

GIỚI TRÌNH KINH TẾ NGOÀI THƯƠNG

cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

LỜI NÓI ĐẦU

Nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo cán bộ kinh tế đối ngoại và quản trị kinh doanh th-ơng mại quốc tế phù hợp với cơ chế thị tr-ờng có sự quản lý của Nhà n-ớc, bộ môn Kinh tế Ngoại th-ơng biên soạn giáo trình này nhằm giới thiệu một số kiến thức cơ bản thiết yếu nhất liên quan đến kinh tế và chính sách ngoại th-ơng. Những kiến thức này rất cần thiết để hiểu đ-ợc những vấn đề kinh tế và chính sách cụ thể đang diễn ra trong hoạt động ngoại th-ơng n-ớc ta cũng nh- chính sách ngoại th-ơng của Nhà n-ớc.

Đối t-ợng phục vụ chủ yếu của giáo trình Kinh tế Ngoại th-ơng là sinh viên ngành kinh tế ngoại th-ơng và quản trị kinh doanh quốc tế thuộc các hệ tập trung và tại chức. Ngoài ra giáo trình cũng là tài liệu tham khảo bổ ích cho các bạn đọc quan tâm đến vấn đề kinh tế và chính sách th-ơng mại.

Giáo trình Kinh tế Ngoại th-ơng đ-ợc chia làm 4 phần, bố cục thành 11 ch-ơng

Phần I : Những vấn đề cơ bản về phát triển Ngoại th-ơng

Phần II : Ngoại th-ơng Việt Nam qua các thời kỳ

Phần III : Cơ chế quản lý và chính sách xuất khẩu, nhập khẩu

Phần IV : Hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng.

Giáo trình Kinh tế Ngoại th-ơng xuất bản lần này dựa trên giáo trình đã xuất bản lần thứ nhất (năm 1994), lần thứ hai (năm 1995) và lần ba (năm 1997). Đồng thời giáo trình cũng sửa chữa bổ sung và cố gắng tiếp cận những vấn đề của kinh tế thị tr-ờng có sự quản lý của Nhà n-ớc trong quá trình mở rộng th-ơng mại, chủ động hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế theo quan điểm Đổi Mới của Đảng Cộng sản Việt Nam.

Phát triển và quản lý ngoại th-ơng trong nền kinh tế thị tr-ờng có sự quản lý của Nhà n-ớc trong quá trình hội nhập là vấn đề phức tạp. Do đó, mặc dù có nhiều cố gắng, nh-ng giáo trình này không tránh khỏi các thiếu sót. Rất mong nhận đ-ợc sự đóng góp của bạn đọc.

Hà nội, tháng ...năm 2001

Tác giả

GS.TS. Bùi Xuân L- u

CH- ƠNG 1

ĐỐI T- ƠNG, NỘI DUNG VÀ PH- ƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Các khái niệm cơ bản về ngoại th- ơng

Có nhiều khái niệm khác nhau về ngoại th- ơng. Song xét về đặc tr- ơng thì ngoại th- ơng đ- ợc định nghĩa là việc mua, bán hàng hoá và dịch vụ qua biên giới quốc gia. Cách định nghĩa này đ- ợc sử dụng nhiều nhất khi nhìn vào các chức năng của ngoại th- ơng, tức vai trò của nó nh- chiếc cầu nối giữa cung và cầu hàng hoá và dịch vụ của thị tr- ờng trong và ngoài n- ớc về số l- ợng, chất l- ợng và thời gian sản xuất. Trong nhiều tr- ờng hợp, trao đổi hàng hoá và dịch vụ đ- ợc đi kèm việc trao đổi các yếu tố sản xuất (ví dụ lao động và vốn), nhất là ngoại th- ơng trong điều kiện hội nhập khu vực và quốc tế.

Các nhà kinh tế học còn dùng định nghĩa ngoại th- ơng nh- là một công nghệ khác để sản xuất hàng hoá và dịch vụ (thậm chí cả các yếu tố sản xuất). Nh- vậy, ngoại th- ơng đ- ợc hiểu nh- là một quá trình sản xuất gián tiếp.

Trong hoạt động ngoại th- ơng: *xuất khẩu* là việc bán hàng hoá và dịch vụ cho n- ớc ngoài, và *nhập khẩu* là việc mua hàng hoá và dịch vụ của n- ớc ngoài. Mục tiêu chính của ngoại th- ơng là nhập khẩu chứ không phải là xuất khẩu. Xuất khẩu là để nhập khẩu; nhập khẩu là nguồn lợi chính từ ngoại th- ơng.

Điều kiện để ngoại th- ơng sinh ra, tồn tại và phát triển là: 1) Có sự tồn tại và phát triển của kinh tế hàng hoá - tiền tệ kèm theo đó là sự xuất hiện của t- bản th- ơng nghiệp; 2) Sự ra đời của Nhà n- ớc và sự phát triển của *phân công lao động quốc tế giữa các n- ớc*.

Ngoại th- ơng là hoạt động kinh tế đã có từ lâu đời: d- ời 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 th- ơng chỉ phát triển với quy mô nhỏ bé. L- u thông hàng hoá 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 đ- ơng thời.

Ngoại th- ơng chỉ thực sự phát triển trong thời đại t- bản chủ nghĩa. Ngoại th- ơng trở thành động lực phát triển quan trọng của ph- ơng thức sản xuất t- bản chủ nghĩa.

Ngày nay sản xuất đã đ- ợc quốc tế hoá. 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 hoá với bên ngoài. Đồng thời, ngày nay ngoại th- ơng 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 th-ơng không chỉ là một nhân tố bổ sung cho kinh tế trong n-ớc mà cần coi sự phát triển kinh tế trong n-ớc phải thích nghi với lựa chọn phân công lao động quốc tế.

Bí quyết thành công trong chiến l-ợc phát triển kinh tế của nhiều n-ớc là nhận thức đ-ợc mối quan hệ hữu cơ giữa kinh tế trong n-ớc và mở rộng quan hệ kinh tế với bên ngoài.

Vấn đề quan trọng ở đây là, một mặt, phải khai thác đ-ợc mọi lợi thế của hoàn cảnh chủ quan trong n-ớc 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 t-ơng đối có thể dành đ-ợc và so sánh điều đó với cái giá phải trả. Thuận lợi có thể tạo ra đ-ợc 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 th-ơng 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 n-ớc là những quan hệ giữa những ng-ời tham gia vào quá trình sản xuất và l-u thông trong n-ớc đó. Quan hệ th-ơng mại của một n-ớc với n-ớc ngoài là sự tiếp tục trực tiếp các quan hệ sản xuất bên trong n-ớc đó. Song nó đ-ợc phát triển trong một môi tr-ờng khác, ở đó thể hiện các quan hệ kinh tế hoàn toàn không giống các quan hệ kinh tế trong n-ớc. Sự phát triển các mối quan hệ th-ơng mại phù hợp với các mối quan hệ kinh tế trong n-ớc, nh-ng lại mang những đặc điểm khác. Thị tr-ờng thế giới và thị tr-ờng 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 tr-ờng này thực hiện theo những hình thức và ph-ơng 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 th-ơng 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 th-ơng.

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

3.Giúp cho sinh viên có ph-ơng pháp luận đúng đắn trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động ngoại th-ơng, tập d-ợt phân tích chính sách ngoại th-ơng của Nhà n-ớc Việt Nam qua các thời kỳ, có t- duy khoa học, đúng đắn trong việc tham gia vào thực hiện và hoạch định chính sách ngoại th-ơng của Nhà n-ớc trong quá trình thực hiện Công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất n-ớc 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 hoá và làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến lợi ích của ngoại th-ơng; chức năng, nhiệm vụ ngoại th-ơng; mối quan hệ giữa phát triển ngoại th-ơng với phát triển và tăng tr-ởng kinh tế; các quan điểm chỉ đạo hoạt động ngoại th-ơng của Nhà n-ớc Việt Nam.

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

3. Nghiên cứu t-ơng 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 h-ớng vận động của chúng trong quá trình thực hiện công nghiệp hoá hiện đại hoá đất n-ớc 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 th-ơng nhằm giúp cho sinh viên có ph-ơng pháp luận đúng đắn trong việc phân tích, đánh giá và tìm kiếm giải pháp xây dựng ph-ơng án kinh doanh có hiệu quả về kinh tế và xã hội.

2. Đối t-ơng, nội dung nghiên cứu

Kinh tế ngoại th-ơng là một môn kinh tế ngành. Khái niệm ngành kinh tế ngoại th-ơng còn đ-ợc hiểu nh- là một tổ hợp cơ cấu tổ chức thực hiện chức năng mở rộng, giao l- u hàng hoá, dịch vụ với n-ớc ngoài.

Đối t-ơng nghiên cứu của kinh tế ngoại th-ơng là các quan hệ kinh tế trong lĩnh vực buôn bán của một n-ớc với các n-ớc ngoài. Cụ thể, nó nghiên cứu sự hình thành, cơ chế vận động, quy luật và xu h-ớng phát triển của hoạt động ngoại th-ơng 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 th-ơng của n-ớc ta phục vụ cho sự nghiệp xây dựng CNXH và phát triển đất n-ớc.

Các quan hệ buôn bán luôn luôn vận động theo những quy luật và tính quy luật nhất định. Môn kinh tế ngoại th-ơng 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 th-ơng 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 th-ơng với t- cách là một môn học kinh tế ngành, trình bày các quy luật khách quan của các quan hệ buôn bán với n-ớc ngoài trong sự tác động qua lại với kiến trúc th-ơng tầng. Do vậy, việc nghiên cứu khảo sát đ-ờng lối, chính sách của Nhà n-ớc, 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.

□ 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 xã hội 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 hoá 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 hoá và liên kết kinh tế với nước ngoài.

b. *Kinh tế ngoại th-ơng* là tổng thể các quan hệ kinh tế của nền kinh tế quốc dân với n-ớc ngoài, là một bộ phận của quá trình tái sản xuất xã hội. Các quy luật của l-u thông hàng hoá bắt nguồn từ các quy luật kinh tế hoạt động bên trong và bên ngoài n-ớc đó (thị tr-ờng trong n-ớc và thị tr-ờng ngoài n-ớc), do vậy, cần phải có quan điểm hệ thống và toàn diện trong nghiên cứu cũng nh-trình bày các phạm trù của l-u thông đối ngoại trong quan hệ và tác động qua lại với sản xuất, tiêu dùng trong n-ớc, trong mối quan hệ và tác động qua lại giữa thị tr-ờng trong n-ớc và thị tr-ờng ngoài n-ớc.

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 th-ơng. 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 ph-ơng pháp nghiên cứu và phân tích khoa học các vấn đề trong kinh tế nói chung và kinh tế ngoại th-ơng nói riêng.

d. *Các kết luận khoa học* đều đ-ợc rút ra từ nghiên cứu thực tế, ng-ợc lại, cần phải kiểm nghiệm th-ờng 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. Nh-ng nếu không có lý luận chỉ đ-ờng thì hoạt động thực tế sa vào mù quáng.

Tr^n c- sẽ c, c ph-ơng ph, p nghi^n cõu ®· tr×nh bµy, viÖc nghi^n cõu nh÷ng vÊn ®Ò kinh tÕ ngo¹i th-ơng

cÇn ph¶i tr¶i qua c, c giai ®o¹n quan s, t, x©y dùng ph-ơng , n vµ thùc nghiÖm. Quan s, t lµ giai ®o¹n ®Çu

tì^n cña bÊt cú qu, tr×nh nghi^n cõu nµo.

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

Xây dựng ph-ơng án là giai đoạn đ- a 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 nh- chiến l-ợc phát triển ngoại th-ơng 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 nh- 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 đ- a các dự án vào áp dụng trong một phạm vi hẹp (một đơn vị cơ sở, một vài địa ph-ơng) 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. 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.

Chương 2

Những lý thuyết bổ trợ về lợi ích của ngoại thương

Quốc gia cũng như cá nhân không thể sống riêng rẽ mà vẫn đầy đủ được. Ngoại thương mở rộng khả năng tiêu dùng của một nước. Nó cho phép một nước tiêu dùng tất cả các mặt hàng với số lượng nhiều hơn mức có thể tiêu dùng với ranh giới của khả năng sản xuất trong nước đó nếu thực hiện chế độ tự cung tự cấp không buôn bán.

Tiền đề xuất hiện sự trao đổi là phân công lao động xã hội. Với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, phạm vi chuyên môn hoá ngày một tăng. Số sản phẩm cùng dịch vụ để thoả mãn nhu cầu của con người ngày một dồi dào. Sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các nước ngày một tăng. Nói khác đi, chuyên môn hoá hàm ngụ nhu cầu mậu dịch và một quốc gia không thể chuyên môn hoá sản xuất nếu không trao đổi với nhau. Các nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ lợi ích của ngoại thương để ám chỉ kết quả của cả hai vấn đề đó.

Sau đây chúng ta sẽ xem xét hai nguồn gốc của lợi ích do ngoại thương mang lại:

1) Nguồn gốc thứ nhất là chuyên môn hoá ngoại thương coi như một phương pháp sản xuất gián tiếp. Chẳng hạn nội địa có thể sản xuất được rượu vang trực tiếp, nhưng buôn bán với nước ngoài cho phép nội địa “sản xuất” rượu vang thông qua việc sản xuất chè, sau đó đổi lấy rượu vang.

2) Cách thứ hai để thấy lợi ích từ ngoại thương là thông qua trao đổi với nước ngoài nhằm tác động đến tăng khả năng tiêu dùng của mỗi nước.

Đó đây chúng ta sẽ xem xét những vấn đề cơ bản liên quan đến cơ chế xuất hiện lợi ích từ ngoại thương.

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

Theo lý thuyết trọng thương, các nước nên xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu. Đại diện cho những người theo chủ nghĩa trọng thương là: Jean Bodin, Melon (người Pháp), Thomax Mun, Josias Child (người Anh).

Lý thuyết trọng thương là một lý thuyết làm nền tảng cho các tư duy kinh tế từ năm 1500 đến 1800. Lý thuyết này cho rằng sự phồn vinh của một quốc gia được đo bằng lượng tài sản mà quốc gia đó cất giữ, thương được tính bằng vàng. Theo lý thuyết này, chính phủ nên xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu và nếu thành công họ sẽ nhận được giá trị thặng dư mậu dịch được tính theo vàng từ một nước hay các nước bị thâm hụt. Các quốc gia đã xuất hiện trong suốt khoảng từ năm 1500 đến 1800 và vàng là phương tiện để củng cố quyền lực của các Nhà nước trung ương. 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.

Như vậy làm thế nào để một nước có thể xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu?

Trước hết, buôn bán được thực hiện bởi các công ty độc quyền của Nhà nước. Sự hạn chế được áp đặt vào hầu hết hoạt động nhập khẩu và nhiều hoạt động xuất khẩu được trợ cấp.

Thứ hai, các công 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 công quốc thực dân. Chính sách ngoại thương của Nhà nước theo lý thuyết trọng thương theo hướng:

- Giá trị xuất khẩu phải càng nhiều càng hay, nghĩa là không những số lượng hàng hoá xuất khẩu phải nhiều, mà còn phải cố gắng xuất khẩu những hàng hoá có giá trị cao hơn hàng hoá có giá trị thấp. Người ta 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.

- 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 n-ớc mình, vì vừa bán đ-ợc hàng mà còn đ-ợc cả những món lợi khác nh- c-ớc vận tải, phí bảo hiểm.

□nh h-ởng của lý thuyết trọng th-ơng đã bị mờ nhạt đi sau năm 1800. Các c-ơng quốc thực dân ít hạn chế sự phát triển khả năng công nghiệp ở các thuộc địa của họ, nh-ng các thủ đoạn hợp pháp vẫn buộc chặt quan hệ th-ơng mại của các n-ớc thuộc địa với “chính quốc”.

Việt Nam, giống nh- nhiều n-ớc khác, đã giành đ-ợc độc lập sau đại chiến Thế giới lần thứ II, đã bắt đầu xây dựng cơ cấu sản xuất và chiến l-ợc th-ơng mại gần giống nh- những ý t-ởng trong thời hoàng kim của lý thuyết trọng th-ơng. Những nỗ lực nhằm chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo h-ớng xuất khẩu sẽ đ-ợc bàn luận tiếp ở các phần sau của ch-ơng này và các ch-ơng sau.

Cán cân th-ơng mại thuận lợi (xuất siêu) ch- a hẳn là một tình trạng có lợi

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

Trong giai đoạn chủ nghĩa trọng th-ơng, khoản chênh lệch này đ-ợc thanh toán bằng vàng. Nh-ng ngày nay, khoản chênh lệch th-ơng đ-ợc thanh toán bằng tín dụng cấp cho n-ớc bị thâm hụt. Nếu khoản tín dụng này không đ-ợc trả trong thời gian quy định thì hiện trạng cán cân th-ơng mại này thực sự trở thành điều bất lợi cho n-ớc thặng d- mậu dịch.

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

Ví dụ: Để có đ-ợc việc làm đầy đủ cho ng-ời dân, một n-ớc sẽ sản xuất v-ợt quá nhu cầu trong n-ớc và xuất khẩu phần d- thừa ra n-ớc ngoài. Hoặc một quốc gia muốn có ảnh h-ởng chính trị tại một vùng nào đó, họ đ- a vào vùng này số hàng hoá dịch vụ nhiều hơn số hàng hoá dịch vụ mà họ nhận đ-ợc từ vùng ấy.

2. Quan điểm của Adam Smith (lý thuyết lợi thế tuyệt đối -Absolute Advantage)

Theo Adam Smith (1723- 1790), “*Sự giàu có của một quốc gia phụ thuộc vào số hàng hoá và dịch vụ có sẵn hơn là phụ thuộc vào vàng*”.

Tại sao các n-ớc cần phải giao dịch buôn bán với nhau ? Tại sao Việt Nam (hay bất kỳ một quốc gia nào khác) không bằng lòng với hàng hoá và dịch vụ sản xuất ra tại n-ớc mình?

Vào những năm của thế kỷ thứ 15, 16, 17 nhiều quốc gia theo chính sách chủ nghĩa trọng th-ơng đã cố gắng thực hiện tự cung, tự cấp bằng cách tự sản xuất hàng hoá trong n-ớc.

Trong cuốn “Sự giàu có của các quốc gia”, xuất bản năm 1776, Adam Smith đã nghi ngờ về giả thuyết của chủ nghĩa trọng th-ơng cho rằng sự phồn vinh của một n-ớc phụ thuộc vào số châu báu mà n-ớc đó tích trữ đ-ợc. Thay vào đó, ông cho rằng sự giàu có thực sự của một n-ớc là tổng số hàng hoá và dịch vụ có sẵn ở n-ớc đó. Ông cho rằng những quốc gia khác nhau có thể sản xuất những loại hàng hoá khác nhau có hiệu quả hơn những thứ khác.

Adam Smith cho rằng nếu th-ơng mại không bị hạn chế thì lợi ích của th-ơng mại quốc tế thu đ-ợc do thực hiện nguyên tắc phân công. Ông phê phán sự phi lý của những hạn chế của lý thuyết trọng th-ơng 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.

Trong cuốn “The Wealth of Nations - Sự giàu có của một quốc gia”, A.Smith cho rằng: Ph-ơng ngôn của mọi ng-ời chủ gia đình khôn ngoan là không bao giờ tự sản xuất lấy những gì mà nếu đi mua sẽ đ-ợc rẻ hơn. Ng-ời thợ may không khi nào hì hục đóng đôi giày, mà th-ờng đi mua ở ng-ời thợ giày. Và ng-ời thợ giày cũng không cần loay hoay cắt may, mà nhờ anh thợ may may hộ. Ng-ời nông dân không tự làm lấy hai thứ trên, mà nhờ vào các tay thợ khéo. Mọi ng-ời 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 đ-ợc số sản phẩm ấy để đi mua mọi thứ cần dùng khác.

Những gì trong sinh hoạt cá nhân đ-ợc coi là khôn ngoan ít khi nào lại là một điều rồ dại đối với quốc gia. Nếu một n-ớc ngoài 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 hoá 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 n-ớc khác.

Nhờ sự chuyên môn hoá các n-ớc có thể gia tăng hiệu quả do: 1) ng-ời lao động sẽ lành nghề hơn do họ lặp lại cùng một thao tác nhiều lần; 2) ng-ời 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, ng-ời lao động sẽ nảy sinh ra các sáng kiến, đề xuất các ph-ơng pháp làm việc tốt hơn.

Tuy nhiên, một n-ớc nên chuyên môn hoá về những sản phẩm nào ? Mặc dù A.Smith cho rằng thị tr-ờng chính là nơi quyết định, nh-ng ông ta vẫn nghĩ rằng lợi thế của một n-ớc có thể là lợi thế tự nhiên hay do nỗ lực của n-ớc 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 nh- cà phê, chè, cao su, dừa..., các loại khoáng sản

- Lợi thế do nỗ lực là lợi thế có đ-ợc do sự phát triển của kỹ thuật và sự lành nghề.

Ngày nay ng-ời ta th-ờng buôn bán, trao đổi các loại hàng hoá đã đ-ợc sản xuất công phu hơn là các nông phẩm hay tài nguyên thiên nhiên nguyên khai hoặc sơ chế.

Quy trình sản xuất những loại hàng hoá này 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. Ví dụ, Đan Mạch xuất khẩu đĩa bạc không phải vì n-ớc này có nguồn mỏ bạc dồi dào mà do họ có thể sản xuất đ-ợc những đĩa bạc thật đặc biệt. Lợi thế về kỹ thuật chế biến là khả năng chế tạo các sản phẩm đồng nhất có hiệu quả hơn. Ví dụ Nhật Bản là n-ớc phải nhập khẩu sắt và than, hai thành phần quan trọng cần thiết cho quá trình sản xuất thép. Nh-ng nhờ có đ-ợc quy trình chế biến thép tiết kiệm đ-ợc nguyên liệu trên và lao động nên các nhà sản xuất thép Nhật Bản rất thành công trong cạnh tranh trên thị tr-ờng.

Lợi thế tuyệt đối đề cập tới số l-ợng của một loại sản phẩm có thể đ-ợc sản xuất ra, sử dụng cùng một nguồn lực ở hai n-ớc khác nhau. Một n-ớc đ-ợc coi là có lợi thế tuyệt đối so với n-ớc kia, trong việc sản xuất hàng hoá A khi cùng một nguồn lực có thể sản xuất đ-ợc nhiều sản phẩm A ở một n-ớc thứ nhất hơn là n-ớc thứ hai.

Giả sử Việt Nam có lợi thế tuyệt đối so với Hàn Quốc trong một loại hàng hoá, trong khi Hàn Quốc lại có lợi thế tuyệt đối so với Việt Nam một loại hàng hoá khác. Đó là tr-ờng hợp lợi thế tuyệt đối t-ơng hỗ. Mỗi n-ớc đều có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất một loại sản phẩm. Trong tr-ờng hợp nh- thế, tổng sản phẩm của cả hai n-ớc có thể tăng lên (so với nền kinh tế tự cung tự cấp) nếu mỗi n-ớc chuyên môn hoá sản xuất loại sản phẩm mà n-ớc đó có lợi thế tuyệt đối.

Ví dụ sau đây đ- a ra tình huống giả định về sản l-ợng lúa gạo và vải vóc ở Việt Nam và Hàn Quốc. Trong ví dụ này, sản l-ợng thế giới về cả lúa gạo và vải vóc đều tăng lên khi mỗi n-ớc sản xuất nhiều hơn những hàng hoá mà n-ớc đó có lợi thế tuyệt đối. Kết quả là sẽ có nhiều lúa gạo và vải vóc cùng một chi phí về nguồn lực.

Lợi ích do chuyên môn hoá với lợi thế tuyệt đối

A: L- ợng lúa gạo và vải vóc có thể đ- ợc sản xuất với một đơn vị nguồn lực ở Việt Nam và Hàn Quốc

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

Ta có thể thấy ngay Việt Nam có lợi thế trong việc sản xuất lúa gạo, còn Hàn Quốc thì trong việc sản xuất vải.

B: Những thay đổi xảy ra khi chuyển một đơn vị nguồn lực của Việt Nam sang xuất lúa gạo và một đơn vị nguồn lực của Hàn Quốc sang sản xuất vải

	Lúa gạo (tạ)	Vải vóc (m ²)
Hàn Quốc	-5	+10
Việt Nam	+10	-6
Tổng số	+5	+4

Do chuyển đổi nguồn lực đầu vào vào việc sản xuất gạo ở Việt Nam và vải ở Hàn Quốc, quá trình chuyên môn hoá sẽ làm tăng sản l- ợng cả hai hàng hoá đó.

Khi Việt Nam và Hàn Quốc chuyên môn hoá sản xuất những sản phẩm mà mình có lợi thế thì quá trình chuyên môn hoá đó sẽ có thể làm tăng sản l- ợng của cả hai loại hàng hoá. □ ví dụ này, trình bày sự thay đổi về sản l- ợng do chuyển một đơn vị nguồn lực từ việc sản xuất vải sang việc sản xuất lúa gạo sang việc sản xuất vải Hàn Quốc. Sản l- ợng trên thế giới sẽ tăng 5 tạ lúa và 4m² vải, trên toàn thế giới sẽ có lợi ích do chuyên môn hoá. Trong tr- ờng 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 hoá sẽ khiến những lợi ích của ngoại th- ơng trở thành hiện thực. Việt Nam sẽ sản xuất nhiều lúa gạo và Hàn Quốc thì sản xuất đ- ợc nhiều vải hơn so với tr- ớc khi hai n- ớc này còn ở trong tình trạng tự cung tự cấp. Nh- vậy, Việt Nam sẽ phải sản xuất nhiều lúa gạo và ít vải hơn so với nhu cầu của ng- ời tiêu dùng ở Việt Nam, và Hàn Quốc sẽ sản xuất nhiều vải và ít lúa gạo hơn so với nhu cầu ng- ời tiêu dùng ở Hàn Quốc. Nếu ng- ời tiêu dùng ở cả hai n- ớc 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.

3. Quan điểm của David Ricardo (Lợi thế so sánh - Comparative Advantage)

- Lợi ích th-ơng mại vẫn diễn ra ở những n-ớc có lợi thế tuyệt đối về tất cả các sản phẩm vì các n-ớc này cần phải hy sinh sản l-ợng kém hiệu quả để sản xuất ra sản l-ợng có hiệu quả hơn.
- Hay nói cách khác những lợi ích do chuyên môn hoá và ngoại th-ơng mang lại phụ thuộc vào lợi thế so sánh chứ không phải lợi thế tuyệt đối.

Khi mỗi n-ớc có lợi thế tuyệt đối so với n-ớc khác về một loại hàng hoá, lợi ích của ngoại th-ơng là rõ ràng. Nh-ng điều gì sẽ xảy ra nếu một n-ớc có thể sản xuất có hiệu quả hơn n-ớc kia trong hầu hết các mặt hàng ? Hoặc những n-ớc 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 th-ơng diễn ra nh- thế nào với những n-ớc này.

Trên thực tế đó là câu hỏi David Ricardo đ- a ra từ hơn 170 năm tr-ớc, 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 chế xuất hiện lợi ích trong th-ơng mại quốc tế. Đó là *lý thuyết về lợi thế so sánh*. Ngày nay, lý thuyết của ông vẫn đ-ợc các nhà kinh tế chấp nhận nh- một tuyên bố có căn cứ về những lợi ích tiềm tàng của th-ơng mại quốc tế.

Theo David Ricardo c- chỖ xuÊt hiỄn lĩ Ých trong th-ơng m-ì quèc tỖ lụ:

- Mọi n-ớc đều có lợi khi tham gia vào phân công lao động quốc tế. Bởi vì *ngoại th-ơng cho phép mở rộng khả năng tiêu dùng của một n-ớc*: do chỉ chuyên môn hoá vào sản xuất một số sản phẩm nhất định và xuất khẩu hàng hoá của mình để đổi lấy hàng nhập khẩu từ n-ớc khác.

- Những n-ớc có lợi thế tuyệt đối hoàn toàn hơn tr-ớc khác, hoặc bị kém lợi thế tuyệt đối hơn so với n-ớc khác trong việc sản xuất mọi sản phẩm, thì vẫn có lợi khi tham gia vào phân công lao động quốc tế. Bởi vì mỗi n-ớc có một lợi thế so sánh nhất định về một số mặt hàng và kém lợi thế so sánh về một số mặt hàng.

Thoạt nghe, có vẻ lập luận trên là không thích hợp, nh-ng một cách suy luận không đơn giản có thể làm rõ lập luận của lý thuyết này. Giả thiết rằng một luật s- giới cũng có khả năng làm việc của một cô văn th-, th- ký thành thạo. Vậy có kinh tế không nếu luật s- đảm đ-ơng luân các công việc hành chính văn phòng? Hoàn toàn không. Ông ta có thể kiếm đ-ợc nhiều tiền hơn bằng cách cống hiến năng lực nghề nghiệp của mình cho công việc ở công ty luật, cho dù phải m-ớn một cô văn th- kém thành thạo hơn để coi công việc văn phòng. Một quốc gia cũng vậy. Họ sẽ có lợi hơn nếu tập trung nguồn lực để sản xuất những

sản phẩm có hiệu quả nhất. Và sau đó họ sẽ mua những sản phẩm mà họ đã từ bỏ không sản xuất, từ các nước mà việc sản xuất ra chúng ít tốn kém hơn.

Chúng ta dùng một ví dụ đơn giản sau để diễn tả quan điểm của D.Ricardo

Năng lực sản xuất trong trường hợp lợi thế tương đối

Các giả thiết	Việt Nam	Hàn Quốc
1. Đơn vị nguồn lực có sẵn	100	100
2. Đơn vị nguồn lực để sản xuất 1 tấn lúa gạo	3	6
3. Đơn vị nguồn lực để sản xuất 1 kiện vải	4	5
4. Sử dụng một nửa tài nguyên cho mỗi loại sản phẩm khi không có ngoại thương		
Vải	50	50
Lúa gạo	50	50
Sản xuất	Vải	Lúa gạo
- Không có ngoại thương		
Việt Nam	12,5	16,6
Hàn Quốc	10	8,3
Tổng cộng	22,5	24,9
- Có ngoại thương (Việt Nam sản xuất toàn bộ sản lượng lúa gạo cần thiết)		
Việt Nam	6,3	24,9
Hàn Quốc	20	0
Tổng cộng	26,3	24,9
- Có ngoại thương (Việt Nam sản xuất sản lượng vải cần thiết còn lại)		
Tăng sản xuất lúa gạo		
Việt Nam	2,5	30
Hàn Quốc	20	0
Tổng cộng	22,5	30

Dù Việt Nam có lợi thế tuyệt đối cả hai loại sản phẩm, nhưng Việt Nam lại có lợi thế tương đối trong việc sản xuất lúa gạo. Cũng một lượng nguồn lực Việt Nam có thể sản xuất lúa gạo gấp hai lần so với Hàn Quốc, còn về sản xuất vải thì Việt Nam lại chỉ gấp có hơn một lần.

Cho dù Hàn Quốc bất lợi về sản xuất cả hai loại sản phẩm, nhưng Hàn Quốc vẫn có lợi thế tương đối về vải. Do sản xuất lúa gạo của Hàn Quốc chỉ bằng phân nửa so với Việt Nam, còn sản xuất vải thì bằng 75 phần trăm so với Việt Nam.

Chúng ta giả thiết mỗi quốc gia đang có 100 đơn vị nguồn lực. Nếu mỗi nước dùng một nửa đơn vị nguồn lực cho việc sản xuất mỗi loại sản phẩm, thì Việt Nam có thể sản xuất được 12,5 kiện vải (50/4) và 16,6 tấn lúa gạo (50/3). Còn Hàn Quốc sản xuất được 10 kiện vải (50/5) và 8,3 tấn lúa gạo (50/6).

Nếu không có ngoại thương sản lượng lúa gạo tổng cộng là 24,9 tấn (Việt Nam 16,6, Hàn Quốc 8,3 tấn) và 22,5 kiện vải (Việt Nam 12,5 kiện, Hàn Quốc 10 kiện).

Nhờ mở cửa buôn bán mà sản lượng lúa gạo, và vải hay tổng cộng cả hai sản phẩm có thể tăng thêm.

Nếu ta tăng sản xuất vải, mà không thay đổi sản xuất lúa gạo như trước khi có trao đổi, thì Việt Nam có thể sản xuất tất cả 24,9 tấn lúa gạo bằng cách sử dụng 74,7 đơn vị nguồn lực (74,7/3), với 25,3 đơn vị nguồn lực còn lại, Việt Nam có thể sử dụng để sản xuất 6,3 kiện vải (25,3/4). Hàn Quốc trong trường hợp này sử dụng toàn bộ nguồn lực của mình để sản xuất 20 kiện vải. Sản lượng lúa gạo tổng cộng lại là 24,9 tấn, nhưng sản lượng vải đã tăng lên từ 22,5 kiện lên 26,3 kiện.

Nếu ta tăng sản xuất lúa gạo tại Việt Nam, và vẫn giữ nguyên sản lượng vải như trước khi có buôn bán giữa hai nước, Hàn Quốc có thể sử dụng toàn bộ nguồn lực của mình để sản xuất 20 kiện vải, Việt Nam có thể sản xuất 2,5 kiện vải còn lại với 10 đơn vị nguồn lực (10/4), 90 đơn vị nguồn lực còn lại Việt Nam có thể sản xuất 30 tấn lúa gạo (90/3). Không cần phải hi sinh sản lượng vải có sẵn trước khi có ngoại thương, sản lượng lúa gạo vẫn tăng lên từ 24,9 tấn lên 30 tấn.

Xét cho kỹ thì lý luận của D. Ricardo chỉ là mở rộng nguyên tắc phân công. Một cách khái quát, cho cả quốc gia cũng như cá nhân, chuyên môn hoá phải dựa theo khả năng; như một ví dụ của Ricardo sau đây:

“ Cả hai người nọ có thể làm nón và giày, và người thứ nhất hơn hẳn người thứ hai cả hai công việc. Nếu tính ra thì khi làm nón người thứ nhất hơn người bạn 20 phần trăm và khi làm giày anh ta hơn bạn 33 phần trăm. Muốn cả hai cùng có lợi, phải chăng người thứ nhất nên chuyên đóng giày và người bạn sẽ làm nón? “

Chúng ta thấy lý thuyết lợi thế so sánh của D. Ricardo quả có đi xa hơn quan niệm của A. Smith về căn bản của mậu dịch quốc tế. Lý thuyết này rộng hơn, cắt nghĩa cả tr- ờng hợp Smith thiếu sót, biến công thức của Smith thành một biệt lệ, khi lợi thế về giá thành t- ơng đối của quốc gia cùng là một lợi thế tuyệt đối.

Nh- ng cần l- u ý: Lý thuyết của D. Ricardo tuy có chứng minh đ- ợc những ích lợi của mậu dịch, nó vẫn không xác định đ- ợc tỷ lệ trao đổi quốc tế, nghĩa là giá cả quốc tế. Lý thuyết của Ricardo đ- ợc trên căn bản hàng đổi hàng, chỉ đề ý đến cung hay phí tổn trong mậu dịch quốc tế mà lại quên mất phía cầu; có thể vì mục đích chính của ông là cốt để chứng minh căn bản của mậu dịch quốc tế là lợi thế t- ơng đối (giá phí t- ơng đối) chứ không phải là tuyệt đối.

4. Quan điểm của John Stuart Mill (lý thuyết về giá trị quốc tế, mối t- ơng quan của cầu).

Lý thuyết của D. Ricardo mới chỉ đề cập tới yếu tố cung, ch- a 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 th- ơng... đòi hỏi một kiểu cách mạng công nghiệp ở một n- ớc 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 t- ơng đối của nhân công chứ không phải phí tổn của nhân công nh- D. Ricardo.

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

Đầu vào	Quốc gia	Đầu ra	
		R- ượu (Thùng)	Vải (Kiện)
300	Bồ Đào Nha	100	75
300	Anh	50	60

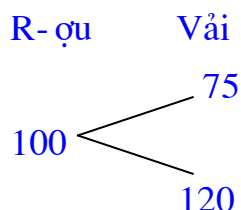
Chúng ta thấy, cùng một nguồn lực (đầu vào) là nhân công, Bồ Đào Nha có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất cả hai thứ hàng, nh- ng t- ơng đối có lợi thế hơn về r- ượu ($100/50 = 2/1$ so với $75/60 = 5/4$). Ng- ợc lại Anh lại ít bất lợi hơn về vải ($60/75 = 4/5$ so với $50/100 = 1/2$).

Một cách tổng quát, có thể phát biểu nguyên tắc lợi thế t- ơng đối nh- sau:

Nếu với cùng một đầu vào, ng- ời ta có thể sản xuất đ- ợc a_1 và b_1 l- ợng 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, t- ơng 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 đ-ợc chấp nhận

Nếu không có ngoại th-ơng giữa hai n-ớc, Bồ Đào Nha có thể dùng cho thùng r-ợu để đổi lấy 75 kiện vải (tỷ lệ $100/75 = 4/3$); ở Anh có thể dùng 100 thùng r-ợu 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 r-ợu đổi đ-ợc 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 xuất t-ơng đối của nhân công mỗi n-ớc. Giới hạn của tỷ lệ mậu dịch sẽ là



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

Lý thuyết về mối t-ơng quan của cầu.

Theo S. Mill, tỷ lệ mậu dịch thực sự sẽ phụ thuộc vào c-ờng độ, cũng nh- độ co dãn của cầu nhập khẩu của mỗi n-ớc, nghĩa là phụ thuộc vào số cầu t-ơng quan. Cần l-ưu ý rằng, số cầu không phải là một bảng biến thiên của số l-ợng theo mức giá, mà là số l-ợng hàng xuất khẩu của một quốc gia theo các tỷ lệ mậu dịch hay các số l-ợng 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 r-ợu lấy 95 kiện vải, thì lý luận của S. Mill nh-sau: Nếu ở “mức giá” quốc tế đó, số cầu của Anh sẽ là một bội số của 100 thùng r-ợu (chẳng hạn 1000 lần, hay 100.000 thùng), và của Bồ Đào Nha cũng là một bội số t-ơng ứng của 95 kiện vải (nghĩa là 1000 lần hay 95.000 kiện) thì số cầu t-ơng quan sẽ quân bình, số xuất khẩu của quốc gia sẽ vừa đủ để trang trải số nhập khẩu.

Ng-ợc lại, với mức giá 100 thùng r-ợu/95 kiện vải, dân Anh chỉ mua 800 lần nhiều hơn, nghĩa là 800.000 thùng r-ợu, thì với số xuất khẩu ấy, Bồ Đào Nha chỉ có thể mua đ-ợc 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 r-ợu, thí dụ 108 thùng, nghĩa là 108/95 sẽ là “mức giá” mới, hay 100/87,9. Thấy giá có lợi hơn tr-ớc, dân Anh sẽ mua r-ợu nhiều hơn, thí dụ 90.000 thùng. Ng-ợc lại, dân Bồ Đào Nha lúc ấy cũng bằng lòng mua trong khả năng xuất khẩu của mình đ-ợc 900x87,9 hay 79.110 kiện vải. Với giá mới 100 thùng r-ợu/87,9 kiện vải, quân bình mậu dịch sẽ thực hiện nếu Bồ Đào Nha xuất khẩu 90.000 thùng r-ợu 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 n-ớc, tùy ở năng suất t-ơng đối của mỗi quốc gia.

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

- Nh-ng 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. Quan điểm của Heckscher - Ohlin (lý thuyết về tỷ lệ yếu tố — Factor proportions)

Trong lý thuyết lợi thế tuyệt đối và t-ơng đối, Smith và Ricardo mô tả sản l-ợng có thể gia tăng nh- thế nào nếu hai n-ớc chuyên môn hoá sản xuất về các sản phẩm mà họ có lợi thế. Hai quốc gia mà các nhà kinh tế học cổ điển đ- a ra phân tích là một mô hình dựa hẳn vào ph-ơng pháp một nhân tố biến thiên là chi phí lao động trong điều kiện thực hiện chuyên môn hoá để trình bày lợi ích của th-ơng mại.

Lý thuyết cổ điển về nguồn gốc của giá trị là nhân công tỏ ra không có sức thuyết phục và một lý thuyết mới - lý thuyết Heckscher — Oklin, viết tắt là H.O ra đời [Eli. Heckscher (1879 — 1952), Bertil. Ohlin (1899 — 1979)]

Lý thuyết H.O cho rằng trong tiến trình sản xuất ng-ời ta phải phối hợp nhiều yếu tố theo nhiều tỷ lệ khác nhau. Những yếu tố th-ờng đ- ợc nêu ra nhất là: đất đai, nhân công và t- bản, chứ không chỉ thuần túy có nhân công hay nhân công và t- bản kết hợp với nhau theo một tỷ lệ nhất định, nh- quan niệm cổ điển. Đầu vào (nhập l-ợng) để chế tạo một sản phẩm là những tỷ lệ phối hợp biến thiên của các yếu tố sản xuất, phối hợp với kỹ thuật tối tân sẽ cho sản l-ợng (đầu ra) cao nhất. Thêm vào đó ý niệm giá của các yếu tố sản xuất còn đ- ợc đ- a vào hàm sản xuất để xác định các điều kiện cung cấp sản phẩm.

Lý thuyết này cho rằng sự khác nhau ở các n-ớc về mối t-ơng quan giữa lao động với đất đai hay vốn có thể giải thích sự khác biệt về chi phí các nhân tố. Nếu lao động dồi dào (bị thừa) so với đất đai và vốn, thì chi phí lao động sẽ thấp, còn chi phí đất đai và tiền vốn sẽ cao. Nếu lao động khan hiếm thì giá lao động sẽ cao so với giá đất và tiền vốn. Những chi phí này sẽ giúp các n-ớc có sở tr-ờng sản xuất và xuất khẩu sản phẩm sử dụng nhân tố sản xuất d- thừa và do đó sẽ rẻ hơn.

Nh- vậy số cung yếu tố khác nhau tất yếu giá cả yếu tố cũng phải khác nhau. Đất nhiều thì giá thuê đất rẻ, vốn nhiều thì lãi suất thấp; thất nghiệp nhiều thì tiền l-ơng thấp. Nh-ng giá sản phẩm khác nhau không chỉ phụ thuộc vào sự khác biệt trong giá cả các đầu vào mà còn phải kể đến kỹ thuật sản xuất, và sự phối hợp các yếu tố sản xuất nữa. Nói khác đi, mỗi thứ hàng có một hàm số sản xuất riêng, mỗi quốc gia có một kỹ thuật chế biến riêng, mỗi thời đại có một ph-ơng pháp sản xuất khác nhau.

Theo lý thuyết H.O, các nước xuất khẩu cần thiết có số lượng lớn các nhân tố sản xuất phong phú sẵn có của bản thân và sản phẩm nhập khẩu cùng phải bao hàm phần lớn các nhân tố sản xuất trong nước khan hiếm.

6. Quan điểm của Các Mác về ngoại thương.

Trong học thuyết của mình, Mác đã 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 hoá tư bản chủ nghĩa, quan điểm của C.Mác đã 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 hoá 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 thuẫn quốc tế, nguyên tắc trao đổi hàng hoá 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 phân biệt lợi ích giữa các nước 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 hoá 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 thuẫn quốc tế, nguyên tắc trao đổi hàng hoá 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”.

7. Nhận xét về các giả thiết và những vận dụng của lý thuyết cổ điển về mâu thuẫn quốc tế.

Lý thuyết cổ điển về mâu thuẫn 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 và đất đai là hai 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 thuẫn 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 mâu thuẫn cổ điển được dùng trong

nửa đầu thế kỷ XIX đ- ọc dùng nh- một luận cứ bênh vực chính sách mậu dịch thuần tuý hơn là một thể 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 n- ớc. Cái khác biệt t- ơng đối về phí tổn sản xuất sẽ ấn định phạm vi chuyên môn hoá các thứ hàng xuất nhập khẩu của một quốc gia. Nh- ng căn bản sự khác biệt đó là gì? Các tác giả cổ điển ít l- u ý tới nên không có câu trả lời rõ ràng. Để giải thích sự v- ọt 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, t- bản. Nh- ng 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 l- ợng 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 ng- ời luật s- giới có thể bận suốt thời gian. Nếu ta nói lỏng giả thiết này thì lợi thế về chuyên môn hoá sẽ kém hấp dẫn hơn. Nếu không bận suốt thời gian, ng- ời luật s- có thể làm công việc th- ký mà không từ bỏ thu nhập cao hơn của ng- ời luật s- .

Lý thuyết lợi thế so sánh và lợi thế tuyệt đối đều giả định rằng các nguồn tài nguyên đều đ- ọc 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 đ- ọc sử dụng có hiệu quả.

- Mục tiêu của các quốc gia có thể không đ- ọc 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 l- ợng làm ra. Họ không muốn chuyên môn hoá 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 hoá từ nơi này đến nơi khác không đ- ọc đề cập tới trong lý thuyết lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh. Sự chuyên môn hoá tiết kiệm đ- ọc l- ợng tài nguyên cần thiết làm ra sản phẩm. Việc di chuyển hàng hoá trên thế giới cũng cần phải có tài nguyên. Nếu chi phí chuyên chở hàng hoá tốn nhiều tài nguyên hơn l- ợng tài nguyên tiết kiệm đ- ọc do chuyên môn hoá thì lợi thế của ngoại th- ơng 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 hoá này sang hàng hoá khác trong một n-ớc, nh-ng chúng lại không đ-ợc 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, ng-ời công nhân này khó có thể làm đ-ợc một công việc lạ lẫm nh- vậy. Ng-ợc lại với các lý thuyết này, cũng có những nguồn tài nguyên đ-ợc di chuyển trên khắp thế giới, dù không nhiều bằng di chuyển trong một n-ớc. Nh- trong những năm gần đây có một số l-ợng lớn công nhân Việt Nam đ-ợc thuê m-ớn ở vùng Đông Âu, Nga, Trung Đông và Hàn Quốc ...

- Dịch vụ

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

Các lợi ích khác từ ngoại th-ơng

Các lý thuyết dựa vào lợi thế so sánh cho thấy các lợi ích từ ngoại th-ơng tăng nếu khai thác đ-ợc sự chênh lệch giá về sản phẩm giữa các n-ớc ở một thời điểm hoặc một thời kỳ nào đó. Nh-ng rõ ràng có các lợi ích khác từ ngoại th-ơng mà không liên quan gì đến sự chênh lệch giá cả và do đó không đ-ợc các lý thuyết về lợi thế so sánh xác định.

Các nguồn lợi ích khác từ ngoại th-ơng là:

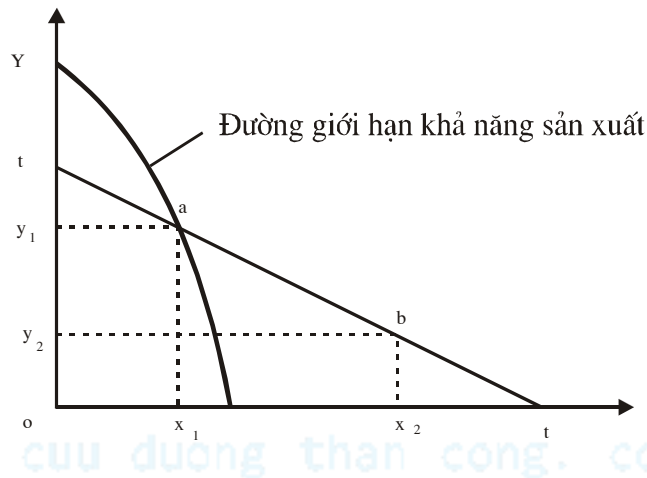
- Đa dạng hoá sản phẩm (nhằm phân tán rủi ro)
- Đạt đ-ợc hiệu quả kinh tế nhờ quy mô (lợi ích hiệu quả từ việc tăng qui mô).
- Lợi ích thúc đẩy cạnh tranh (giảm nguồn lợi thị tr-ờng của các công ty trong n-ớc)
- Hợp lý hoá sản xuất, phân phối (loại bỏ các công ty kém hiệu quả)
- Tăng tốc độ phong phú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

Ngoại th-ơng và đặc biệt là ngoại th-ơng gắn với đầu t- trực tiếp của n-ớc 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 chấp hành được hội nhập hoàn toàn (ví dụ toàn cầu hoá không hoàn hảo), việc trao đổi bằng hàng hoá, dịch vụ và các yếu tố sản xuất sẽ giúp làm giảm những rủi ro đó.

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

Minh hoạ bằng đồ thị lợi ích của ngoại thương



Ngoại thương dẫn tới sự tăng lên của những loại hàng hoá 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.

1. *Sản xuất cố định*: Đường đến 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.

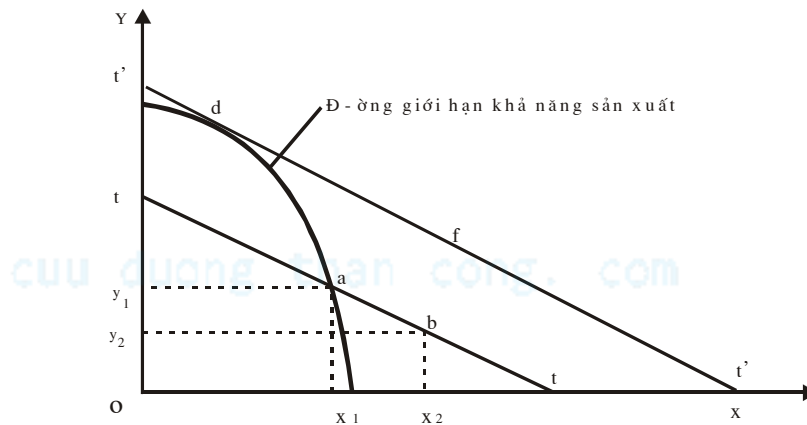
Giả sử rằng nền kinh tế sản xuất và tiêu dùng tại thời điểm a một lượng hàng x của sản phẩm X, một lượng hàng y của sản phẩm Y, như mô tả trên biểu đồ.

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 hoá của X. Và như vậy, người dân sẽ tiêu dùng nhiều sản phẩm X hơn lượng hàng sản xuất trong nước.

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 hoá sản xuất ra có thể thay đổi một cách có lợi dựa trên cơ sở giá cả trên thị trường thế giới. Đất nước có thể sản xuất những loại hàng hoá 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 hoá 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 t t 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 nh- f bằng cách sản xuất nhiều hàng hoá 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.

8. Ngoại thương trong một nền kinh tế mở quy mô nhỏ

Trên đây, chúng ta đã xem xét những lợi ích ngoại thương giữa các quốc gia hay hai quốc gia giả định ít nhiều có chung quy mô.

Tuy vậy, đối với nhiều chính sách, chúng ta cần mô hình thực tế hơn.

Những điều kiện chấp nhận giá

Nhiều nước, bao gồm cả nước ta là những diễn viên quá nhỏ bé trên thị trường quốc tế, để có thể ảnh hưởng tới giá cả của những loại hàng hoá 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 hoá 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 hoá. Các hàng hoá 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 hoá 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.

Xuất khẩu và nhập khẩu ở các nền kinh tế 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 hoá làm hai loại:

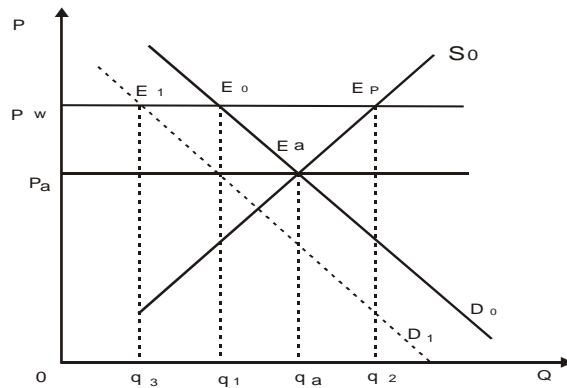
- Những hàng hoá và dịch vụ mậu dịch là loại hàng hoá và dịch vụ đi vào nền thị trường mại quốc tế. Đối với một nền kinh tế quy mô nhỏ, giá cả của loại hàng hoá này được xác định khi chúng được đưa vào thị trường quốc tế.

- Những hàng hoá và dịch vụ phi mậu dịch là loại hàng hoá và dịch vụ được sản xuất và bán trong nước nhưng không đi vào luồng thị trường 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

Biểu đồ 1 chỉ ra đường cung và cầu trong nước đối với một loại hàng hoá 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.



Biểu đồ 1: Xuất khẩu trong một nền kinh tế quy mô nhỏ

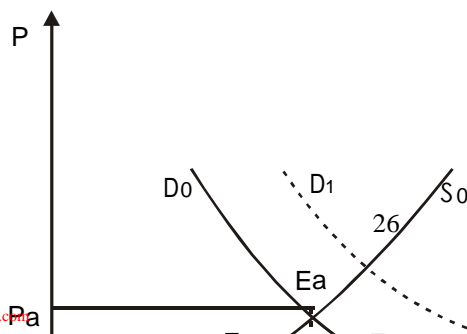
Hàng xuất khẩu của một nền kinh tế mở quy mô nhỏ là sự khác nhau giữa hàng cung và cầu trong nước tính theo giá quốc tế. Các đường D_0 và S_0 là đường cầu và cung trong nước đối với một hàng hoá xuất khẩu điển hình. Sự cân bằng tự cung tự cấp sẽ là điểm E_a khi mà lượng hàng được sản xuất và tiêu thụ 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_o , 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 ở E_p , lượng hàng xuất khẩu sẽ tăng lên $q_2 - q_3$.

Nhập khẩu

Biểu đồ 2 trình bày đường cung và cầu trong nước đối với một loại hàng hoá 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.



Biểu đồ 2: Nhập khẩu trong một nền kinh tế mở quy mô nhỏ

Cũng chú ý một lần nữa, sự cân bằng không phải là ở chỗ l-ợng hàng cung và cầu trong n-ớc bằng nhau; giá đ-ợc xác định bởi giá thế giới là l-ợng hàng cầu v-ợt quá l-ợng hàng cung trong n-ớc đ-ợc đáp ứng bằng nhập khẩu.

□ biểu đồ 2, đ-ờng D_O và S_O là đ-ờng cầu và đ-ờng cung trong n-ớc đối với một loại hàng nhập khẩu điển hình. Sự cân bằng tại E_a , khi mà l-ợng hàng q_a đ-ợc sản xuất trong n-ớc và tiêu dùng trong n-ớc 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 th-ơng (có việc nhập khẩu hàng này), có thể xảy ra ở mức giá p_w , mức cân bằng tiêu dùng sẽ ở E_O với q_1 hàng tiêu thụ. Khi ở giá p_w mức cân bằng sản xuất ở E_p với l-ợng hàng q_2 đ-ợc sản xuất ra. Mức sản xuất thấp hơn mức tiêu thụ trong n-ớc, l-ợng hàng $q_1 - q_2$ sẽ đ-ợc nhập khẩu. Nếu mức cầu trong n-ớc chuyển sang D_1 , mức cân bằng tiêu thụ chuyển sang E_1 với l-ợng hàng q_3 , với mức sản xuất trong n-ớc không đổi, hàng nhập khẩu tăng lên $q_3 - q_2$.

□ đối với một nền kinh tế mở, sự cân bằng trên một thị tr-ờng xác định là không đổi đối với sự khác nhau về cung và cầu trong n-ớc. Nếu ở mặt bằng giá quốc tế, l-ợng hàng cầu v-ợt quá l-ợng hàng cung trong n-ớc, loại hàng đó sẽ đ-ợc nhập khẩu; nếu l-ợng hàng cung v-ợt quá l-ợng hàng cầu trong n-ớc ở mức giá này hàng đó sẽ đ-ợc xuất khẩu.

Hiệu quả của sự thay đổi cung và cầu trong n-ớc.

Giả sử rằng thị hiếu của ng-ời tiêu dùng trong n-ớc có sự thay đổi. □ một giá và giá trị xác định nào đó của những yếu tố khác có ảnh h-ởng tới l-ợng hàng cầu, ng-ời tiêu dùng quyết định tiêu thụ ít đi loại hàng xuất khẩu và nhiều lên loại hàng nhập khẩu. Quyết định này đ-ợc chỉ ra ở biểu đồ 1 khi mà đối với hàng xuất khẩu chuyển sang trái và ở biểu đồ 2 khi mà nhu cầu đối với hàng nhập khẩu chuyển sang phải. □ mặt bằng giá quốc tế, những thay đổi đó dẫn tới sự tăng lên của l-ợng hàng đ-ợc xuất khẩu (biểu đồ 1) và của l-ợng hàng đ-ợc nhập khẩu (biểu đồ 2).

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 hoá 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 lượng 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 trong 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.*

9. Tại sao các doanh nghiệp kinh doanh

Các lý thuyết ngoại thương đều dựa vào hoàn cảnh chung của quốc gia để phân tích, nhưng các quyết định buôn bán đều được lập ra từ các công ty.

- Các động lực xuất khẩu bao gồm:

- + Để sử dụng khả năng d thừa;
- + Giảm chi phí sản xuất trên một đơn vị;
- + Lợi ích nhiều hơn;
- + Phân tán các rủi ro

- Các động lực nhập khẩu bao gồm:

- + Nguồn cung cấp rẻ;
- + Có thêm nhiều mặt hàng, sản phẩm;
- + Giảm rủi ro do không có nguồn cung cấp.

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 d- 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 và điều thường xảy ra.

Việc chuyển tài nguyên hay khả năng sản xuất sang quy trình sản xuất hàng hoá 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 d- 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 80đ, và thứ 3 là 64đ... 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 hoá 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 ở giai đoạn phát triển ở nước ngoài, 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 khoá 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 hoá 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 cả thó lẫn buôn bán xuất khẩu hay nhập khẩu. Công việc kinh doanh khác thối lẫn cả thó lẫn buôn bán nhập khẩu và cả buôn bán nội địa nguồn cung cấp rẻ hay có thể phân cả chi phí lẫn hàng hoá cho quy trình sản xuất của họ. Hoạt động kinh doanh buôn bán nội địa lẫn nhập khẩu có thể cung cấp cho họ hàng hoá, nhưng cả nguồn cung cấp nguyên liệu phí hợp và rẻ sẽ giúp doanh nghiệp cả khi kinh doanh tranh giành lẫn 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.

Có thể tóm tắt những vấn đề đưa ra ở Chương 2 như sau:

1. Ngoại thương tác động đến tăng khả năng tiêu dùng của một nước và gián tiếp sản xuất ra những sản phẩm có hiệu quả hơn tự sản xuất.
2. Các lý thuyết về ngoại thương có ích vì nó góp phần giải thích hàng hoá nào có thể được sản xuất để có sức cạnh tranh ở một nơi nào đó - nơi mà doanh nghiệp có thể sản xuất hiệu quả một sản phẩm.
3. Lý thuyết trọng thương cho rằng một quốc gia nên nỗ lực đạt được cán cân thương mại thặng dư (xuất nhiều hơn nhập) để có được nhiều vàng. Lý thuyết trọng thương mới chỉ tìm kiếm cán cân thương mại thuận lợi. Mục đích của nó là để đạt được mục tiêu chính trị hay xã hội.
4. Adam Smith đưa ra lý thuyết lợi thế tuyệt đối. Lý thuyết này cho rằng người tiêu dùng sẽ có lợi hơn nhiều nếu họ có thể mua những sản phẩm làm ra ở nước ngoài với giá rẻ hơn nhiều so với sản phẩm nội địa.

Theo lý thuyết lợi thế tuyệt đối, một quốc gia có thể sản xuất hàng hoá hiệu quả hơn nhờ lợi thế tự nhiên (nhất khí hậu, nguyên liệu thô) hoặc nhờ lợi thế do nỗ lực (ví dụ kỹ thuật, tay nghề).

5. Lý thuyết lợi thế so sánh cho rằng toàn bộ sản lượng có thể được gia tăng nhờ ngoại thương ngay cả khi một nước có lợi thế tuyệt đối về tất cả các sản phẩm, nghĩa là lợi ích của ngoại thương phụ thuộc vào lợi thế so sánh chứ không phải lợi thế tuyệt đối.

6. Một số giả thiết của lý thuyết so sánh và lý thuyết tuyệt đối bị các nhà vạch ra chính sách nghi ngờ. Đó là tồn tại việc làm đầy đủ, hiệu quả về sản lượng là mục tiêu chủ yếu, không có chi phí chuyển chở giữa các nước, tài nguyên có thể di chuyển dễ dàng trong nước và tài nguyên không di chuyển trên thế giới.

7. Lý thuyết về sự phụ thuộc cho rằng mối tương quan trong một nước về đất đai, lao động và vốn sẽ quyết định chi phí giữa các yếu tố này. Chính những yếu tố này sẽ quyết định loại hàng hoá nào có thể được sản xuất hiệu quả nhất tại mỗi nước.

8. Cho dù các lý thuyết kinh doanh đều đề cập đến chi phí và lợi nhuận của quốc gia, doanh nghiệp thương mại là người ra các quyết định kinh doanh. Các doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội thương mại nhằm sử dụng khả năng dôi thừa, giảm chi phí sản xuất hay phân tán rủi ro. Tuy nhiên, doanh nghiệp có thể không tham gia hoạt động ngoại thương vì không tìm kiếm được cơ hội hay làm thế nào để tận dụng được cơ hội, hoặc họ cho là hoạt động ở thị trường ngoài nước quá nhiều rủi ro.

cuu duong than cong. com

cuu duong CH- ONG 3. com

CHỨC NĂNG, 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 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 từ thuộc vào sự thay đổi những điều kiện thực hiện chức năng. Nhiệm vụ không chỉ cụ thể hoá chức năng, mà còn bao gồm cả những nội dung ngoài chức năng.

“Ngoại th-ơng thực hiện chức năng l-u thông hàng hoá giữa trong n-ớc với n-ớc ngoài”.

Tuy vậy, ở đây cần phải biết chức năng của “l-u thông hàng hoá, với n-ớc ngoài” với tác dụng một mặt khuếch trương, mở rộng thị trường xuất khẩu, với chức năng của ngoại th-ơng với tác dụng một mặt lĩnh vực kinh tế.

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

Thứ nhất: *Tạo vốn cho quá trình mở rộng vốn đầu tư trong n-ớc.*

Thứ hai: *Chuyển hoá giá trị sử dụng làm thay đổi cơ cấu vật chất của tổng sản phẩm xã hội và thu nhập quốc dân để được sản xuất trong n-ớc 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 l-u thông hàng hoá giữa trong n-ớc với n-ớc ngoài, chức năng cơ bản của ngoại th-ơng là: Tổ chức chủ yếu quá trình l-u thông hàng hoá với bên ngoài, thông qua mua bán để nối liền một cách hữu cơ theo kế hoạch giữa thị trường trong n-ớc với thị trường n-ớc ngoài, thoả mãn nhu cầu của sản xuất và của nhân dân về hàng hoá 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 l-u thông hàng hoá với bên ngoài, ngoại th-ơng phải chú trọng cả giá trị và giá trị sử dụng hàng hoá. Việc thoả mãn nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng của dân cư chỉ được thực hiện bằng giá trị sử dụng hàng hoá. Do vậy mối quan tâm hàng đầu của ngoại th-ơng chính là việc đi đến cho sản xuất và tiêu dùng trong n-ớc những giá trị sử dụng phù hợp với số lượng và cơ cấu nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng. Tuy vậy, trong khi được thực hiện với tác cách là giá trị sử dụng thì hàng hoá đã được thực hiện với tác cách là giá trị. Việc thay đổi hình thái giá trị hàng hoá thông qua mua bán không những là phương tiện và điều kiện để thực hiện giá trị sử dụng hàng hoá, mà còn tạo khả năng tái sản xuất mở rộng các giá trị sử dụng, nhờ vào tăng nhanh tốc độ chuyển hàng hoá, rút ngắn thời gian l-u 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 th-ơng cần có sự quản lý của Nhà nước. Nhà nước quản lý hoạt động ngoại th-ơng theo một cơ chế thích hợp cho từng thời kỳ phát triển. Trong cơ chế quản lý kinh tế theo mô hình kế

hoạch hoá 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 hoá, 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 lâu 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 hoá, 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 hoá 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 hoá 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 sụp đổ có định do quan hệ với các nước XHCN trên 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 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 đ-òng tiến vào thế kỷ 21 của Việt Nam chứa đựng nhiều thuận lợi hơn khó khăn, thời cơ lớn hơn thách đố.

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 n-ớc 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, đ-ạ đất n-ớc ra khỏi tình trạng một n-ớc nghèo và kém phát triển, củng cố vững chắc quốc phòng và an ninh, tạo môi tr-ờng thuận lợi cho đất n-ớc phát triển nhanh hơn vào đầu thế kỷ 21.

2.2. 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 hoá đất n-ớc.

Trong nŉn kinh tŉ thŉ tr-ēng, nh- kinh nghiŉm cŉa nhiŉu n-íc vŉ cŉa n-íc ta trong nh-ēng nŉm qua chŉ rŉ:

Nhiệm vô quan trọng và bao quát của người thanh niên thế hệ chúng ta qua hoạt động xu hướng, nên khi gặp phải vấn đề

việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa. Vấn đề cần bàn là thực lực khi

tham gia vào trao ®ại hưng ho, tr°n th°p tr-êng th°i gi°i, n°n kinh t°i n-íc ta ph¶i chÊp nhÊn nh÷ng nguy°n

t³/₄c của c¹nh tranh tr^an th^p tr-êng, v^u @i@O@u @ã @B@i hái ho^t @éng ngoⁱ th-@ng ph^íi tÝnh toⁿ kü l^c l-@i, gi^m

chi phÝ vµ n©ng cao chÊt l-îng s¶n phÈm, nghÜa lµ ph¶i cã hiÖu qu¶. §¸ng thêi, ®Ó kinh doanh cã hiÖu

quả c5n thay @æi c¬ chÕ qu¶n lý kinh tÕ trong n-íc, th_o gì nh÷ng rùng buéc, c¶n trë ho't @éng ngo'i

th-^{ng} nãi ri^ang, ho^t ®éng kinh doanh trong c-^h ch^õ th^p tr-^êng nãi chung. Thùc ti^{ên} n-^{íc} ta cho th^êy nh

mề cõa kinh tũ mụ ®. h×nh thñnh nhiõu c÷ chũ qu¶n lý ngo¹i th-¶ng mứi ph¶i h¶p h¶n vớ nũn kinh tũ th¶

tr-êng nh- vĩa qua. §èi vĩa sù nghiÖp c«ng nghiÖp ho,, ngo'i th-êng cã nhiÖm vô tãm kiÖm nh÷ng ®Çu

vào mới cho công nghiệp và tiêu thụ thông 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 CSVN 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 hoá 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 hoá chỉ bằng vốn của bản thân. Nhịp giữa vốn trong nước và vốn ngoài nước có mối quan hệ và tầm quan trọng như thế nào trong quá trình công nghiệp hoá 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 hoá, vốn nước ngoài thương 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 (Ổn 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 đã lên tới 30 - 35% GNP.

Quá trình công nghiệp hoá 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, nước hết cần giảm bớt sự thiếu hụt, tiến tới cân

bằng và có số d- trong cán cân ngoại th-ơng và cán cân thanh toán, tăng tích lũy cho nền kinh tế, trả nợ n-ớc ngoài, có một phần để dự trữ.

Mặt thứ hai, nh-ng 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 tr-ởng kinh tế ở các n-ớc kém phát triển nh- n-ớc ta trong giai đoạn đầu công nghiệp hoá.

□ n-ớc ta, tình trạng không có việc làm hoặc làm không đầy đủ chiếm 20% lực l-ợng lao động. Giải quyết việc làm cho dân chúng 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 n-ớc, nếu không có ngoại th-ơng hỗ trợ đắc lực thì không thu hút thêm đ-ợc bao nhiêu lao động. Mức diện tích đất đai canh tác theo đầu ng-ời của ta vào loại thấp nhất thế giới. Khả năng đầu t- thâm canh không nhiều, các ch-ơng trình khai khẩn các vùng đất mới không phải dễ dàng thực hiện, hoặc gây ra nạn phá rừng, huỷ hoại môi tr-ờng. Trong công nghiệp và dịch vụ cũng không mấy khả quan. Do khả năng đầu t- thấp và sức mua kém nên sự phát triển của công nghiệp và dịch vụ ở trong n-ớc chậm chạp, không tạo đ-ợc bao nhiêu việc làm. Đ-a lao động tham gia vào phân công lao động quốc tế, là lối thoát lớn nhất để giải quyết vấn đề thất nghiệp ở n-ớc 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 ch-a lớn, thì xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên là khó tránh khỏi, nh-ng xuất khẩu hàng d-ới dạng nguyên liệu khô và mức độ chế biến thấp nh- 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 đ-ợc 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 ng-ời lao động và làm việc tại các xí nghiệp, công ty có vốn n-ớc ngoài, nhiều n-ớc còn khuyến khích đ-a lao động và tài nguyên thiên nhiên vào phát triển ngoại th-ơng 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 hoá ở nhiều n-ớc 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 ì 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 n-ớc ta, phát triển công nghệ là mục tiêu quan trọng của ngoại th-ơng. Đây vừa là mục tiêu tr-ớc mắt vừa là mục tiêu lâu dài của quá trình công

ng nghiệp hoá. Đối với một n-ớc chậm phát triển nh- n-ớc ta, trong thời gian đầu, chúng ta có thể tăng nhanh thu nhập, đạt mức tăng tr-ởng cao nhờ khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có và nguồn lao động dồi dào, nh- ng nhìn lâu dài, cái quyết định sự thành công của quá trình công nghiệp hoá chính là công nghệ. Trong điều kiện hiện nay, nền công nghiệp trong n-ớc 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 đ-ờng ngoại th-ơng để tranh thủ công nghệ mới của n-ớc ngoài, áp dụng vào hoàn cảnh cụ thể n-ớc 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 l-ợng cao và mới riêng của n-ớc ta. Tất nhiên, đây là một quá trình lâu dài, vất vả đòi hỏi có sự tham gia của nhiều ngành, nhiều cấp, nh- ng ngoại th-ơng 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 đ-ợc các doanh nghiệp n-ớc ngoài đánh giá vào loại khá vì dân ta làm việc cần cù và hệ thống giáo dục của ta phát triển t-ơng đối khá, tỷ lệ biết chữ và tốt nghiệp phổ thông t-ơng đối cao. Nh- ng 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 hoá và chuyên môn cao. Đây là một sự thách thức, đòi hỏi công tác giáo dục của ta phải chuyển mạnh theo h-ớng thực tế, nhằm đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của thị tr-ờng thế giới về chất l-ợng và số l-ợng lao động. Kinh nghiệm nhiều n-ớc 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 hoá, việc tăng đầu t- để thu hút một lực l-ợng lớn lao động rẻ có lợi hơn đầu t- cho phát triển công nghệ mới, nh- ng đến thời kỳ tiếp đó, khi giá lao động đã tăng nhiều và khả năng đầu t- theo chiều rộng giảm xuống, thì công nghệ mới với năng suất cao hơn là yếu tố quyết định. Nhận biết xu h-ớng 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, giành -u tiên quá cao cho đầu t- phát triển công nghệ mới ngay trong giai đoạn đầu, chúng ta sẽ không tranh thủ đ-ợc tiềm năng và hiệu quả của nguồn lao động dồi dào, giá rẻ. Nh- ng nếu quá chú ý lợi ích tr-ớc mắt, tập trung cao cho việc khai thác nguồn lao động rẻ, ít đầu t- phát triển công nghệ mới, sẽ làm cho đất n-ớc phát triển chậm lại.

Để thực hiện những mục tiêu nhiệm vụ trên, trong ngoại th-ơng 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 đ-ợc lần l-ợt trình bày tại các ch-ơng mục của cuốn sách này.

c. Đảm bảo sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị trong hoạt động ngoại th-ơng.

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”⁽¹⁾. Làm bạn ở đây không phải chỉ là về “chính trị”, cùng chung các quan điểm chính trị, 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 Âu, Châu Á 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 hoá 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 nơi 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.

⁽¹⁾ Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI ĐCSVN, NXB Sự thật, Hà nội, 1991, trang 147.

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 nh- 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 ... Nh- ng 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. Để thực hiện những nhiệm vụ đó cần phải có những biện pháp, chính sách cũng nh- 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.

CH- ƠNG 4

MỐI QUAN HỆ GIỮA NGOẠI TH- ƠNG VÀ CÁC LĨNH VỰC QUAN TRỌNG CỦA NỀN KINH TẾ

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

1. Ngoại th- ơng và sản xuất

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

Sản xuất có phát triển thì xã hội mới giàu có. Nh- ng 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 tr- ờng cho sản xuất phát triển.

Trong điều kiện kinh tế kém phát triển nh- n- ớc ta, nền kinh tế mất cân đối nghiêm trọng, việc buôn bán với n- ớc ngoài đ- a 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:

Sự thay đổi cơ cấu của sản phẩm xã hội do tác động của xuất nhập khẩu (theo đơn vị quy - ớc)

Khu vực sản xuất xã hội	Sản xuất trong n- ớc	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cơ cấu cuối cùng của sản phẩm xã hội
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, b- u điện	100	50	100	150
- Th- ơng mại	500	200	350	650
- Tài chính, tín dụng, ngân hàng và bảo				

hiếm	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 d-ới 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 hoá. 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 hoá 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 lương 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 (d-ới 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, nh-ng 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 t- t- ởng, động cơ thúc đẩy bên trong sản xuất”⁽¹⁾.

Tiêu dùng chính là quá trình tái sản xuất sức lao động, yếu tố quan trọng nhất của lực l- ợng sản xuất. Không đảm bảo thoả mãn những yêu cầu đến một mức độ cần thiết thì không thể tái sản xuất đầy đủ về số l- ợng và chất l- ợng lao động cho quá trình sản xuất mới. Do đó, việc thoả 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 l- ợng sản xuất. Đ- ơng 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 th- ơng có quan hệ với tiêu dùng cá nhân trên các mặt:

Một là, ngoại th- ơng nhập khẩu những t- liệu sản xuất cần thiết để phục vụ cho việc sản xuất hàng hoá tiêu dùng trong n- ớc.

⁽¹⁾ C. Mác, góp phần phê phán chính trị kinh tế học, NXB Sự thật, 1971, trang 282.

Hai là, ngoại th- ơng trực tiếp nhập khẩu hàng hoá tiêu dùng mà trong n- ớc ch- a sản xuất đ- ợc hoặc sản xuất ch- a đủ. Đây là một hoạt động quan trọng của ngoại th- ơng để phục vụ cho tiêu dùng, thoả mãn nhu cầu tiêu dùng đa dạng của nhân dân, nh-ng 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.

Thứ ba, các mối quan hệ còn có thể phát triển một cách gián tiếp thông qua nhu cầu về các hàng tiêu dùng t- ơng ứng với thu nhập hiện có. Mối liên hệ thông qua tiêu dùng th- ơng nảy sinh khi phần lớn lực l- ợng lao động đ- ợc trả l- ợng cao hơn mức tr- ớc đó, tạo thêm nhu cầu đối với các mặt hàng tiêu dùng đại chúng nh- thực phẩm chế biến, quần áo, giày dép, đồ đạc, radiô 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 n- ớc 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 l- ợng và chất l- ợng, kiểu, mốt, thẩm mỹ của hàng tiêu dùng. Điều đó một mặt thúc ép việc sản xuất trong n- ớc muốn phát triển phải đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của ng- ời tiêu dùng, nếu không sẽ không cạnh tranh đ- ợc với hàng ngoại. Mặt khác ngoại th- ơng có thể và cần phải đóng vai trò quan trọng trong việc h- ớng ng- ời tiêu dùng vào những đòi hỏi hợp lý đối với thị tr- ờng, 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 giả 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 cấu 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, thỏa mãn cả yêu cầu 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 trên đây về thương mại thương cho rằng các yếu tố sản xuất hầu như không chỉ phối trên phạm vi quốc tế. Ngay nay trên thực tế có nhiều rào cản đi kèm đi kèm ra làm hạn chế việc buôn bán sản phẩm hoàn chỉnh. Việc di chuyển các yếu tố sản xuất ra nước ngoài đi kèm thực hiện khá phức tạp 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 thương (ngay không phải lúc nào cũng vậy) 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) đi kèm coi là bộ phận cấu thành quan trọng trong việc hình thành tổng lượng vốn kinh doanh cần thiết của các doanh nghiệp. Ngay tiếp nhận vốn đầu tư không phải là mục đích tự thân cần đạt của các doanh nghiệp. Vốn phải đi kèm đi kèm vào kinh doanh tạo ra lợi nhuận. 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 đi kèm 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 và thị trường nhập khẩu. 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 hoá 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 hoá 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.

CHƯƠNG 5

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGOẠI THƯƠNG

1 Các mô hình chiến lược phát triển

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 nh- 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 và sự nhất quán về con đường và các giải pháp cơ bản để thực hiện. Chiến lược là cơ sở cho xây dựng quy hoạch và các kế hoạch phát triển trung hạn và ngắn hạn. Trong quy trình kế hoạch hoá, chiến lược được coi nh- một định hướng của kế hoạch dài hạn.

Các mô hình chiến lược⁽¹⁾

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 có một chiến lược phát triển thích 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 nh- : 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 công nghệ.

cuu duong than cong. com

(1) Cơ sở khoa học của một số vấn đề trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội Việt Nam đến 2010 và tầm nhìn 2020 (NXBCTQG, Hà nội 2001, trang 17

cuu duong than cong. com

2. Dựa trên cơ sở nguồn lực trong n- ớc

Chiến l- ợc này dựa vào thế mạnh về tài nguyên thiên nhiên trong n- ớc: khoáng sản, nông nghiệp, thuỷ hải sản, nghề rừng..., khai thác và chế biến các tài nguyên này cho cả thị tr- ờng trong n- ớc và ngoài n- ớc. Th- ờng thấy áp dụng chiến l- ợc này ở cả các n- ớc có tài nguyên dầu mỏ lớn vùng Trung Cận Đông. Đặc điểm chủ yếu của chiến l- ợc 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 hoá.
- 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 t- cho chế biến tài nguyên trong n- ớc.
- Tăng c- ờng hợp tác quốc tế để có thiết bị hiện đại, qui mô lớn, các bí quyết sản xuất và các nguồn tài chính, cũng nh- thị tr- ờng thế giới cho các mặt hàng chế biến.
- Định h- ớng 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, đặt biệt là tài nguyên khoáng sản. Hình thành các dự án cơ bản lớn, đặc biệt trong công nghiệp khoáng sản (vốn đầu t- lớn, qui mô sản xuất lớn, thời gian dài)
- Phải tạo ra nguồn năng l- ợng điện rất lớn.
- Đặc biệt l- u ý đến mức cao nhất về bảo vệ môi tr- ờng sinh thái.

Chiến l- ợc này có những mặt hạn chế lớn:

- Không phải n- ớc nào cũng có nguồn tài nguyên đủ lớn để phát triển dựa hẳn vào nguồn tài nguyên trong n- ớc. N- ớc có nguồn tài nguyên rồi cũng cạn kiệt dần.
- Công nghiệp vừa và nhỏ và tạo việc làm tăng tr- ờng chậm. Phát triển nguồn nhân lực càng chậm.

3. Nhắm vào các nhu cầu cơ bản

Một chiến lược phát triển nhằm vào thoả mãn các nhu cầu cơ bản của quốc gia, sẽ được thực hiện trên cơ sở h-ớng các nguồn lực vào sản xuất và cung ứng cho thị trường trong nước về những nhu cầu hàng tiêu dùng thực, thực phẩm cơ bản, hàng may mặc thông thường, hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng, các sản phẩm công nghiệp nặng cho nhu cầu trong nước như sắt thép, xi măng, hoá chất, phân bón.v.v...

Về cơ bản đây là chiến lược thay thế nhập khẩu, các quốc gia như Ấn Độ, Malaysia, Indonesia, Mianma... áp dụng chiến lược này vào những năm 50 và 60 của thế kỷ trước.

Đặc điểm hoặc điều kiện tiên quyết để thực hiện mô hình chiến lược này là:

- 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 h-ớng 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, tính 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.

4. Tập trung vào 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 của chiến lược và tổng kết của UNIDO về những ưu điểm, những đòi hỏi và nhược điểm cơ bản của các mô hình chiến lược, cho 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, 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 hoá 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 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, để đạt tới sự phát triển đáp ứng được ba yêu cầu: phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững.

2. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và phát triển ngoại thương Việt Nam thời kỳ 2001-2010 và tầm nhìn 2020

2.1. 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 hoá, hiện đại hoá, 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 hoá, 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”⁽¹⁾

Căn cứ đường lối kinh tế trên đây, Đại hội Đảng lần thứ IX đã xác định chiến lược phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2001-2010.

cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

(1) Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX Nhà xuất bản, CTQG, H.2001, trang 24

Khung 2.5 Mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001 - 2010 và quan điểm phát triển ⁽¹⁾

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 hoá, 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 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 là:

- “Đưa GDP năm 2010 lên ít nhất 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; cân 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 triển con người (HDI) của nước ta; khoa học, công nghệ, kết cấu hạ tầng; vai trò của các thành phần kinh tế được chỉ rõ trong ⁽²⁾

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

(1) 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, CTQG, H.,2001, trang 158 □ 168.

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)
- Đồng thời 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.

2.2. Chiến lược phát triển ngoại thương

2.2.1. 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 cho từng thời kỳ, các quốc gia đều áp dụng một chiến lược phát triển ngoại thương thích 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)

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 hoá.

Tuy nhiên sự phát triển dựa vào xuất khẩu sản phẩm thô cũng gặp nhiều trở ngại.

Tr- ớc 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 lượng thực, thực phẩm cơ bản tăng chậm hơn mức thu nhập. □ các nước công nghiệp phát triển, mức tăng nhu cầu lượng 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 hoá

($I_n = \frac{P_x}{P_m} \times 100 \%$) 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.

Chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu 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 □nh- Ấn □ độ và Thổ Nhĩ Kỳ cũng đã thực hiện chiến lược này trên con đường công nghiệp hoá từ trước Chiến tranh Thế giới lần thứ hai. □ hầu hết các nước châu □ 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. Phương pháp luận của chiến lược thay thế nhập khẩu là: *Tr- ớc hết* cố gắng tự sản xuất để đáp ứng đại

bộ phận nhu cầu về hàng hoá và dịch vụ cho thị trường nội địa. 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 có lãi. 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.

□p dụng chiến lược thay thế nhập khẩu đã đem lại sự mở mang nhất định các cơ sở sản xuất, giải quyết công ăn việc làm. Quá trình đô thị hoá bắt đầu. Bắt đầu hình thành các chủ doanh nghiệp có đầu óc kinh doanh. Nhưng 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:

a) 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.

b) Kinh tế của các nước đang phát triển trong giai đoạn đầu công nghiệp hoá 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 thích hợp sẽ làm giảm tốc độ phát triển kinh tế.

c) 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.

d) 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 và 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 đ- ọc các nhà kinh tế cũng nh- nhiều ng- ời làm chính sách ở các n- ớc đang phát triển l- u ý tới và tìm con đ- ờng phát triển khác thay thế. Tuy nhiên, không phải chiến l- ọc sản xuất thay thế nhập khẩu là nguyên nhân về tình hình đáng thất vọng về công nghiệp ở nhiều n- ớc. Đúng hơn là những mất cân đối trong chính sách thay thế nhập khẩu có ảnh h- ưởng sang các chính sách đi cùng với nó và thúc đẩy nó. Một hình thức thay thế nhập khẩu ít giáo điều hơn đ- ọc hỗ trợ bởi những chính sách giá cả ôn hoà h- ớng vào thị tr- ờng hơn có thể sẽ là ph- ơng thức phát triển thành công.

Chiến l- ọc sản xuất h- ớng về xuất khẩu là chiến l- ọc "mở cửa" h- ớng ra thị tr- ờng bên ngoài. Chiến l- ọc này đ- ọc áp dụng rộng rãi ở nhiều n- ớc Mỹ La tinh, từ những năm 50 và những n- ớc Đông Bắc và Đông Nam □ từ những năm 60.

Ph- ơng pháp luận của chiến l- ọc 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 n- ớc nh- thế nào trong sự phân công lao động quốc tế, để mang lợi ích tối - u cho một quốc gia. Theo cách tiếp cận đó, chiến l- ọc "h- ớng 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 n- ớc. Chiến l- ọc 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 ph- ơng mà thực chất là nuôi d- ỡng tính ỷ lại và thay thế vào đó là nâng đỡ và hỗ trợ cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu.

- Đảm bảo môi tr- ờng đầu t- cho các nhà t- bản n- ớc 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 t- của các công ty n- ớc ngoài.

Mục tiêu cơ bản của chiến l- ọc này là dựa vào mở mang đầu t- trong n- ớc và đầu t- trực tiếp n- ớc ngoài cũng nh- hỗ trợ của t- bản n- ớc ngoài để tạo ra khả năng cạnh tranh cao của hàng xuất khẩu.

Nhờ áp dụng chiến l- ọc này, nền kinh tế nhiều n- ớc đang phát triển trong vài ba thập kỷ qua đã đạt đ- ọc một tốc độ tăng tr- ờng 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 tr- ờng thế giới. Ngoại th- ơng trở thành "đầu tàu" của nền kinh tế.

Tuy nhiên, áp dụng chiến l- ọc này cũng bộc lộ những nh- ợc 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 đi-ợc 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 đi-ợc 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 trên những yếu tố có thể phát huy đi-ợc. Dù kết quả thu đi-ợc 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 đã đi-ợc đất nước thực hiện có hiệu quả các mục tiêu phát triển của mình.

2.22. 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 đi-ợc cải thiện theo hướng tăng các mặt hàng chế biến, giảm tỷ trọng các sản phẩm thô, tạo đi-ợc một số mặt hàng có khối lượng lớn và thị trường tương đối ổn định. Thương mại dịch vụ nhất là 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 hoá, đáp ứng nhu cầu thiết yếu của đời sống. Thị trường xuất, nhập khẩu đi-ợc mở rộng theo hướng đa dạng hoá thị trường và đa phương hoá quan hệ kinh tế.

Tuy nhiên hoạt động ngoại thương còn bị nhiều hạn chế: 1) Quy mô xuất khẩu còn quá nhỏ bé. 2) Sản xuất chế biến kém hiệu quả của thị trường thế giới; khả năng cạnh tranh của nhiều hàng hoá còn thấp; tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng công nghệ và trí tuệ cao còn rất nhỏ. Xuất khẩu dịch vụ còn thấp. 3) Nhập khẩu chế biến cải thiện đi-ợc tình trạng lạc hậu về công nghệ ở một số ngành; ít tiếp cận đi-ợc với công nghệ nguồn. 4) Sự hiểu biết về thị trường ngoài nước còn bị 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, đã 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 đi-ợc mở rộng.

Xu hướng toàn cầu hoá khu vực hoá 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 vùng 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 thực tiễn của các nước và của bản thân Đại hội Đảng lần thứ IX đã đề ra những định hướng lớn cho hoạt động ngoại thương cho thời kỳ năm 2001-2010 như sau:

- * Tiếp tục mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá; 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 hoá và dịch vụ. Nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển mạnh những sản phẩm hàng hoá 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 hoá 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 hoá 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

n-ớc ngoài. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong và ngoài n-ớc tham gia các hoạt động môi giới, khai thác thị tr-ờng quốc tế.

Điểm đáng l-u ý nhất là trong chiến l-ợc phát triển ngoại th-ơng của 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 đ-ợc xem là động lực phát triển kinh tế của đất n-ớc. Phát triển ngoại th-ơng là để tăng c-ờng khả năng tự phát triển không ngừng của nền kinh tế quốc dân chứ không chỉ là tăng thu nhập thuần tuý, mặc dù không coi nhẹ việc tăng thu nhập.

- Đối với n-ớc ta, một n-ớc trình độ phát triển còn thấp, thiếu vốn và kỹ thuật, nh-ng lại có "lợi thế" về tài nguyên thiên nhiên và lao động, việc thực hiện chiến l-ợc h-ớng mạnh về xuất khẩu, bảo hộ có chọn lọc, có thời hạn đối với sản phẩm sản xuất trong n-ớc.

- Coi trọng việc xuất khẩu có hàm l-ợng chế biến, sản phẩm có hàm l-ợng trí tuệ và công nghệ cao; chú trọng xuất khẩu dịch vụ. Chủ tr-ơng này tạo đà cho xuất khẩu tăng tốc và đạt hiệu quả.

Thực hiện chiến l-ợc 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 n-ớc.

cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

Khung 3.5

MỤC TIÊU CẠO THỢ CẠO CHIẾN L- C XUẤT, NHẬP KHẨU THỜI K 2001-2010.

Qui mô và tốc độ tăng tr- ởng:

- GDP năm 2010 tăng gấp 2 lần so với năm 2000, bình quân tăng khoảng 7,2%/năm
- Tốc độ tăng tr- ởng xuất khẩu gấp 2 lần tốc độ tăng tr- ởng GDP, tức khoảng 14%/năm.

Về xuất khẩu

- Xuất khẩu hàng hoá:

Tốc độ tăng bình quân 2001-2010: 15%/năm

Giá trị năm 2010 đạt 54,6 tỷ USD tức gấp 4 lần năm 2000.

Tỷ trọng xuất khẩu so với GDP: 71,1% cho toàn thời kỳ 2001-2010 (thời kỳ 1991-2000: 29,5%)

- Xuất khẩu dịch vụ:

- Tốc độ tăng tr- ởng bình quân năm 2001-2010: 15%/năm
- Giá trị năm 2010 đạt 8,1 tỷ USD, tức tăng gấp 4 lần năm 2000.
- Tỷ trọng so với GDP tính chung cho cả thời kỳ 2001-2010 là 10,3%.

- Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ:

- Giá trị đạt 62,68 tỷ USD vào năm 2010 (tăng 4 lần so với năm 2000)
- Tỷ trọng xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ so với GDP tính chung cho cả thời kỳ 2001-2010: khoảng 80%.

Về nhập khẩu

- Nhập khẩu hàng hoá

- Tốc độ tăng tr- ởng bình quân (2001-2010) 14%/năm
- Giá trị nhập khẩu năm 2010: 53,7 tỷ USD (năm 2000 14,5 tỷ USD)

- Nhập khẩu dịch vụ:

- Tốc độ tăng bình quân (2001-2010): 11%/năm
- Giá trị nhập khẩu năm 2010: 3,4 tỷ USD (năm 2000: 1,2 tỷ USD)
- Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ:

- Tổng trị giá nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ vào năm 2010 là 57,1 tỷ USD (năm 2000: 15,7 tỷ USD)

Cán cân xuất nhập khẩu:

- 2001-2005: nhập siêu về hàng hoá giảm dần, mỗi năm bình quân nhập siêu 900 triệu USD, cả thời kỳ là 4,73 tỷ USD.
- 2006-2010: nhập siêu tiếp tục giảm, đến năm 2008 cân bằng xuất - nhập hàng hoá và bắt đầu xuất siêu, và sẽ xuất siêu khoảng 1 tỷ USD vào năm 2010.

Nếu tính cả xuất khẩu dịch vụ, thì tới năm 2002 đã cân bằng xuất - nhập và bắt đầu xuất siêu, năm 2010 xuất siêu 5,5 tỷ USD.

3. Các quan điểm cơ bản chỉ đạo hoạt động ngoại th- ơng

Việc xác lập một hệ thống quan điểm rõ ràng, nhất quán về ngoại th- ơng theo đ- ờng lối đổi mới là rất cần thiết để làm cơ sở cho việc hoạch định và thi hành thống nhất các chính sách phát triển ngoại th- ơng.

3.1 Mở rộng hoạt động ngoại th- ơng để thực hiện mục tiêu "dân giàu n- ớc mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh" phải trên nền tảng: giữ vững độc lập chủ quyền và an ninh quốc gia, bảo đảm sự phát triển của đất n- ớc theo định h- ớng xã hội chủ nghĩa, mở rộng quan hệ kinh tế trên cơ sở bình đẳng, cùng có lợi, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau.

Đây là quan điểm cơ bản chỉ đạo hoạt động kinh tế với mức n- ớc ngoài cần đ- ọc quán triệt sâu sắc và thực hiện nhất quán trong quá trình hội nhập kinh tế với khu vực và quốc tế, cũng nh- phát triển ngoại th- ơng nhằm tranh thủ tối đa các cơ hội và giảm thiểu các tác động tiêu cực từ bên ngoài đối với nền kinh tế quốc dân.

Toàn cầu hoá kinh tế quốc tế đang là xu thế tất yếu, đã thâm nhập tất cả các quốc gia và trong mỗi quốc gia đang gõ cửa tất cả các lĩnh vực, các địa ph- ơng, các doanh nghiệp.

Đối với n- ớc ta, nền kinh tế vẫn đang trong tình trạng một nền kinh tế chậm phát triển, do vậy thực hiện chiến l- ược mở cửa với bên ngoài, phát triển ngoại th- ơng là điều kiện không thể thiếu để thúc đẩy kinh tế tăng tr- ởng cao và bền vững. Nh- ng sự tăng tr- ởng ấy phải đ- ọc coi là ph- ơng tiện để thực hiện từng b- ớc mục tiêu của việc xây dựng CNXH ở n- ớc ta: dân giàu, n- ớc mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh và mục tiêu chiến l- ược phát triển kinh tế - xã hội trong từng thời kỳ.

Trong bối cảnh quốc tế hiện nay, hội nhập kinh tế quốc tế là tất yếu, song bên cạnh mặt tích cực của hội nhập, nó còn là cơ hội để các thế lực thù địch với n- ớc ta thực hiện âm m- u "diễn biến hoà bình", can thiệp vào công việc nội bộ

của n-ớc ta. Thực tiễn n-ớc ta trong vài thập kỷ qua cho thấy các thế lực thù địch bên ngoài vẫn đang gắn viện trợ kinh tế, đầu t- chuyển giao công nghệ, th- ơng mại... với "t- hữu hoá", "nhân quyền, dân chủ" để h- ớng công cuộc đổi mới của n- ớc ta đi theo quỹ đạo của CNTB. Vì vậy, quá trình hội nhập, mở cửa phát triển ngoại th- ơng phải giữ vững độc lập chủ quyền, định h- ớng XHCN, bình đẳng cùng có lợi, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau.

Mở rộng ngoại th- ơng trên cơ sở giữ vững độc lập chủ quyền, định h- ớng XHCN, bình đẳng cùng có lợi không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau đòi hỏi phải thực hiện một số vấn đề có tính nguyên tắc sau đây:

Thứ nhất, nhằm phát huy những lợi thế của đất n- ớc trong quá trình hợp tác, nêu cao tinh thần độc lập tự chủ, về ph- ơng diện lãnh đạo, chỉ đạo Đảng và Nhà n- ớc phải đảm trách xây dựng đ- ờng lối, xác định chiến l- ược rõ ràng cụ thể và có kế hoạch chủ động tham gia hội nhập thông qua các hình thức quan hệ kinh tế cụ thể, trong đó có ngoại th- ơng. Nói khác đi đó là việc thực hiện quyền quyết định tối cao của quốc gia về đ- ờng lối, chính sách phát triển kinh tế đối ngoại trong quá trình hội nhập, không chịu sự áp đặt về ý đồ và quyền lợi từ bất kỳ phía nào. Về ph- ơng diện tổ chức thực hiện đ- ờng lối, chiến l- ược, mục tiêu của việc phát triển ngoại th- ơng phải trở thành cái đích chỉ đạo công việc hàng ngày của từng cấp, từng địa ph- ơng, từng doanh nghiệp. Mỗi ngành, mỗi doanh nghiệp chủ động xem xét, nhận biết xu h- ớng diễn biến của nền kinh tế thế giới, của thị tr- ờng thế giới, nhìn nhận những gì là thời cơ, lợi thế có thể và cần tranh thủ, những gì là thách thức cần đối phó, là tiêu cực cần đề phòng, sao cho việc buôn bán đ- ợc thuận lợi, mang về nhiều lợi lộc cho đất n- ớc, cho đơn vị. Chúng ta không thực thi việc buôn bán trái với lợi ích quốc gia, dân tộc, càng không bị lôi cuốn tr- ớc bất cứ sức ép nào, nh- ng cũng không bỏ lỡ những vận hội, lợi ích do th- ơng mại quốc tế mang lại.

Cần nhận thức rằng: sức mạnh kinh tế của một n- ớc là nền tảng cho giữ vững độc lập, chủ quyền và an ninh quốc gia. Hoạt động ngoại th- ơng cũng nh- mọi hoạt động kinh tế đối ngoại khác phải xuất phát từ lợi ích quốc gia, dân tộc. Nh- ng trong quan hệ kinh tế quốc tế, mối quan hệ giữa các bên đối tác đ- ợc thực hiện theo nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi. Vì vậy, lợi ích quốc gia, dân tộc phải gắn với lợi ích của các bên đối tác, và phải bình đẳng, không có phân biệt đối xử.

Trong điều kiện nền kinh tế còn kém phát triển, tham gia hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế, tham gia phân công lao động quốc tế và mở rộng ngoại th- ơng cần hết sức chủ động khai thác phát huy những lợi thế sẵn có và tạo ra những lợi thế mới để tạo chỗ đứng trên thị tr- ờng thế giới, hình thành và mở rộng qui mô các mối quan hệ cùng có lợi với các n- ớc đối tác và bạn hàng. Nếu không chủ động khai thác, phát huy cao độ mọi tiềm năng khơi dậy sự năng động, sáng tạo của nguồn lực trong n- ớc sẽ làm cho đất n- ớc không tận dụng đ- ợc thời cơ, làm mất đà phát triển. Nguy hại hơn, các yếu tố tiêu cực bên ngoài sẽ có cơ hội xâm nhập tác động xấu đến nền kinh tế.

Hai là, đề cao cảnh giác với những âm m-u "diễn biến hoà bình", chống phá của các thế lực thù địch trên mặt trận kinh tế. Chúng ta chủ tr-ong mở rộng quan hệ buôn bán với tất cả các n-ớc, không phân biệt chế độ chính trị - xã hội khác nhau. N-ớc ta mong muốn học tập kinh nghiệm của n-ớc ngoài trong quá trình phát triển kinh tế vào việc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở n-ớc ta. Tuy nhiên, việc vận dụng những kinh nghiệm này không thể là một chiều máy móc mù quáng làm theo chỉ dẫn của các thế lực thù địch bên ngoài làm sai lệch mục tiêu phát triển của đất n-ớc. Đồng thời, cần đề phòng t- t-ởng kỳ thị với tất cả những kinh nghiệm quản lý tiên tiến, những thành tựu khoa học - kỹ thuật của CNTB, từ đó hạn chế các quan hệ kinh tế, quan hệ th-ong mại.

5.3.2. Khắc phục tính chất khép kín của nền kinh tế, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, thực hiện đa dạng hoá, đa ph-ong hoá quan hệ th-ong mại.

Ngày nay, mở cửa nền kinh tế và hội nhập là xu thế khách quan đối với bất kỳ quốc gia nào trong quá trình phát triển đi lên. Nền kinh tế đóng kín là một nền kinh tế không thể phát triển nhanh, bền vững.

Chủ động hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế là tự giác nhận thức tính khách quan của xu thế hội nhập kinh tế quốc tế để tích cực tự giác chuẩn bị điều kiện, lựa chọn hình thức và b-ớc đi phù hợp với nền kinh tế n-ớc ta trong quá trình hội nhập, đảm bảo cho quá trình hội nhập không gây ra những xáo trộn đột biến, giữ vững sự phát triển lành mạnh, bền vững của nền kinh tế. Chúng ta không hội nhập khi những điều kiện đ- a ra trái với lợi ích quốc gia dân tộc, đồng thời cũng không do dự, bỏ lỡ thời cơ thuận lợi. Để hội nhập kinh tế quốc tế có hiệu quả đòi hỏi chúng ta phải chủ động thực hiện những điều chỉnh, thay đổi trong hệ thống pháp luật, chính sách cho thích ứng với thực tiễn và thông lệ quốc tế, đồng thời thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong quá trình hội nhập sao cho có thể khai thác tốt nhất lợi thế so sánh của n-ớc ta nhằm nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế. Điều đó cũng có nghĩa là cần có hệ thống chính sách, luật pháp để vốn, hàng hoá và lao động có đ-ợc những điều kiện thuận lợi trong việc di chuyển từ trong n-ớc ra n-ớc ngoài và ng-ợc lại.

Muốn hội nhập, mở cửa kinh tế h-ớng ra bên ngoài còn cần khai thông thị tr-ờng trong n-ớc. Kiên quyết xoá bỏ tình trạng chia cắt thị tr-ờng theo lãnh thổ, địa ph-ong và theo thành phần kinh tế. Thực hiện th-ong mại hoá tất cả các yếu tố tham gia quá trình sản xuất, kinh doanh hàng hoá. Các hàng hoá đó phải đ-ợc mua bán theo qui luật của thị tr-ờng.

Hội nhập nền kinh tế thế giới đ-ợc thực hiện qua nhiều "kênh" với những hình thức nhất định.

Việc đa dạng và đa ph-ong quan hệ th-ong mại và quan hệ kinh tế đối ngoại khác cho phép n-ớc ta phát huy đ-ợc nhiều lợi thế của đất n-ớc trong phân công lao động quốc tế, thúc đẩy sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu; đồng thời khai

thác đ-ợc nhiều nguồn lực từ nhiều nhà cung cấp n-ớc ngoài phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất n-ớc.

Đa ph-ơng quan hệ th-ơng mại có nghĩa là mở rộng quan hệ buôn bán và quan hệ kinh tế khác với tất cả các n-ớc, với các khu vực và các bạn hàng không phân biệt chế độ chính trị - xã hội khác nhau. Thực hiện đa ph-ơng hoá, đa dạng hoá quan hệ th-ơng mại sẽ giúp chúng ta không bị lệ thuộc hoàn toàn vào một vài quốc gia, một vài công ty n-ớc ngoài. Điều này sẽ giúp cho nền kinh tế n-ớc ta phát triển ổn định.

Mặc dù ngoại th-ơng là một kênh quan trọng để thực hiện hội nhập. Nh-ng ngoại th-ơng chỉ có thể phát triển trên cơ sở mở rộng và gắn kết với các hình thức quan hệ kinh tế - th-ơng mại khác nh- đầu t- , tài chính tín dụng, ngân hàng, giao thông vận tải, bảo hiểm, văn hoá, giáo dục v.v...

Đa ph-ơng hoá, đa dạng hoá quan hệ th-ơng mại và quan hệ kinh tế khác không có nghĩa là chúng ta phát triển tất cả các hình thức quan hệ kinh tế - th-ơng mại với tất cả các n-ớc. Trong từng giai đoạn cụ thể, với từng quốc gia và bạn hàng cụ thể vẫn cần có định h-ớng - u tiên bạn hàng chủ yếu.

5.3.3. Mở rộng sự tham gia của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế vào hoạt động ngoại th-ơng d-ới sự quản lý thống nhất của Nhà n-ớc.

Đảng và Nhà n-ớc ta xác định rất rõ, nền kinh tế n-ớc ta không đi theo cơ chế thị tr-ờng tự do, mà theo cơ chế thị tr-ờng do Nhà n-ớc thống nhất quản lý, theo định h-ớng XHCN.

Chủ thể trực tiếp tham gia sản xuất và trao đổi sản phẩm, hàng hoá trên thị tr-ờng trong và ngoài n-ớc là các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.

Phát triển kinh tế hàng hoá nhiều thành phần là chủ tr-ơng chiến l-ợc lâu dài trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở n-ớc ta. Trong nền kinh tế nhiều thành phần ở n-ớc ta, chế độ sở hữu t- liệu sản xuất bao gồm hai loại hình cơ bản: sở hữu toàn dân, sở hữu t- nhân. Từ các loại sở hữu đó, hình thành nhiều hình thức tổ chức kinh tế đa dạng trong đó ngày càng phát triển các tổ chức kinh doanh dựa trên sự hỗn hợp nhiều loại sở hữu. Quan điểm mới nhằm phát huy thế mạnh của các thành phần kinh tế, vừa cạnh tranh, vừa hợp tác bổ sung cho nhau trong nền kinh tế quốc dân thống nhất. Đồng thời, hình thành về cơ bản thị tr-ờng d-ới sự quản lý thống nhất của Nhà n-ớc.

Đảm bảo sự quản lý thống nhất của Nhà n-ớc trong hoạt động ngoại th-ơng đòi hỏi các doanh nghiệp, các chủ thể khi tham gia hoạt động này phải đi đúng đ-ờng lối, quan điểm của Đảng. Đó là tiếp tục thực hiện đ-ờng lối đối ngoại với tinh thần Việt Nam muốn là bạn của tất cả các n-ớc; hợp tác và phát triển nhiều mặt với các n-ớc, các tổ chức quốc tế và khu vực trên nguyên tắc tôn trọng độc lập, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ của nhau, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, bình đẳng và cùng có lợi. Có đứng vững trên quan điểm đó,

các doanh nghiệp tham gia hoạt động ngoại thương và các quan hệ kinh tế đối ngoại khác mới hướng hoạt động của mình đi đúng hướng, tiến bộ vững chắc trở tác động hàng ngày, hàng giờ của nhiều nhân tố phức tạp, kể cả sự tiến công bằng nhiều thủ đoạn tinh vi và thâm độc của các thế lực thù địch.

Đảm bảo sự quản lý thống nhất của Nhà nước, trở hết phải làm cho hệ thống luật pháp trong lĩnh vực ngoại thương và quan hệ kinh tế đối ngoại khác của nước ta được đổi mới thực sự, trên cơ sở cụ thể hoá đường lối và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nước ta, thích ứng với thông lệ và hợp tác quốc tế. Đó là một hành lang pháp lý vô cùng quan trọng trong việc tạo lập một môi trường an toàn, an ninh về kinh tế nhằm tăng cường cạnh tranh để phát triển. Song quản lý một nền kinh tế và ngoại thương phát triển theo cơ chế thị trường điều quan trọng là phải làm cho công cụ luật pháp đi vào cuộc sống, đồng thời phải thực hiện đầy đủ chức năng kiểm soát để quá trình phát triển ngoại thương không bị rối loạn.

5.3.4. *Coi trọng hiệu quả kinh tế - xã hội trong hoạt động ngoại thương.*

Hiệu quả kinh tế là mối quan tâm hàng đầu của kinh tế học. Hiệu quả kinh tế là một tiêu chuẩn quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động ngoại thương.

Kinh tế và xã hội là hai vấn đề có quan hệ chặt chẽ với nhau. Nếu mở rộng buôn bán với nước ngoài mà làm cho đất nước nghèo đi, thất nghiệp gia tăng, khoảng cách giàu nghèo trong xã hội ngày càng lớn và công bằng xã hội không được thực hiện, thì việc mở rộng buôn bán đó cũng không hề có ý nghĩa gì. Vì vậy, hiệu quả kinh tế trong hoạt động ngoại thương không chỉ có nghĩa là lợi nhuận bằng tiền tăng lên. Tuy rằng kinh doanh có lợi nhuận là lý do tồn tại của bất kỳ doanh nghiệp nào.

Hiệu quả kinh tế cùng với hiệu quả xã hội của hoạt động ngoại thương phải thể hiện ở mức độ đóng góp vào việc thực hiện những mục tiêu của đường lối và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của nước ta trong từng thời kỳ. Ví dụ như :

- Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế quốc dân, nâng cao thu nhập quốc dân tính theo đầu người.
- Phân phối hợp lý thu nhập quốc dân, tạo thêm nhiều việc làm mới.
- Sử dụng tốt nhất mọi khả năng, tiềm năng sản xuất trong nước.
- Bảo vệ và cải thiện môi trường góp phần đảm bảo sự phát triển bền vững của đất nước.
- Nâng cao vị thế kinh tế, chính trị của nước ta trên thị trường.
- Cán cân thanh toán lành mạnh.
- V.v.V

Trong quá trình kinh doanh, các doanh nghiệp đều cố gắng sử dụng nguồn lực của mình sao cho có được lợi nhuận cao nhất. Thông thường, họ ít chú ý đến lợi ích công cộng. Họ chỉ chăm lo đảm bảo an toàn cho thành quả kinh doanh của mình. Vì vậy, Nhà nước cần có luật pháp và chính sách hướng dẫn, khuyến khích các doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả xã hội trong kinh doanh. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ đảm bảo lợi ích của các doanh nghiệp khi họ phục vụ lợi ích xã hội, làm sao cho trong khi theo đuổi lợi nhuận, các doanh nghiệp không làm tổn hại mà còn phục vụ và bảo vệ lợi ích của xã hội.

CHƯƠNG 6

SƠ LƯỢC VỀ NGOẠI THƯƠNG Việt Nam TRƯỚC CÁCH MẠNG THÁNG 8 - 1945

1. Dời chế độ phong kiến

Thời phong kiến, nền kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế nông nghiệp tự cấp, tự túc, là một nền kinh tế khép kín, ít có sự giao lưu với bên ngoài. Các sản phẩm nông nghiệp chủ yếu chỉ dùng để ăn uống và mặc, không có sự trao đổi hàng hóa. Vì vậy, nền kinh tế này không có sự phát triển và tiến bộ.

Sản xuất hàng hoá 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 mua hàng, vì hàng không có sẵn nên họ phải đặt tiền cho những người thợ thủ công Việt Nam sản xuất. 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 mua chuộc 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 tiến 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 vại chia làm ba loại: mét ①Ó tho¶ m-n títu đing xa hoa của vua quan phong ki ①n nh- lóa lư, gÊm vác, san h«, hæ ph, ch v.v... Mét lo'i kh,c ②Ó “gi÷ g×n x: t¼c” nh- vò khÝ, vư nh÷ng nguyªn li ②u làm ra vò khÝ (s¼t, ②ång, diªm tr¼ng, diªm vụng...). Cuøi cing lư hụng títu đing hụng nguy trong gia ③×nh nh- g-ng l-ic, kim chØ, thuộc men.

Hàng bán ra gồm nông lâm hải sản quý hiếm do thiên nhiên sẵn có đ-ợc khai thác đem bán. Về lâm sản có sa nhân, thảo quả, nấm h-ơng, trầm h-ơng, 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 nh- do bọn vua quan độc quyền để kiếm lời cho bản thân. Họ tiến hành ngoại th-ơng một cách tùy tiện, độc đoán. Những thể lệ mua bán th-ơng không thành văn bản, mà làm theo lệnh của vua chúa. Điều đó gây khó khăn rất nhiều cho các nhà buôn n-ớc ngoài. Ngoài ra về tr-ơng 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 n-ớc ngoài đến phải qua một số thủ tục để thay đổi tùy nơi, tùy lúc, nh-ng 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 ng-ời sản xuất cũng tuân theo lệnh và thể lệ do vua, quan đ-a ra. Ng-ời có hàng không muốn bán qua trung gian. Th-ơng nhân n-ớc ngoài cũng muốn mua trực tiếp của ng-ời có hàng. Vì vậy, độc quyền mua bán của phong kiến cũng chỉ thực hiện đ-ợc 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...

2. Ngoại th-ơng Việt Nam d-ới thời Pháp thuộc

D-ới 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 ①.

Tr-ớc chiến tranh thế giới lần thứ hai, lúc mà Việt Nam đạt mức phát triển cao nhất d-ới thời Pháp thuộc, nền kinh tế n-ớc 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 sử dụng nhiều lao động và nguyên liệu tại chỗ, hoặc những ngành đầu t-ít vốn, thu nhiều lợi nhuận, thu hồi vốn nhanh (dệt, r-ợu thuốc lá, thuốc da, diêm, đ-ờng...)

Với nền kinh tế nh- vậy, ngoại th-ơng kém phát triển cả về quy mô, mặt hàng và thị tr-ơng.

Xuất khẩu chủ yếu của n-ớc 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 n-ớc Đông D-ơng, 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 ngàn tấn cao su (gần nh- toàn bộ 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 nh- xăng dầu, bông, vải. Nhập máy móc thiết bị cũng có, nh- ng chiếm tỷ lệ thấp, từ 1,4% (năm 1915) đến 8,8% (năm cao nhất - 1931) trong tổng kim ngạch nhập khẩu.

Bảng 1. Xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam thời kỳ 1934-1939

Đơn vị : Triệu đồng Đông D-ong

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 D-ong 1913 - 1939

VỀ c, n c©n ngoi th- ng, trong thời gian 50 n- m (1980 - 1939), chØ cũ 9 n- m c, c n-íc §«ng D- ng nhËp si'u, cũn 41 n- m xuất si'u. §èi vớ mét n-íc thuộc ©Đa, xuất si'u kh«ng ph¶i lụ b»ng chøng cũa sù phn vnh vù t- ng tr- ãng kinh tÕ nh- ẽ c, c n-íc ©éc IẾp, v× khời l- ãng xuất si'u ©ã ph¶i nh mợc ©é t-íc ©o't, bắ lét cũa thùc đôn Ph.p.

Để bảo vệ đặc quyền, đặc lợi trong lĩnh vực ngoại th-ong, Pháp thực hiện ở Đông D-ong một hàng rào thuế quan rất chặt chẽ, có lợi cho chúng.

Ngày 11/11/1892, Pháp ban hành luật về “đồng hoá thuế quan”. Với chế độ “đồng hoá thuế quan” Việt Nam và Pháp nằm trong một hàng rào thuế quan chung. Hàng của Pháp nhập khẩu vào Việt Nam đ-ợc miễn thuế nhập khẩu, còn hàng của các n-ớc khác thì bị hàng rào thuế quan ngăn trở, với thuế suất cao. Mặt khác, hàng của Việt Nam (thực tế do t- bản Pháp nắm) nhập vào Pháp đ-ợc 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 nh- ng lại hoàn toàn bất lợi cho nhân dân ta.

Năm 1939, chiến tranh thế giới lần thứ hai bùng nổ. Tháng 6 năm 1940, Pháp thua trận, đầu hàng Đức. Tháng 10 năm 1940, quân Nhật đổ bộ lên Đông D-ong. Để đối phó lại, các n-ớc đồng minh phong toả n-ớc 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 hoá 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:

1. Hàng của n-ớc Pháp nhập khẩu vào các n-ớc Đông D-ơng và của các n-ớc Đông D-ơng nhập vào Pháp không đ-ợc miễn thuế, trừ những mặt hàng chính phủ Pháp quy định trong một danh mục cụ thể.

2. Thuế xuất nhập khẩu áp dụng ở Đông D-ơng do các n-ớc Đông D-ơng quy định nh-ng phải đ-ợc Chính phủ Pháp chuẩn y. So với chính sách “đồng hoá thuế quan”, chính sách “thuế quan tự trị” có lợi với các thuộc địa. Hàng rào thuế quan đ-ợc nới lỏng, thuế suất tối đa đ-ợc bãi bỏ, thuế suất tối thiểu đ-ợc áp dụng đối với hàng nhập khẩu từ n-ớc ngoài, trừ tr-ờng hợp hàng nhập khẩu từ Nhật Bản đ-ợc h-ởng thuế suất đặc biệt, thấp hơn thuế suất tối thiểu.

cuu duong th **CH- ƠNG 7.** com

NGOẠI TH- ƠNG VIỆT NAM SAU CÁCH MẠNG THÁNG 8 -1 945

1. Ngoại th- ơng Việt Nam thời kỳ 1945 - 1954.

Trong hoàn cảnh chiến tranh, ngoại th- ơng nhằm mục tiêu vừa đấu tranh chống âm m- u bao vây và phong tỏa của các đế quốc Pháp vừa duy trì và mở rộng giao l- u 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 l- u 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 - ơng 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 hản giữa ta với địch mà chúng ta vẫn mở mang buôn bán với địch nh-ng chỉ cho vùng địch những thứ hàng không hại cho ta và đ- a 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 D-ơng) nhập khẩu (từ vùng tạm bị địch kiểm soát) hàng hoá cần thiết.

- Tranh thủ nhập khẩu hàng hoá cần thiết, cấm nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu những hàng hoá có khả năng cạnh tranh với các sản phẩm của vùng tự do.

- Đấu tranh giá cả trong trao đổi hàng hoá giữa hai vùng nhằm góp phần ổn định giá cả vùng tự do.

- Đấu tranh tiền tệ (giữa tiền Việt Nam và tiền Đông D-ơng) nhằm mở rộng phạm vi l-u hành tiền Việt Nam, giữ vững giá trị tiền Việt Nam so với tiền Đông D-ơng.

- Làm thất bại âm m-u của địch, lợi dụng việc giao l-u kinh tế giữa hai vùng để lũng đoạn kinh tế vùng tự do.

Những chủ tr-ơng mới đó phù hợp với điều kiện chiến tranh và đáp ứng lợi ích của nhân dân hai vùng, đ-ợc nhân dân h-ởng ứng rộng rãi. Kết quả việc thực hiện chủ tr-ơng trên là trị giá hàng hoá xuất nhập khẩu tăng vọt. Nếu lấy năm 1948 = 100, thì

	1951	1952	1953	1954
- Xuất khẩu vào vùng tạm chiếm	94	663	1433	1762
- Nhập khẩu từ vùng tạm chiếm	41	268	770	947

Cuối năm 1950, ta giải phóng các tỉnh Cao Bằng, Lạng Sơn phá đ-ợc vòng vây của địch ở biên giới phía Bắc. H-ởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ Việt Nam, Trung Quốc, Liên Xô và các n-ớc Đông Âu, quan hệ chính thức về kinh tế và th-ơng mại giữa n-ớc ta với n-ớc ngoài về mặt Nhà n-ớc đ-ợc thiết lập.

Năm 1952, Chính phủ ta ký Hiệp định th-ơng mại với Chính phủ Cộng hoà nhân dân Trung Hoa, và năm 1953, Chính phủ ta ký với Chính phủ Trung Quốc Nghị định th- về mậu dịch tiểu ngạch biên giới, quy định việc trao đổi hàng hoá 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, hoá chất, vải sợi,

hàng tiêu dùng, d- ợc phẩm... Giá trị hàng hoá trao đổi với n- ớc ngoài năm 1954 so với năm 1952 tăng gấp 4 lần.

Ngoài việc quan hệ th- ơng mại, Trung Quốc còn viện trợ cho Việt Nam một số vật t- hàng hoá, không phải hoàn lại.

Việc phát triển và mở rộng các quan hệ kinh tế và th- ơng mại với n- ớc 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 n- ớc ta tăng nhanh đ- ợc tiềm lực kinh tế và tiềm lực quốc phòng, có thêm vật t- hàng hoá để đáp ứng nhu cầu, kháng chiến và dân sinh, ổn định thị tr- ờng, giá cả. Tuy vậy, khối l- ợng buôn bán với bên ngoài rất hạn chế do hoàn cảnh chiến tranh và sự bao vây phong toả của kẻ địch.

Trong lĩnh vực th- ơng mại, thời kỳ 1945 - 1954 là thời kỳ đầy khó khăn, những kinh nghiệm quý báu rút ra đ- ợc 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 hoá với vùng địch tạm chiếm trên cơ sở đẩy mạnh xuất khẩu để nhập khẩu và tích lũy ngoại tệ.

2. Ngoại th- ơng thời kỳ 1955 - 1975

Thời kỳ 1955 - 1975 là thời kỳ cải tạo và xây dựng kinh tế, phát triển văn hoá theo CNXH ở miền Bắc, vừa phải tiến hành cuộc chiến tranh chống Mỹ cứu n- ớc. Hai nhiệm vụ chiến l- ợc trên gắn bó chặt chẽ với nhau, kháng chiến chống Mỹ cứu n- ớc là nhiệm vụ hàng đầu, nh- ng 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 n- ớc.

Trong thời kỳ này sự phát triển ngoại th- ơng có thể chia làm hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: mở rộng và phát triển ngoại th- ơng phục vụ công cuộc khôi phục kinh tế miền Bắc, xây dựng hậu ph- ơng 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 ph- ơng châm không ngừng củng cố và phát triển quan hệ kinh tế và th- ơng mại với các n- ớc xã hội chủ nghĩa, đồng thời mở rộng quan hệ với các n- ớc ngoài XHCN.

Từ năm 1955, Chính phủ ta đã ký với Liên Xô, Trung Quốc và các n- ớc XHCN khác các hiệp định về viện trợ hàng hoá 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 n- ớc XHCN anh em.

Đối với các n- ớc ngoài hệ thống XHCN, Chính phủ ta ký Hiệp định th- ơng mại với Chính phủ Pháp (cuối năm 1955), Ôn □ ộ (1956), Indônêxia (1957) và những năm sau đó với Cộng hoà □-Rập thống nhất, Campuchia, Irắc. Song song với việc thiết lập quan hệ kinh tế th- ơng mại, về mặt Nhà n- ớc 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, Xingapo, 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 số 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 số 3).

- Cơ cấu hàng xuất khẩu ảnh hưởng 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. Tỷ trọng 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 tài liệu sản xuất được ưu ý và tăng dần. Nhóm hàng này trong tổng kim ngạch nhập khẩu năm 1965 là 76,5% so với 44,9% năm 1955; tỷ trọng 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 TW 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 bắt 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.

Bắt đầu 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 bắt 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

th-ơng đã xuất khẩu đ-ợc 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 ng-ời lao động.

Kim ngạch nhập khẩu tăng khá nhanh, theo h-ớng nói trên, nhập t- 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 n-ớc và một số hàng thiết yếu tiêu dùng cho nhân dân.

Chúng ta đã tăng c-ờng hợp tác kinh tế và trao đổi hàng hoá với các n-ớc XHCN, đồng thời mở rộng buôn bán với nhiều n-ớc dân tộc chủ nghĩa và một số n-ớc TBCN, góp phần thực hiện có kết quả chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước ta”.

Hoạt động ngoại th-ơng và hợp tác kinh tế với n-ớc 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 n-ớc (cuối năm 1964).

Giai đoạn 2: Đấu tranh phá vỡ âm m-u bao vây và phong toả 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 n-ớc (1966 — 1975).

Trong tình hình mới, kinh tế miền Bắc chuyển từ hoà bình sang chiến tranh, ngoại th-ơng và quan hệ kinh tế với n-ớc ngoài cũng chuyển theo h-ớng 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 c-ờng 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, ph-ơng h-ớng nhiệm vụ của ngoại th-ơng và quan hệ kinh tế với n-ớc ngoài trong giai đoạn này khác về cơ bản so với giai đoạn tr-ước.

Nhiệm vụ kinh tế đối ngoại tr-ước 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 đ-a hàng nhập khẩu về n-ớc nhằm tăng c-ờng tiềm lực kinh tế, tiềm lực quốc phòng, duy trì và phát triển sản xuất trong n-ớc theo ph-ơng 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 m-u 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 l-ợng 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 đ-ờng giao thông ở trong n-ớc và với n-ớc ngoài, bao vây phong toả các cảng, chủ yếu cảng Hải Phòng, uy

hiếp tàu của các n-ớc 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 l-u kinh tế với n-ớc ngoài.

Tuy có rất nhiều khó khăn, nh-ng đế quốc Mỹ đã không thành công trong âm m-u bao vây, phong toả kinh tế miền Bắc n-ớc ta.

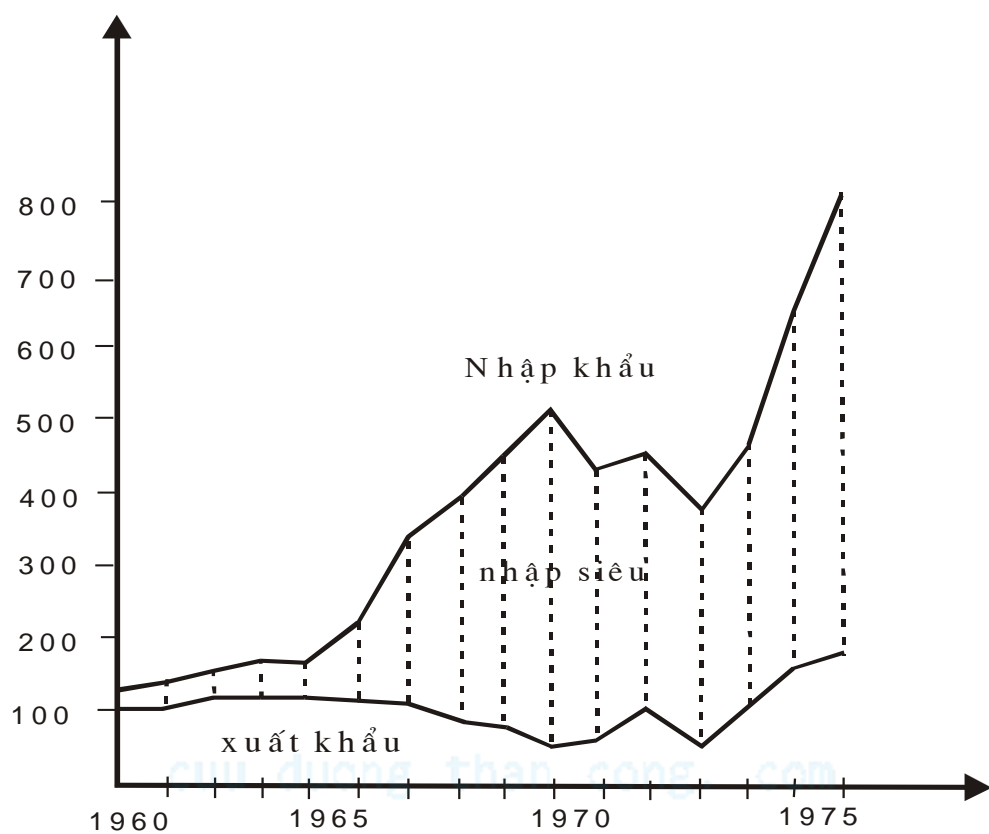
Trong giai đoạn này, hoạt động kinh tế đối ngoại và ngoại th-ơng chủ yếu tập trung vào việc tiếp nhận viện trợ quốc tế từ các n-ớc XHCN và bè bạn trên thế giới d-ới hình thức viện trợ không hoàn lại, viện trợ nhân đạo, cấp tín dụng với điều kiện -u đãi. Hoạt động buôn bán, trao đổi hàng hoá với n-ớc ngoài bị thu hẹp đáng kể.

Trong điều kiện chiến tranh, số n-ớc có quan hệ kinh tế, th-ơng mại với n-ớc ta giảm nhiều, từ 40 n-ớc năm 1964, giảm xuống còn 27 n-ớc năm 1974. Quan hệ buôn bán đ-ợc duy trì chủ yếu là với các n-ớc XHCN. Từ những năm 1964 đến năm 1975, xuất khẩu sang các n-ớc 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 nh-ng 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, ph-ơng 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 số 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 ph-ơng tiện vận tải: 372; dụng cụ và phụ tùng: 260; nguyên nhiên liệu: 350; hàng tiêu dùng: 377.

Sơ đồ xuất khẩu, nhập khẩu thời kỳ 1960-1975



Tổng giá trị xuất nhập khẩu

Bảng số 1.7

Đơn vị: triệu rúp

Năm	Tổng trị giá xuất nhập khẩu	Chia ra			
		Xuất khẩu	Nhập khẩu		Cán cân th- ơng 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	91,7	-422,7
1969	554,8	42,6	512,2		-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: Tổng cục thống kê - Niên giám thống kê năm 1976

Cơ cấu xuất nhập khẩu

cuu duong than cong. com

Bảng số 2.7

Đơn vị: %

Năm	Xuất khẩu			Nhập khẩu				
	Hàng công nghiệp	Hàng CN nhẹ tiểu thủ công nghiệp	Hàng nông lâm thủy sản	T- liệu sản xuất				Hàng tiêu dùng
				Thiết bị toàn bộ	Máy móc ph- ơng 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 (Tổng cục thống kê)

Nhập khẩu phân theo nguồn thanh toán

Bảng số 3.7

Đơn vị: Triệu rúp - Đô la

Năm	Kim ngạch nhập khẩu	Mậu dịch		Vay nợ		Viện trợ	
		Kim ngạch	Tỉ trọng	Kim ngạch	Tỉ trọng	Kim ngạch	Tỉ 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 KHXH, 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 th- ờng xuyên chiếm trên 20% kim ngạch nhập khẩu (xem bảng số 3).

Sau chiến tranh, Liên Xô và nhiều n- ớc 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 n- ớc bè bạn đối với cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu n- ớc 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 n- ớc XHCN khác, đã triển khai xây dựng một số công trình theo h- ớng công nghiệp hoá. Tiềm lực kinh tế đ- ợc tăng c- ờng 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, - u 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 đ- ợc.

□ miền Nam, nhờ viện trợ n- ớc ngoài và để phục vụ cho chiến tranh, hệ thống giao thông đ- ờng bộ, cảng biển và sân bay khá phát triển. Một số cơ sở công nghiệp nhẹ và công nghiệp thực phẩm, hoá chất có kỹ thuật t- ơng 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 n- ớc 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 n- ớc bị tê liệt hoàn toàn. Điều đó đặt ra cho ngoại th- ơng những nhiệm vụ mới rất nặng nề.

3. Ngoại th- ơng Việt Nam từ 1976 đến năm 2000

Thời kỳ này có thể chia thành hai giai đoạn:

3.1. Giai đoạn từ 1975 - 1985

Trong bìn c¶nh ®Êt n-íc ®- thêng nhÊt, ho¹t ®éng ngo¹i th-ơng cũ nh÷ng thuËn lîi míi, ®ång thêi cũ nh÷ng khã kh÷n míi. §Êt n-íc ®-íc thêng nhÊt, chóng ta cũ ®iÖu kiÖn vµ kh¶ n÷ng khai th¶ cũ hiÖu qu¶ tiÖm n÷ng cũa ®Êt n-íc (®Êt ®ai, rōng, biÖn, khÝ hÊu, tµi nguyªn thiªn nhiªn, phong c¶nh, nguån lao ®éng vµ yÖu tè con ng-êi, vÞ trÝ cũa ViÖt Nam v.v...) ®Ó ®Êy m¹nh xuÊt khÈu, ph¶t triÓn du lÞch, c¶c dÞch vô thu ngo¹i tÖ, ph¶t triÓn ngo¹i th-ơng mễ réng hîp t¶c kinh tÖ, khoa hăc kü thuËt víi n-íc ngoµi, thu hót vèn vµ kü thuËt n-íc ngoµi. Nh-ng b¹n cũnh nh÷ng thuËn lîi míi, chóng ta còng ®øng tr-íc nh÷ng khã kh÷n gay g³t b³t nguån tÖ tr×nh ®é ph¶t triÓn kinh tÖ cũa c¶ n-íc cũn thÊp, cũ sễ vËt chÊt vµ kü thuËt cũn thÊp kĐm, kinh tÖ hụng ho, cũ-a ph¶t triÓn, cũ-a cũ tÝch luũ tÖ nêi bé nÒn kinh tÖ, nÒn kinh tÖ cũn bÞ lÖ thuoác nÆng nÒ

vào bên ngoài. Mặt khác, chỉ cần tranh đấu để có lợi nhuận hầu như kinh tế nước ngoài không làm cho đất nước phát triển thêm lợi nhuận mà gây ra lạm phát và thất nghiệp, hời hợt phải qua nhiều năm mới hạn chế được.

Trong 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 Thương mại 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 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 tiếp tục phát triển.

(1) Văn kiện Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ IV, NXB Sự thật, Hà Nội, năm 1977.

Đây là kết quả hoạt động xuất, nhập khẩu giai đoạn 1976 — 1985

Xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 1976 - 1985

Bảng số 4.7

Đơn vị: Triệu rúp - USD

Năm	Tổng kim ngạch XNK	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân th-ong 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%

Qua bảng thống kê trên chúng ta thấy:

- Kim ngạch xuất khẩu tăng dần qua các năm. Tỷ lệ tăng tr-ởng 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 tr-ởng bình quân trong 10 năm của xuất khẩu là 13,5%/năm, thì của XNK cộng lại là 8,4%/năm, và của nhập khẩu chỉ có 7%/năm.

- Trị giá xuất khẩu tuy có tăng. Nh-ng trong 10 năm (1976 — 1985) xuất khẩu cũng chỉ đảm bảo đ-ợc 30,8% tổng số tiền nhập khẩu.

- Cán cân th-ong mại quốc tế luôn nhập siêu và nhập siêu có xu h-ớng 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 n-ớc không đảm bảo.

Ngoài sắt thép, xăng dầu, máy móc, thiết bị còn nhập khẩu cả hàng tiêu dùng. Kể cả những loại hàng hoá lễ ra sản xuất trong n-ớc có thể đáp ứng đ-ợc nh- lúa gạo, vải mặc. Trong những năm 1976 — 1985 đã nhập khẩu 60 triệu mét vải các loại và gần 1,5 triệu tấn l-ơng thực quy gạo.

Xuất khẩu tuy có tăng nh-ng trị giá xuất khẩu quá thấp. Hàng xuất khẩu chủ yếu dựa vào thu gom sản phẩm từ nền sản xuất hàng hoá kém phát triển. 63% trị giá xuất khẩu của năm 1985 là nông, lâm, thuỷ sản; 28,9% là hàng công nghiệp nhẹ và thủ công nghiệp.

Nguyên tắc *Nhà n-ớc độc quyền về ngoại th-ơng* và các quan hệ kinh tế đối ngoại khác đ-ợc coi là nền tảng để hình thành cơ chế quản lý và tổ chức hoạt động ngoại th-ơng trong giai đoạn này. Nguyên tắc trên đã đ-ợc Hiến pháp năm 1980 ghi nhận tại Điều 21.

Nội dung cơ bản của mô hình quản lý theo nguyên tắc Nhà n-ớc độc quyền ngoại th-ơng là:

- Hoạt động ngoại th-ơng đều đ-ợc kế hoạch hoá với một hệ thống chỉ tiêu pháp lệnh chặt chẽ và đ-ợc chỉ huy tập trung từ Trung - ơng.

- Các hoạt động ngoại th-ơng đều đ-ợc giao cho các tổ chức quốc doanh đ-ợc Nhà n-ớc thành lập và quản lý.

- Các quan hệ th-ơng mại, kinh tế giữa n-ớc ta và các n-ớc XHCN khác đều mang tính chất Nhà n-ớc và đ-ợc thực hiện trên cơ sở các hiệp định và Nghị định th- mà Chính phủ ta ký với chính phủ các n-ớc XHCN. Các điều - ớc quốc tế đó quy định cụ thể danh mục và kim ngạch XNK, các nguyên tắc xác định giá, ph-ơng 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 th-ơng và các tổ chức kinh tế của Nhà n-ớc đ-ợc thực hiện các cam kết của chính phủ Việt Nam với n-ớc 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 n-ớc, các khoản được coi là “lỗ” thì được Ngân sách Nhà n-ớc cấp bù.

- Về mặt quản lý không có sự phân biệt rành mạch giữa quản lý Nhà n-ớc và quản lý kinh doanh.

Cơ chế quản lý tập trung, bao cấp đã ảnh h-ởng tiêu cực đến hoạt động ngoại th-ơng, 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 - ơng Đảng lần thứ 6 (Khoá IV) đã đề ra một số biện pháp cải biến cơ chế quản lý hoạt động ngoại th-ơng, đặc biệt là quản lý xuất khẩu. Tuy nhiên độc quyền ngoại th-ơng vẫn là nguyên tắc chỉ đạo mọi hoạt động ngoại th-ơng trong giai đoạn này.

Căn cứ vào Nghị quyết Hội nghị Trung - ơng Đảng lần thứ 6, Hội đồng Bộ tr-ởng (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 th-ơng. Nội dung cơ bản của Bản quy định này gồm những điểm chủ yếu sau:

- *Sửa đổi công tác kế hoạch hoá 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 th-ơng cho các địa ph-ơng* thông qua các tổ chức ngoại th-ơng địa ph-ơng. Từ quy định này hình thành hàng xuất khẩu Trung - ơng và hàng xuất khẩu địa ph-ơng 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 n-ớc về ngoại th-ơng (Bộ Ngoại th-ơng), Bộ chủ quản của các tổ chức kinh doanh đ-ợc quyền hoạt động ngoại th-ơng (Bộ quản lý ngành).

- *Dành cho các địa ph-ơng một tỷ lệ ngoại tệ* thu đ-ợc từ hàng xuất khẩu địa ph-ơng để nhập khẩu vật t- phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu địa ph-ơng và cho kinh tế địa ph-ơng. Từ quy định này hình thành chế độ tự cân đối ngoại tệ đối với các địa ph-ơng.

Những biện pháp nêu trên có làm giảm đi phần nào tính tập trung cao của công tác quản lý ngoại th-ơng, nh-ơng nhìn chung những sửa đổi đó về cơ bản vẫn nằm trong khuôn khổ Nhà n-ớc độc quyền ngoại th-ơng.

3.2. Ngoại th-ơng Việt Nam giai đoạn 1986 đến năm 2000.

Công cuộc đổi mới, mở cửa nền kinh tế đ-ợc Đảng Cộng sản Việt Nam khởi x-ớng từ Hội nghị Trung - ơng lần thứ 6 (khoá IV) họp cuối năm 1986. Từ đó đến nay đất n-ớc ta thật sự có những biến đổi sâu sắc. Hoạt động ngoại th-ơng có những b-ớc tiến v-ợt bậc. Nhờ thực hiện chính sách mở cửa, đa ph-ơng hoá, đa dạng hoá quan hệ kinh tế đối ngoại đến nay n-ớc ta đã có quan hệ buôn bán với hơn 100 n-ớc và lãnh thổ thuộc đủ các châu lục trên thế giới. Việt Nam đã ký Hiệp định hợp tác th-ơng mại với EU; n-ớc ta đã bình th-ờng hoá quan hệ với Hoa kỳ (12-07-1995); Việt Nam đã ra nhập ASEAN (18-07-1995). N-ớc ta cũng đã tham gia nhiều tổ chức kinh tế quốc tế. Đó là những điều kiện thuận lợi để n-ớc ta đẩy nhanh tốc độ phát triển kinh tế, mở rộng buôn bán và hợp tác kinh tế với các n-ớc và các tổ chức kinh tế khu vực.

D-ới đây là kết quả hoạt động ngoại th-ơng n-ớc ta giai đoạn 1986-2000.

Bảng số 5.7 Trị giá xuất nhập khẩu 1986-2000.

Đơn vị: Triệu USD

Năm	Tổng kim ngạch XNK	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân th-ong 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; H; 2000

Bảng số 6.7 Nhịp độ tăng tr-ởng GDP và xuất khẩu nhập khẩu và bán lẻ trong n-ớc

Đơn vị: %

	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
So 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 TN	72,5	53,3	31,3	39,0	29,6	20,4	11,0	14,3	5,1	13,2	20,47
So 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; H; 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; còn 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 số 6.7)

Cơ cấu nhập khẩu có sự biến động giữa hai nhóm hàng tiêu liệu sản xuất và vật phẩm tiêu dùng. Nhập khẩu hàng tiêu dùng có xu hướng giảm trong 10 năm

qua. Trong nhóm hàng t- 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 n- ớc ta trong hơn m- ời năm qua thể hiện sự phụ thuộc nặng nề của nền kinh tế n- ớc ta vào nguồn nguyên liệu và bán thành phẩm nhập khẩu từ n- ớc ngoài. Sản xuất công nghiệp còn mang nặng tính chất của một nền sản xuất gia công lắp ráp từ những ngành phức tạp nh- điện tử, ô tô, xe máy, sắt thép, đến các ngành không quá phức tạp nh- 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 n- ớc không còn khả năng để nhập khẩu máy móc, thiết bị trang bị lại cho nền sản xuất dựa trên công nghệ cũ kỹ, lạc hậu.

Bảng 7.7 Nhập khẩu phân theo nhóm hàng

Đơn vị: %

Nhóm hàng \ Năm	1986	1990	1995	1998
I.T- liệu sản xuất	86,6	85,1	83,5	91,5
1.1.Thiết bị toàn bộ, máy móc, dụng cụ	34,8	27,3	25,7	30,5
1.2.Nguyên vật liệu	51,9	57,8	57,8	61,0
II.Vật phẩm tiêu dùng	13,4	14,9	16,5	8,5
2.1.L- ợng thực	3,4	1,7	1,4	0,5
2.2.Thực phẩm	1,6	2,5	3,5	2,4
2.3.Hàng y tế	1,5	1,5	0,9	2,8
2.4.Hàng tiêu dùng khác	6,8	9,2	10,8	3,3
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 số 8.7

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 l- ợng 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 h- ớng 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 (xem bảng 8.7).

Bảng 8.7 Xuất khẩu phân theo nhóm hàng

Đơn vị: %

Nhóm hàng \ Năm	1986	1990	1995	1998
1. Hàng CN nặng và khoáng sản	8,0	25,7	25,3	27,8
2. Hàng CN nhẹ và TTCN	28,8	26,4	28,4	36,6
3. Hàng nông sản và NSCB	40,4	32,6	32,0	24,3
4. Hàng lâm sản	9,1	5,3	2,8	2,0
5. Hàng thủy sản	13,4	9,9	11,4	9,3
6. Hàng khác	0,3	0,1	0	
Tổng số	100	100	100	100

Nguồn: Niên giám thống kê, NXB Thống kê, Hà Nội, 2000, tr.275

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.

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 9.7). 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 9.7 Thị trường xuất khẩu, nhập khẩu

Đơn vị: %

	1986	1990	1995	1998
--	------	------	------	------

	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	58,4	78,0
2. Châu Âu	56,6	79,0	50,5	58,2	18,0	13,3	27,9	14,2
3. Châu Mỹ	1,8	0,3	0,7	0,4	4,3	2,1	7,0	3,4
4. Châu Phi	-	-	0,2	0,1	-	-	0,6	-
5. Châu úc, Châu Đại d- ơng	0,50	0,5	0,3	0,3	1,0	1,3	5,4	2,6
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	0,5	1,6

Nguồn: Niên giám thống kê 1999, NXB Thống kê, H, 2000

Sự thay đổi thị tr- ờng xuất khẩu và nhập khẩu trong những năm qua là do sự đổi mới trong đ- ờng lối phát triển kinh tế và chính sách kinh tế đối ngoại của Đảng và Nhà n- ớc ta.

e. Quản lý Nhà n- ớc hoạt động ngoại th- ơng có sự thay đổi sau năm 1986:

- Chuyển các hoạt động ngoại th- ơng 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 nh- tr- ớc đây không còn.

Sự tăng c- ờng quản lý thống nhất của Nhà n- ớc đối với mọi hoạt động ngoại th- ơng 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 nh- hạn ngạch, giấy phép xuất, nhập khẩu. v..v.

Những thay đổi trong quản lý và chính sách ngoại th- ơng những năm qua đã góp phần tích cực vào sự phát triển buôn bán của n- ớc ta với n- ớc ngoài, đặc biệt là với khu vực thị tr- ờng các n- ớc phát triển.

cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

CH- ƠNG 8

CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT NHẬP KHẨU

I. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ CƠ CHẾ QUẢN LÝ XUẤT NHẬP KHẨU

1.1 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 niệm “Đúng” ông với mọi nền kinh tế cả mở cửa chỗ kinh tế vẫn hạn chế. Cửa chỗ kinh

tế lại tăng trưởng, yếu tố cần cải thiện hơn nữa, đúng qua lịch sử lẫn nhau tạo thành đúng lúc đến đợt nền kinh tế

nhằm tới mức tối ưu. Thúc đẩy cửa cửa chỗ kinh tế lại quy luật vẫn hạn chế giữa các quy luật kinh tế.

Nền kinh tế chỉ huy vận hành theo cơ chế kế hoạch hoá 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.

Liên 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 hoá dịch vụ giữa trong nước 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. □ 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. Như những thay đổi như trên không đi xa rời mục tiêu của nó.

1.2. 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 đại diện, Nhà nước phải can thiệp vào thị trường để điều chỉnh, điều tiết 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 hoá, trình độ xã hội hoá 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 nghiệp rất cần sự hỗ trợ của Nhà nước để thực hiện chiến lược kinh doanh của mình.

- Việc mua bán hàng hoá - 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.

1.3 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 thị trường và các chủ thể kinh doanh trong nền kinh tế thị trường có sự phân công lao động xã hội; để nâng cao trình độ và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

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

4. Chức năng kiểm tra, kiểm soát.

a. $C \neg$ chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khÈu phỖi Ỗm bỖo ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu vµ tæ chỖc sỖn xuÊt kinh doanh ph,t triỖn phĩ hĩp vĩ yªu cỖu cũa c,c quy luÊt, ỖÆc biỖt lµ c,c quy luÊt kinh tỖ, c,c quy luÊt cũa thP tr-êng.

Ho't Ỗng sỖn xuÊt, l-u th«ng hũng ho, bao gảm ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu Ỗu phỖi tuỖn theo nh÷ng quy luÊt kh,ch quan cũa sỖn xuÊt vµ l-u th«ng hũng ho,. Cũn ho't Ỗng quỖn lý cũa Nhµ n-íc Ỗi vĩ ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu th«ng qua viỖc ban hũnh mét $C \neg$ chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khÈu l'i lµ ho't Ỗng do ý chÝ cũn quan chi phĩ lµ chÝnh. $V \times$ vẺy, ỖBi hĩi $C \neg$ chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khÈu Ỗ ra phỖi phĩ hĩp vĩ sù t,c Ỗng cũa c,c quy luÊt kh,ch quan. Vµ chỖ cũa nh- vẺy, ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu mĩ cũa thỖ ph,t triỖn v÷ng ch¼c.

ỖỖ thũc hiỖn nguyªn t¼c nũy ỖBi hĩi Ỗi ngò lao Ỗng trong hỖ thềng cũn thỖ quỖn lý Nhµ n-íc phỖi cũ Ỗn tr×nh Ỗ nhẺn biỖt vµ khỖ n'ng vẺn dõng c,c quy luÊt trong viỖc xỖy dũng $C \neg$ chỖ, chÝnh s,ch xuÊt nhẺp khÈu phĩ hĩp vĩ c,c yªu cỖu cũa quy luÊt kinh tỖ.

b. $C \neg$ chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khÈu phỖi Ỗm bỖo thũc hiỖn tèt nguyªn t¼c tẺp trung dỖn cũn trong quỖn lý. $C \neg$ chỖ Ỗ phỖi Ỗm bỖo cho Nhµ n-íc vĩ t- c,ch lµ ng-êi chỖ huy, phỖi Ỗm bỖo mĩ ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu vĩ n-íc ngoµi theo Ỗng Ỗnh h-ĩng cũa Nhµ n-íc. Ỗng thĩi, vĩ t- c,ch lµ ng-êi Ỗi Ỗu tiỖt vµ Ỗi Ỗu chỖnh ho't Ỗng th-÷ng m'i vĩ n-íc ngoµi, Nhµ n-íc cỖn t«n trǎng vµ Ỗm bỖo ph,t huy cao nhÊt tÝnh n'ng Ỗng, tÝnh cũn Ỗng trong sỖn xuÊt, kinh doanh cũa c,c cũn doanh nghiỖp phĩ hĩp vĩ Ỗi Ỗu kiỖn cũa nỖn kinh tỖ thP tr-êng vµ thP tr-êng quĩc tỖ. Thũc hiỖn nguyªn t¼c nũy ỖBi hĩi Nhµ n-íc thũc hiỖn tèt chỖc n'ng quỖn lý Nhµ n-íc vỖ kinh tỖ, kh«ng can thiỖp sỖu vµo sỖn xuÊt kinh doanh cũa doanh nghiỖp.

c. $C \neg$ chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khÈu phỖi thũc hiỖn mỖc tiªu hiỖu quỖ kinh tỖ-x· hĩi, lÊy Ỗã lµm mỖc ỖÝch cuĩ cĩng cũa ho't Ỗng quỖn lý. HiỖu quỖ kinh tỖ-x· hĩi cũa ho't Ỗng xuÊt nhẺp khÈu cõng lµ th-íc Ỗo kỖt quỖ cũa $C \neg$ chỖ vµ chÝnh s,ch xuÊt nhẺp khÈu. Thũc hiỖn nguyªn t¼c nũy ỖBi hĩi c,c nhũ quỖn lý cõng nh- doanh nghiỖp phỖi cũa quan Ỗi Ỗm Ỗng Ỗ4n vỖ hiỖu quỖ kinh tỖ x· hĩi. Ỗng thĩi phỖi cũa tri thỖc nhÊt Ỗnh vµ tÝnh to,n hiỖu quỖ vµ cũa ph-÷ng ph,p luÊn xĐt hiªo quỖ kinh tỖ.

(1) Bế m,y tæ chỖc quỖn lý Nhµ n-íc ho't Ỗng XNK tỖ Trung -÷ng Ỗn ỖPa ph-÷ng.

(2) C,c doanh nghiỖp XNK thũc c,c lỦnh vùc, vĩng l-nh thæ vĩ qui m« kh,c nhau

d. C \rightarrow chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khỀu phỖi kỖt hập hụm hoặ gi÷a c,c lầi Ých: lầi Ých dỖn tẻc vậ lầi Ých cầa c,c
®ềi t,c, b'n hụng.

C \rightarrow chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khỀu tr-íc hỖt phỖi ®Ỗm bỖo lầi Ých cầa ®Êt n-íc (bao gắm lầi Ých cầa Nhậ
n-íc, cầa doanh nghiỖp vậ c, nhỖn ng-êi lao ®ếng). §ắng thềi, phỖi thừc hiỖn vậ ®Ều tranh ®Ó nguyªn t $\frac{3}{4}$ c
b×nh ®»ng cầ lầi trong quan hỖ bu«n b,n vớ c,c ®ềi t,c.

VỖ lầi Ých cầa ®Êt n-íc, phỖi coi trắng vậ bỖo vỖ lầi Ých kinh tỖ-x· hếi, coi hiỖu quỖ kinh tỖ-x· hếi lậ mỗc
tầu, lậ tầu chuỀn cầa sù t'ng tr-ềng kinh tỖ. §ắng thềi kh«ng ®-íc coi nhỖ lầi Ých cầa doanh nghiỖp vậ c,
nhỖn ng-êi lao ®ếng, phỖi coi lầi Ých c, nhỖn lậ ®ếng lúc trùc tiỖp thỏc ®Ềy sỖn xuÊt, kinh doanh vậ
nỖng cao hiỖu quỖ kinh doanh xuÊt nhẺp khỀu.

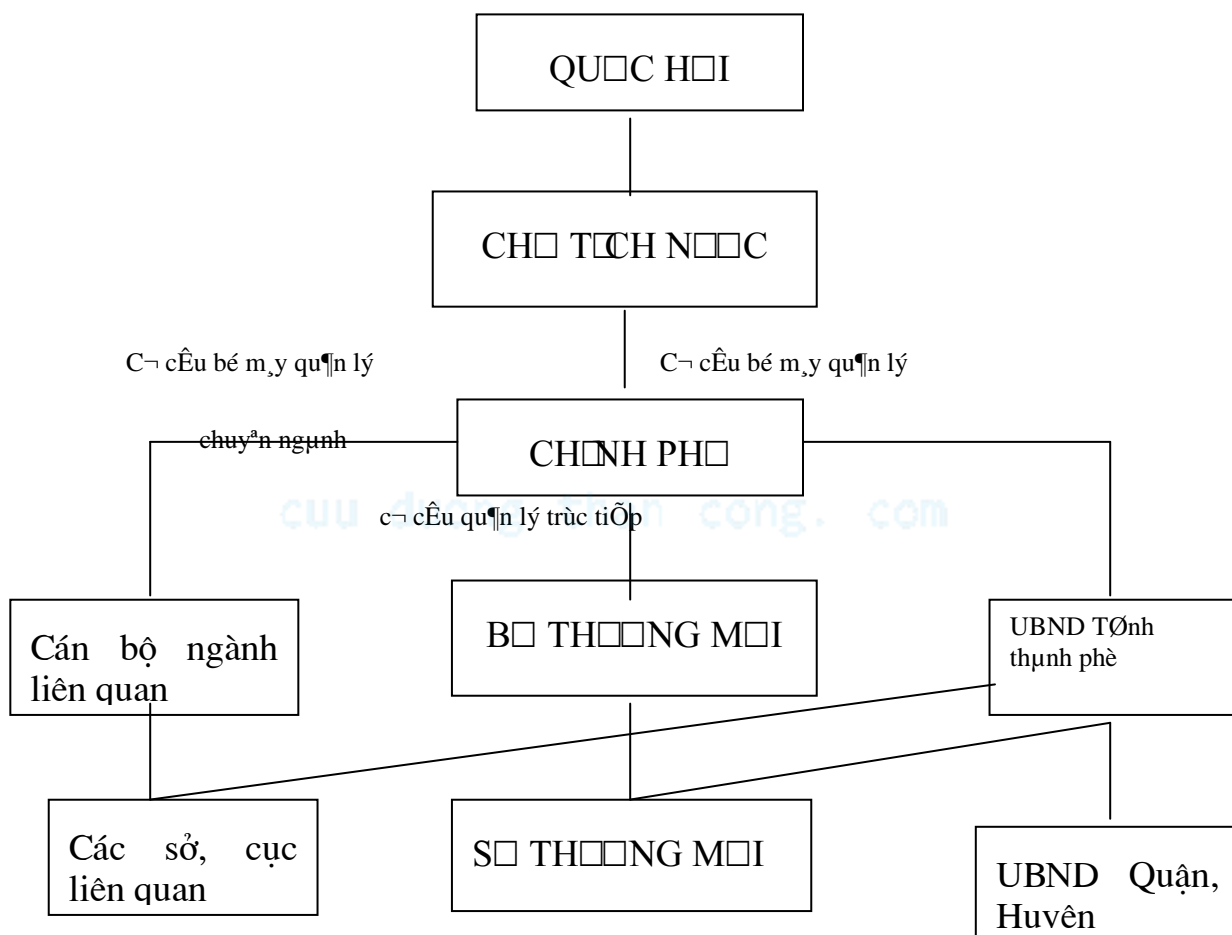
1.5 Néi dung cầa c \rightarrow chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khỀu

C \rightarrow chỖ quỖn lý xuÊt nhẺp khỀu bao gắm 3 thụnh tề c \rightarrow bỖn:

cuu duong than cong. com

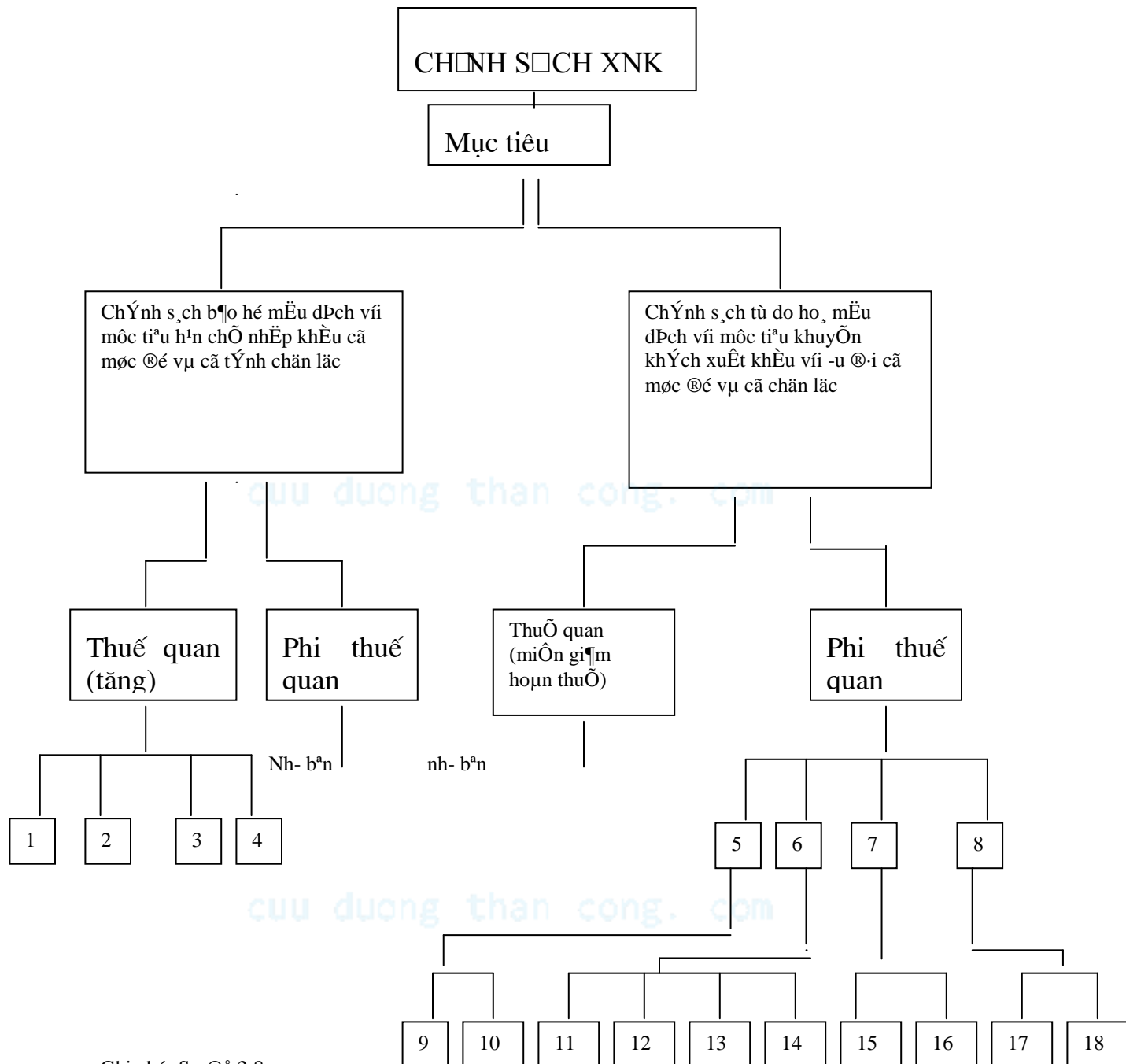
cuu duong than cong. com

1. *Chức năng điều chỉnh*: các cơ quan luật pháp, hình pháp tố tụng -ing (Sở 1.8)
Sở 1.8 Các chức năng điều chỉnh cơ chế quản lý xuất nhập khẩu



2. *Chức năng quản lý*: Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu và quản lý xuất nhập khẩu
3. *Hệ thống các cơ quan điều chỉnh trực tiếp và gián tiếp* (Sở 2.8)

Sơ đồ 2.8 Cấu trúc cơ bản của Chương trình xuất nhập khẩu



1. Mục thuế suất
2. Sè l'nh m'p h'nh ch'p thuế

3. C₃ch tÝnh thuỖ
4. Thêi h'ín nêp thuỖ
5. H'ín chỖ @Pnh l-âng:
 9. CÊm h'ín nhËp khÈu
 10. GiÊy phĐp
 11. §Æt cắc, ký quĩ
6. Tụi chÝnh tiỜn tỖ tÝn đòng:
 12. Quĩn lý ngo'ì hêi
 13. Sô đòng hỖ thềng thuỖ nêi @Đa
 14. Sô đòng c₃ chỖ l'ím ph₃t
7. Kũ thuËt
 15. §iỜu kiỜn @¶m b¶o m«i sinh m«i tr-êng
 16. §iỜu kiỜn vỖ c₃ sẽ giao đĐch thanh to₃n
8. ThỖ chỖ ph₃p lý
 17. §iỜu -íc quèc tỖ
 18. HiỚp @Pnh th-àng m'ì

1.6. Nh÷ng @iỜu kiỜn @Ó thùc hiỜn c₃ chỖ quĩn lý xuËt nhËp khÈu

X©y dùng nỜn kinh tỖ thĐ tr-êng theo @Pnh h-íng x₃ hêi chñ nghÛa cũ sù quĩn lý cũa Nhự n-íc lụ mét @iỜu rÊt mĩ mĩ. §æi mĩ c₃ chỖ xuËt nhËp khÈu lụ @Bi hái nhËt qu₃n vớ @æi mĩ c₃ chỖ kinh tỖ vµ @æi mĩ c₃ chỖ quĩn lý nỜn kinh tỖ n-íc ta. ViỚc @æi mĩ nựy @-íc qui @Pnh bêi hụng lo't @iỜu kiỜn mang tÝnh @¶m b¶o cho viỚc thùc hiỜn cũ hiỚu qu¶ c₃ chỖ @ã.

Gi÷ v÷ng æn @Pnh chÝnh trĐ x₃ hêi

§©y lụ @iỜu kiỜn tr-íc ti^n, quan trắng nhËt cho viỚc thùc hiỜn nh÷ng @æi mĩ c₃ chỖ vµ chÝnh s₃ch quĩn lý xuËt nhËp khÈu. ChÝnh trĐ lụ biỚu hiỜn tếp trung cũa kinh tỖ. Cã æn @Pnh chÝnh trĐ trong n-íc mĩ t'ỏ @-íc m«i tr-êng thuËn lĩ cho c₃c doanh nghiỚp bá vèn vµo s¶n xuËt kinh doanh. B»ng kiÓm nghiÓm thùc tỖ ng-êi ta cho r»ng mét trong nh÷ng rñi ro lĩn nhËt @êi vớ c₃c doanh nghiỚp lụ sù bÊt æn vò chÝnh trĐ. Sù bÊt æn vò chÝnh trĐ kĐo theo sù thay @æi vò @-êng lèi chÝnh s₃ch kinh tỖ vÛ m«. §iỜu @ã rÊt bÊt lĩ cho kinh doanh, vµ lụm c₃c doanh nghiỚp lo ng'ì khi há bá vèn ra. Sù æn @Pnh vò chÝnh trĐ cũa @Êt n-íc ta trong nh÷ng n'ím qua @₃ lụ mét @iỜu kiỜn ti^n quyỐt cho qúa tr×nh @æi mĩ kinh tỖ, @æi mĩ c₃ chỖ quĩn lý kinh tỖ vµ c₃ chỖ quĩn lý xuËt nhËp khÈu.

Cả sự nhất quán giữa các chủ quyền lý kinh tế chung, các chủ quyền lý xuất nhập khẩu và các chủ quyền lý ngành cá liên quan. Sự nhất quán này nhằm tạo tính đồng nhất trong quyền lý theo mô hình chung của pháp luật. Các chủ quyền và chính sách chung không gây trở ngại, cản trở đối tượng của các chủ quyền và chính sách xuất nhập khẩu và ngược lại. Tất cả các chủ quyền, chính sách và điều kiện về hành vi theo cùng một hướng, tạo thuận lợi cho việc trao đổi nhanh xuất khẩu phục vụ các ngành nghề, hàng hóa, dịch vụ.

Hợp tác hỗ trợ thành lập pháp quốc gia tạo thuận lợi cho kinh doanh và phi tập trung với luật pháp và thanh lý quốc tế, tham gia các công ước quốc tế cá nhân quan trọng nhất, các vụ việc nghiêm trọng trong việc thực thi luật pháp của ban hành.

Kiểm toán hỗ trợ thành lập các cơ quan kinh doanh, các chủ quyền lý Nhậm chức, các pháp luật trong lĩnh vực thanh lý và xuất nhập khẩu.

Thực hiện các chủ quyền lý xuất nhập khẩu thực chất là việc tạo ra các điều kiện thuận lợi nhất cho các chủ quyền lý (Nhậm chức và các chủ quyền quan hệ thêm quyền của Nhậm chức) và điều kiện các chủ quyền lý (các doanh nghiệp, các hiệp hội kinh doanh ...). Nếu chỉ có chủ quyền lý và điều kiện các chủ quyền lý không tuân thủ các nguyên tắc phải tập trung để đến tới hiệu quả mà vì một số chủ quyền, một số điều kiện nhất định như: giảm giao hàng và tạo thuận lợi cho các chủ quyền kinh doanh cá nhân trao đổi. Khi đó các chủ quyền các chủ quyền, rất cao (theo kinh nghiệm của Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan...) thì khi mang lại lợi ích lớn hơn các nguồn lực khác.

Xây dựng các điều kiện, tạo ra các điều kiện của các chủ quyền lý xuất nhập khẩu.

Con người là một nhân tố trong các chủ quyền lý (Điều kiện kinh doanh, các điều kiện công lý và điều kiện các chủ quyền lý. Ngày nay con người là trụ cột, các tài sản và các chủ quyền lý các vai trò quyết định pháp luật và thanh lý trong các tranh chấp của doanh nghiệp, các sự kiện pháp lý.

Và vậy, các điều kiện các chủ quyền lý tại các chủ quyền kinh doanh và điều kiện kinh doanh các chủ quyền lý xuất nhập khẩu.

II. NỘI DUNG TIẾP TỤC ẮT MỌI HOÀN THIỆN CỘ CHO QUẢN LỘ, CHỈNH SỬCH
XUẤT NHẬP KHẨU TRONG QUỐ TRINH HỒI NHẬP.

Ốố tộ ỜiỜu kiỜn thúc hiỜn thụn c«ng chiỜn l-íc ph,t triỜn kinh tỖ-x- hếi thêi kú 2001-2010 vự
chñ Ếng hếi nhẾp quốc tỖ viỜc họpn thiỜn. Ắng thêi tiỜp tồ Ếi mứi, bắ sung c- chỖ chÝnh s, ch xuẾt
nhẾp khỀu cho phĩ híp vớ ỜiỜu kiỜn thúc tỖ theo h-íng sau:

2.1. Rự so,t l'i hỖ thềng luẾt Ờố ỜiỜu chỖnh c,c qui Ờpnh kh«ng cắn phĩ híp hoẮc ch-a Ờ-íc rắ,
lựm sao Ờố ph'i m vi ỜiỜu chỖnh luẾt cắ ViỜt Nam phĩ híp vớ c,c qui Ờpnh cắ WTO vớ c,c nguy^n tắc
c- bắn trong th-íng m'i quốc tỖ nh- Tềi HuỖ Quốc (MFN) vự ắi xồ quốc gia (NT).

Ban hụn c,c v'n bắn luẾt mứi Ờố ỜiỜu chỖnh c,c quan hỖ kinh tỖ mứi ph,t sinh nh-: LuẾt c'nh
tranh vự chềng Ếc quyỜn, luẾt chềng ph, gi, vự chềng trí cẾp, luẾt phắng vỖ khỀn cẾp, luẾt chềng b,n
ph, gi, nếi bế.

ẮiỜu chỖnh hoẮc ban hụn mứi c,c v'n bắn luẾt li^n quan Ờố c,c nghiỖp vồ, lỪnh vùc bu«n b,n
hụn ho,-dắch vồ mứi ph,t sinh.

2.2. Xố y dùng hỖ thềng ti'u chuỀn hụn ho, - dắch vồ xuẾt nhẾp khỀu cho phĩ híp vớ Ời hái cắ
thắ tr-ềng, nỜng cao khắ n'ng c'nh tranh cắ hụn ho, -dắch vồ.

2.3. Trong ho't Ếng kinh doanh xuẾt nhẾp khỀu, ki^n tr× chÝnh s, ch nhiỜu thụn phẮn, trong Ờắ
kinh tỖ quốc doanh Ắng vai trắ chñ Ời. Mề rếng Ờố mềi kinh doanh, xo, bá Ếc quyỜn, khuyỜn khÝch
thụn phẮn kinh tỖ ngoi quốc doanh tham gia trùc tiỜp xuẾt nhẾp khỀu, Ờắ m bắo sù b×nh Ờ'ng trong
viỜc tiỜp cẾn c,c yỖu tề Ờố vựo (vèn, tÝn đong, Ờết Ờai, lao Ếng) còng nh- trong viỜc nhỀn hợ trí
Ờố t-, kinh doanh tồ phÝa Nhự n-íc.

2.4. TiỜp tồ cắi c, ch hụn chÝnh trong lỪnh vùc th-íng m'i theo h-íng: xo, bá c,c thñ tồ phiỜn
hự, ắn Ờpnh m«i tr-ềng ph,p lý Ờố tộ tồ m lý tin t-ềng cho c,c doanh nghiỖp bá vèn kinh doanh lỜu dui,
phỀn Ờêu lựm cho chÝnh s, ch thuỖ, Ắc biỖt lự thuỖ xuẾt nhẾp khỀu cắ Ờpnh h-íng nhỀt qu,n Ờố
kh«ng gố y khắ kh'n cho c,c doanh nghiỖp trong viỜc tÝnh to,n hiỜu quắ kinh doanh, giắ m dẮn tiỜn tắ
ngống ,p đong c,c lỜnh cỀm, lỜnh ngống nhẾp khỀu t'i m thêi, cề gắng thuỖ ho, c,c biỜn ph,p phi thuỖ
quan.

2.5. TiÕp cÕn c, c ph-ng thøc kinh doanh mui t'i thP tr-êng ViÕt Nam (thP tr-êng kú h'n vµ thP tr-êng giao ngay) tiÕp cÕn vµ ph,t triÓn th-ng m'i ®iÕn tð, trong ®ã cã viÖc t'ò dùng khung ph,p lý cho h×nh thøc th-ng m'i nuy.

2.6. §iÒu hµnh l-i suÊt, tû gi, hòi ®o,i mét c, ch linh ho't ®Ó vĩa b¶o ®¶m sù æn ®Þnh kinh tÕ-x· hói, vĩa cã l-i cho xuÊt khÈu, h'n chÕ nhÈp khÈu.

2.7 Chñ ®éng thay ®æi c'n b¶n ph-ng thøc qu¶n lý nhÈp khÈu: Mẽ rãng sð dông c, c c«ng cô phi thuÕ “híp lÕ” nh- c, c hµng rµo ti'u chuÈn kû thuÊt, vÕ sinh, m«i tr-êng..., h'n ng'ch thuÕ quan, thuÕ tuyÕt ®èi, thuÕ mĩa vô, thuÕ chềng ph, gi, chềng trî cÊp. C¶i c, ch biÓu thuÕ vµ c¶i c, ch c«ng t, c thu thuÕ, bá chÕ ®é tÝnh thuÕ theo gi, tòi thiÓu.

2.8 TÝch cùc s³p xÕp l'i c, c doanh nghiÖp, c, c ngµnh hµng kinh doanh, ®Æc biÕt lµ doanh nghiÖp Nhµ n-íc ®Ó n©ng cao hiÖu qu¶ kinh doanh, c«ng bè rã rùng lé tr×nh ãi bá hµng rµo b¶o hế, kh¼c phóc nh-ng bÊt híp lý trong chÝnh s, ch b¶o hế, c©n ®èi l'i ®èi t-ìng b¶o hế theo h-ìng tr-íc hÕt chó trãng b¶o hế n«ng s¶n.

2.9 Cõi trãng ®µo t'ò c, n bẽ qu¶n lý, ®µo t'ò c, c nhµ qu¶n trP doanh nghiÖp giãi ®ñ sòc thùc hiÖn th¼ng l-i vµ cã hiÖu qu¶ môt ti'u chiÕn l-íc xuÊt nhÈp khÈu ®Æt ra.

CH- ÖNG 9

CHÍNH SÁCH VÀ CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU

của mét quốc gia, công nh- của mọi doanh nghiệp. Thúc hiÖn nguyªn t¾c này cũa nghƯa lụ ®ì hái c, c-
quan qu¶n lý, công nh- mọi doanh nghiệp ph¶i:

- X, c ®¶nh mÆt hụng nhËp khÈu ph¶i híp vớ kÕ ho¹ch ph, t triÖn kinh tÕ-x· héi, khoa h¹c kü thuËt cũa ®Êt n-íc.
- Sö dông vèn tiÖt kiÖm, dñnh ngo¹i tÖ nhËp vËt t- cho s¶n xuÊt vµ ®êi sèng, khuyÖn khÝch s¶n xuÊt trong n-íc thay thÕ hụng nhËp khÈu.
- Nghiªn cøu th¶ tr-êng ®Ó nhËp khÈu ®-íc hụng ho, thÝch híp vớ gi, c¶ cũa lĩ, nhanh ch¹ng ph, t huy t, c dông ®Êy m¹nh s¶n xuÊt vµ nÖng cao ®êi sèng nh©n d©n.
b) NhËp khÈu thiÖt b¶ kü thuËt tiªn tiÖn hiÖn ®i

ViÖc nhËp khÈu thiÖt b¶ m, y m¹c vµ nhËn chuyÖn giao c«ng nghÖ, kÕ c¶ thiÖt b¶ theo con ®-êng ®Çu t- ph¶i n¾m v÷ng ph-õng ch©m ®ã ®Çu, ®i th¼ng vµo tiÖp thu c«ng nghÖ hiÖn ®i. NhËp ph¶i hÕt s¸c ch¹n l¹c, hÕt s¸c tr, nh nhËp nh÷ng lo¹i c«ng nghÖ l¹c hËu c, c n-íc ®ang t×m c, ch th¶i ra. NhËt thiÖt kh«ng ®Ó “m¸c tiªu r¶” mµ nhËp c, c thiÖt b¶ c¸ vÒ, ch-a ðĩng ®-íc bao l©u, ch-a ®ñ sinh lĩ nhuËn, ®- ph¶i thay thÕ. §©y kh«ng chØ lụ bụi h¹c ta rót ra ®-íc qua mét sè n³m gÇn ®©y, mµ cũn lụ kinh nghiÖm cũa hÇu hÕt c, c n-íc ®ang ph, t triÖn.

c) B¶o vÖ vµ th¸c ®Êy s¶n xuÊt trong n-íc ph, t triÖn, t³ng nhanh xuÊt khÈu.

ThÕ gíi l©u này vµ gÇn ®©y vËn ®Çy ¾p nh÷ng kho t¹n tr÷ hụng ho, vµ nh÷ng nguyªn nhĩn liÖu. Trong hoµn c¶nh ®ã, viÖc nhËp khÈu dÔ h¹n lụ từ s¶n xuÊt trong n-íc. Trong ®iÖu kiÖn s¶n xuÊt hiÖn t¹ cũa ViÖt Nam, gi, hụng nhËp khÈu th-êng r¶ h¹n, phÈm chÊt tèt h¹n. Nh-ng nõu ù l¹i vµo nhËp khÈu s¶ kh«ng mẽ mang ®-íc s¶n xuÊt, thÈm chÝ b¹p chÕt s¶n xuÊt trong n-íc. V× vËy, cÇn tÝnh to, n vµ tranh thñ c, c lĩ thÕ cũa n-íc ta trong t¸ng thêi kú ®Ó mẽ mang s¶n xuÊt v¸ ®, p øng nhu cÇu tiªu ðĩng nêi ®i¹ vÒ sè l-ång vµ chÊt l-ång v¸ t¹o ra ®-íc nguån hụng xuÊt khÈu mẽ r¸ng th¶ tr-êng n-íc ngoµi. Tuy nhiªn, kh«ng nªn b¶o h¸ s¶n xuÊt nêi ®i¹ vớ bÊt c¸ gi, nµo.

Cã thÓ nªu thªm mét vµi nguyªn t¾c n÷a, nh-ng cũa thÓ coi ®©y lụ nh÷ng nguyªn t¾c cũa b¶n nhÊt cũa chÝnh s, ch nhËp khÈu.

2.2. ChÝnh s, ch nhËp khÈu trong chiÖn l-íc ph, t triÖn kinh tÕ-x· héi.

Thúc hiÖn m¸c tiªu chiÖn l-íc ph, t triÖn kinh tÕ-x· héi cũa n-íc ta ®Ön n³m 2010, tÇm nh×n 2020, chÝnh s, ch nhËp khÈu cũa Nhụ n-íc ta trong nh÷ng n³m tí lụ:

- lư ti³n nh³ép kh³ều m³y m³ắc thi³ốt b³p c³ng ngh³ố m³ủi ph³ôc v³o cho vi³ôc thùc hi³ôn nh³ng m³ôc ti³u c³ũa c³ng nghi³ôp ho³, hi³ôn t³h³ ho³, t³ết n³-íc, cho t³ng tr³-êng xu³ết kh³ều.
- Ti³ốt ki³ôm ngo³i t³ố, ch³ø nh³ép kh³ều v³ết t³- ph³ôc v³o cho s³ñ xu³ết h³ụng xu³ết kh³ều v³m s³ñ xu³ết h³ụng ti³u đ³ĩng t³ố gi³ñm thi³ốu nhu c³ũu nh³ép kh³ều.
- B³ño hé ch³Ýnh t³ng s³ñ xu³ết n³éi t³Đa

III. C³ũC C³ANG C³ QU³ũN L³ũ, t³ũU H³ANH NH³ỐP KH³ỘU

C³ng c³ qu³ũn lý t³i³òu h³nh nh³ép kh³ều c³ũ c³ n³-íc r³ết kh³c nh³au. C³ũ nh³ng n³-íc t³nh thu³ĩ cao t³èi v³ĩ h³ụng nh³ép kh³ều. C³ũ nh³ng n³-íc l³ũ qu³ũn lý nh³ép kh³ều qua qu³ũn lý ngo³i t³ố, qua c³ũ bi³ôn ph³,p phi thu³ĩ quan. M³ôc t³Ých c³ũ c³ng c³ qu³ũn lý nh³ép kh³ều l³m c³ñ tr³ẻ xu³ết kh³ều c³ũ c³ n³-íc kh³c v³m l³nh th³ae n³-íc m³ũnh. V³ũ v³ũy c³ũ nh³m nh³ép kh³ều v³m xu³ết kh³ều ph³ũi bi³ốt t³-íc nh³ng quy t³Đnh c³ũ th³ố v³m t³Æc t³i³ôm ch³Ýnh s³ũ qu³ũn lý nh³ép kh³ều c³ũ Nh³m n³-íc m³ũnh v³m n³-íc m³ũ h³ũ b³ũ h³ụng. §t³ũ l³m v³ũn t³ố c³ũ ý ngh³ũa r³ết quan tr³ĩng t³èi v³ĩ nh³m nh³ép kh³ều, xu³ết kh³ều. Nh³ng c³ng c³ qu³ũn lý nh³ép kh³ều r³ết nhi³òu, ph³ôc t³p v³m t³ũ d³ng. Nh³ng t³u tr³ung l³ũ c³ũ hai nh³ũm c³ng c³ũ (bi³ôn ph³,p) l³m thu³ĩ quan v³m phi thu³ĩ quan.

3.1. Thu³ĩ nh³ép kh³ều:

H³ụng ho³, b³p t³nh thu³ĩ nh³ép kh³ều, theo l³ũt thu³ĩ do Qu³ec h³éi n³-íc C³ng h³ũ X³ h³éi Ch³ũ ngh³ũa Vi³ôt Nam th³ng qua ng³ũy 26-12-1991 l³m nh³ng h³ụng ho³, t³-íc ph³Đp nh³ép kh³ều qua c³ũ kh³ều, bi³ũn gi³ĩ Vi³ôt Nam, k³ố c³ñ h³ụng t³ũ kh³ũ xu³ết t³-a v³m th³p tr³-êng tr³ng n³-íc.

3.1.1. Bi³ốu thu³ĩ nh³ép kh³ều:

C³ũ t³ũ bi³ốu thu³ĩ nh³ép kh³ều hi³ôn h³nh c³ũ Vi³ôt Nam bao g³ũm 97 ch³-ng (tr³ũ ch³-ng 77 t³ố d³ũ ph³ũng).

M³c³ ch³-ng t³-íc chia th³ũnh 5 c³et.

C³et 1: L³m c³et m³ hi³òu c³ũ nh³ũm h³ụng

C³et 2: L³m c³et m³ hi³òu c³ũ ph³ôn nh³ũm h³ụng

C³et 3: L³m c³et m³ hi³òu c³ũ m³Æt h³ụng

C³et 4: L³m c³et m³ t³ñ nh³ũm h³ụng, ph³ôn nh³ũm h³ụng ho³Æc m³Æt h³ụng

C³et 5: L³m c³et quy t³Đnh m³ôc thu³ĩ nh³ép kh³ều

Khung 1.9

V³ũ d³ũ BI³ỘU THU³ũ NH³ỐP KH³ỘU C³ũA Vi³ôt Nam

(Theo quy Ớt Ớpnh sề 67/1991 QĐ-BTC ngày 24-06-1991 của Bế tr-ềng Bế Tụi chỶnh)

M. sề				T/ s M F N (%)	T/s CEPT (%)							
N hã m	P h © n	N hã m										
			M« t¶ nhãm mÆt hụng			0 0	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6
02			ThPt tr©u, bở t-ĩ	20	2	1	1	1	1	1	1	0
01			hoÆc -íp l'nh		0	5	5	5	0	0	0	5
03	1	00	C, hải Th,i B×nh	30	1	1	1	5	5	5	5	5
02	2		D-ng		0	0	0					
03	4	00	Mùc sềng t-ĩ	30	1	1	1	5	5	5	5	5
07	1		hoÆc -íp l'nh		0	0	0					
61	2	00	Bế comple b»ng	50	3	2	2	2	1	1	1	5
03	2		sỉ b»ng		5	0	0	0	5	0	0	
87	2	10	Xe cộu th- ng	0	0	0	0	0	0	0	0	0
03	3											
87	2	20	Xe « t« chề kh«ng	10								
03	3		qu, 8 ng-êi c¶ l,i xe	0								

87	2	90	Xe vỀn t¶i hụng	10				2	1	1	5
04	1		ho,	0				0	5	0	

Danh m c m t h ng ch u thu  c a Bi u thu  nhập khẩu  - c x y d ng tr n c  s  Danh m c c a

H  th ng  i u hoà m  t¶i v  m  ho, h ng ho, c a T  ch c H¶i quan th  gi i (vi t t t l  danh m c HS),

  n c p    ph n nh m h ng (m  ho, 6 ch  s );   c p    m t h ng (m  ho, 8 ch  s ).

3.12. Ph ng ph p  ,nh thu 

C  r t nhi u cách  ,nh thu  khác nhau. Tu  theo m t h ng nh p kh u v  ch nh s ,ch c a Nh  n c   i v i t ng m t h ng nh p kh u m  Nh  n c (c  quan thuế)  ,p d ng c c ph ng ph p  ,nh thu  nh p kh u ph i h p.

Thu  t nh theo gi : L  loại thuế  ,nh m t t  l  ph n tr m (%) nh t   nh tr n gi , h ng nh p kh u. Vi c  ,p d ng c c ch  t nh thuế theo gi , l m cho s  ti n thuế thu  - c bi n   ng theo s  thay đổi cu  gi , h ng nh p kh u. Trong tr ng h p gi , h ng nh p kh u th p th  thuế thu  - c th p v  s  b o h  c a thu  c  th  kh ng rõ. H n n a, thu  thuế theo t  l  gi , h ng nh p kh u   i h i c  quan thuế ph i x c định  - c chu n xác gi , nh p kh u    thu  thu .   y th ng l  kh  kh n   i v i c  quan thuế.

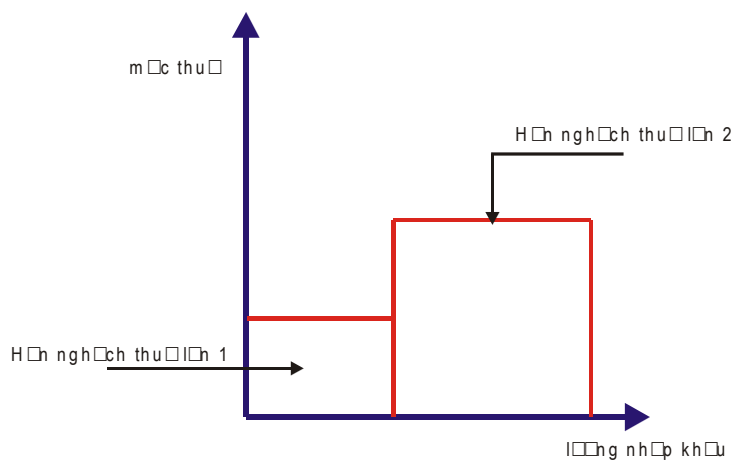
Thu  tuyệt   i: l  loại thu  quy định m c thuế theo gi , tr  tuyệt   i t nh tr n   n v  h ng ho, nh p kh u (s  l ng, tr ng l ng, dung tích).... Do   , gi , h ng nh p kh u cao, th p không ¶nh h ng   n quy mô thuế thu  - c. Cách t nh thuế   n gi  n. Tuy nhiên, khi gi , c  nh p kh u bi n   ng s  n y sinh s  kh ng c ng b ng giữa c c   i t ng ch u thu .

  Việt Nam, d  ki n t  n m 2002 c c m t hàng nhập khẩu sau đây s   ,p d ng thu  tuyệt   i: Rau qu  trong n c    s n xuất; th t c c lo i trong n c    s n xuất; tr ng gia c m; mu i bi n; gạch ceramic v  granite; k nh x y d ng; h ng tiêu dùng    qua s  d ng;   ng c    t trong.

Thuế theo m a l  loại thu   ,p d ng m c thu  khác nhau tu  thu c vào mùa nh p kh u. V o mùa thu hoạch th  h ng nh p kh u b   ,nh thu  cao. Nh ng vào c c m a v  kh c l i  ,nh thu  th p h n d  g p ph n   p ứng nhu cầu cu  ng  i tiêu dùng. Nhiều n c  ,p d ng loại thuế này   i v i c c loại tr i c y s n xuất trong n c   t   , kh ng tr ng  - c quanh n m v  r t kh  cạnh tranh với c c loại tr i c y nh p kh u r  t  n c ngo i.

H¹n ng¹ch thu⁰

H¹n ng¹ch thu⁰ lụ ch⁰ @é thu⁰ ,p đông m⁰c thu⁰ su⁰Êt kh⁰ng (%) ho⁰Æc th⁰Êp khi h⁰ng ho, nh⁰Êp kh⁰Êu trong gi⁰i h¹n s⁰ l-îng h¹n ng¹ch nh⁰Êp kh⁰Êu quy @Pnh, nh-ng khi nh⁰Êp kh⁰Êu v-ít qu, h¹n ng¹ch th⁰ ph⁰ïi ch⁰Đu m⁰c thu⁰ cao h-n @èi v⁰i ph⁰Çn v-ít @ã.



H×nh 1-9

Vi⁰Öt Nam, t⁰ n⁰m 2002 s⁰ ,p đông h¹n ng¹ch thu⁰ @èi v⁰i c, c m⁰Æt h⁰ng sau: s÷a v⁰u s⁰ïn ph⁰Èm s÷a; ng« h⁰t, ng« rang; g⁰o c, c lo⁰i; @Êu t-ng; d⁰Çu th⁰uc v⁰Êt tinh ch⁰Ö; thu⁰ec l,; b«ng nguy⁰n li⁰Öu.

Ngo⁰m lo⁰i c, c lo⁰i thu⁰ tr⁰n, nhi⁰Öu n-íc c⁰Đn ,p đông c, c ph-ng ph, p tÝnh thu⁰ nh⁰Êp kh, c nh-:

Thu⁰ l⁰ua ch⁰n:

Thu⁰ l⁰ua ch⁰n lụ lo⁰i thu⁰ quy @Pnh c⁰ï hai c, ch tÝnh theo gi, v⁰u theo l-îng, c⁰ th⁰ ch⁰n mét trong hai c, ch tÝnh theo s⁰ ti⁰Ön thu⁰ cao hay th⁰Êp.

Thu⁰ h⁰çn h⁰íp

Thu⁰ h⁰çn h⁰íp lụ lo⁰i thu⁰ v⁰ã ,p đông tÝnh theo s⁰ l-îng v⁰ã ,p đông tÝnh theo gi, tr⁰n s⁰ h⁰ng nh⁰Êp kh⁰Êu.

Thu⁰ tÝnh theo gi, ti⁰u chu⁰Èn

Thu⁰ tÝnh theo gi, ti⁰u chu⁰Èn (c⁰ n-íc g⁰ã lụ thu⁰ gi, ch⁰n nh l⁰Öch) lụ lo⁰i thu⁰ @, nh v⁰u h⁰ng nh⁰Êp kh⁰Êu khi c⁰ s⁰ ch⁰n nh l⁰Öch gi÷a gi, nh⁰Êp kh⁰Êu v⁰u gi, ti⁰u chu⁰Èn do Nh⁰m n-íc quy @Pnh. Vi⁰Öc ,p đông lo⁰i thu⁰ su⁰Êt n⁰y nh»m @èi ph⁰ã v⁰i tr-êng h⁰íp gi, nh⁰Êp kh⁰Êu th⁰Êp h-n gi, ti⁰u chu⁰Èn.

Mọi c, ch tÝnh thuĩ Ờ Ờ cũ -u Ờ i Ờ m vµ nh-íc Ờ i Ờ m. Tuĩ thuĩc vµo mĩc Ờ Ých thu thuĩ vµ tÝnh chĩt cũa hũng ho, Ờ Ờ giĩ quyĩt h-ĩng ph-ĩng ph, p thu thÝch hĩp, nh-ng phæ biĩn nhĩt vĩn lµ ,p dũng c, ch tÝnh thuĩ theo gi, .

3.13. Mĩc thuĩ

Mĩc thuĩ Ờ-íc x Ờ y dũng trªn c-ĩ sũ chÝnh s, ch th-ĩng m-ĩ vµ chĩ Ờ Ờ quĩn lý nhĩp khĩu cũa Nhũ n-íc.

Mĩc thuĩ cũ thĩ ,p dũng chung cho tĩt c¶ c, c Ờ Ờ t, c, theo tũng mĩt hũng, nh-ng cũng cũ thĩ ,p dũng mĩc thuĩ kh, c nhau Ờ Ờ vĩ tũng nhũm n-íc, hoĩc tũng n-íc. Cũ thĩ chĩ cũ mĩt mĩc thuĩ cho mĩt nhũm mĩt hũng nh-ng th-ĩng th-ĩng Biĩu thuĩ nhĩp khĩu (hay cũn gũ lµ Biĩu thuĩ quan) cũ nhĩu mĩc thuĩ.

Lũt thuĩ xũt khĩu, nhĩp khĩu cũa Viĩt Nam hiĩn hũnh (sũ Ờ Ờ, bæ xũng 5-7-1993 vµ 20-05-1998) quy Ờ Ờnh ,p dũng ba lo-ĩ thuĩ sũt Ờ Ờ vĩ hũng nhĩp khĩu tuĩ thuĩc vµo c, c Ờ Ờ t, c kh, c nhau. §ũ lµ:

- *Thuĩ sũt th-ĩng th-ĩng*: ,p dũng Ờ Ờ vĩ hũng ho, nhĩp khĩu cũ xũt xĩ tĩ n-íc kh-ĩng cũ thĩ thuĩ vĩ Ờ Ờ xĩ Tũ Huĩ Quĩc (MFN) trong quan hĩ vĩ Viĩt Nam.

Thuĩ sũt th-ĩng th-ĩng Ờ-íc ,p dũng thĩng nhĩt cao h-ĩn 50% so vĩ thuĩ sũt -u Ờ-ĩ.

- *Thuĩ sũt -u Ờ-ĩ*: §-ĩc ,p dũng cho hũng ho, nhĩp khĩu cũ xũt xĩ tĩ n-íc hoĩc khĩi n-íc cũ thĩ thuĩ Ờ Ờ xĩ Tũ Huĩ Quĩc trong quan hĩ th-ĩng m-ĩ vĩ Viĩt Nam.

- *Thuĩ sũt -u Ờ-ĩ Ờ Ờ biĩt đĩng Ờ Ờ*, ,p dũng cho hũng ho, nhĩp khĩu cũ xũt xĩ tĩ n-íc hoĩc khĩi n-íc mũ Viĩt Nam vµ hũ Ờ-ĩ cũ thĩ thuĩ Ờ Ờ biĩt vĩ thuĩ nhĩp khĩu theo thĩ chĩ khu vùc th-ĩng m-ĩ tũ do, liªn minh quan thuĩ hoĩc Ờ Ờ tĩ thuĩ lĩ cho giao l-ũ th-ĩng m-ĩ biªn giĩ.

3.14. Mĩc Ờ Ých vµ t, c dũng cũa thuĩ nhĩp khĩu

Mĩc Ờ Ých cũa viĩc Ờ, nh thuĩ nhĩp khĩu lµ :

* Gũ phĩn vµo viĩc ph, t triĩn vµ b¶o hũ s¶n xũt

* H-ĩng đĩn tiªu đĩng trong n-íc

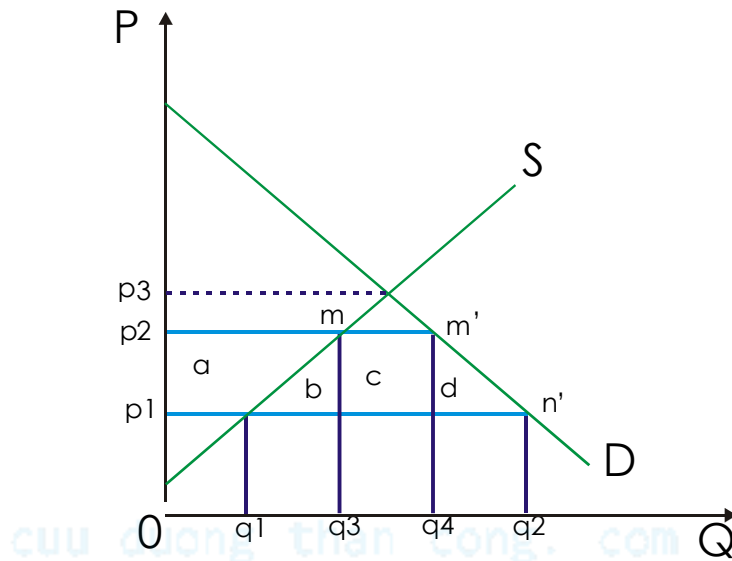
* Gũ phĩn tĩo nguĩn thu cho ngũn s, ch

* Gũ phĩn thĩc Ờ Ờ tũ do ho, th-ĩng m-ĩ

i/ Thuĩ t, c Ờ Ờng Ờ Ờn ph, t triĩn s¶n xũt vµ b¶o hũ s¶n xũt nĩ Ờ Ờ

- Thuĩ nhĩp khĩu cũ xu h-ĩng lũm t-ĩng gi, trªn thĩ tr-ĩng nĩ Ờ Ờ, do Ờ Ờ cũ t, c dũng b¶o hũ s¶n xũt vµ th-ĩng Ờ-íc coi lµ mĩt chÝnh s, ch Ờ Ờ b¶o vĩ nguĩn cũng nghiĩp non trĩ. T, c dũng lũm t-ĩng gi, trong n-íc nh- vĩy gũ lµ “b¶o hũ danh nghĩũ” cũa thuĩ quan, vµ Ờ-ĩc minh ho-ĩ bũng s-ĩ Ờ Ờ 2-IX. § Ờ Ờ-n giĩn cho phĩn tÝch, chĩng ta phĩi giĩ thĩt lµ t-ĩng quan cũng cĩ cũa s¶n phĩm Ờ-a ra phĩn tÝch Ờ-ĩc x, c Ờ Ờnh vµ bĩt biĩn. Vĩ phĩy cĩ, thĩ hiĩu, gi, b, n c, c s¶n phĩm kh, c, lĩ tĩc cũa ng-ĩi tiªu thĩ thĩ Ờ Ờ cũ Ờ Ờnh. Vĩ

phÝa cung, sù thay Òæi kü thuËt, nh÷ng yÕu tè ngo'i sinh, hay nh÷ng thay Òæi kh,c ¶nh h-ëng ÒÕn chi phÝ s¶n xuÊt còng kh«ng x¶y ra. §Æc biËt chóng ta t'm thêi gi¶ Ò¶nh kh«ng cã thuÕ quan Ò,nh vµo nguyªn liÖu ÒÓ s¶n xuÊt s¶n phÈm Òã.



H×nh 2-9

Gi¶ thiÕt sè cung cu¶ thÕ gi¶i cã chi phÝ s¶n xuÊt cø Ò¶nh, nghÜa lµ nhµ cung cÊp n-íc ngoµi s/zñ sùng b,n theo gi, bÊt biÕn vói bÊt kü sè cÇu thùc nµo cña ng-êi tiªu thô trong n-íc. Trong h×nh 2-9, S vµ D lµ c,c Ò-ëng cung vµ cÇu trong n-íc, Op_1 lµ gi, b,n bÊt biÕn cña nhµ cung cÊp ngo'i quèc. Vµ nh- vËy, mÛc gi, qu©n b×nh khi cã tù do bu«n b,n lµ Op_1 . Do cho tù do bu«n b,n, n-íc ngoµi Ò b,n vói gi, Op_1 , th× nhµ s¶n xuÊt trong n-íc kh«ng thÓ tÝnh gi, b,n cao h-n gi, Òã. Nhµ s¶n xuÊt trong n-íc ph¶i Ò¶nh l-êng s¶n xuÊt ra ẽ chi phÝ s¶n xuÊt cËn biªn b»ng vói chi phÝ s¶n xuÊt cø Ò¶nh cña ngo'i quèc, Òã lµ s¶n l-êng ẽ mÛc Oq_1 . V× sè cÇu trong n-íc lµ Oq_2 , nªn ph¶i nhËp khÈu lµ $q_1 q_2$

NÕu kh«ng Ò-íc tù do nhËp khÈu gi, b,n qu©n b×nh trong n-íc s¶ lµ Op_3 . NÕu b©y giê Ò,nh thuÕ vói mÛc thuÕ lµ t_0 ($p_1 p_2$) gi, cung lóc nµy s¶ lµ Op_2 , mÆc ã gi, b,n cña n-íc ngoµi kh«ng Òæi v× chi phÝ s¶n xuÊt cø Ò¶nh.

Với g_i , Op_2 (khi cả thuở quan), nhũ s \ddot{u} n xuÊt trong n-íc cả thỐ s \ddot{u} n xuÊt ẽ mét mợc chi phÝ cỄn bi^n cao h-n, s \ddot{u} n l-íng t'ng l^n Oq_3 , thay thỐ mét phÇn cho sè nhỄp khÈu (tr-íc khi cả thuở). Ng-êi ta th-êng gãi Ồy lụ hiỒu qu \ddot{u} thay thỒ nhỄp khÈu cĩa thuở quan.

PhÝ tặn s \ddot{u} n xuÊt Ồ-n vP cao h-n do sù gia t'ng sè s \ddot{u} n xuÊt trong n-íc Ồ-íc ph \ddot{u} n ,nh trong h×nh ch÷ nhỄt $p_1 p_2 m'n'$. §Cy chÝnh lụ nh÷ng mÊt m,t do thuở quan Ồem l'i, Ồ-íc ph \ddot{u} n ,nh trong hai kh,i niỒm t,c Ồéng: t,c Ồéng b \ddot{u} o hé vư t,c Ồéng chuyỐn nh-íng.

T,c Ồéng b \ddot{u} o hé: Gãi lụ b \ddot{u} o hé $v \times$ với g_i , b,n cao h-n sỉ t'lo c- hế kinh doanh cho c,c nhũ s \ddot{u} n xuÊt trong n-íc kĐm hiỒu qu \ddot{u} . Th'am mặi Ồ-n vP s \ddot{u} n xuÊt ra lụ t'ng th'am mét mợc Ồé kĐm hiỒu qu \ddot{u} . Tạng phÝ tặn vỒ s \ddot{u} n xuÊt th'am $q_1 q_3$ Ồ-íc do b»ng tam $g_i, c b$.

T,c Ồéng chuyỐn nh-íng: G_i , b,n cao h-n (do cả thuở nhỄp khÈu) Ồ-íc tÝnh cho mặi Ồ-n vP cĩa toạu bé sè l-íng cung ợng trong khi t,c Ồéng b \ddot{u} o hé chØ ợng với phÇn cung ợng gia t'ng. Do Ồã phÇn thu ho'ch th'am cĩa c,c nhũ s \ddot{u} n xuÊt cả hiỒu qu \ddot{u} Ồ-íc Ồo bãi tợ $g_i, c a$ lụ phÇn thÆng d- so với chi phÝ s \ddot{u} n xuÊt. §Cy chÝnh lụ phÇn chuyỐn nh-íng hay t,i phỒn phèi lĩ tợc tở giú ti'au thô sang giú s \ddot{u} n xuÊt.

Tãm l'i, mét mợc thuở quan Ồ,nh vưo hụng nhỄp khÈu sỉ c'nh tranh với hụng ho, trong n-íc sỉ lụm cho g_i , c \ddot{u} trong n-íc t'ng l^n. G_i , c \ddot{u} t'ng l^n lụm gi \ddot{u} m nhu cÇu ti'au đĩng, t'ng s \ddot{u} n xuÊt trong n-íc vư gi \ddot{u} m nhỄp khÈu. Do vỄy, cả thỐ nãi thuở quan lụ mét c«ng cô h÷u hiỒu ỒÓ ph,t triỐn vư b \ddot{u} o hé s \ddot{u} n xuÊt trong n-íc.

Tuy nhi^n, nh÷ng luỄn cø b \ddot{u} o vỒ cho mét chÝnh s, ch b \ddot{u} o hé chØ thÝch híp trong ng¾n h^n vư tr^n ph-ng diỒn phi kinh tỒ, hay chØ n^n ,p đông trong mét sè tr-êng híp cô thỐ mụ th«i. Bãi $v \times$ b \ddot{u} o hé lụm gi \ddot{u} m vư cả thỐ mÊt h¼n nh÷ng lĩ léc do phỒn c«ng lao Ồéng quèc tỒ mang l'i.

B \ddot{u} o hé thuở quan kh,c với b \ddot{u} o hé thùc. B \ddot{u} o hé thuở quan cho ta biỐt sù b \ddot{u} o hé g_i , trP danh nghŨa lụ nh-thỒ nưo nỒu kh«ng cả h^n chỒ vỒ sè l-íng, kh«ng cả bu«n lỄu vư nh÷ng nhỒn tề kh,c cả thỐ lụm cho thuở nhỄp khÈu trề n^n mĐo mã (thỏa hoÆc thiỒu).

Trong tr-êng híp b \ddot{u} o hé cĩa thuở quan, tÝnh tũ lỒ b \ddot{u} o hé theo c«ng thợc sau:

$$Btq = \frac{P_w . (1 + t)}{P_w} - 1 \quad (1)$$

VÝ dō: §Ó b¶o h́e ngunh s¶n xuÊt xe ①p, ChÝnh phñ ②, nh thuŔ nhËp khÈu xe ①p th-êng lư 50% theo trÞ gi, nhËp khÈu. Mét chiŔc xe ①p n÷ nhËp khÈu trÞ gi, lư 600.000②, s¶ ②-íc b,n ẽ thÞ tr-êng nêi ②Pa Ýt nhÊt lư 900.000②

$$\text{Tũ lŔ b¶o h́e cho s¶n xuÊt xe ①p} = \frac{600.000(1 + 0,5)}{900.000} - 1 = 0,5 \text{ hay } 50\%$$

BŔy giê chóng ta nghi^n cõu c, ch tÝnh tũ lŔ b¶o h́e cũa thuŔ quan trong t×nh huêng cũa mét c÷ cũu thuŔ phõc t¹p h-n.

a. *T, c ②éng cũa biŔu gi, tÝnh thuŔ*

Th<ng th-êng, thuŔ nhËp khÈu ②, nh theo gi, trÞ hụng ghi trong ho, ②-n. Tuy nhi^n ②Ŕ ②Ŕ phñng viŔc ghi gi, thÊp h-n gi, trong ho, ②-n, mét sè ChÝnh phñ ②«i khi cũa tr-êng ②, nh thuŔ cũn cõ vưo gi, ②-íc ghi trong biŔu gi, tÝnh thuŔ cũa m×nh (Pg). BiŔu gi, tÝnh thuŔ lư mét b¶ng gi, “quêc tŔ chÝnh thõc” do c, c vi^n chõc xŔy dùng cho nh÷ng s¶n phÈm nhËp khÈu. Trong tr-êng híp nũy tũ lŔ b¶o h́e cũa thuŔ quan ②-íc tÝnh nh- sau:

$$Btq = \frac{P_w + t \times P_g}{P_w} - 1 = \frac{P_g}{P_w} \times t \quad (2)$$

VÝ dō: Gi¶ thiŔt r>ng gi, do ChÝnh phñ quy ②pnh cho xe ①p n÷ nhËp khÈu lư 700.000②, trong khi gi, khai b, o (trong ho, ②-n) lư 600.000②. Cõng gi¶ ②pnh ChÝnh phñ vËn ②, nh thuŔ 50% vưo xe ①p nhËp khÈu. KŔt qu¶ lư b¶o h́e cũa thuŔ quan t'ng tũ 50% l^n 58% $\left(\frac{700.000}{600.000} \times 0,5 \right)$.

b) *T, c ②éng cũa thuŔ nêi ②Pa*

Nh>n chung thŔ gi, n thu kh<ng phŔn biŔt ②èi xŔ ②èi vũ hụng s¶n xuÊt trong n-íc vư hụng nhËp khÈu. §iŔu ②ã tŔo n^n sù ngang b>ng trong b,n lŔ gi÷a hụng ho, s¶n xuÊt trong n-íc vư hụng nhËp khÈu ②-íc thŔ hiŔn b>ng sù ngang b>ng gi÷a gi, c¶ nêi ②Pa cũa s¶n phÈm nhËp khÈu vư gi, c¶ b^n trong cũa s¶n phÈm trong n-íc.

Tuy nhi^n, sù phŔn biŔt ②èi xŔ b>ng thuŔ nêi ②Pa cõng lư mét c<ng cõ kh, c vŔ b¶o h́e cũa ChÝnh phñ cho s¶n xuÊt. Tr^n thũc tŔ, khi tũ suÊt thuŔ gi, n thu ②, nh vưo hụng nhËp khÈu cao h-n lư ②èi vũ mét s¶n

phần nểi ®Pa, th× sù b¶o hể ®ềi vớ s¶n xuấ nểi ®Pa sỉ t'ng l'n. Khi ®ã tũ lĩ b¶o hể cĩa thuĩ quan d-ĩ t,c ®éng cĩa thuĩ nểi ®Pa sỉ lµ:

$$Btq = \frac{(1 + t) \times (1 + t_{im})}{(1 + t_{id})} - 1 \quad (3)$$

Trong ®ã:

- T_{id}, t_{im} = Thuĩ gi,n thu (c,c s¶n phần nểi ®Pa (d) vµ nhểp khểu (m)
- t = tũ suểt theo gi, tr¶ hụng ho, cĩa toµn bé c,c thuĩ nhểp khểu.
Vỷ dũ: §ềi vớ « t« nhểp khểu, ngoµi viĩc ph¶i ch¶u thuĩ nhểp khểu lµ 60%, cĩn ph¶i nểp th'ũm thuĩ ti'ũ thũ ®ểc biĩt vớ thuĩ suểt lµ 100%. Nh-ng vớ c,c « t« s¶n xuểt trong n-ĩc, kh«ng ph¶i nểp thuĩ ti'ũ thũ ®ểc biĩt mµ chø ph¶i nểp 10% khi b,n hụng. Trong tr-êng hập nũy b¶o hể cĩa thuĩ quan sỉ lµ:

$$Btq = \frac{1 + 0,6 \times 1 + 1,0}{1 + 0,1} - 1 = 1,9 = 190 \%$$

Tr,ĩ l'ĩ, c¶ « t« nhểp khểu vµ « t« s¶n xuểt trong n-ĩc khi b,n hụng ®Ồu ph¶i nểp nh- nhau lo'ĩ thuĩ ti'ũ thũ ®ểc biĩt vớ thuĩ suểt lµ 100%.

B¶o hể thuĩ quan trong tr-êng hập nũy lµ:

$$Btq = \frac{1 + 0,6 \times 1 + 1,0}{1 + 1,0} - 1 = 0,6 = 60 \%$$

T×nh h×nh sỉ kh,c ®i, kh«ng cã lĩ cho nhũ s¶n xuểt trong n-ĩc, nỒu s¶n xuểt « t« trong n-ĩc ph¶i ch¶u thuĩ ti'ũ thũ ®ểc biĩt lµ 120%, chø kh«ng ph¶i 100%.

$$Btq = \frac{1 + 0,6 \times 1 + 1,0}{1 + 1,2} - 1 = 0,45 = 45 \%$$

Nh- vểy, kh¶ n'ng cã 3 tr-êng hập

$t_{im} > t_{id}$	Ph©n biÖt ®èi x© kh«ng cã l©i ®èi vi hng nhp khu
$t_{im} = t_{id}$	Kh«ng cã ph©n biÖt ®èi x© gi÷a hng sn xuất trong n-íc vµ hng nhập khẩu
$t_{im} < t_{id}$	§èi x© cã l©i cho hng nhập khu

B¶o hé thùc ca thuÖ quan:

Trn thùc tÖ khi ta thu mét mc thuÖ ®èi vi hng nhp khu, kh«ng nht thiÖt xảy ra viÖc tng gi, c¶ tng ng trn th tr-ng néi ®a ®èi vi hng ho, ®. V× vy, t lÖ b¶o hé danh nghĩa th-ng kh«ng trng hp vi b¶o hé thùc. B¶o hé thùc ®-íc hiÖu l chnh lÖch tnh bng ph©n trm (%) m ng-i sn xuất néi ®a nhn ®-íc (Pd) vµ gi, quc tÖ (Pw). B¶o hé thùc chu t, c ®ng ca tt c¶ c, c nh©n t nh-: hng rào thuÖ quan, phi thuÖ quan, buôn lu v.v... B¶o hé thùc ®-íc tnh theo cng thc:

$$Btt = \frac{Pd}{Pw} - 1 \quad (4)$$

V d: Mét chiÖc « t« du lịch (d-í 8 ch ngi) tr gi, nhp khu l 370 triÖu VND. ThuÖ nhp khu vµ thuÖ tu th ®c biÖt ®, nh vào chiÖc « t« nhp khẩu ny là 60% vµ 100%. Vy chiÖc « t« ny ph¶i ®-íc bn  trn th tr-ng néi ®a kh«ng thp hn 1184 triÖu VND. Mc b¶o hé danh nghĩa của thuÖ quan trong tr-ng hp ny l 220%.

$$Btt = \frac{1.184}{370} - 1 = 2,2 \text{ hay } 220\%$$

Nh-ng do tác động của chính sách hạn chế nhập khẩu của buôn lậu... nên trên thị tr-ng nội địa khi thì đ-c bán với giá cao hơn, khi thì thấp hơn nhiều giá nhập khẩu cộng với các loại thuế trên.

Gi dụ ở thời điểm đầu năm chiếc ô tô loại này đ-c bán phổ biến ở trên thị tr-ng chỉ có 1110 triệu VND đến cuối năm giá lại tăng lên đến 1.210 triệu VND. Mức bảo hộ thực trong tr-ờng hợp đầu là 200% $\left(\frac{1.110}{370} - 1 = 2,0 \text{ hay } 200\% \right)$; còn trong tr-ờng hợp sau là 227% $\left(\frac{1210}{370} - 1 = 2,27 \text{ hay } 227\% \right)$.

Sự biến động giá trên thị tr-ng nội không t-ng ứng với tiền thuế (hoặc tỷ lệ thuế) phản ánh trong giá cả hàng hoá gây nên hiện t-ng gọi là thuế thiếu và thuế thừa nh- ví dụ trên đây.

c) Thuế đánh vào thành phần nhập khẩu chênh lệch so với thuế đánh vào các đầu vào nhập khẩu. Tỷ suất bảo hộ hiệu quả thực sự (effective rate of protection).

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. Nghĩa là 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 và 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:

$$B_{et} = \frac{V_d - V_n}{V_n} \quad (5)$$

□ đây:

+ $V_d = P_d - C_d$ và:

$$P_d = P_w (1 + t_o)$$

$$C_d = C_w (1 + t_i)$$

$$+ V_n = P_w - C_w$$

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 đ- ợc 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 đ- ợc chiếc xe đạp nữ với giá 600.000đ (giá nhập khẩu) cần 200.000đ vật t- đầu vào nh- 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 n- ớc Chính phủ cho phép ngành sản xuất xe đạp nhập khẩu thép và phụ liệu đ- ợc h- ờng mức thuế - u đãi 1% trên giá nhập.

□p dụng cách tính của công thức (5) ta có:

$$P_d = 600.000đ (1+0,5) = 900.000đ$$

$$C_d = 200.000đ (1+0,01) = 202.000đ$$

$$V_d = 900.000đ - 202.000đ = 698.000đ$$

$$V_n = 600.000đ - 200.000đ = 400.000đ$$

Và

$$B_{et} = \frac{698.000 - 400.000}{700.000} = 0,745 \text{ hay } 74,5\%$$

Hoặc cách tính thứ hai:

$$B_{et} = \frac{50\% - 1 \times 0,33\%}{0,66\%} = 74,5\%$$

+ Nếu không muốn bỏ lỡ cơ hội nên xuất xe để Chính phủ thu thuế nhúng nhều thềg nhét lư 50%

vào cửa để ra nhúng nhều thềg:

$$B_{et} = \frac{600.000 - 400.000}{400.000} = 0,50 \text{ hay } 50\%$$

Tổ chức vỹ đạo trăn, nếu $V_d > 0$ chúng ta cần phải phân loại Bet nh- sau:

Bảo hộ tiêu cực	$V_d > V_n$	$-1 < B_{et} < 0$
Bảo hộ tích cực	$V_d > V_n$	$B_{et} > 0$

Nh- vậy, bảo hộ hiệu quả thật sự càng cao thì khả năng sản xuất hàng có hiệu quả càng cao và do vậy nên 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 để 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.

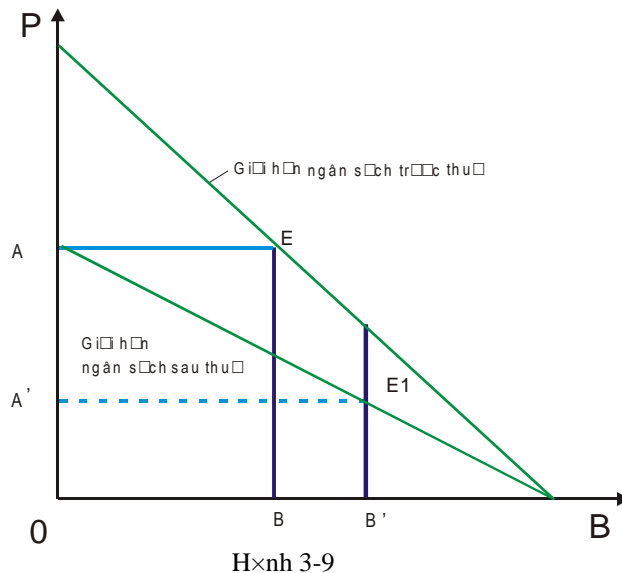
ii/ Thuế quan góp phần hướng dẫn tiêu dùng trong nước.

Để xem xét tác động của thuế nhúng nhều thềg với giá tiêu dùng nếu như thuế nhập, trước hết chúng ta giả

thiết rằng thuế nhúng nhều thềg của mọi ngành tiêu dùng là cùng, và ngành tiêu dùng nào cũng là chủ mua một trong

hai hàng hóa, A và B.

cuu duong than cong. com



Khi ch-a cả thuở nhẽp khÈu, ng-êi tiªu ðĩng vĩa mua s¶n phÈm A vµ B theo mét tũ lĩ nũo ã. Hã ph©n chia phÇn thu nhẽp cĩa m×nh ã mua, gi¶i sũ tĩ ãiãm E (vĩ l-ĩng hũng OA vµ OB).

Gi¶i sũ Nhũ n-ĩc ã, nh thuở nhẽp khÈu ãi vĩ mét mĩc thuở nũo ã theo gi, cĩa s¶n phÈm A, khi ã ã-ĩng giũ h¹n ng©n s, ch sĩ thu hĩp lĩ. Ng-êi tiªu ðĩng sĩ h¹n chũ viĩc mua s¶n phÈm A vµ sĩ mua nhiũu s¶n phÈm B. Vµ ã c©n ãi lĩ ng©n s, ch, ng-êi tiªu ðĩng sĩ ph©n chia phÇn thu nhẽp cẽ ã phn cĩa m×nh tĩ ãiãm E1 (vĩ l-ĩng hũng OA' vµ OB').

Nh- vỹ, ta cả thũ thũ thuở nhẽp khÈu trong tr-ĩng hĩp nũy ã t, c ãĩng ãĩn hũnh vi cĩa ng-êi tiªu ðĩng trªn hai khĩc c'nh.

Tr-ĩc khi ã, nh thuở vµo s¶n phÈm A, ng-êi tiªu ðĩng cả thũ tù liũu ph©n phũ thu nhẽp cĩa m×nh sao cho mua ã-ĩc c¶ hai s¶n phÈm A vµ B nhiũu nhũ; Sau khi ã, nh thuở vµo s¶n phÈm A th× ng-êi tiªu ðĩng cả xu h-ĩng ph©n bè thu nhẽp cĩa m×nh nghiªng vũ mua ã-ĩc s¶n phÈm B nhiũu h-n. §ã chĩnh lũ t, c ãĩng cĩa thuở nhẽp khÈu tĩ viĩc h-ĩng ðĩn tiªu ðĩng trong n-ĩc.

iii/ Thuở nhẽp khÈu gãp phÇn t'õ nguãn thu cho ng©n s, ch.

Trªn mĩ ã-n vP nhẽp khÈu, Nhũ n-ĩc thu ã-ĩc mét sũ thuở nhũ ã phn, trªn h×nh 2-IX. Trong sũ thuở thu ã-ĩc trªn sũ l-ĩng nhẽp khÈu q_3 q_4 chĩnh lũ ðĩn tĩch h×nh ch÷ nhũ C, cả chiũu ðũi lũ sũ nhẽp cung vµ chiũu rĩng lũ mĩc thuở nhẽp khÈu.

Trong một n-íc mụ hỒ thềng ch-a ph,t triỐn, thuỐ xuÊt nhỀp khỀu gCn nh- Ớ-íc xem lụ mét nguần thu chÝnh v× dỒ thùc hụnh thu. NhiỒu n-íc chỚu , ph,t triỐn nhê vựo th-ng m'i quéc tỖ vự ỚiỒu Ớ,ng ng'c nhi'n lụ thuỐ nhỀp khỀu chiỐm mét tũ lỖ cao trong tặng nguần thu của ChÝnh phñ. VÝ dồ: Ớn Ớé 28,5%, Philipin:24%; Th,i lan:23%, Malaixia:17%, §ui loan:14%. Trong khi Ớã c,c n-íc giựu cũ tũ lỖ rÊt thỀp Mũ: 1,4%, Canada:1,7%, Anh: 0,07%, Ph,p : 0,03%, CHLB §øc: 0%.

□ ViỐt Nam, do mẽ rếng ho't Ớếg ngo'i th-ng, n'n nguần thu tồ thuỐ xuÊt nhỀp khỀu cồg t'ng l'n qua c,c n'm vự Ớãg gặ phCn Ớ,ng kỖ vựo nguần thu của ngỚn s,ch.

ThuỐ xuÊt nhỀp khỀu, chñ yỒu lụ thuỐ nhỀp khỀu ề ViỐt Nam, trong nh÷ng n'm 90 chiỐm tồ 25% ỚỐn 28% tặng sề thu thuỐ của ngỚn s,ch Nhự n-íc.

iv: ThuỐ quan gặ phCn thóc ỚỀy tù do ho, th-ng m'i

C,c quéc gia kh«ng kỖ quy m« vự tr×nh Ớế ph,t triỐn Ớang t×m mãi c,ch tham gia vựo thP tr-ềng thỖ giú vự khu vùc nh»m thồ h-ềng nh÷ng lũ Ých do híp t,c vự phCn c«ng lao Ớếg quéc tỖ mang l'i. Mét trong nh÷ng cề g¼ng của c,c quéc gia theo h-íng nựy lụ t×m c,ch gi¶m dCn tiỐn tũ xo, bá c,c vựo c¶n th-ng m'i.

C,c quéc gia Ớ. Ớ't Ớ-íc nh÷ng kỖt qu¶ nhÊt Ớphn theo h-íng nựy.

Trong vBng 7 vBng Ớm ph,n (1948-1994), c,c thựnh vi'n GATT Ớ. Ớ't Ớ-íc tho¶ thuỀn gi¶m thuỐ cho 89.900 hụng ho,. VỀn ỚỒ gi¶m thuỐ quan vự c,c vựo c¶n th-ng m'i vự lo'i trở phCn biỐt Ớềi xố vỀn lụ mớc ti'u c÷ b¶n của WTO (GATT-1994).

Theo hiỚp Ớphn Uruguay (kỖt qu¶ vBng Ớm ph,n thồ 8 của GATT), tồ n'm 1994 ỚỐn n'm 2005, mớc thuỐ quan trung b×nh sỉ gi¶m 40%. Vủ mớc gi¶m nh- vỀy, mớc thuỐ hụng ho, nãi chung ề c,c n-íc c«ng nghiỚp ph,t triỐn cũn kho¶ng kh«ng qu, 5%, trở hụng dỖt vự may mÆc, mớc trung b×nh kho¶ng 10-30%. Chñ yỒu lụ Ớềi vủ hụng nhỀp tồ c,c n-íc Ớang ph,t triỐn, mớc thuỐ quan trung b×nh ề c,c n-íc §«ng , chỖ cũn tồ 5-15%, Nam ,: 10-60%; Mũ La tinh, Trung Ớ«ng, ChỚu phi: 10-25%.

§Ó t'lo cho tù do th-ng m'i, c,c n-íc tham gia WTO cồg Ớ. cam kỖt thuỐ ho, c,c biỒn ph,p kh«ng mang h×nh thóc thuỐ vự kh«ng Ớ-a th'm c,c h×nh thóc b¶o hế mủ ngoị khu«n khæ của GATT. Mãi chÝnh s,ch kinh tỖ sỉ rậ rụng lụm cho th-ng m'i quéc tỖ kh«ng cũn c¶n trờ ỚÓ c,c doanh nghiỚp ph¶i lo l¼ng. Theo Tặng Th- ký GATT th× 95% sề hụng ho, trong mỄu dPch quéc tỖ sỉ Ớ-íc ỚiỒu tiỐt chñ yỒu b»ng c«ng cồ thuỐ quan.

Cộng đồng kinh tế ASEAN WTO công nhận rằng mức thuế thu nhập cá nhân của Việt Nam là một trong những mức thuế thu nhập cá nhân thấp nhất trong khu vực ASEAN và là một trong những mức thuế thu nhập cá nhân thấp nhất trong khu vực ASEAN.

Việt Nam gia nhập ASEAN (28-07-1995) và Diễn đàn Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) năm 1997. Việt Nam tham gia Hiệp định về Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) ký kết ngày 15-12-1995 và Hiệp định về Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (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 của Việt Nam:

- Cộng đồng kinh tế ASEAN sẽ có các điều khoản, và các điều khoản (MFN) và các điều khoản (NT) cho các nước thành viên ASEAN. Cùng cấp các thông tin phù hợp về chính sách thuế theo yêu cầu.

- Thuế suất thuế tiêu thụ giá trị gia tăng và thuế suất thuế tiêu thụ giá trị gia tăng của Việt Nam từ ngày 01-01-1996 và hoàn thành thuế suất 0-5% vào ngày 01-01-2006.

- Chuyển các sản phẩm từ thuế tiêu thụ giá trị gia tăng vào danh mục thuế tiêu thụ giá trị gia tăng theo 5 bước bằng nhau từ ngày 01-01-1999 và giảm thuế suất thuế tiêu thụ giá trị gia tăng từ 1-1-2003 và chuyển các sản phẩm thuế tiêu thụ giá trị gia tăng vào tổng mức.

- Chuyển các sản phẩm từ thuế tiêu thụ giá trị gia tăng vào danh mục thuế tiêu thụ giá trị gia tăng từ ngày 01-01-2000 và giảm thuế suất thuế tiêu thụ giá trị gia tăng từ 01-01-2006, và chuyển các sản phẩm thuế tiêu thụ giá trị gia tăng vào tổng mức.

Thuế tiêu thụ giá trị gia tăng của Việt Nam, Chính phủ Việt Nam và các nhà sản xuất và các nhà sản xuất thuế tiêu thụ giá trị gia tăng theo thuế tiêu thụ giá trị gia tăng CEPT/AFTA. Trong biểu thuế tiêu thụ giá trị gia tăng của Việt Nam hiện có 6400 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng, được chia ra:

+ Sẽ có 4270 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng vào danh mục thuế tiêu thụ giá trị gia tăng từ ngày 01-01-1996 đến 12-2000 sẽ giảm thuế tiêu thụ giá trị gia tăng theo bước giảm.

+ Sẽ có 1940 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng thuế tiêu thụ giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ giá trị gia tăng như sau:

- Năm 2001, thuế tiêu thụ giá trị gia tăng 720 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng, chỉ yếu là các thuế tiêu thụ giá trị gia tăng hiện hành trong khoảng 20-40%.
 - Năm 2002, thuế tiêu thụ giá trị gia tăng 510 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng, chỉ yếu là các thuế tiêu thụ giá trị gia tăng hiện hành từ 40%.
 - Năm 2003, thuế tiêu thụ giá trị gia tăng 710 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng, chỉ yếu là các thuế tiêu thụ giá trị gia tăng hiện hành từ 60%.
- Mức thuế của 6210 thuế tiêu thụ giá trị gia tăng hiện hành, tức 97% các thuế tiêu thụ giá trị gia tăng hiện hành cộng cho các

nước ASEAN sẽ giảm xuống tới 20% vào năm 2003.

Thế kỷ cuối cùng vào năm 2006 thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam tăng ASEAN sẽ chỉ còn 0-5%. Các thành viên APEC đã thông qua chương trình hành động để nâng cao APEC nhằm thiết lập các mối quan hệ kinh tế chung, - Thị trường Dải kinh tế mở rộng từ do, và phát triển, trong khu vực, dựa trên nguyên tắc của GATT/ WTO. Việt Nam cũng đã cam kết tham gia vào chương trình này. Mọi các thể chế này đều cam kết mục Việt Nam thực hiện trong APEC là một bước đi tích cực của tiến trình ra nhập WTO.

ViÖc thùc hiÖn c,c cam kÖt vÒ thuÖ quan trªn ®©y vÖi c,c tæ chøc hÖp t,c kinh tÖ khu vùc sÖ lÖ mét th,c ch
thøc ®òi vÖi nÒn kinh tÖ vÖ khu vùc. Nh-ng viÖc gi¶m dÇn thuÖ quan t'ò thuËn lÖi cho th--ng m'ì vÖ ®Çu
t- quéc tÖ, qua ®ã t'ò ®iÖu kiÖn khuyÖn khÝch viÖc chuyÖn giao kü thuËt ®æi mÖi c«ng nghÖ cho nÒn
s¶n xuËt trong n-íc; tranh thÖ -u ®-i vÒ thuÖ mề rúng th¶ tr-êng cho xuËt khÈu vÖ thu hót ®Çu t-.

3.22.1. *C, c biÖn ph, p h'n chÖ @Pnh l-âng*: C, c biÖn ph, p h'n chÖ @Pnh l-âng cả nghÜa lư c, c cÊm @o, n hoÆc h'n chÖ th-ng m'i vớ mét hay quéc gia kh, c, dĩ thùc hiÖn b»ng h'n ng'ch, giÊy phĐp hoÆc c, c biÖn ph, p cả tÝnh chÊt t-ng tù, kó c¶ c, c biÖn ph, p vư c, c y'u cCu hnh chÝnh h'n chÖ th-ng m'i.

4. S'ın phèM v'n ho. @ải trưp, ph'ın @éng, @ả ch'ı tr'ı em c'ả ỉnh h-èng xêU @Ổn gi. o

- Súng cò đặt trong ® qua sổ đông cả còng suết tở 30W trề xuềng....
- Xe ®p, xe hai b, nh, ba b, nh g³n m, y ® qua sổ đông.
- Ấ t« còu th-ng ® qua sổ đông.
- Ấ t« vể chuyỐn hụnh kh, ch tở 16 chệ ngải trề xuềng ® qua sổ đông.
- Ấ t« vể chuyỐn hụnh kh, ch tr³n 16 chệ ngải, lo'i ® qua sổ đông qu, 5 n"m, tÝnh tở n"m nhỂp khỂu.
- Ấ t« vể chuyỐn hụnh ho, cả trắng t¶i d-í 5 tỂn, lo'i ® qua sổ đông qu, 5 n"m, tÝnh tở n"m nhỂp khỂu.

10. S¶n phỂm, vỂt liỂu cả chỏa ami"ng thuéc nhấm amphibole

11. C, c lo'i m, y m· chuy³n đông vµ c, c ch-ng tr×nh phCn mỖm mỂt m· sổ đông trong ph¹m vi

b¶o vỖ bÝ mỂt Nhự n-íc.

b. H'n ng'ch nhĒp khĒu

H'n ng'ch nhĒp khĒu lư quy định của Nh   n-   v   s   l-  ng ho  c gi  , tr   m  t m  t h  ng n  o       -   nhĒp khĒu n  i chung hoặc t   m  t th   tr-  ng n  o    , trong m  t thời gian nhất    nh (th-  ng l   1 năm).

H'n ng'ch nhĒp khĒu th-  ng l   m  t h  nh th  c h' n ch   v   s   l-  ng v   th  c h   th  ng gi  y ph  p kh  ng t      ng. Khi h' n ng'ch nhĒp khĒu   -   quy định cho m  t loại sườn ph  m    c bi  t n  o     th   Nh   n-     -a ra m  t    nh ng'ch (t  ng    nh ng'ch) nhĒp khĒu m  t h  ng     trong m  t kho  ng thời gian nhất    nh kh  ng k   nguồn gốc h  ng hoá,     t      u    n.

Khi h' n ng'ch quy định cho c    m  t h  ng v   th   tr-  ng th   h  ng ho  ,     ch     -   nhĒp khĒu t   n-   (th   tr-  ng)       nh v   s   l-  ng bao nhi  u, trong thời gian bao l  u.

Th-  ng h' n ng'ch nhĒp khĒu   -     p d  ng b  ng cách c  p gi  y ph  p nhĒp khĒu cho m  t s   công ty. V   d      ta, c  c m  t h  ng c   liên quan    n c  c c  n    i l  n c  a n  n kinh t  i qu  c d  n    u c   quy    nh h' n ng'ch nhĒp khĒu nh- x  ng d  u, ph  n b  n, xi măng,   -  ng, th  p x  y d  ng. Ch   c   m  t s   doanh nghi  p m  i   -   ph  p nhĒp khĒu nh  ng m  t h  ng tr  n. M  i doanh nghi  p   -   ph  p ph  n b   m  t s   l-  ng t  i   a c  c m  t h  ng tr  n trong m  t n  m.

KHUNG 3.9 H  N NGẠCH NHẬP KHẨU Việt Nam         D  NG

M��t h��ng	M��c h'�n ch�� s�� l-��ng ��p d��ng n��m 1997	M��c h'�n ch�� s�� l-��ng ��p d��ng t�� 1999
�� t�� ch�� kh��ch d-��i 12 ch��	3.000 chi��c	C��m nhĒp (��p d��ng v�� �� t�� d-��i 16 ch�� ng��i t�� n��m 2000)
Xe t���i, xe kh��ch loại khác	30.000 chi��c	Gi��y phép nhĒp khĒu

Xe hai b ₂ nh g ³ / ₄ n m ₂ y nguy ^a n chiỐc v ₂ m linh kiỐn l ³ / ₄ p r ₂ p xe 2 b ₂ nh g ³ / ₄ n m ₂ y	350.000 chiỐc	CỀm nhỀp khỀu C ₂ c doanh nghiỐp trong n-íc c ₂ ả @C ₂ u t- s ₂ q ₂ n xuỀt, l ³ / ₄ p r ₂ p xe 2 b ₂ nh g ³ / ₄ n m ₂ y d ¹ ng IKD, @-íc nhỀp khỀu linh kiỐn IKD, theo n ² ng l ₂ úc s ₂ q ₂ n xuỀt ph ₂ i h ₂ íp v ₂ í giỀy phĐp kinh doanh @- cỀp
ThĐp x@y d ₂ ùng	500.000 tỀn	GiỀy phĐp nhỀp khỀu
Ph«i thĐp	900.000 tỀn	GiỀy phĐp nhỀp khỀu
Xi m ² ng	500.000-700.000 tỀn	ChØ ₂ p đ ₂ ông giỀy phĐp nhỀp khỀu @èi v ₂ í xi m ² ng @en.
Chinken	1.100.000 tỀn	GiỀy phĐp nhỀp khỀu
GiỀy in chỀt l-íng cao, giỀy carton, duplex	20.000 tỀn	GiỀy phĐp nhỀp khỀu
§-êng	10.000 tỀn @-êng RE cỀm nhỀp c ₂ c lo ² i @-êng kh ₂ c	GiỀy phĐp nhỀp khỀu

Nh₂m n-íc₂ p đ₂ông biỐn ph₂p qu₂q₂n lý nhỀp khỀu b₂ng h²n ng²ch ch₂ĩ y₂Ốu l₂m nh₂m:

- B₂q₂o h₂e s₂q₂n xuỀt trong n-íc
 - S₂đ₂ông c₂ả hiỐu qu₂q₂ qu₂i ngo²i t₂Ố
 - Th₂úc hiỐn c₂c cam k₂Ốt c₂ả Ch₂Ýnh ph₂n ta v₂í n-íc ngo₂i
- Ch₂ng ta biỐt r₂ng viỐc b₂q₂o h₂e s₂q₂n xuỀt n₂eí @Đa c₂ả th₂Ó @t @-íc b₂ng biỐn ph₂p @,nh thu₂Ố, c₂ng c₂ả th₂Ó @t @-íc b₂ng @Đnh h²n ng²ch nhỀp khỀu.

Ngo₂i viỐc b₂q₂o h₂e s₂q₂n xuỀt, h²n ng²ch c₂ản @-íc cỀp cho c₂c doanh nghiỐp nh₂m @q₂m b₂q₂o th₂úc hiỐn c₂c cam k₂Ốt m₂ Ch₂Ýnh ph₂n ta ký k₂Ốt v₂í n-íc ngo₂i. Nh₂ng cam k₂Ốt n₂uy th-êng mang c₂q₂ ý ngh₂ĩa ch₂Ýnh trĐ v₂m kinh t₂Ố. §₂àng th₂ei, trong khu«n kh₂e qu₂i ngo²i t₂Ố cho phĐp nhỀp khỀu, viỐc quy @Đnh h²n ng²ch nh₂m @q₂m b₂q₂o s₂đ₂ông c₂ả hiỐu qu₂q₂ qu₂i ngo²i t₂Ố c₂ả @-íc.

□ ViÖt Nam, danh môc, sè l-îng (hoÆc gi, trÞ) c,c mÆt húng nhËp khÈu qu¶n lý b»ng h'n ng'ch cho tång thêi kú (húng n'ím) do ChÝnh phñ phª duyÖt trªn c¬ sÛ ®Ò nghÞ cña Bé KÕ ho'ch vµ §Çu t-, Bé Th-ng m'i.

Danh môc h'n ng'ch ®-íc c«ng bè c«ng khai. ViÖc ph©n bè h'n ng'ch cho ai còng ®-íc c«ng bè c«ng khai.

Bé Th-ng m'i lµ c¬ quan qu¶n lý Nhµ n-íc duy nhÊt cã thÈm quyÒn ph©n bæ h'n ng'ch trùc tiÕp cho c,c doanh nghiÖp, Bé Th-ng m'i còng lµ c¬ quan cã tr, ch nhiÖm kiÓm tra thùc hiÖn ph©n bæ h'n ng'ch ®-íc cËp.

□ ViÖt Nam, theo quy ®Þnh cña Bé Th-ng m'i (sè 195/TMDLXNK ngày 09/04/1992) th× viÖc mua b,n h'n ng'ch bÞ nghiªm cÊm.

Ng-êi ®-íc cËp h'n ng'ch nhËp khÈu lµ c,c doanh nghiÖp ®-íc Nhµ n-íc cho phÐp kinh doanh xuÊt nhËp khÈu, bao g¸m c¶ c,c doanh nghiÖp cã vèn ®Çu t- n-íc ngoµi. Mét doanh nghiÖp khi xuÊt khÈu ph¶i biÕt mÆt húng cña m×nh cã n»m trong h'n ng'ch nhËp khÈu cña n-íc b'n húng kh«ng, ã d'ng nµo ? Sè l-îng (hoÆc trÞ gi,) h'n ng'ch quy ®Þnh cho mÆt húng ®ã ã n-íc nhËp khÈu lµ bao nhiªu? ThÓ thóc xin h'n ng'ch vµ kh¶ n'ng cã thÓ xin ®-íc bao nhiªu? Sù thay ®æi trong nh-ng quy ®Þnh cËp h'n ng'ch cña n-íc nhËp khÈu ra sao?...§Çy lµ mét trong nh-ng vÊn ®Ò cã ý nghÜa chiÕn l-íc tíªu thô s¶n phÈm cña nhµ xuÊt khÈu.

VÒ t,c ®éng cña h'n ng'ch, chóng ta kh«ng ®-íc hiÓu lÇm h'n ng'ch ã m¸c ®é nµo ®ã h'n chÕ nhËp khÈu mµ kh«ng lµm t'ng gi, trong n-íc. H'n ng'ch giềng nh- thuÖ nhËp khÈu lu«n lu«n n¸ng gi, húng nhËp khÈu trªn thÞ tr-êng néi ®Þa. T,c ®éng nuy cña h'n ng'ch cho phÐp c,c nhµ s¶n xuÊt kÐm hiÓu qu¶, s¶n xuÊt ra mét s¶n l-îng cao h-n so vớ trong ®iÒu kiÖn th-ng m'i tù do. H'n ng'ch còng dÉn tí sù l-ng phÝ cña c¶i x- héi vớ nh-ng lý do giềng nh- ®òi vớ thuÖ nhËp khÈu.

§òi vớ ChÝnh phñ vµ c,c doanh nghiÖp trong n-íc viÖc cËp h'n ng'ch cã lĩ lµ x,c ®Þnh tr-íc ®-íc khèi l-îng (hoÆc gi, trÞ) nhËp khÈu. Cßn thuÖ quan, l-îng nhËp khÈu phô thóc vµo m¸c ®é linh ho't cña cung, cÇu, lµ ®iÒu th-êng kh«ng biÕt tr-íc mét c, ch ch³⁄c ch³⁄n.

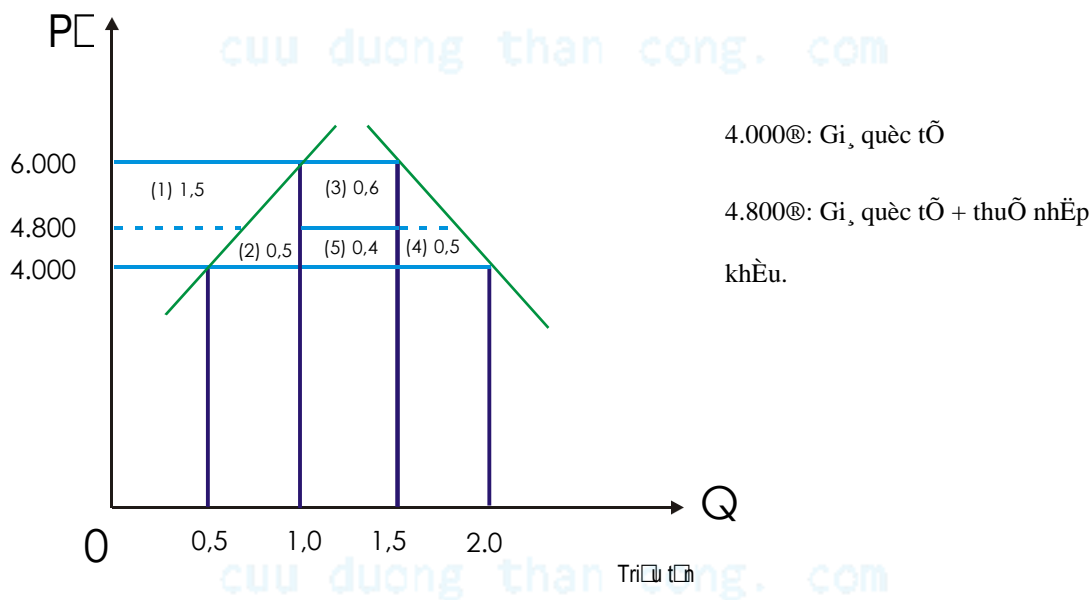
Nh-ng t,c ®éng cña h'n ng'ch nhËp khÈu kh,c t,c ®éng cña thuÖ quan Ýt nhÊt vÒ hai mÆt quan träng:

Thø nhÊt, ChÝnh phñ kh«ng cã thu nhËp tõ h'n ng'ch. Khi mét h'n ng'ch ®-íc ðĩng ®Ó h'n chÕ nhËp khÈu thay cho thuÖ quan, th× l-îng tiÒn thuÖ ®,ng ra ChÝnh phñ thu ®-íc sã r-i vµo bÊt kú ng-êi nµo cã giÊy

phép nhép khều theo h'n ng'ch. Nh÷ng ng-êi cũ giÊy phép nhép khều húng họ, vµ sau ®ã b,n l'i v'í gi, cao h-n t'i thp tr-êng trong n-íc. L'ì nhuÊn mµ ng-êi cũ giÊy phép nhép khều thu ®-íc gãi lµ t'ìon thuª h'n ng'ch. Ai s'ỉ nhÊn ®-íc t'ìon thuª h'n ng'ch ? Cã thÓ lµ c,c c«ng ty th-ñng m'i trong n-íc, hoÆc cã thÓ lµ ChÝnh phñ cũa n-íc xuÊt khều. Khi chÝnh phñ cũa n-íc xuÊt khều cũ ®-íc quyÒn b,n húng t'i thp tr-êng trong n-íc, vèn lµ ®iÒu th-êng xÊy ra th× viÖc chuyÓn giao t'ìon thuª h'n ng'ch ra n-íc ngoµi lµm cho sù mÊt m,t (chi phÝ) cũa mét h'n ng'ch thùc tÕ s'ỉ cao h-n lo'i thuÕ quan t-ñng øng.

Thø hai, h'n ng'ch cũ thÓ biÕn mét doanh nghiÖp trong n-íc trë thnh k'ỉ ®éc quyÒn. Vµ do ®ã hã cũ thÓ ,p ®Æt gi, c¶ ®éc quyÒn ®Ó thu ®-íc l'ì nhuÊn t'ì ®a.

§Ó giµnh l'i mét phÇn t'ìon thuª h'n ng'ch, ChÝnh phñ nhiÒu n-íc th-êng ,p đông ®Êu gi, c,c giÊy phép nhép khều theo h'n ng'ch, hoÆc quy ®Þnh h'n ng'ch kÕt h'p v'í sô đông thuÕ quan (gãi lµ h'n ng'ch thuÕ quan).



H×nh 4-9

Gi¶i thiÕt ®Ó b¶o hê ngµnh s¶n xuÊt ®-êng trong n-íc, thay v× ,p đông h'n ng'ch nhép khều ChÝnh phñ sô đông biÕn ph,p h'n ng'ch kÕt h'p v'í sô đông thuÕ quan. Tr-íc khi trao ®æi c,c sè liÖu ®-a ra phÇn tÝch, chóng ta l-u ý:

Mét lụ h'n ng'ch nhĒp khĒu @-íc sô đông phĒi hĒp vĒi thuŌ quan. HiŌu quŀ cŕa chÝnh s, ch nŭy lụ lụm cho tiŌn thuª h'n ng'ch sĒ Ýt h-n so vĒi tr-Ēng hĒp kh«ng cŕa thuŌ quan. Năi c, ch kh, c, nă cho phĒp ChÝnh phŕ giŭnh l'ı @-íc mét phÇn cŕa nh÷ng tiŌn thuª @ă.

Hai lụ, quyŌn @-íc nhĒp khĒu vŭ b, n hŭng trªn thĒ tr-Ēng nĒi @Pa thuéc vŌ c, c doanh nghiŒp trong n-íc. V× thŌ tiŌn thuª h'n ng'ch kh«ng @-íc thuŌ quan giŭnh l'ı sĒ r-i vŭo tay c, c doanh nghiŒp cŕa h'n ng'ch @ă.

BiŌu @ă sau @Cy cho thĒy t, c @éng cŕa h'n ng'ch vŌ @-Ēng. Trong vÝ dŕ cŕa chóng ta, @, nh gi, cŕa Bé th-Ēng m'i cho r»ng gi, @-Ēng thŌ giŕi Ē mŕc trung b×nh lụ 4000@/1kg, nªn phŀi cŕa h'n ng'ch nhĒp khĒu @Ō nŅng gi, @-Ēng lªn mŕc gi, bŀo hĒ lụ 6.000@/1kg. Nh- vĒy, chªnh lŌch gi÷a gi, t'ı thĒ tr-Ēng ViŌt Nam vŭ thĒ tr-Ēng thŌ giŕi lụ 2.000@/1kg (6.000@ - 4.000@). ChÝnh phŕ, p đông mŕc thuŌ suĒt 20% theo gi, nhĒp khĒu @Ō giŭnh l'ı mét phÇn tiŌn thuª h'n ng'ch, nªn quyŌn @-íc nhĒp khĒu cŕa gi, trĒ 1.200@/1kg. Trong chŌ @é mĒu dĒch tŭ do, l-Ēng @-Ēng nhĒp khĒu cŕa thŌ lụ 1,5 triŌu tĒn (2,0 triŌu tĒn - 0,5 triŌu tĒn), nh-ng khi cŕa h'n ng'ch th× sĒ l-Ēng nhĒp khĒu @ă chŌ cŕn 0,5 triŌu tĒn (1,5 triŌu tĒn - 1,0 triŌu tĒn).

H'n chŌ sĒ l-Ēng @Ēi vĒi nhĒp khĒu lụm t'ng gi, trong n-íc vŭ ph, t sinh tiŌn thuª cho nh÷ng ng-Ēi nhĒn @-íc h'n ng'ch.

T, c @éng @Ēi vĒi phŕc lŕi cŕa h'n ng'ch @-íc thŌ hiŌn bĒi diŌn tÝch n'ªm miŌn (1,2,3,4,5). Do h'n ng'ch lụm t'ng gi, , ng-Ēi tiªu đĒng sĒ mĒt @i thĒng d- tiªu đĒng lụ 1+2+3+4+5. TrĒ gi, sĒ bĒ mĒt lụ 3,5 tŭ @ăng.

C, c nhŭ sŀn xuĒt nĒi @Pa @-íc lŕi tŕ gi, cao h-n, tiªu biŌu cho mĒi lŕi cŕa hă @-íc @o b»ng diŌn tÝch 1, gi, trĒ cŕa khoŀn lŕi nŭy lụ 1,5 tŭ @ăng.

ChÝnh phŕ cŕng sĒ cŕa thu nhĒp tŕ thuŌ quan, @-íc @o b»ng diŌn tÝch 5; nă b»ng sĒ l-Ēng nhĒp khĒu nhŅn vĒi mŕc thuŌ quan vŭ trĒ gi, lụ 0,4 tŭ @ăng.

Tªn thĒt rĒng @Ēi vĒi nŌn kinh tŌ sĒ lụ diŌn tÝch c, c h×nh $(1+2+3+4+5) - (1+5) = (2+3+4) = 1,6$ tŭ @ăng. Trong tªn thĒt nŭy, c, c diŌn tÝch 2 vŭ 4 lụ do sŭ mĒo mŕ (mĒt m, t) trong sŀn xuĒt vŭ tiªu đĒng, trĒ gi, 1 tŭ @ăng. DiŌn tÝch 3 thŌ hiŌn khoŀn tiŌn thuª h'n ng'ch, mŭ ng-Ēi @-íc phŅn bŕ h'n ng'ch thu @-íc t-Ēng ŕng vĒi 0,6 tŭ @ăng.

H'n ng'ch kỐt híp vớ sớ đông thuỐ quan lự mét c, ch qu' n lý @èi vớ nhỀp khỀu @-êng ể Mũ. Tuy nhi' n, ể Mũ viỐc cỀp h'n ng'ch @-êng l'i dịnh cho ChÝnh phñ n-íc ngo' i. V× vỀy ti'On thu' h'n ng'ch kh«ng @-íc thuỐ quan gi'nh l'i sỉ r-i v'uo t'oi nh÷ng ng-êi kinh doanh n-íc ngo' i.

Qua ph'On tÝch tr' n chóng ta thÊy viỐc quy @Pnh h'n ng'ch ho' n to' n kh«ng cã l' i cho gi' i ti' u thô b' i v× h'n ng'ch l' m t' ng gi, n' i @Pa; x' h' i ph' i bá ra kho' n chi phÝ cho viỐc b' i o h' e s' n xu' Êt k' Đm hi' O' u qu' .

C, c h'n ng'ch h'n chỐ nhỀp khỀu kh, c

- *H'n ng'ch thuỐ quan* (Tariff quotas)
H'n ng'ch thuỐ quan lự c' 4t gi' m thuỐ quan @èi vớ mét s' l- i' ng h' ung nhỀp khỀu nh' Êt @Pnh. H' ung nhỀp khỀu v- i' t qu, @Pnh m' oc n' y ph' i n' ép thuỐ cao h- n.

- *H'n ng'ch thuỐ quan m' e c' o' a thi tr- êng t' e' i thi' O' u* (minimum access tariff quotas)
H'n ng'ch thuỐ quan m' e c' o' a th' P tr- êng t' e' i thi' O' u lự mét c- 7 chỐ d' i' ng m' oc t' e' i thi' O' u m' e c' o' a th' P tr- êng @èi vớ nh÷ng h' ung n«ng s' n m' u c, c bi' O' n ph, p phi thuỐ quan @- @-íc chuy' O' n th' i' ng thuỐ quan. C, c cu' ec @m' u' m ph' u' n v' i' ng Uruguay @- @-a c«ng th' oc m' u theo @ã m' oc m' e c' o' a th' P tr- êng @-íc l' u' a ch' n tr' n c- 7 s' e' t' u s' e: nhỀp khỀu/ ti' u thô trong giai @o' n c- 7 s' e' 1986-1988. □ m' oc m' u trong giai @o' n c- 7 s' e' th' Êp h- n 3% m' oc ti' u thô th× m' oc m' e c' o' a th' P tr- êng sỉ ph' i @-íc n' O' ng l' n ngay 3% v' u m' e r' e' ng l' n th' i' ng 5% v' u' o cu' e' i giai @o' n th' u' c hi' O' n c, c cam k' O' t l' i v' i' ng Uruguay v' O n«ng nghi' O' p.

- *H'n ng'ch thuỐ quan theo m' oc @é m' e c' o' a hi' O' n h' u' ng* (current access tariff quotas)
H'n ng'ch thuỐ quan theo m' oc @é m' e c' o' a hi' O' n h' u' ng m« t' 7 c, c c- 7 h' i' e' m' e c' o' a th' P tr- êng cho h' ung n«ng s' n khi c, c bi' O' n ph, p phi thuỐ quan @-íc chuy' O' n th' i' ng phi thuỐ quan. §' y lự mét h×nh th' oc h'n ng'ch @- @-íc th' 7 o l' u' Ên t' i v' i' ng @m' u ph, n Uruguay, theo @ã m' oc @é m' e c' o' a th' P tr- êng @èi vớ mét s' n ph' Êm n' u' o @ã @-íc x, c @Pnh qua viỐc so s, nh m' oc @é nhỀp khỀu trong th' e' i kú c- 7 s' e' vớ m' oc ti' u thô. M' oc @é m' e c' o' a th' P tr- êng hi' O' n nay @-íc th«ng qua nh»m @' m b' 7 o nhỀp khỀu Ýt nh' Êt 5% ti' u thô n' e' i @Pa @-íc , p đông trong th' e' i kú c- 7 s' e' 1986 - 1988.

H'n ng'ch c' n tr' e' t' u do l- u th«ng h' ung ho, tr' n th' P tr- êng. V× vỀy, @i' O' u Xi c' n' a Hi' O' p @Pnh chung v' O thuỐ quan v' u th- 7 ng m' i 1994 (GATT/1994) v' O “l' o' i bá c, c h'n chỐ @Pnh l- i' ng” quy @Pnh “c, c b' n ký k' O' t kh«ng @-íc duy tr× ho' Ęc t' i' o ra c, c @i' O' u c' Êm ho' Ęc h'n chỐ n' u' o kh, c tr' o thuỐ quan, c, c kho' n thu kh, c, đ' i mang h×nh th' oc h'n ng'ch, gi' Êy ph' Đp xu' Êt khỀu ho' Ęc nhỀp khỀu v' u c, c bi' O' n ph, p kh, c b' P c' Êm, tr' o mét s' e' tr- êng híp @-íc quy @Pnh ch' Ęt ch' ỉ.

c) Giấy phép nhập khẩu hàng hóa,

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa, là một biện pháp quản lý nhập khẩu. Nh-ng giấy phép nhập khẩu kh,c
vĩ h'n ng'ch lụ ®-íc ,p đông róng r-i h-n.

Giấy phép nhập khẩu hàng hóa, cả hai lo'ì th-êng gÆp:

1. Giấy phép từ ®éng: Ng-êi nhập khẩu xin phép nhập khẩu th× cÊp ngay kh«ng cÇn ®ßi hái g× c¶.
2. Giấy phép kh«ng từ ®éng: Lo'ì giấy phép nuy muèn xin nhập khẩu ph¶i cả h'n ng'ch nhập khẩu
vụ hoÆc b¶ rúng bước bãi c,c h'n chÕ kh,c vỒ nhập khẩu. C,c doanh nghiÖp chØ ®-íc phép ký
híp ®àng nhập khẩu c,c mÆt hàng thuốc lo'ì nuy khi cả giấy phép nhập khẩu của Bé Th-ñng m'ì
hoÆc Bé chuyªn ngunh.
Ng-êi nhập khẩu ph¶i am hiƯu nh-ñng quy ®Þnh của Nhụ n-íc vỒ viÖc cÊp giấy phép vụ nh-ñng phÝ tæñ
cả liªn quan ®Õn viÖc xin giấy phép ®Ó ho't ®éng kinh doanh ®-íc thuËn l'ì, cả hiƯu qu¶.

□ ViÖt Nam, giấy phép nhập khẩu tổng l« hàng (chuyÖn hàng) ®-íc b-i bá tồ 15/12/1995. Tuy nhiªn, giấy
phép nhập khẩu vËn lụ biÖn ph,p qu¶n lý nhập khẩu quan träng. Ngụy 04/04/2001, Thñ t-íng ChÝnh phñ
®· ban hành QuyÖt ®Þnh sè 46/2001/QÞ-TTg, quy ®Þnh c¬ chÕ qu¶n lý hàng hóa, xuÊt nhập khẩu thòi kú
2001-2005. Theo ®ã, nhiƯu hàng hóa, chÐu sù qu¶n lý, th«ng qua h×nh thóc cÊp giấy phép, của Bé Th-ñng
m'ì vụ c,c Bé chuyªn ngunh.

Danh mục hàng hóa, nhập theo giấy phép của Bé Th-ñng m'ì

1. Hàng cÇn kiÖm so,t nhập khẩu theo quy ®Þnh của §iƯu -íc Quèc tÕ mụ ViÖt Nam ký kÕt hoÆc
tham gia, do Bé Th-ñng m'ì c«ng bè cho tổng thòi kú (,p đông cho ®Õn hÖt n'ím 2005).
2. Xi m'ing portland, ®en vụ tr³ng ,p đông ®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2002.
3. KÝnh tr³ng ph¼ng cả ®é duy tồ 1,5mm ®Õn 12mm; kýnh mụu trự tồ 5mm-12mm; kýnh mụu
xanh ®en tồ 3mm-6mm ,p đông ®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2001.
4. Mét sè lo'ì thÐp trßn, thÐp gác, thÐp h×nh; mét sè lo'ì èng thÐp hàn; mét sè lo'ì thÐp l, thÐp m'
,p đông ®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2001.
5. Mét sè lo'ì dÇu thục vËt tinh chÕ d'ing lág ,p đông ®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2001.
6. §-êng tinh luyÖn, ®-êng th« ,p đông cho toµn bé thòi kú 2001-2005.
7. Xe hai b,nh, ba b,nh g³n m,y nguyªn chiÖc m'ì 100% vụ bé linh kiÖn l³p r,p kh«ng cả ®'ng ký tû
lÖ néi ®Pa ho,; m,y vụ khung xe hai b,nh, ba b,nh g³n m,y c,c lo'ì, trõ lo'ì ®i theo bé linh kiÖn ®·
®'ng ký tû lÖ néi ®Pa ho, ,p đông ®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2002.
8. Ph-ñng tiÖn vËn chuyÖn hành kh, ch tồ 9 chç ngãi chõ xuềng, lo'ì m'ì (bao gãm c¶ lo'ì vĩa chõ hành
kh, ch, vĩa chõ hàng, cả khoang chõ hàng vụ khoang chõ hành kh, ch chung trong mét carbin ,p đông
®Õn ngụy 31 th,ng 12 n'ím 2002.

Danh môc hùg ho, thuec diÖn qu¶n lý c¶a c, c bé chuy¶n ngunh

1. Danh môc hùg ho, thuec diÖn qu¶n lý chuy¶n ngunh c¶a Bé N¶ng nghiÖp vµ Ph, t triÖn n¶ng th¶n

	Hùg ho, nhËp khËu	H¶nh thøc qu¶n lý
1	Thuec thó y vµ nguy¶n liÖu s¶n xuÊt thuec thó y	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
2	ChÖ phÈm sinh h¶c ðĩng trong thó y	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
3	Thuec b¶o vÖ thùc vËt vµ nguy¶n liÖu s¶n xuÊt thuec b¶o vÖ thùc vËt	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
4	Giềng c©y tr¶ng, giềng vËt nu¶i, c¶n trĩng c, c lo¶i	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
5	Thøc ¶n ch¶n nu¶i vµ nguy¶n liÖu s¶n xuÊt thøc ¶n ch¶n nu¶i	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
6	Ph©n bã, lo¶i mĩ sô ðông t¶i ViÖt Nam	GiËy phÐp kh¶o nghiÖm
7	Ngu¶n gen c¶a c©y tr¶ng, vËt nu¶i; vi sinh vËt phøc vø nghi¶n cøu, trao ®æi khoa h¶c, kü thuÊt	GiËy phÐp nhËp khËu

Néi dung c¶a giËy phÐp kh¶o nghiÖm vµ thêi h¶n kh¶o nghiÖm ®-íc thùc hiÖn theo h-íng ðĩn c¶a Bé N¶ng nghiÖp vµ Ph, t triÖn n¶ng th¶n. C¶n cø kÖt qu¶ kh¶o nghiÖm, Bé N¶ng nghiÖp vµ Ph, t triÖn n¶ng th¶n quyÖt ®Þnh cho phÐp hay kh¶ng cho phÐp hùg ho, ®-íc sô ðông t¶i ViÖt Nam. Khi ®-íc Bé N¶ng nghiÖp vµ Ph, t triÖn n¶ng th¶n cho phÐp sô ðông t¶i ViÖt Nam, hùg ho, ®-íc nhËp khËu theo nhu cÇu, kh¶ng b¶ h¶n chÖ vÒ sê l-ĩng, trÞ gi, , kh¶ng ph¶i xin giËy phÐp nhËp khËu.

2. Danh môc hùg ho, thuec diÖn qu¶n lý chuy¶n ngunh c¶a Bé Thuû s¶n

- Qu¶n lý chuy¶n ngunh c¶a Bé Thuû s¶n ®-íc thùc hiÖn d-ĩ h¶nh thøc ban hùnh c, c danh môc hùg ho, sau ®©y:
 - Danh môc c, c lo¶i thuû s¶n cÊm xuÊt khËu
 - Danh môc c, c lo¶i thuû s¶n xuÊt khËu c¶ ®iÖu kiÖn
 - Danh môc giềng thuû s¶n ®-íc nhËp khËu th¶ng th-ĩng

- Danh mộc thộc ʹn nu«i trắng thu«i s¶n vµ nguyªn liÖu s¶n xuÊt thộc ʹn nu«i trắng thu«i s¶n ®-íc nhËp khÈu th«ng th-êng.
- Danh mộc thuộc, ho, chÊt, nguyªn liÖu ®Ó s¶n xuÊt thuộc vµ ho, chÊt sô dông trong nu«i trắng thu«i s¶n ®-íc nhËp khÈu th«ng th-êng.

2. C,c lo'i giềng, thộc ʹn, nguyªn liÖu s¶n xuÊt thộc ʹn, thuộc, ho, chÊt vµ nguyªn liÖu s¶n xuÊt thuộc, ho, chÊt ch-a cã tªn trong danh mộc nhËp khÈu th«ng th-êng chØ ®-íc nhËp khÈu vµo ViÖt Nam khi cã giÊy phÐp nhËp khÈu kh¶o nghiÖm do Bé Thu«i s¶n cÊp. Sau thêi gian kh¶o nghiÖm, Bé Thu«i s¶n quyÕt ®Þnh bæ sung hay kh«ng bæ sung mÆt húng cã liªn quan vµo danh mộc nhËp khÈu th«ng th-êng, húng ho, ®-íc nhËp khÈu theo nhu cÇu, kh«ng bÞ h¹n chØ vÒ sè l-êng, trÞ gi, vµ kh«ng ph¶i xin phÐp nhËp khÈu.

3. Danh mộc húng ho, thuộc diÖn qu¶n lý chuyªn ngµnh cõa Ng©n húng Nhµ n-íc

	Húng ho, nhËp khÈu	H×nh thộc qu¶n lý
1	« t« chuyªn ðĩng chõ tiÖn	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
2	M,y ®a n'ng ®Öm, ph©n lo'i, ®ãng bã vµ huû tiÖn	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
3	Cõa kho tiÖn	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
4	GiÊy in tiÖn	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
5	Mùc in tiÖn	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
6	M,y Ðp ph«i chềng gi¶ vµ ph«i chềng gi¶ ®Ó sô dông cho tiÖn, ng©n phiÖu thanh to,n vµ c,c lo'i Ên chØ, giÊy tê cã gi, kh,c thuộc ngµnh Ng©n húng ph,t húng vµ qu¶n lý	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
7	M,y in tiÖn (theo tiªu chÝ kü thuËt do Ng©n húng Nhµ n-íc c«ng bè)	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu
8	M,y ®óc, dËp tiÖn kim lo'i (theo tiªu chÝ kü thuËt do Ng©n húng Nhµ n-íc c«ng bè)	ChØ ®Þnh doanh nghiÖp ®-íc phÐp nhËp khÈu

Nguyªn t¾c qu¶n lý:

Ngân hàng Nhượng quyền kinh doanh nghiệp ®-ic phĐp nhĐp khĐu c,c lo'i hĐng ho, quy ®Đnh t'i danh mĐc nĐy vĐ chĐu tr, ch nhiĐm quĐn lý sĐ dĐng ®Đng mĐc ®Ých.

4. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của tổng cục b- u điện

	HĐng ho, nhĐp khĐu	HĐnh thĐc quĐn lý
1	Tem b-u chÝnh, Đn phĐm tem vĐ c,c mĐt hĐng tem b-u chÝnh .	GiĐy phĐp nhĐp khĐu
2	ThiĐt bĐ ph,t, thu-ph,t sĐng v« tuyĐn ®iĐn cĐ b'ng tĐn sĐ n»m trong khoĐng tĐ 9KHz ®Đn 400GHz, cĐng suĐt tĐ 60mW trĐ l'n.	GiĐy phĐp nhĐp khĐu
3	ThiĐt bĐ ra ®a, thiĐt bĐ trĐ giĐp bĐng sĐng v« tuyĐn vĐ thiĐt bĐ ®iĐu khiĐn xa bĐng sĐng v« tuyĐn	GiĐy phĐp nhĐp khĐu
4	TĐng ®Đi dung l-Đng lín vĐ nhĐ, thiĐt bĐ truy nhĐp mĐng sĐ dĐng giao diĐn V 5.1 vĐ V5.2	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
5	TĐng ®Đi PABX	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
6	ThiĐt bĐ truyĐn ĐĐn	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
7	C,p sĐi quang	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
8	C,p thĐng tin kim lo'i	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
9	ThiĐt bĐ ®iĐn tho'i khĐng dĐy	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
10	ThiĐt bĐ ®Đu cuĐi kĐt nĐi vĐo mĐng PSTN, ISDN	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
11	M,y telex	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn
12	M,y fax	ChĐng nhĐn hĐp chuĐn

1 3	M, y nh ^{3/4} n tin	Chợng nhỄn híp chuỄn
1 4	M, y Ỗi Ỗn tho ⁱ i di Ỗéng	Chợng nhỄn híp chuỄn
1 5	M, y Ỗi Ỗn tho ⁱ i thỄy h×nh tềc Ỗé thỄp	Chợng nhỄn híp chuỄn

GiỄy chợng nhỄn híp chuỄn quy ỖĐnh tⁱi danh mōc nựy cã gi, trĐ tềi thi Ỗu lự 2 n^om. Trong thêi gian giỄy chợng nhỄn híp chuỄn cĐn hi Ỗu lùc, hựng ho, Ỗ-íc nhỄp khỄu theo c, c quy ỖĐnh cĩa giỄy chợng nhỄn híp chuỄn, kh«ng bĐ hⁱn chỖ vỖ sê l-íng hoÆc trĐ gi,.

5. Danh mōc hựng ho, thúč di Ỗn quỖn lý chuy^an ngựnh cĩa Bé v^on ho, - th«ng tin

	Hựng ho, nhỄp khỄu	H×nh thợc quỖn lý
1	C, c lo ⁱ i Ễn phỄm (s, ch, b, o, tap chỖ, tranh, Ỗnh, lỖch....)	Ph ^a duy Ỗt nêi dung
2	T, c phỄm Ỗi Ỗn Ỗnh vự sỖn phỄm nghe nh×n kh, c, ghi tr ^a n mãi chỄt li Ỗu	Ph ^a duy Ỗt nêi dung
3	HỖ thềng chỖ bỖn vự s ^{3/4} p ch÷ chuy ^a n đĩng ngựnh in (m, y quĐt, m, y kh ^{3/4} c phỖn mựu, m, y tr, ng hi Ỗn phim vự bỖn in, thi Ỗt bĐ t ^o mẾu)	GiỄy phĐp nhỄp khỄu
4	M, y in offset, m, y in flexo, m, y in ềng Ỗắng, m, y in gia nhi Ỗt, m, y in tampon vự m, y in laser mựu	GiỄy phĐp nhỄp khỄu

Ỗềi vớ sỖn phỄm nghe-nh×n kh«ng phỖi t, c phỄm Ỗi Ỗn Ỗnh, Bé V^on ho, -Th«ng tin uđ quy Ỗn cho c, c Sê V^on ho, - Th«ng tin ph^a duy Ỗt nêi dung. Ng-êi nhỄp khỄu cã quy Ỗn ỖỒ nghĐ ph^a duy Ỗt nêi dung tⁱi Sê V^on ho, -Th«ng tin nựo thuỄn ti Ỗn.

6. Danh mực hàng hoá thực diện quản lý chuyê ngành của Bộ y tể

	Hùng họ, nhẽp khều	H×nh thọc qu¶n lý
1	Chết g©y nghiÖn, chết h-íng t©m thÇn, tiÖn chết (bao gồm c¶ thuộc th¶nh phÈm)	CÈm nhẽp khều hoÆc cÈp giÊy phĐp nhẽp khều
2	Thuộc th¶nh phÈm phßng vµ ch÷a bÖnh cho ng-êi ®· cã sè ®¬ng ký	X,c nhËn ®¬n húng nhẽp khều
3	Thuộc th¶nh phÈm phßng vµ ch÷a bÖnh cho ng-êi ch-a cã sè ®¬ng ký	GiÊy phĐp nhẽp khều
4	Nguyªn liÖu s¶n xuÊt thuộc, d-íc liÖu, t, d-íc, vá nang thuộc, bao b× tiÖp xúc trực tiÖp vớ thuộc	GiÊy phĐp kh¶o nghiÖm
5	Mũ phÈm ¶nh h-ëng trực tiÖp ®Ön sọc kho¶ con ng-êi	§¬ng ký l-u hính
6	V¾c xin, sinh phÈm miÖn dPch	GiÊy phĐp nhẽp khều
7	ThiÖt bP y tÖ cã kh¶ n¬ng g©y ¶nh h-ëng trực tiÖp ®Ön sọc kho¶ con ng-êi	CÈm nhẽp khều hoÆc cÈp giÊy phĐp nhẽp khều
8	Ho, chết, chÖ phÈm diÖt c¶n trßng, diÖt khuÈn ãng trong lÜnh vùc gia ãng vµ y tÖ.	§¬ng ký l-u hính

Nguyªn t¾c qu¶n lý:

1. X,c nhËn ®¬n húng nhẽp khều ph¶i cã hiÖu lúc trong thời gian tòi thiÖu lµ 24 th,ng kÖ tòi nguy ®¬n húng ®-íc x,c nhËn. Kh«ng ph¶ duyÖt vµ kh«ng sã ãng bÈt cø biÖn ph,p nµo kh,c ®Ö h¹n chÖ sè l-íng hoÆc trP gi, cã húng họ, khi x,c nhËn ®¬n húng.
2. Hùng họ, thuộc diÖn ®iÖu chÖnh cã giÊy phĐp kh¶o nghiÖm ph¶i tu©n thñ nái ãng kh¶o nghiÖm vµ thời h¹n kh¶o nghiÖm theo h-íng ãng Bé Y tÖ. C¶n cø kÖt qu¶ kh¶o nghiÖm, Bé Y tÖ quyÖt ®Pnh cho phĐp hay kh«ng cho phĐp sã ãng t¶i ViÖt Nam. Khi ®-íc Bé Y tÖ cho phĐp sã ãng t¶i ViÖt Nam, húng họ, ®-íc nhẽp khều theo nhu cÇu, kh«ng bP h¹n chÖ vÒ sè l-íng, trP gi., kh«ng ph¶i xin giÊy phĐp nhẽp khều hoÆc x,c nhËn ®¬n húng nhẽp khều.
3. Hùng họ, thuộc diÖn ®iÖu chÖnh cã biÖn ph,p ®¬ng ký l-u hính, khi ®· cã sè ®¬ng ký, ®-íc nhẽp khều theo nhu cÇu, kh«ng bP h¹n chÖ vÒ sè l-íng, trP gi., kh«ng ph¶i xin giÊy phĐp nhẽp khều hoÆc x,c nhËn ®¬n húng nhẽp khều.

7. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của bộ nông nghiệp

	Hạng họ, nhếp khều	H×nh thọc qu¶n lý
1	Ho, chÊt ®éc h'i vµ s¶n phÈm cã ho, chÊt ®éc h'i	Ban hµnh danh môc cÊm nhếp khều vµ danh môc nhếp khều cã ®iÒu kiÖn
2	Natri hydroxyt (d¹ng l¸ng)	Quy ®Þnh tiªu chuÈn
3	Acid clohydric	Quy ®Þnh tiªu chuÈn
4	Acidsulfuaric kù thuËt	Quy ®Þnh tiªu chuÈn
5	Acid sulfuaric tinh khiÖt	Quy ®Þnh tiªu chuÈn
6	Acid phosphoric kù thuËt	Quy ®Þnh tiªu chuÈn
7	Ph¶n ®-n tã hydroxyt nh«m	Quy ®Þnh tiªu chuÈn

Nguyªn t¾c qu¶n lý:

Trã c,c mÆt hµng cÊm nªu tªi ®iÓm 1 phÇn hạng họ, nhếp khều, ®èi víi c,c mÆt hµng cßn lªi Bé C«ng nghiÖp chØ quy ®Þnh ®iÒu kiÖn ®-íc nhếp khều hoÆc tiªu chuÈn kù thuËt cÇn ®,p øng khi nhếp khều, kh«ng cÊp giÊy phÐp, giÊy x,c nhËn vµ kh«ng phª duyÖt sè l-îng hoÆc trÞ gi, nhếp khều.

3.22.2. C,c biÖn ph,p qu¶n lý vÒ gi,

Gi, tÝnh thuË h¶i quan

Theo quy ®Þnh hiÖn hµnh, trong tr-êng híp cã híp ®¸ng mua b,n ngo'i th-îng vµ c,c chøng tã híp lÖ theo quy ®Þnh tªi §iÒu 50 cña LuËt Th-îng m'i (ngµy 10-05-1997) th× gi, tÝnh thuË ®-íc x,c ®Þnh theo híp ®¸ng. Tuy nhiªn, hiÖn tªi Nhµ n-íc vËn cßn ,p dông b¶ng gi, tòi thiÓu ®èi víi c,c mÆt hµng Nhµ n-íc qu¶n lý gi, ®Ó x,c ®Þnh gi, tÝnh thuË hµng nhếp khều. Bé Tµi chÝnh quy ®Þnh cã thÓ vÒ B¶ng gi, tòi thiÓu nµy. Sè nh¸m mÆt hµng do Nhµ n-íc qu¶n lý gi, tÝnh thuË ®. gi¶m tã 34 (n¨m 1996) xuèng 21 (n¨m 1997) vµ 15 nh¸m (1998) vµ nay (n¨m 2001) chØ cßn 7.

Ngoµi ra, do kh¸ kh'n trong viÖc x,c ®Þnh chÝnh x,c gi, thùc tÖ ®Ó tÝnh thuË, nªn ngoµi c,c nh¸m hµng Nhµ n-íc qu¶n lý trong B¶ng gi, tòi thiÓu, T¸ng cõc H¶i quan còng ban hµnh quy ®Þnh vÒ b¶ng gi, tÝnh thuË tòi thiÓu bao g¸m nh÷ng mÆt hµng n»m ngoµi c,c nh¸m mÆt hµng trªn.

Môc Ớỷch cĩa viỚc quy Ớpnh gi, tÝnh thuỚ nh- trªn lụ Ớó tr, nh gian lỜn th- ñng m'i vµ gi, n tiỚp t'ng c-êng b'ỏo hế s'ín xuÊt trong n-íc.

Phô thu (para-tariff measure)

Phô thu lụ phCn thu thªm ngoµi thuỚ nhỂp khỀu. V× vỄy, phô thu lụ phCn thuỚ quan cả t,c ñông b×nh æn gi, c'ỉ, t'ỏo nguỏn thu cho ng©n s,ch vµ b'ỏo hế s'ín xuÊt trong n-íc.

Danh môc c,c mÆt hụng chĐu phô thu kh«ng cề Ớpnh. Phô thu th-êng ,p ñông vớ mét sề mÆt hụng khi cả biỚn Ớéng gi-ª gi, thỚ giú vµ gi, trong n-íc. Nh-ng mét sề mÆt hụng gi, thỚ giú kh, æn Ớpnh vỂn ,p ñông phô thu.

KHUNG 4.9 CẶC SẶ MỘT HÀNG NHỚP KHỚU CHỚU PHỚ THU

MÆt hụng	Tủ lỚ phớ thu (%)	Môc Ớỷch	Thêi gian b'ỏt Ớự thi hính	Thêi gian b-i bá
ThĐp ềng	10	B×nh æn gi,	1-10-1997	
ThĐp tỀm	4	B×nh æn gi,	10-5-1994	
Nhùa PVC	5	B×nh æn gi,	10-8-1998	
Nhùa PVC	10	Thu ng©n s,ch	18-4-1999	
X'ng « t«	20	Thu ng©n s,ch	10-11-1998	20-5-1999
Diesel	25	Thu ng©n s,ch	10-11-1998	20-5-1999
Ph©n bắn ure	3	Thu ng©n s,ch	18-7-1998	1-5-2000
Ph©n NPK	4	Thu ng©n s,ch	18-7-1998	
Ruét phÝch n-íc nắng vµ phÝch n-íc nắng th«ng ñông tở 2,5l trề xuềng	30 vµ 40	Thu ng©n s,ch	1-4-2000	

Qu't bụn, qu't c©y, qu't trÇn, qu't treo t-êng, qu't giã d-íi 100W	20	Thu ng©n s, ch	1-4-2000	
--	----	----------------	----------	--

3.22.3. QuyÒn kinh doanh cĩa c, c doanh nghiÖp

QuyÒn kinh doanh nhËp khÈu

Tr-íc ©©y theo NghÞ ®Þnh sè 37/CP ngày 19-04-1994 củ¶ ChÝnh phñ th× viÖc cÊp phÐp kinh doanh nhËp khÈu cho c, c doanh nghiÖp, ®-íc quy ®Þnh nh- sau:

1. Doanh nghiÖp ®-íc thụnh lËp theo ®óng ph, p luật vµ cam kÕt tu©n thñ c, c quy ®Þnh cĩa ph, p luật.
2. §èi vớ c, c doanh nghiÖp chuyªn doanh xuÊt nhËp khÈu, ph¶i ho't ®éng theo ®óng ngunh hụng ®-®ng ký vµ cũ sè vèn l-u ®éng tòi thiÓu t-®ng ®-®ng 200.000USD, cũ ®éi ngò c, n bé am hiÓu kinh doanh xuÊt nhËp khÈu.

Theo quy ®Þnh hiÖn hụng (NghÞ ®Þnh sè 57/1998/N§-CP, ngày 31-07-1998) quyÒn kinh doanh xuÊt nhËp khÈu ®-íc mẽ réng ®, ng kÓ. §iÒu 3 NghÞ ®Þnh nuy quy ®Þnh: “th-®ng nh©n lµ doanh nghiÖp thuéc c, c thụnh phÇn kinh tÕ ®-íc thụnh lËp theo quy ®Þnh cĩa ph, p luật ®-íc phÐp xuÊt khÈu, nhËp khÈu hụng ho, theo ngunh nghÒ ®-®ng ký trong giÊy chøng nhËn ®-®ng ký kinh doanh.

Riªng ®èi vớ doanh nghiÖp cũ vèn ®Çu t- n-íc ngoµi quyÒn kinh doanh xuÊt, nhËp khÈu cũn bÞ h'n chÕ. C, c doanh nghiÖp nuy chØ ®-íc phÐp nhËp khÈu thiÕt bÞ, m, y mấ, vËt t-, nguyªn liÖu, ph-®ng tiÖn vËn t¶¶i ®Ó thùc hiÖn dù , n ®Çu t- phóc vô s¶n xuÊt theo quy ®Þnh trong giÊy phÐp ®Çu t-.

§Çu mèi nhËp khÈu

Trong c¬ chÕ qu¶n lý nhËp khÈu cĩa ViÖt Nam, cũ mét sè mÆt hụng Nhµ n-íc quy ®Þnh chØ ®-íc nhËp khÈu th«ng qua mét sè doanh nghiÖp nhÊt ®Þnh ®-íc Nhµ n-íc cho phÐp (®Çu mèi nhËp khÈu).

Môc Ých cĩa viÖc quy ®Þnh ®Çu mèi nhËp khÈu lµ gắp phÇn ®¶m b¶o cung cÇu, æn ®Þnh x- héi, sọc khoả cũ céng ®ăng vµ b¶o hế s¶n xuÊt trong n-íc.

Hồi tị cả 5 mết húng lụ x'ng d'Cu, ph'ôn bân, xi m'ng, chicken, r'âu v'ư d'íc ph'êm ch'ø @-íc nh'ểp kh'ều qua c,c @Cu mèi.

3.22.4 C,c r'ưo c'q'n k'ũ thu'ết

§@y l'ư nh'âm gi'q'i ph,p gi,n ti'ốp ng'ñn c'q'n gi,m s,t húng ho, nh'ểp kh'ều t'ổ n-íc ngo'ưi v'ưo trong n-íc. C,c r'ưo c'q'n n'ưy kh, nhi'ều v'ư ph'óc t'p.

C,c quy @Pnh k'ũ thu'ết, ti'au chu'ên

N'ăm 1990. Vi'ết Nam @· ban h'ình ph,p l'ĩnh v'ò ti'au chu'ên húng ho,. §'ôn nay @· c'ã h'ñn 500 ti'au chu'ên húng ho, kh,c nh'au @-íc ban h'ình, trong @'ã kho'q'ng 150 ti'au chu'ên b'34t bu'éc thi h'ình. C,c ti'au chu'ên b'34t bu'éc l'ư nh:ng ti'au chu'ên li'ân quan @'ôn l'ũnh v'ùc an to'ưn, v'ố sinh, b'q'lo v'ố s'óc kh'áe, b'q'lo v'ố m'«i tr-êng.

□ Vi'ết Nam, T'ang c'oc Ti'au chu'ên §o l-êng v'ư Ch'êT l-êng thu'éc B'é Khoa h'ác C'ng ngh'ö v'ư M'«i tr-êng l'ư c'ñ quan qu'q'n lý Nh'ư n-íc v'ò c,c quy @Pnh k'ũ thu'ết, ti'au chu'ên v'ư th'ñ t'oc x,c @Pnh s'ù ph'ĩ h'íp. M'ét s'è v'ñn b'q'n li'ân quan @'ôn v'ên @'ò quy @Pnh k'ũ thu'ết v'ư th'ñ t'oc x,c @Pnh s'ù ph'ĩ h'íp @· @-íc ban h'ình. Tuy nhi'ân, c'ng t,c ki'óm tra ch'êT l-êng húng ho, nh'ểp kh'ều ch-a th'úc hi'ôn @-íc t'èt, ch-a ng'ñn c'q'n @-íc húng ho, k'đm ch'êT l-êng th'om nh'ểp v'ưo th'p tr-êng trong n-íc. C'ã th'ó th'êy Vi'ết Nam ch-a s'ò d'ông húng r'ưo k'ũ thu'ết, ti'au chu'ên nh- m'ét c'ng c'ò @'ó c'q'n tr'ề nh'ểp kh'ều, b'q'lo h'é s'q'n xu'êT n'úi @'pa ph,t tri'ôn.

Ki'óm d'p'ch @éng, th'úc v'êT

Ng'ưy 27-11-1993 Vi'ết Nam @· ban h'ình Quy ch'ổ ki'óm d'p'ch @éng, th'úc v'êT. Theo @'ã, m'ãi ph-ñng ti'ôn v'ên t'q'i, v'êT ph'êm ngu'ân g'éc th'úc v'êT v'ư t,c nh'ôn sinh h'ác c'ã th'ó g'@y h'i cho sinh th,i khi th'om nh'ểp v'ưo Vi'ết Nam @'òu ph'q'i qua ki'óm d'p'ch. Tuy c'ã nh:ng quy @Pnh c'ò th'ó, ch'êT ch'ĩ ph'ĩ h'íp v'ũ th'ng l'ö qu'éc t'ổ, nh-ng cho @'ôn nay bi'ôn ph,p n'ưy ch-a @-íc s'ò d'ông t'èt @'ó b'q'lo v'ố s'óc kho'í con ng-êi, b'q'lo v'ố @éng th'úc v'êT v'ư t'ò ra húng r'ưo b'q'lo v'ố s'q'n xu'êT trong n-íc.

C,c y'au c'Cu v'ò nh-n m,c húng ho,

§@y l'ư m'ét r'ưo c'q'n th-ñng m'hi @-íc s'ò d'ông kh, ph'æ bi'ôn tr'ân th'ổ gi'q'i, @Æc bi'ôt l'ư t'ì c,c n-íc ph,t tri'ôn. Bi'ôn ph,p n'ưy @-íc quy @Pnh ch'êT ch'ĩ b'ng h'ö th'eng v'ñn b'q'n ph,p lu'êT, l'ư c'ng c'ò b'q'lo h'é r'êT h-zu hi'öu.

□ Vi'ết Nam, tr-íc n'ăm 1999 h'Cu nh- ch-a c'ã quy @Pnh chi ti'ôt v'ò nh-n, m,c húng ho, nh- m'ét c'ng c'ò @'ó b'q'lo h'é s'q'n xu'êT. V× v'êy, ng'ưy 30-08-1999, Quy ch'ổ ghi nh-n m,c húng ho, @· @-íc ban h'ình d'ùa theo

Theo qui @Đnh cĩa Qui chỔ tr^n th× hụng ho, nhỀp khỀu vµo ViỔt Nam ph¶i tu©n thĩ qui @Đnh vỒ ghi nh-n nh- sau: ghi tr^n phÇn nh-n nguy^n gèc c, th«ng tin thuéc néi dung b³t buéc: “t^n hụng ho,; t^n @Đa chØ cĩa th-ng nh©n chĐu tr, ch nhiỔm vỒ hụng ho,; @Đnh l-íng cĩa hụng ho,; thụng phÇn cÊu t'o; chØ ti'u chÊt l-íng chĩ yỔu; nguy s¶n xuÊt; thêi h¹n sô dõng; thêi h¹n b¶o qu¶n; h-íng dẸn b¶o qu¶n; h-íng dẸn sô dõng; xuÊt xø hụng ho,”. Néi dung th«ng tin tr^n @©y @-íc ghi b»ng tiỔng ViỔt, hoÆc lụm nh-n phô ghi nh÷ng th«ng tin thuéc néi dung b³t buéc tr^n b»ng tiỔng ViỔt @Ýnh kìm nh-n nguy^n gèc cĩa hụng ho, @ã tr-íc khi @-a ra b,n ề thĐ tr-êng ViỔt Nam.

Thu hút vền ®Çu t- n-íc ngoµi cũ vai trř rřt quan trřng ®Ĩn ph, t triĨn nỒn kinh tĨ ViĨt Nam. Tuy nhiªn, c, c dù ,n ®Çu t- n-íc ngoµi ph¶i ®,p ỡng ®-íc mết sề yªu cÇu nh- tũ lĨ nế ®Pa ho,; yªu cÇu tũ xuýt khỂu b³t buéc, yªu cÇu ph¶i g³n vớ ph, t triĨn nguån nguyªn liỂu trong n-íc, tũ c©n ®ề ngo'i tũ.

§Cy lụ mét chÝnh s, ch cña ViÖt Nam ®èi vi mét sè ngành c«ng nghiÖp c vai trß ®Æc biÖt quan trọng ®èi vi nÒn kinh tÕ trong qu trình c«ng nghiÖp ho, hiÖn ®i ho, ®Êt n-íc.

- <https://fb.com/tailieudientucntt>

§ 3.22.5. Hiệu lực của quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành.

§ 3.22.6. Quy định về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

Yêu cầu pháp lý đối với pháp luật trong trường hợp này.

§ 3.22.7. Hiệu lực của quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành.

3.22.6. Quy định về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

Những quy định về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

Đặc biệt về pháp luật.

Pháp luật về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

Hiệu lực của quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành.

Những quy định về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

Đặc biệt về pháp luật.

• *Hình thức trong giao dịch thanh toán:* Quy định về việc áp dụng pháp luật trong trường hợp này.

• *Hình thức sở hữu ngoại tệ:* Yêu cầu của các doanh nghiệp có hiệu lực kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành. Quyết định này được áp dụng kể từ ngày ban hành.

§èi vớ c₃c doanh nghiÖp ViÖt Nam y^au cÇu ph¶i ®¶m b¶o kÖt hòi l-îng ngoⁱ tÖ thu vÒ cña m×nh (hiÖn tⁱ qui ®¶nh kÖt hòi ®Ön 40%).

- *Quy¶n lý vay ngoⁱ tÖ*: Y^au cÇu c₃c tho¶ thuËn vay ngoⁱ tÖ cña c₃c doanh nghiÖp Nhự n-íc ph¶i ®-íc ng©n hùng chÊp thuËn tr-íc khi ký (kÖ c¶ c₃c th- tÝn dông trªn mét n^ïm).

- *C₃c dPch vô kh₃c nh- gi₃m ®¶nh hùng ho₃, dPch vô vËn t¶i, dPch vô khai b₃o vµ tÝnh thuÖ* còng cã t₃c ®éng kh«ng nhá ®Ön t^o thuËn lãi hay c¶n trê nhËp khÈu.

3.22.7. C₃c biÖn ph₃p quy¶n lý hùnh chÝnh

C₃c vµo c¶n vÒ thñ tôc hùnh chÝnh sau cã t₃c dông c¶n trê nhËt ®¶nh ®èi vớ l-u chuyÖn hùng ho₃ nhËp

khÈu nh»m b¶o hê s¶n xuÊt néi ®ä.

- *§Æt các nhËp khÈu*: biÖn ph₃p nµy y^au cÇu c₃c doanh nghiÖp muèn nhËp khÈu nh÷ng mÆt hùng Nhự n-íc kh«ng khuyÖn khÝch nhËp ph¶i ®Æt các mét kho¶n tiÖn nhËt ®¶nh mµ kh«ng ®-íc h-ëng l-i.

- *Hùng ®æi hùng*: Mét sè mÆt hùng muèn nhËp khÈu ph¶i g³an xuÊt khÈu hùng ho₃ s¶n xuÊt chñ yÖu tõ nguån nguyªn liÖu trong n-íc. BiÖn ph₃p nµy vòa h¹n chÖ nhËp khÈu vòa khuyÖn khÝch xuÊt khÈu. BiÖn ph₃p nµy ®-íc thùc hiÖn trong nhiÖu n^ïm vớ mét sè b¹n hùng, nhËt lµ vớ Lµo.

- *Thñ tôc h¶i quan*: th«ng th-ëng hay phiÖn hµ còng t^o thuËn lãi hay c¶n trê rÊt lín cho doanh nghiÖp trong nhËp khÈu hùng ho₃.

- *Mua s¶m cña ChÝnh phñ*: chiÖm mét tû LÖ ®,ng kÓ trong nhËp khÈu. N-íc ta ®· cã qui ®¶nh vÒ ®Êu thÇu quèc tÖ trong mua s¶m cña ChÝnh phñ. §öy còng lµ c₃c qu¶n lý kh₃ phæ biÖn mµ nhiÖu n-íc p dông.

- *Qui t¶c xuÊt xø*: Qui t¶c xuÊt xø ®-íc nhiÖu n-íc sø dông nh- mét c«ng cô ®Ó b¶o hê s¶n xuÊt vµ thùc hiÖn chÝnh s₃ch th-÷ng mⁱ. HiÖn nay ViÖt Nam mớ chØ qui ®¶nh vÒ xuÊt xø -u ®-i vớ c₃c n-íc thµnh viªn AFTA/ASEAN (QuyÖt ®¶nh sè 416/TM-§B n^ïm 1996 cña Bé Th-÷ng mⁱ) vµ EU (Th«ng t- sè 33/TC-TCT cña Bé T¶i chÝnh qui ®¶nh danh môc hùng ho₃ vµ thuÖ xuÊt nhËp khÈu ®Ó thùc hiÖn ch-÷ng tr×nh gi¶m thuÖ hùng nhËp xuÊt xø tÖ EU). HiÖn tⁱ, ViÖt Nam ch-a cã qui ®¶nh vÒ qui t¶c xuÊt xø kh«ng -u ®-i.

3.22.8 C₃c biÖn ph₃p b¶o vÖ th-÷ng mⁱ t^ïm thêi

Trong quan hÖ th-÷ng mⁱ quèc tÖ, th-ëng xËy ra nh÷ng hiÖn t-îng c¹nh tranh kh«ng lµnh m¹nh hoÆc p

dông chÝnh s₃ch ph©n biÖt ®èi xö. Theo GATT/1994 nÕu bÐ ®Ëy vµo t×nh tr¹ng trªn th× c₃c quèc gia

®-íc phÐp p dông c₃c biÖn ph₃p ®èi kh,ng.

Trong luËt thuÖ xuÊt nhËp khÈu, nhËp khÈu bæ sung n^ïm 1998 qui ®¶nh: hùng ho₃ nhËp khÈu vµo ViÖt

Nam ngoµi viÖc ph¶i chÐu thuÖ nhËp khÈu theo LuËt cßn ph¶i chÐu thuÖ chøng ph, gi., hoÆc thuÖ chøng

trí cÊp hoÆc thuÖ chøng ph©n biÖt ®èi xö. Ba loⁱ thuÖ mớ bæ sung vµo luËt thuÖ nhËp khÈu n^ïm 1998

®-íc coi lµ nh÷ng biÖn ph₃p b¶o vÖ th-÷ng mⁱ t^ïm thêi.

ThuÖ chøng ph, gi.: p dông trong tr-ëng híp hùng nhËp khÈu vµo ViÖt Nam mµ gi, b,ñ cña n-íc xuÊt

khÈu qu, thËp so vớ gi, b,ñ th«ng th-ëng do ®-íc b,ñ ph, gi., g©y khã kh^ïn cho sù ph,t triÖn ngµnh s¶n

xuất t-*ng* từ của n-*ic* ta. Mọc thuở nụy *®-ic* t^Ynh theo mọc ch^anh l^Öch cao nhất gi÷a gi, th^{ng} th-*eng* v^u gi, nh^Ëp kh^{Èu} của h^{ung} ho, *®ã*.

Thuở *ch^{eng} trⁱ c^Êp*, p^u đông cho h^{ung} ho, nh^Ëp kh^{Èu} v^uo Vi^Öt Nam vⁱ gi, b, n của h^{ung} ho, *®ã* qu, th^Ëp so vⁱ th^{ng} th-*eng* do cả *®-ic* trⁱ c^Êp của n-*ic* xu^Êt kh^{Èu}, g[©]y kh^a khⁱⁿ cho s^u ph, t tri^Ön của ng^unh s[¶]n xu^Êt t-*ng* từ của Vi^Öt Nam. Mọc thuở nụy *®-ic* d^ua tr^an c^u sẽ ch^anh l^Öch gi÷a mọc trⁱ c^Êp v^u ph^Y n^{ép} *®-n* xin trⁱ c^Êp.

Thuở *ch^{eng} ph[©]n bi^Öt* *®èi* x^ö: ,p^u đông cho h^{ung} ho, nh^Ëp kh^{Èu} v^uo Vi^Öt Nam cả xu^Êt x^ö t^o n-*ic* m^u ã *®ã* cả s^u ph[©]n bi^Öt *®èi* x^ö v^o thuở nh^Ëp kh^{Èu} ho^Æc cả nh÷ng bi^Ön ph, p ph[©]n bi^Öt *®èi* x^ö kh, c *®èi* vⁱ h^{ung} ho, của Vi^Öt Nam.

§^Ö *®¶*m b[¶]o t^Ynh ph, p lý v^u t^Ynh linh ho^t *®èi* vⁱ loⁱ thuở nụy, mọc thuở nh^Ëp kh^{Èu} th-*eng* g^ai l^u mọc thuở “tr[¶] *®à*” do U^u ban Th-*eng* vô Qu^{èc} héi quy *®¶*nh. Mọc thuở “tr[¶] *®à*” ,p^u đông cả t^Ynh t^um th^{ei} nh»m *®*, p lⁱ h^unh vⁱ c^unh tranh kh^{ng} l^unh m^unh trong th-*ng* m^ui qu^{èc} t^Ö.

Hi^Ön nay, tuy cả qui *®¶*nh trong lu^Êt th^ö 3 loⁱ thuở tr^an, nh-*ng* Vi^Öt Nam v^{én} d^{ing} vⁱⁿ b[¶]n ph, p lu^Êt v^o c, c h^unh vⁱ tr^an *®©*y. Vi^Öt Nam c^{ong} ch-*a* ,p^u đông c, c loⁱ thuở nụy trong th^uc t^Ö.

3.22.9 §[¶]nh h-*ing* vi^Öc s^ö d^{ong} c, c c^{ng} cô qu[¶]n lý, *®i*Öu h^unh nh^Ëp kh^{Èu}

Chúng ta *®*· li^Öt k^a v^u ph[©]n t^Ych t, c *®éng của c, c c^{ng} cô qu[¶]n lý, *®i*Öu h^unh nh^Ëp kh^{Èu} *®èi* vⁱ vi^Öc ph, t tri^Ön s[¶]n xu^Êt v^u b[¶]o hé s[¶]n xu^Êt néi *®¶*a.*

§^Ö kh, i qu, t lⁱ, chúng ta th^ö n^u nh÷ng -u *®i*Öm v^u nh-*ic* *®i*Öm của bi^Ön ph, p thu^Ö quan v^u phi thu^Ö quan qua th^uc ti^Ön th^uc hi^Ön ã Vi^Öt Nam v^u c, c n-*ic*.

Thuở quan: s^u b[¶]o hé *®-ic* ti^Ön h^unh b^{ei} thuở quan *®-ic* th^oa nh^{Èn} l^u cả ba -u *®i*Öm l^{ín}:

- R^a r^{ung}
- Án *®¶*nh, d^Ö dù *®o*, n

• D^Ö *®¶*m ph, n c^ut gi[¶]m mọc b[¶]o hé
Nh-*ng* nh-*ic* *®i*Öm d^Ö th^Ëy của thuở quan l^u kh^{ng} t^uo *®-ic* h^ung r^uo c[¶]n nhanh ch^{ang}. Tr-*ic* t^xnh th^Ö cả t^Ynh c^Êp b, ch nh- h^{ung} nh^Ëp kh^{Èu} t^{ing} nhanh g[©]y t^an hⁱ ho^Æc *®e* d^u s^u t^an t^ui của mét ng^unh s[¶]n xu^Êt néi *®¶*a, th^x c, c bi^Ön ph, p qu[¶]n lý phi thuở quan tá ra h÷u hi^Öu hⁱⁿ, cả th^ö ngay l^Ëp t^öc ch^Æn *®öng d^öng h^{ung} ho, nh^Ëp kh^{Èu} tr^un v^uo trong n-*ic*.*

C, c biÕn ph, p phi thuÕ quan: ngoµi thuÕ quan ra, tÊt c¶ c, c biÕn ph, p kh, c, ã lµ theo qui ®Þnh ph, p lý hay tån t¸i trªn thùc tÕ t, c ®éng ®Õn ph-ng h-ng nhËp khÈu ®Òu thuéc vµo c, c rµo c¶n phi thuÕ quan. Mçi mét biÕn ph, p phi thuÕ quan cã th cã mét hoÆc nhiÒu thuéc tÝnh nh- , p ®ông t¸i biªn gi¸i hay ni ®Pa, phi hp hoÆc kh«ng phi hp víi th«ng li quc t, nh»m b¶o h hay kh«ng b¶o h. C, c biÕn ph, p phi thuÕ quan cã -u ®iÓm lµ:

- RÊt phong phó v hnh thc
- §, p øng ®-c nhiÒu mc tiªu
- NhiÒu rµo c¶n phi thuÕ quan ch-a bÞ cam kết c¸t gi¶m hay lo¸i bá Tuy nhiªn, c, c rµo c¶n phi thuÕ quan cã nh-c ®iÓm lµ:

- Kh«ng r rng vµ kh dù ®o, n
- Thùc thi kh khn vµ tn kÐm trong qu¶n lý
- Nhµ n-c kh«ng hoÆc Ýt thu ®-c li Ých tµi chÝnh §Þnh h-ng chung s ®ông c«ng c qu¶n lý ®iÒu hnh nhËp khÈu

C, c biÕn ph, p thuÕ quan vµ phi thuÕ quan lµ nh-ng c«ng c chÝnh nh»m qu¶n lý, ®iÒu hnh nhËp khÈu b¶o h s¶n xuÊt mµ c, c quốc gia ®Òu , p ®ông. Mçi c«ng c ®Òu cã -u ®iÓm vµ nh-c ®iÓm nªn chóng th-ng ®-c s ®ông bæ sung cho nhau ®Ó qu¶n lý nhËp khÈu nh»m thc ®Èy vµ b¶o h s¶n xuÊt trong n-ớc.

MÆc ãi v lý thuyÕt WTO vµ c, c ®Þnh ch th-ng m¸i khu vùc th-ng ch tha nhËn thuÕ quan lµ c«ng c b¶o h hp ph, p duy nhÊt, nh-ng trªn thùc tÕ c, c quốc gia kh«ng ngng s ®ông c, c rµo c¶n th-ng m¸i phi thuÕ quan m¸i, va ®, p øng mc ®Ých b¶o h, va kh«ng tr¸i víi th«ng li quc t.

Xu h-ng chung trong việc s ®ông thuÕ quan ®Ó qu¶n lý vµ ®iÒu hnh nhËp khÈu lµ thuÕ ®, nh vµo hng nhËp khÈu ph¶i ®-c gi¶m dÇn, vic ®, nh thuÕ ph¶i ®¶m b¶o r rng, minh b¸ch kh«ng gy c¶n tr cho t do bu«n b¸n.

Xu h-ng chung của việc , p ®ông c, c biÕn ph, p phi thuÕ quan ®Ó b¶o h s¶n xuÊt trong n-ớc lµ chuyn t c, c biÕn ph, p mang tÝnh h¸n ch ®Þnh l-ng trc tiÕp sang c, c biÕn ph, p tinh vi h-n nh- thuÕ chng ph, gi, , thuÕ ®i kh, ng, tiªu chun k¸ thuật, c, c qui ®Þnh v nh-n m, c, c tiªu chun v mi tr-ng.v.v...

CÇn l-u ý r»ng c,c biÖn ph,p h'n chÖ @Pnh l-îng tuy bP WTO ng'n cÊm. Nh-ng h'n chÖ @Pnh l-îng nh-cÊm nhËp khÈu hay h'n ng'ch nhËp khÈu vËn cËn @-íc ,p đông trong nh÷ng tr-êng hâp cÇn thiÖt @Ó @¶m b¶o vµ duy tr× an ninh quèc gia, gi÷ g×n @o @øc v'n ho,, b¶o vÖ m«i tr-êng hay trong mét vµi tr-êng hâp ngo'i lö @Æc biÖt. BiÖn ph,p h'n ng'ch vËn @-íc thõa nhËn vµ @-íc nhiÒu n-íc ,p đông @Ó b¶o hê ngµnh dÖt may. (Theo HiÖp @Pnh DÖt may cña WTO th× @Ön n'ím 2005 c,c n-íc thµnh vi'n WTO mõi lo'i bá biÖn ph,p nµy).

Ngoµi ra mét biÖn ph,p mang tÝnh chÊt h'n chÖ @Pnh l-îng kh,c còng @-íc WTO thõa nhËn vµ ,p đông réng r-i lµ h'n ng'ch thuÖ quan trong n«ng nghiÖp.

ViÖc sø đông c,c c«ng cô qu¶n lý vµ @iÒu hñnh nhËp khÈu cã mang l'i hiÖu qu¶ nh- mong muèn vµ cã thÝch øng @-íc vói c,c @Pnh chÖ th--ng m'i vµ nguyªn t¾c chung cña m«i tr-êng th--ng m'i quèc tÖ hay kh«ng phô thuéc vµo sù chän läc vµ kÖt hâp kh«n khÐo cña ChÝnh phñ trong viÖc ,p đông c,c biÖn ph,p phi thuÖ quan hç trî cho biÖn ph,p thuÖ quan. NÖu biÖt kÖt hâp khÐo lÐo hai c«ng cô nµy s¶n xuÊt trong n-íc sÏ @-íc b¶o hê vµ ph,t triÓn sùc c'nh tranh cña hµng ho, trong n-íc sÏ @-íc n«ng cao vµ kinh tÖ ViÖt Nam sÏ tång b-íc hêi nhËp vói kinh tÖ khu vùc vµ quèc tÖ.

CH- ƠNG 10

CHÍNH SÁCH, BIỆN PHÁP KHUYẾN KHÍCH SẢN XUẤT VÀ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU

Xuất khẩu đã đ- ợc thừa nhận là một hoạt động rất cơ bản của hoạt động kinh tế đối ngoại, là ph- ơng tiện thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Việc mở rộng xuất khẩu để tăng thu nhập ngoại tệ cho đất n- ớc và cho nhu cầu nhập khẩu phục vụ cho sự phát triển kinh tế là một mục tiêu quan trọng nhất của chính sách th- ơng mại. Nhà n- ớc đã và đang thực hiện các biện pháp thúc đẩy các ngành kinh tế h- ớng theo xuất khẩu, khuyến khích khu vực t- nhân mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ cho đất n- ớc.

Ch- ơng này nhằm vào việc nghiên cứu vai trò của xuất khẩu, mục tiêu ph- ơng h- ớng xuất khẩu và những biện pháp chính sách thúc đẩy xuất khẩu.

I.VAI TRÒ CỦA XUẤT KHẨU TRONG QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ.

1. Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ công nghiệp hoá đất n- ớc.

Công nghiệp hoá đất n- ớc theo những b- ớc đi thích hợp là con đ- ờng tất yếu để khắc phục tình trạng nghèo và chậm phát triển của n- ớc ta. Để công nghiệp hoá đất n- ớc 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 đ- ợc hình thành từ các nguồn nh- :

- Đầu t- n- ớc ngoài
- Vay nợ, viện trợ
- Thu từ hoạt động du lịch, dịch vụ thu ngoại tệ
- Xuất khẩu sức lao động...

Các nguồn vốn nh- đầu t- n- ớc ngoài, vay nợ và viện trợ... tuy quan trọng, nh- ng 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 hoá đất n- ớc là xuất khẩu. Xuất khẩu quyết định quy mô và tốc độ tăng của nhập khẩu.

□ n- ớc ta, thời kỳ 1986-1990 nguồn thu về xuất khẩu đảm bảo trên 55% nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu; t- ơng tự thời kỳ 1991-1995 và 1996-2000 là 75,3% và 84,5%.

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 duy nhất để trả nợ - trở thành hiện thực.

1.2 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 hoá 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 chệch- a 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 hay thuốc nhuộm. 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 hoá nền kinh tế của đất nước, tạo ra một năng lực sản xuất mới.

- Thông qua xuất khẩu, hàng hoá 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.

1.3 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 đời sống bao gồm rất nhiều mặt. Trước hết sản xuất hàng xuất khẩu 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 đời sống và đáp ứng ngày một phong phú thêm nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

1.4 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 hoá đất nước.

II. MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ CHÍNH SÁCH VÀ PHƯƠNG HƯỚNG XUẤT KHẨU

2.1 Hiện trạng xuất khẩu của Việt Nam

Phân Ngoại thương Việt Nam qua các thời kỳ đã mô tả đặc điểm phát triển ngoại thương nói chung và xuất khẩu nói riêng. Từ sự mô tả đặc điểm xuất khẩu trong những năm gần đây, chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy hiện trạng xuất khẩu của ta như sau:

1. Tốc độ xuất khẩu tăng nhanh trong vài năm gần đây nhưng quy mô còn rất nhỏ bé, chưa đáp ứng được nhu cầu nhập khẩu của nền kinh tế.
2. Cơ cấu xuất khẩu thay đổi rất chậm chạp, xuất khẩu đại bộ phận là hàng hoá ở dạng sơ chế. Khả năng cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu của ta rất yếu.
3. Hàng xuất khẩu còn manh mún, mặt hàng xuất khẩu chủ lực còn quá ít.
4. Kim ngạch xuất khẩu nhỏ, nhưng lại có quá nhiều doanh nghiệp xuất khẩu dẫn đến cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước.

Hiện trạng trên đây cần được khắc phục. Chúng ta sẽ đề cập đến biện pháp khắc phục ở các phần sau của chương này.

2.2 Mục tiêu của xuất khẩu

Mục tiêu của xuất khẩu mà chúng ta muốn nói đến ở đây là mục tiêu nói chung của hoạt động xuất khẩu. 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. Một doanh nghiệp cố gắng xuất khẩu có thể không phải để nhập khẩu, mà để thu ngoại tệ và hưởng lợi nhuận do việc chuyển đổi từ ngoại tệ thu được ra đồng Việt Nam.

□ một thời điểm nào đó, xuất khẩu cũng có thể được dùng để trả nợ, để mua vũ khí, để chi cho các hoạt động ngoại giao...

Đó là những mục tiêu, *những 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: phục vụ cho công nghiệp hoá 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 ph-ong h-ớng và tổ chức nguồn hàng thích hợp.

2.3 Nhiệm vụ xuất khẩu

Để thực hiện tốt mục tiêu trên, hoạt động xuất khẩu cần hướng vào thực hiện các nhiệm vụ sau:

1. 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...)
2. Nâng cao năng lực sản xuất hàng xuất khẩu để tăng nhanh khối lượng và kim ngạch xuất khẩu.
3. 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.

2.4 Ph-ong h-ớng phát triển nguồn hàng xuất khẩu trong thời gian tới

1. Căn cứ để xác định ph-ong h-ớng 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.

2. Phương hướng cơ cấu xuất khẩu

Dựa vào các căn cứ đã nêu, chúng ta dự định thực hiện 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 1-10)

3. Phương hướng hình thành các vùng sản xuất hàng xuất khẩu

+ Đồng bằng Nam bộ: sản xuất và xuất khẩu lúa, gạo, thịt, thủy sản, cây ăn quả.

+ Đông Nam bộ: Cây công nghiệp như cao su, cà phê, hạt tiêu, thịt.

+ Duyên hải miền Trung: Thịt, lâm sản, thủy sản.

+ Tây nguyên: Cà phê, cao su, dâu, tầm, lâm sản.

+ Khu bốn cũ: Thịt, cây công nghiệp ngắn ngày (lạc), cây công nghiệp dài ngày (cà phê), khoáng sản (quặng sắt, thiếc).

+ Đồng bằng sông Hồng: Thịt, cây công nghiệp ngắn ngày, rau quả.

+ Miền Trung du: Chè, lâm sản, khoáng sản, thịt

+ Thành phố: Chế biến nông sản, sản xuất công nghiệp nhẹ, công nghiệp cơ khí.

+ Vùng biển và thềm lục địa: Khai thác thủy sản và dầu khí.

4. Ngành hàng xuất khẩu then chốt

a) Nông nghiệp và công nghiệp

1. Kinh tế ven biển, thực phẩm chế biến và gia vị

2. Hải sản

3. Lương thực

4. Hạt có dầu và dầu ăn

b) Lâm nghiệp và điện

5. Gỗ và sản phẩm gỗ

6. Cao su và sản phẩm cao su

c) Hoạt động công nghiệp

7. May mặc và tơ tằm

8. Những sản phẩm điện tử, đồ điện và cơ khí

9. Da và các sản phẩm da

10. Thủ công nghiệp và các hàng thủ công

III. NHỆNG BIỆN PHÁP CHÍNH SÁCH QUẢN LÝ VÀ 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.

Bảng 1-10 Dự kiến cơ cấu hàng hoá xuất khẩu 2001-2010

Tên hàng	2000		2005		2010	
	L- ợng (Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	L- ợng (Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	L- ợng (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	16.800.000	3.200	11.800.000	2.400	8.000.000	1.600
Than đá	3.100.000	96	4.000.000	120	5.000.000	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	77.000	40	130.000	75	180.000	100
Cao su và cao su chế biến	245.000	153	300.000	250	500.000	500
Cà phê và cà phê chế biến	630.000	500	700.000	700	750.000	850
Chè	40.000	50	78.000	100	140.000	200
Gạo	3.800.000	720	4.500.000	1.000	4.500.000	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	23.000	115	40.000	200	80.000	400
Hạt tiêu	50.000	200	50.000	220	60.000	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
Hoá 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: Bản tóm tắt chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001-2010 của Bộ Thương mại 3/10/2000.

Thị trường cho xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam, cũng như nhiều nước khác luôn luôn khó khăn. Vấn đề thị trường không phải chỉ là vấn đề của một nước riêng lẻ nào, mà trở thành “vấn đề” trọng yếu của nền kinh tế thị trường. 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 ngành xuất khẩu tự do cạnh tranh trên thị trường nước ngoài.

Các biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu có thể chia thành ba nhóm:

1. Nhóm biện pháp liên quan đến tổ chức nguồn hàng, cải biến cơ cấu xuất khẩu
2. Nhóm biện pháp tài chính
3. Nhóm biện pháp 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

mặc dù có chính sách đa dạng hoá 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 chủ bài - của nền Ngoại thương.

Trong nền ngoại thương của một nước, ngành ta thường chia thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực, hàng xuất khẩu quan trọng và 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.

Vấn đề xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực đã đ-ợc Nhà n-ớc đề ra từ cuối những năm 1960. Tuy nhiên, chỉ mới gần đây, khi chúng ta tiếp xúc mạnh mẽ với thị tr-ờng thế giới, chúng ta mới cảm nhận vấn đề một cách nghiêm túc.

Hàng xuất khẩu chủ lực hình thành nh- thế nào ? Tr-ớc hết nó đ-ợc hình thành qua quá trình thâm nhập vào thị tr-ờng n-ớc ngoài, qua những cuộc cọ sát cạnh tranh mãnh liệt trên thị tr-ờng thế giới. Và cuộc hành trình đi vào thị tr-ờng thế giới ấy kéo theo việc tổ chức sản xuất trong n-ớc trên quy mô lớn với chất l-ợng phù hợp với đòi hỏi của ng-ời tiêu dùng. Nếu đứng vững đ-ợc thì mặt hàng đó liên tục phát triển.

Nh- vậy, một mặt hàng chủ lực ra đời ít nhất cần có 3 yếu tố cơ bản:

1. Có thị tr-ờng tiêu thụ t-ơng đối ổn định và luôn cạnh tranh đ-ợc trên thị tr-ờng đó.
2. Có nguồn lực để tổ chức sản xuất và sản xuất với chi phí thấp để thu đ-ợc lợi trong buôn bán.
3. Có khối l-ợng kim ngạch lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của đất n-ớc.

Vị trí của mặt hàng xuất khẩu chủ lực không phải là vĩnh viễn. Một mặt hàng ở thời điểm này có thể đ-ợc coi là hàng xuất khẩu chủ lực, nh-ng ở thời điểm khác thì không.

Ví dụ: Vào những năm 1960 thì than có thể coi là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Nh-ng nay, vào đầu năm 1990 thì có thể coi dầu thô, gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của n-ớc ta.

Việc xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực có ý nghĩa lớn đối với:

- Mở rộng quy mô sản xuất trong n-ớc, trên cơ sở đó kéo theo việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo h-ớng công nghiệp hoá, mở rộng và làm phong phú thị tr-ờng nội địa.

- Tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu
- Tạo điều kiện giữ vững, ổn định thị tr-ờng 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 n-ớc ngoài.

Để hình thành đ-ợc những mặt hàng xuất khẩu chủ lực Nhà n-ớc cần có những biện pháp, chính sách -u tiên hỗ trợ trong việc nhanh chóng có đ-ợc những mặt hàng, nhóm hàng xuất khẩu chủ lực. Các biện pháp và chính sách -u tiên đó là thu hút vốn đầu t- trong và ngoài n-ớc và các chính sách tài chính cho việc xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực.

3.12 Gia công xuất khẩu

a). *Khái niệm gia công*: gia công là sự cải tiến đặc biệt các thuộc tính riêng của các đối tượng lao động (vật liệu) để thực hiện một cách sáng tạo và có ý thức nhằm đạt được một giá trị sử dụng mới nào đó ⁽¹⁾. Đó là khái niệm chung về gia công. Còn *gia công xuất khẩu* là gì ?

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 hoá 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 hoá, 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, nhưng là loại lao động dưới dạng được sử dụng (được thể hiện trong hàng hoá), chứ không phải dưới dạng xuất khẩu nhân công ra nước ngoài.

(1) Từ điển kinh tế (CHDC Đức), NXB Kinh tế, 1972, Trang 915

b) Có hai loại 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. □ đây chính là 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 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

+ 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).

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 n-ớc, nhanh chóng thích ứng với đòi hỏi của thị tr-ờng thế giới, góp phần cải tiến các quy trình sản xuất trong n-ớc theo kịp trình độ quốc tế.

+ Tạo điều kiện thâm nhập thị tr-ờng các n-ớc tránh những biện pháp hạn chế nhập khẩu do các n-ớc 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 n-ớc ngoài.

e) Để tranh thủ đ-ợc những lợi ích của gia công xuất khẩu, chúng ta cần l-ưu ý một số điểm sau:

+ Về mặt hàng gia công: Chúng ta tập trung vào những mặt hàng tiêu dùng truyền thống, tr-ớc hết là những mặt hàng thủ công mỹ nghệ, công nghiệp nhẹ, cũng nh- một số ngành lắp ráp hàng công nghiệp tiêu dùng.

+ 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 n-ớc nh- :

- Đầu t- 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...

3.13. Đầu t- cho sản xuất

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 nh- ng 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 th-ơng mại là sản xuất và trao đổi những sản phẩm mà thị tr-ờng 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 l-ợng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế. Do đó, đầu t- là biện pháp có ý nghĩa quyết định để gia tăng xuất khẩu.

b) Định h-ớng của chính sách đầu t-

- Dành -u tiên đầu t- cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu, hạn chế hoặc không đầu t- cho các ngành thay thế nhập khẩu mà năng lực sản xuất trong n-ớc đã đáp ứng đủ nhu cầu. Trong đầu t- 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 hoá. Có chính sách - u tiên, - u đãi về thuế, về lãi suất cho các dự án theo h- ớng này.

- Đối với nông sản, chú trọng đầu t- đổi mới giống cây trồng, đổi mới công nghệ, từ đó nâng cao chất l- ợng, hiệu quả và sức cạnh tranh, phù hợp với nhu cầu trên thị tr- ờng.

- Quan tâm đặc biệt đến đầu t- trực tiếp cho hoạt động xuất khẩu nh- bến cảng, kho tàng, các trung tâm th- ơng mại ở n- ớc ngoài, các hoạt động xúc tiến xuất khẩu, chú trọng đầu t- đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là cán bộ quản lý, quản trị doanh nghiệp.

- Tạo môi tr- ờng thuận lợi thu hút mạnh vốn đầu t- trực tiếp n- ớc ngoài cho xuất khẩu. Phát triển hợp lý các khu chế xuất khuyến khích các doanh nghiệp n- ớc ngoài gia tăng xuất khẩu. Mở rộng thị tr- ờng để lôi kéo các doanh nghiệp n- ớc ngoài đầu t- ở n- ớc ta, xuất sang thị tr- ờng có dung l- ợng lớn.

c) Coi trọng hiệu quả của vốn đầu t-

Để đầu t- vào sản xuất hàng hoá xuất khẩu có hiệu quả cần phải làm rõ những vấn đề sau đây tr- ớc khi quyết định đầu t- :

- Sự cần thiết và mức độ cần thiết phải đầu t- .
- Quy mô đầu t- .
- Hiệu quả đầu t- .

Để có sức thuyết phục về sự cần thiết và mức độ cần thiết đối với khoản vốn đầu t- ta cần xác định cụ thể bằng cách tính toán:

- Nhu cầu của thị tr- ờng hiện tại.
- Dự báo nhu cầu thị tr- ờng trong t- ơng lai.
- Khả năng chiếm lĩnh thị tr- ờng.
- Khả năng cạnh tranh trên thị tr- ờng.

Việc phân tích thị tr- ờng n- ớc ngoài gặp rất nhiều khó khăn do thiếu thông tin. Việc thu thập thông tin không đơn giản. Do vậy, tr- ớc khi quyết định một dự án đầu t- cho sản xuất hàng xuất khẩu, ta cần tổ chức các cuộc tham quan, tìm hiểu khảo sát thị tr- ờng, tổ chức đối thoại, đàm phán trực tiếp với các nhà kinh doanh ngoại quốc.

Quy mô của đầu t- lớn nhỏ phụ thuộc vào tính chất của từng loại sản phẩm, quy mô của thị tr- ờng, khả năng vốn có thể huy động. Trong hoàn cảnh n- ớc ta hiện nay, vốn đầu t- ch- a nhiều ta cần l- u ý tới các cơ sở sản xuất đòi hỏi vốn đầu t- không lớn, hiệu suất đầu t- t- ơng đối cao, thời gian xây dựng, mở rộng cơ sở sản xuất và thu hồi vốn t- ơng đối nhanh.

Để đảm bảo đạt đ- ợc hiệu quả kinh tế cao cần:

- Đầu t- 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 t- vào sản xuất các sản phẩm có dung l- ợng thị tr- ờng lớn, ổn định nhằm thu đ- ợc hiệu quả kinh tế theo quy mô.

- Lựa chọn công suất thích hợp cho dự án.

Hiệu quả của vốn đầu t- đ- ợc xác định bởi các chỉ tiêu cơ bản sau:

1. Tỷ lệ giá trị gia tăng tính trên một đồng vốn đầu t- tức bằng:

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Vốn đầu t-}}$$

Nếu hàng năm hoạt động dùng tỉ lệ sau:

$$\text{Tỷ lệ (hàng năm)} = \frac{\text{Giá trị gia tăng hàng năm}}{\text{Khấu hao hàng năm}}$$

2. Tạo việc làm cho ng- ời lao động: thể hiện ở hai khía cạnh

- Số chỗ làm việc do dự án tạo ra

- Mức độ sử dụng lao động

$$\text{Mức độ sử dụng lao động} = \frac{\text{Tổng số vốn đầu t-}}{\text{Số lao động sử dụng}}$$

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.

3. Năng suất lao động

Nếu chỉ dựa vào chỉ tiêu mức độ sử dụng lao động thì một dự án đ- ợc coi là tốt có thể là tăng đ- ợc số l- ợng lao động tuyển dụng. Nh- ng điều quan trọng là năng suất lao động ra sao. Vì vậy, cần xét đến chỉ tiêu năng suất lao động.

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Số lao động sử dụng}}$$

4. Tăng thu ngoại tệ

Thu ngoại tệ do xuất khẩu bằng giá FOB một sản phẩm nhân với khối l- ợng sản phẩm xuất khẩu.

Nh- ng để xuất khẩu, dự án đầu t- 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 nh- thế nào cho việc tăng thu ngoại tệ.

$$\text{Tăng thu} = \text{Thu ngoại tệ} - \text{Chi phí}$$

ngoại tệ do xuất khẩu nhập khẩu

Các dự án đầu t- cho xuất khẩu còn quan tâm đến các chỉ tiêu hiệu quả ngoại tệ nh- sau:

Kim ngạch xuất khẩu của dự án

Tổng số vốn đầu t-

Kim ngạch xuất khẩu của dự án

Tổng số lao động

5. Mức đóng góp cho ngân sách

Mức đóng góp cho ngân sách của dự án đầu t- cho xuất khẩu gồm các khoản: thuế, thuế đất, thuế các tài sản cố định, dịch vụ công cộng... Chỉ tiêu này đ-ợc tính hàng năm và tổng cộng. Ngoài ra còn tính thêm mức đóng góp cho ngân sách của một đồng vốn bỏ ra:

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Mức đóng góp vào ngân sách}}{\text{Tổng vốn đầu t-}}$$

Còn có thể nêu một số chỉ tiêu nữa để xác định hiệu quả của đầu t- cho sản xuất hàng xuất khẩu. Tuy nhiên có thể coi các chỉ tiêu trên là cơ bản nhất.

d) Nguồn vốn đầu t- cho sản xuất hàng xuất khẩu

Vốn đầu t- sản xuất hàng xuất khẩu ở ta hiện nay gồm:

- Vốn đầu t- trong n- ớc
- Vốn đầu t- n- ớc ngoài

Tuy nguồn vốn đầu t- n- ớc ngoài là quan trọng, nh- ng đầu t- cho xuất khẩu cần khai thác từ các nguồn vốn trong n- ớc là chủ yếu và bao gồm:

- Vốn Nhà n- ớc
- Vốn của t- nhân

Cần coi trọng việc thu hút vốn của t- nhân vào việc đầu t- cho xuất khẩu. Đây là việc lâu nay ch- a đ-ợc ng- ời ta coi trọng. Việc Nhà n- ớc ban hành luật đầu t- trong n- ớc là cơ sở pháp lý để các thành phần kinh tế và an tâm bỏ vốn ra đầu t- , nhất là đầu t- vào sản xuất ra hàng xuất khẩu.

Để khuyến khích bỏ vốn đầu t- ra làm hàng xuất khẩu, Nhà n- ớc cần có các chính sách - u tiên cho lĩnh vực này nh- : Cho phép vay vốn với lãi suất - u đãi

thấp, giảm hoặc miễn nộp thuế lợi tức một số năm. Sản phẩm làm ra những năm đầu ch- a có lãi hoặc lãi thấp (so với kinh doanh trong n- ớc), Nhà n- ớc có thể áp dụng chính sách hỗ trợ có điều kiện...

3.14 Khu chế xuất hàng xuất khẩu

a) *Khái niệm*: Có nhiều định nghĩa 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 hoá dành riêng để sản xuất phục vụ xuất khẩu, tách khỏi chế độ th- ơng mại về thuế quan của n- ớc sở tại, ở đó áp dụng chế độ th- ơng mại tự do. Một số ng- ời khác quan niệm khu chế xuất rộng hơn: khu chế xuất không chỉ bao gồm khu vực công nghiệp chuyên môn hoá sản xuất hàng xuất khẩu mà còn bao gồm cả những khu vực đ- ợc Chính phủ một n- ớc cho phép h- ớng quy chế đặc biệt nh- : cảng tự do, khu th- ơng mại tự do, khu tự do thuế quan, khu công nghiệp tự do.

ở Việt Nam, Nghị định số 36 ngày 24-4-1997 của Thủ t- ớng 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”.

Khu chế xuất đầu tiên hoạt động trên thế giới là khu chế xuất đ- ợc thành lập tại sân bay quốc tế Sharnon (Ailen) vào năm 1956. Trong một phần t- thế kỷ trở lại đây, nhiều n- ớc đang phát triển chuyển h- ớng mạnh mẽ nền kinh tế của mình theo hướng “mở cửa” bằng cách đặc biệt chú ý mở rộng đón nhận đầu tư n- ớc ngoài. Các khu chế xuất là một biện pháp để thu hút vốn đầu t- n- ớc ngoài và đ- ợc 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 n- ớc ta có 6 khu chế xuất đ- ợc cấp giấy phép hoạt động tại các địa ph- ơng: 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 (TP Hồ Chí Minh) đ- ợc 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 ch- a triển khai hoạt động (Cần thơ).

b) Nội dung hoạt động của khu chế xuất

Hoạt động của khu chế xuất là nơi tập trung sản xuất hàng hoá xuất khẩu và dịch vụ xuất khẩu, do đầu t- chủ yếu là ng- ời n- ớc ngoài đảm nhận.. Vật t- nguyên liệu sản xuất đều mang từ n- ớc ngoài vào, mà cũng có thể là tài nguyên của n- ớc chủ nhà bán cho chủ đầu t- sau khi qua các thủ tục xuất khẩu của n- ớc chủ nhà. Có nhiều cách hình thành khu chế xuất:

- N- ớc chủ nhà cho thuê nhà x- ởng, kho bãi và diện tích công trình sẵn có. Ng- ời đầu t- n- ớc ngoài sử dụng các công trình đó để lắp đặt trang thiết bị sản xuất ra hàng hoá xuất khẩu và trả tiền thuê dịch vụ.

- Nhà đầu t- n- ớc ngoài thuê đất của n- ớc sở tại và tự xây cất công trình và trang bị lấy cơ sở sản xuất để làm ra hàng hoá xuất khẩu.

- □ Việt Nam, Nhà nước ta “khuyến khích việc thành lập công ty liên doanh giữa bên n- ớc 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.

Nh- vậy, ng- ời n- ớc ngoài hoạt động ở khu chế xuất theo nguyên tắc là phải tự lo liệu vấn đề cung ứng vật t- nguyên liệu để sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm làm ra.

Để phục vụ cho hoạt động của khu chế xuất, n- ớc chủ nhà phải cung ứng các cơ sở hạ tầng kỹ thuật thông qua cho thuê hoặc bán thành phẩm nh- cung cấp điện, n- ớc, điện thoại...

Tổ chức các dịch vụ nh- sửa chữa, thiết kế, xây dựng tổ chức các trung tâm giao dịch th- ơng mại, dịch vụ ngân hàng, tín dụng, tổ chức hoạt động quảng cáo, tổ chức cung ứng các dịch vụ khác nh- tiệm ăn, khách sạn, đi lại, du lịch, giải trí...cho ng- ời n- ớc ngoài tại khu chế xuất.

Với các nội dung hoạt động nh- trên, khu chế xuất là một đô thị độc lập, là một khu kinh tế xuất khẩu và là nơi giao dịch th- ơng mại quốc tế. Trong khu chế xuất mọi sinh hoạt, mua bán đều sử dụng ngoại tệ. Vì vậy khu chế xuất phải đ- ợc tách biệt với nội địa bằng các ranh giới thiên nhiên hoặc nhân tạo. Sự giao l- u giữa khu chế xuất với nội địa đ- ợc kiểm soát chặt chẽ.

c) Lợi ích của khu chế xuất

Có nhiều ý kiến tranh luận về lợi ích của khu chế xuất. Tuy nhiên, nhìn vào các n- ớc có ít nhiều thành công trong việc lập các khu chế xuất, ng- ời ta thấy các khu chế xuất có thể mang lại các lợi ích sau:

- Thu hút đ- ợc vốn và công nghệ
- Tăng c- ờng khả năng xuất khẩu tại chỗ
- Góp phần giải quyết việc làm cho ng- ời lao động
- Góp phần làm cho nền kinh tế n- ớc chủ nhà hoà nhập với nền kinh tế thế giới và của các n- ớc trong khu vực.

Thực tiễn hoạt động của khu chế xuất Tân Thuận có thể cho ta một ví dụ về lợi ích của khu chế xuất.

- Đến cuối năm 1999 khu chế xuất Tân Thuận đã thu hút đ- ợc 148 nhà đầu t- của 10 quốc gia và lãnh thổ từ Châu á, Châu Âu, Châu Mỹ và Châu úc đến đầu t- với tổng số vốn là 584,5 triệu USD.

- Có 98 xí nghiệp đang hoạt động, toàn bộ sản phẩm của chúng xuất khẩu đi 44 nước trên thế giới. Năm 1999 xuất khẩu của Tân Thuận chiếm 16% tổng kim ngạch xuất khẩu của tất cả các xí nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

- Các xí nghiệp trong khu chế xuất đã sử dụng các máy móc, công nghệ và kinh nghiệm quản lý tiên tiến vào sản xuất hàng xuất khẩu.

- Thu hút trên 25.000 lao động Việt Nam vào làm việc và trong đó gần một ngàn lao động được đào tạo, nâng cao tay nghề.

Đặc biệt trong hai năm 1997-1998 khu chế xuất Tân Thuận được tạp chí Corporate Location (HongKong) bình chọn là khu chế xuất đứng thứ 3 trong 10 khu chế xuất thành công nhất ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Và năm 1999 cũng tạp chí này đã xếp Tân Thuận là khu chế xuất có các điều kiện tốt nhất Châu Á dành cho các nhà đầu tư và công nhân.

Nhưng không phải khu chế xuất nào cũng đạt được kết quả như Tân Thuận. Vì vậy, nhiều chuyên gia kinh tế thế giới cho rằng các nước đang phát triển không nên xem khu chế xuất là cứu cánh của nền kinh tế. Tuy vậy, những lợi ích trên có thể là những mục tiêu cụ thể cần đạt được của một khu chế xuất.

3.2 Các biện pháp, chính sách tài chính nhằm khuyến khích sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu.

Chính phủ đã có nhiều biện pháp, chính sách tài chính, tiền tệ thúc đẩy xuất khẩu của các doanh nghiệp. Các biện pháp, chính sách đó có thể kể ra là:

1. Nhà nước bảo lãnh và cung cấp tín dụng
2. Trợ cấp xuất khẩu
3. Chính sách tỷ giá hối đoái
4. Thuế xuất khẩu và các ưu đãi về thuế
5. Các biện pháp về thể chế, xúc tiến xuất khẩu

3.2.1 Nhà nước bảo lãnh và cung cấp tín dụng xuất khẩu

Nhà nước bảo lãnh tín dụng xuất khẩu

Để chiếm lĩnh thị trường nước ngoài, nhiều doanh nghiệp thực hiện việc bán chịu và trả chậm, hoặc đổi hình thức tín dụng hàng hoá với lãi suất ưu đãi đối với người mua hàng nước ngoài. Việc bán hàng như vậy thường có những rủi ro (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 n-ớc đứng ra bảo lãnh tín dụng xuất khẩu, ngoài việc thúc đẩy xuất khẩu, còn nâng đ-ợc 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 th-ơng của nhiều n-ớc để mở rộng xuất khẩu, chiếm lĩnh thị tr-ờng.

Nhà n-ớc thực hiện cấp tín dụng xuất khẩu

Nhà n-ớc trực tiếp cho n-ớc ngoài vay tiền với lãi suất -u đãi để n-ớc vay sử dụng số tiền do mua hàng của n-ớc cho vay. Nguồn vốn cho vay th-ờng lấy từ Ngân sách Nhà n-ớc. Việc cho vay này th-ờng kèm theo các điều kiện kinh tế và chính trị có lợi cho n-ớc cho vay.

Hình thức này có tác dụng

- Giúp cho doanh nghiệp đẩy mạnh đ-ợc xuất khẩu vì có sẵn thị tr-ờng.
- Các n-ớc cho vay th-ờng là những n-ớc có tiềm lực kinh tế. Hình thức Nhà n-ớc cấp tín dụng cho n-ớc ngoài trên khía cạnh nào đó giúp các n-ớc này giải quyết tình trạng d- thừa hàng hoá ở trong n-ớc.

Nhà n-ớc ta ch-a có vốn để cho n-ớc ngoài vay với khối l-ợng 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 hoá của ta. Một vấn đề cần l-u ý ở đây là: nếu tiếp nhận vay của n-ớc 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 phá hoại sản xuất trong n-ớc và những ràng buộc chính trị bất lợi.

Nhà n-ớc cấp tín dụng cho doanh nghiệp xuất khẩu trong n-ớc.

Vốn bỏ ra cho việc sản xuất và thực hiện các hợp đồng xuất khẩu th-ờng là rất lớn. Ng-ời xuất khẩu cần có đ-ợc một số vốn cả tr-ớc khi giao hàng và sau khi giao hàng để thực hiện một số hợp đồng xuất khẩu. Nhiều khi ng-ời xuất khẩu cũng cần có thêm vốn để kéo dài các khoản tín dụng ngắn hạn mà họ dành cho ng-ời mua n-ớc ngoài. Đặc biệt, khi bán hàng theo ph-ơng thức bán chịu thu tiền hàng xuất khẩu sau thì việc cấp tín dụng xuất khẩu tr-ớc khi giao hàng hết sức quan trọng.

Nhiều ch-ơng trình phát triển xuất khẩu không thể thiếu đ-ợc việc cấp tín dụng của Chính phủ theo những điều kiện -u đãi. Điều đó càng giảm đ-ợc các chi phí xuất khẩu. Các ngân hàng th-ờng hỗ trợ cho các ch-ơng trình xuất khẩu bằng cách cung cấp tín dụng ngắn hạn trong giai đoạn tr-ớc và sau khi giao hàng.

Tín dụng tr-ớc khi giao hàng

Loại tín dụng ngân hàng này cần cho ng-ời 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 c-óc, bảo hiểm, thuế v.v...

Lãi suất tín dụng xuất khẩu là một yếu tố ảnh h-ởng lớn đến sức cạnh tranh của ng-ời xuất khẩu. Vì vậy, nhiều n-ớc đã cấp tín dụng theo lãi suất - u đãi thấp hơn lãi suất th-ơng mại để ng-ời xuất khẩu có thể bán đ-ợc giá thấp có sức cạnh tranh ở thị tr-ờng n-ớc ngoài. Lãi suất càng thấp thì chi phí xuất khẩu càng giảm và khả năng cạnh tranh của ng-ời xuất khẩu càng mạnh.

Tín dụng xuất khẩu sau khi giao hàng

Đây là loại tín dụng do ngân hàng cấp d-ới hình thức mua (chiết khấu) hối phiếu xuất khẩu hoặc bằng cách tạm ứng theo các chứng từ hàng hoá. Loại hối phiếu này cùng với các điều kiện thanh toán do ng-ời 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 th-ờng đ-ợc vay để trả các khoản tín dụng tr-ớc khi giao hàng. Nó còn đ-ợc vay cho các khoản tiền thuế sẽ đ-ợc hoàn lại trong t-ơng lai cho ng-ời xuất khẩu.

Tín dụng xuất khẩu tr-ớc và sau khi giao hàng theo mức lãi suất - u đãi không đơn giản chỉ là giúp ng-ời xuất khẩu thực hiện đ-ợc ch-ơng trình xuất khẩu của mình, mà còn giúp họ giảm chi phí về vốn cho hàng xuất khẩu cũng nh- giảm giá thành xuất khẩu. Ngoài ra tín dụng xuất khẩu còn làm cho ng-ời xuất khẩu có khả năng bán đ-ợc hàng của mình theo điều kiện dài hạn, hàng hoá có sức cạnh tranh hơn tr-ớc đối thủ của mình. Tín dụng trung hạn với lãi suất thấp còn giúp cho ng-ời xuất khẩu bán đ-ợc các hàng hoá đầu t- và máy móc thiết bị hay các hàng hoá khác do các Hiệp định Nhà n-ớc thoả thuận.

Vấn đề đặt ra là làm sao để đảm bảo mọi lô hàng xuất khẩu đều có thể đ-ợc cấp tín dụng cả tr-ớc và sau khi giao hàng. Ng-ời xuất khẩu cần phải có đ-ợc 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 ng-ời xuất khẩu.

3.2.2 Trợ cấp xuất khẩu

Trợ cấp xuất khẩu là những khoản hỗ trợ của Chính phủ (hoặc một cơ quan công cộng) cho các khoản thu hay giá cả trực tiếp hoặc gián tiếp có tác động làm tăng xuất khẩu một sản phẩm xuất khẩu.

Trợ cấp xuất khẩu bao gồm phạm vi rất rộng nh- : Chính phủ trực tiếp cấp vốn, cho vay, góp cổ phần, đảm bảo cho vay; Chính phủ bỏ qua hay không thu các khoản thu mà doanh nghiệp phải nộp; Chính phủ cung cấp hàng hoá hay dịch vụ không phải là hạ tầng cơ sở 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 t- nhân thực thi một hay nhiều công việc trên đây; hỗ trợ thu nhập hoặc trợ giá khi xuất khẩu⁽¹⁾

Mục đích của trợ cấp xuất khẩu là giúp ng- ời xuất khẩu tăng thu nhập nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá, do đó đẩy mạnh đ- ợc xuất khẩu. Có hai hình thức trợ cấp xuất khẩu: trực tiếp và gián tiếp.

(1) Xem thêm “Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng” trong cuốn “Kết quả vòng đàm phán Uruguay về hệ thống thương mại đa biên” NXB Thống kê -2000, tr301-302 và 347 - 348.

- Trợ cấp trực tiếp là những bù đắp trực tiếp thiệt hại cho doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng hoá nh- áp dụng thuế suất - u đãi đối với hàng xuất khẩu, miễn hoặc giảm thuế đối với các nhà xuất khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu... Cho các nhà xuất khẩu đ- ợc h- ớng các giá - u đãi cho các đầu vào sản xuất hàng xuất khẩu nh- điện, n- ớc, vận tải, thông tin liên lạc, trợ giá xuất khẩu.

- Trợ cấp gián tiếp là Nhà n- ớc dùng Ngân sách để giới thiệu, triển lãm, quảng cáo, tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuất khẩu. Hoặc Nhà n- ớc giúp đỡ kỹ thuật và đào tạo chuyên gia.

Khi ng- ời xuất khẩu nhận đ- ợc một khoản trợ cấp dù là gián tiếp hay trực tiếp cho sản phẩm xuất khẩu, họ không phải hoàn trả lại cho Nhà n- ớc. Đây là sự khác nhau cơ bản của trợ cấp xuất khẩu với trợ cấp tín dụng xuất khẩu.

Trong hoàn cảnh thị tr- ờng không hoàn hảo, Chính phủ các n- ớc đều muốn sản phẩm của các doanh nghiệp n- ớc mình đủ sức cạnh tranh và giành dặt đ- ợc thị tr- ờng tiêu thụ ở n- ớc ngoài. Vì vậy, đối với nhiều quốc gia, trợ cấp xuất khẩu đ- ợc sử dụng nh- là một công cụ để đẩy mạnh xuất khẩu. Ngoài ra, trợ cấp xuất khẩu còn có tác dụng nhiều mặt nh- :

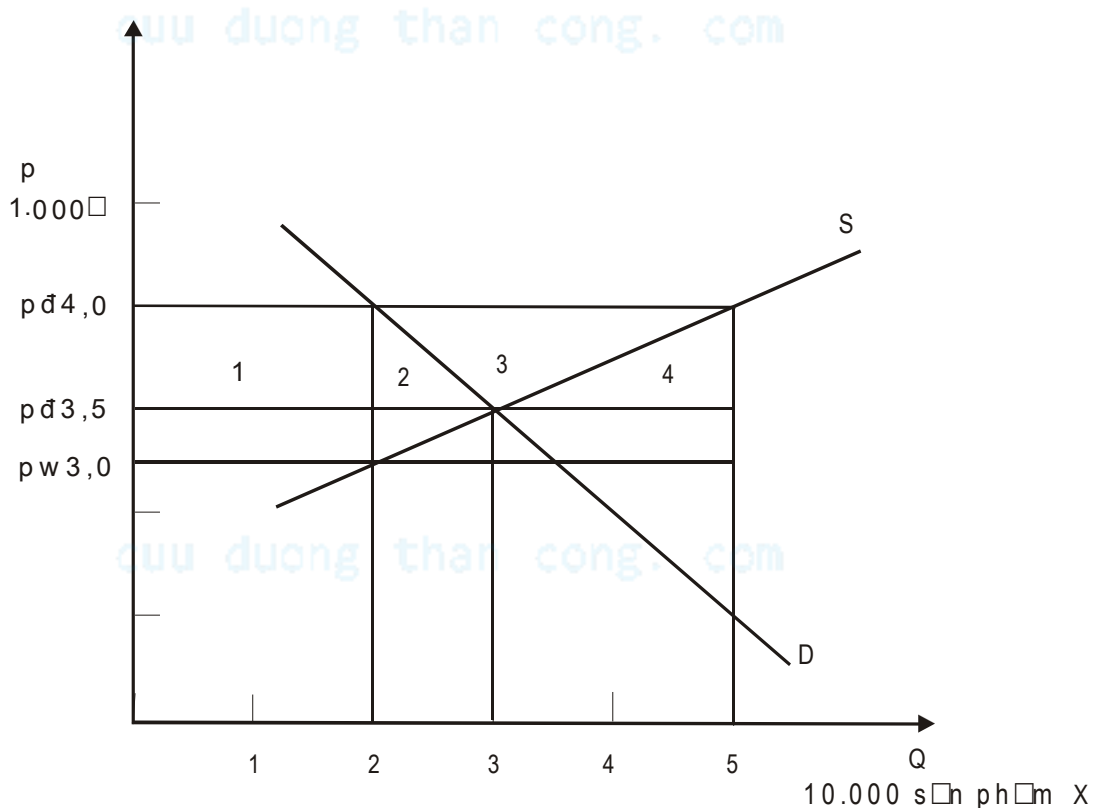
- Trợ cấp xuất khẩu góp phần phát triển công nghiệp nội địa và thúc đẩy xuất khẩu.
- Trợ cấp xuất khẩu góp phần điều chỉnh cơ cấu ngành, cơ cấu vùng kinh tế. Trợ cấp xuất khẩu kích thích lan truyền hiệu ứng tích cực và khắc phục hiệu ứng tiêu cực.
- - Trợ cấp xuất khẩu còn được sử dụng như một công cụ để “mặc cả” trong đàm phán quốc tế.

Do trợ cấp xuất khẩu có tính hợp lý về mặt kinh tế nên Điều XVI: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.

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 cạnh tranh tự nhiên 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.
- * Trợ cấp không hiệu quả về mặt tài chính ngân sách
- * Sản xuất 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



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 mặt 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 gây 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, tổng được 20 triệu đồng.
- * Người tiêu dùng trong nước bị thiệt là diện tích hình 1+2, tổng được 12,5 triệu đồng.
- * Chi phí bảo hộ là diện tích hình 2+4 tổng được 7,5 triệu đồng.
- * Trợ cấp xuất khẩu của Chính phủ là diện tích hình 2+3+4 tổng được 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

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.

□ 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 hoá xuất khẩu, cấp bù lỗ khi cần thiết, thông tin kiếm tìm 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.

Ví dụ năm 1999 Chính phủ đã quyết định trợ cấp cho Tổng công ty Chăn nuôi Việt Nam 11.200 triệu đồng từ nguồn Quỹ hỗ trợ xuất khẩu để bù đắp thiệt hại do xuất khẩu thịt lợn đông lạnh sang Nga trong năm 1998, bao gồm cả lô hàng

để lại tiêu thụ trong nước không xuất khẩu được do giá xuất khẩu giảm. Và để nâng cao khả năng bán hàng của Tổng công ty Mía đường II, ngày 10-05-2000 Ngân hàng đã cho Tổng công ty vay 200 tỷ đồng trong 8 tháng để xuất khẩu 50.000 tấn đường trắng trong năm 2000. Quỹ hỗ trợ xuất khẩu hỗ trợ 100% lãi ngân hàng cho vay trên trong 8 tháng. Tuy nhiên, mức hỗ trợ này không vượt quá 13 tỷ đồng ⁽¹⁾

Việc xét thặng dư 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 thặng dư 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.

(1) Thời báo Kinh tế số 9, ngày 10-11-1999 và số 57, ngày 12-05-2000

3.23. 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 Nhà nước Việt Nam công bố tỷ giá chính thức của đồng Việt Nam với một số ngoại tệ áp dụng cho ngày 21-8-2001 như sau;

	Mua vào (đồng)	Bán ra (đồng)
1 EURO	13.559,0	13.791,15
1 USA	14.970,0	14.988,0
1 DM	6.904,8	7.051,31
1 JPY	121,64	124,85
1 Baht	324,21	340,84
1 HKD	1.892,77	1.936,85

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 (đô la Mỹ chẳng hạn). Giá trị đồng tiền của nước đó không đổi so với đô la Mỹ. Điều đó, được thực hiện

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 để 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 1 USD = 9.274 đồng. 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 đồng, chứ không phải chỉ có 9.274 đồng. 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 chính thức quá cao.

- Những ảnh hưởng của sự thay đổi tỷ giá HĐCT

Kết quả của một tỷ giá HĐCT quá cao là:

+ Hàng nhập khẩu trở nên rẻ hơn so với sản phẩm nội địa mà chúng phải chịu chi phí tăng do lạm phát.

+ Các nhà xuất khẩu các sản phẩm sơ chế, là người bán ra theo mức giá cả quốc tế nằm ngoài tầm kiểm soát của họ sẽ bị thiệt. Họ 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 với tỷ giá HĐCT, không được tăng lên để bù lại chi phí sản xuất cao hơn.

+ 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, nh- ng khả năng chiếm lĩnh thị tr- ờng sẽ giảm. Họ cũng có thể giữ nguyên mức giá tính theo ngoại hối nh- ng lợi nhuận sẽ thấp, khả năng cạnh tranh của hàng hoá sẽ thấp.

Kết quả chung của một tỷ giá HĐCT quá cao là nhập khẩu tăng lên và xuất khẩu giảm đi. Nền kinh tế phải giảm mức dự trữ ngoại hối xuống, hoặc phải vay m- ợn n- ớc ngoài để trang trải tài chính cho thiếu hụt th- ơng mại tăng thêm. Đối với phần lớn các n- ớc, đặc biệt là các n- ớc đang phát triển, việc giảm mức dự trữ ngoại hối và vay m- ợn n- ớc ngoài không thể chịu đựng đ- ợc lâu.

Cách xử lý đối với tỷ giá chính thức quá cao

+ Tăng c- ờng kiểm soát nhập khẩu

Điều mà nhiều n- ớc đã làm trong tr- ờng 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 h- ớng 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 th- ờng 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 nh- 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 tr- ờng hợp này cũng th- ờng dẫn đến nạn tham nhũng - hối lộ và các chợ đen. Nếu ngoại hối khan hiếm sẽ có nhu cầu trội lên về nó theo giá cả chính thức. Ng- ời muốn mua ngoại hối sẽ tăng c- ờng mua chuộc các quan chức phụ trách kiểm soát nhằm có đ- ợc sự phân phối. Nếu họ không có khả năng nhận đ- ợc khoản ngoại hối này theo kênh chính thức, thì họ sẽ trả tiền nhiều hơn để mua nó trên chợ đen. Tình hình t- ơng 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 đ- ợc 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 n- ớc không thể làm gì đ- ợc với lạm phát ở n- ớc ngoài. Do vậy chỉ có những cách sau để duy trì tỷ giá hối đoái sao cho các nhà sản xuất trong n- ớc

có lỗi khi bán sản phẩm của mình ra thị trường thế giới, do đó đẩy mạnh đi- ọc xuất khẩu:

- Duy trì tỷ giá đi- ọc thị trường chấp nhận.
- Giảm tỷ lệ lạm phát trong n- ớc xuống đủ nhiều và thời gian đủ dài để phục hồi tỷ giá chính thức sát với tỷ giá thực tế trên thị trường.
- Duy trì tỷ giá hối đoái đi- ọc thị trường chấp nhận. Đây là vấn đề cốt lõi trong chính sách tỷ giá. Chúng ta đã biết tầm quan trọng của tỷ giá hối đoái đối với xuất khẩu. Một khi lạm phát trong n- ớc th- ờng xuyên xảy ra, thì cần phá giá đồng nội tệ để khôi phục lợi nhuận cho nhà xuất khẩu.

Tác động của 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 - ơng của n- ớc đó sẵn sàng đổi nội tệ lấy ngoại tệ (ví dụ: đô la Mỹ) đi- ọc tăng lên. Ví dụ, việc phá giá đồng bạc Thái Lan từ 25 bạc xuống 45 bạc ăn một đô la Mỹ hay việc giảm giá VNĐ từ 11.000 đồng trở xuống 14.000 đồng ăn một đô la Mỹ.

Việc phá giá tỷ giá hối đoái chính thức làm giảm tỷ giá hối đoái thực tế ngay lập tức, nh- ng 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 h- ớng đẩy giá lên cao hơn nữa. Tuy tr- ớc mắt phá giá tỷ giá hối đoái có thể khuyến khích đi- ọc xuất khẩu. Nh- ng trong thực tế một vòng luẩn quẩn về phá giá hối đoái - đồng l- ơng trong n- ớc và giá cả tăng giá xuất khẩu cao hơn và cán cân thanh toán tồi tệ hơn - có thể diễn ra.

Tác động của lạm phát và phá giá tiền tệ đối với lợi nhuận của nhà xuất khẩu

Hiện nay: tỷ giá là 14.000đ/1 đô la Mỹ.

1. Nhà xuất khẩu bán đi- ọc (USD)	100.000
2. T- ơng 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)	<u>400</u>

4 năm sau lạm phát tích tụ trong n- ớc là 40% (so với n- ớc bạn hàng)

1. Nhà xuất khẩu bán cũng loại hàng đó vẫn thu	100.000
2. T- ơng ứng với số nội tệ	1.400
3. Nh- ng chi phí của nhà sản xuất cao hơn 40% (1000x40%)	<u>1.400</u>
4. Nên xuất khẩu không có lãi nữa	0

4 năm sau nếu đồng tiền đ-ợc phá giá 40% tức 19.600 đồng lấy 1 đô la Mỹ.

1. Nhà sản xuất vẫn bán đ-ợc	100.000
2. T-ơng ứng với số nội tệ	1.960
3. Chi phí xuất khẩu là	1.400
4. Lợi nhuận là	560

5. Trừ đi lạm phát 40% so với năm đầu lợi nhuận đ-ợc khôi phục là 400 triệu đồng.

Về phân phối thu nhập, phá giá hối đoái sẽ có lợi cho một nhóm ng-ời đi kèm sự thiệt thòi của những nhóm khác. Nhìn chung những ng-ời lao động, các nhà sản xuất kinh doanh nhỏ, những ng-ời cung cấp dịch vụ... không tham gia vào khu vực xuất khẩu sẽ bị tổn thất về tài chính bởi lạm phát trong n-ớc (th-ờng xảy ra sau khi phá giá). Chỉ những nhà kinh doanh xuất khẩu lớn, cũng nh- những hoạt động gắn với xuất khẩu là có lợi. Nh- vậy, nếu trong một quốc gia mà ở đó các hoạt động xuất khẩu tập trung vào những t- nhân hay n-ớc 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 th-ơng mại, đặc biệt là phá giá tiền tệ không thể tách rời các vấn đề kinh tế xã hội trong n-ớc.

Cho nên phải cân nhắc kỹ sự mất - đ-ợc 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 ng-ời cạnh tranh với hàng xuất khẩu.

Ảnh h-ởng của thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, hạn ngạch với tỷ giá hối đoái chính thức:

Khả năng cạnh tranh của các nhà sản xuất trong n-ớc tại các thị tr-ờng nhập khẩu và xuất khẩu cùng chịu ảnh h-ởng trực tiếp bởi thuế nhập khẩu, thuế xuất khẩu và lợi thế do hạn ngạch.

Thuế nhập khẩu và sự hạn chế số l-ợng nhập khẩu làm tăng giá cả trong n-ớc của hàng nhập khẩu, cho nên chúng có ảnh h-ởng t-ơng tự nh- sự phá giá đối với tỷ giá chính thức. Nói cách khác tỷ giá HĐCT sẽ trở nên cao hơn, nếu thuế nhập khẩu và hạn ngạch nhập khẩu đ-ợc áp dụng đối với hàng nhập khẩu. Xét theo nghĩa này, ta có thể nói rằng thuế nhập khẩu và hạn ngạch nhập khẩu có xu thế làm tăng tỷ giá HĐCT.

Thuế xuất khẩu có xu thế làm giảm xuất khẩu và do đó làm giảm nguồn thu ngoại hối của đất n-ớc. Điều này buộc Chính phủ hoặc phải phá giá tỷ giá hối đoái chính thức (với tất cả chính sách đặc biệt kèm theo nếu muốn cho việc này thành công), hoặc phải kiểm soát nhập khẩu với tất cả những tai hại đã mô tả.

Các loại thuế hạn ngạch và trợ cấp th-ơng mại có thể đ-ợc sử dụng thay cho việc phá giá.

Tác dụng kết hợp của tỷ giá thuế quan, trợ cấp và lợi thế do hạn ngạch có thể đ-ợc tóm l-ợc trong một khái niệm rất bổ ích là *tỷ giá hối hoái thực sự*-(1)

1/ Xem Malcolin Gillis..."Kinh tế học của sự phát triển tập 2" Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung - ơng, H,1990, trang 384.

Tỷ giá hối đoái thực sự điều chỉnh tỷ giá chính thức để nói lên số tiền nội tệ thực tế phải trả cho một đồng ngoại tệ (đô la Mỹ chẳng hạn) hàng nhập khẩu hay để nhận đ-ợc một đồng ngoại tệ qua xuất khẩu bằng cách tính đến mức thuế trung bình, trợ cấp và lợi thế do hạn ngạch, công thức tính nh- sau:

(1) Tỷ giá thực tế nhập khẩu do có thuế và trợ cấp th-ơng mại = $R_0 (1 + t_n - S_n + Q_n)$; trong đó:

R_0 = tỷ giá chính thức

t_n = thuế trung bình đánh vào hàng nhập khẩu

S_n = trợ cấp trung bình cho nhập khẩu (nếu có)

Q_n = lợi thế do hạn ngạch trung bình đối với hàng nhập khẩu (nếu có)

(2) Tỷ giá thực tế xuất khẩu do có trợ cấp xuất khẩu và thuế (nếu có) = $R_0 (1 - t_x + S_x)$

t_x = Thuế trung bình đánh vào hàng xuất khẩu

S_x = Trợ cấp trung bình cho xuất khẩu

Nh-ơng bất lợi của ph-ơng án phá giá này là ở chỗ nó đòi hỏi phải quản lý hành chính tốn kém, và ở chỗ khó có thể áp dụng các loại thuế cho mọi khoản mua ngoại hối, và các loại trợ cấp cho mọi cách thu đ-ợc ngoại hối. Công việc quản lý hành chính phức tạp về thuế khoá và trợ cấp cũng tạo ra những cơ hội cho sự tham nhũng hối lộ.

Kinh nghiệm của nhiều quốc gia trong việc phát triển nhanh xuất khẩu là ý chí và sự khéo léo của Chính phủ trong việc điều chỉnh tỷ giá chính thức, thuế quan và trợ cấp để duy trì tỷ giá thực tế kích thích xuất khẩu về lâu dài và ngăn ngừa tỷ giá nhập khẩu tr-ợt lên cao so với tỷ giá xuất khẩu.

3.24 Thuế xuất khẩu và các - u đãi về thuế

Thuế xuất khẩu rất ít đ-ợc sử dụng một cách rộng rãi, đặc biệt là tại n-ớc công nghiệp phát triển. Cơ cấu thuế xuất khẩu ở các n-ớc đang phát triển rất khác nhau, đặc biệt là các n-ớc Châu phi và các n-ớc Đông Nam á. Tại các n-ớc

này, thuế không chỉ đánh vào nguyên liệu thô nh- gỗ (Bờ Biển Ngà), thiếc (Malaysia), đay (Pakistan)... mà cả vào các sản phẩm l-ong thực (gạo - Thái Lan), cà phê (Colombia), chè (Srilanka).. .

□ 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 nh- nâng cao mức độ chế biến nguyên liệu thô của các nhà xuất khẩu. Điều này đ- ọc 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 nh- 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.

Khung 2.10

Biểu thuế xuất khẩu

(Trích Quyết định 1802/1998/QĐ-BTC ngày 11-12-1998
của Bộ tr- ờng Bộ Tài Chính)

Mã số	Nhóm mặt hàng	Thuế suất%
08013010	- Hạt đào lộn hột (hạt điều) ch- a chế biến	4
140100	- Song mây ch- a chế biến	10
260200	- Quặng măng gan và quặng măng gan đ- ọc làm giàu	10
260700	- Quặng thiếc và quặng thiếc đ- ọc làm giàu	10
270900	- Dầu mỏ, dầu chế biến từ khoáng chất Bitum, dạng thô	0
270900	- Dầu thô	4
4400	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ	
	* Bảng gỗ rừng tự nhiên:	
	- Gỗ tròn	20
	- Gỗ xẻ	20
	- Khung cửa ra vào ...	15
	- Bao bì, thùng, hòm, hộp ...	10
	- Tranh gỗ, t- ợng 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 ngay cả thuế 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 trò 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 nước 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 Malcolm Gillis⁽¹⁾, 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;

Với những điều kiện trên, có thể tìm ra tỷ suất thuế sẽ đi-ợc xuất khẩu ra n-ớc ngoài trong số 12USD (19USD - 7USD) tiền thuế tăng đánh vào dầu thô, thông qua sử dụng ph-ơng trình sau:

(1) Xem Malcolin Gillis "Kinh tế học của sự phát triển", sách đã dẫn, trang 529

$$T_c = \frac{E_s}{E_s + E_d} \times \frac{A_{est}}{A_{est} + (1-A) \cdot e'_{sn}}$$

Trong đó:

T_c : % thuế suất sẽ đi-ợc xuất khẩu ra n-ớc ngoài d-ới dạng tăng giá bán do có tăng thuế.

A: Tỷ trọng (dầu thô) của n-ớc xuất khẩu trên thị tr-ờng (dầu thô).

1-A: Tỷ trọng của các n-ớc sản xuất (dầu thô) khác trên thị tr-ờng.

E_d : Mức dao động giá cầu về sản phẩm (dầu thô) trên thị tr-ờng (dầu thô), ở đây d-ợc coi là số d-ơng.

E_s : Mức dao động chung về cung (dầu thô) trên thị tr-ờng.

e_{est} : Mức dao động về cung sản phẩm (dầu thô) của n-ớc xuất khẩu.

e'_{sn} : Mức dao động về cung (dầu thô) của các n-ớc sản xuất (dầu thô) khác.

Giả sử trong h-ớng 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 nh- sau:

$$E_s = 1,5$$

$$A = 25\%$$

$$E_d = 0,2$$

$$1-A = 75\%$$

$$E_{est} = 1,0$$

$$e'_{sn} = 2,0$$

(Những mức dao động này th-ờng đặc tr-ng cho các khoáng sản nh- dầu thô, than đá, thiếc...).

Ta có:

$$T_c = \frac{1,5}{1,5 + 0,2} \times \frac{0,25 \times (1,0)}{0,25 \times (1,0) + 0,75 \times (2,0)} = 12,6\%$$

Nh- vậy, trong tr-ờng hợp này n-ớc A chỉ chuyển đi-ợc 12,6% số thuế sang những n-ớc tiêu dùng sản phẩm (dầu thô) xuất khẩu của họ trong thời gian

ngắn hạn. Phần thuế không chuyển đ- ợc (87,4%) sẽ có ai đó phải chịu. Ng- ời đó có thể là:

1. Ng- ời 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 tr- ờng hợp những đối t- ượng trên không phải là công nhân của n- ớc chủ nhà, thì phần thuế không chuyển đ- ợc sang những ng- ời tiêu dùng n- ớc ngoài cũng sẽ làm giảm thu nhập của họ. Và đây cũng là một cách chuyển gánh nặng của thuế. Trong tr- ờng 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 n- ớc ngoài hay các công ty n- ớc ngoài. Ng- ợc lại khai thác tài nguyên nằm trong tay các công ty trong n- ớc và sử dụng lao động trong n- ớc là chính để khai thác tài nguyên xuất khẩu thì gánh nặng về thuế lại chính là các đối t- ượng trong n- ớc.

Từ những phân tích trên cho ta thấy việc đánh thuế cao hoặc là tăng thuế xuất khẩu cần phải đ- ợc cân nhắc kỹ l- ỡng tr- ớc 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 nh- nhiều n- ớc đang phát triển khác có chính sách - u 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 n- ớc quy định việc miễn giảm và hoàn lại thuế cho các doanh nghiệp xuất khẩu sản xuất hàng xuất khẩu.

Theo luật thuế đã đ- ợc Quốc hội n- ớc CHXHCN Việt Nam thông qua ngày 26/12/1991 và Luật bổ sung sửa đổi ngày 5/7/1993, và nghị định số 54/CP ngày 28/8/1993 h- ớng dẫn thi hành luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu thì các hàng hoá sau đây đ- ợc miễn, giảm và hoàn lại thuế:

+ *Hàng xuất khẩu đ- ợc miễn thuế:*

- Hàng xuất khẩu trả nợ n- ớc ngoài của Chính phủ.
- *Hàng xuất khẩu, nhập khẩu đ- ợc xét miễn thuế để khuyến khích xuất khẩu.*
- Hàng là vật t- , nguyên liệu nhập khẩu để gia công cho n- ớc ngoài và xuất khẩu theo các hợp đồng gia công cho n- ớc ngoài.
- Hàng xuất khẩu của các xí nghiệp có vốn đầu t- của n- ớc ngoài và của bên n- ớc ngoài hợp tác kinh doanh.
- *Hàng đ- ợc xét hoàn thuế*

- Hàng đã kê khai và nộp thuế nh- ng thực tế không xuất khẩu nữa, hoặc thực tế xuất khẩu ít hơn.
- Hàng là vật t- , nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu đ- ợc hoàn thuế t- ơng 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) đ- ợc thông qua tại Kỳ họp thứ 11 khoá IX thì khi xuất khẩu, hàng hoá không phải nộp thuế GTGT (thuế suất 0%), bao gồm cả hàng hoá chịu thuế tiêu thụ đặc biệt xuất khẩu; phần mềm máy tính xuất khẩu, sửa chữa máy móc, thiết bị, ph- ơng tiện vận tải cho n- ớc ngoài và dịch vụ xuất khẩu lao động.

Các loại thuế gián thu khác cũng đều dành những - u tiên nhất định cho xuất khẩu.

3.25 Các biện pháp về thể chế và xúc tiến xuất khẩu

Các biện pháp về thể chế

Các biện pháp về thể chế là các biện pháp mà qua đó Chính phủ tạo ra môi tr- ờng pháp lý thuận lợi cho xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ.

Chúng ta biết rằng muốn hoạt động có hiệu quả, nền kinh tế mở h- ớng tới khuyến khích xuất khẩu phải duy trì giá cả t- ơng đối của các yếu tố sản xuất trong n- ớc (vốn, đất đai, lao động) ở mức phản ánh đ- ợc 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 n- ớc hay t- nhân quyết định đầu t- hay sản xuất phù hợp với nguyên tắc đó thì giá cả t- ơng đối họ trả cho lao động, vốn và đất đai không đ- ợc quá chênh lệch với giá đ- ợc hình thành bởi những lực l- ợng cạnh tranh trên thị tr- ờng, 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 tr- ờng để thực hiện nhiệm vụ mang tính chiến l- ợc đó. Biện pháp thành công là Chính phủ phải can thiệp, nh- khi thực hiện chính sách thay thế nhập khẩu. Nh- ng 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 tr- ờng và thúc đẩy các nhà sản xuất trong n- ớc dễ dàng h- ớng ra thị tr- ờng thế giới. Đó là:

- Tạo ra môi tr- ờng pháp lý trong n- ớc bằng việc thể chế hoá tất cả các chính sách, biện pháp khuyến khích hỗ trợ xuất khẩu.
- Đàm phán, ký kết các hiệp định th- ơng mại song ph- ơng và đa ph- ơng.. trên cơ sở đó bảo vệ lợi ích cho ng- ời xuất khẩu tạo thuận lợi cho xuất khẩu.
- Gia nhập và ký kết các Hiệp - ớc quốc tế tạo điều kiện thúc đẩy tự do buôn bán.

- v.v... .

Thực hiện xúc tiến xuất khẩu

- Xúc tiến xuất khẩu là một bộ phận của xúc tiến thương mại. 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 thương mại 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 thương mại 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 nh- tài chính, giấy phép, kiểm soát ngoại tệ và các chính sách của Chính phủ. □ một số n-ớc, 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, ng-ời xuất khẩu phải hiểu biết các mảnh khoé cạnh tranh trên thị tr-ờng 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.

Nghiệp vụ kinh doanh xuất khẩu có đặc thù khác với buôn bán trong n-ớc. Nên tr-ớc khi quyết định tham gia xuất khẩu, ng-ời xuất khẩu phải tìm hiểu kỹ các vấn đề nh- : thị tr-ờng xuất khẩu, tín dụng, t- cách pháp nhân của ng-ời mua, các biện pháp kiểm soát xuất khẩu của Nhà n-ớc (Nhà n-ớc nhập khẩu và Nhà n-ớc mình), hợp đồng xuất khẩu, các điều kiện buôn bán.. ..

4.1 Vì sao phải quản lý xuất khẩu ?

Việc quản lý xuất khẩu đ-ợc 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 n-ớc cũng khuyến khích xuất khẩu mà đôi khi vì quyền lợi quốc gia phải kiểm soát một vài dạng xuất khẩu, nh- sản phẩm đặc biệt, nguyên liệu do nhu cầu trong n-ớc còn thiếu, hoặc có ý nghĩa chiến l-ợc đối với đất n-ớc. Nh-ng nguyên nhân chủ yếu phải kiểm soát xuất khẩu của các Nhà n-ớc th-ờng là do :

- Cấm vận buôn bán
- Bảo vệ tài nguyên
- Bảo vệ động vật và cây trồng
- Bảo vệ di sản văn hoá, đồ cổ

4.2 Các công cụ quản lý xuất khẩu

Xuất khẩu đ-ợc khuyến khích và mọi doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu đ-ợc tự do xuất khẩu theo ngành hàng đã đăng ký. Tuy nhiên, vẫn có một số hàng hoá bị cấm và một số hàng hoá khi xuất khẩu vẫn cần giấy phép của Bộ Th-ơng mại hay Bộ quản lý chuyên ngành.

4.21 Cấm xuất khẩu

Các hàng hoá sau đây bị *cấm xuất khẩu* (áp dụng cho suốt thời kỳ 2001 - 2005)

1- Vũ khí đạn d-ợc, vật liệu nổ (trừ vật liệu nổ công nghiệp), trang thiết bị quân sự.

2- Đồ cổ

3- Các loại ma túy

4- Các loại hoá chất độc

5- Gỗ tròn, gỗ xẻ từ gỗ rừng tự nhiên trong n- ớc; củi, than làm từ gỗ hoặc củi, có nguồn gốc từ gỗ rừng tự nhiên trong n- ớc.

6- Động vật hoang dã và động thực vật quý hiếm tự nhiên.

7- Các loại máy mã chuyên dùng và các ch- ơng trình phần mềm mật mã sử dụng trong phạm vi bảo vệ bí mật Nhà n- ớc .

4.22 Các hàng hoá quản lý bằng giấy phép của Bộ th- ơng mại (thời kỳ 2001- 2005)

1- Hàng dệt may xuất khẩu theo hạn ngạch mà Việt Nam thoả thuận với n- ớc ngoài.

2- Hàng cần kiểm soát xuất khẩu theo quy định của Điều - ớc quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia.

4.23 Hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của các Bộ (thời kỳ 2001 - 2005)

1/ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

- Giống cây trồng và giống vật nuôi quý hiếm (cấm hoặc cấp giấy phép)

2/ Bộ Thủy sản

- Các loài thủy sản xuất khẩu có điều kiện

3/ Bộ Văn hoá

- Hệ thống chế bản và sắp chữ chuyên dùng ngành in

- Máy in offset, máy in flexo, máy in ống đồng, máy in gia nhiệt, máy in tampon và máy in laser màu.

4/ Tổng Cục b- u điện

- Tem b- u chính, ấn phẩm tem và các mặt hàng tem b- u chính.

5/ Bộ Công nghiệp

- Một số chủng loại khoáng sản hàng hoá (Quy định tiêu chuẩn, các điều kiện xuất khẩu).

Nhà n- ớc 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 ng- ời xuất khẩu.

□ Việt Nam, Bộ Th- ơng mại đã thiết kế mẫu giấy phép xuất khẩu theo mẫu nền của Liên hiệp quốc với nội dung đã đ- ọc tiêu chuẩn hoá 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.

4.24 Thủ tục hải quan - xuất khẩu hàng hoá

Hàng xuất khẩu phải làm thủ tục hải quan khi xuất khẩu theo các quy định chính thức về xuất khẩu hàng hoá và có khi theo yêu cầu của nước nhập khẩu. Việc làm thủ tục xuất khẩu cho hàng hoá 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 hoá gồm:

- Giấy phép xuất khẩu
- Tờ khai kiểm tra ngoại hối
- Tờ khai hàng hoá (khai hải quan)
- Giấy chứng nhận kiểm tra hàng hoá
- Giấy chứng nhận kiểm dịch (thực, động vật)
- Giấy chứng nhận xuất xứ
- Tờ khai hàng nguy hiểm
- Hoá đơn lãnh sự (nếu yêu cầu) hoặc hoá đơn thương mại

Khi làm thủ tục hải quan, thông thương phải kiểm tra tất cả các 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 hoá 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 hoá thủ tục thương mại.

4.25 Hạn ngạch xuất khẩu

C, c h×nh thóc h'n chỖ xuÊt khÈu ®-íc ,p đông tuú tổng n-íc; h'n ng'ch theo mÆt hụng, h'n ng'ch theo tổng n-íc vµ trong thêi gian nhÊt ®Þnh (mét n"m).

Mét sè n-íc chỖ cho phÐp mét sè tæ chc cã quyn xuÊt khÈu mét sè mÆt hụng nhÊt ®Þnh.

Hiện nay, ẽ Việt Nam, chỖ ®é h'n ng'ch xuÊt khÈu ®-íc quy ®Þnh theo quyết ®Þnh sè 46/2001/Q-TTg của Th t-íng ChÝnh ph v quản lý xuÊt nhÊp khÈu hụng ho, thêi kú 2001 - 2005. Hụng n"m, Bè Th-ng m'i c«ng bè danh môc c, c mÆt hụng quản lý b»ng h'n ng'ch sau khi thèng nhÊt vi Bè K ho'ch vµ §Çu t-, Bè Quản lý sn xuÊt vµ ®-íc ChÝnh ph duyt. Hiện nay Nhµ n-íc chỖ quản lý b»ng h'n ng'ch mÆt hụng

- Hụng dệt, may mÆc xuÊt khÈu vµo EU

Bè Th-ng m'i phn bè h'n ng'ch xuÊt khÈu cho c, c Bè, ngµnh, ®Pa ph-ng. Nh-ng mÆt hụng kh«ng quản lý b»ng h'n ng'ch th× c sè xuÊt khÈu ®-íc ký với Bè Th-ng m'i vµ ®-íc cÊp giÊy phÐp kh«ng h'n chỖ.

4.26 Quản lý ngo'i t

§a sè c, c n-íc ®ang ph,t trin ®u quy ®Þnh cho c, c nhµ xuÊt khÈu phi chuyn khon ngo'i t thu ®-íc vµo Ngn hụng Th-ng m'i ®-íc phÐp kinh doanh ngo'i t. Nh-ng cng cã nhiu n-íc cho phÐp đĩng sè ngo'i t thu ®-íc do xuÊt khÈu ® nhÊp hụng ho, cn thit. □ Việt Nam, theo Quyết ®Þnh sè

232/1998/Q-TTg, ngµy 1-12-1998 ca Th t-íng ChÝnh ph th× c, c doanh nghip (k c doanh nghip n-íc ngoµi) phi b,n ngay tòi thiu 80% sè ngo'i t thu ®-íc. §ng thêi quyết ®Þnh nuy cng quy ®Þnh quyn ®-íc mua ngo'i t (t'i c, c ngn hụng khi cã nhu cÇu thanh to,n) của c, c tæ chc kt hòi ngo'i t.

Ng-êi xuÊt khÈu phi bit chc chn lµ ng-êi mua cã quyn thanh to,n hụng ho, b»ng ngo'i t mµ ngn hụng quản lý cho phÐp ®èi vi hụng xuÊt khÈu ca m×nh. Th«ng th-êng, c, c ngn hụng c«ng bè c, c lo'i ngo'i t cã th nhÊn khi xuÊt khÈu, ® th-êng lµ c, c lo'i ngo'i t tù do chuyn ®æi.

Mét bin ph,p quan trọng n÷a lµ Nhµ n-íc cÊm gi lo'i ngo'i t thu ®-íc do xuÊt khÈu vµo c, c ngn hụng ẽ n-íc ngoµi. Nu ng-êi ® mẽ tui khon ẽ n-íc ngoµi th× l« hụng ® ch-a ®-íc thanh to,n vµ ng-êi xuÊt khÈu vi ph'm chỖ ®é quản lý ngo'i t ca Nhµ n-íc.

CHƯƠNG 11

HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

I. KHỞI 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 hoá 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 ch- a 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 th- ơng 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 t- ơng quan giữa cái phải bỏ ra và cái thu về đ- ọc. Kết quả chỉ là yếu tố cần thiết để tính toán và phân tích hiệu quả. Tự bản thân mình, kết quả ch- a thể hiện đ- ọc nó tạo ra ở mức và với chi phí nào.

Mỗi hành động của con ng- ời nói chung và trong sản xuất, kinh doanh th- ơng mại, dịch vụ nói riêng là phải phấn đấu đạt đ- ọc kết quả, nh- ng không phải là kết quả bất kỳ, mà phải là kết quả có mục tiêu và có lợi ích cụ thể nào đó. Nh- ng kết quả có đ- ọc ở mức độ nào, với giá nào đó chính là vấn đề cần xem xét, vì nó là chất l- ợng của hoạt động tạo ra kết quả. Vì vậy, đánh giá hoạt động ngoại th- ơng không chỉ là đánh giá kết quả, mà còn là đánh giá chất l- ợng của hoạt động để tạo ra kết quả đó. Vấn đề không phải chỉ là chúng ta đã xuất khẩu đ- ọc bao nhiêu tỷ đồng hàng hoá, mà còn là với chi phí bao nhiêu để có đ- ọc kim ngạch xuất nhập khẩu nh- vậy. Mục đích hay bản chất của hoạt động kinh tế là với chi phí nhất định có thể tạo ra đ- ọc nhiều sản phẩm nhất. Chính mục đích đó nảy sinh vấn đề phải xem xét lựa chọn cách nào để đạt đ- ọc kết quả lớn nhất. Cho nên, lầm lẫn 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 l- ợng hàng hoá nhập xuất khẩu, tổng trị giá hàng hoá 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 th- ơng đ- ọc, nó ch- a thể hiện kết quả đó đ- ọc tạo ra với chi phí nào.

Nh- vậy, hiệu quả kinh tế ngoại th- ơng về mặt hình thức phải là một đại l- ợng 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:

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

Nh- ng nếu chỉ dừng lại ở đó thì còn rất trừu t- ợng và ch- a chính xác. Điều cốt lõi là chi phí cái gì, bao nhiêu và kết quả đ- ọc thể hiện nh- 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 n- ớc và chi phí quốc tế) và nhiều hình thức biểu hiện kết quả (l- ợng hàng hoá xuất nhập khẩu, kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu, tăng thu nhập quốc dân, lợi nhuận...).

Ngoại th-ơng là một hình thức để một n-ớc tham gia vào phân công lao động quốc tế. Khi sản xuất các hàng hoá để xuất khẩu, các n-ớc bỏ ra những chi phí nhất định. Các hàng hoá xuất khẩu này không tham gia vào l-u thông trong n-ớc mà đ- a ra ngoài biên giới quốc gia. Các n-ớc thu đ-ợc một l-ợng ngoại tệ nhất định do việc xuất khẩu hàng hoá đó. Các tỷ lệ trao đổi đ-ợc hình thành trên cơ sở giá cả quốc tế, khác với giá cả trong nội bộ một n-ớc. Sản phẩm nhập khẩu tham gia vào l-u thông hàng hoá trong n-ớc và tham gia vào quá trình tái sản xuất xã hội, thực tế không đ-ợc sản xuất ra tại n-ớc đó. Sản phẩm nhập khẩu đ-ờng nh- là hình thức thay đổi của sản phẩm xuất khẩu. Nh- ng về khối l-ợng chúng không bằng nhau. Các tỷ lệ trao đổi của giá quốc tế ảnh h- ởng đến t-ơng quan về khối l-ợng đó.

Kết quả vật chất mà hoạt động ngoại th-ơng mang lại đ-ợc hình thành ra sao ? và ở giai đoạn nào của quá trình sản xuất và l-u thông ngoại th-ơng?. Câu hỏi này th-ờng 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 - ng-ời sản xuất bên 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 th-ơng kết quả đó là sự chênh lệch giữa giá ngoại th-ơng bằng ngoại tệ đ-ợc tính ra giá trong n-ớc với giá mua của ng-ời 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 bên ngoài của kết quả vật chất của l-u thông hàng hoá đối ngoại. Và qua đôn bẫy giá cả, nó phân phối lại theo những tỷ lệ nhất định giữa những ng-ời sản xuất, tiêu thụ, cũng nh- giữa các tổ chức ngoại th-ơng. Nh- ng những hình thức biểu hiện kết quả cụ thể đó không giải đáp đ-ợc câu hỏi kết quả vật chất đó xuất hiện ở đâu và giai đoạn nào của sản xuất kinh doanh. Để vạch ra đ-ợc những quyết định có cơ sở khoa học về hoàn thiện hoạt động ngoại th-ơng, để đ- a đ-ợc một ph-ơng án kinh doanh cùng có lợi cho các bên cần hiểu rõ rằng các kết quả đ-ợc 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 th-ơng nh- thế nào ?

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

	N-ớc A			Giá quốc tế	N-ớc B		
	Số l-ợng	Đơn giá	Trị giá		Số l-ợng	Đơn giá	Trị 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 hoá “a”, “b” và “c”, thì chi phí của nước “A” là 83.000 đơn vị, nước “B” - 37750 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 x 80). Nước “A” sẵn sàng làm điều này, sau khi tăng sản xuất của mình và bán cho nước “B” 50 đơn vị hàng hoá “a” và 95 đơn vị hàng hoá “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:

	N-ớc A			Giá quốc tế	N-ớc B		
	Số l-ợng	Đơn giá	Trị giá		Số l-ợng	Đơn giá	Trị giá

Hàng □ a □	250	50	12.500	100			
Sản xuất	200				50		
Tiêu dùng				80	400	70	28.000
Hàng □ b □	300	110			100		
Sản xuất				200		250	
Tiêu dùng	1095	40	43.800				
Hàng □ c □	1000				95		
Sản xuất			56.300				28.000
Tiêu dùng							
Tổng số							

Nh- vậy, khi trao đổi ngoại th- ơng ở cả hai n- ớc số l- ợng hàng hoá để tiêu dùng vẫn nh- cũ, nh- ng chi phí sản xuất trong n- ớc nói chung giảm xuống rất nhiều: Tại nước “A” là 26700 đơn vị và tại nước “B” là 9500 đơn vị, ở đây, cả hai quốc gia đều thu đ- ợc hiệu quả do buôn bán với nhau.

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

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 h- ưởng đến trao đổi ngoại th- ơng.

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 hoá 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 hoá sản xuất hàng hoá 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 hoá khác nhau. Một nước sẽ xuất khẩu một hàng hoá mà việc sản xuất ra nó tương đối rẻ và nhập khẩu một hàng hoá 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 hoá, hiện đại hoá. Trong quá trình đó, ngoại thương không chỉ tạo ra thị trường bên ngoài rộng lớn để mua bán hàng hoá, 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. Đây 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. Như yêu cầu của công tác quản lý và hạch toán lại đòi hỏi phải xác định

đ-ợc hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng 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 th-ơng mà chúng ta sẽ đề cập đến sau đây.

2. Phân loại hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng

Trong công tác quản lý, phạm trù hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng đ-ợc biểu hiện ở những dạng khác nhau, mỗi dạng thể hiện những đặc tr-ơng, ý nghĩa cụ thể của hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng. Việc phân loại hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng theo những tiêu thức khác nhau có tác dụng thiết thực cho công tác quản lý ngoại th-ơng. 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 th-ơng.

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 đ-ợc từ hoạt động ngoại th-ơng của từng doanh nghiệp, của từng th-ơng vụ, mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu. Biểu hiện chung của hiệu quả cá biệt là doanh lợi mà mỗi doanh nghiệp đạt đ-ợc.

Hiệu quả kinh tế - xã hội mà ngoại th-ơng đem lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của hoạt động ngoại th-ơng 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 th-ơng không những cần tính toán và đạt đ-ợc hiệu quả trong hoạt động của từng ng-ời, từng doanh nghiệp, mà còn phải tính toán và quan trọng hơn, phải đạt đ-ợc 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 đ-ợc trên cơ sở hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp ngoại th-ơng. Tuy vậy, có thể có những doanh nghiệp xuất nhập khẩu không đảm bảo đ-ợc hiệu quả (bị lỗ) nh-ơng nền kinh tế vẫn thu đ-ợc hiệu quả. Tuy nhiên, tình hình thua lỗ của doanh nghiệp nào đó chỉ có thể chấp nhận đ-ợc trong những thời điểm nhất định do những nguyên nhân khách quan mang lại. Các doanh nghiệp ngoại th-ơng 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. Nh-ơng để doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả kinh tế - xã hội chung của nền kinh tế quốc dân. Nhà n-ớc cần có các chính sách đảm bảo kết hợp hài hoà lợi ích của xã hội với lợi ích của doanh nghiệp và cá nhân ng-ời 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 tr-ờng và thị tr-ờng của nó. Doanh nghiệp phải căn cứ vào thị tr-ờng 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 hoá của mình với giá cao nhất. Tuy vậy, khi đưa hàng hoá 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 hoá. 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. Như 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 tỷ 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, như 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 hoá 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 hoá 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 th-ơng phải quan tâm xác định những biện pháp đồng bộ để thu đ-ợc 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 c«ng t, c qu¶n lý ho¶t ®éng s¶n xu¶t kinh doanh, viÖc x,c ®Þnh hiÖu qu¶ nh»m hai môc ®Ých c¶ b¶n:

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 ph-ơng án khác nhau trong việc thực hiện một nhiệm vụ cụ thể nào đó, từ đó, lựa chọn lấy một ph-ơng án có lợi nhất.

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

Ng-ời ta xác định hiệu quả tuyệt đối khi phải bỏ chi phí ra để thực hiện một th-ơng vụ nào đó, để biết đ-ợc với những chi phí bỏ ra sẽ thu đ-ợc 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 th-ơng 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 l-ợng lớn hay nhỏ cũng đều phải tính toán hiệu quả tuyệt đối.

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

Trên thực tế, để thực hiện một nhiệm vụ nào đó, ng-ời ta không chỉ tìm thấy một cách (một ph-ơng án, một con đ-ờng, một giải pháp) mà có thể đ-ưa ra nhiều cách làm khác nhau. Mỗi cách làm đó đòi hỏi l-ợng đầu t- vốn, l-ợng chi phí khác nhau, thời gian thực hiện và thời gian thu hồi vốn đầu t- cũng khác nhau. Vì vậy, muốn đạt đ-ợc hiệu quả kinh tế cao, ng-ời làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại th-ơng không nên tự trói mình vào một cách làm, mà phải vận dụng mọi sự hiểu biết đ-ưa ra nhiều ph-ơng án khác nhau, rồi so sánh hiệu quả kinh tế của các ph-ơng án đó để chọn ra một ph-ơng án có lợi nhất.

Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh trong ngoại th-ơng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, song chúng lại có tính độc lập t-ơng đối. Tr-ớc 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 ph-ơng án, ng-ời ta so sánh mức hiệu quả ấy của các ph-ơng án với nhau. Mức chênh lệch chính là hiệu quả so sánh.

Tuy vậy, có những chỉ tiêu hiệu quả so sánh đ-ợc xác định không phụ thuộc vào việc xác định hiệu quả tuyệt đối. Chẳng hạn, việc so sánh giữa mức chi

phí của các ph- ơng án với nhau để chọn ra ph- ơng án có chi phí thấp, thực chất chỉ là sự so sánh mức chi phí của các ph- ơng án chứ không phải là việc so sánh mức hiệu quả tuyệt đối của các ph- ơng án.

II. HỘ THƠNG CHỘ TIỘU ỘỘNH GIỘ HIỘU QUỘ KINH TỘ NGOỘI THỘ THỘ THỘ THỘ

2.1. Tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại th- ơng

Hiệu quả kinh tế của bất kỳ hoạt động kinh tế nào đ- ợc biểu hiện ở mối t- ơng quan giữa kết quả sản xuất và chi phí sản xuất mới chỉ đặc tr- ng mặt l- ợng của hiệu quả kinh tế. Cùng với sự biểu hiện về mặt số l- ợng, hiệu quả kinh tế của bất kỳ một hoạt động kinh tế nào còn có tính chất l- ợng. Tính chất l- ợng 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 t- ợng 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 th- ơng. Hiệu quả kinh tế ngoại th- ơng 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 th- ơng là tiết kiệm lao động xã hội, hay nói cách khác đi 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” ⁽¹⁾. 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” ⁽²⁾.

Khái niệm năng suất lao động xã hội cần đ- ợc 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 hoá 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 đ- ợc 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 đ- ợc xuất phát từ lợi ích của xã hội, của từng doanh nghiệp và ng- ời lao động.

Do vậy, khi xác định hiệu quả kinh tế ngoại th- ơng, 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 ph-ong diện chính trị, xã hội.

Nh- 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 đ-ợc biểu hiện gián tiếp thông qua một hệ thống chỉ tiêu. Nếu tiêu chuẩn biểu hiện mặt chất l-ợng của hiệu quả, thì hệ thống chỉ tiêu biểu hiện đặc tr-ng số l-ợng của hiệu quả kinh tế ngoại thương.

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

Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế là biểu hiện đặc tr-ng về l-ợng 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 đ-ợc giá trị hàng hoá ở những mức độ và khía cạnh khác nhau. Nói cách khác để tính hiệu quả phải tính đ-ợc chi phí lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hoá đó.

Thứ hai, bản thân mỗi chỉ tiêu có những nh-ợc điểm nhất định trong nội dung và ph-ong pháp tính toán. Việc sử dụng hệ thống chỉ tiêu cho phép thấy đ-ợc mối t-ơng quan thu - chi một cách toàn diện và đầy đủ hơn.

(1) V.I. Lenin “sáng kiến vĩ đại” NXB Sự Thật, Hà nội Trang 32

(2) Hồ Chí Minh “về công nghiệp hoá XHCN” NXB Sự Thật, Hà nội, Trang 21

2.1. Chỉ tiêu tổng hợp

+ T-ơng quan giữa thu nhập quốc dân sản xuất và thu nhập quốc dân đ-ợc sử dụng là sự so sánh thu nhập quốc dân có thể sử dụng (tức là thu nhập quốc dân sau khi đã điều chỉnh các yếu tố kinh tế đối ngoại) đối với thu nhập quốc dân đ-ợc sản xuất.

$$HQ_{nt} = \frac{N_v}{N_p}$$

Trong đó

N_v : Thu nhập quốc dân đ-ợc sử dụng

N_p : Thu nhập quốc dân đ-ợc sản xuất ra

- Chỉ tiêu này cho biết thu nhập quốc dân của một n-ớc đ-ợc tăng giảm nh- thế nào trong thời gian tính toán khi có ngoại thương.
- Nếu t-ơng quan trên lớn hơn 1 thì ngoại thương đã làm tăng thu nhập quốc dân, còn ng-ợc lại là làm giảm.

Để tăng thêm đ-ợc hiệu quả kinh tế quốc dân sử dụng cần:

- Xác định hợp lý cơ cấu xuất khẩu, nhập khẩu trên cơ sở tính toán lợi thế của sản xuất trong n-ớc.
- Sử dụng vốn n-ớc ngoài và h-ớng nhập khẩu vào đầu t- và chuyển dịch cơ cấu sản xuất trong n-ớc có hiệu quả, tạo điều kiện mở rộng thị tr-ờng n-ớc ngoài.
- Tạo thêm công ăn việc làm nhờ mở rộng thị tr-ờng 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, ng-ời ta còn dùng chỉ tiêu điều kiện th-ơng mại để đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng

$$T_c = \frac{P_{x_1}}{P_{x_0}} : \frac{P_{n_1}}{P_{n_0}} \quad (1)$$

Với: T_c : Điều kiện th-ơng mại (hay tỉ lệ trao đổi)

x, n : Chỉ số giá xuất khẩu, nhập khẩu

1,0 : Thời kỳ 1 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 n-ớc ngoài đắt hơn, hoặc ng-ợc lại là ít đắt hơn cái mà nó mua vào. Nếu t-ơng quan cao hơn 1 thì có sự cải thiện về các quan hệ trao đổi, còn ng-ợc lại là sự huỷ hoại các quan hệ trao đổi.

Để đạt đ-ợc điều kiện th-ơng mại có lợi cần l-u ý:

- Cải tiến cơ cấu và chất l-ợng hàng hoá xuất nhập khẩu theo h-ớng tăng nhanh các mặt hàng nông sản chế biến và công nghiệp chế biến.
- Tăng c-ờng công tác nghiên cứu thị tr-ờng, giá cả, vận dụng các ph-ơng thức buôn bán phù hợp để tranh thủ đ-ợc điều kiện thị tr-ờng có lợi nhất.

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

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

b. Chỉ tiêu so sánh giá xuất nhập khẩu so với giá quốc tế. Trong trao đổi ngoại th-ơng, 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 đ-ợc thực hiện. Qua đó có thể đánh giá đ-ợc hiệu quả kinh tế của các hoạt động xuất nhập khẩu về mặt đối ngoại.

c. 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.

d. 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.

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

f. Chỉ tiêu hiệu quả xuất nhập khẩu kết hợp tính cho cả nước hay từng dịch vụ đổi 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 thành. Phạm trù giá cả đo lường chi phí lao động mang tính quốc gia và quốc tế trong việc sản xuất ra hàng hoá 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 thành tính ra USD để dễ so sánh với giá quốc tế. Trong thành hợp có giá quốc tế tính bằng ngoại tệ khác, người ta thành 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 thành 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 thành, một vấn đề quan trọng đầu tiên là phải tính toán được hiệu quả về mặt tài chính của hoạt động ngoại

th-ơng. Đó là hiệu quả kinh tế đ-ợc biểu hiện thông qua đồng tiền. Muốn xác định đ-ợc 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 ng-ời làm th-ơng mại, giá thành của một sản phẩm - hàng hoá là tổng số các chi phí tạo nên sản phẩm - hàng hoá đó ở tại thời điểm xác định trên con đ-ờng l-u chuyển từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ. Với quan niệm nh- thế, giá thành xuất khẩu (CP_{xk}) một hàng hoá là tổng số các chi phí từ nơi sản xuất đến khi hàng đó đ-ợc xếp lên ph-ơng tiện vận tải ở cửa khẩu để gửi đi n-ớc ngoài. Còn giá thành nhập khẩu (CP_{nk}) một hàng hoá là tổng số các chi phí về hàng hoá đó khi hàng đó đi từ nơi sản xuất cho đến khi về đến cửa khẩu n-ớc nhập khẩu và sẵn sàng để giao cho ng-ời tiêu thụ ở trong n-ớc 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 th-ơng của một doanh nghiệp. Nếu giá thành này không đ-ợc tính toán đúng và đủ thì doanh nghiệp luôn có ảo t-ợng 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 ph-ơng 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}

3.1. 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 th-ờng (không kèm theo điều kiện tín dụng) tức tr-ờng hợp không dùng hiện giá, ta dùng các chỉ tiêu sau đây để đánh giá hiệu quả tài chính hoạt động XNK.

1.1.Đánh giá các tỷ lệ sinh lời

1.1.1.Tỷ suất ngoại tệ

Nh- đã trình bày hiệu quả kinh tế ngoại th-ơng là một đại l-ợng 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 đ-ợc thể hiện bằng hai đơn vị tiền tệ: Ngoại tệ và bản tệ

- (i) Tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu là đại l-ợng 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 đ-ợc số ngoại tệ đó. Nếu đặt ký hiệu (R_{xk}) cho tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu ta có:

$$R_{xk} = \frac{DT_{xk} \text{ (bằng ngoại tệ)}}{C_{xk} \text{ (bằng bản tệ)}} \quad (1)$$

Ví dụ 1: Công ty XNK 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 đồng (VND). Ta có thể xác định tỷ suất ngoại tệ của việc xuất khẩu như sau:

$$R_{xk} = \frac{8,95 \text{ triệu USD}}{104.740 \text{ triệu VND}} = 1 \text{ USD}/11.702 \text{ VND}$$

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

(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 (C_{nk}). Nếu ta ký hiệu (R_{nk}) thể hiện tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu ta có:

$$R_{nk} = \frac{DT_{nk} \text{ (bằng bản tệ)}}{C_{nk} \text{ (bằng ngoại tệ)}} \quad (2)$$

Ví dụ 2: Công ty XNK C trên đây dùng một phần số tiền xuất khẩu thu được để nhập khẩu 3.300 tấn phân ure giá CIF (Hải phòng) là 643.260 USD. Chi phí nhập khẩu liên quan đến bán lẻ hàng trên hết 3180 triệu USD. Số phân bón trên công ty đem bán trên thị trường nội địa thu được 15.120 triệu đồng (Tỷ giá 1USD = 14.100 VND)

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

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

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

1.1.2. 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 đ-ợc thể hiện d-ới hai dạng: số tuyệt đối và số t-ơng đối

a. □ 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 đ-ợc tính theo công thức:

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

Trong đó P: Tổng lợi nhuận thu đ-ợc

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 đ-ợc 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 l-ợng lợi nhuận tuyệt đối này để phân tích, đánh giá hiệu quả kinh tế của một th-ơng vụ, hoặc của một doanh nghiệp, cần l-ưu ý khối l-ợng lợi nhuận tuyệt đối thu đ-ợc 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. □ dạng t-ơng đối đ-ợc 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 đ-ợc 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 đ-ợc phản ánh trên các báo cáo thu nhập cho ta biết kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên số lợi nhuận này ch- a thể đánh giá đúng đắn chất l-ợng kinh doanh của đơn vị. Các đơn vị kinh doanh có số vốn đầu t- lớn thì thông th-ờng có số lợi nhuận lớn hơn các đơn vị có vốn đầu t- nhỏ. Vì vậy, không thể dùng số tiền lợi nhuận này để đánh giá chất l-ợng hiệu quả kinh doanh ở các doanh nghiệp có quy mô vốn khác nhau. Ví dụ, một doanh nghiệp XNK có tổng số vốn là 100 triệu đồng và số tiền lãi thu đ-ợc mỗi tháng là

500 triệu đồng, thì có thể coi kết quả hoạt động này là khả quan. Như vậy 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 XNK 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

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 1.11) và bản thu nhập hoạt động xuất nhập khẩu năm 2000 (bảng 2.11) 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:

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

1. Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn.

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

$$= \frac{24.320 \text{ tr.VND}}{\frac{1}{2} (5.650 + 6.734 + 95.317 + 138.397) = 123.049 \text{ tr.VND}} = 19,7\%$$

3. Tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu:

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

$$= \frac{24.320 \text{ tr.VND}}{141.310 \text{ tr.VND}} = 17,2\%$$

Dựa vào các kết quả tính toán trên đây, so sánh nó với các kết quả cùng kỳ của các năm tr-ớc 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 ng-ời quản trị doanh nghiệp.

Tổng công ty XNK C

Bảng cân đối tài sản

Ngày 31/12/2000

Bảng số: 1.11

Đơn vị tính: triệu VNĐ

	31/12/1999	31/12/2000
Tài sản	100.967	145.131
Tài sản l- u động	95.317	138.397
- Vốn bằng tiền	17.937	7.506
- Đầu t- ngắn hạn		
- Các khoản phải thu	14.350	13.138
- ứng trả tr- ớc	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 tài sản cố định	8.249	9.241
Nguồn vốn	2.599	2.507
Nợ phải trả	100.967	145.131
- Nợ ngắn hạn		
- Nợ dài hạn	777.220	100.021
Vốn chủ sở hữu		
- Vốn - quỹ		
* Vốn kinh doanh	23.747	45.110
* Quỹ phát triển kinh doanh	14.900	16.829
* Lãi ch- a phân phối	3.600	2.978
* Quỹ khen th- ờng phúc lợi	2.270	24.320
* Vốn đầu t- XDCB	1.650	490
	1.327	500

Bảng thu nhập hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu

Tính đến 31/12/2000

Bảng 2.11

Đơn vị: triệu VNĐ

	<i>Xuất khẩu</i>	<i>Nhập khẩu</i>	<i>Tổng cộng</i>
+ Doanh thu	126.190	15.120	141.310
- Trị giá bằng ngoại tệ	8,95	-	
- Trị giá bằng VND	126.190 (1)	15.120	
+ Chi phí	104.740	12.250	116.990
- Mua hàng	90.864	9.070	99.934
- Phí l- u thông trong n- ớc	10.096	1.060	11.156 (2)
- Phí l- u thông ngoài n- ớc	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 th- ơng mại trong năm báo cáo 14.100VND/1USD.

(2) Trong đó: Tiền l- ơng, phụ cấp l- ơng 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 th- ơng vụ giảm đơn: Việc mua vào bán ra xảy ra trong thời gian ngắn. Đối với những th- ơng 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 l- ợng 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 đ- ợc sử dụng t- ơng 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 t- bỏ ra có thể thu hồi đ- ợc, nhờ lợi nhuận và khấu hao cơ bản thu đ- ợc hàng năm. Thời gian hoàn vốn đ- ợc tính theo công thức:

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

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

Vdt : Tổng l- ợng vốn đầu t- cho kinh doanh

P : Lợi nhuận thu đ- ợc trong năm

Kc : Mức khấu hao cơ bản hàng năm

Để đơn giản tính toán, trong công thức trên đây, ng- ời ta không tính đến tỷ lệ lãi, nghĩa là lãi suất đ- ợi coi là 0%. Trong mọi tr- ờng hợp, sẽ đạt đ- ợc 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 t- cho kinh doanh phụ thuộc vào:

- Tổng số vốn đầu t- phải bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ kinh doanh xuất, nhập khẩu.
- L- ợng lợi nhuận có thể thu đ- ợc 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 th- ơng, ng- ời ta còn tính hệ số hoàn vốn đầu t- . Hệ số này biểu hiện trong một năm, một đơn vị vốn đầu t- sẽ đ- ợc bồi hoàn bao nhiêu (cùng với giả định lãi suất bằng 0%). Chỉ tiêu hệ số hoàn vốn đầu t- đ- ợc tính nh- sau:

$$E = \frac{1}{T_v} = \frac{P + K_c}{Vdt} \quad (8)$$

Trong đó E: Hệ số hoàn vốn đầu t-.

Có thể đem so sánh E với hệ số hiệu quả tiêu chuẩn E_0 . Nếu $E > E_0$ thì việc đầu tư là có lợi

3.2. Hiệu quả tài chính của hoạt động ngoại th- ơng trong điều kiện có tín dụng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu, ng- ời xuất khẩu th- ơng bán chịu hàng của mình cho ng- ời mua và phải bỏ vốn ra đầu t-, kinh doanh là điều th- ơng 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 t- vào lĩnh vực này, ng- ời ta th- ơng 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. Nh- ư các chi phí và thu nhập lại th- ơng xảy ra ở các thời điểm khác nhau. Do đó ta cần xem xét giá trị của đồng tiền theo thời gian. Đ- ồng nhiên đó là thời gian một nền kinh tế t- ơng đối ổn định không có lạm phát hoặc tỷ lệ lạm phát thấp, không gây tr- ợt giá đáng kể.

Để xác định hiệu quả tài chính của các hợp đồng xuất khẩu, nhập khẩu trong điều kiện tín dụng, đầu t- 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 đ- ợc 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 l- ợng và thời gian.

Giá trị của đồng tiền thay đổi theo thời gian đ- ợc biểu hiện qua lãi tức. Lãi tức bằng tổng số vốn tích lũy theo thời gian trừ đi vốn đầu t- 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 nh- sau:

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

- Đối với ng- ời 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 đ- ợc do sản xuất kinh doanh mang lại so với vốn đầu t- 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 ng- ời tiêu dùng: Lãi suất đ- ợc xem là một nguyên nhân làm cho họ giảm bớt sự tiêu thụ ngày hôm nay để dành cho một ngày nào đó trong t- ơng lai.

Từ khái niệm về lãi suất có thể suy ra tính chất t- ơng đ- ồng 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, nh-ng về mặt giá trị kinh tế thì chúng t-ong đ-ong nhau.

Chẳng hạn: Với lãi suất 20% một năm, thì 1 triệu đồng hôm nay t-ong đ-ong 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 t-ong đ-ong với 1 triệu đồng của ngày này, tháng này năm tr-ớc nếu ta chấp nhận lãi suất là 20% một năm.

Giá trị t-ong đ-ong rất có ý nghĩa trong việc đánh giá, so sánh các ph-ong án kinh doanh, đầu t- 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

+ *Tr-ờng 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 tr-ớc đó thì ta gọi là lãi tức đơn:

Lãi tức đơn đ-ợc 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 tr-ớc khi thanh toán

Ví dụ 4: Một doanh nghiệp nhập khẩu 100.000USD hàng hoá với lãi suất 5% năm. Số lãi hàng năm doanh nghiệp phải trả hết cho chủ nợ (tức không gây ra hiện t-ợng 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 ngoài để đầu tư sản xuất. Hàng năm người vay phải trả lãi, chỉ giữ lại vốn gốc để trả vào năm cuối cùng.

+ *Tr-ờng hợp lãi tức ghép:*

Tr-ờng hợp người mua hàng vay theo từng thời đoạn ch-a 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 lẻ 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 t-ong 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

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

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

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 t-ong đ-ong với buôn bán bình thường thì giá trị t-ong 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 ph-ong pháp hiện giá.

Nếu đã biết giá trị t-ong lai P_t ta có thể tính đ-ọc giá trị hiện tại P ở cuối năm t với lãi suất $i\%$ năm nh- sau:

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

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

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

+ 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 ph-ong án kinh doanh, ng-ời ta th-ờng hay dùng giá trị hiện tại (hiện giá) hơn là giá trị t-ong lai.

Hiện nay trong tính toán thời gian hoàn vốn của các ph-ong án kinh doanh ch- a đ- a về hiện giá. Nh- ng nếu không đ- a 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 ph-ong án.

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

Quý thứ	Thu nhập (không tính chiết khấu) triệu đồng
---------	---

	Ph-ong án A	Ph-ong án B
1	200	100
2	100	200
3	50	80
4	50	20
Cộng	400	400

Ta thấy thời gian hoàn vốn của ph-ong án A và ph-ong án B là 2 quý.

Tổng số thu nhập sau 4 quý đều bằng 400 triệu đồng. Nh- ng hai ph-ong án này không giống nhau, vì thu nhập của A quý đầu lớn hơn của B.

3.3. Xác định hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động kinh doanh ngoại th-ong.

3.3.1. Sự khác nhau giữa xác định hiệu quả tài chính và hiệu quả kinh tế - xã hội. Sự khác nhau đó đ-ợc thể hiện nh- 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 đ-ợc 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 th-ong có thể cho tối đa lợi nhuận nh- ng 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 tr-ớc 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 l-u 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 đ-ợc lấy theo thời giá, theo chi phí lịch sử. Giá đó ảnh h-ởng 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, ngoài 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. Nh- ng khoa học kinh tế đòi hỏi nguồn lực cần đ-ợc 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 nh- 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 đ-ợc lợi nhuận kinh doanh - chỉ tiêu quan trọng nhất của hiệu quả tài chính, ng-ời 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 đ-ợc (gọi là doanh thu) tức là:

$$\text{Lợi nhuận tài chính} = \text{Tổng doanh thu tài chính} - \text{Tổng chi phí tài chính}$$

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 VND) (xem bảng 2-X)

- 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 VND

Việc tính toán lợi nhuận trong quan hệ với chi phí tài chính nh- trên rõ ràng ch- a thể phản ánh chính xác thực chất lợi nhuận, nhiều khi phóng đại lợi nhuận lên bởi vì chi phí không đ-ợc tính toán đầy đủ.

Để tính toán hiệu quả kinh tế thực thụ của các hoạt động ngoại th-ong, cũng nh- 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 đ-ợc dùng phổ biến trong sách báo kinh tế n-ớc ta. Nó đ-ợc 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 hoá, dịch vụ. Nh- 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 đ- ọc dùng trong sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở chi phí kinh tế lợi nhuận kinh tế đ- ọc xác định. Lợi nhuận kinh tế là phần thặng đ- của thu nhập trừ đi chi phí khi giá kinh tế đ- ọc 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.

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

Trong điều kiện kinh tế thị tr- ờng với nguồn lực hiện có các doanh nghiệp có rất nhiều ph- ơng án kinh doanh. Tuy nhiên họ chỉ có thể chọn một ph- ơng án cùng các giải pháp và quyết định mà họ cho là tối - u. Những kết quả thu đ- ọc từ các ph- ơng án, các giải pháp không đ- ọc áp dụng tạo nên những khoản chi phí gọi là chi phí cơ hội và chi phí này không đ- ọc 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 nhất⁽¹⁾. Hay ☐ Chi phí cơ hội của một quyết định là giá trị của sự lựa chọn tốt nhất có thể có ☐ ⁽²⁾.

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 đ- a 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 t- 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 tr- ờng trong n- ớc và ngoài n- ớc đang khan hiếm. Thế nh- ng, vì việc nhập thêm máy móc, thiết bị không đồng bộ với máy móc hiện có nên chất l- ợng sản phẩm làm ra ch- a cao. Sản phẩm làm ra tuy bán hết, nh- ng chủ yếu là trên thị tr- ờng nội địa (90% sản phẩm làm ra). Lợi nhuận thu đ- ọc không cao. Theo sổ sách kế toán, tổng lợi nhuận năm đầu thu đ- ọc là 1,5 tỉ đồng, hai năm tiếp theo cũng chỉ đạt 2,5 tỉ đồng và 3 tỉ đồng.

(1) David Begg Kinh tế học, tập I, NXB Giáo dục, 1992, trang 143

(2) P.A Samuelson....Kinh tế học, Viện Quan hệ Quốc tế 1989, tập trang

Thế nh- ng 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 l- ợng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị tr- ờng quốc tế, lợi nhuận thu đ- ọc hoàn toàn khác. Theo tính toán của các nhà quản lý lợi nhuận thu đ- ọc 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 t- vốn vào ph- ơng án đã thực hiện.

Rõ ràng so sánh lợi nhuận thu đ- ọc 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.

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

		Đơn vị: triệu đồng
A.	Doanh thu	2.000
B.	Tổng chi phí	1.700
	Trong đó:	
	- Giá vốn hàng hoá 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 ch- a tính đến chi phí về vốn và tiền công của ng- ời 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, ng- ời chủ - nhà quản lý doanh nghiệp, trong năm đó nếu làm việc cho một hãng khác, ông ta có thể kiếm đ- ọc số tiền tối thiểu là 40 triệu VND.

Tr- ờng hợp thứ hai, phải tính chi phí cơ hội là, liên quan đến vốn. Khi tính lợi nhuận theo ph- ơng pháp kế toán, ng- ời ta không kể đến những chi phí gắn liền với việc sử dụng vốn tài chính của riêng (trái ng- ợc với vốn tài chính phải vay m- ợn). 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 đ- ợc đ- a vào chi phí kinh tế của doanh nghiệp, nh- ng không đ- ợc đ- a vào sổ sách kế toán của nó. Ví dụ, nh- 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 đ- ợc 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 ng- ời 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 nh- 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.

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

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 nh- để trả cho cái mà ng- ời kế toán gọi là tiền khấu hao, chúng ta có thể cho rằng xí nghiệp hoà vốn. Nh- ng trên thực tế, chúng ta thấy doanh nghiệp đang bán hàng lỗ vốn hoặc lời không nh- 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.

Nh- vậy, xác định hiệu quả kinh tế hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp các nhà kinh tế sử dụng giá trị thị tr- ờng hoặc chi phí cơ hội của hàng hoá để đo giá trị của nó. Giá thị tr- ờng do giá trị của một mặt hàng ở giá trị sử dụng cao nhất và tốt nhất của nó. Với cách hiểu nh- vậy, trong xác định hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp ngoại th- ơng thì giá thị tr- ờng và chi phí cơ hội là giống nhau. Hiểu nh- 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 th- ơng, 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.

Nh- ng khoa học kinh tế đòi hỏi nguồn lực cần đ- ợc sử dụng tốt nhất, có hiệu quả nhất. Do đó, các doanh nghiệp ngoại th- ơng phải xác định đ- ợc 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 l- ơng tiền công, các khoản trợ giá, bù giá.

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

Nộp ngân sách d- ối 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 - u 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. Ng- ời tiêu thụ phải trả các khoản thuế chứa đựng trong giá cả hàng hoá. Chính phủ là ng- ời thu các khoản thuế này để tái đầu t- hoặc chỉ 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 nh- 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 th- ơng mang lại.

Trợ giá, bù giá là hoạt động bảo trợ của Nhà n- ớc 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.

3.32. 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 tác động đối xác thực hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động kinh doanh ngoại thương.

3.32.1. Xác định giá trị hàng hoá gia tăng.

Giá trị hàng hoá 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 + L-ong + 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 XNK 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 XNK, VAT,...)	3.070
- L-ong công nhân viên:	<u>2.670</u>
	37.842

Như vậy, theo tính toán của các nhà kinh tế, hiệu quả kinh tế - xã hội mà công ty XNK 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.

3.32.2. 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 XNK của doanh nghiệp với số vốn bỏ ra trong kỳ kinh doanh hay đầu tư.

Giá trị gia tăng

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

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:

37.842 tr. VNĐ

$$H_v = \frac{37.842}{123.049} = 30,7\%$$

123.049 tr. VNĐ

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.

3.32.3. 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.

$$\text{Tăng thu ngoại tệ} = \text{Thu ngoại tệ do xuất khẩu} - \text{Chi phí ngoại tệ cho nhập khẩu}$$

Ví dụ: Công ty TNHH Kim Phụng năm 1994 xuất khẩu được 40 triệu USD; Nhà nhập khẩu 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 hoá 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:

$$\text{Tiết kiệm ngoại tệ} = \text{Chi phí ngoại tệ nếu nhập khẩu} - \text{Chi phí ngoại tệ cần nhập khẩu}$$

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. Nhà nhập khẩu để tiết kiệm ngoại tệ, các doanh nghiệp ngành may

1) Xem báo Nhân dân ngày 24-1995

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 ph-ong 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 ph-ong án so với tỉ giá chính thức của ngân hàng.

Ta có thể tính tỉ giá thực tế của ph-ong 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 : Tỉ giá thực tế của ph-ong án

H_c : Hiện giá chi phí của ph-ong 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 tỉ giá thực tế của hoạt động xuất khẩu năm 2000 của công ty xuất nhập khẩu C là:

$$R_t = \frac{104.740}{1 + 0,07} \cdot \frac{8,13}{1 + 0,05} = \frac{97.888 \text{ tr.VND}}{7.743 \text{ trUSD}} = 12.642 \text{ VND}$$

Tỉ giá hối đoái thực tế của ph-ong án hoặc kỳ kinh doanh càng nhỏ hơn tỉ giá mua, bán chính thức của ngân hàng càng có ý nghĩa trong việc tiết kiệm ngoại tệ.

3.32.4. 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.

Mức đóng góp vào ngân sách

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Mức đóng góp vào ngân sách}}{\text{Tổng vốn bình quân}}$$

Ví dụ 10: Trong năm 2000 công ty XNK 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:

$$\frac{10.852}{123.049} = 0,08 \text{ hay } 8\%$$

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 XNK.
- Góp phần phát triển kinh tế địa phương và các ngành khác.
- Thoả mãn nhu cầu của nhân dân.
- Ảnh hưởng của ph-ong 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.

3.4. Phân tích, đánh giá, lựa chọn ph-ong án kinh doanh

Ng- ời làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại th- ơng không những phải biết tính toán hiệu quả kinh tế, mà còn phải biết đánh giá, lựa chọn ph- ơng 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 ph- ơng án kinh doanh để chọn lấy ph- ơng án tốt nhất. Ph- ơng án tốt nhất (tối - u nhất) phải là ph- ơng án phản ánh đầy đủ những đòi hỏi của tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại th- ơng và đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu của doanh nghiệp.

3.41. Các ph- ơng án kinh doanh đ- a ra so sánh phải đáp ứng đ- ợc các điều kiện sau đây:

1. Có ph- ơng pháp tính toán và những căn cứ dùng để tính toán các chỉ tiêu phải giống nhau.
2. Có những tiêu chuẩn, định mức cần thiết làm căn cứ so sánh.
3. Có khối l- ợng sản phẩm hàng hoá, 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 ph- ơng án đ- a ra so sánh không đáp ứng đ- ợc các điều kiện trên, muốn phân tích so sánh phải có những điều chỉnh nhất định.

3.42. Lựa chọn ph- ơng án tối - u.

Muốn lựa chọn ph- ơng án tối - u phải tính toán, so sánh và phân tích các chỉ tiêu đã đ- ợc l- ợng hoá. Ph- ơng án đ- ợc coi là tối - u về mặt l- ợng là ph- ơng án có tất cả các chỉ tiêu so sánh trội hơn so với các ph- ơng án khác.

Tuy nhiên, trên thực tế không dễ gì có một ph- ơng án có đ- ợc tất cả hoặc nhiều chỉ tiêu trội hơn. Khi đó, đòi hỏi ng- ời quản lý phải tham chiếu các yếu tố khác ch- a định l- ợng đ- ợc nh- :

- Thời gian thực hiện dự án
- Xét hiệu quả kinh tế có tính đến các địa ph- ơng, các ngành, các doanh nghiệp có liên quan.
- Xét đến hiệu quả xã hội của ph- ơng án.
- Xét đến thực hiện chính sách th- ơng mại của Nhà n- ớc.
- v.v..

Sau khi cân nhắc kỹ các yếu tố kinh tế, xã hội, chính trị... trên đây ng- ời quản lý quyết định lựa chọn ph- ơng án tốt nhất và chỉ đạo thực hiện. Phân tích đúng và tìm đ- ợc các nhân tố tác động đến kết quả kinh doanh thể hiện trong các ph- ơng án đã chọn là nhiệm vụ quan trọng của các nhà quản lý, kinh doanh ngoại th- ơng.

IV. NHỮNG BIẾN PHÓA CHỦ YẾU TRONG NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG.

4.1. Nghiên cứu môi trường quốc tế của doanh nghiệp

Tr- ớc khi quyết định tổ chức tiêu thụ ở n- ớc 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 hoá nền kinh tế thế giới diễn ra một cách mạnh mẽ thể hiện qua sự phát triển nhanh chóng thương mại quốc tế và đầu tư ở n- ớc 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 của nhiều 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 vận 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 hoá, 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 hoá

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 hoá 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 hoá 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.

4.2. Đánh giá thực trạng tiềm năng của doanh nghiệp

Đánh giá 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.

4.2.1. 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 nhân tố 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 tài 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...

4.22. 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, bất ổn, 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 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 hoá 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.

4.3. Khả năng việc v-ợt ột ®ình viÖc kinh doanh ẽ thÞ tr-ờng ngoại n-ớc khi ch-a cũ ®ñ th«ng tin.

Kinh doanh trên thị tr-ờng n-ớc ngoài đầy bất trắc, phức tạp, nh-ng nếu biết kinh doanh thì lợi nhuận thu về không nhỏ.

□ các n-ớc có nền kinh tế thị tr-ờng các công ty bị cuốn hút vào buôn bán quốc tế theo hai con đ-ờng: có ai đó yêu cầu tổ chức bán hàng ở n-ớc ngoài. Có thể là năng lực của công ty v-ợt quá nhu cầu của thị tr-ờng nội địa và cũng có thể là công ty thấy là việc bán hàng ở n-ớc ngoài thuận lợi hơn.

□ ta việc hình thành các công ty xuất nhập khẩu trong một thời gian dài th-ờng là do yêu cầu của chính quyền: Chính quyền Trung - ơng và địa ph-ơng. Ngoài mục đích kinh doanh kiếm lời họ còn giao cho các công ty ngoại th-ơng những nhiệm vụ chính trị khác. Vì vậy, một thời gian dài mục tiêu lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh ít đ-ợc các công ty xuất nhập khẩu chú ý. Bởi vì, kinh doanh đ-ợc lãi thì Nhà n-ớc thu, lỗ Nhà n-ớc 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 n-ớc. Tính cạnh tranh trên thị tr-ờng nội địa cũng không kém trên thị tr-ờng n-ớc ngoài.

Vì vậy, tr-ớc khi v-ơn ra hoạt động ở thị tr-ờng ngoài n-ớc, để tránh đổ bể, doanh nghiệp bất kỳ đó là doanh nghiệp sản xuất hay doanh nghiệp th-ơng mại, đều phải biết đ-ợc những thông tin cơ bản sau:

- Luật lệ và chính sách của n-ớc bạn hàng, đặc biệt của n-ớc đó đối với Việt Nam.

- Tình hình tiêu thụ, giá cả và tính chất cạnh tranh đối với hàng hoá ta muốn bán.

- Ph-ơng thức thâm nhập thị tr-ờng có hiệu quả nhất.

- Tìm hiểu khả năng kinh doanh của bên đối tác để biết đ-ợc 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 tr-ớc 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 tr-ờng

+ v.v...

Kinh nghiệm thực tế cho ta thấy do thiếu thông tin về thị tr-ờng, về đối tác nên không ít tr-ờng hợp các doanh nghiệp của ta phải mua đắt, bán rẻ, hoặc bị lừa dẫn đến những thua thiệt không nhỏ.

4.4. Xác định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

Sau khi có thông tin 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:

4.41. 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.

4.42. 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.

4.43. 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.

4.5. Cần một chính sách và cơ chế quản lý ngoại thương cho doanh nghiệp làm giàu, kinh tế thị trường nhanh.

4.51. 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.

4.52. Tự do buôn bán ngày nay không giống với tự do buôn bán mà C.Mác đã mô tả trong thời kỳ đầu 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.

4.6. Sự tạo ra sự đồng thuận giữa 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 n-ớc 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 th-ơng. Tr-ớc hết là cần hiểu biết đầy đủ, kỹ l-ỡng môi tr-ờng quốc tế của doanh nghiệp. Sự hiểu biết đó bao gồm các mặt nh- : những đặc điểm chung nhất của môi tr-ờng kinh doanh quốc tế, môi tr-ờng kinh tế, chính trị, luật pháp của n-ớc - bạn hàng, môi tr-ờng văn hoá... Thứ hai để xác định h-ớng kinh doanh ở thị tr-ờng n-ớc 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 tr-ờng ngoài n-ớc khi không có đủ thông tin. Thứ t- , doanh nghiệp phải xác định rõ quy mô, địa bàn kinh doanh trên thị tr-ờng quốc tế. Thông th-ờng là từ quy mô nhỏ, phạm vi thị tr-ờng nhỏ rồi tùy sự thành công mà mở rộng. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp còn phụ thuộc vào ph-ơng 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 h-ớng tới khuyến khích hoạt động ngoại th-ơng có hiệu quả cao, phát huy mạnh mẽ lợi thế so sánh của đất n-ớc. Thứ sáu, đào tạo và đào tạo lại nhằm có đ-ợc đội ngũ doanh nhân biết làm giàu cho doanh nghiệp và đất n-ớc.

cuu duong than cong. com

Sửa bản in: **Nguyễn Văn An**

Eo ôi! Mệt quá!

cuu duong than cong. com