tầng (KT&XH) hỗ trợ






II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(1) Mô hình chiến lược phát triển tăng trưởng nhanh:

Hạn chế:

- Để tăng trưởng nhanh phải giảm bớt nhận lực trong các ngành sản xuất (không xuất khẩu) và chấp nhận thất nghiệp cao
- Bố trí sản xuất tập trung tại một số vùng có kết cấu hạ tầng phát triển dẫn đến chênh lệch giữa các vùng
- Chênh lệch lớn về thu nhập giữa các bộ phận dân cư, các ngành, các lĩnh vực





II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(2) Mô hình chiến lược phát triển dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước:


Ưu điểm: Dựa trên thế mạnh về tài nguyên, khai thác và chế biến cho cả trong và ngoài nước

Yêu cầu:

- Đẩy mạnh thăm dò khai thác, đặc biệt là dầu khí
- Chú trọng sản xuất nông sản hàng hóa
- Điều tra chi tiết, xây dựng cơ sở đánh bắt và nuôi cá




(cont...)



II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(2) Mô hình chiến lược phát triển dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước:

Yêu cầu:

- Điều tra chi tiết, áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến về rừng và trồng rừng quy mô lớn và thích hợp
- Ưu tiên đầu tư cho chế biến tài nguyên trong nước
- Hợp tác quốc tế để có công nghệ, tài chính và thị trường cho các mặt hàng chế biến
- Định hướng xuất khẩu cho các ngành dựa trên tài nguyên
- Yêu cầu cao về trình độ chế biến nguồn tài nguyên → Các dự án đầu tư lớn
- Ân hưởng điện lớn
- Đặc biệt lưu ý bảo vệ môi trường sinh thái







II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(2) Mô hình chiến lược phát triển dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước:

Hạn chế:

- ầu nguồn tài nguyên không phải nước nào cũng có, nếu có thì rồi cũng cạn kiệt
- Các SMEs không thể phát triển → Việc làm cũng hạn chế, trình độ nguồn nhân lực phát triển chậm






II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(3) Mô hình chiến lược phát triển nhằm vào các nhu cầu cơ bản:

Ưu điểm: Tập trung các nguồn lực vào sản xuất, đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa về các nhu yếu phẩm phục vụ

Yêu cầu:

- Ưu tiên nguồn lực cho các SP liên quan đến nông nghiệp
- Đầu tư cho hệ thống sản xuất và phân phối có hiệu quả trong việc đáp ứng nhu cầu cơ bản trong nước
- Các chính sách vĩ mô phải hướng tới kích cầu
- Công nghiệp vừa và nhỏ, công nghiệp nông thôn có vai trò quan trọng






II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(3) Mô hình chiến lược phát triển nhằm vào các nhu cầu cơ bản:

Hạn chế:

- Hiệu quả không cao, tính cạnh tranh kém
- Phát triển mạnh công nghiệp thỏa mãn nhu cầu nội địa cũng phải nhập khẩu máy móc thiết bị, nguyên liệu...
- Thị trường nội địa thường không đủ lớn để kích thích sản xuất





II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

(4) Mô hình chiến lược phát triển tập trung vào tạo việc làm:

Ưu điểm: Tập trung vào quá trình sản xuất dùng nhiều lao động

Yêu cầu:


- Thiết lập vị trí chủ yếu của các ngành Cả quy mô nhỏ
- Không khuyến khích hợp tác quốc tế trừ khi thành lập JV
- Định hướng xuất khẩu có lựa chọn ở những ngành dùng nhiều lao động và đẩy chuyển lắp ráp linh kiện ả K
- Trừ các nhà máy lắp ráp hàng XK, các ngành SX dùng công nghệ thấp hoặc thích hợp
- Công nghiệp vừa và nhỏ ở nông thôn được phát triển


II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH


(4) Mô hình chiến lược phát triển tập trung vào tạo việc làm:

Hạn chế:

- Hiệu quả không cao, tính cạnh tranh kém
- Phát triển mạnh công nghiệp thỏa mãn nhu cầu nội địa cũng phải nhập khẩu máy móc thiết bị, nguyên liệu...
- Thị trường nội địa thường không đủ lớn để kích thích sản xuất



II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

VIỆT NAM nên lựa chọn mô hình chiến lược phát triển nào?



II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

- Một quốc gia không thể theo chỉ đuôi duy nhất một mô hình chiến lược riêng biệt nào trong suốt quá trình phát triển.
- Với mục tiêu “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 vững chắc để đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại...” Việt ả am phải áp dụng **mô hình chiến lược hỗn hợp**, kết hợp các mô hình trên để đạt tới sự phát triển đáp ứng 3 yêu cầu: **Phát triển nhanh - Hiệu quả - Bền vững**



II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

2. Chiến lược phát triển KT-XH của Việt Nam

Đặc điểm chiến lược phát triển KT-XH 2001-2010:


- Phát triển nhanh gắn với ổn định xã hội, đảm bảo bảo vệ môi trường tự nhiên và sinh thái
- Cùng với tăng trưởng nhanh xuất khẩu, đẩy mạnh sản xuất thỏa 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 thể mạnh về nguồn nhân lực, tài nguyên trong nước, sản xuất với giá rẻ, có khả năng cạnh tranh
- Tận dụng triệt để nguồn lực trong nước song đồng thời sử dụng tối đa nguồn lực bên ngoài về cả vốn và công nghệ



II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH

2. Chiến lược phát triển KT-XH của Việt Nam


- Đọc *Bản về Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam trong thời kỳ mới*
- Đọc *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX*
- Đọc *Bối cảnh trong nước, quốc tế và việc nghiên cứu xây dựng chiến lược 2011 - 2020*




III. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN TMQT

1. Các mô hình chiến lược phát triển TMQT

- (1) Chiến lược xuất khẩu sản phẩm thô
- (2) Chiến lược thay thế hàng nhập khẩu
- (3) Chiến lược sản xuất hướng về xuất khẩu






1. CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU SẢN PHẨM THÔ


Hoàn cảnh áp dụng:

- Thực hiện khi trình độ sản xuất còn thấp, khả năng tích lũy vốn của nền kinh tế hạn chế

Nội dung:

- Dựa vào việc khai thác các nguồn tài nguyên sẵn có và các điều kiện thuận lợi trong nước về các sản phẩm nông nghiệp và khai khoáng







1. CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU SẢN PHẨM THÔ

Nước	50-60s	70s	Hàng hoá
<i>Indonesia</i>	100%	97%	Dầu lửa, cao su, cà phê, thiếc, gỗ
<i>Thailand</i>	98%	74%	Gạo, cao su, ngô, thiếc, sản
<i>Philippines</i>	96%	65%	Cùi dừa, đường, đồng, gỗ dầu, dầu dừa
<i>án Độ</i>	55%	39%	Dầu lửa, cao su

Nguồn: "Lựa chọn SP và TT trong NT thời kỳ CNH của các nền KT Đông á", NXB CTQG, 2000







1. CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU SẢN PHẨM THÔ

Ưu điểm:

- Tạo điều kiện phát triển kinh tế theo chiều rộng, tăng dần quy mô của nền kinh tế
- ă hanh chóng tạo nguồn vốn ban đầu cho quá trình Că H: xuất hiện nhu cầu thu hút vốn đầu tư nước ngoài; tăng tích lũy trong nước
- Giải quyết công ăn việc làm, tăng đội ngũ công nhân lành nghề







1. CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU SẢN PHẨM THÔ

Nhược điểm:


- Không ứng dụng và phát triển được KHCă
- Làm cạn kiệt nguồn tài nguyên trong nước, dẫn đến mất cân bằng sinh thái
- Thu nhập từ xuất khẩu sản phẩm thô thường không ổn định do:
 - + Cung, cầu không ổn định
 - + Giá cả sản phẩm thô có xu hướng giảm so với hàng công nghiệp






2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THẾ NHẬP KHẨU


- **Hoàn cảnh ra đời:**
 - Chiến lược này đã được hầu hết các nước phát triển hiện nay theo đuổi trong thế kỷ XIX.
 - Trong các nước ĐPT, chiến lược IS được thử nghiệm đầu tiên ở các nước Mỹ La tinh, sau đó lan rộng và phát triển mạnh mẽ ở các nước ĐPT, đặc biệt là các nước châu á và châu Phi vào giữa thế kỷ XX (1950s-1960s).






2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THẾ NHẬP KHẨU


- Nội dung:**
 - Cố gắng tự sản xuất để đáp ứng đại bộ phận nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ cho thị trường nội địa, thay thế dần những sản phẩm tiêu dùng phải nhập khẩu, đi đến chỗ hoàn toàn không phải nhập khẩu.
 - Đảm bảo cho các nhà sản xuất trong nước có thể làm chủ được kỹ thuật sản xuất; hoặc các nhà ĐTNN 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 có lãi, khuyến khích các nhà đầu tư trong những ngành công nghiệp là mục tiêu phát triển.






2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THẾ NHẬP KHẨU

- Biện pháp thực hiện**
 - Thuế quan cao
 - Hàng rào phi thuế quan chặt chẽ: hạn ngạch nhập khẩu, giấy phép nhập khẩu, duy trì tỷ giá hối đoái cao, quản lý chặt chẽ ngoại hối
 - Trợ cấp, ưu đãi đầu tư
- Ưu điểm**
 - Trong giai đoạn đầu đã đem lại sự mở mang nhất định cho các cơ sở sản xuất
 - Giải quyết được công ăn việc làm
 - Các ngành kinh tế phát triển tương đối cân đối
 - Nền kinh tế tương đối ổn định, không bị những tác động xấu từ bên ngoài







2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THẾ NHẬP KHẨU

Nhược điểm:

- Ngoại thương không được coi trọng → hạn chế việc khai thác có hiệu quả tiềm năng của đất nước
- Thiếu nguồn lực đầu vào cho phát triển kinh tế.
- Tốc độ phát triển kinh tế không cao (thường chỉ 1-2%)
- Cán cân thương mại ngày càng thiếu hụt
- Làm cho các doanh nghiệp thiếu năng động, thiếu cơ hội cạnh tranh






2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THỂ NHẬP KHẨU

- Ví dụ:**
Hàn Quốc thực hiện ISI trong giai đoạn từ **1962-1966**.
Đài Loan: từ **1953 – 1964**.

- Cả 2 nước đều tập trung khuyến khích *phát triển các ngành CN cần nhiều SLĐ, ít vốn nhưng đạt hiệu quả nhanh*: chế biến lương thực, dệt may, giày dép, giấy, kính, nhựa v.v....
- Họ *áp dụng một loạt các biện pháp ưu đãi, hỗ trợ CN nội địa* như miễn giảm thuế kinh doanh, cho vay với lãi suất thấp và các khoản trợ cấp khác.
- *Một số ngành CN nặng* cũng được đầu tư xây dựng ban đầu như: CN chế tạo, khai khoáng, VLXD, phân bón, lọc dầu,.....




2. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT THAY THỂ NHẬP KHẨU

- Ví dụ:**
Hàn Quốc thực hiện ISI trong giai đoạn từ **1962-1966**.
Đài Loan:

- Đến đầu 60s, sản phẩm CN không có khả năng cạnh tranh trên thị trường TG,**
- Thị trường trong nước sức mua rất hạn chế do thu nhập thấp.**
- Việc NK các đầu vào cần thiết cho CNH vẫn tiếp tục tăng lên → thâm hụt mậu dịch ngày càng trầm trọng.**
- Tốc độ tăng của CN bắt đầu giảm dần, từ 20% → 9,8% vào năm 1961. (Ngành CN chế biến: từ 14,4% -1960 → 8,1% -1962).**


Hàn Quốc:
Tương tự như ở Đài Loan, cơ cấu KT không thay đổi tích cực. Năm 1966, tỷ trọng nông nghiệp trong GDP vẫn còn rất lớn, chiếm tới 35% so với 25,6% của CN.



3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU


Nội dung:


- Tích cực tham gia phân công lao động quốc tế, bằng cách mở cửa nền kinh tế để thu hút vốn và kỹ thuật vào khai thác tiềm năng lao động và tài nguyên của đất nước. Lấy thị trường nước ngoài là trọng tâm để phát triển sản xuất.
- Thuyết lợi thế so sánh của Ricardo vẫn thường được coi là cơ sở lý luận của mô hình chiến lược này.



3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

	ISI	EOI
Singapore	1961	1965
Indonesia	1967	1982
Thailand	1962	1972
Malaysia	1958	1968
Philippines	1946	1970







3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

Biện pháp thực hiện


- Giảm bớt bảo hộ công nghiệp trong nước, giảm bớt các hàng rào thuế quan và phi thuế quan,
- Khuyến khích, nâng đỡ và hỗ trợ cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu
- Đảm bảo môi trường đầu tư cho tư bản nước ngoài
- Mở rộng quan hệ với các nước để khai thác thị trường bên ngoài






3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

- Ưu điểm**
 - Tốc độ tăng trưởng cao (2 con số)
 - Sử dụng có hiệu quả nguồn lực của đất nước, đồng thời tận dụng được các nguồn lực từ bên ngoài (vốn và công nghệ)
 - Một số ngành công nghiệp đạt trình độ kỹ thuật cao và có khả năng cạnh tranh cao trên trường quốc tế, là động lực thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng (tác động lan tỏa)
 - Giải quyết được công ăn việc làm
 - Giúp kinh tế trong nước hoà nhập với kinh tế khu vực và thế giới







3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

Nhược điểm

- Dẫn đến tình trạng mất cân đối giữa các ngành xuất khẩu và không xuất khẩu
- Tốc độ tăng trưởng kinh tế cao nhưng nền kinh tế phát triển không ổn định, gắn chặt vào kinh tế thế giới và khu vực, dễ bị tác động xấu của bên ngoài





3. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

Đặc trưng của EOI so với ISI:

- EOI đặt trọng tâm phát triển những lĩnh vực có LTSS còn ISI hướng tới XD một cơ cấu KT và CN hoàn chỉnh.
- Toàn bộ chính sách của EOI là nhằm khuyến khích XK còn ISI là hướng vào thị trường nội địa → tốc độ tăng trưởng bị hạn chế.
- EOI tích cực thu hút vốn ĐTNN: FDI, ODA...
- EOI loại bỏ các hàng rào bảo hộ, thực hiện tự do hoá và hỗ trợ XK.

