

**GIÁO
TRÌNH
KINH TẾ
NGOẠI
THƯƠNG**

GIÁO TRÌNH KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

LỜI NÓI ĐẦU

Nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo cán bộ kinh tế đối ngoại và quản trị kinh doanh thương mại quốc tế phù hợp với cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, bộ môn Kinh tế Ngoại thương 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 thương. Những kiến thức này rất cần thiết để hiểu được những vấn đề kinh tế và chính sách cụ thể đang diễn ra trong hoạt động ngoại thương nước ta cũng như chính sách ngoại thương của Nhà nước.

Đối tượng phục vụ chủ yếu của giáo trình Kinh tế Ngoại thương là sinh viên ngành kinh tế ngoại thương 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 thương mại.

Giáo trình Kinh tế Ngoại thương được chia làm 4 phần, bố cục thành 11 chương

Phần I : Những vấn đề cơ bản về phát triển Ngoại thương

Phần II : Ngoại thương 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 thương.

Giáo trình Kinh tế Ngoại thương 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 trường có sự quản lý của Nhà nước trong quá trình mở rộng thương 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 thương trong nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước trong quá trình hội nhập là vấn đề phức tạp. Do đó, mặc dù có nhiều cố gắng, nhưng giáo trình này không tránh khỏi các thiếu sót. Rất mong nhận được sự đóng góp của bạn đọc.

Hà nội, tháng ... năm 2001

Tác giả

GS.TS. Bùi Xuân Lưu

CHƯƠNG 1

ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Các khái niệm cơ bản về ngoại thương

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

Các nhà kinh tế học còn dùng định nghĩa ngoại thương như là một công nghệ khác để sản xuất hàng hoá và dịch vụ (thậm chí cả các yếu tố sản xuất). Như vậy, ngoại thương được hiểu như là một quá trình sản xuất gián tiếp.

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

Điều kiện để ngoại thương 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 tư bản thương nghiệp; 2) Sự ra đời của Nhà nước và sự phát triển của *phân công lao động quốc tế giữa các nước*.

Ngoại thương là hoạt động kinh tế đã có từ lâu đời: dưới 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 thương chỉ phát triển với quy mô nhỏ bé. Lưu 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 đương thời.

Ngoại thương chỉ thực sự phát triển trong thời đại tư bản chủ nghĩa. Ngoại thương trở thành động lực phát triển quan trọng của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa.

Ngày nay sản xuất đã được 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 thương 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 thương không chỉ là một nhân tố bổ sung cho kinh tế trong nước mà cần coi sự phát triển kinh tế trong nước phải thích nghi với lựa chọn phân công lao động quốc tế.

Bí quyết thành công trong chiến lược phát triển kinh tế của nhiều nước là nhận thức được mối quan hệ hữu cơ giữa kinh tế trong nước và mở rộng quan hệ kinh tế với bên ngoài.

Vấn đề quan trọng ở đây là, một mặt, phải khai thác được mọi lợi thế của hoàn cảnh chủ quan trong nước 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 tương đối có thể dành được và so sánh điều đó với cái giá phải trả. Thuận lợi có thể tạo ra được 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 thương 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 nước là những quan hệ giữa những người tham gia vào quá trình sản xuất và lưu thông trong nước đó. Quan hệ thương mại của một nước với nước ngoài là sự tiếp tục trực tiếp các quan hệ sản xuất bên trong nước đó. Song nó được phát triển trong một môi trường khác, ở đó thể hiện các quan hệ kinh tế hoàn toàn không giống các quan hệ kinh tế trong nước. Sự phát triển các mối quan hệ thương mại phù hợp với các mối quan hệ kinh tế trong nước, nhưng lại mang những đặc điểm khác. Thị trường thế giới và thị trường 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 trường này thực hiện theo những hình thức và phương 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 thương 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 thương.

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 thương và các công cụ thực hiện chính sách ngoại thương của Nhà nước Việt Nam qua các thời kỳ, đặc biệt là thời kỳ đổi mới.

3. Giúp cho sinh viên có phương pháp luận đúng đắn trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động ngoại thương, tập dượt phân tích chính sách ngoại thương của Nhà nước Việt Nam qua các thời kỳ, có tư duy khoa học, đúng đắn trong

việc tham gia vào thực hiện và hoạch định chính sách ngoại thương của Nhà nước trong quá trình thực hiện Công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước 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 thương; chức năng, nhiệm vụ ngoại thương; mối quan hệ giữa phát triển ngoại thương với phát triển và tăng trưởng kinh tế; các quan điểm chỉ đạo hoạt động ngoại thương của Nhà nước Việt Nam.

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

3. Nghiên cứu tương 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 hướng vận động của chúng trong quá trình thực hiện công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước 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 thương nhằm giúp cho sinh viên có phương pháp luận đúng đắn trong việc phân tích, đánh giá và tìm kiếm giải pháp xây dựng phương án kinh doanh có hiệu quả về kinh tế và xã hội.

2. Đối tượng, nội dung nghiên cứu

Kinh tế ngoại thương là một môn kinh tế ngành. Khái niệm ngành kinh tế ngoại thương còn được hiểu như là một tổ hợp cơ cấu tổ chức thực hiện chức năng mở rộng, giao lưu hàng hoá, dịch vụ với nước ngoài.

Đối tượng nghiên cứu của kinh tế ngoại thương là các quan hệ kinh tế trong lĩnh vực buôn bán của một nước với các nước ngoài. Cụ thể, nó nghiên cứu sự hình thành, cơ chế vận động, quy luật và xu hướng phát triển của hoạt động ngoại thương 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 thương của nước ta phục vụ cho sự nghiệp xây dựng CNXH và phát triển đất nước.

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

Ở 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 chưa trải qua giai đoạn phát triển tư bản 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 thương* là tổng thể các quan hệ kinh tế của nền kinh tế quốc dân với nước ngoài, là một bộ phận của quá trình tái sản xuất xã hội. Các quy luật của lưu thông hàng hoá bắt nguồn từ các quy luật kinh tế hoạt động bên trong và bên ngoài nước đó (thị trường trong nước và thị trường ngoài nước), do vậy, cần phải có quan điểm hệ thống và toàn diện trong nghiên cứu cũng như trình bày các phạm trù của lưu thông đối ngoại trong quan hệ và tác động qua lại với sản xuất, tiêu dùng trong nước, trong mỗi quan hệ và tác động qua lại giữa thị trường trong nước và thị trường ngoài nước.

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 thương. 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 phương pháp nghiên cứu và phân tích khoa học các vấn đề trong kinh tế nói chung và kinh tế ngoại thương nói riêng.

d. *Các kết luận khoa học* đều được rút ra từ nghiên cứu thực tế, ngược lại, cần phải kiểm nghiệm thường 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. Nhưng nếu không có lý luận chỉ đường thì hoạt động thực tế sa vào mù quáng.

Trên cơ sở các phương pháp nghiên cứu đã trình bày, việc nghiên cứu những vấn đề kinh tế ngoại thương cần phải trải qua các giai đoạn quan sát, xây dựng phương án và thực nghiệm. Quan sát là giai đoạn đầu tiên của bất kỳ quá trình nghiên cứu nào.

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

Xây dựng phương án là giai đoạn đưa 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 như chiến lược phát triển ngoại thương 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 như 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 đưa các dự án vào áp dụng trong một phạm vi hẹp (một đơn vị cơ sở, một vài địa phương) 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 bàn 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.

Dưới 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 Chlild (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, thường 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.

Nhưng 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 cường 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 cường 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 ưu tiên 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 nước mình, vì vừa bán được hàng mà còn được cả những món lợi khác như cước vận tải, phí bảo hiểm.

Ảnh hưởng của lý thuyết trọng thương đã bị mờ nhạt đi sau năm 1800. Các cường quốc thực dân ít hạn chế sự phát triển khả năng công nghiệp ở các thuộc địa của họ, nhưng các thủ đoạn hợp pháp vẫn buộc chặt quan hệ thương mại của các nước thuộc địa với “chính quốc”.

Việt Nam, giống như nhiều nước khác, đã giành được độc lập sau đại chiến Thế giới lần thứ II, đã bắt đầu xây dựng cơ cấu sản xuất và chiến lược thương mại gần giống như những ý tưởng trong thời hoàng kim của lý thuyết trọng thương. Những nỗ lực nhằm chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng xuất khẩu sẽ được bàn luận tiếp ở các phần sau của chương này và các chương sau.

Cán cân thương mại thuận lợi (xuất siêu) chưa hẳn là một tình trạng có lợi

Một số khái niệm của thời trọng thương ngày nay vẫn tiếp tục tồn tại. Chẳng hạn, thuật ngữ *Cán cân thương mại thuận lợi* vẫn được sử dụng để chỉ xuất khẩu của một nước nhiều hơn nhập khẩu. *Cán cân thương mại nghịch lợi* để chỉ tình trạng thâm hụt trong thương 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 thương mại thặng dư chưa hẳn là có lợi và cán cân thương mại thâm hụt chưa chắc là không tốt. Nếu một nước có cán cân thương mại thặng dư hay cán cân thương mại thuận lợi thì khi đó nước này nhận hàng hóa và dịch vụ từ nước ngoài vào ít hơn trị giá hàng hoá và dịch vụ họ gửi đi.

Trong giai đoạn chủ nghĩa trọng thương, khoản chênh lệch này được thanh toán bằng vàng. Nhưng ngày nay, khoản chênh lệch thường được thanh toán bằng tín dụng cấp cho nước bị thâm hụt. Nếu khoản tín dụng này không được trả trong thời gian quy định thì hiện trạng cán cân thương mại này thực sự trở thành điều bất lợi cho nước thặng dư mậu dịch.

Trong những năm gần đây, thuật ngữ “chủ nghĩa trọng thương mới” xuất hiện (Neomercantilism) được sử dụng để mô tả những nước muốn đạt được cán

cân thanh toán thuận sai nhằm cố gắng đạt được mục tiêu kinh tế hay xã hội nào đó.

Ví dụ: Để có được việc làm đầy đủ cho người dân, một nước sẽ sản xuất vượt quá nhu cầu trong nước và xuất khẩu phần dư thừa ra nước ngoài. Hoặc một quốc gia muốn có ảnh hưởng chính trị tại một vùng nào đó, họ đưa vào vùng này số hàng hoá dịch vụ nhiều hơn số hàng hoá dịch vụ mà họ nhận được 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 nước 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 nước mình?

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

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 thương cho rằng sự phồn vinh của một nước phụ thuộc vào số châu báu mà nước đó tích trữ được. Thay vào đó, ông cho rằng sự giàu có thực sự của một nước là tổng số hàng hoá và dịch vụ có sẵn ở nước 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 thương mại không bị hạn chế thì lợi ích của thương mại quốc tế thu được do thực hiện nguyên tắc phân công. Ông phê phán sự phi lý của những hạn chế của lý thuyết trọng thương 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: Phương ngôn của mọi người chủ gia đình khôn ngoan là không bao giờ tự sản xuất lấy những gì mà nếu đi mua sẽ được rẻ hơn. Người thợ may không khi nào hì hục đóng đôi giày, mà thường đi mua ở người thợ giày. Và người thợ giày cũng không cần loay hoay cắt may, mà nhờ anh thợ may hộ. Người nông dân không tự làm lấy hai thứ trên, mà nhờ vào các tay thợ khéo. Mọi người 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 được số sản phẩm ấy để đi mua mọi thứ cần dùng khác.

Những gì trong sinh hoạt cá nhân được coi là khôn ngoan ít khi nào lại là một điều rõ ràng đối với quốc gia. Nếu một nước 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 nước khác.

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

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

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

Ngày nay người ta thường buôn bán, trao đổi các loại hàng hoá đã được 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 nước này có nguồn mỏ bạc dồi dào mà do họ có thể sản xuất được 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 nước phải nhập khẩu sắt và than, hai thành phần quan trọng cần thiết cho quá trình sản xuất thép. Nhưng nhờ có được quy trình chế biến thép tiết kiệm được nguyên liệu trên và lao động nên các nhà sản xuất thép Nhật Bản rất thành công trong cạnh tranh trên thị trường.

Lợi thế tuyệt đối đề cập tới số lượng của một loại sản phẩm có thể được sản xuất ra, sử dụng cùng một nguồn lực ở hai nước khác nhau. Một nước được coi là có lợi thế tuyệt đối so với nước kia, trong việc sản xuất hàng hoá A khi

cùng một nguồn lực có thể sản xuất được nhiều sản phẩm A ở một nước thứ nhất hơn là nước 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 trường hợp lợi thế tuyệt đối tương hỗ. Mỗi nước đều có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất một loại sản phẩm. Trong trường hợp như thế, tổng sản phẩm của cả hai nước có thể tăng lên (so với nền kinh tế tự cung tự cấp) nếu mỗi nước chuyên môn hoá sản xuất loại sản phẩm mà nước đó có lợi thế tuyệt đối.

Ví dụ sau đây đưa ra tình huống giả định về sản lượng lúa gạo và vải vóc ở Việt Nam và Hàn Quốc. Trong ví dụ này, sản lượng thế giới về cả lúa gạo và vải vóc đều tăng lên khi mỗi nước sản xuất nhiều hơn những hàng hoá mà nước 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: Lượng lúa gạo và vải vóc có thể được 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 sản 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 lượng 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 lượng của cả hai loại hàng hoá. Ở ví dụ này, trình bày sự thay đổi về sản lượng 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 lượng trên thế giới sẽ tăng 5 tạ lúa và 4m² vải, trên toàn thế giới sẽ có lợi ích do chuyên môn hoá. Trong trường 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 thương trở thành hiện thực. Việt Nam sẽ sản xuất nhiều lúa gạo và Hàn Quốc thì sản xuất được nhiều vải hơn so với trước khi hai nước này còn ở trong tình trạng tự cung tự cấp. Như vậy, Việt Nam sẽ phải sản xuất nhiều lúa gạo và ít vải hơn so với nhu cầu của người tiêu dùng ở Việt Nam, và Hàn Quốc sẽ sản xuất nhiều vải và ít lúa gạo hơn so với nhu cầu người tiêu dùng ở Hàn Quốc. Nếu người tiêu dùng ở cả hai nước 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 thương mại vẫn diễn ra ở những nước có lợi thế tuyệt đối về tất cả các sản phẩm vì các nước này cần phải hy sinh sản lượng kém hiệu quả để sản xuất ra sản lượng có hiệu quả hơn.
- Hay nói cách khác những lợi ích do chuyên môn hoá và ngoại thương mang lại phụ thuộc vào lợi thế so sánh chứ không phải lợi thế tuyệt đối.

Khi mỗi nước có lợi thế tuyệt đối so với nước khác về một loại hàng hoá, lợi ích của ngoại thương là rõ ràng. Nhưng điều gì sẽ xảy ra nếu một nước có thể sản xuất có hiệu quả hơn nước kia trong hầu hết các mặt hàng ? Hoặc những nước 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 thương diễn ra như thế nào với những nước này.

Trên thực tế đó là câu hỏi David Ricardo đưa ra từ hơn 170 năm trước, 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 thương mại quốc tế. Đó là *lý thuyết về lợi thế so sánh*. Ngày nay, lý thuyết của ông vẫn được các nhà kinh tế chấp nhận như một tuyên bố có căn cứ về những lợi ích tiềm tàng của thương mại quốc tế.

Theo David Ricardo cơ chế xuất hiện lợi ích trong thương mại quốc tế là:

- Mọi nước đều có lợi khi tham gia vào phân công lao động quốc tế. Bởi vì *ngoại thương cho phép mở rộng khả năng tiêu dùng của một nước*: 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 nước khác.

- Những nước có lợi thế tuyệt đối hoàn toàn hơn trước khác, hoặc bị kém lợi thế tuyệt đối hơn so với nước 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 nước 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, nhưng một cách suy luận không đơn giản có thể làm rõ lập luận của lý thuyết này. Giả thiết rằng một luật sư giỏi cũng có khả năng làm việc của một cô văn thư, thư ký thành thạo. Vậy có kinh tế không nếu luật sư đảm đương luân các công việc hành chính văn phòng? Hoàn toàn không. Ông ta có thể kiếm được nhiều tiền hơn bằng cách cống hiến năng lực nghề nghiệp của mình cho công việc ở công ty luật, cho dù phải mướn một cô văn thư 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 lượng vải có sẵn trước khi có ngoại thương, 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 thợ 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 thợ 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 thợ 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 trường hợp Smith thiếu sót, biến công thức của Smith thành một biệt lệ, khi lợi thế về giá thành tương đối của quốc gia cũng là một lợi thế tuyệt đối.

Nhưng cần lưu ý: Lý thuyết của D. Ricardo tuy có chứng minh được những ích lợi của mậu dịch, nó vẫn không xác định được tỷ lệ trao đổi quốc tế, nghĩa là giá cả quốc tế. Lý thuyết của Ricardo dựa trên căn bản hàng đổi hàng, chỉ để 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 tương đối (giá phí tương đối) chứ không phải là tuyệt đối.

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

Lý thuyết của D. Ricardo mới chỉ đề cập tới yếu tố cung, chưa 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 thương... đôi khi một kiểu cách mạng công nghiệp ở một nước 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 tương đối của nhân công chứ không phải phí tổn của nhân công như D. Ricardo.

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

Đầu vào Nhân công (số ngày)	Quốc gia	Đầu ra	
		Rượu (Thùng)	Vải (Kiện)
300	Bồ Đào Nha	100	75
300	Anh	50	60

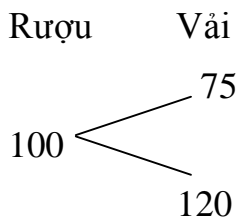
Chúng ta thấy, cùng một nguồn lực (đầu vào) là nhân công, Bồ Đào Nha có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất cả hai thứ hàng, nhưng tương đối có lợi thế hơn về rượu ($100/50 = 2/1$ so với $75/60 = 5/4$). Ngược lại Anh lại ít bất lợi hơn về vải ($60/75 = 4/5$ so với $50/100 = 1/2$).

Một cách tổng quát, có thể phát biểu nguyên tắc lợi thế tương đối như sau:

Nếu với cùng một đầu vào, người ta có thể sản xuất được a_1 và b_1 lượng 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, tương 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 được chấp nhận

Nếu không có ngoại thương giữa hai nước, Bồ Đào Nha có thể dùng cho thùng rượu để đổi lấy 75 kiện vải (tỷ lệ $100/75 = 4/3$); ở Anh có thể dùng 100 thùng rượu 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 rượu đổi được 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 tương đối của nhân công mỗi nước. 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 tương quan của cầu.

Theo S. Mill, tỷ lệ mậu dịch thực sự sẽ phụ thuộc vào cường độ, cũng như độ co giãn của cầu nhập khẩu của mỗi nước, nghĩa là phụ thuộc vào số cầu tương quan. Cần lưu ý rằng, số cầu không phải là một bảng biến thiên của số lượng theo mức giá, mà là số lượng hàng xuất khẩu của một quốc gia theo các tỷ lệ mậu dịch hay các số lượng 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 rượu lấy 95 kiện vải, thì lý luận của S. Mill như sau: Nếu ở “mức giá” quốc tế đó, số cầu của Anh sẽ là một bội số của 100 thùng rượu (chẳng hạn 1000 lần, hay 100.000 thùng), và của Bồ Đào Nha cũng là một bội số tương ứng của 95 kiện vải (nghĩa là 1000 lần hay 95.000 kiện) thì số cầu tương quan sẽ quân bình, số xuất khẩu của quốc gia sẽ vừa đủ để trang trải số nhập khẩu.

Ngược lại, với mức giá 100 thùng rượu/95 kiện vải, dân Anh chỉ mua 800 lần nhiều hơn, nghĩa là 800.000 thùng rượu, thì với số xuất khẩu ấy, Bồ Đào Nha chỉ có thể mua được 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 rượu, thí dụ 108 thùng, nghĩa là 108/95 sẽ là “mức giá” mới, hay 100/87,9. Thấy giá có lợi hơn trước, dân Anh sẽ mua rượu nhiều hơn, thí dụ 90.000 thùng. Ngược lại, dân Bồ Đào Nha lúc ấy cũng bằng lòng mua trong khả năng xuất khẩu của mình được $900 \times 87,9$ hay 79.110 kiện vải. Với giá mới 100 thùng rượu/87,9 kiện vải, quân bình mậu dịch sẽ thực hiện nếu Bồ Đào Nha xuất khẩu 90.000 thùng rượu 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 nước, tùy ở năng suất tương đối của mỗi quốc gia.

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

- Nhưng 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 tương đối, Smith và Ricardo mô tả sản lượng có thể gia tăng như thế nào nếu hai nước 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 đưa ra phân tích là một mô hình dựa hẳn vào phương 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 thương 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 người ta phải phối hợp nhiều yếu tố theo nhiều tỷ lệ khác nhau. Những yếu tố thường được nêu ra nhất là: đất đai, nhân công và tư bản, chứ không chỉ thuần túy có nhân công hay nhân công và tư bản kết hợp với nhau theo một tỷ lệ nhất định, như quan niệm cổ

điền. Đầu vào (nhập lượng) 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 lượng (đầu ra) cao nhất. Thêm vào đó ý niệm giá của các yếu tố sản xuất còn được đưa vào hàm sản xuất để xác định các điều kiện cung cấp sản phẩm.

Lý thuyết này cho rằng sự khác nhau ở các nước về môi trường 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 nước có sở trường sản xuất và xuất khẩu sản phẩm sử dụng nhân tố sản xuất dư thừa và do đó sẽ rẻ hơn.

Như 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 lương thấp. Nhưng 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 phương 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 chưa 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 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 dịch 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 hình thành và phát triển của ngoại thương là tất yếu khách quan

của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa. Nền kinh tế thị trường tư bản chủ

nghĩa là một nền kinh tế hàng hoá luôn đòi hỏi có thị trường ngày càng mở rộng, không chỉ là thị trường tiêu thụ sản phẩm mà còn cả thị trường cung cấp nguyên liệu cho sản xuất. Và điều quan trọng hơn hết, ngoại thương xuất hiện là một tất yếu do sự chi phối của quy luật giá trị thặng dư tối đa.

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

Lý thuyết cổ điển về mậu dịch 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 như một 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 mậu dịch 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 mậu dịch cổ điển được dùng trong nửa đầu thế kỷ XIX được dùng như một luận cứ bên vực chính sách mậu dịch thuần tuý hơn là một thế 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 nước. Cái khác biệt tương đối về phí tổn sản xuất sẽ ấn định phạm vi chuyên môn hoá các thứ hàng xuất nhập khẩu của một quốc gia. Nhưng căn bản sự khác biệt đó là gì? Các tác giả cổ điển ít lưu ý tới nên không có câu trả lời rõ ràng. Để giải thích sự vượt 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, tư bản. Nhưng 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 lượng 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 người luật sư giỏi 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, người luật sư có thể làm công việc thu ký mà không từ bỏ thu nhập cao hơn của người luật sư.

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

- Mục tiêu của các quốc gia có thể không được 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 lượng 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 được đề cập tới trong lý thuyết lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh. Sự chuyên môn hoá tiết kiệm được lượng 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 vận chuyển hàng hoá tốn nhiều tài nguyên hơn lượng tài nguyên tiết kiệm được do chuyên môn hoá thì lợi thế của ngoại thương 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 nước, nhưng chúng lại không được 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, người công nhân này khó có thể làm được một công việc lạ lẫm như vậy. Ngược lại với các lý thuyết này, cũng có những nguồn tài nguyên được di chuyển trên khắp thế giới, dù không nhiều bằng di chuyển trong một nước. Như trong những năm gần đây có một số lượng lớn công nhân Việt Nam được thuê mướn 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. Nhưng dịch vụ đang được gia tăng trong tỷ trọng thương mại thế giới. Điều này không giống các lý thuyết thương mại cổ xưa, vì tài nguyên cũng phải được sử

dụng trong sản xuất hàng hoá cũng như trong dịch vụ. Ví dụ, Hoa kỳ trao đổi rộng rãi hàng hoá và dịch vụ với các nước khác. Những dịch vụ mà Hoa kỳ bán rộng rãi ra nước ngoài đó là giáo dục (các sinh viên nước ngoài theo học tại Hoa kỳ), hệ thống thẻ tín dụng ... Tuy vậy, Hoa kỳ lại là nước 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 được chuyển cho ngành hàng hải.

Các lợi ích khác từ ngoại thương

Các lý thuyết dựa vào lợi thế so sánh cho thấy các lợi ích từ ngoại thương tăng nếu khai thác được sự chênh lệch giá về sản phẩm giữa các nước ở một thời điểm hoặc một thời kỳ nào đó. Nhưng rõ ràng có các lợi ích khác từ ngoại thương mà không liên quan gì đến sự chênh lệch giá cả và do đó không được các lý thuyết về lợi thế so sánh xác định.

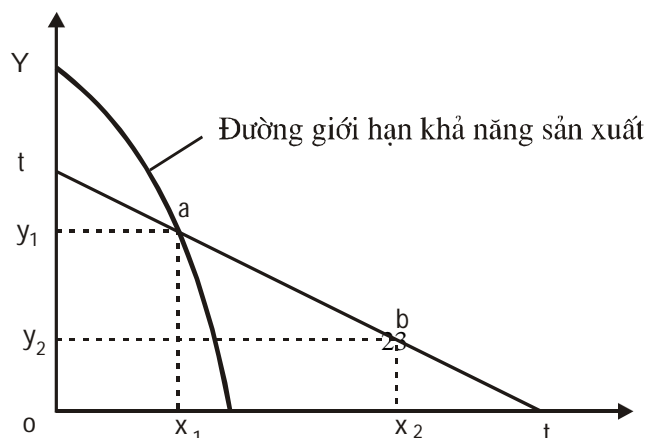
Các nguồn lợi ích khác từ ngoại thương là:

- Đa dạng hoá sản phẩm (nhằm phân tán rủi ro)
- Đạt được 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 trường của các công ty trong nước)
- 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 người tiêu dùng và sản xuất.

Ngoại thương và đặc biệt là ngoại thương gắn với đầu tư trực tiếp của nước 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 chưa 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. Nhưng 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.

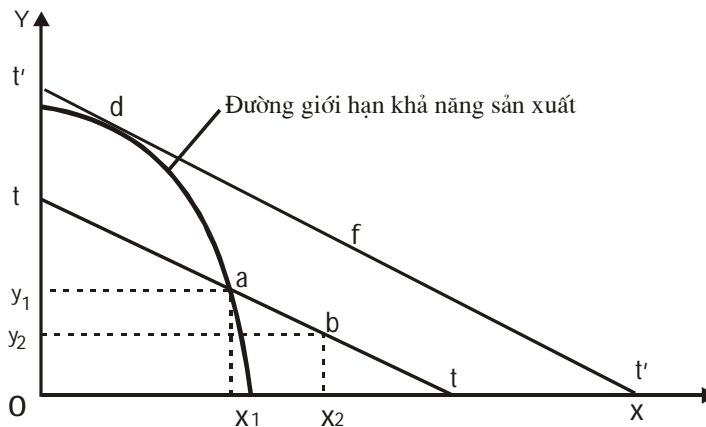
1. *Sản xuất cố định*: Đường đen đậm là giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế. Nếu không có ngoại thương, nền kinh tế phải tiêu dùng hết số lượng hàng sản xuất ra. Khi ấy đường giới hạn khả năng sản xuất cũng là đường giới hạn khả năng tiêu dùng.

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 như 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 thương 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

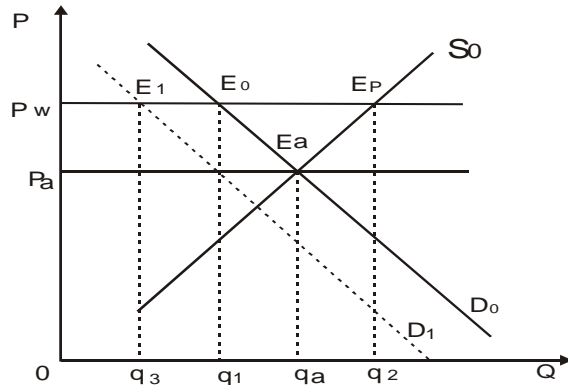
Bây giờ, chúng ta có thể sử dụng việc phân tích cung và cầu để chỉ ra số lượng hàng xuất khẩu và nhập khẩu được xác định như thế nào ở một nền kinh tế mở quy mô nhỏ. Trước hết, ta chia tất cả hàng hoá làm hai loại:

- Những hàng hoá và dịch vụ mậu dịch là loại hàng hoá và dịch vụ đi vào nền thương 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 thương 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

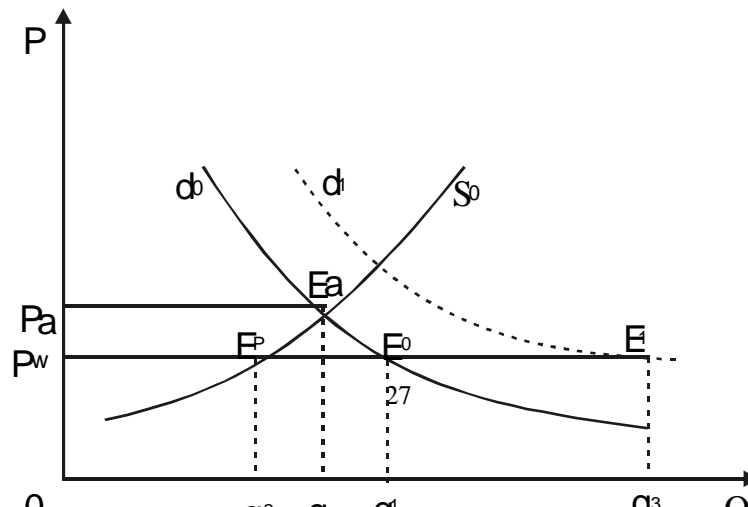
Hàng xuất khẩu của một nền kinh tế mở quy mô nhỏ là sự khác nhau giữa hàng cung và cầu trong nước tính theo giá quốc tế. Các đường D_0 và S_0 là đường cầu và cung trong nước đối với một hàng hoá xuất khẩu điển hình. Sự cân bằng tự cung tự cấp sẽ là điểm E_a khi mà lượng hàng a được sản xuất và tiêu thụ 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 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 lượng hàng cung và cầu trong nước bằng nhau; giá được xác định bởi giá thế giới là lượng hàng cầu vượt quá lượng hàng cung trong nước được đáp ứng bằng nhập khẩu.

Ở biểu đồ 2, đường D_O và S_O là đường cầu và đường cung trong nước đối với một loại hàng nhập khẩu điển hình. Sự cân bằng tại E_a , khi mà lượng hàng q_a được sản xuất trong nước và tiêu dùng trong nước 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 thương (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 lượng hàng q_2 được sản xuất ra. Mức sản xuất thấp hơn mức tiêu thụ trong nước, lượng hàng $q_1 - q_2$ sẽ được nhập khẩu. Nếu mức cầu trong nước chuyển sang D_1 , mức cân bằng tiêu thụ chuyển sang E_1 với lượng hàng q_3 , với mức sản xuất trong nước không đổi, hàng nhập khẩu tăng lên $q_3 - q_2$.

Đối với một nền kinh tế mở, sự cân bằng trên một thị trường xác định là không đối đối với sự khác nhau về cung và cầu trong nước. Nếu ở mặt bằng giá quốc tế, lượng hàng cầu vượt quá lượng hàng cung trong nước, loại hàng đó sẽ được nhập khẩu; nếu lượng hàng cung vượt quá lượng hàng cầu trong nước ở mức giá này hàng đó sẽ được xuất khẩu.

Hiệu quả của sự thay đổi cung và cầu trong nước.

Giả sử rằng thị hiếu của người tiêu dùng trong nước có sự thay đổi. Ở một giá và giá trị xác định nào đó của những yếu tố khác có ảnh hưởng tới lượng hàng cầu, người tiêu dùng quyết định tiêu thụ ít đi loại hàng xuất khẩu và nhiều lên loại hàng nhập khẩu. Quyết định này được 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. Ở mặt bằng giá quốc tế, những thay đổi đó dẫn tới sự tăng lên của lượng hàng được xuất khẩu (biểu đồ 1) và của lượng hàng được 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 lương 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 trước 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 dư 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 dư 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 dư 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 có thể đến từ phía nhà xuất khẩu hay nhập khẩu. Công việc kinh doanh được thúc đẩy có thể từ phía nhà nhập khẩu vì họ đang tìm kiếm nguồn cung cấp rẻ hay các bộ phận có chất lượng hơn để sử dụng cho quy trình sản xuất của họ. Hoặc doanh nghiệp đang tìm kiếm mặt hàng mới từ nước ngoài để bổ sung cho mặt hàng đang có của họ, nhằm tăng doanh số bán. Nhờ có nguồn cung cấp nguyên liệu phù hợp và rẻ sẽ giúp doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ 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 (như 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 chuyên 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 ưu đãi yếu tố 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, nhưng doanh nghiệp thường là người ra các quyết định kinh doanh. Các doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội thương mại nhằm sử dụng khả năng dư 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.

CHƯƠNG 3

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 như 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 thương thực hiện chức năng lưu thông hàng hoá giữa trong nước với nước ngoài”.

TUY VẬY, Ở ĐÂY CẦN PHÂN BIỆT CHỨC NĂNG CỦA “LƯU THÔNG HÀNG HOÁ VỚI NƯỚC NGOÀI” VỚI TƯ CÁCH LÀ MỘT KHẤU CỦA QUÁ TRÌNH TÁI SẢN XUẤT XÃ HỘI, VỚI CHỨC NĂNG CỦA NGOẠI THƯƠNG VỚI TƯ CÁCH LÀ MỘT LINH VỰC KINH TẾ.

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

Thứ nhất: *Tạo vốn cho quá trình mở rộng vốn đầu tư trong nước.*

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 được sản xuất trong nước 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 lưu thông hàng hoá giữa trong nước với nước ngoài, chức năng cơ bản của ngoại thương là: Tổ chức chủ yếu quá trình lưu thông hàng hoá với bên ngoài, thông qua mua bán để nối liền một cách hữu cơ theo kế hoạch giữa thị trường trong nước với thị trường nước 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 lưu thông hàng hoá với bên ngoài, ngoại thương 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 mỗi quan tâm hàng đầu của ngoại thương chính là việc đưa đến cho sản xuất và tiêu dùng trong nước những giá trị sử dụng phù hợp với số lượng và cơ cấu nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng. Tuy vậy, trước khi được thực hiện với tư cách là giá trị sử dụng thì hàng hoá đã được thực hiện với tư 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 chu chuyển hàng hoá, rút ngắn thời gian lưu 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 thương cần có sự quản lý của Nhà nước. Nhà nước quản lý hoạt động ngoại thương 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 lưu 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 ưu đãi có được do quan hệ với các nước XHCN trước 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 đường 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 đường tiến vào thế kỷ 21 của Việt Nam chứa đựng nhiều thuận lợi hơn khó khăn, thời cơ lớn hơn thách thức.

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 nước 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, đưa đất nước ra khỏi tình trạng một nước nghèo và kém phát triển, củng cố vững chắc quốc phòng và an ninh, tạo môi trường thuận lợi cho đất nước 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 nước.

Trong nền kinh tế thị trường, như kinh nghiệm của nhiều nước và của nước ta trong những năm qua chỉ rõ: Nhiệm vụ quan trọng và bao quát của ngoại thương là thông qua hoạt động xuất, nhập khẩu góp phần vào việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá. Vấn đề cơ bản ở đây là khi tham gia vào trao đổi hàng hoá trên thị trường thế giới, nền kinh tế nước ta phải chấp nhận những nguyên tắc

của cạnh tranh trên thị trường, và điều đó đòi hỏi hoạt động ngoại thương phải tính toán kỹ lưỡng, giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm, nghĩa là phải có hiệu quả. Đồng thời, để kinh doanh có hiệu quả cần thay đổi cơ chế quản lý kinh tế trong nước, tháo gỡ những ràng buộc, cản trở hoạt động ngoại thương nói riêng, hoạt động kinh doanh trong cơ chế thị trường nói chung. Thực tiễn nước ta cho thấy nhờ mở cửa kinh tế mà đã hình thành nhiều cơ chế quản lý ngoại thương mới phù hợp hơn với nền kinh tế thị trường như vừa qua. Đối với sự nghiệp công nghiệp hoá, ngoại thương có nhiệm vụ tìm kiếm những đầu vào mới cho công nghiệp và tiêu thụ những 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

đổi 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 đổi 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. Nhưng 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 thường 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 (Ấn 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, trước hết cần giảm bớt sự thiếu hụt, tiến tới cân bằng và có số dư trong cán cân ngoại thương và cán cân thanh toán, tăng tích lũy cho nền kinh tế, trả nợ nước ngoài, có một phần để dự trữ.

Mặt thứ hai, nhưng 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 trưởng kinh tế ở các nước kém phát triển như nước ta trong giai đoạn đầu công nghiệp hoá.

Ở nước ta, tình trạng không có việc làm hoặc làm không đầy đủ chiếm 20% lực lượng 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 nước, nếu không có ngoại thương hỗ trợ đắc lực thì không thu hút thêm được bao nhiêu lao động. Mức diện tích đất đai canh tác theo đầu người của ta vào loại thấp nhất thế giới. Khả năng đầu tư thâm canh không nhiều, các chương trình khai khẩn các vùng đất mới không phải dễ dàng thực hiện, hoặc gây ra nạn phá rừng, huỷ hoại môi trường. Trong công nghiệp và dịch vụ cũng không mấy khả quan. Do khả năng đầu tư thấp và sức mua kém nên sự phát triển của công nghiệp và dịch vụ ở trong nước chậm chạp, không tạo được bao nhiêu việc làm. Đưa lao động tham gia vào phân công lao động quốc tế, là lối thoát lớn nhất để giải quyết vấn đề thất nghiệp ở nước 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 chưa lớn, thì xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên là khó tránh khỏi, nhưng xuất khẩu hàng dưới dạng nguyên liệu thô và mức độ chế biến thấp như 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 được 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 người lao động và làm việc tại các xí nghiệp, công ty có vốn nước ngoài, nhiều nước còn khuyến khích đưa lao động và tài nguyên thiên nhiên vào phát triển ngoại thương 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 nước 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 ích 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 nước ta, phát triển công nghệ là mục tiêu quan trọng của ngoại thương. Đây vừa là mục tiêu trước mắt vừa là mục tiêu lâu dài của quá trình công nghiệp hoá. Đối với một nước chậm phát triển như nước ta, trong thời gian đầu, chúng ta có thể tăng nhanh thu nhập, đạt mức tăng trưởng cao nhờ khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có và nguồn lao động dồi dào, nhưng 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 nước 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 đường ngoại thương để tranh thủ công nghệ mới của nước ngoài, áp dụng vào hoàn cảnh cụ thể nước 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 lượng cao và mới riêng của nước ta. Tất nhiên, đây là một quá trình lâu dài, vất vả đòi hỏi có sự tham gia của nhiều ngành, nhiều cấp, nhưng ngoại thương 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 được các doanh nghiệp nước ngoài đánh giá vào loại khá vì dân ta làm việc cần cù và hệ thống giáo dục của ta phát triển tương đối khá, tỷ lệ biết chữ và tốt nghiệp phổ thông tương đối cao. Nhưng 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 hướng thực tế, nhằm đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của thị trường thế giới về chất lượng và số lượng lao động. Kinh nghiệm nhiều nước 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 tư để thu hút một lực lượng lớn lao động rẻ có lợi hơn đầu tư cho phát triển công nghệ mới, nhưng đến thời kỳ tiếp đó, khi giá lao động đã tăng nhiều và khả năng đầu tư theo chiều rộng giảm xuống, thì công nghệ mới với năng suất cao hơn là yếu tố quyết định. Nhận biết xu hướng 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 ưu tiên quá cao cho đầu tư phát triển công nghệ mới ngay trong giai đoạn đầu, chúng ta sẽ không tranh thủ được tiềm năng và hiệu quả của nguồn lao động dồi dào, giá rẻ. Nhưng nếu quá chú ý lợi ích trước mắt, tập trung cao cho việc khai thác nguồn lao động rẻ, ít đầu tư phát triển công nghệ mới, sẽ làm cho đất nước phát triển chậm lại.

Để thực hiện những mục tiêu nhiệm vụ trên, trong ngoại thương 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 được lần lượt trình bày tại các chương mục của cuốn sách này.

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

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 tư tưởng, 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 Á, Châu Âu 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 Cu ba 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 người 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 như 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 ... Nhưng 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. Đương nhiên để thực hiện những nhiệm vụ đó cần phải có những biện pháp, chính sách cũng như 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.

CHƯƠNG 4

MỐI QUAN HỆ GIỮA NGOẠI THƯƠNG VÀ CÁC LĨNH VỰC QUAN TRỌNG CỦA NỀN KINH TẾ

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

1. Ngoại thương và sản xuất

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

Sản xuất có phát triển thì xã hội mới giàu có. Nhưng 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 trường cho sản xuất phát triển.

Trong điều kiện kinh tế kém phát triển như nước ta, nền kinh tế mất cân đối nghiêm trọng, việc buôn bán với nước ngoài đưa 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 ước)*

Khu vực sản xuất xã hội	Sản xuất trong nước	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, bưu điện	100	50	100	150
- Thương mại	500	200	350	650

- Tài chính, tín dụng, ngân hàng và bảo hiểm	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 dưới 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 (dưới 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, nhưng 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 tư tưởng, 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 lượng 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 lượng và chất lượng 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 lượng sản xuất. Đương 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 thương có quan hệ với tiêu dùng cá nhân trên các mặt:

Một là, ngoại thương nhập khẩu những tư liệu sản xuất cần thiết để phục vụ cho việc sản xuất hàng hoá tiêu dùng trong nước.

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

Hai là, ngoại thương trực tiếp nhập khẩu hàng hoá tiêu dùng mà trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất chưa đủ. Đây là một hoạt động quan trọng của ngoại thương để phục vụ cho tiêu dùng, thoả mãn nhu cầu tiêu dùng đa dạng của nhân dân, nhưng 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 tương ứng với thu nhập hiện có. Mối liên hệ thông qua tiêu dùng thường nảy sinh khi phần lớn lực lượng lao động được trả lương cao hơn mức trước đó, tạo thêm nhu cầu đối với các mặt hàng tiêu dùng đại chúng như 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 nước 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 lượng và chất lượng, kiểu, mốt, thẩm mỹ của hàng tiêu dùng. Điều đó một mặt thúc ép việc sản xuất trong nước muốn phát triển phải đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng, nếu không sẽ không cạnh tranh được với hàng ngoại. Mặt khác ngoại thương có thể

và cần phải đóng vai trò quan trọng trong việc hướng người tiêu dùng vào những đòi hỏi hợp lý đối với thị trường, 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 tầng 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, thoả mãn cả người 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 trước đây về thương mại thường cho rằng các yếu tố sản xuất hầu như không chi phối trên phạm vi quốc tế. Nhưng ngày nay trên thực tế có nhiều rào cản được đưa ra làm hạn chế việc buôn bán sản phẩm hoàn chỉnh. Việc di chuyển các yếu tố sản xuất ra nước ngoài được thực hiện khá phổ biến 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 thường (nhưng 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) được coi là bộ phận cấu thành quan trọng trong việc hình thành tổng lượng vốn kinh doanh cần thiết của các doanh nghiệp. Nhưng tiếp nhận vốn đầu tư không phải là mục đích tự thân cần đạt của các doanh nghiệp. Vốn phải được đưa vào kinh doanh tạo ra lợi nhuận. Ở 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 được 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. Ở 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 như 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 như 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 như: 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 con người.

(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

2. Dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước

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

Chiến lược này có những mặt hạn chế lớn:

- Không phải nước nào cũng có nguồn tài nguyên đủ lớn để phát triển dựa hẳn vào nguồn tài nguyên trong nước. Nước có nguồn tài nguyên rồi cũng cạn kiệt dần.
- Công nghiệp vừa và nhỏ và tạo việc làm tăng trưởng chậm. Phát triển nguồn

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 hướng các nguồn lực vào sản xuất và cung ứng cho thị trường trong nước về những nhu cầu hàng lương 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 hướng 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.

(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.

Trước 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 lương thực, thực phẩm cơ bản tăng chậm hơn mức thu nhập. Ở các nước công nghiệp phát triển, mức tăng nhu cầu lương 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 Á như 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. Ở hầu hết các nước châu Á 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: *Trước 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.

Áp 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. Bước 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 ưu thế 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 được các nhà kinh tế cũng như nhiều người làm chính sách ở các nước đang phát triển lưu ý tới và tìm con đường phát triển khác thay thế. Tuy nhiên, không phải chiến lược sản xuất thay thế nhập khẩu là nguyên nhân về tình hình đáng thất vọng về công nghiệp ở nhiều nước. Đúng hơn là những mất cân đối trong chính sách thay thế nhập khẩu có ảnh hưởng sang các chính sách đi cùng với nó và thúc đẩy nó. Một hình thức thay thế nhập khẩu ít giáo điều hơn được hỗ trợ bởi những chính sách giá cả ôn hoà hướng vào thị trường hơn có thể sẽ là phương thức phát triển thành công.

Chiến lược sản xuất hướng về xuất khẩu là chiến lược "mở cửa" hướng ra thị trường bên ngoài. Chiến lược này được áp dụng rộng rãi ở nhiều nước Mỹ Latinh, từ những năm 50 và những nước Đông Bắc và Đông Nam Á từ những năm 60.

Phương pháp luận của chiến lược 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 nước như thế nào trong sự phân công lao động quốc tế, để mang lợi ích tối ưu cho một quốc gia. Theo cách tiếp cận đó, chiến lược "hướng 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 nước. Chiến lược 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 phương mà thực chất là nuôi dưỡng 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 trường đầu tư cho các nhà tư bản nước 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 tư của các công ty nước ngoài.

Mục tiêu cơ bản của chiến lược này là dựa vào mở mang đầu tư trong nước và đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng như hỗ trợ của tư bản nước ngoài để tạo ra khả năng cạnh tranh cao của hàng xuất khẩu.

Nhờ áp dụng chiến lược này, nền kinh tế nhiều nước đang phát triển trong vài ba thập kỷ qua đã đạt được một tốc độ tăng trưởng 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 trường thế giới. Ngoại thương trở thành "đầu tàu" của nền kinh tế.

Tuy nhiên, áp dụng chiến lược này cũng bộc lộ những nhược 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 mạnh 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 được 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 được. Dù kết quả thu được 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 đưa được 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 được cải thiện theo hướng tăng các mặt hàng chế biến, giảm tỷ trọng các sản phẩm thô, tạo được 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 được 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) Qui mô xuất khẩu còn quá nhỏ bé. 2) Sản xuất chưa bám sát tín hiệu 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 chưa cải thiện được tình trạng lạc hậu về công nghệ ở một số ngành; ít tiếp cận được 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, đưa 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 được 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 chừng mực 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 từ 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 nước ngoài. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia các hoạt động môi giới, khai thác thị trường quốc tế.

Điểm đáng lưu ý nhất là trong chiến lược phát triển ngoại thương 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 được xem là động lực phát triển kinh tế của đất nước. Phát triển ngoại thương là để tăng cường khả năng tự phát triển không ngừng của nền kinh tế quốc dân chứ không chỉ là tăng thu nhập thuần túy, mặc dù không coi nhẹ việc tăng thu nhập.

- Đối với nước ta, một nước trình độ phát triển còn thấp, thiếu vốn và kỹ thuật, nhưng lại có "lợi thế" về tài nguyên thiên nhiên và lao động, việc thực hiện chiến lược hướng mạnh về xuất khẩu, bảo hộ có chọn lọc, có thời hạn đối với sản phẩm sản xuất trong nước.

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

Thực hiện chiến lược 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 nước.

Khung 3.5

Mục tiêu cụ thể của chiến lược xuất, nhập khẩu thời kỳ 2001-2010.

Qui mô và tốc độ tăng trưởng:

- GDP năm 2010 tăng gấp 2 lần so với năm 2000, bình quân tăng khoảng 7,2%/năm

- Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu gấp 2 lần tốc độ tăng trưởng 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 trưởng 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 trưởng 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 thương

Việc xác lập một hệ thống quan điểm rõ ràng, nhất quán về ngoại thương theo đường 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 thương.

3.1 Mở rộng hoạt động ngoại thương để thực hiện mục tiêu "dân giàu nước 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 nước theo định hướng 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 nước ngoài cần được quán triệt sâu sắc và thực hiện nhất quán trong quá trình hội nhập kinh tế với khu vực và quốc tế, cũng như phát triển ngoại thương 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 phương, các doanh nghiệp.

Đối với nước ta, nền kinh tế vẫn đang trong tình trạng một nền kinh tế chậm phát triển, do vậy thực hiện chiến lược mở cửa với bên ngoài, phát triển ngoại thương là điều kiện không thể thiếu để thúc đẩy kinh tế tăng trưởng cao và bền vững. Nhưng sự tăng trưởng ấy phải được coi là phương tiện để thực hiện từng bước mục tiêu của việc xây dựng CNXH ở nước ta: dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh và mục tiêu chiến lược 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

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

Mở rộng ngoại thương trên cơ sở giữ vững độc lập chủ quyền, định hướng 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 nước trong quá trình hợp tác, nêu cao tinh thần độc lập tự chủ, về phương diện lãnh đạo, chỉ đạo Đảng và Nhà nước phải đảm trách xây dựng đường lối, xác định chiến lược 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 thương. Nói khác đi đó là việc thực hiện quyền quyết định tối cao của quốc gia về đường 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 phương diện tổ chức thực hiện đường lối, chiến lược, mục tiêu của việc phát triển ngoại thương phải trở thành cái đích chỉ đạo công việc hàng ngày của từng cấp, từng địa phương, từng doanh nghiệp. Mỗi ngành, mỗi doanh nghiệp chủ động xem xét, nhận biết xu hướng diễn biến của nền kinh tế thế giới, của thị trường 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 được thuận lợi, mang về nhiều lợi lộc cho đất nước, cho đơn vị. Chúng ta không thực thi việc buôn bán trái với lợi ích quốc gia, dân tộc, càng không bị lôi cuốn trước bất cứ sức ép nào, nhưng cũng không bỏ lỡ những vận hội, lợi ích do thương mại quốc tế mang lại.

Cần nhận thức rằng: sức mạnh kinh tế của một nước là nền tảng cho giữ vững độc lập, chủ quyền và an ninh quốc gia. Hoạt động ngoại thương cũng như mọi hoạt động kinh tế đối ngoại khác phải xuất phát từ lợi ích quốc gia, dân tộc. Nhưng trong quan hệ kinh tế quốc tế, mỗi quan hệ giữa các bên đối tác được 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 thương 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 trường thế giới, hình thành và mở rộng qui mô các mối quan hệ cùng có lợi với các nước 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 nước sẽ làm cho đất nước không tận dụng được 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 mưu "diễn biến hoà bình", chống phá của các thế lực thù địch trên mặt trận kinh tế. Chúng ta chủ trương mở rộng quan hệ buôn bán với tất cả các nước, không phân biệt chế độ chính trị - xã hội khác nhau. Nước ta mong muốn học tập kinh nghiệm của nước ngoài trong quá trình phát triển kinh tế vào việc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở nước 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 nước. Đồng thời, cần đề phòng tư tưởng 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 thương 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 phương hoá quan hệ thương 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 bước đi phù hợp với nền kinh tế nước 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 đưa 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 nước 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 được những điều kiện thuận lợi trong việc di chuyển từ trong nước ra nước ngoài và ngược lại.

Muốn hội nhập, mở cửa kinh tế hướng ra bên ngoài còn cần khai thông thị trường trong nước. Kiên quyết xoá bỏ tình trạng chia cắt thị trường theo lãnh thổ, địa phương và theo thành phần kinh tế. Thực hiện thương mại hoá tất cả các yếu tố tham gia quá trình sản xuất, kinh doanh hàng hoá. Các hàng hoá đó phải được mua bán theo qui luật của thị trường.

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

Việc đa dạng và đa phương quan hệ thương mại và quan hệ kinh tế đối ngoại khác cho phép nước ta phát huy được nhiều lợi thế của đất nước trong phân công lao động quốc tế, thúc đẩy sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu; đồng thời khai thác được nhiều nguồn lực từ nhiều nhà cung cấp nước ngoài phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

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

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

Đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ thương mại và quan hệ kinh tế khác không có nghĩa là chúng ta phát triển tất cả các hình thức quan hệ kinh tế - thương mại với tất cả các nước. Trong từng giai đoạn cụ thể, với từng quốc gia và bạn hàng cụ thể vẫn cần có định hướng ưu 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 thương dưới sự quản lý thống nhất của Nhà nước.

Đảng và Nhà nước ta xác định rất rõ, nền kinh tế nước ta không đi theo cơ chế thị trường tự do, mà theo cơ chế thị trường do Nhà nước thống nhất quản lý, theo định hướng XHCN.

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

Phát triển kinh tế hàng hoá nhiều thành phần là chủ trương chiến lược lâu dài trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở nước ta. Trong nền kinh tế nhiều thành phần ở nước ta, chế độ sở hữu tư liệu sản xuất bao gồm hai loại hình cơ bản: sở hữu toàn dân, sở hữu tư 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 trường dưới sự quản lý thống nhất của Nhà nước.

Đảm bảo sự quản lý thống nhất của Nhà nước trong hoạt động ngoại thương đòi hỏi các doanh nghiệp, các chủ thể khi tham gia hoạt động này phải đi đúng đường lối, quan điểm của Đảng. Đó là tiếp tục thực hiện đường lối đối ngoại với tinh thần Việt Nam muốn là bạn của tất cả các nước; hợp tác và phát triển nhiều mặt với các nước, 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 bước vững chắc trước 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, trước 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

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. Dưới chế độ phong kiến

Thời phong kiến, nền kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế nông nghiệp tự cấp, tự túc, lại thường xuyên bị xáo trộn bởi nạn ngoại xâm nên không sao có khả năng chuyển mình lên một sự phân công lao động xã hội cao hơn trong nông nghiệp và thúc đẩy thủ công nghiệp phát triển một cách mạnh mẽ.

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 ta mua hàng, vì hàng không có sẵn nên họ phải đặt tiền cho những người thợ thủ công Việt Nam sản xuất. Lẽ 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 ưa chuộng còn là những sản vật tự nhiên lấy ở trên rừng, dưới biển về bán. Thực chất ngoại

thương 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 tiền 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 vào chia làm ba loại: một để thoả mãn tiêu dùng xa hoa của vua quan phong kiến như lụa là, gấm vóc, san hô, hồ phách v.v... Một loại khác để “giữ gìn xã tắc” như vũ khí, và những nguyên liệu làm ra vũ khí (sắt, đồng, diêm trắng, diêm vàng...). Cuối cùng là hàng tiêu dùng hàng ngày trong gia đình như gương lược, kim chỉ, thuốc men.

Hàng bán ra gồm nông lâm hải sản quý hiếm do thiên nhiên sẵn có được khai thác đem bán. Về lâm sản có sa nhân, thảo quả, nấm hương, trầm hương, 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 như do bọn vua quan độc quyền để kiếm lời cho bản thân. Họ tiến hành ngoại thương một cách tùy tiện, độc đoán. Những thể lệ mua bán thường không thành văn bản, mà làm theo lệnh của vua chúa. Điều đó gây khó khăn rất nhiều cho các nhà buôn nước ngoài. Ngoài ra về trường 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 nước ngoài đến phải qua một số thủ tục để thay đổi tùy nơi, tùy lúc, nhưng 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 người sản xuất cũng tuân theo lệnh và thể lệ do vua, quan đưa ra. Người có hàng không muốn bán qua trung gian. Thương nhân nước ngoài cũng muốn mua trực tiếp của người có hàng. Vì vậy, độc quyền mua bán của phong kiến cũng chỉ thực hiện được 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 thương Việt Nam dưới thời Pháp thuộc

Dưới 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 Á.

Trước chiến tranh thế giới lần thứ hai, lúc mà Việt Nam đạt mức phát triển cao nhất dưới thời Pháp thuộc, nền kinh tế nước 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 tư ít vốn, thu nhiều lợi nhuận, thu hồi vốn nhanh (dệt, rượu thuốc lá, thuốc da, diêm, đường...)

Với nền kinh tế như vậy, ngoại thương kém phát triển cả về quy mô, mặt hàng và thị trường.

Xuất khẩu chủ yếu của nước 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 nước Đông Dương, 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 như toàn bộ lượng 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 tiêu 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 như xăng dầu, bông, vải. Nhập máy móc thiết bị cũng có, nhưng 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 Dương

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 Dương 1913 - 1939

Về cán cân ngoại thương, trong thời gian 50 năm (1880 - 1939), chỉ có 9 năm các nước Đông Dương nhập siêu, còn 41 năm xuất siêu. Đối với một nước thuộc địa, xuất siêu không phải là bằng chứng của sự phồn vinh và tăng trưởng kinh tế như ở các nước độc lập, vì khối lượng xuất siêu đó phản ánh mức độ tước đoạt, bóc lột của thực dân Pháp.

Để bảo vệ đặc quyền, đặc lợi trong lĩnh vực ngoại thương, Pháp thực hiện ở Đông Dương 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 được miễn thuế nhập khẩu, còn hàng của các nước khác thì bị hàng rào thuế quan ngăn trở, với thuế suất cao. Mặt khác, hàng của Việt Nam (thực tế do tư bản Pháp nắm) nhập vào Pháp được 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 nhưng 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 Dương. Để đối phó lại, các nước đồng minh phong toả nước 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 nước Pháp nhập khẩu vào các nước Đông Dương và của các nước Đông Dương nhập vào Pháp không được 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 Dương do các nước Đông Dương quy định nhưng phải được 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 được nới lỏng, thuế suất tối đa được bãi bỏ, thuế suất tối thiểu được áp dụng đối với hàng nhập khẩu từ nước ngoài, trừ trường hợp hàng nhập khẩu từ Nhật Bản được hưởng thuế suất đặc biệt, thấp hơn thuế suất tối thiểu.

CHƯƠNG 7

NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM SAU CÁCH MẠNG THÁNG 8 -1 945

1. Ngoại thương Việt Nam thời kỳ 1945 - 1954.

Trong hoàn cảnh chiến tranh, ngoại thương nhằm mục tiêu vừa đấu tranh chống âm mưu bao vây và phong tỏa của các đế quốc Pháp vừa duy trì và mở rộng giao lưu 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 lưu 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 ương 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 hẳn giữa ta với địch mà chúng ta vẫn mở mang buôn bán với địch nhưng chỉ cho vùng địch những thứ hàng không hại cho ta và đưa 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 Dương) 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 Dương) nhằm mở rộng phạm vi lưu hành tiền Việt Nam, giữ vững giá trị tiền Việt Nam so với tiền Đông Dương.

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

Những chủ trương mới đó phù hợp với điều kiện chiến tranh và đáp ứng lợi ích của nhân dân hai vùng, được nhân dân hưởng ứng rộng rãi. Kết quả việc thực hiện chủ trương 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 được vòng vây của địch ở biên giới phía Bắc. Hưởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ Việt Nam, Trung Quốc, Liên Xô và các nước Đông Âu, quan hệ chính thức về kinh tế và thương mại giữa nước ta với nước ngoài về mặt Nhà nước được thiết lập.

Năm 1952, Chính phủ ta ký Hiệp định thương mại với Chính phủ Cộng hoà nhân dân Trung Hoa, và năm 1953, Chính phủ ta ký với Chính phủ Trung Quốc Nghị định thư 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, dược phẩm... Giá trị hàng hoá trao đổi với nước ngoài năm 1954 so với năm 1952 tăng gấp 4 lần.

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

Việc phát triển và mở rộng các quan hệ kinh tế và thương mại với nước 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 nước ta tăng nhanh được tiềm lực kinh tế và tiềm lực quốc phòng, có thêm vật tư hàng hoá để đáp ứng nhu cầu, kháng chiến và dân sinh, ổn định thị trường, giá cả. Tuy vậy, khối lượng buôn bán với bên ngoài rất hạn chế do hoàn cảnh chiến tranh và sự bao vây phong tỏa của kẻ địch.

Trong lĩnh vực thương mại, thời kỳ 1945 - 1954 là thời kỳ đầy khó khăn, những kinh nghiệm quý báu rút ra được là trong bất kỳ tình huống nào, nhất là trong tình huống địch cầm 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 thương 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 nước. Hai nhiệm vụ chiến lược trên gắn bó chặt chẽ với nhau, kháng chiến chống Mỹ cứu nước là nhiệm vụ hàng đầu, nhưng 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 nước.

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

Giai đoạn I: mở rộng và phát triển ngoại thương phục vụ công cuộc khôi phục kinh tế miền Bắc, xây dựng hậu phương 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 phương châm không ngừng củng cố và phát triển quan hệ kinh tế và thương mại với các nước xã hội chủ nghĩa, đồng thời mở rộng quan hệ với các nước ngoài XHCN.

Từ năm 1955, Chính phủ ta đã ký với Liên Xô, Trung Quốc và các nước 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 nước XHCN anh em.

Đối với các nước ngoài hệ thống XHCN, Chính phủ ta ký Hiệp định thương mại với Chính phủ Pháp (cuối năm 1955), Ấn Độ (1956), Indônêxia (1957) và những năm sau đó với Cộng hoà Ả-Rập thống nhất, Campuchia, Irắc. Song song với việc thiết lập quan hệ kinh tế thương mại, về mặt Nhà nước 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. Tương 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 tư liệu sản xuất được lưu ý và tăng dần. Nhóm hàng này trong tổng kim

ngạch nhập khẩu năm 1965 là 76,5% so với 44,9% năm 1955; tương 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 (Khoá 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 bước 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.

Bước 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 bước 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 thương đã xuất khẩu được 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 người lao động.

Kim ngạch nhập khẩu tăng khá nhanh, theo hướng nói trên, nhập tư 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 nước và một số hàng thiết yếu tiêu dùng cho nhân dân.

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

Hoạt động ngoại thương và hợp tác kinh tế với nước 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 nước (cuối năm 1964).

Giai đoạn 2: Đấu tranh phá vỡ âm mưu bao vây và phong tỏa 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 nước (1966 – 1975).

Trong tình hình mới, kinh tế miền Bắc chuyển từ hoà bình sang chiến tranh, ngoại thương và quan hệ kinh tế với nước ngoài cũng chuyển theo hướng 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 cường 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, phương hướng nhiệm vụ của ngoại thương và quan hệ kinh tế với nước ngoài trong giai đoạn này khác về cơ bản so với giai đoạn trước.

Nhiệm vụ kinh tế đối ngoại trước 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 đưa hàng nhập khẩu về nước nhằm tăng cường tiềm lực kinh tế, tiềm lực quốc phòng, duy trì và phát triển sản xuất trong nước theo phương 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 mưu bao vây phong tỏa 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 lượng 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 đường giao thông ở trong nước và với nước ngoài, bao vây phong tỏa các cảng, chủ yếu cảng Hải Phòng, uy hiếp tàu của các nước 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 lưu kinh tế với nước ngoài.

Tuy có rất nhiều khó khăn, nhưng đế quốc Mỹ đã không thành công trong âm mưu bao vây, phong tỏa kinh tế miền Bắc nước ta.

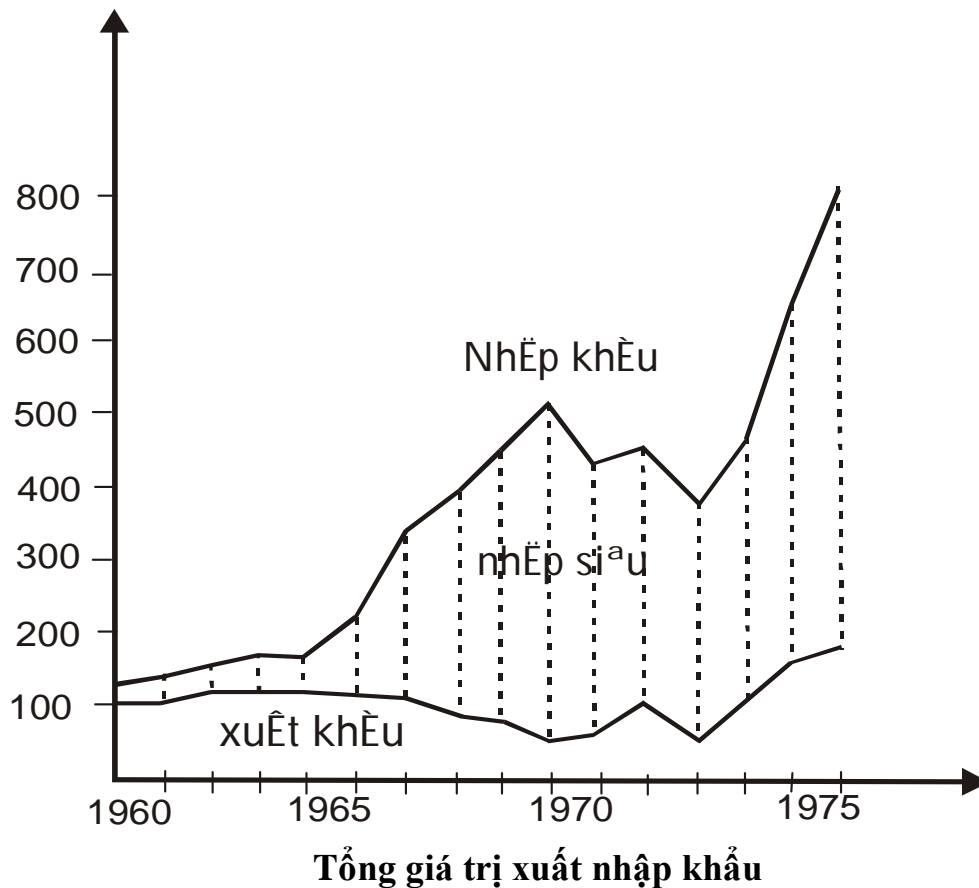
Trong giai đoạn này, hoạt động kinh tế đối ngoại và ngoại thương chủ yếu tập trung vào việc tiếp nhận viện trợ quốc tế từ các nước XHCN và bè bạn trên thế giới dưới hình thức viện trợ không hoàn lại, viện trợ nhân đạo, cấp tín dụng với điều kiện ưu đãi. Hoạt động buôn bán, trao đổi hàng hoá với nước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

Trong điều kiện chiến tranh, số nước có quan hệ kinh tế, thương mại với nước ta giảm nhiều, từ 40 nước năm 1964, giảm xuống còn 27 nước năm 1974. Quan hệ buôn bán được duy trì chủ yếu là với các nước XHCN. Từ những năm 1964 đến năm 1975, xuất khẩu sang các nước 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 nhưng 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, phương 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 phương 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



Bảng số 1.7

Đơn vị: triệu rúp

Năm	Tổng trị giá xuất nhập khẩu	Chia ra			
		Xuất khẩu	Nhập khẩu		Cán cân thương 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

Bảng số 2.7

Đơn vị: %

Năm	Xuất khẩu			Nhập khẩu	
	Hàng	Hàng CN	Hàng	Tư liệu sản xuất	Hàng

	công nghiệp	nhẹ tiêu thủ công nghiệp	nông lâm thủy sản	Thiết bị toàn bộ	Máy móc phương tiện vận tải	Dụng cụ phụ tùng	Nguyên nhiên vật liệu	tiêu dùng
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 thường xuyên chiếm trên 20% kim ngạch nhập khẩu (xem bảng số 3).

Sau chiến tranh, Liên Xô và nhiều nước 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 nước bè bạn đối với cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước 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 nước XHCN khác, đã triển khai xây dựng một số công trình theo hướng công nghiệp hoá. Tiềm lực kinh tế được tăng cường 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, ưu 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 được.

Ở miền Nam, nhờ viện trợ nước ngoài và để phục vụ cho chiến tranh, hệ thống giao thông đường 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 tương 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 nước 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 nước bị tê liệt hoàn toàn. Điều đó đặt ra cho ngoại thương những nhiệm vụ mới rất nặng nề.

3. Ngoại thương 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 bối cảnh đất nước đã thống nhất, hoạt động ngoại thương có những thuận lợi mới, đồng thời có những khó khăn mới. Đất nước được thống nhất, chúng ta có điều kiện và khả năng khai thác có hiệu quả tiềm năng của đất nước (đất đai, rừng, biển, khí hậu, tài nguyên thiên nhiên, phong cảnh, nguồn lao động và yếu tố con người, vị trí của Việt Nam v.v...) để đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển du lịch, các dịch vụ thu ngoại tệ, phát triển ngoại thương mở rộng hợp tác kinh tế, khoa học kỹ thuật với nước ngoài, thu hút vốn và kỹ thuật nước ngoài. Nhưng bên cạnh những thuận lợi mới, chúng ta cũng đứng trước những khó khăn gay gắt bắt nguồn từ trình độ phát triển kinh tế của cả nước còn thấp, cơ sở vật chất và kỹ thuật còn thấp kém, kinh tế hàng hoá chưa phát triển, chưa có tích lũy từ nội bộ nền kinh tế, nền kinh tế còn bị lệ thuộc nặng nề vào bên ngoài. Mặt khác, chiến tranh kéo dài để lại những hậu quả kinh tế nặng nề làm cho đất nước phát triển chậm lại nhiều năm và gây ra những vết thương xã hội mà phải qua nhiều năm mới hàn gắn được.

Trước 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 Tương trợ Kinh tế (HĐTTKT). Tháng 7-1978, tại khoá 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 bè 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 được tiếp tục phát triển.

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

Dưới 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 thương 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 trưởng 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 trưởng 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. Nhưng trong 10 năm (1976 – 1985) xuất khẩu cũng chỉ đảm bảo được 30,8% tổng số tiền nhập khẩu.

- Cán cân thương mại quốc tế luôn nhập siêu và nhập siêu có xu hướng 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 nước 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 lẽ ra sản xuất trong nước có thể đáp ứng được như lúa gạo, vải mặc. Trong những năm 1976 – 1985 đã nhập khẩu 60 triệu mét vải các loại và gần 1,5 triệu tấn lương thực quy gạo.

Xuất khẩu tuy có tăng nhưng 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, thủy sản; 28,9% là hàng công nghiệp nhẹ và thủ công nghiệp.

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

Nội dung cơ bản của mô hình quản lý theo nguyên tắc Nhà nước độc quyền ngoại thương là:

- Hoạt động ngoại thương đều được kế hoạch hoá với một hệ thống chỉ tiêu pháp lệnh chặt chẽ và được chỉ huy tập trung từ Trung ương.

- Các hoạt động ngoại thương đều được giao cho các tổ chức quốc doanh được Nhà nước thành lập và quản lý.

- Các quan hệ thương mại, kinh tế giữa nước ta và các nước XHCN khác đều mang tính chất Nhà nước và được thực hiện trên cơ sở các hiệp định và Nghị

định thư mà Chính phủ ta ký với chính phủ các nước XHCN. Các điều ước quốc tế đó quy định cụ thể danh mục và kim ngạch XNK, các nguyên tắc xác định giá, phương 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 thương và các tổ chức kinh tế của Nhà nước được thực hiện các cam kết của chính phủ Việt Nam với nước 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 nước, các khoản được coi là “lỗ” thì được Ngân sách Nhà nước cấp bù.

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

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

Căn cứ vào Nghị quyết Hội nghị Trung ương Đảng lần thứ 6, Hội đồng Bộ trưởng (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 thương. 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 thương cho các địa phương* thông qua các tổ chức ngoại thương địa phương. Từ quy định này hình thành hàng xuất khẩu Trung ương và hàng xuất khẩu địa phương 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 nước về ngoại thương (Bộ Ngoại thương), Bộ chủ quản của các tổ chức kinh doanh được quyền hoạt động ngoại thương (Bộ quản lý ngành).

- *Dành cho các địa phương một tỷ lệ ngoại tệ* thu được từ hàng xuất khẩu địa phương để nhập khẩu vật tư phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu địa phương

và cho kinh tế địa phương. Từ quy định này hình thành chế độ tự cân đối ngoại tệ đối với các địa phương.

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

3.2. Ngoại thương Việt Nam giai đoạn 1986 đến năm 2000.

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

Dưới đây là kết quả hoạt động ngoại thương nước 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 thương 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 trưởng GDP và xuất khẩu nhập khẩu và bán lẻ trong nước

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 tư liệu sản xuất và vật phẩm tiêu dùng. Nhập khẩu hàng tiêu dùng có xu hướng giảm trong 10 năm qua. Trong nhóm hàng tư 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 nước ta trong hơn mười năm qua thể hiện sự phụ thuộc nặng nề của nền kinh tế nước ta vào nguồn nguyên liệu và bán thành phẩm nhập khẩu từ nước ngoài. Sản xuất công nghiệp còn mang nặng tính chất của một nền sản xuất gia công lắp ráp từ những ngành phức tạp như điện tử, ô tô, xe máy, sắt thép, đến các ngành không quá phức tạp như 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 nước 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. Tư 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. Lương 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 lượng 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 hướng 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 dương	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 trường xuất khẩu và nhập khẩu trong những năm qua là do sự đổi mới trong đường lối phát triển kinh tế và chính sách kinh tế đối ngoại của Đảng và Nhà nước ta.

e. Quản lý Nhà nước hoạt động ngoại thương có sự thay đổi sau năm 1986:

- Chuyển các hoạt động ngoại thương 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 như trước đây không còn.

Sự tăng cường quản lý thống nhất của Nhà nước đối với mọi hoạt động ngoại thương 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 như hạn ngạch, giấy phép xuất, nhập khẩu. v..v.

Những thay đổi trong quản lý và chính sách ngoại thương những năm qua đã góp phần tích cực vào sự phát triển buôn bán của nước ta với nước ngoài, đặc biệt là với khu vực thị trường các nước phát triển.

CHƯƠNG 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 điểm “động” ứng với mỗi nền kinh tế có một cơ chế kinh tế vận hành phù hợp. Cơ chế kinh tế là tổng thể các yếu tố có mối liên hệ tác động qua lại lẫn nhau tạo thành động lực dẫn dắt nền kinh tế nhằm tới mục tiêu đã định. Thực chất của cơ chế kinh tế là quy luật vận hành 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.

Ứng 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. Ở 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. Nhưng những thay đổi như trên không được 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 người 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 là đảm bảo chu kỳ tái sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế hoạt động và phát triển ổn định; tốc độ tăng trưởng cao, bền vững và đảm bảo tính công bằng xã hội.

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

Chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế thể hiện ở bốn chức năng cơ bản :

1. Chức năng định hướng
2. Chức năng tạo điều kiện, môi trường thuận lợi và điều tiết
3. Chức năng điều hoà phối hợp hoạt động giữa các ngành, các lĩnh vực, giữa các doanh nghiệp.
4. Chức năng kiểm tra, kiểm soát.

Chức năng cơ bản của hoạt động xuất nhập khẩu là mở rộng lưu thông hàng hoá giữa trong nước với nước ngoài. Chức năng cơ bản đó được thể hiện qua ba chức năng cụ thể sau:

1. Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là một khâu của quá trình tái sản xuất mở rộng: Hoạt động xuất nhập khẩu là chuyển hoá hình thái vật chất và giá trị của hàng hoá giữa trong nước và ngoài nước. Thực hiện chức năng này để bổ sung các yếu tố “đầu vào” cho sản xuất một khi chúng khan hiếm, đồng thời tạo “đầu ra” ổn định cho sản xuất. Thông qua chức năng này, các nhà sản xuất giải quyết được bài toán hiệu quả tăng theo qui mô, có điều kiện để tăng năng suất lao động đạt mức cao nhất. Thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại hoá, có tính cạnh tranh cao.

2. Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là lĩnh vực “mũi nhọn” của nền kinh tế “mở”, chức năng của hoạt động xuất nhập khẩu là gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước nhằm nâng cao trình độ phát triển lực lượng sản xuất và nâng cao năng suất lao động.

3. Xét dưới góc độ xuất nhập khẩu là một bộ phận cấu thành của nền thương mại toàn cầu, chức năng của hoạt động xuất nhập khẩu là thông qua thương mại quốc tế để phát huy cao độ lợi thế so sánh của đất nước và lợi thế trong phân công lao động quốc tế, nhờ tập trung và tận dụng các nguồn lực trong nước để nâng cao sức cạnh tranh và hiệu quả của xuất nhập khẩu.

Như vậy, chức năng đặc thù của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu là tổ chức gắn kết đồng bộ và có định hướng giữa chức năng của chủ thể điều chỉnh ⁽¹⁾ với chức năng của đối tượng được điều chỉnh ⁽²⁾. Thông qua các công cụ quản lý Nhà nước về kinh tế, hành chính và các đòn bẩy khuyến khích vật chất.

1.4. Nguyên tắc cơ bản vận hành cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Nguyên tắc vận hành cơ chế xuất nhập khẩu về cơ bản là sự nhất quán hoá các nguyên tắc quản lý kinh tế của Nhà nước nói chung và nguyên tắc quản lý xuất nhập khẩu nói riêng, cụ thể:

a. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải đảm bảo hoạt động xuất nhập khẩu và tổ chức sản xuất kinh doanh phát triển phù hợp với yêu cầu của các quy luật, đặc biệt là các quy luật kinh tế, các quy luật của thị trường.

Hoạt động sản xuất, lưu thông hàng hoá bao gồm hoạt động xuất nhập khẩu đều phải tuân theo những quy luật khách quan của sản xuất và lưu thông hàng hoá. Còn hoạt động quản lý của Nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu thông qua việc ban hành một cơ chế quản lý xuất nhập khẩu lại là hoạt động do ý chí chủ quan chi phối là chính. Vì vậy, đòi hỏi cơ chế quản lý xuất nhập khẩu đề ra phải phù hợp với sự tác động của các quy luật khách quan. Và chỉ có như vậy, hoạt động xuất nhập khẩu mới có thể phát triển vững chắc.

Để thực hiện nguyên tắc này đòi hỏi đội ngũ lao động trong hệ thống chủ thể quản lý Nhà nước phải có đủ trình độ nhận biết và khả năng vận dụng các quy luật trong việc xây dựng cơ chế, chính sách xuất nhập khẩu phù hợp với các yêu cầu của quy luật kinh tế.

b. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải đảm bảo thực hiện tốt nguyên tắc tập trung dân chủ trong quản lý. Cơ chế đó phải đảm bảo cho Nhà nước với tư cách là người chỉ huy, phải đảm bảo mọi hoạt động xuất nhập khẩu với nước ngoài theo đúng định hướng của Nhà nước. Đồng thời, với tư cách là người điều tiết và điều chỉnh hoạt động thương mại với nước ngoài, Nhà nước cần tôn trọng và đảm bảo phát huy cao nhất tính năng động, tính chủ động trong sản xuất, kinh doanh của các chủ doanh nghiệp phù hợp với điều kiện của nền kinh tế thị trường và thị trường quốc tế. Thực hiện nguyên tắc này đòi hỏi Nhà nước thực hiện tốt chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế, không can thiệp sâu vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

c. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải thực hiện mục tiêu hiệu quả kinh tế-xã hội, lấy đó làm mục đích cuối cùng của hoạt động quản lý. Hiệu quả kinh tế-xã hội của hoạt động xuất nhập khẩu cũng là thước đo kết quả của cơ chế và chính sách xuất nhập khẩu. Thực hiện nguyên tắc này đòi hỏi các nhà quản lý cũng như doanh nghiệp phải có quan điểm đúng đắn về hiệu quả kinh tế xã hội. Đồng thời phải có tri thức nhất định và tính toán hiệu quả và có phương pháp luận xét hiệu quả kinh tế.

(1) Bộ máy tổ chức quản lý Nhà nước hoạt động XNK từ Trung ương đến địa phương.

(2) Các doanh nghiệp XNK thuộc các lĩnh vực, vùng lãnh thổ với qui mô khác nhau

d. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu phải kết hợp hài hoà giữa các lợi ích: lợi ích dân tộc và lợi ích của các đối tác, bạn hàng.

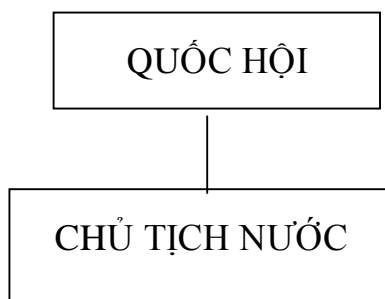
Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu trước hết phải đảm bảo lợi ích của đất nước (bao gồm lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và cá nhân người lao động). Đồng thời, phải thực hiện và đấu tranh để nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi trong quan hệ buôn bán với các đối tác.

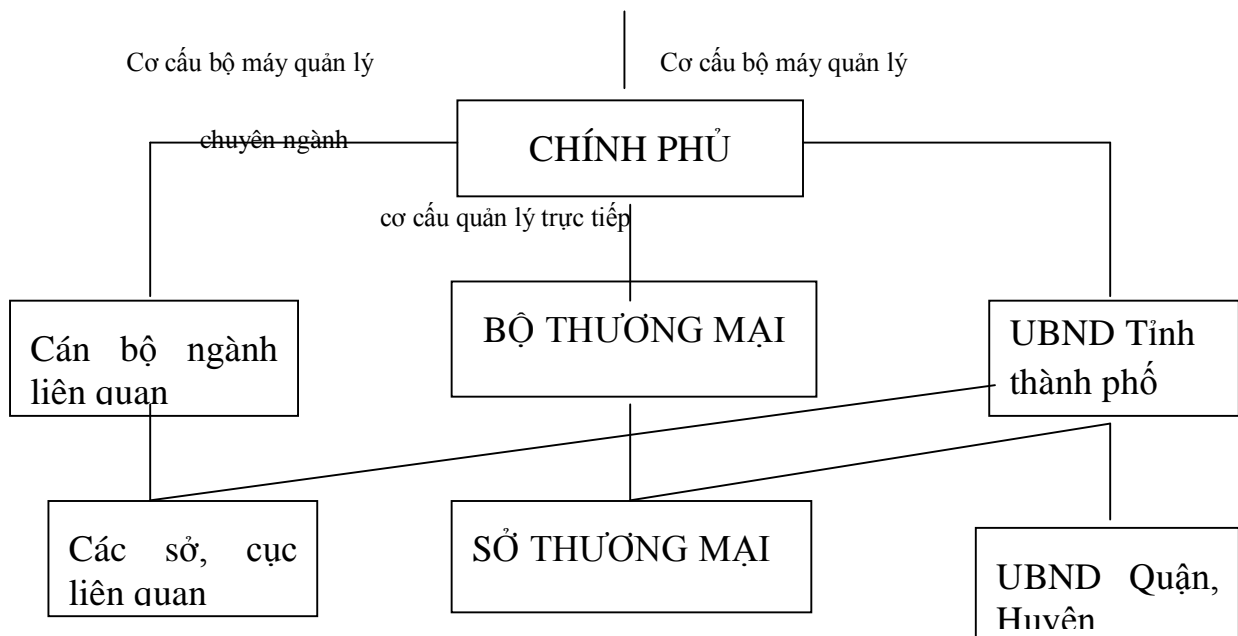
Về lợi ích của đất nước, phải coi trọng và bảo vệ lợi ích kinh tế-xã hội, coi hiệu quả kinh tế-xã hội là mục tiêu, là tiêu chuẩn của sự tăng trưởng kinh tế. Đồng thời không được coi nhẹ lợi ích của doanh nghiệp và cá nhân người lao động, phải coi lợi ích cá nhân là động lực trực tiếp thúc đẩy sản xuất, kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh xuất nhập khẩu.

1.5 Nội dung của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu bao gồm 3 thành tố cơ bản:

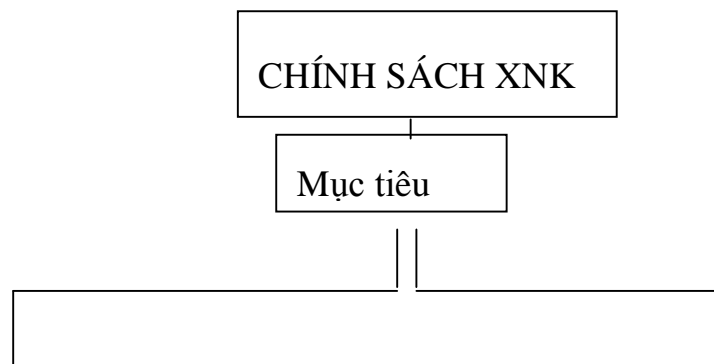
1. *Chủ thể điều chỉnh*: các cơ quan luật pháp, hành pháp từ trung ương đến địa phương (Sơ đồ 1.8)
Sơ đồ 1.8 Cơ cấu chủ thể điều chỉnh cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

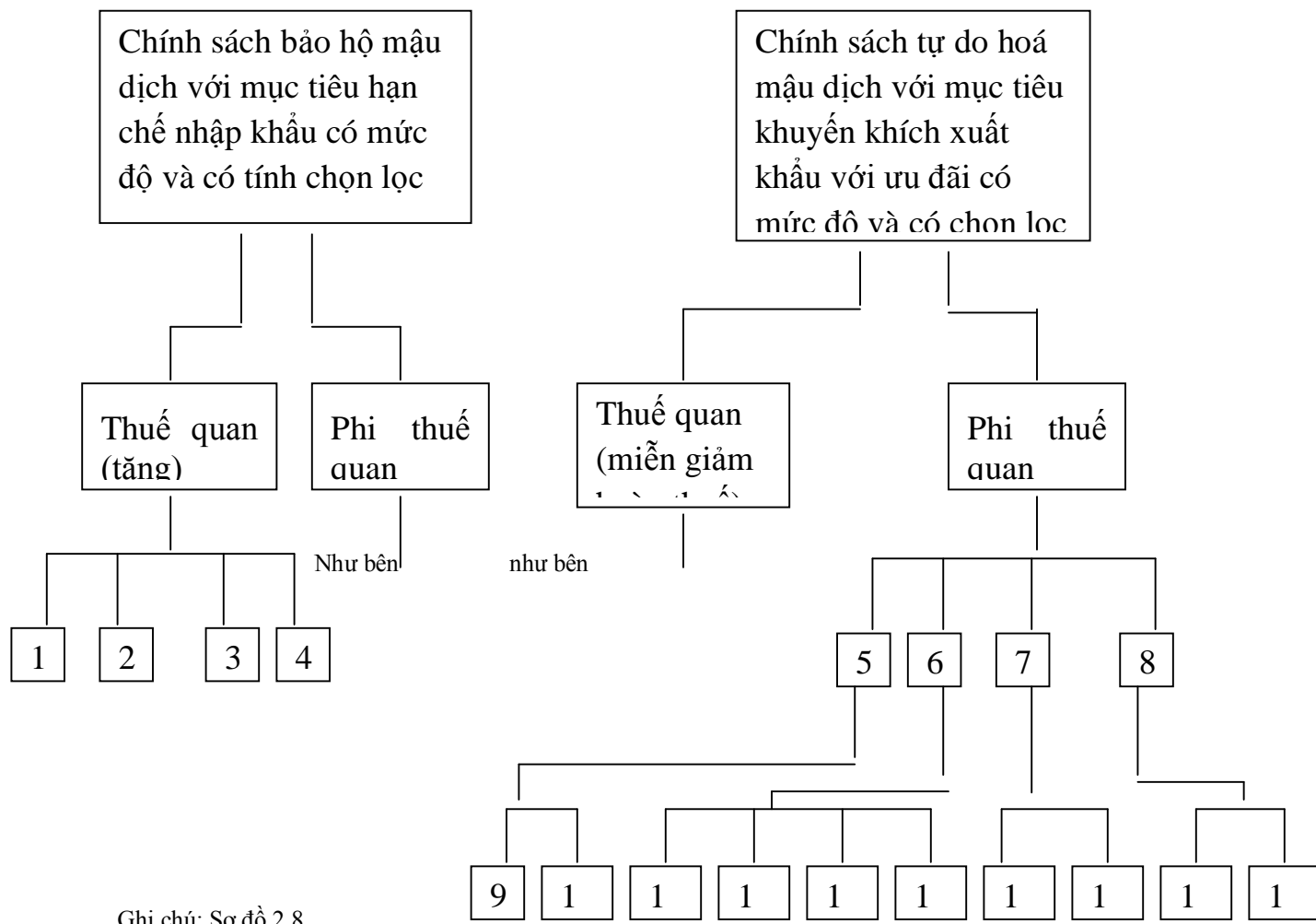




2. *Đối tượng điều chỉnh:* Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu và hàng hoá-dịch vụ xuất nhập khẩu
3. *Hệ thống các công cụ điều chỉnh trực tiếp và gián tiếp* (Sơ đồ 2.8)

Sơ đồ 2.8 Cơ cấu công cụ điều chỉnh xuất nhập khẩu





Ghi chú: Sơ đồ 2.8

- 1. Mức thuế suất
- 2. Số lượng mặt hàng chịu thuế
- 3. Cách tính thuế
- 4. Thời hạn nộp thuế
- 5. Hạn chế định lượng:
 - ~~9. Cấm hẳn nhập khẩu~~
 - ~~10. Giấy phép~~
 - 11. Đặt cọc, ký quỹ
- 6. Tài chính tiền tệ tín dụng:
 - ~~12. Quản lý ngoại hối~~
 - ~~13. Sử dụng hệ thống thuế nội địa~~
 - 14. Sử dụng cơ chế lạm phát

- | | | |
|----|-----------------|--|
| 7. | Kỹ thuật | 15. Điều kiện đảm bảo môi sinh môi trường
16. Điều kiện về cơ sở giao dịch thanh toán |
| 8. | Thể chế pháp lý | 17. Điều ước quốc tế
18. Hiệp định thương mại |

1.6. Những điều kiện để thực hiện cơ chế quản lý xuất nhập khẩu

Xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của Nhà nước là một điều rất mới mẻ. Đổi mới cơ chế xuất nhập khẩu là đòi hỏi nhất quán với đổi mới cơ chế kinh tế và đổi mới cơ chế quản lý nền kinh tế nước ta. Việc đổi mới này được qui định bởi hàng loạt điều kiện mang tính đảm bảo cho việc thực hiện có hiệu quả cơ chế đó.

Giữ vững ổn định chính trị xã hội

Đây là điều kiện trước tiên, quan trọng nhất cho việc thực hiện những đổi mới cơ chế và chính sách quản lý xuất nhập khẩu. Chính trị là biểu hiện tập trung của kinh tế. Có ổn định chính trị trong nước mới tạo được môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp bỏ vốn vào sản xuất kinh doanh. Bằng kiểm nghiệm thực tế người ta cho rằng một trong những rủi ro lớn nhất đối với các doanh nghiệp là sự bất ổn về chính trị. Sự bất ổn về chính trị kéo theo sự thay đổi về đường lối chính sách kinh tế vĩ mô. Điều đó rất bất lợi cho kinh doanh, và làm các doanh nghiệp lo ngại khi họ bỏ vốn ra. Sự ổn định về chính trị của đất nước ta trong những năm qua đã là một điều kiện tiên quyết cho quá trình đổi mới kinh tế, đổi mới cơ chế quản lý kinh tế và cơ chế quản lý xuất nhập khẩu.

Có sự nhất quán giữa cơ chế quản lý kinh tế chung, cơ chế quản lý xuất nhập khẩu và cơ chế quản lý ngành có liên quan. Sự nhất quán này nhằm tạo tính đồng bộ trong quản lý theo mục tiêu chung đã định. Cơ chế và chính sách chung không gây trở ngại, triệt tiêu tác dụng tích cực của cơ chế và chính sách xuất nhập khẩu và ngược lại. Tất cả cơ chế, chính sách đều phải vận hành theo cùng một hướng, tạo thuận lợi cho tăng trưởng nhanh xuất khẩu phục vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Hoàn thiện hệ thống luật pháp quốc gia tạo thuận lợi cho kinh doanh và phù hợp với luật pháp và thông lệ quốc tế, tham gia các công việc quốc tế có liên quan đến thương mại, đầu tư và nghiêm túc trong việc thực thi luật pháp đã ban hành.

Kiên toàn hệ thống tổ chức kinh doanh, bộ máy quản lý Nhà nước, các định chế trong lĩnh vực thương mại và xuất nhập khẩu.

Thực hiện cơ chế quản lý xuất nhập khẩu thực chất là việc tổ chức phối hợp nghiêm ngặt, đồng bộ, nhất quán giữa các chủ thể quản lý (Nhà nước và các cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước) và đối tượng được quản lý (các doanh nghiệp, các hiệp hội kinh doanh ...). Nếu chủ thể quản lý và đối tượng quản lý không tuân thủ các nguyên tắc phối hợp chung sẽ dẫn tới hậu quả làm đổ vỡ một cơ chế, trật tự đã được thiết lập như giàn giao hưởng rơi vào tình trạng không có nhạc trưởng. Khâu tổ chức này được đánh giá rất cao (theo kinh nghiệm của Nhật bản, Singapore, Hàn quốc, Đài loan....) nhiều khi mang lại lợi ích lớn hơn các nguồn lực khác.

Xây dựng đội ngũ, đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên trách quản lý xuất nhập khẩu.

Con người là hạt nhân trong các chủ thể điều chỉnh, đồng thời cũng là đối tượng được điều chỉnh. Ngày nay con người có trí tuệ, có tài tổ chức và quản lý đóng vai trò quyết định sự thắng thế trong cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp, mỗi sản phẩm.

Vì vậy, có được đội ngũ các nhà quản lý tài ba, các doanh nhân có đầu óc kinh doanh là điều kiện rất cơ bản cho việc thực hiện những mục tiêu của cơ chế quản lý xuất nhập khẩu.

II. ĐỊNH HƯỚNG TIẾP TỤC ĐỔI MỚI HOÀN THIỆN CƠ CHẾ QUẢN LÝ, CHÍNH SÁCH XUẤT NHẬP KHẨU TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP.

Đề tạo điều kiện thực hiện thành công chiến lược phát triển kinh tế-xã hội thời kỳ 2001-2010 và chủ động hội nhập quốc tế việc hoàn thiện. Đồng thời tiếp tục đổi mới, bổ sung cơ chế chính sách xuất nhập khẩu cho phù hợp với điều kiện thực tế theo hướng sau:

2.1. Rà soát lại hệ thống luật để điều chỉnh các qui định không còn phù hợp hoặc chưa được rõ, làm sao để phạm vi điều chỉnh luật của Việt Nam phù hợp với các qui định của WTO với các nguyên tắc cơ bản trong thương mại quốc tế như Tối Huệ Quốc (MFN) và Đối xử quốc gia (NT).

Ban hành các văn bản luật mới để điều chỉnh các quan hệ kinh tế mới phát sinh như: Luật cạnh tranh và chống độc quyền, luật chống phá giá và chống trợ cấp, luật phòng vệ khẩn cấp, luật chống bán phá giá nội bộ.

Điều chỉnh hoặc ban hành mới các văn bản luật liên quan đến các nghiệp vụ, lĩnh vực buôn bán hàng hoá-dịch vụ mới phát sinh.

2.2. Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn hàng hoá - dịch vụ xuất nhập khẩu cho phù hợp với đòi hỏi của thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá -dịch vụ.

2.3. Trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, kiên trì chính sách nhiều thành phần, trong đó kinh tế quốc doanh đóng vai trò chủ đạo. Mở rộng đầu mối kinh doanh, xoá bỏ độc quyền, khuyến khích thành phần kinh tế ngoài quốc doanh tham gia trực tiếp xuất nhập khẩu, đảm bảo sự bình đẳng trong việc tiếp cận các yếu tố đầu vào (vốn, tín dụng, đất đai, lao động) cũng như trong việc nhận hỗ trợ đầu tư, kinh doanh từ phía Nhà nước.

2.4. Tiếp tục cải cách hành chính trong lĩnh vực thương mại theo hướng: xoá bỏ các thủ tục phiền hà, ổn định môi trường pháp lý để tạo tâm lý tin tưởng cho các doanh nghiệp bỏ vốn kinh doanh lâu dài, phấn đấu làm cho chính sách thuế, đặc biệt là thuế xuất nhập khẩu có định hướng nhất quán để không gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc tính toán hiệu quả kinh doanh, giảm dần tiến tới ngừng áp dụng các lệnh cấm, lệnh ngừng nhập khẩu tạm thời, cố gắng thuế hoá các biện pháp phi thuế quan.

2.5. Tiếp cận các phương thức kinh doanh mới tại thị trường Việt Nam (thị trường kỳ hạn và thị trường giao ngay) tiếp cận và phát triển thương mại điện tử, trong đó có việc tạo dựng khung pháp lý cho hình thức thương mại này.

2.6. Điều hành lãi suất, tỷ giá hối đoái một cách linh hoạt để vừa bảo đảm sự ổn định kinh tế-xã hội, vừa có lợi cho xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu.

2.7 Chủ động thay đổi căn bản phương thức quản lý nhập khẩu: Mở rộng sử dụng các công cụ phi thuế “hợp lệ” như các hàng rào tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh, môi trường...., hạn ngạch thuế quan, thuế tuyệt đối, thuế mùa vụ, thuế chống phá giá, chống trợ cấp. Cải cách biểu thuế và cải cách công tác thu thuế, bỏ chế độ tính thuế theo giá tối thiểu.

2.8 Tích cực sắp xếp lại các doanh nghiệp, các ngành hàng kinh doanh, đặc biệt là doanh nghiệp Nhà nước để nâng cao hiệu quả kinh doanh, công bố rõ ràng lộ trình dỡ bỏ hàng rào bảo hộ, khắc phục những bất hợp lý trong chính sách bảo hộ, cân đối lại đối tượng bảo hộ theo hướng trước hết chú trọng bảo hộ nông sản.

2.9 Coi trọng đào tạo cán bộ quản lý, đào tạo các nhà quản trị doanh nghiệp giỏi đủ sức thực hiện thắng lợi và có hiệu quả mục tiêu chiến lược xuất nhập khẩu đặt ra.

CHƯƠNG 9

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

I. VAI TRÒ CỦA NHẬP KHẨU

Nhập khẩu là một hoạt động quan trọng của Ngoại thương. Nhập khẩu tác động một cách trực tiếp và quyết định đến sản xuất và đời sống trong nước.

Nhập khẩu để bổ sung các hàng hoá mà trong nước không sản xuất được, hoặc sản xuất không đáp ứng nhu cầu. Nhập khẩu còn để thay thế, nghĩa là nhập khẩu về những hàng hoá mà sản xuất trong nước sẽ không có lợi bằng nhập khẩu. Hai mặt nhập khẩu bổ sung và nhập khẩu thay thế nếu được thực hiện tốt sẽ tác động tích cực đến sự phát triển cân đối nền kinh tế quốc dân, trong đó, cân đối trực tiếp ba yếu tố của sản xuất: công cụ lao động, đối tượng lao động và lao động. Với cách tác động đó ngoại thương được coi như một phương pháp sản xuất gián tiếp.

Trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay, vai trò quan trọng của nhập khẩu được thể hiện ở các khía cạnh sau đây:

- Tạo điều kiện thúc đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá đất nước.
- Bổ sung kịp thời những mặt cân đối của nền kinh tế đảm bảo phát triển kinh tế cân đối và ổn định.

- Nhập khẩu góp phần cải thiện và nâng cao mức sống của nhân dân. Ở đây, nhập khẩu vừa thoả mãn nhu cầu trực tiếp của nhân dân về hàng tiêu dùng, vừa đảm bảo đầu vào cho sản xuất, tạo việc làm ổn định cho người lao động.

- Nhập khẩu có vai trò tích cực đến thúc đẩy xuất khẩu. Sự tác động này thể hiện ở chỗ nhập khẩu tạo đầu vào cho sản xuất hàng xuất khẩu, tạo môi trường thuận lợi cho việc xuất khẩu hàng Việt Nam ra nước ngoài, đặc biệt là nước nhập khẩu.

II. NHỮNG NGUYÊN TẮC VÀ CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU

2.1 Những nguyên tắc nhập khẩu trình bày dưới đây được hiểu như là những quy tắc thực hiện trong hoạt động nhập khẩu sao cho phù hợp với lợi ích của xã hội cũng như của các doanh nghiệp.

a) Sử dụng vốn nhập khẩu tiết kiệm đem lại hiệu quả kinh tế cao

TRONG ĐIỀU KIỆN CHUYỂN SANG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG VIỆC MUA BÁN VỚI CÁC NƯỚC TỰ NAY ĐỀU TÍNH THEO THỜI GIÁ QUỐC TẾ VÀ THANH TOÁN VỚI NHAU BẰNG NGOẠI TỆ TỰ DO CHUYỂN ĐỔI, KHÔNG CÒN NHIỀU CƠ HỘI CHO CÁC KHOẢN VAY ĐỂ NHẬP SIÊU, KHÔNG CÒN RÀNG BUỘC THEO NGHỊ ĐỊNH THƯ NHƯ TRƯỚC ĐÂY. DO VẬY, TẤT CẢ CÁC HỢP ĐỒNG NHẬP KHẨU ĐỀU PHẢI DỰA TRÊN LỢI ÍCH VÀ HIỆU QUẢ ĐỂ QUYẾT ĐỊNH. ĐỒNG THỜI, NHU CẦU NHẬP KHẨU ĐỂ CÔNG NGHIỆP HOÁ VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ RẤT LỚN. VỐN ĐỂ NHẬP KHẨU LẠI EO HẸP. NHƯNG KHÔNG PHẢI VỐN NGOẠI TỆ DÀNH CHO NHẬP KHẨU ÍT MỚI ĐẶT VẤN ĐỀ PHẢI TIẾT KIỆM. TIẾT KIỆM VÀ HIỆU QUẢ LÀ VẤN ĐỀ RẤT CƠ BẢN CỦA MỘT QUỐC GIA, CŨNG NHƯ CỦA MỖI DOANH NGHIỆP. THỰC HIỆN NGUYÊN TẮC NÀY CÓ NGHĨA LÀ ĐÒI HỎI CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ, CŨNG NHƯ MỖI DOANH NGHIỆP PHẢI:

- XÁC ĐỊNH MẬT HÀNG NHẬP KHẨU PHÙ HỢP VỚI KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN KINH TẾ-XÃ HỘI, KHOA HỌC KỸ THUẬT CỦA ĐẤT NƯỚC.

- SỬ DỤNG VỐN TIẾT KIỆM, DÀNH NGOẠI TỆ NHẬP VẬT TƯ CHO SẢN XUẤT VÀ ĐỜI SỐNG, KHUYẾN KHÍCH SẢN XUẤT TRONG NƯỚC THAY THẾ HÀNG NHẬP KHẨU.

- NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG ĐỂ NHẬP KHẨU ĐƯỢC HÀNG HOÁ THÍCH HỢP VỚI GIÁ CẢ CÓ LỢI, NHANH CHÓNG PHÁT HUY TÁC DỤNG ĐẨY MẠNH SẢN XUẤT VÀ NÂNG CAO ĐỜI SỐNG NHÂN DÂN.

B) NHẬP KHẨU THIẾT BỊ KỸ THUẬT TIÊN TIẾN HIỆN ĐẠI

VIỆC NHẬP KHẨU THIẾT BỊ MÁY MÓC VÀ NHẬN CHUYỂN GIAO CÔNG NGHỆ, KÊ CẢ THIẾT BỊ THEO CON ĐƯỜNG ĐẦU TƯ PHẢI NẮM VỮNG PHƯƠNG CHÂM ĐÓN ĐẦU, ĐI THẲNG VÀO TIẾP THU CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI. NHẬP PHẢI HẾT SỨC CHỌN LỌC, HẾT SỨC TRÁNH NHẬP

NHỮNG LOẠI CÔNG NGHỆ LẠC HẬU CÁC NƯỚC ĐANG TÌM CÁCH THẢI RA. NHẤT THIẾT KHÔNG ĐỂ “MỤC TIÊU RẼ” MÀ NHẬP CÁC THIẾT BỊ CŨ VÈ, CHƯA DÙNG ĐƯỢC BAO LÂU, CHƯA ĐỦ SINH LỢI NHUẬN, ĐÃ PHẢI THAY THẾ. ĐÂY KHÔNG CHỈ LÀ BÀI HỌC TA RÚT RA ĐƯỢC QUA MỘT SỐ NĂM GẦN ĐÂY, MÀ CÒN LÀ KINH NGHIỆM CỦA HẦU HẾT CÁC NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN.

C) BẢO VỆ VÀ THỨC ĐẨY SẢN XUẤT TRONG NƯỚC PHÁT TRIỂN, TĂNG NHANH XUẤT KHẨU.

THẾ GIỚI LÂU NAY VÀ GẦN ĐÂY VẪN ĐẦY ẤP NHỮNG KHO TỒN TRỮ HÀNG HOÁ VÀ NHỮNG NGUYÊN NHIÊN LIỆU. TRONG HOÀN CẢNH ĐÓ, VIỆC NHẬP KHẨU DỄ HƠN LÀ TỰ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC. TRONG ĐIỀU KIỆN SẢN XUẤT HIỆN TẠI CỦA VIỆT NAM, GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU THƯỜNG RẼ HƠN, PHẨM CHẤT TỐT HƠN. NHƯNG NẾU Ỡ LẠI VÀO NHẬP KHẨU SẼ KHÔNG MỞ MANG ĐƯỢC SẢN XUẤT, THẬM CHÍ BÓP CHẾT SẢN XUẤT TRONG NƯỚC. VÌ VẬY, CẦN TÍNH TOÁN VÀ TRANH THỦ CÁC LỢI THẾ CỦA NƯỚC TA TRONG TỪNG THỜI KỲ ĐỂ MỞ MANG SẢN XUẤT VỪA ĐÁP ỨNG NHU CẦU TIÊU DÙNG NỘI ĐỊA VỀ SỐ LƯỢNG VÀ CHẤT LƯỢNG VỪA TẠO RA ĐƯỢC NGUỒN HÀNG XUẤT KHẨU MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI. TUY NHIÊN, KHÔNG NÊN BẢO HỘ SẢN XUẤT NỘI ĐỊA VỚI BẤT CỨ GIÁ NÀO.

CÓ THỂ NÊU THÊM MỘT VÀI NGUYÊN TẮC NỮA, NHƯNG CÓ THỂ COI ĐÂY LÀ NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN NHẤT CỦA CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU.

2.2. CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ-XÃ HỘI.

THỰC HIỆN MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ-XÃ HỘI CỦA NƯỚC TA ĐẾN NĂM 2010, TẦM NHÌN 2020, CHÍNH SÁCH NHẬP KHẨU CỦA NHÀ NƯỚC TA TRONG NHỮNG NĂM TỚI LÀ:

- ƯU TIÊN NHẬP KHẨU MÁY MÓC THIẾT BỊ CÔNG NGHỆ MỚI PHỤC VỤ CHO VIỆC THỰC HIỆN NHỮNG MỤC TIÊU CỦA CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ ĐẤT NƯỚC, CHO TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU.
- TIẾT KIỆM NGOẠI TỆ, CHỈ NHẬP KHẨU VẬT TƯ PHỤC VỤ CHO SẢN XUẤT HÀNG XUẤT KHẨU VÀ SẢN XUẤT HÀNG TIÊU DÙNG ĐỂ GIẢM THIỂU NHU CẦU NHẬP KHẨU.
- BẢO HỘ CHÍNH ĐÁNG SẢN XUẤT NỘI ĐỊA

iii. CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU
CÔNG CỤ QUẢN LÝ ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU CỦA CÁC NƯỚC RẤT KHÁC NHAU. CÓ NHỮNG NƯỚC ĐÁNH THUẾ CAO ĐỐI VỚI HÀNG NHẬP KHẨU. CÓ NHỮNG NƯỚC LẠI QUẢN LÝ NHẬP KHẨU QUA QUẢN LÝ NGOẠI TỆ, QUA CÁC BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN. MỤC ĐÍCH CỦA CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ NHẬP KHẨU LÀ CẢN TRỞ XUẤT KHẨU CỦA CÁC NƯỚC KHÁC VÀO LÃNH THỔ NƯỚC MÌNH. VÌ VẬY CÁC NHÀ NHẬP KHẨU VÀ XUẤT KHẨU PHẢI BIẾT ĐƯỢC NHỮNG QUY ĐỊNH CỤ THỂ VÀ ĐẶC ĐIỂM CHÍNH SÁCH QUẢN LÝ NHẬP KHẨU CỦA NHÀ NƯỚC MÌNH VÀ NƯỚC MÀ HỌ BÁN HÀNG. ĐÂY LÀ VẤN ĐỀ CÓ Ý NGHĨA RẤT QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI NHÀ NHẬP KHẨU, XUẤT KHẨU. NHỮNG CÔNG CỤ QUẢN LÝ NHẬP KHẨU RẤT NHIỀU, PHỨC TẠP VÀ ĐA DẠNG. NHƯNG TỰU TRUNG LẠI CÓ HAI NHÓM CÔNG CỤ (BIỆN PHÁP) LÀ THUẾ QUAN VÀ PHI THUẾ QUAN.

3.1. THUẾ NHẬP KHẨU:

HÀNG HOÁ BỊ ĐÁNH THUẾ NHẬP KHẨU, THEO LUẬT THUẾ DO QUỐC HỘI NƯỚC CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM THÔNG QUA NGÀY 26-12-1991 LÀ NHỮNG HÀNG HOÁ ĐƯỢC PHÉP NHẬP KHẨU QUA CỬA KHẨU, BIÊN GIỚI VIỆT NAM, KỂ CẢ HÀNG TỪ KHU CHẾ XUẤT ĐƯA VÀO THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC.

3.1.1. BIỂU THUẾ NHẬP KHẨU:

CẤU TẠO BIỂU THUẾ NHẬP KHẨU HIỆN HÀNH CỦA VIỆT NAM BAO GỒM 97 CHƯƠNG (TRỪ CHƯƠNG 77 DẪ DỤ PHÒNG). MỖI CHƯƠNG ĐƯỢC CHIA THÀNH 5 CỘT.

CỘT 1: LÀ CỘT MÃ HIỆU CỦA NHÓM HÀNG

CỘT 2: LÀ CỘT MÃ HIỆU CỦA PHÂN NHÓM HÀNG

CỘT 3: LÀ CỘT MÃ HIỆU CỦA MẶT HÀNG

CỘT 4: LÀ CỘT MÔ TẢ TÊN NHÓM HÀNG, PHÂN NHÓM HÀNG HOẶC MẶT HÀNG

CỘT 5: LÀ CỘT QUY ĐỊNH MỨC THUẾ NHẬP KHẨU

KHUNG 1.9

VÍ DỤ BIỂU THUẾ NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM

(THEO QUYẾT ĐỊNH SỐ 67/1991 QĐ-BTC NGÀY 24-06-1991 CỦA BỘ TRƯỞNG BỘ TÀI CHÍNH)

MÃ SỐ			MÔ TẢ NHÓM MẶT HÀNG	T/ S M F N (%)	T/S CEPT (%)							
N H Ó M	P H Â N	N H Ó M			0 0 0 0 0 0 0 0	0 1 2 3 4 5 6	0 1 2 3 4 5 6	0 1 2 3 4 5 6	0 1 2 3 4 5 6	0 1 2 3 4 5 6	0 1 2 3 4 5 6	
02			THỊT TRÂU, BÒ	20	2	1	1	1	1	1	1	0
01			TƯƠI HOẶC UỐP LẠNH		0	5	5	5	0	0	5	
03	1	00	CÁ HỒI THÁI	30	1	1	1	5	5	5	5	
02	2		BÌNH DƯƠNG		0	0	0					
03	4	00	MỰC SỐNG	30	1	1	1	5	5	5	5	
07	1		TƯƠI HOẶC UỐP LẠNH		0	0	0					
61	2	00	BỘ COMPLE	50	3	2	2	2	1	1	5	
03	2		BĂNG SỢI		5	0	0	0	5	0		
			BÔNG									
87	2	10	XE CỨU	0	0	0	0	0	0	0	0	
03	3		THƯƠNG									

87	2	20	XE Ô TÔ CHỖ	10							
03	3		KHÔNG QUÁ 8 NGƯỜI CẢ LÁI XE	0							
87	2	90	XE VẬN TẢI	10			2	1	1	5	
04	1		HÀNG HOÁ	0			0	5	0		

DANH MỤC MẶT HÀNG CHỊU THUẾ CỦA BIỂU THUẾ NHẬP KHẨU ĐƯỢC XÂY DỰNG

TRÊN CƠ SỞ DANH MỤC CỦA HỆ THỐNG ĐIỀU HOÀ MÔ TẢ VÀ MÃ HOÁ HÀNG HOÁ CỦA TỔ CHỨC HẢI QUAN THẾ GIỚI (VIẾT TẮT LÀ DANH MỤC HS), ĐẾN CẤP ĐỘ PHÂN NHÓM HÀNG (MÃ HOÁ 6 CHỮ SỐ); Ở CẤP ĐỘ MẶT HÀNG (MÃ HOÁ 8 CHỮ SỐ).

3.12. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH THUẾ

CÓ RẤT NHIỀU CÁCH ĐÁNH THUẾ KHÁC NHAU. TUỖ THEO MẶT HÀNG NHẬP KHẨU VÀ CHÍNH SÁCH CỦA NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI TỪNG MẶT HÀNG NHẬP KHẨU MÀ NHÀ NƯỚC (CƠ QUAN THUẾ) ÁP DỤNG CÁC PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH THUẾ NHẬP KHẨU PHÙ HỢP.

THUẾ TÍNH THEO GIÁ: LÀ LOẠI THUẾ ĐÁNH MỘT TỶ LỆ PHẦN TRĂM (%) NHẤT ĐỊNH TRÊN GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU. VIỆC ÁP DỤNG CÁCH TÍNH THUẾ THEO GIÁ LÀM CHO SỐ TIỀN THUẾ THU ĐƯỢC BIẾN ĐỘNG THEO SỰ THAY ĐỔI CỦA GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU. TRONG TRƯỜNG HỢP GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU THẤP THÌ THUẾ THU ĐƯỢC THẤP VÀ SỰ BẢO HỘ CỦA THUẾ CÓ THỂ KHÔNG RÕ. HƠN NỮA, THU THUẾ THEO TỶ LỆ GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU ĐÒI HỎI CƠ QUAN THUẾ PHẢI XÁC ĐỊNH ĐƯỢC CHUẨN XÁC GIÁ NHẬP KHẨU ĐỂ THU THUẾ. ĐÂY THƯỜNG LÀ KHÓ KHĂN ĐỐI VỚI CƠ QUAN THUẾ.

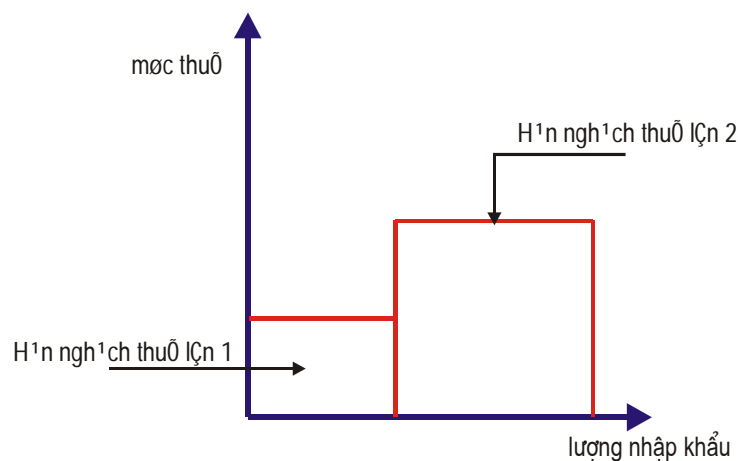
THUẾ TUYỆT ĐỐI: LÀ LOẠI THUẾ QUY ĐỊNH MỨC THUẾ THEO GIÁ TRỊ TUYỆT ĐỐI TÍNH TRÊN ĐƠN VỊ HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU (SỐ LƯỢNG, TRỌNG LƯỢNG, DUNG TÍCH)... DO ĐÓ, GIÁ HÀNG NHẬP KHẨU CAO, THẤP KHÔNG ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUY MÔ THUẾ THU ĐƯỢC. CÁCH TÍNH THUẾ ĐƠN GIẢN. TUY NHIÊN, KHI GIÁ CẢ NHẬP KHẨU BIẾN ĐỘNG SẼ NẢY SINH SỰ KHÔNG CÔNG BẰNG GIỮA CÁC ĐỐI TƯỢNG CHỊU THUẾ.

Ở VIỆT NAM, DỰ KIẾN TỪ NĂM 2002 CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU SAU ĐÂY SẼ ÁP DỤNG THUẾ TUYỆT ĐỐI: RAU QUẢ TRONG NƯỚC ĐÃ SẢN XUẤT; THỊT CÁC LOẠI TRONG NƯỚC ĐÃ SẢN XUẤT; TRỨNG GIA CẦM; MUỐI BIỂN; GẠCH CERAMIC VÀ GRANITE; KÍNH XÂY DỰNG; HÀNG TIÊU DÙNG ĐÃ QUA SỬ DỤNG; ĐỘNG CƠ ĐÓT TRONG.

THUẾ THEO MÙA LÀ LOẠI THUẾ ÁP DỤNG MỨC THUẾ KHÁC NHAU TUỖ THUỘC VÀO MÙA NHẬP KHẨU. VÀO MÙA THU HOẠCH THÌ HÀNG NHẬP KHẨU BỊ ĐÁNH THUẾ CAO. NHƯNG VÀO CÁC MÙA VỤ KHÁC LẠI ĐÁNH THUẾ THẤP HƠN ĐỂ GÓP PHẦN ĐÁP ỨNG NHU CẦU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG. NHIỀU NƯỚC ÁP DỤNG LOẠI THUẾ NÀY ĐỐI VỚI CÁC LOẠI TRÁI CÂY SẢN XUẤT TRONG NƯỚC ĐẤT ĐỎ, KHÔNG TRỒNG ĐƯỢC QUANH NĂM VÀ RẤT KHÓ CẠNH TRANH VỚI CÁC LOẠI TRÁI CÂY NHẬP KHẨU RẺ TỪ NƯỚC NGOÀI.

HẠN NGẠCH THUẾ

HẠN NGẠCH THUẾ LÀ CHẾ ĐỘ THUẾ ÁP DỤNG MỨC THUẾ SUẤT KHÔNG (%) HOẶC THẤP KHI HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU TRONG GIỚI HẠN SỐ LƯỢNG HẠN NGẠCH NHẬP KHẨU QUY ĐỊNH, NHƯNG KHI NHẬP KHẨU VƯỢT QUÁ HẠN NGẠCH THÌ PHẢI CHỊU MỨC THUẾ CAO



HƠN ĐỐI VỚI PHẦN VƯỢT ĐÓ.

HÌNH 1-9

Ở VIỆT NAM, TỪ NĂM 2002 SẼ ÁP DỤNG HẠN NGẠCH THUẾ ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG SAU: SỮA VÀ SẢN PHẨM SỮA; NGÔ HẠT, NGÔ RANG; GẠO CÁC LOẠI; ĐẬU TƯƠNG; DẦU THỰC VẬT TINH CHẾ; THUỐC LÁ; BÔNG NGUYÊN LIỆU.

NGOÀI LOẠI CÁC LOẠI THUẾ TRÊN, NHIỀU NƯỚC CÒN ÁP DỤNG CÁC PHƯƠNG PHÁP TÍNH THUẾ NHẬP KHÁC NHƯ:

THUẾ LỰA CHỌN:

THUẾ LỰA CHỌN LÀ LOẠI THUẾ QUY ĐỊNH CẢ HAI CÁCH TÍNH THEO GIÁ VÀ THEO LƯỢNG, CÓ THỂ CHỌN MỘT TRONG HAI CÁCH TÍNH THEO SỐ TIỀN THUẾ CAO HAY THẤP.

THUẾ HỖN HỢP

THUẾ HỖN HỢP LÀ LOẠI THUẾ VỪA ÁP DỤNG TÍNH THEO SỐ LƯỢNG VỪA ÁP DỤNG TÍNH THEO GIÁ TRÊN SỐ HÀNG NHẬP KHẨU.

THUẾ TÍNH THEO GIÁ TIÊU CHUẨN

THUẾ TÍNH THEO GIÁ TIÊU CHUẨN (CÓ NƯỚC GỌI LÀ THUẾ GIÁ CHÊNH LỆCH) LÀ LOẠI THUẾ ĐÁNH VÀO HÀNG NHẬP KHẨU KHI CÓ SỰ CHÊNH LỆCH GIỮA GIÁ NHẬP KHẨU VÀ GIÁ TIÊU CHUẨN DO NHÀ NƯỚC QUY ĐỊNH. VIỆC ÁP DỤNG LOẠI THUẾ SUẤT NÀY NHẪM ĐỐI PHÓ VỚI TRƯỜNG HỢP GIÁ NHẬP KHẨU THẤP HƠN GIÁ TIÊU CHUẨN.

MỖI CÁCH TÍNH THUẾ ĐỀU CÓ ƯU ĐIỂM VÀ NHƯỢC ĐIỂM. TÙY THUỘC VÀO MỤC ĐÍCH THU THUẾ VÀ TÍNH CHẤT CỦA HÀNG HOÁ ĐỂ GIẢI QUYẾT HƯỚNG PHƯƠNG PHÁP THU THÍCH HỢP, NHƯNG PHỔ BIẾN NHẤT VẪN LÀ ÁP DỤNG CÁCH TÍNH THUẾ THEO GIÁ.

3.13. MỨC THUẾ

MỨC THUẾ ĐƯỢC XÂY DỰNG TRÊN CƠ SỞ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI VÀ CHẾ ĐỘ QUẢN LÝ NHẬP KHẨU CỦA NHÀ NƯỚC. MỨC THUẾ CÓ THỂ ÁP DỤNG CHUNG CHO TẤT CẢ CÁC ĐỐI TÁC, THEO TỪNG MẶT HÀNG, NHƯNG CŨNG CÓ THỂ ÁP DỤNG MỨC THUẾ KHÁC NHAU ĐỐI VỚI TỪNG NHÓM NƯỚC, HOẶC TỪNG NƯỚC. CÓ THỂ CHỈ CÓ MỘT MỨC THUẾ CHO MỘT NHÓM MẶT HÀNG NHƯNG THÔNG THƯỜNG BIỂU THUẾ NHẬP KHẨU (HAY CÒN GỌI LÀ BIỂU THUẾ QUAN) CÓ NHIỀU MỨC THUẾ.

LUẬT THUẾ XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM HIỆN HÀNH (SỬA ĐỔI, BỔ XUNG 5-7-1993 VÀ 20-05-1998) QUY ĐỊNH ÁP DỤNG BA LOẠI THUẾ SUẤT ĐỐI VỚI HÀNG NHẬP KHẨU TÙY THUỘC VÀO CÁC ĐỐI TÁC KHÁC NHAU. ĐÓ LÀ:

□ **THUẾ SUẤT THÔNG THƯỜNG**: ÁP DỤNG ĐỐI VỚI HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU CÓ XUẤT XỨ TỪ NƯỚC KHÔNG CÓ THỎA THUẬN VỀ ĐỐI XỬ TỐI HUỆ QUỐC (MFN) TRONG QUAN HỆ VỚI VIỆT NAM.

THUẾ SUẤT THÔNG THƯỜNG ĐƯỢC ÁP DỤNG THÔNG NHẤT CAO HƠN 50% SO VỚI THUẾ SUẤT ƯU ĐÃI.

□ **THUẾ SUẤT ƯU ĐÃI**: ĐƯỢC ÁP DỤNG CHO HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU CÓ XUẤT XỨ TỪ NƯỚC HOẶC KHỎI NƯỚC CÓ THỎA THUẬN ĐỐI XỬ TỐI HUỆ QUỐC TRONG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VỚI VIỆT NAM.

□ **THUẾ SUẤT ƯU ĐÃI ĐẶC BIỆT** DÙNG ĐỂ ÁP DỤNG CHO HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU CÓ XUẤT XỨ TỪ NƯỚC HOẶC KHỎI NƯỚC MÀ VIỆT NAM VÀ HỌ ĐÃ CÓ THỎA THUẬN ĐẶC BIỆT VỀ THUẾ NHẬP KHẨU THEO THỂ CHẾ KHU VỰC THƯƠNG MẠI TỰ DO, LIÊN MINH QUAN THUẾ HOẶC ĐỂ TẠO THUẬN LỢI CHO GIAO LƯU THƯƠNG MẠI BIÊN GIỚI.

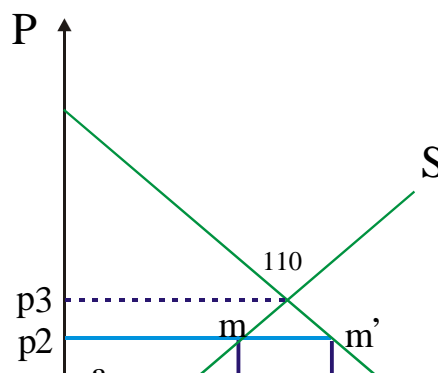
3.14. MỤC ĐÍCH VÀ TÁC DỤNG CỦA THUẾ NHẬP KHẨU

MỤC ĐÍCH CỦA VIỆC ĐÁNH THUẾ NHẬP KHẨU LÀ :

- * GÓP PHẦN VÀO VIỆC PHÁT TRIỂN VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT
- * HƯỚNG DẪN TIÊU DÙNG TRONG NƯỚC
- * GÓP PHẦN TẠO NGUỒN THU CHO NGÂN SÁCH
- * GÓP PHẦN THỨC ĐẨY TỰ DO HOÁ THƯƠNG MẠI

I/ THUẾ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT NỘI ĐỊA

□ THUẾ NHẬP KHẨU CÓ XU HƯỚNG LÀM TĂNG GIÁ TRÊN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA, DO ĐÓ CÓ TÁC DỤNG BẢO HỘ SẢN XUẤT VÀ THƯỜNG ĐƯỢC COI LÀ MỘT CHÍNH SÁCH ĐỂ BẢO VỆ NGÀNH CÔNG NGHIỆP NON TRẺ. TÁC DỤNG LÀM TĂNG GIÁ TRONG NƯỚC NHƯ VẬY GỌI LÀ “BẢO HỘ DANH NGHĨA” CỦA THUẾ QUAN, VÀ ĐƯỢC MINH HOẠ BẰNG SƠ ĐỒ 2-IX. ĐỂ ĐƠN GIẢN CHO PHÂN TÍCH, CHÚNG TA PHẢI GIẢ THIẾT LÀ TƯƠNG QUAN CUNG CẦU CỦA SẢN PHẨM ĐƯA RA PHÂN TÍCH ĐÃ ĐƯỢC XÁC ĐỊNH VÀ BẤT BIẾN. VỀ PHÍA CẦU, THỊ HIẾU, GIÁ BÁN CÁC SẢN PHẨM KHÁC, LỢI TỨC CỦA NGƯỜI TIÊU THỤ HẾT THẤY ĐỀU CÓ ĐỊNH. VỀ PHÍA CUNG, SỰ THAY ĐỔI KỸ THUẬT, NHỮNG YẾU TỐ NGOẠI SINH, HAY NHỮNG THAY ĐỔI KHÁC ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHI PHÍ SẢN XUẤT CŨNG KHÔNG XẢY RA. ĐẶC BIỆT CHÚNG TA TẠM THỜI GIẢ ĐỊNH KHÔNG CÓ THUẾ QUAN ĐÁNH VÀO NGUYÊN LIỆU ĐỂ SẢN XUẤT SẢN PHẨM ĐÓ.



HÌNH 2-9

GIÁ THIẾT SỐ CUNG CỦA THẾ GIỚI CÓ CHI PHÍ SẢN XUẤT CỐ ĐỊNH, NGHĨA LÀ NHÀ CUNG CẤP NƯỚC NGOÀI SẴN SÀNG BÁN THEO GIÁ BẤT BIẾN VỚI BẤT KỲ SỐ CẦU THỰC NÀO CỦA NGƯỜI TIÊU THỤ TRONG NƯỚC. TRONG HÌNH 2-9, S VÀ D LÀ CÁC ĐƯỜNG CUNG VÀ CẦU TRONG NƯỚC, OP_1 LÀ GIÁ BÁN BẤT BIẾN CỦA NHÀ CUNG CẤP NGOẠI QUỐC. VÀ NHƯ VẬY, MỨC GIÁ QUÂN BÌNH KHI CÓ TỰ DO BUÔN BÁN LÀ OP_1 . DO CHO TỰ DO BUÔN BÁN, NƯỚC NGOÀI ĐÃ BÁN VỚI GIÁ OP_1 , THÌ NHÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC KHÔNG THỂ TÍNH GIÁ BÁN CAO HƠN GIÁ ĐÓ. NHÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC PHẢI ĐỊNH LƯỢNG SẢN XUẤT RA Ở CHI PHÍ SẢN XUẤT CẠM BIÊN BẰNG VỚI CHI PHÍ SẢN XUẤT CỐ ĐỊNH CỦA NGOẠI QUỐC, ĐÓ LÀ SẢN LƯỢNG Ở MỨC OQ_1 . VÌ SỐ CẦU TRONG NƯỚC LÀ OQ_2 , NÊN PHẢI NHẬP KHẨU LÀ $Q_1 Q_2$ NẾU KHÔNG ĐƯỢC TỰ DO NHẬP KHẨU GIÁ BÁN QUÂN BÌNH TRONG NƯỚC SẼ LÀ OP_3 . NẾU BÂY GIỜ ĐÁNH THUẾ VỚI MỨC THUẾ LÀ $T_0 (P_1 P_2)$ GIÁ CUNG LÚC NÀY SẼ LÀ OP_2 , MẶC DÙ GIÁ BÁN CỦA NƯỚC NGOÀI KHÔNG ĐỔI VÌ CHI PHÍ SẢN XUẤT CỐ ĐỊNH.

VỚI GIÁ OP_2 (KHI CÓ THUẾ QUAN), NHÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC CÓ THỂ SẢN XUẤT Ở MỘT MỨC CHI PHÍ CẠM BIÊN CAO HƠN, SẢN LƯỢNG TĂNG LÊN OQ_3 , THAY THẾ MỘT PHẦN CHO SỐ NHẬP KHẨU (TRƯỚC KHI CÓ THUẾ). NGƯỜI TA THƯỜNG GỌI ĐÂY LÀ HIỆU QUẢ THAY THẾ NHẬP KHẨU CỦA THUẾ QUAN.

PHÍ TỒN SẢN XUẤT ĐƠN VỊ CAO HƠN DO SỰ GIA TĂNG SỐ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC ĐƯỢC PHẢN ÁNH TRONG HÌNH CHỮ NHẬT $P_1 P_2 M'N'$. ĐÂY CHÍNH LÀ NHỮNG MÁT MÁT DO THUẾ

QUAN ĐEM LẠI, ĐƯỢC PHẢN ÁNH TRONG HAI KHÁI NIỆM TÁC ĐỘNG: TÁC ĐỘNG BẢO HỘ VÀ TÁC ĐỘNG CHUYỂN NHƯỢNG.

TÁC ĐỘNG BẢO HỘ: GỌI LÀ BẢO HỘ VÌ VỚI GIÁ BÁN CAO HƠN SẼ TẠO CƠ HỘI KINH DOANH CHO CÁC NHÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC KÉM HIỆU QUẢ. THÊM MỖI ĐƠN VỊ SẢN XUẤT RA LÀ TĂNG THÊM MỘT MỨC ĐỘ KÉM HIỆU QUẢ. TỔNG PHÍ TỒN VỀ SẢN XUẤT THÊM $Q_1 Q_3$ ĐƯỢC DO BẢNG TAM GIÁC B.

TÁC ĐỘNG CHUYỂN NHƯỢNG: GIÁ BÁN CAO HƠN (DO CÓ THUẾ NHẬP KHẨU) ĐƯỢC TÍNH CHO MỖI ĐƠN VỊ CỦA TOÀN BỘ SỐ LƯỢNG CUNG ỨNG TRONG KHI TÁC ĐỘNG BẢO HỘ CHỈ ỨNG VỚI PHẦN CUNG ỨNG GIA TĂNG. DO ĐÓ PHẦN THU HOẠCH THÊM CỦA CÁC NHÀ SẢN XUẤT CÓ HIỆU QUẢ ĐƯỢC ĐO BỞI TỨ GIÁC A LÀ PHẦN THẶNG DƯ SO VỚI CHI PHÍ SẢN XUẤT. ĐÂY CHÍNH LÀ PHẦN CHUYỂN NHƯỢNG HAY TÁI PHÂN PHỐI LỢI TỨC TỪ GIỚI TIÊU THỤ SANG GIỚI SẢN XUẤT.

TÓM LẠI, MỘT MỨC THUẾ QUAN ĐÁNH VÀO HÀNG NHẬP KHẨU SẼ CẠNH TRANH VỚI HÀNG HOÁ TRONG NƯỚC SẼ LÀM CHO GIÁ CẢ TRONG NƯỚC TĂNG LÊN. GIÁ CẢ TĂNG LÊN LÀM GIẢM NHU CẦU TIÊU DÙNG, TĂNG SẢN XUẤT TRONG NƯỚC VÀ GIẢM NHẬP KHẨU. DO VẬY, CÓ THỂ NÓI THUẾ QUAN LÀ MỘT CÔNG CỤ HỮU HIỆU ĐỂ PHÁT TRIỂN VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

TUY NHIÊN, NHỮNG LUẬN CỨ BẢO VỆ CHO MỘT CHÍNH SÁCH BẢO HỘ CHỈ THÍCH HỢP TRONG NGẮN HẠN VÀ TRÊN PHƯƠNG DIỆN PHI KINH TẾ, HAY CHỈ NÊN ÁP DỤNG TRONG MỘT SỐ TRƯỜNG HỢP CỤ THỂ MÀ THÔI. BỒI VÌ BẢO HỘ LÀM GIẢM VÀ CÓ THỂ MẤT HẸN NHỮNG LỢI LỘC DO PHÂN CÔNG LAO ĐỘNG QUỐC TẾ MANG LẠI.

BẢO HỘ THUẾ QUAN KHÁC VỚI BẢO HỘ THỰC. BẢO HỘ THUẾ QUAN CHO TA BIẾT SỰ BẢO HỘ GIÁ TRỊ DANH NGHĨA LÀ NHƯ THẾ NÀO NẾU KHÔNG CÓ HẠN CHẾ VỀ SỐ LƯỢNG, KHÔNG CÓ BUÔN LẬU VÀ NHỮNG NHÂN TỐ KHÁC CÓ THỂ LÀM CHO THUẾ NHẬP KHẨU TRỞ NÊN MÉO MÓ (THỪA HOẶC THIẾU).

TRONG TRƯỜNG HỢP BẢO HỘ CỦA THUẾ QUAN, TÍNH TỶ LỆ BẢO HỘ THEO CÔNG THỨC SAU:

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

VÍ DỤ: ĐỂ BẢO HỘ NGÀNH SẢN XUẤT XE ĐẠP, CHÍNH PHỦ ĐÁNH THUẾ NHẬP KHẨU XE ĐẠP THƯỜNG LÀ 50% THEO TRỊ GIÁ NHẬP KHẨU. MỘT CHIẾC XE ĐẠP NỮ NHẬP KHẨU TRỊ GIÁ LÀ 600.000Đ, SẼ ĐƯỢC BÁN Ở THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA ÍT NHẤT LÀ 900.000Đ

$$\text{TỶ LỆ BẢO HỘ CHO SẢN XUẤT XE ĐẠP} = \frac{600.000(1 + 0,5)}{600.000} - 1 = 0,5 \text{ hay } 50\%$$

BÂY GIỜ CHÚNG TA NGHIÊN CỨU CÁCH TÍNH TỶ LỆ BẢO HỘ CỦA THUẾ QUAN TRONG TÌNH HUỐNG CÓ MỘT CƠ CẤU THUẾ PHỨC TẠP HƠN.

a. TÁC ĐỘNG CỦA BIỂU GIÁ TÍNH THUẾ
THÔNG THƯỜNG, THUẾ NHẬP KHẨU ĐÁNH THEO GIÁ TRỊ HÀNG GHI TRONG HOÁ ĐƠN. TUY NHIÊN ĐỂ PHÒNG VIỆC GHI GIÁ THẤP HƠN GIÁ TRONG HOÁ ĐƠN, MỘT SỐ CHÍNH PHỦ ĐÔI KHI CHỦ TRƯỞNG ĐÁNH THUẾ CĂN CỨ VÀO GIÁ ĐƯỢC GHI TRONG BIỂU GIÁ TÍNH THUẾ CỦA MÌNH (PG). BIỂU GIÁ TÍNH THUẾ LÀ MỘT BẢNG GIÁ “QUỐC TẾ CHÍNH THỨC” DO CÁC VIÊN CHỨC XÂY DỰNG CHO NHỮNG SẢN PHẨM NHẬP KHẨU. TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY TỶ LỆ BẢO HỘ CỦA THUẾ QUAN ĐƯỢC TÍNH NHƯ SAU:

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

VÍ DỤ: GIẢ THIẾT RẰNG GIÁ DO CHÍNH PHỦ QUY ĐỊNH CHO XE ĐẠP NỮ NHẬP KHẨU LÀ 700.000Đ, TRONG KHI GIÁ KHAI BÁO (TRONG HOÁ ĐƠN) LÀ 600.000Đ. CŨNG GIẢ ĐỊNH CHÍNH PHỦ VẪN ĐÁNH THUẾ 50% VÀO XE ĐẠP NHẬP KHẨU. KẾT QUẢ LÀ BẢO HỘ CỦA THUẾ

$$\text{QUAN TĂNG TỪ } 50\% \text{ LÊN } 58\% \left(\frac{700.000}{600.000} \times 0,5 \right).$$

B) TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ NỘI ĐỊA

NHÌN CHUNG THỂ GIÁN THU KHÔNG PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ ĐỐI VỚI HÀNG SẢN XUẤT TRONG NƯỚC VÀ HÀNG NHẬP KHẨU. ĐIỀU ĐÓ TẠO NÊN SỰ NGANG BẰNG TRONG BÁN LẺ GIỮA HÀNG HOÁ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC VÀ HÀNG NHẬP KHẨU ĐƯỢC THỂ HIỆN BẰNG SỰ

NGANG BẰNG GIỮA GIÁ CẢ NỘI ĐỊA CỦA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU VÀ GIÁ CẢ BÊN TRONG CỦA SẢN PHẨM TRONG NƯỚC.

TUY NHIÊN, SỰ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ BẰNG THUẾ NỘI ĐỊA CŨNG LÀ MỘT CÔNG CỤ KHÁC VỀ BẢO HỘ CỦA CHÍNH PHỦ CHO SẢN XUẤT. TRÊN THỰC TẾ, KHI TỶ SUẤT THUẾ GIÁN THU ĐÁNH VÀO HÀNG NHẬP KHẨU CAO HƠN LÀ ĐỐI VỚI MỘT SẢN PHẨM NỘI ĐỊA, THÌ SỰ BẢO HỘ ĐỐI VỚI SẢN XUẤT NỘI ĐỊA SẼ TĂNG LÊN. KHI ĐÓ TỶ LỆ BẢO HỘ CỦA THUẾ QUAN DƯỚI TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ NỘI ĐỊA SẼ LÀ:

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

TRONG ĐÓ:

- T_{ID}, T_{IM} = THUẾ GIÁN THU (CÁC SẢN PHẨM NỘI ĐỊA (D) VÀ NHẬP KHẨU (M))
- T = TỶ SUẤT THEO GIÁ TRỊ HÀNG HOÁ CỦA TOÀN BỘ CÁC THUẾ NHẬP KHẨU.
VÍ DỤ: ĐỐI VỚI Ô TÔ NHẬP KHẨU, NGOÀI VIỆC PHẢI CHỊU THUẾ NHẬP KHẨU LÀ 60%, CÒN PHẢI NỘP THÊM THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT VỚI THUẾ SUẤT LÀ 100%. NHƯNG VỚI CÁC Ô TÔ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC, KHÔNG PHẢI NỘP THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT MÀ CHỈ PHẢI NỘP 10% KHI BÁN HÀNG. TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY BẢO HỘ CỦA THUẾ QUAN SẼ LÀ:

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

TRÁI LẠI, CẢ Ô TÔ NHẬP KHẨU VÀ Ô TÔ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC KHI BÁN HÀNG ĐỀU PHẢI NỘP NHƯ NHAU LOẠI THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT VỚI THUẾ SUẤT LÀ 100%.

BẢO HỘ THUẾ QUAN TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY LÀ:

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

TÌNH HÌNH SẼ KHÁC ĐI, KHÔNG CÓ LỢI CHO NHÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC, NẾU SẢN XUẤT Ô TÔ TRONG NƯỚC PHẢI CHỊU THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT LÀ 120%, CHỨ KHÔNG PHẢI 100%.

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

NHƯ VẬY, KHẢ NĂNG CÓ 3 TRƯỜNG HỢP

$T_{IM} > T_{ID}$	PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ KHÔNG CÓ LỢI ĐỐI VỚI HÀNG NHẬP KHẨU
$T_{IM} = T_{ID}$	KHÔNG CÓ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ GIỮA HÀNG SẢN XUẤT TRONG NƯỚC VÀ HÀNG NHẬP KHẨU
$T_{IM} < T_{ID}$	ĐỐI XỬ CÓ LỢI CHO HÀNG NHẬP KHẨU

BẢO HỘ THỰC CỦA THUẾ QUAN:

TRÊN THỰC TẾ KHI TA THU MỘT MỨC THUẾ ĐỐI VỚI HÀNG NHẬP KHẨU, KHÔNG NHẤT THIẾT XÂY RA VIỆC TĂNG GIÁ CẢ TƯƠNG ỨNG TRÊN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA ĐỐI VỚI HÀNG HOÁ ĐÓ. VÌ VẬY, TỶ LỆ BẢO HỘ DANH NGHĨA THƯỜNG KHÔNG TRÙNG HỢP VỚI BẢO HỘ THỰC. BẢO HỘ THỰC ĐƯỢC HIỂU LÀ CHÊNH LỆCH TÍNH BẰNG PHẦN TRĂM (%) MÀ NGƯỜI SẢN XUẤT NỘI ĐỊA NHẬN ĐƯỢC (PD) VÀ GIÁ QUỐC TẾ (PW). BẢO HỘ THỰC CHỊU TÁC ĐỘNG CỦA TẤT CẢ CÁC NHÂN TỐ NHƯ: HÀNG RÀO THUẾ QUAN, PHI THUẾ QUAN, BUÔN LẬU V.V... BẢO HỘ THỰC ĐƯỢC TÍNH THEO CÔNG THỨC:

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

VÍ DỤ: MỘT CHIẾC Ô TÔ DU LỊCH (DƯỚI 8 CHỖ NGỒI) TRỊ GIÁ NHẬP KHẨU LÀ 370 TRIỆU VND. THUẾ NHẬP KHẨU VÀ THUẾ TIÊU THU ĐẶC BIỆT ĐÁNH VÀO CHIẾC Ô TÔ NHẬP KHẨU NÀY LÀ 60% VÀ 100%. VẬY CHIẾC Ô TÔ NÀY PHẢI ĐƯỢC BÁN Ở TRÊN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA KHÔNG THẤP HƠN 1184 TRIỆU VND. MỨC BẢO HỘ DANH NGHĨA CỦA THUẾ QUAN TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY LÀ 220%.

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

Nhưng do tác động của chính sách hạn chế nhập khẩu của buôn lậu.... nên trên thị trường nội địa khi thì được bán với giá cao hơn, khi thì thấp hơn nhiều giá nhập khẩu cộng với các loại thuế trên.

Giả dụ ở thời điểm đầu năm chiếc ô tô loại này được bán phổ biến ở trên thị trường chỉ có 1110 triệu VND đến cuối năm giá lại tăng lên đến 1.210 triệu

VND. Mức bảo hộ thực trong trường hợp đầu là 200% $\left(\frac{1.110}{370} - 1 = 2,0\text{hay}200\%\right)$; còn trong trường hợp sau là 227% $\left(\frac{1210}{370} - 1 = 2,27\text{hay}227\%\right)$.

Sự biến động giá trên thị trường nội không tương ứng với tiền thuế (hoặc tỷ lệ thuế) phản ánh trong giá cả hàng hoá gây nên hiện tượng gọi là thuế thiếu và thuế thừa như 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. Người ta định nghĩa 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 vượt 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:

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

Ở 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 được 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 được chiếc xe đạp nữ với giá 600.000đ (giá nhập khẩu) cần 200.000đ vật tư đầu vào như 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 nước Chính phủ cho phép ngành sản xuất xe đạp nhập khẩu thép và phụ liệu được hưởng mức thuế ưu đãi 1% trên giá nhập.

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

$$P_d = 600.000đ (1+0,5) = 900.000đ$$

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

$$\text{Vậy } V_d = 900.000đ - 202.000đ = 698.000đ$$

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

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

Hoặc cách tính thứ hai:

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

+ Nếu không muốn bảo hộ ngành sản xuất xe đạp Chính phủ đánh thuế nhập khẩu thống nhất là 50% vào cả đầu vào và đầu ra nhập khẩu thì:

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

Từ những ví dụ trên, nếu $V_d > 0$ chúng ta có thể phân loại Bet như sau:

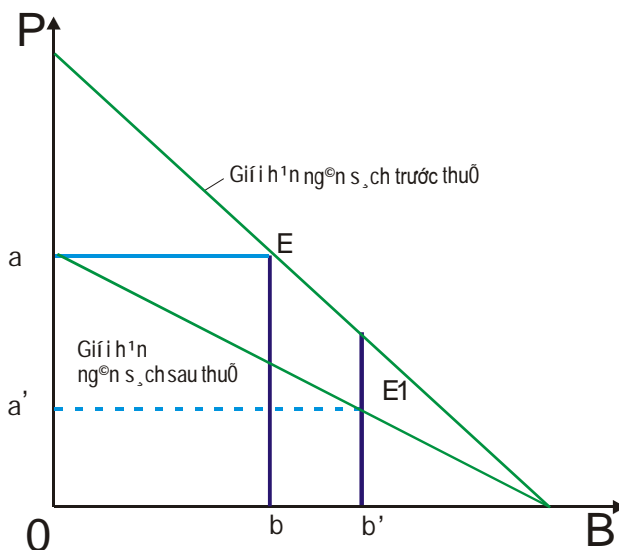
Bảo hộ tiêu cực	$V_d > V_n$	$-1 < B_{et} < 0$
Bảo hộ tích cực	$V_d > V_n$	$B_{et} > 0$

Như 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 dễ 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 nhập khẩu đối với giới tiêu dùng nội địa như thế nào, trước hết chúng ta giả thiết rằng thu nhập của mỗi người tiêu dùng là cố định, và người tiêu dùng đó có thể lựa chọn mua một trong hai hàng hoá A và B.



Hình 3-9

Khi chưa có thuế nhập khẩu, người tiêu dùng vừa mua sản phẩm A và B theo một tỷ lệ nào đó. Họ phân chia phần thu nhập của mình để mua, giả sử tại điểm E (với lượng hàng OA và OB).

Giả sử Nhà nước đánh thuế nhập khẩu đối với một mức thuế nào đó theo giá của sản phẩm A, khi đó đường giới hạn ngân sách sẽ thu hẹp lại. Người tiêu dùng sẽ hạn chế việc mua sản phẩm A và sẽ mua nhiều sản phẩm B. Và để cân đối lại ngân sách, người tiêu dùng sẽ phân chia phần thu nhập cố định của mình tại điểm E1 (với lượng hàng OA' và OB').

Như vậy, ta có thể thấy thuế nhập khẩu trong trường hợp này đã tác động đến hành vi của người tiêu dùng trên hai khía cạnh.

Trước khi đánh thuế vào sản phẩm A, người tiêu dùng có thể tự liệu phân phối thu nhập của mình sao cho mua được cả hai sản phẩm A và B nhiều nhất; Sau khi đánh thuế vào sản phẩm A thì người tiêu dùng có xu hướng phân bố thu nhập của mình nghiêng về mua được sản phẩm B nhiều hơn. Đó chính là tác động của thuế nhập khẩu tới việc hướng dẫn tiêu dùng trong nước.

iii/ Thuế nhập khẩu góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách.

Trên mỗi đơn vị nhập khẩu, Nhà nước thu được một số thuế nhất định, trên hình 2-IX. Trong số thuế thu được trên số lượng nhập khẩu q_3 q_4 chính là diện tích hình chữ nhật C, có chiều dài là số nhập cung và chiều rộng là mức thuế nhập khẩu.

Trong một nước mà hệ thống chưa phát triển, thuế xuất nhập khẩu gần như được xem là một nguồn thu chính vì dễ thực hành thu. Nhiều nước châu á phát triển nhờ vào thương mại quốc tế và điều đáng ngạc nhiên là thuế nhập khẩu chiếm một tỷ lệ cao trong tổng nguồn thu của Chính phủ. Ví dụ: Ấn độ 28,5%, Philipin:24%; Thái lan:23%, Malaixia:17%, Đài loan:14%. Trong khi đó các nước giàu có tỷ lệ rất thấp Mỹ: 1,4%, Canada:1,7%, Anh: 0,07%, Pháp : 0,03%, CHLB Đức: 0%.

Ở Việt Nam, do mở rộng hoạt động ngoại thương, nên nguồn thu từ thuế xuất nhập khẩu cũng tăng lên qua các năm và đóng góp phần đáng kể vào nguồn thu của ngân sách.

Thuế xuất nhập khẩu, chủ yếu là thuế nhập khẩu ở Việt Nam, trong những năm 90 chiếm từ 25% đến 28% tổng số thu thuế của ngân sách Nhà nước.

iv: Thuế quan góp phần thúc đẩy tự do hoá thương mại

Các quốc gia không kể quy mô và trình độ phát triển đang tìm mọi cách tham gia vào thị trường thế giới và khu vực nhằm thụ hưởng những lợi ích do hợp tác và phân công lao động quốc tế mang lại. Một trong những cố gắng của các quốc gia theo hướng này là tìm cách giảm dần tiến tới xoá bỏ các rào cản thương mại.

Các quốc gia đã đạt được những kết quả nhất định theo hướng này.

Trong vòng 7 vòng đàm phán (1948-1994), các thành viên GATT đã đạt được thoả thuận giảm thuế cho 89.900 hàng hoá. Vấn đề giảm thuế quan và các rào cản thương mại và loại trừ phân biệt đối xử vẫn là mục tiêu cơ bản của WTO (GATT-1994).

Theo hiệp định Uruguay (kết quả vòng đàm phán thứ 8 của GATT), từ năm 1994 đến năm 2005, mức thuế quan trung bình sẽ giảm 40%. Với mức giảm như vậy, mức thuế hàng hoá nói chung ở các nước công nghiệp phát triển còn khoảng không quá 5%, trừ hàng dệt và may mặc, mức trung bình khoảng 10-30%. Chủ yếu là đối với hàng nhập từ các nước đang phát triển, mức thuế quan trung bình ở các nước Đông á chỉ còn từ 5-15%, Nam á: 10-60%; Mỹ La tinh, Trung đông, Châu phi: 10-25%.

Để tạo cho tự do thương mại, các nước tham gia WTO cũng đã cam kết thuế hoá các biện pháp không mang hình thức thuế và không đưa thêm các hình thức bảo hộ mới ngoài khuôn khổ của GATT. Mọi chính sách

kinh tế sẽ rõ ràng làm cho thương mại quốc tế không còn cản trở để các doanh nghiệp phải lo lắng. Theo Tổng Thư ký GATT thì 95% số hàng hoá trong mậu dịch quốc tế sẽ được điều tiết chủ yếu bằng công cụ thuế quan.

Các nước thành viên WTO cũng thoả thuận rằng mọi loại thuế và khoản thu nội địa sẽ không áp dụng trực tiếp hay gián tiếp đối với các sản phẩm nhập khẩu cao hơn những khoản thuế và thu nội địa đánh vào sản phẩm trong nước tương ứng.

Việt Nam đã gia nhập ASEAN (28-07-1995) và Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) năm 1997. Việt Nam đang đàm phán để ra nhập WTO. Trong khuôn khổ ASEAN, Việt Nam đã ký kết Nghị định thư (15-12-1995) ra nhập Hiệp định về Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (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 đó là:

□ Áp dụng trên cơ sở có đi có lại, ưu đãi Tối Huệ Quốc (MFN) và ưu đãi quốc gia (NT) cho các nước thành viên ASEAN. Cung cấp các thông tin phù hợp về chính sách thương mại theo yêu cầu.

□ Chuẩn bị một danh mục để cắt giảm thuế quan và bắt đầu thực hiện việc cắt giảm thuế có hiệu lực từ ngày 01-01-1996 và hoàn thành thuế suất 0-5% vào ngày 01-01-2006.

□ Chuyển các sản phẩm tạm thời chưa cắt giảm vào danh mục cắt giảm theo 5 bước bằng nhau bắt đầu từ 1-1-1999 và kết thúc vào ngày 1-1-2003 và chuẩn bị một danh mục các sản phẩm để chuyển vào từng năm.

□ Chuyển dần các sản phẩm nông nghiệp được loại trừ tạm thời vào danh mục cắt giảm bắt đầu từ ngày 01-01-2000 và kết thúc vào ngày 01-01-2006, và chuẩn bị một danh mục các sản phẩm để chuyển vào từng năm.

Thực hiện các cam kết về thuế quan trên đây, Chính phủ Việt Nam đã đưa ra lịch trình cắt giảm tổng thể để

thực hiện CEPT/AFTA. Trong biểu thuế nhập khẩu của Việt Nam hiện có 6400 dòng thuế, lịch trình cắt giảm thuế được chia ra:

+ Đối với 4270 dòng thuế đã đưa vào danh mục cắt giảm ngay từ ngày 01-01-1996 đến 12-2000 sẽ tiếp tục cắt giảm theo lịch trình.

+ Đối với 1940 dòng thuế thuộc danh mục loại trừ tạm thời, thực hiện cắt giảm như sau:

- Năm 2001, cắt giảm 720 dòng thuế, chủ yếu là các loại thuế suất hiện hành trong khoảng 20-40%.
- Năm 2002, cắt giảm 510 dòng thuế, chủ yếu là các loại thuế suất hiện hành trên 40%.
- Năm 2003, cắt giảm 710 dòng thuế, chủ yếu là các loại có thuế suất hiện hành trên 60%.

Mức thuế của 6210 dòng thuế nhập khẩu trên đây, tức 97% các dòng thuế nhập khẩu áp dụng cho các nước ASEAN sẽ giảm xuống tới 20% vào năm 2003.

Riêng đối với 190 dòng thuế thuộc danh mục loại trừ hoàn toàn và danh mục nhạy cảm sẽ nghiên cứu để đưa ra lịch trình cắt giảm sau năm 2003.

Thời hạn cuối cùng vào năm 2006 thuế nhập khẩu của Việt Nam thì ASEAN sẽ chỉ còn 0-5%. Các thành viên APEC đã thông qua chương trình hành động của APEC nhằm thiết lập cộng đồng kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương vì một nền thương mại tự do, đa phương hoá trong khu vực, dựa trên những nguyên tắc của GATT/ WTO. Việt Nam cũng đã cam kết tham gia vào chương trình này. Và có thể nói những cam kết mà Việt Nam thực thi trong APEC là một bước đi trước của tiến trình ra nhập WTO.

Về lĩnh vực thuế quan, Việt Nam cam kết thực hiện chương trình thương mại mở và tự do trong khu vực bằng cách giảm dần thuế quan; đảm bảo hệ thống, chế độ thuế quan của nước mình luôn luôn được công bố rõ ràng. Hàng năm Việt Nam phải thông báo các kết quả giảm thuế của Việt Nam để thực hiện tự do hoá thương mại vào năm 2002.

Việc thực hiện các cam kết về thuế quan trên đây với các tổ chức hợp tác kinh tế khu vực sẽ là một thách thức đối với nền kinh tế và khu vực. Nhưng việc giảm dần thuế quan tạo thuận lợi cho thương mại và đầu tư quốc tế, qua đó tạo điều kiện khuyến khích việc chuyển giao kỹ thuật đổi mới công nghệ cho nền sản xuất trong nước; tranh thủ ưu đãi về thuế mở rộng thị trường cho xuất khẩu và thu hút đầu tư.

3.2. Các biện pháp quản lý nhập khẩu thông qua các hàng rào phi thuế quan

3.21. *Khái niệm:* Hàng rào phi thuế quan có nghĩa là các biện pháp khác với thuế quan, trên thực tế ngăn cấm hoặc hạn chế việc nhập khẩu hoặc xuất khẩu các sản phẩm giữa hai hay nhiều quốc gia.

3.22. *Các rào cản phi thuế quan liên quan đến nhập khẩu*

3.22.1. *Các biện pháp hạn chế định lượng:* Các biện pháp hạn chế định lượng có nghĩa là các cấm đoán hoặc hạn chế thương mại với một hay quốc gia khác, dù thực hiện bằng hạn ngạch, giấy phép hoặc các biện pháp có tính chất tương tự, kể cả các biện pháp và các yêu cầu hành chính hạn chế thương mại.

a. **Cấm nhập khẩu:** ở Việt Nam hàng cấm nhập khẩu nhằm mục đích đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội. Ngoài ra Việt Nam còn cấm nhập khẩu một số hàng nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Hàng cấm nhập khẩu được Chính phủ công bố hàng năm, có giá trị cho năm đó hoặc cho một số năm

Khung 2.9 Hàng cấm nhập khẩu áp dụng cho thời kỳ 2001-2005 gồm (Xem Quyết định số 46/2001/QĐ-TTg ngày 4 tháng 4 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ)

1. Vũ khí, đạn dược, vật liệu nổ

- Động cơ đốt trong đã qua sử dụng có công suất từ 30W trở xuống....
- Xe đạp, xe hai bánh, ba bánh gắn máy đã qua sử dụng.
- Ô tô cứu thương đã qua sử dụng.
- Ô tô vận chuyển hành khách từ 16 chỗ ngồi trở xuống đã qua sử dụng.
- Ô tô vận chuyển hành khách trên 16 chỗ ngồi, loại đã qua sử dụng quá 5 năm, tính từ năm nhập khẩu.
- Ô tô vận chuyển hàng hoá có trọng tải dưới 5 tấn, loại đã qua sử dụng quá 5 năm, tính từ năm nhập khẩu.

10. Sản phẩm, vật liệu có chứa amiăng thuộc nhóm amphibole

11. Các loại máy mã chuyên dụng và các chương trình phần mềm mật mã sử dụng trong phạm vi

bảo vệ bí mật Nhà nước.

b. Hạn ngạch nhập khẩu

Hạn ngạch nhập khẩu là quy định của Nhà nước về số lượng hoặc giá trị một mặt hàng nào đó được nhập khẩu nói chung hoặc từ một thị trường nào đó, trong một thời gian nhất định (thường là 1 năm).

Hạn ngạch nhập khẩu thường là một hình thức hạn chế về số lượng và thuộc hệ thống giấy phép không tự động. Khi hạn ngạch nhập khẩu được quy định cho một loại sản phẩm đặc biệt nào đó thì Nhà nước đưa ra một định ngạch (tổng định ngạch) nhập khẩu mặt hàng đó trong một khoảng thời gian nhất định không kể nguồn gốc hàng hoá đó từ đâu đến.

Khi hạn ngạch quy định cho cả mặt hàng và thị trường thì hàng hoá đó chỉ được nhập khẩu từ nước (thị trường) đã định với số lượng bao nhiêu, trong thời gian bao lâu.

Thường hạn ngạch nhập khẩu được áp dụng bằng cách cấp giấy phép nhập khẩu cho một số công ty. Ví dụ ở ta, các mặt hàng có liên quan đến các cân đối lớn của nền kinh tế quốc dân đều có quy định hạn ngạch nhập khẩu như xăng dầu, phân bón, xi măng, đường, thép xây dựng. Chỉ có một số doanh nghiệp mới được phép nhập khẩu những mặt hàng trên. Mỗi doanh nghiệp được phép phân bổ một số lượng tối đa các mặt hàng trên trong một năm.

KHUNG 3.9 HẠN NGẠCH NHẬP KHẨU Việt Nam ĐÃ ÁP DỤNG

Mặt hàng	Mức hạn chế số lượng áp dụng năm 1997	Mức hạn chế số lượng áp dụng từ 1999
Ô tô chở khách dưới 12 chỗ	3.000 chiếc	Cấm nhập (áp dụng với ô tô dưới 16 chỗ ngồi từ năm 2000)

Xe tải, xe khách loại khác	30.000 chiếc	Giấy phép nhập khẩu
Xe hai bánh gắn máy nguyên chiếc và linh kiện lắp ráp xe 2 bánh gắn máy	350.000 chiếc	Cấm nhập khẩu Các doanh nghiệp trong nước có đầu tư sản xuất, lắp ráp xe 2 bánh gắn máy dạng IKD, được nhập khẩu linh kiện IKD, theo năng lực sản xuất phù hợp với giấy phép kinh doanh đã cấp
Thép xây dựng	500.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Phôi thép	900.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Xi măng	500.000-700.000 tấn	Chỉ áp dụng giấy phép nhập khẩu đối với xi măng đen.
Chinken	1.100.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Giấy in chất lượng cao, giấy carton, duplex	20.000 tấn	Giấy phép nhập khẩu
Đường	10.000 tấn đường RE cấm nhập các loại đường khác	Giấy phép nhập khẩu

Nhà nước áp dụng biện pháp quản lý nhập khẩu bằng hạn ngạch chủ yếu là nhằm:

- Bảo hộ sản xuất trong nước
- Sử dụng có hiệu quả quỹ ngoại tệ
- Thực hiện các cam kết của Chính phủ ta với nước ngoài

Chúng ta biết rằng việc bảo hộ sản xuất nội địa có thể đạt được bằng biện pháp đánh thuế, cũng có thể đạt được bằng định hạn ngạch nhập khẩu.

Ngoài việc bảo hộ sản xuất, hạn ngạch còn được cấp cho các doanh nghiệp nhằm đảm bảo thực hiện các cam kết mà Chính phủ ta ký kết với nước ngoài. Những cam kết này thường mang cả ý nghĩa chính trị và kinh tế.

Đồng thời, trong khuôn khổ quỹ ngoại tệ cho phép nhập khẩu, việc quy định hạn ngạch nhằm đảm bảo sử dụng có hiệu quả quỹ ngoại tệ có được.

Ở Việt Nam, danh mục, số lượng (hoặc giá trị) các mặt hàng nhập khẩu quản lý bằng hạn ngạch cho từng thời kỳ (hàng năm) do Chính phủ phê duyệt trên cơ sở đề nghị của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thương mại.

Danh mục hạn ngạch được công bố công khai. Việc phân bổ hạn ngạch cho ai cũng được công bố công khai.

Bộ Thương mại là cơ quan quản lý Nhà nước duy nhất có thẩm quyền phân bổ hạn ngạch trực tiếp cho các doanh nghiệp, Bộ Thương mại cũng là cơ quan có trách nhiệm kiểm tra thực hiện phân bổ hạn ngạch đã cấp.

Ở Việt Nam, theo quy định của Bộ Thương mại (số 195/TMDLXNK ngày 09/04/1992) thì việc mua bán hạn ngạch bị nghiêm cấm.

Người được cấp hạn ngạch nhập khẩu là các doanh nghiệp được Nhà nước cho phép kinh doanh xuất nhập khẩu, bao gồm cả các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Một doanh nghiệp khi xuất khẩu phải biết mặt hàng của mình có nằm trong hạn ngạch nhập khẩu của nước bạn hàng không, ở dạng nào? Số lượng (hoặc trị giá) hạn ngạch quy định cho mặt hàng đó ở nước nhập khẩu là bao nhiêu? Thủ tục xin hạn ngạch và khả năng có thể xin được bao nhiêu? Sự thay đổi trong những quy định cấp hạn ngạch của nước nhập khẩu ra sao?... Đây là một trong những vấn đề có ý nghĩa chiến lược tiêu thụ sản phẩm của nhà xuất khẩu.

Về tác động của hạn ngạch, chúng ta không được hiểu lầm hạn ngạch ở mức độ nào đó hạn chế nhập khẩu mà không làm tăng giá trong nước. Hạn ngạch giống như thuế nhập khẩu luôn luôn nâng giá hàng nhập khẩu trên thị trường nội địa. Tác động này của hạn ngạch cho phép các nhà sản xuất kém hiệu quả, sản xuất ra một sản lượng cao hơn so với trong điều kiện thương mại tự do. Hạn ngạch cũng dẫn tới sự lãng phí của cải xã hội với những lý do giống như đối với thuế nhập khẩu.

Đối với Chính phủ và các doanh nghiệp trong nước việc cấp hạn ngạch có lợi là xác định trước được khối lượng (hoặc giá trị) nhập khẩu. Còn thuế quan, lượng nhập khẩu phụ thuộc vào mức độ linh hoạt của cung, cầu, là điều thường không biết trước một cách chắc chắn.

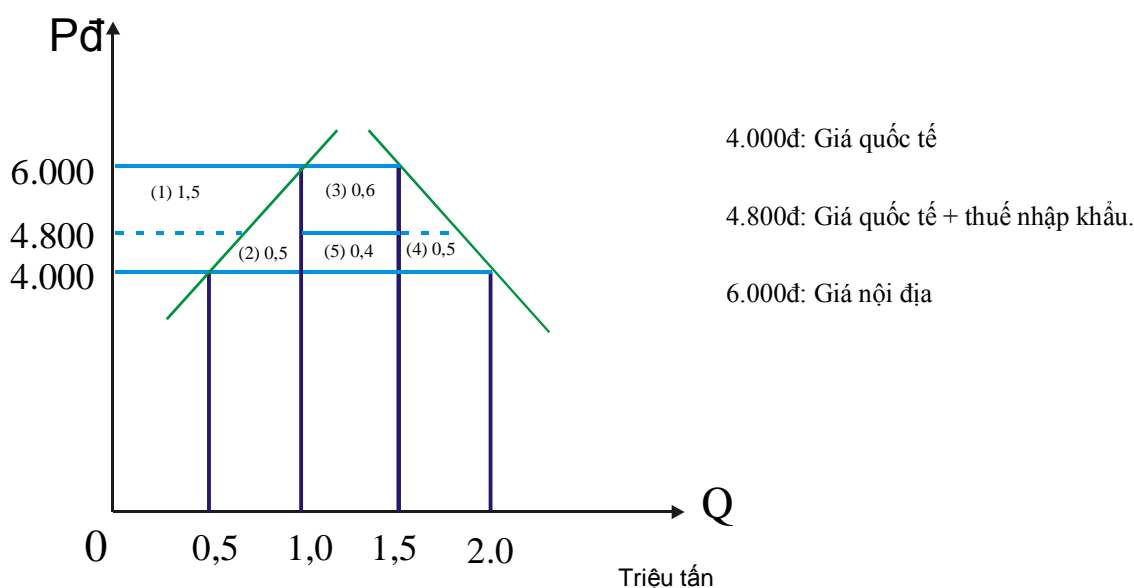
Nhưng tác động của hạn ngạch nhập khẩu khác tác động của thuế quan ít nhất về hai mặt quan trọng:

Thứ nhất, Chính phủ không có thu nhập từ hạn ngạch. Khi một hạn ngạch được dùng để hạn chế nhập khẩu thay cho thuế quan, thì lượng tiền thuế đáng ra Chính phủ thu được sẽ rơi vào bất kỳ người nào có giấy phép nhập khẩu theo hạn ngạch. Những người có giấy phép này nhập khẩu hàng hoá và sau đó bán lại với giá cao

hơn tại thị trường trong nước. Lợi nhuận mà người có giấy phép nhập khẩu thu được gọi là tiền thuê hạn ngạch. Ai sẽ nhận được tiền thuê hạn ngạch? Có thể là các công ty thương mại trong nước, hoặc có thể là Chính phủ của nước xuất khẩu. Khi chính phủ của nước xuất khẩu có được quyền bán hàng tại thị trường trong nước, vốn là điều thường xảy ra thì việc chuyển giao tiền thuê hạn ngạch ra nước ngoài làm cho sự mất mát (chi phí) của một hạn ngạch thực tế sẽ cao hơn loại thuế quan tương ứng.

Thứ hai, hạn ngạch có thể biến một doanh nghiệp trong nước trở thành kẻ độc quyền. Và do đó họ có thể áp đặt giá cả độc quyền để thu được lợi nhuận tối đa.

Để giành lại một phần tiền thuê hạn ngạch, Chính phủ nhiều nước thường áp dụng đấu giá các giấy phép nhập khẩu theo hạn ngạch, hoặc quy định hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan (gọi là hạn ngạch thuế quan).



Hình 4-9

Giả thiết để bảo hộ ngành sản xuất đường trong nước, thay vì áp dụng hạn ngạch nhập khẩu Chính phủ sử dụng biện pháp hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan. Trước khi trao đổi các số liệu đưa ra phân tích, chúng ta lưu ý:

Một là hạn ngạch nhập khẩu được sử dụng phối hợp với thuế quan. Hiệu quả của chính sách này là làm cho tiền thuê hạn ngạch sẽ ít hơn so với trường hợp không có thuế quan. Nói cách khác, nó cho phép Chính phủ giành lại được một phần của những tiền thuê đó.

Hai là, quyền được nhập khẩu và bán hàng trên thị trường nội địa thuộc về các doanh nghiệp trong nước. Vì thế tiền thuê hạn ngạch không được thuế quan giành lại sẽ rơi vào tay các doanh nghiệp có hạn ngạch đó.

Biểu đồ sau đây cho thấy tác động của hạn ngạch về đường. Trong ví dụ của chúng ta, đánh giá của Bộ thương mại cho rằng giá đường thế giới ở mức trung bình là 4000đ/1kg, nên phải có hạn ngạch nhập khẩu để nâng giá đường lên mức giá bảo hộ là 6.000đ/1kg. Như vậy, chênh lệch giữa giá tại thị trường Việt Nam và thị trường thế giới là 2.000đ/1kg (6.000đ - 4.000đ). Chính phủ áp dụng mức thuế suất 20% theo giá nhập khẩu để giành lại một phần tiền thuê hạn ngạch, nên quyền được nhập khẩu có giá trị 1.200đ/1kg. Trong chế độ mậu dịch tự do, lượng đường nhập khẩu có thể là 1,5 triệu tấn (2,0 triệu tấn - 0,5 triệu tấn), nhưng khi có hạn ngạch thì số lượng nhập khẩu đó chỉ còn 0,5 triệu tấn (1,5 triệu tấn - 1,0 triệu tấn).

Hạn chế số lượng đối với nhập khẩu làm tăng giá trong nước và phát sinh tiền thuê cho những người nhận được hạn ngạch.

Tác động đối với phúc lợi của hạn ngạch được thể hiện bởi diện tích năm miền (1,2,3,4,5). Do hạn ngạch làm tăng giá, người tiêu dùng sẽ mất đi thặng dư tiêu dùng là 1+2+3+4+5. Trị giá số bị mất là 3,5 tỷ đồng.

Các nhà sản xuất nội địa được lợi từ giá cao hơn, tiêu biểu cho mỗi lợi của họ được đo bằng diện tích 1, giá trị của khoản lợi này là 1,5 tỷ đồng.

Chính phủ cũng sẽ có thu nhập từ thuế quan, được đo bằng diện tích 5; nó bằng số lượng nhập khẩu nhân với mức thuế quan và trị giá là 0,4 tỷ đồng.

Tổng thất ròng đối với nền kinh tế sẽ là diện tích các hình $(1+2+3+4+5) - (1+5) = (2+3+4) = 1,6$ tỷ đồng.

Trong tổng thất này, các diện tích 2 và 4 là do sự méo mó (mất mát) trong sản xuất và tiêu dùng, trị giá 1 tỷ đồng. Diện tích 3 thể hiện khoản tiền thuê hạn ngạch, mà người được phân bổ hạn ngạch thu được tương ứng với 0,6 tỷ đồng.

Hạn ngạch kết hợp với sử dụng thuế quan là một cách quản lý đối với nhập khẩu đường ở Mỹ. Tuy nhiên, ở Mỹ việc cấp hạn ngạch đường lại dành cho Chính phủ nước ngoài. Vì vậy tiền thuê hạn ngạch không được thuế quan giành lại sẽ rơi vào túi những người kinh doanh nước ngoài.

Qua phân tích trên chúng ta thấy việc quy định hạn ngạch hoàn toàn không có lợi cho giới tiêu thụ bởi vì hạn ngạch làm tăng giá nội địa; xã hội phải bỏ ra khoản chi phí cho việc bảo hộ sản xuất kém hiệu quả.

Các hạn ngạch hạn chế nhập khẩu khác

- *Hạn ngạch thuế quan (Tariff quotas)*

Hạn ngạch thuế quan là cắt giảm thuế quan đối với một số lượng hàng nhập khẩu nhất định. Hàng nhập khẩu vượt quá định mức này phải nộp thuế cao hơn.

- *Hạn ngạch thuế quan mở cửa thị trường tối thiểu (minimum access tariff quotas)*

Hạn ngạch thuế quan mở cửa thị trường tối thiểu là một cơ chế dành mức tối thiểu mở cửa thị trường đối với những hàng nông sản mà các biện pháp phi thuế quan đã được chuyển thành thuế quan. Các cuộc đàm phán vòng Uruguay đã đưa công thức mà theo đó mức mở cửa thị trường được lựa chọn trên cơ sở tỷ số: nhập khẩu/ tiêu thụ trong giai đoạn cơ sở 1986-1988. Ở mức mà trong giai đoạn cơ sở thấp hơn 3% mức tiêu thụ thì mức mở cửa thị trường sẽ phải được nâng lên ngay 3% và mở rộng lên thành 5% vào cuối giai đoạn thực hiện các cam kết lại vòng Uruguay về nông nghiệp.

- *Hạn ngạch thuế quan theo mức độ mở cửa hiện hành (current access tariff quotas)*

Hạn ngạch thuế quan theo mức độ mở cửa hiện hành mô tả các cơ hội mở cửa thị trường cho hàng nông sản khi các biện pháp phi thuế quan được chuyển thành phi thuế quan. Đây là một hình thức hạn ngạch đã được thảo luận tại vòng đàm phán Uruguay, theo đó mức độ mở cửa thị trường đối với một sản phẩm nào đó được xác định qua việc so sánh mức độ nhập khẩu trong thời kỳ cơ sở với mức tiêu thụ. Mức độ mở cửa thị trường hiện nay được thông qua nhằm đảm bảo nhập khẩu ít nhất 5% tiêu thụ nội địa được áp dụng trong thời kỳ cơ sở 1986 - 1988.

Hạn ngạch cản trở tự do lưu thông hàng hoá trên thị trường. Vì vậy, điều Xi của Hiệp định chung về thuế quan và thương mại 1994 (GATT/1994) về “loại bỏ các hạn chế định lượng” quy định “các bên ký kết không được duy trì hoặc tạo ra các điều cấm hoặc hạn chế nào khác trừ thuế quan, các khoản thu khác, dù mang hình thức hạn ngạch, giấy phép xuất khẩu hoặc nhập khẩu và các biện pháp khác bị cấm, trừ một số trường hợp được quy định chặt chẽ.

c) Giấy phép nhập khẩu hàng hoá

Giấy phép nhập khẩu hàng hoá là một biện pháp quản lý nhập khẩu. Nhưng giấy phép nhập khẩu khác với hạn ngạch là được áp dụng rộng rãi hơn.

Giấy phép nhập khẩu hàng hoá có hai loại thường gặp:

1. Giấy phép tự động: Người nhập khẩu xin phép nhập khẩu thì cấp ngay không cần đòi hỏi gì cả.
2. Giấy phép không tự động: Loại giấy phép này muốn xin nhập khẩu phải có hạn ngạch nhập khẩu và hoặc bị ràng buộc bởi các hạn chế khác về nhập khẩu. Các doanh nghiệp chỉ được phép ký hợp đồng nhập khẩu các mặt hàng thuộc loại này khi có giấy phép nhập khẩu của Bộ Thương mại hoặc Bộ chuyên ngành.

Người nhập khẩu phải am hiểu những quy định của Nhà nước về việc cấp giấy phép và những phí tổn có liên quan đến việc xin giấy phép để hoạt động kinh doanh được thuận lợi, có hiệu quả.

Ở Việt Nam, giấy phép nhập khẩu từng lô hàng (chuyên hàng) được bãi bỏ từ 15/12/1995. Tuy nhiên, giấy phép nhập khẩu vẫn là biện pháp quản lý nhập khẩu quan trọng. Ngày 04/04/2001, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 46/2001/QĐ-TTg, quy định cơ chế quản lý hàng hoá xuất nhập khẩu thời kỳ 2001-2005. Theo đó, nhiều hàng hoá chịu sự quản lý, thông qua hình thức cấp giấy phép, của Bộ Thương mại và các Bộ chuyên ngành.

Danh mục hàng hoá nhập theo giấy phép của Bộ Thương mại

1. Hàng cần kiểm soát nhập khẩu theo quy định của Điều ước Quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia, do Bộ Thương mại công bố cho từng thời kỳ (áp dụng cho đến hết năm 2005).
2. Xi măng portland, đen và trắng áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2002.
3. Kính trắng phẳng có độ dày từ 1,5mm đến 12mm; kính màu trà từ 5mm-12mm; kính màu xanh đen từ 3mm-6mm áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2001.
4. Một số loại thép tròn, thép góc, thép hình; một số loại ống thép hàn; một số loại thép lá, thép mạ áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2001.
5. Một số loại dầu thực vật tinh chế dạng lỏng áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2001.
6. Đường tinh luyện, đường thô áp dụng cho toàn bộ thời kỳ 2001-2005.
7. Xe hai bánh, ba bánh gắn máy nguyên chiếc mới 100% và bộ linh kiện lắp ráp không có đăng ký tỷ lệ nội địa hoá; máy và khung xe hai bánh, ba bánh gắn máy các loại, trừ loại đi theo bộ linh kiện đã đăng ký tỷ lệ nội địa hoá áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2002.
8. Phương tiện vận chuyển hành khách từ 9 chỗ ngồi chở xuống, loại mới (bao gồm cả loại vừa chở hành khách, vừa chở hàng, có khoang chở hàng và khoang chở hành khách chung trong một cabin áp dụng đến ngày 31 tháng 12 năm 2002).

Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý của các bộ chuyên ngành

1. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

	Hàng hoá nhập khẩu	Hình thức quản lý
1	Thuốc thú y và nguyên liệu sản xuất thuốc thú y	Giấy phép khảo nghiệm
2	Chế phẩm sinh học dùng trong thú y	Giấy phép khảo nghiệm
3	Thuốc bảo vệ thực vật và nguyên liệu sản xuất thuốc bảo vệ thực vật	Giấy phép khảo nghiệm
4	Giống cây trồng, giống vật nuôi, côn trùng các loại	Giấy phép khảo nghiệm
5	Thức ăn chăn nuôi và nguyên liệu sản xuất thức ăn chăn nuôi	Giấy phép khảo nghiệm
6	Phân bón, loại mới sử dụng tại Việt Nam	Giấy phép khảo nghiệm
7	Nguồn gen của cây trồng, vật nuôi; vi sinh vật phục vụ nghiên cứu, trao đổi khoa học, kỹ thuật	Giấy phép nhập khẩu

Nội dung của giấy phép khảo nghiệm và thời hạn khảo nghiệm được thực hiện theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Căn cứ kết quả khảo nghiệm, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn quyết định cho phép hay không cho phép hàng hoá được sử dụng tại Việt Nam. Khi được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho phép sử dụng tại Việt Nam, hàng hoá được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá, không phải xin giấy phép nhập khẩu.

2. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Thủy sản

1. Quản lý chuyên ngành của Bộ Thủy sản được thực hiện dưới hình thức ban hành các danh mục hàng hoá sau đây:

- Danh mục các loài thủy sản cấm xuất khẩu
- Danh mục các loài thủy sản xuất khẩu có điều kiện
- Danh mục giống thủy sản được nhập khẩu thông thường
- Danh mục thức ăn nuôi trồng thủy sản và nguyên liệu sản xuất thức ăn nuôi trồng thủy sản được nhập khẩu thông thường.
- Danh mục thuốc, hoá chất, nguyên liệu để sản xuất thuốc và hoá chất sử dụng trong nuôi trồng thủy sản được nhập khẩu thông thường.

2. Các loại giống, thức ăn, nguyên liệu sản xuất thức ăn, thuốc, hoá chất và nguyên liệu sản xuất thuốc, hoá chất chưa có tên trong danh mục nhập khẩu thông thường chỉ được nhập khẩu vào Việt Nam khi có giấy phép nhập khẩu khảo nghiệm do Bộ Thủy sản cấp. Sau thời gian khảo nghiệm, Bộ Thủy sản quyết định bổ sung hay không bổ sung mặt hàng có liên quan vào danh mục nhập khẩu thông thường, hàng hoá được nhập khẩu theo nhu cầu, không bị hạn chế về số lượng, trị giá và không phải xin phép nhập khẩu.

3. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của Ngân hàng Nhà nước

	Hàng hoá nhập khẩu	Hình thức quản lý
1	ô tô chuyên dùng chở tiền	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
2	Máy đa năng đếm, phân loại, đóng bó và huỷ tiền	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
3	Cửa kho tiền	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
4	Giấy in tiền	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
5	Mực in tiền	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
6	Máy ép phôi chống giả và phôi chống giả để sử dụng cho tiền, ngân phiếu thanh toán và các loại ấn chỉ, giấy tờ có giá khác thuộc ngành Ngân hàng phát hành và quản lý	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
7	Máy in tiền (theo tiêu chí kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước công bố)	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu
8	Máy đúc, dập tiền kim loại (theo tiêu chí kỹ thuật do Ngân hàng Nhà nước công bố)	Chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu

Nguyên tắc quản lý:

Ngân hàng Nhà nước chỉ định doanh nghiệp được phép nhập khẩu các loại hàng hoá quy định tại danh mục này và chịu trách nhiệm quản lý sử dụng đúng mục đích.

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

	HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	TEM BƯU CHÍNH, ẨM PHẨM TEM VÀ CÁC MẶT HÀNG TEM BƯU CHÍNH .	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
2	THIẾT BỊ PHÁT, THU-PHÁT SÓNG VÔ TUYẾN ĐIỆN CÓ BẢNG TẦN SỐ NẪM TRONG KHOẢNG TỪ 9KHZ ĐẾN 400GHZ, CÔNG SUẤT TỪ 60MW TRỞ LÊN.	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
3	THIẾT BỊ RA ĐA, THIẾT BỊ TRỢ GIÚP BẢNG SÓNG VÔ TUYẾN VÀ THIẾT BỊ ĐIỀU KHIỂN XA BẰNG SÓNG VÔ TUYẾN	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
4	TỔNG ĐÀI DUNG LƯỢNG LỚN VÀ NHỎ, THIẾT BỊ TRUY NHẬP MẠNG SỬ DỤNG GIAO DIỆN V 5.1 VÀ V5.2	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
5	TỔNG ĐÀI PABX	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
6	THIẾT BỊ TRUYỀN DẪN	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
7	CÁP SỢI QUANG	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
8	CÁP THÔNG TIN KIM LOẠI	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
9	THIẾT BỊ ĐIỆN THOẠI KHÔNG DÂY	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
1	THIẾT BỊ ĐẦU CUỐI KẾT NỐI VÀO MẠNG PSTN, ISDN	CHỨNG NHẬN HỢP

0		CHUẨN
1 1	MÁY TELEX	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
1 2	MÁY FAX	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
1 3	MÁY NHẮN TIN	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
1 4	MÁY ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN
1 5	MÁY ĐIỆN THOẠI THẤY HÌNH TỐC ĐỘ THẤP	CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN

GIẤY CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN QUY ĐỊNH TẠI DANH MỤC NÀY CÓ GIÁ TRỊ TỐI THIỂU LÀ 2 NĂM. TRONG THỜI GIAN GIẤY CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN CÒN HIỆU LỰC, HÀNG HOÁ ĐƯỢC NHẬP KHẨU THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA GIẤY CHỨNG NHẬN HỢP CHUẨN, KHÔNG BỊ HẠN CHẾ VỀ SỐ LƯỢNG HOẶC TRỊ GIÁ.

5. DANH MỤC HÀNG HOÁ THUỘC ĐIỆN QUẢN LÝ CHUYÊN NGÀNH CỦA BỘ VĂN HOÁ - THÔNG TIN

	HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	CÁC LOẠI ÁN PHẨM (SÁCH, BÁO, TẠP CHÍ, TRANH, ẢNH, LỊCH...)	PHÊ DUYỆT NỘI DUNG
2	TÁC PHẨM ĐIỆN ẢNH VÀ SẢN PHẨM NGHE NHÌN KHÁC, GHI TRÊN MỌI CHẤT LIỆU	PHÊ DUYỆT NỘI DUNG
3	HỆ THỐNG CHẾ BẢN VÀ SẮP CHỮ CHUYÊN DÙNG NGÀNH IN (MÁY QUÉT, MÁY KHẮC PHÂN MÀU, MÁY	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU

	TRÁNG HIỆN PHIM VÀ BẢN IN, THIẾT BỊ TẠO MẪU)	
4	MÁY IN OFFSET, MÁY IN FLEXO, MÁY IN ÔNG ĐÔNG, MÁY IN GIA NHIỆT, MÁY IN TAMPON VÀ MÁY IN LASER MÀU	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU

ĐỐI VỚI SẢN PHẨM NGHE-NHÌN KHÔNG PHẢI TÁC PHẨM ĐIỆN ANH, BỘ VĂN HOÁ-THÔNG TIN ỦY QUYỀN CHO CÁC SỞ VĂN HOÁ - THÔNG TIN PHÊ DUYỆT NỘI DUNG. NGƯỜI NHẬP KHẨU CÓ QUYỀN ĐỀ NGHỊ PHÊ DUYỆT NỘI DUNG TẠI SỞ VĂN HOÁ-THÔNG TIN NÀO THUẬN TIỆN.

6. Danh mục hàng hoá thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ y tế

	HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU	HÌNH THỨC QUAN LÝ
1	CHẤT GÂY NGHIỆN, CHẤT HƯỞNG TÂM THẦN, TIỀN CHẤT (BAO GỒM CẢ THUỐC THÀNH PHẨM)	CẤM NHẬP KHẨU HOẶC CẤP GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
2	THUỐC THÀNH PHẨM PHÒNG VÀ CHỮA BỆNH CHO NGƯỜI ĐÃ CÓ SỐ ĐĂNG KÝ	XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG NHẬP KHẨU
3	THUỐC THÀNH PHẨM PHÒNG VÀ CHỮA BỆNH CHO NGƯỜI CHƯA CÓ SỐ ĐĂNG KÝ	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
4	NGUYÊN LIỆU SẢN XUẤT THUỐC, DƯỢC LIỆU, TÁ DƯỢC, VỎ NANG THUỐC, BAO BÌ TIẾP XÚC TRỰC TIẾP VỚI THUỐC	GIẤY PHÉP KHẢO NGHIỆM
5	MỸ PHẨM ÁNH HƯỞNG TRỰC TIẾP ĐẾN SỨC KHOẺ CON NGƯỜI	ĐĂNG KÝ LƯU HÀNH
6	VẮC XIN, SINH PHẨM MIỄN DỊCH	GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU

7	THIẾT BỊ Y TẾ CÓ KHẢ NĂNG GÂY ẢNH HƯỞNG TRỰC TIẾP ĐẾN SỨC KHOẺ CON NGƯỜI	CẤM NHẬP KHẨU HOẶC CẤP GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU
8	HOÁ CHẤT, CHẾ PHẨM DIỆT CÔN TRÙNG, DIỆT KHUẨN DÙNG TRONG LĨNH VỰC GIA DỤNG VÀ Y TẾ.	ĐĂNG KÝ LƯU HÀNH

NGUYÊN TẮC QUẢN LÝ:

1. XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG NHẬP KHẨU PHẢI CÓ HIỆU LỰC TRONG THỜI GIAN TỐI THIỂU LÀ 24 THÁNG KỂ TỪ NGÀY ĐƠN HÀNG ĐƯỢC XÁC NHẬN. KHÔNG PHÊ DUYỆT VÀ KHÔNG SỬ DỤNG BẤT CỨ BIỆN PHÁP NÀO KHÁC ĐỂ HẠN CHẾ SỐ LƯỢNG HOẶC TRỊ GIÁ CỦA HÀNG HOÁ KHI XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG.

2. HÀNG HOÁ THUỘC DIỆN ĐIỀU CHỈNH CỦA GIẤY PHÉP KHẢO NGHIỆM PHẢI TUÂN THỦ NỘI DUNG KHẢO NGHIỆM VÀ THỜI HẠN KHẢO NGHIỆM THEO HƯỚNG DẪN CỦA BỘ Y TẾ. CĂN CỨ KẾT QUẢ KHẢO NGHIỆM, BỘ Y TẾ QUYẾT ĐỊNH CHO PHÉP HAY KHÔNG CHO PHÉP SỬ DỤNG TẠI VIỆT NAM. KHI ĐƯỢC BỘ Y TẾ CHO PHÉP SỬ DỤNG TẠI VIỆT NAM, HÀNG HOÁ ĐƯỢC NHẬP KHẨU THEO NHU CẦU, KHÔNG BỊ HẠN CHẾ VỀ SỐ LƯỢNG, TRỊ GIÁ, KHÔNG PHẢI XIN GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU HOẶC XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG NHẬP KHẨU.

3. HÀNG HOÁ THUỘC DIỆN ĐIỀU CHỈNH CỦA BIỆN PHÁP ĐĂNG KÝ LƯU HÀNH, KHI ĐÃ CÓ SỐ ĐĂNG KÝ, ĐƯỢC NHẬP KHẨU THEO NHU CẦU, KHÔNG BỊ HẠN CHẾ VỀ SỐ LƯỢNG, TRỊ GIÁ, KHÔNG PHẢI XIN GIẤY PHÉP NHẬP KHẨU HOẶC XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG NHẬP KHẨU.

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

	HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU	HÌNH THỨC QUẢN LÝ
1	HOÁ CHẤT ĐỘC HẠI VÀ SẢN PHẨM CÓ HOÁ CHẤT ĐỘC HẠI	BAN HÀNH DANH MỤC CẤM NHẬP KHẨU VÀ DANH MỤC NHẬP KHẨU CÓ ĐIỀU KIỆN
2	NATRI HYDROXYT (DẠNG LỎNG)	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN
3	ACID CLOHYDRIC	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN
4	ACIDSULFUARIC KỸ THUẬT	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN
5	ACID SULFUARIC TINH KHIẾT	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN
6	ACID PHOSPHORIC KỸ THUẬT	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN

7	PHÈN ĐƠN TỬ HYDROXYT NHÔM	QUY ĐỊNH TIÊU CHUẨN
---	---------------------------	---------------------

NGUYÊN TẮC QUẢN LÝ:

TRỪ CÁC MẶT HÀNG CẤM NÊU TẠI ĐIỂM 1 PHẦN HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU, ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG CÒN LẠI BỘ CÔNG NGHIỆP CHỈ QUY ĐỊNH ĐIỀU KIỆN ĐƯỢC NHẬP KHẨU HOẶC TIÊU CHUẨN KỸ THUẬT CẦN ĐÁP ỨNG KHI NHẬP KHẨU, KHÔNG CẤP GIẤY PHÉP, GIẤY XÁC NHẬN VÀ KHÔNG PHÊ DUYỆT SỐ LƯỢNG HOẶC TRỊ GIÁ NHẬP KHẨU.

3.22.2. CÁC BIỆN PHÁP QUẢN LÝ VỀ GIÁ

GIÁ TÍNH THUẾ HẢI QUAN

THEO QUY ĐỊNH HIỆN HÀNH, TRONG TRƯỜNG HỢP CÓ HỢP ĐỒNG MUA BÁN NGOẠI THƯƠNG VÀ CÁC CHỨNG TỪ HỢP LỆ THEO QUY ĐỊNH TẠI ĐIỀU 50 CỦA LUẬT THƯƠNG MẠI (NGÀY 10-05-1997) THÌ GIÁ TÍNH THUẾ ĐƯỢC XÁC ĐỊNH THEO HỢP ĐỒNG. TUY NHIÊN, HIỆN TẠI NHÀ NƯỚC VẪN CÒN ÁP DỤNG BẢNG GIÁ TỐI THIỂU ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG NHÀ NƯỚC QUẢN LÝ GIÁ ĐỂ XÁC ĐỊNH GIÁ TÍNH THUẾ HÀNG NHẬP KHẨU. BỘ TÀI CHÍNH QUY ĐỊNH CỤ THỂ VỀ BẢNG GIÁ TỐI THIỂU NÀY. SỐ NHÓM MẶT HÀNG DO NHÀ NƯỚC QUẢN LÝ GIÁ TÍNH THUẾ ĐÃ GIẢM TỪ 34 (NĂM 1996) XUỐNG 21 (NĂM 1997) VÀ 15 NHÓM (1998) VÀ NAY (NĂM 2001) CHỈ CÒN 7.

NGOÀI RA, DO KHÓ KHĂN TRONG VIỆC XÁC ĐỊNH CHÍNH XÁC GIÁ THỰC TẾ ĐỂ TÍNH THUẾ, NÊN NGOÀI CÁC NHÓM HÀNG NHÀ NƯỚC QUẢN LÝ TRONG BẢNG GIÁ TỐI THIỂU, TỔNG CỤC HẢI QUAN CŨNG BAN HÀNH QUY ĐỊNH VỀ BẢNG GIÁ TÍNH THUẾ TỐI THIỂU BAO GỒM NHỮNG MẶT HÀNG NẪM NGOÀI CÁC NHÓM MẶT HÀNG TRÊN.

MỤC ĐÍCH CỦA VIỆC QUY ĐỊNH GIÁ TÍNH THUẾ NHƯ TRÊN LÀ ĐỂ TRÁNH GIAN LẬN THƯƠNG MẠI VÀ GIÁN TIẾP TĂNG CƯỜNG BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

PHỤ THU (PARA-TARIFF MEASURE)

PHỤ THU LÀ PHẦN THU THÊM NGOÀI THUẾ NHẬP KHẨU. VÌ VẬY, PHỤ THU LÀ PHẦN THUẾ QUAN CÓ TÁC DỤNG BÌNH ỔN GIÁ CẢ, TẠO NGUỒN THU CHO NGÂN SÁCH VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

DANH MỤC CÁC MẶT HÀNG CHỊU PHỤ THU KHÔNG CỐ ĐỊNH. PHỤ THU THƯỜNG ÁP DỤNG VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG KHI CÓ BIẾN ĐỘNG GIỮA GIÁ THẾ GIỚI VÀ GIÁ TRONG NƯỚC. NHƯNG MỘT SỐ MẶT HÀNG GIÁ THẾ GIỚI KHẢ ỔN ĐỊNH VẪN ÁP DỤNG PHỤ THU.

KHUNG 4.9 CÁC SỐ MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỊU PHỤ THU

MẶT HÀNG	TỶ LỆ PHỤ THU (%)	MỤC ĐÍCH	THỜI GIAN BẮT ĐẦU THI HÀNH	THỜI GIAN BÃI BỎ
THÉP ỚNG	10	BÌNH ỔN GIÁ	1-10-1997	
THÉP TẤM	4	BÌNH ỔN GIÁ	10-5-1994	
NHỰA PVC	5	BÌNH ỔN GIÁ	10-8-1998	
NHỰA PVC	10	THU NGÂN SÁCH	18-4-1999	
XĂNG Ô TÔ	20	THU NGÂN SÁCH	10-11-1998	20-5-1999
DIESEL	25	THU NGÂN SÁCH	10-11-1998	20-5-1999
PHÂN BÓN URE	3	THU NGÂN SÁCH	18-7-1998	1-5-2000
PHÂN NPK	4	THU NGÂN SÁCH	18-7-1998	
RUỘT PHÍCH NƯỚC NÓNG VÀ PHÍCH NƯỚC NÓNG THÔNG DỤNG TỪ 2,5L TRỞ	30 VÀ 40	THU NGÂN SÁCH	1-4-2000	

XUỐNG QUẠT BÀN, QUẠT CÂY, QUẠT TRẦN, QUẠT TREO TƯỜNG, QUẠT GIÓ DƯỚI 100W	20	THU NGÂN SÁCH THU NGÂN SÁCH	1-4-2000	
--	----	--	----------	--

3.22.3. QUYỀN KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

QUYỀN KINH DOANH NHẬP KHẨU

TRƯỚC ĐÂY THEO NGHỊ ĐỊNH SỐ 37/CP NGÀY 19-04-1994 CỦA CHÍNH PHỦ THÌ VIỆC CẤP PHÉP KINH DOANH NHẬP KHẨU CHO CÁC DOANH NGHIỆP, ĐƯỢC QUY ĐỊNH NHƯ SAU:

1. DOANH NGHIỆP ĐƯỢC THÀNH LẬP THEO ĐÚNG PHÁP LUẬT VÀ CAM KẾT TUÂN THỦ CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT.
2. ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP CHUYÊN DOANH XUẤT NHẬP KHẨU, PHẢI HOẠT ĐỘNG THEO ĐÚNG NGÀNH HÀNG ĐÃ ĐĂNG KÝ VÀ CÓ SỐ VỐN LƯU ĐỘNG TỐI THIỂU TƯƠNG ĐƯƠNG 200.000USD, CÓ ĐỘI NGŨ CÁN BỘ AM HIỆU KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU.

THEO QUY ĐỊNH HIỆN HÀNH (NGHỊ ĐỊNH SỐ 57/1998/NĐ-CP, NGÀY 31-07-1998) QUYỀN KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU ĐƯỢC MỞ RỘNG ĐÁNG KỂ. ĐIỀU 3 NGHỊ ĐỊNH NÀY QUY ĐỊNH: “THƯƠNG NHÂN LÀ DOANH NGHIỆP THUỘC CÁC THÀNH PHẦN KINH TẾ ĐƯỢC THÀNH LẬP THEO QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT ĐƯỢC PHÉP XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU HÀNG HOÁ THEO NGÀNH NGHỀ ĐÃ ĐĂNG KÝ TRONG GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ KINH DOANH.

RIÊNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI QUYỀN KINH DOANH XUẤT, NHẬP KHẨU CÒN BỊ HẠN CHẾ. CÁC DOANH NGHIỆP NÀY CHỈ ĐƯỢC PHÉP NHẬP KHẨU THIẾT BỊ, MÁY MÓC, VẬT TƯ, NGUYÊN LIỆU, PHƯƠNG TIỆN VẬN TẢI ĐỂ THỰC HIỆN DỰ ÁN ĐẦU TƯ PHỤC VỤ SẢN XUẤT THEO QUY ĐỊNH TRONG GIẤY PHÉP ĐẦU TƯ.

ĐẦU MỐI NHẬP KHẨU

TRONG CƠ CHẾ QUẢN LÝ NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM, CÓ MỘT SỐ MẶT HÀNG NHÀ NƯỚC QUY ĐỊNH CHỈ ĐƯỢC NHẬP KHẨU THÔNG QUA MỘT SỐ DOANH NGHIỆP NHẤT ĐỊNH ĐƯỢC NHÀ NƯỚC CHO PHÉP (ĐẦU MỐI NHẬP KHẨU).

MỤC ĐÍCH CỦA VIỆC QUY ĐỊNH ĐẦU MỐI NHẬP KHẨU LÀ GÓP PHẦN ĐẢM BẢO CUNG CẦU, ỔN ĐỊNH XÃ HỘI, SỨC KHOẺ CỦA CỘNG ĐỒNG VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

HIỆN TẠI CÓ 5 MẶT HÀNG LÀ XĂNG DẦU, PHÂN BÓN, XI MĂNG, CHICKEN, RƯỢU VÀ DƯỢC PHẨM CHỈ ĐƯỢC NHẬP KHẨU QUA CÁC ĐẦU MỐI.

3.2.2.4 CÁC RÀO CẢN KỸ THUẬT

ĐÂY LÀ NHÓM GIẢI PHÁP GIÁN TIẾP NGĂN CẢN GIÁM SÁT HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU TỪ NƯỚC NGOÀI VÀO TRONG NƯỚC. CÁC RÀO CẢN NÀY KHÁ NHIỀU VÀ PHỨC TẠP.

CÁC QUY ĐỊNH KỸ THUẬT, TIÊU CHUẨN

NĂM 1990. VIỆT NAM ĐÃ BAN HÀNH PHÁP LỆNH VỀ TIÊU CHUẨN HÀNG HOÁ. ĐẾN NAY ĐÃ CÓ HƠN 500 TIÊU CHUẨN HÀNG HOÁ KHÁC NHAU ĐƯỢC BAN HÀNH, TRONG ĐÓ KHOẢNG 150 TIÊU CHUẨN BẮT BUỘC THI HÀNH. CÁC TIÊU CHUẨN BẮT BUỘC LÀ NHỮNG TIÊU CHUẨN LIÊN QUAN ĐẾN LĨNH VỰC AN TOÀN, VỆ SINH, BẢO VỆ SỨC KHOẺ, BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG.

Ở VIỆT NAM, TỔNG CỤC TIÊU CHUẨN ĐO LƯỜNG VÀ CHẤT LƯỢNG THUỘC BỘ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ MÔI TRƯỜNG LÀ CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ CÁC QUY ĐỊNH KỸ THUẬT, TIÊU CHUẨN VÀ THỦ TỤC XÁC ĐỊNH SỰ PHÙ HỢP. MỘT SỐ VĂN BẢN LIÊN QUAN ĐẾN VẤN ĐỀ QUY ĐỊNH KỸ THUẬT VÀ THỦ TỤC XÁC ĐỊNH SỰ PHÙ HỢP ĐÃ ĐƯỢC BAN HÀNH. TUY NHIÊN, CÔNG TÁC KIỂM TRA CHẤT LƯỢNG HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU CHƯA THỰC HIỆN ĐƯỢC TỐT, CHƯA NGĂN CẢN ĐƯỢC HÀNG HOÁ KÉM CHẤT LƯỢNG THÂM NHẬP VÀO THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC. CÓ THỂ THẤY VIỆT NAM CHƯA SỬ DỤNG HÀNG RÀO KỸ THUẬT, TIÊU CHUẨN NHƯ MỘT CÔNG CỤ ĐỂ CẢN TRỞ NHẬP KHẨU, BẢO HỘ SẢN XUẤT NỘI ĐỊA PHÁT TRIỂN.

KIỂM DỊCH ĐỘNG, THỰC VẬT

NGÀY 27-11-1993 VIỆT NAM ĐÃ BAN HÀNH QUY CHẾ KIỂM DỊCH ĐỘNG, THỰC VẬT. THEO ĐÓ, MỌI PHƯƠNG TIỆN VẬN TẢI, VẬT PHẨM NGUỒN GỐC THỰC VẬT VÀ TÁC NHÂN SINH HỌC CÓ THỂ GÂY HẠI CHO SINH THÁI KHI THÂM NHẬP VÀO VIỆT NAM ĐỀU PHẢI QUA KIỂM DỊCH. TUY CÓ NHỮNG QUY ĐỊNH CỤ THỂ, CHẶT CHẼ PHÙ HỢP VỚI THÔNG LỆ QUỐC TẾ, NHƯNG CHO ĐẾN NAY BIỆN PHÁP NÀY CHƯA ĐƯỢC SỬ DỤNG TỐT ĐỂ BẢO VỆ SỨC KHOẺ CON NGƯỜI, BẢO VỆ ĐỘNG THỰC VẬT VÀ TẠO RA HÀNG RÀO BẢO VỆ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

CÁC YÊU CẦU VỀ NHÃN MÁC HÀNG HOÁ

ĐÂY LÀ MỘT RÀO CẢN THƯƠNG MẠI ĐƯỢC SỬ DỤNG KHÁ PHỔ BIẾN TRÊN THẾ GIỚI, ĐẶC BIỆT LÀ TẠI CÁC NƯỚC PHÁT TRIỂN. BIỆN PHÁP NÀY ĐƯỢC QUY ĐỊNH CHẶT CHẼ BẰNG HỆ THỐNG VĂN BẢN PHÁP LUẬT, LÀ CÔNG CỤ BẢO HỘ RẤT HỮU HIỆU.

Ở VIỆT NAM, TRƯỚC NĂM 1999 HẦU NHƯ CHƯA CÓ QUY ĐỊNH CHI TIẾT VỀ NHÃN, MÁC HÀNG HOÁ NHƯ MỘT CÔNG CỤ ĐỂ BẢO HỘ SẢN XUẤT. VÌ VẬY, NGÀY 30-08-1999, QUY CHẾ GHI NHÃN MÁC HÀNG HOÁ ĐÃ ĐƯỢC BAN HÀNH DỰA THEO QUYẾT ĐỊNH SỐ 178/1999/QĐ-TTG, NGÀY 30-8-1999 CỦA THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ. VÀ THỜI GIAN CÓ HIỆU LỰC CỦA QUY CHẾ NÀY BẮT ĐẦU TỪ 1-3-2000.

THEO QUI ĐỊNH CỦA QUI CHẾ TRÊN THÌ HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM PHẢI TUÂN THỦ QUI ĐỊNH VỀ GHI NHÃN NHƯ SAU: GHI TRÊN PHẦN NHÃN NGUYÊN GỐC CÁC THÔNG TIN THUỘC NỘI DUNG BẮT BUỘC: “TÊN HÀNG HOÁ; TÊN ĐỊA CHỈ CỦA THƯƠNG NHÂN CHỊU TRÁCH NHIỆM VỀ HÀNG HOÁ; ĐỊNH LƯỢNG CỦA HÀNG HOÁ; THÀNH PHẦN CẤU TẠO; CHỈ TIÊU CHẤT LƯỢNG CHỦ YẾU; NGÀY SẢN XUẤT; THỜI HẠN SỬ DỤNG; THỜI HẠN BẢO QUẢN; HƯỚNG DẪN BẢO QUẢN; HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG; XUẤT XỨ HÀNG HOÁ”. NỘI DUNG THÔNG TIN TRÊN ĐÂY ĐƯỢC GHI BẰNG TIẾNG VIỆT, HOẶC LÀM NHÃN PHỤ GHI NHỮNG THÔNG TIN THUỘC NỘI DUNG BẮT BUỘC TRÊN BẢNG TIẾNG VIỆT ĐÍNH KÈM NHÃN NGUYÊN GỐC CỦA HÀNG HOÁ ĐÓ TRƯỚC KHI ĐƯA RA BÁN Ở THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.

3.22.5. CÁC BIỆN PHÁP LIÊN QUAN ĐẾN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI.

THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI CÓ VAI TRÒ RẤT QUAN TRỌNG ĐẾN PHÁT TRIỂN NỀN KINH TẾ VIỆT NAM. TUY NHIÊN, CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI PHẢI ĐÁP ỨNG ĐƯỢC MỘT SỐ YÊU CẦU NHƯ TỶ LỆ NỘI ĐỊA HOÁ; YÊU CẦU TỶ LỆ XUẤT KHẨU BẮT BUỘC, YÊU CẦU PHẢI GẮN VỚI PHÁT TRIỂN NGUỒN NGUYÊN LIỆU TRONG NƯỚC, TỰ CÂN ĐỐI NGOẠI TỆ.

YÊU CẦU VỀ TỶ LỆ NỘI ĐỊA HOÁ

ĐÂY LÀ MỘT CHÍNH SÁCH CỦA VIỆT NAM ĐỐI VỚI MỘT SỐ NGÀNH CÔNG NGHIỆP CÓ VAI TRÒ ĐẶC BIỆT QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ TRONG QUÁ TRÌNH CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ ĐẤT NƯỚC.

□ CÁC DỰ ÁN SẢN XUẤT LẮP RÁP SẢN PHẨM HOÀN CHỈNH THUỘC NGÀNH CƠ KHÍ-ĐIỆN-ĐIỆN TỬ VÀ DỰ ÁN SẢN XUẤT LẮP RÁP PHỤ TÙNG CỦA CÁC SẢN PHẨM HOÀN CHỈNH NÀY ĐƯỢC HƯỞNG THUẾ XUẤT NHẬP KHẨU ƯU ĐÃI THEO TỶ LỆ NỘI ĐỊA HOÁ. CÁC TỶ LỆ ƯU TIÊN NÀY DO BỘ TÀI CHÍNH QUI ĐỊNH ĐỐI VỚI BÁN THÀNH PHẨM, CHI TIẾT, CỤM CHI TIẾT, BỘ PHẬN VÀ NGUYÊN LIỆU NHẬP KHẨU ĐỂ SẢN XUẤT SẢN PHẨM HOẶC PHỤ TÙNG.

□ SẢN XUẤT LẮP RÁP Ô TÔ: CÁC DỰ ÁN XIN CẤP GIẤY PHÉP SẢN XUẤT, LẮP RÁP Ô TÔ TẠI VIỆT NAM PHẢI GHI RÕ CHƯƠNG TRÌNH SẢN XUẤT LINH KIỆN VÀ PHỤ TÙNG TẠI VIỆT NAM. CHƯƠNG TRÌNH NÀY PHẢI ĐẢM BẢO CHẠM NHẤT LÀ TỪ NĂM THỨ NĂM KỂ TỪ KHI BẮT ĐẦU SẢN XUẤT, PHẢI SỬ DỤNG LINH KIỆN PHỤ TÙNG SẢN XUẤT TẠI VIỆT NAM VỚI TỶ LỆ ÍT NHẤT LÀ 5% TRỊ GIÁ XE VÀ SẼ TĂNG THEO TỪNG NĂM ĐỂ ĐẾN NĂM THỨ 10 ĐẠT ÍT NHẤT 30% GIÁ TRỊ XE.

□ SẢN XUẤT, LẮP RÁP XE MÁY VÀ PHỤ TÙNG. THEO QUI ĐỊNH HIỆN HÀNH TỪ NĂM THỨ HAI KỂ TỪ KHI BẮT ĐẦU SẢN XUẤT CÁC DỰ ÁN SẢN XUẤT LẮP RÁP XE MÁY TẠI VIỆT NAM PHẢI THỰC HIỆN CHẾ TẠO CHI TIẾT TẠI VIỆT NAM Ở MỨC 5-10% GIÁ TRỊ XE MÁY, VÀ TĂNG DẦN ĐỂ ĐẢM BẢO SAU 5-6 NĂM KỂ TỪ NĂM BẮT ĐẦU SẢN XUẤT ĐẠT ÍT NHẤT 60% GIÁ TRỊ XE MÁY.

□ SẢN XUẤT, LẮP RÁP SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ DẪN DỤNG: CÁC DỰ ÁN SẢN XUẤT, LẮP RÁP SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ DẪN DỤNG CHỈ CHẤP THUẬN DẠNG IKD VỚI GIÁ TRỊ LINH KIỆN, PHỤ TÙNG SẢN XUẤT TẠI VIỆT NAM TRONG HAI NĂM ĐẦU CHIẾM ÍT NHẤT 20% GIÁ TRỊ SẢN PHẨM VÀ TĂNG DẦN TRONG CÁC NĂM TIẾP THEO.

YÊU CẦU TỶ LỆ XUẤT KHẨU BẮT BUỘC

ĐỂ THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU TẠI VIỆT NAM BAN HÀNH DANH MỤC 24 SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP CÓ CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI PHẢI ĐẢM BẢO XUẤT KHẨU ÍT NHẤT 80% (XEM QUYẾT ĐỊNH SỐ 229/1998-QĐ-BKH NGÀY 29/04/1998 KỂ TỪ NGÀY 29/04/1998 KỂ TỪ NGÀY 29-04-1998 CỦA BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ).

ĐÂY LÀ CÁC SẢN PHẨM MÀ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC TƯƠNG ĐỐI ĐÁP ỨNG ĐỦ NHU CẦU VỀ SỐ LƯỢNG VÀ CHẤT LƯỢNG.

YÊU CẦU PHẢI GẮN VỚI PHÁT TRIỂN NGUỒN NGUYÊN LIỆU TRONG NƯỚC.

ĐỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ VIỆC SỬ DỤNG VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI VÀ PHÁT HUY TÁC DỤNG CỦA VỐN ĐẦU TƯ VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN MỘT SỐ NGÀNH NHƯ CHĂN NUÔI BÒ SỮA, TRỒNG CÁC LOẠI CÂY CUNG CẤP NGUYÊN LIỆU CHO MỘT SỐ NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN, NHÀ NƯỚC QUI ĐỊNH CÁC DỰ ÁN PHẢI GẮN VỚI PHÁT TRIỂN NGUỒN NGUYÊN LIỆU TRONG NƯỚC. ĐÓ LÀ CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ VÀO CHẾ BIẾN SỮA, DẦU THỰC VẬT, ĐƯỜNG MÍA, GỖ, SẢN XUẤT GIẤY, NƯỚC TRÁI CÂY GIẢI KHÁT, THUỐC DA.

3.22.6. QUẢN LÝ ĐIỀU TIẾT NHẬP KHẨU THÔNG QUA CÁC HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

NHIỀU NGÀNH DỊCH VỤ LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI THƯỜNG ĐƯỢC NHÀ NƯỚC SỬ DỤNG NHƯ MỘT CÔNG CỤ CẢN TRỞ NHẬP KHẨU.

DỊCH VỤ PHÂN PHỐI

PHÂN PHỐI LÀ HOẠT ĐỘNG QUAN TRỌNG CỦA MỌI DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT, KINH DOANH HÀNG HOÁ. VIỆT NAM HIỆN CÒN DUY TRÌ CÁC HẠN CHẾ VỀ QUYỀN PHÂN PHỐI CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NƯỚC NGOÀI. QUYỀN PHÂN PHỐI BAO GỒM CÁC QUYỀN TIẾP THỊ VÀ BÁN SẢN PHẨM TRÊN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA.

HIỆN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI CHỈ ĐƯỢC PHÉP NHẬP KHẨU NGUYÊN LIỆU, VẬT TƯ PHỤC VỤ CHO SẢN XUẤT, KHÔNG ĐƯỢC PHÉP NHẬP KHẨU ĐỂ TRỰC TIẾP BÁN HÀNG TRÊN THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.

NHƯ VẬY, HẠN CHẾ QUYỀN PHÂN PHỐI ĐÓ CÓ TÁC DỤNG NHƯ MỘT RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN ĐỐI VỚI HÀNG NHẬP KHẨU.

DỊCH VỤ TÀI CHÍNH, NGÂN HÀNG.

□ *HẠN CHẾ TRONG GIAO DỊCH THANH TOÁN:* QUI ĐỊNH KHÔNG CHO PHÉP MỞ THƯ TÍN DỤNG (L/C) TRẢ CHẬM ĐỐI VỚI NHẬP KHẨU HÀNG TIÊU DÙNG. YÊU CẦU ĐẢM BẢO THANH TOÁN (ĐẶT CỌC 80% GIÁ TRỊ THƯ TÍN DỤNG KHI NHẬP KHẨU HÀNG TIÊU DÙNG).

□ *HẠN CHẾ SỬ DỤNG NGOẠI TỆ:* YÊU CẦU CÁC DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI TỰ ĐẢM BẢO VỀ NHU CẦU NGOẠI TỆ CHO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA MÌNH, TRỪ CÁC DỰ ÁN THUỘC DANH MỤC KHUYẾN KHÍCH ĐƯỢC CHÍNH PHỦ HỖ TRỢ NGOẠI TỆ NHƯ: KẾT CẤU HẠ TẦNG, SẢN XUẤT THAY THẾ NHẬP KHẨU MỘT SỐ SẢN PHẨM THIẾT YẾU, MUA NGUYÊN LIỆU SẢN XUẤT HÀNG XUẤT KHẨU (3 NĂM ĐẦU KỂ TỪ KHI SẢN XUẤT HÀNG XUẤT KHẨU).

ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM YÊU CẦU PHẢI ĐẢM BẢO KẾT HỐI LƯỢNG NGOẠI TỆ THU VỀ CỦA MÌNH (HIỆN TẠI QUI ĐỊNH KẾT HỐI ĐẾN 40%).

□ *QUẢN LÝ VAY NGOẠI TỆ*: YÊU CẦU CÁC THOẢ THUẬN VAY NGOẠI TỆ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC PHẢI ĐƯỢC NGÂN HÀNG CHẤP THUẬN TRƯỚC KHI KÝ (KỂ CẢ CÁC THƯ TÍN DỤNG TRÊN MỘT NĂM).

□ *CÁC DỊCH VỤ KHÁC NHƯ GIÁM ĐỊNH HÀNG HOÁ, DỊCH VỤ VẬN TẢI, DỊCH VỤ KHAI BÁO VÀ TÍNH THUẾ* CŨNG CÓ TÁC ĐỘNG KHÔNG NHỎ ĐẾN TẠO THUẬN LỢI HAY CẢN TRỞ NHẬP KHẨU.

3.22.7. CÁC BIỆN PHÁP QUẢN LÝ HÀNH CHÍNH

CÁC RÀO CẢN VỀ THỦ TỤC HÀNH CHÍNH SAU CÓ TÁC DỤNG CẢN TRỞ NHẤT ĐỊNH ĐỐI VỚI LƯU CHUYỂN HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU NHẪM BẢO HỘ SẢN XUẤT NỘI ĐỊA.

□ *ĐẶT CỌC NHẬP KHẨU*: BIỆN PHÁP NÀY YÊU CẦU CÁC DOANH NGHIỆP MUỐN NHẬP KHẨU NHỮNG MẶT HÀNG NHÀ NƯỚC KHÔNG KHUYẾN KHÍCH NHẬP PHẢI ĐẶT CỌC MỘT KHOẢN TIỀN NHẤT ĐỊNH MÀ KHÔNG ĐƯỢC HƯỞNG LÃI.

□ *HÀNG ĐỔI HÀNG*: MỘT SỐ MẶT HÀNG MUỐN NHẬP KHẨU PHẢI GẮN XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ SẢN XUẤT CHỦ YẾU TỪ NGUỒN NGUYÊN LIỆU TRONG NƯỚC. BIỆN PHÁP NÀY VỪA HẠN CHẾ NHẬP KHẨU VỪA KHUYẾN KHÍCH XUẤT KHẨU. BIỆN PHÁP NÀY ĐƯỢC THỰC HIỆN TRONG NHIỀU NĂM VỚI MỘT SỐ BẠN HÀNG, NHẤT LÀ VỚI LÀO.

□ *THỦ TỤC HẢI QUAN*: THÔNG THƯỜNG HAY PHIÊN HÀ CŨNG TẠO THUẬN LỢI HAY CẢN TRỞ RẤT LỚN CHO DOANH NGHIỆP TRONG NHẬP KHẨU HÀNG HOÁ.

□ *MUA SẴM CỦA CHÍNH PHỦ*: CHIẾM MỘT TỶ LỆ ĐÁNG KỂ TRONG NHẬP KHẨU. NƯỚC TA ĐÃ CÓ QUI ĐỊNH VỀ ĐẦU THẦU QUỐC TẾ TRONG MUA SẴM CỦA CHÍNH PHỦ. ĐÂY CŨNG LÀ CÁCH QUẢN LÝ KHÁ PHỔ BIẾN MÀ NHIỀU NƯỚC ÁP DỤNG.

□ *QUI TẮC XUẤT XỨ*: QUI TẮC XUẤT XỨ ĐƯỢC NHIỀU NƯỚC SỬ DỤNG NHƯ MỘT CÔNG CỤ ĐỂ BẢO HỘ SẢN XUẤT VÀ THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI. HIỆN NAY VIỆT NAM MỚI CHỈ QUI ĐỊNH VỀ XUẤT XỨ ƯU ĐÃI VỚI CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN AFTA/ASEAN (QUYẾT ĐỊNH SỐ 416/TM-ĐB NĂM 1996 CỦA BỘ THƯƠNG MẠI) VÀ EU (THÔNG TƯ SỐ 33/TC-TCT CỦA BỘ TÀI CHÍNH QUI ĐỊNH DANH MỤC HÀNG HOÁ VÀ THUẾ XUẤT NHẬP KHẨU ĐỂ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH GIẢM THUẾ HÀNG NHẬP XUẤT XỨ TỪ EU). HIỆN TẠI, VIỆT NAM CHƯA CÓ QUI ĐỊNH VỀ QUI TẮC XUẤT XỨ KHÔNG ƯU ĐÃI.

3.22.8 CÁC BIỆN PHÁP BẢO VỆ THƯƠNG MẠI TẠM THỜI

TRONG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ, THƯỜNG XÂY RA NHỮNG HIỆN TƯỢNG CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH HOẶC ÁP DỤNG CHÍNH SÁCH PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ. THEO GATT/1994 NẾU BỊ ĐẨY VÀO TÌNH TRẠNG TRÊN THÌ CÁC QUỐC GIA ĐƯỢC PHÉP ÁP DỤNG CÁC BIỆN PHÁP ĐỐI KHÁNG.

TRONG LUẬT THUẾ XUẤT NHẬP KHẨU, NHẬP KHẨU BỔ SUNG NĂM 1998 QUI ĐỊNH: HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM NGOÀI VIỆC PHẢI CHỊU THUẾ NHẬP KHẨU THEO LUẬT

CÒN PHẢI CHỊU THUẾ CHỐNG PHÁ GIÁ, HOẶC THUẾ CHỐNG TRỢ CẤP HOẶC THUẾ CHỐNG PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ. BA LOẠI THUẾ MỚI BỔ SUNG VÀO LUẬT THUẾ NHẬP KHẨU NĂM 1998 ĐƯỢC COI LÀ NHỮNG BIỆN PHÁP BẢO VỆ THƯƠNG MẠI TẠM THỜI.

THUẾ CHỐNG PHÁ GIÁ: ÁP DỤNG TRONG TRƯỜNG HỢP HÀNG NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM MÀ GIÁ BÁN CỦA NƯỚC XUẤT KHẨU QUÁ THẤP SO VỚI GIÁ BÁN THÔNG THƯỜNG DO ĐƯỢC BÁN PHÁ GIÁ, GÂY KHÓ KHĂN CHO SỰ PHÁT TRIỂN NGÀNH SẢN XUẤT TƯƠNG TỰ CỦA NƯỚC TA. MỨC THUẾ NÀY ĐƯỢC TÍNH THEO MỨC CHÊNH LỆCH CAO NHẤT GIỮA GIÁ THÔNG THƯỜNG VÀ GIÁ NHẬP KHẨU CỦA HÀNG HOÁ ĐÓ.

THUẾ CHỐNG TRỢ CẤP ÁP DỤNG CHO HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM VỚI GIÁ BÁN CỦA HÀNG HOÁ ĐÓ QUÁ THẤP SO VỚI THÔNG THƯỜNG DO CÓ ĐƯỢC TRỢ CẤP CỦA NƯỚC XUẤT KHẨU, GÂY KHÓ KHĂN CHO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH SẢN XUẤT TƯƠNG TỰ CỦA VIỆT NAM. MỨC THUẾ NÀY ĐƯỢC DỰA TRÊN CƠ SỞ CHÊNH LỆCH GIỮA MỨC TRỢ CẤP VÀ PHÍ NỘP ĐƠN XIN TRỢ CẤP.

THUẾ CHỐNG PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ: ÁP DỤNG CHO HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM CÓ XUẤT XỨ TỪ NƯỚC MÀ Ở ĐÓ CÓ SỰ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ VỀ THUẾ NHẬP KHẨU HOẶC CÓ NHỮNG BIỆN PHÁP PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ KHÁC ĐỐI VỚI HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM.

ĐỂ ĐẢM BẢO TÍNH PHÁP LÝ VÀ TÍNH LINH HOẠT ĐỐI VỚI LOẠI THUẾ NÀY, MỨC THUẾ NHẬP KHẨU THƯỜNG GỌI LÀ MỨC THUẾ “TRẢ ĐŨA” DO ỦY BAN THƯỜNG VỤ QUỐC HỘI QUY ĐỊNH. MỨC THUẾ “TRẢ ĐŨA” ÁP DỤNG CÓ TÍNH TẠM THỜI NHẪM ĐÁP LẠI HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ.

HIỆN NAY, TUY CÓ QUI ĐỊNH TRONG LUẬT THỨ 3 LOẠI THUẾ TRÊN, NHƯNG VIỆT NAM VẪN DÙNG VĂN BẢN PHÁP LUẬT VỀ CÁC HÀNH VI TRÊN ĐÂY. VIỆT NAM CŨNG CHƯA ÁP DỤNG CÁC LOẠI THUẾ NÀY TRONG THỰC TẾ.

3.22.9 ĐỊNH HƯỚNG VIỆC SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU

CHÚNG TA ĐÃ LIỆT KÊ VÀ PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG CỦA CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU ĐỐI VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT NỘI ĐỊA.

ĐỂ KHÁI QUÁT LẠI, CHÚNG TA THỬ NÊU NHỮNG ƯU ĐIỂM VÀ NHƯỢC ĐIỂM CỦA BIỆN PHÁP THUẾ QUAN VÀ PHI THUẾ QUAN QUA THỰC TIỄN THỰC HIỆN Ở VIỆT NAM VÀ CÁC NƯỚC.

THUẾ QUAN: SỰ BẢO HỘ ĐƯỢC TIỀN HÀNH BỞI THUẾ QUAN ĐƯỢC THỪA NHẬN LÀ CÓ BA ƯU ĐIỂM LỚN:

- RÕ RÀNG
- ỔN ĐỊNH, DỄ DỰ ĐOÁN
- DỄ ĐÀM PHÁN CẮT GIẢM MỨC BẢO HỘ NHỮNG NHƯỢC ĐIỂM DỄ THẤY CỦA THUẾ QUAN LÀ KHÔNG TẠO ĐƯỢC HÀNG RÀO CẢN NHANH CHÓNG. TRƯỚC TÌNH THỂ CÓ TÍNH CẤP BÁCH NHƯ HÀNG NHẬP KHẨU TĂNG NHANH GÂY TỒN HẠI HOẶC ĐE DOẠ SỰ TỒN TẠI CỦA MỘT NGÀNH SẢN XUẤT NỘI ĐỊA, THÌ CÁC BIỆN PHÁP QUẢN LÝ PHI THUẾ QUAN TỎ RA HỮU HIỆU HƠN, CÓ THỂ NGAY LẬP TỨC CHẶN ĐỨNG DÒNG HÀNG HOÁ NHẬP KHẨU TRÀN VÀO TRONG NƯỚC.

CÁC BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN: NGOÀI THUẾ QUAN RA, TẤT CẢ CÁC BIỆN PHÁP KHÁC, DÙ LÀ THEO QUI ĐỊNH PHÁP LÝ HAY TỒN TẠI TRÊN THỰC TẾ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHƯƠNG HƯỚNG NHẬP KHẨU ĐỀU THUỘC VÀO CÁC RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN. MỖI MỘT BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN CÓ THỂ CÓ MỘT HOẶC NHIỀU THUỘC TÍNH NHƯ ÁP DỤNG TẠI BIÊN GIỚI HAY NỘI ĐỊA, PHÙ HỢP HOẶC KHÔNG PHÙ HỢP VỚI THÔNG LỆ QUỐC TẾ, NHẪM BẢO HỘ HAY KHÔNG BẢO HỘ. CÁC BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN CÓ ƯU ĐIỂM LÀ:

- RẤT PHONG PHÚ VỀ HÌNH THỨC
- ĐÁP ỨNG ĐƯỢC NHIỀU MỤC TIÊU
- NHIỀU RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN CHƯA BỊ CAM KẾT CẮT GIẢM HAY LOẠI BỎ TUY NHIÊN, CÁC RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN CÓ NHƯỢC ĐIỂM LÀ:

- KHÔNG RÕ RÀNG VÀ KHÓ DỰ ĐOÁN
- THỰC THI KHÓ KHĂN VÀ TỒN KÉM TRONG QUẢN LÝ
- NHÀ NƯỚC KHÔNG HOẶC ÍT THU ĐƯỢC LỢI ÍCH TÀI CHÍNH ĐỊNH HƯỚNG CHUNG SỬ DỤNG CÔNG CỤ QUẢN LÝ ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU

CÁC BIỆN PHÁP THUẾ QUAN VÀ PHI THUẾ QUAN LÀ NHỮNG CÔNG CỤ CHÍNH NHẪM QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU BẢO HỘ SẢN XUẤT MÀ CÁC QUỐC GIA ĐỀU ÁP DỤNG. MỖI CÔNG CỤ ĐỀU CÓ ƯU ĐIỂM VÀ NHƯỢC ĐIỂM NÊN CHÚNG THƯỜNG ĐƯỢC SỬ DỤNG BỔ SUNG CHO NHAU ĐỂ QUẢN LÝ NHẬP KHẨU NHẪM THÚC ĐẨY VÀ BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

MẶC DÙ VỀ LÝ THUYẾT WTO VÀ CÁC ĐỊNH CHẾ THƯƠNG MẠI KHU VỰC THƯỜNG CHỈ THỪA NHẬN THUẾ QUAN LÀ CÔNG CỤ BẢO HỘ HỢP PHÁP DUY NHẤT, NHƯNG TRÊN THỰC TẾ CÁC QUỐC GIA KHÔNG NGỪNG SỬ DỤNG CÁC RÀO CẢN THƯƠNG MẠI PHI THUẾ QUAN MỚI, VỪA ĐÁP ỨNG MỤC ĐÍCH BẢO HỘ, VỪA KHÔNG TRÁI VỚI THÔNG LỆ QUỐC TẾ.

XU HƯỚNG CHUNG TRONG VIỆC SỬ DỤNG THUẾ QUAN ĐỂ QUẢN LÝ VÀ ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU LÀ THUẾ ĐÁNH VÀO HÀNG NHẬP KHẨU PHẢI ĐƯỢC GIẢM DẦN, VIỆC ĐÁNH THUẾ PHẢI ĐẢM BẢO RÕ RÀNG, MINH BẠCH KHÔNG GÂY CẢN TRỞ CHO TỰ DO BUÔN BÁN.

XU HƯỚNG CHUNG CỦA VIỆC ÁP DỤNG CÁC BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN ĐỂ BẢO HỘ SẢN XUẤT TRONG NƯỚC LÀ CHUYỂN TỪ CÁC BIỆN PHÁP MANG TÍNH HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG TRỰC TIẾP SANG CÁC BIỆN PHÁP TINH VI HƠN NHƯ THUẾ CHỐNG PHÁ GIÁ, THUẾ ĐỐI KHÁNG, TIÊU CHUẨN KỸ THUẬT, CÁC QUI ĐỊNH VỀ NHÃN MÁC, CÁC TIÊU CHUẨN VỀ MÔI TRƯỜNG.V.V...

CẦN LƯU Ý RẰNG CÁC BIỆN PHÁP HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG TUY BỊ WTO NGĂN CẤM. NHƯNG HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG NHƯ CẤM NHẬP KHẨU HAY HẠN NGẠCH NHẬP KHẨU VẪN CÒN ĐƯỢC ÁP DỤNG TRONG NHỮNG TRƯỜNG HỢP CẦN THIẾT ĐỂ ĐẢM BẢO VÀ DUY TRÌ AN NINH QUỐC GIA, GIỮ GÌN ĐẠO ĐỨC VĂN HOÁ, BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG HAY TRONG MỘT VÀI TRƯỜNG HỢP NGOẠI LỆ ĐẶC BIỆT. BIỆN PHÁP HẠN NGẠCH VẪN ĐƯỢC THỪA NHẬN VÀ ĐƯỢC NHIỀU NƯỚC ÁP DỤNG ĐỂ BẢO HỘ NGÀNH DỆT MAY. (THEO HIỆP ĐỊNH DỆT MAY CỦA WTO THÌ ĐẾN NĂM 2005 CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN WTO MỚI LOẠI BỎ BIỆN PHÁP NÀY). NGOÀI RA MỘT BIỆN PHÁP MANG TÍNH CHẤT HẠN CHẾ ĐỊNH LƯỢNG KHÁC CŨNG ĐƯỢC WTO THỪA NHẬN VÀ ÁP DỤNG RỘNG RÃI LÀ HẠN NGẠCH THUẾ QUAN TRONG NÔNG NGHIỆP.

VIỆC SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ QUẢN LÝ VÀ ĐIỀU HÀNH NHẬP KHẨU CÓ MANG LẠI HIỆU QUẢ NHƯ MONG MUỐN VÀ CÓ THÍCH ỨNG ĐƯỢC VỚI CÁC ĐỊNH CHẾ THƯƠNG MẠI VÀ NGUYÊN TẮC CHUNG CỦA MÔI TRƯỜNG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ HAY KHÔNG PHỤ THUỘC VÀO SỰ CHỌN LỌC VÀ KẾT HỢP KHÔN KHÉO CỦA CHÍNH PHỦ TRONG VIỆC ÁP DỤNG CÁC BIỆN PHÁP PHI THUẾ QUAN HỖ TRỢ CHO BIỆN PHÁP THUẾ QUAN. NẾU BIẾT KẾT HỢP KHÉO LÉO HAI CÔNG CỤ NÀY SẢN XUẤT TRONG NƯỚC SẼ ĐƯỢC BẢO HỘ VÀ PHÁT TRIỂN SỨC CẠNH TRANH CỦA HÀNG HOÁ TRONG NƯỚC SẼ ĐƯỢC NÂNG CAO VÀ KINH TẾ VIỆT NAM SẼ TỪNG BƯỚC HỘI NHẬP VỚI KINH TẾ KHU VỰC VÀ QUỐC TẾ.

CHƯƠNG 10

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

Xuất khẩu đã được thừa nhận là một hoạt động rất cơ bản của hoạt động kinh tế đối ngoại, là phương tiện thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Việc mở rộng

xuất khẩu để tăng thu nhập ngoại tệ cho đất nước và cho nhu cầu nhập khẩu phục vụ cho sự phát triển kinh tế là một mục tiêu quan trọng nhất của chính sách thương mại. Nhà nước đã và đang thực hiện các biện pháp thúc đẩy các ngành kinh tế hướng theo xuất khẩu, khuyến khích khu vực tư nhân mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ cho đất nước.

Chương này nhằm vào việc nghiên cứu vai trò của xuất khẩu, mục tiêu phương hướng xuất khẩu và những biện pháp chính sách thúc đẩy xuất khẩu.

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

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

Công nghiệp hoá đất nước theo những bước đi thích hợp là con đường tất yếu để khắc phục tình trạng nghèo và chậm phát triển của nước ta. Để công nghiệp hoá đất nước 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 được hình thành từ các nguồn như:

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

Các nguồn vốn như đầu tư nước ngoài, vay nợ và viện trợ.... tuy quan trọng, nhưng 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 nước là xuất khẩu. Xuất khẩu quyết định quy mô và tốc độ tăng của nhập khẩu.

Ở nước ta, thời kỳ 1986-1990 nguồn thu về xuất khẩu đảm bảo trên 55% nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu; tương 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 chưa 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. Tuy 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.

Ở 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, *nhưng 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 phương hướng 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 Phương hướng phát triển nguồn hàng xuất khẩu trong thời gian tới

1. Căn cứ để xác định phương hướng 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 trước mắt huy động 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, tằm, 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 ngư nghiệp

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

2. Hải sản

3. Lương thực

4. Hạt có dầu và dầu ăn

b) Lâm nghiệp và đồn điền

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. NHỮNG BIỆN PHÁP CHÍNH SÁCH ĐẨY MẠNH 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	
	Lượng (Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Lượng (Tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Lượng (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
Giày 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 người 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, người 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 được Nhà nước đề ra từ cuối những năm 1960. Tuy nhiên, chỉ mới gần đây, khi chúng ta tiếp xúc

manh mẽ với thị trường thế giới, chúng ta mới cảm nhận vấn đề một cách nghiêm túc.

Hàng xuất khẩu chủ lực hình thành như thế nào ? Trước hết nó được hình thành qua quá trình thâm nhập vào thị trường nước ngoài, qua những cuộc cọ sát cạnh tranh mãnh liệt trên thị trường thế giới. Và cuộc hành trình đi vào thị trường thế giới ấy kéo theo việc tổ chức sản xuất trong nước trên quy mô lớn với chất lượng phù hợp với đòi hỏi của người tiêu dùng. Nếu đứng vững được thì mặt hàng đó liên tục phát triển.

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

1. Có thị trường tiêu thụ tương đối ổn định và luôn cạnh tranh được trên thị trường đó.
2. Có nguồn lực để tổ chức sản xuất và sản xuất với chi phí thấp để thu được lợi trong buôn bán.
3. Có khối lượng kim ngạch lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của đất nước.

Vị trí của mặt hàng xuất khẩu chủ lực không phải là vĩnh viễn. Một mặt hàng ở thời điểm này có thể được coi là hàng xuất khẩu chủ lực, nhưng 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. Nhưng nay, vào đầu năm 1990 thì có thể coi dầu thô, gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta.

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

- Mở rộng quy mô sản xuất trong nước, trên cơ sở đó kéo theo việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, mở rộng và làm phong phú thị trường nội địa.

- Tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu

- Tạo điều kiện giữ vững, ổn định thị trường 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 nước ngoài.

Để hình thành được những mặt hàng xuất khẩu chủ lực Nhà nước cần có những biện pháp, chính sách ưu tiên hỗ trợ trong việc nhanh chóng có được những mặt hàng, nhóm hàng xuất khẩu chủ lực. Các biện pháp và chính sách ưu tiên đó là thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước 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) được tiến hành 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. Ở đây chưa 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 nước, nhanh chóng thích ứng với đòi hỏi của thị trường thế giới, góp phần cải tiến các quy trình sản xuất trong nước theo kịp trình độ quốc tế.

+ Tạo điều kiện thâm nhập thị trường các nước tránh những biện pháp hạn chế nhập khẩu do các nước 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 nước ngoài.

e) Để tranh thủ được những lợi ích của gia công xuất khẩu, chúng ta cần lưu ý một số điểm sau:

+ Về mặt hàng gia công: Chúng ta tập trung vào những mặt hàng tiêu dùng truyền thống, trước hết là những mặt hàng thủ công mỹ nghệ, công nghiệp nhẹ, cũng như 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 nước như:

- Đầu tư 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 tư 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 nhưng 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 thương mại là sản xuất và trao đổi những sản phẩm mà thị trường 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 lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế. Do đó, đầu tư là biện pháp có ý nghĩa quyết định để gia tăng xuất khẩu.

b) Định hướng của chính sách đầu tư

- Dành ưu tiên đầu tư cho các ngành sản xuất hàng xuất khẩu, hạn chế hoặc không đầu tư cho các ngành thay thế nhập khẩu mà năng lực sản xuất trong nước đã đáp ứng đủ nhu cầu. Trong đầu tư 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 ưu tiên, ưu đãi về thuế, về lãi suất cho các dự án theo hướng này.

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

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

- Tạo môi trường thuận lợi thu hút mạnh vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cho xuất khẩu. Phát triển hợp lý các khu chế xuất khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài gia tăng xuất khẩu. Mở rộng thị trường để lôi kéo các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư ở nước ta, xuất sang thị trường có dung lượng lớn.

c) Coi trọng hiệu quả của vốn đầu tư

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

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

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

- Nhu cầu của thị trường hiện tại.
- Dự báo nhu cầu thị trường trong tương lai.
- Khả năng chiếm lĩnh thị trường.
- Khả năng cạnh tranh trên thị trường.

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

Quy mô của đầu tư lớn nhỏ phụ thuộc vào tính chất của từng loại sản phẩm, quy mô của thị trường, khả năng vốn có thể huy động. Trong hoàn cảnh nước ta hiện nay, vốn đầu tư chưa nhiều ta cần lưu ý tới các cơ sở sản xuất đòi hỏi vốn đầu tư không lớn, hiệu suất đầu tư tương đối cao, thời gian xây dựng, mở rộng cơ sở sản xuất và thu hồi vốn tương đối nhanh.

Để đảm bảo đạt được hiệu quả kinh tế cao cần:

- Đầu tư 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 tư vào sản xuất các sản phẩm có dung lượng thị trường lớn, ổn định nhằm thu được hiệu quả kinh tế theo quy mô.

- Lựa chọn công suất thích hợp cho dự án.

Hiệu quả của vốn đầu tư được xác định bởi các chỉ tiêu cơ bản sau:

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

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

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 người lao động: thể hiện ở hai khía cạnh

- Số chỗ làm việc do dự án tạo ra

- Mức độ sử dụng lao động

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

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 được coi là tốt có thể là tăng được số lượng lao động tuyển dụng. Nhưng 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 lượng sản phẩm xuất khẩu.

Nhưng để xuất khẩu, dự án đầu tư 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 như thế nào cho việc tăng thu ngoại tệ.

$$\begin{array}{rcl} \text{Tăng thu} & & \text{Thu ngoại tệ} & & \text{Chi phí} \\ \text{ngoại tệ} & = & \text{do xuất khẩu} & - & \text{nhập khẩu} \end{array}$$

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

$$\frac{\text{Kim ngạch xuất khẩu của dự án}}{\text{Tổng số vốn đầu tư}}$$

$$\frac{\text{Kim ngạch xuất khẩu của dự án}}{\text{Tổng số lao động}}$$

5. Mức đóng góp cho ngân sách

Mức đóng góp cho ngân sách của dự án đầu tư cho xuất khẩu gồm các khoản: thuế, thuế đất, thuế các tài sản cố định, dịch vụ công cộng... Chỉ tiêu này được tính hàng năm và tổng cộng. Ngoài ra còn tính thêm mức đóng góp cho ngân sách của một đồng vốn bỏ ra:

$$\text{Tỷ lệ} = \frac{\text{Mức đóng góp vào ngân sách}}{\text{Tổng vốn đầu tư}}$$

Còn có thể nêu một số chỉ tiêu nữa để xác định hiệu quả của đầu tư cho sản xuất hàng xuất khẩu. Tuy nhiên có thể coi các chỉ tiêu trên là cơ bản nhất.

d) Nguồn vốn đầu tư cho sản xuất hàng xuất khẩu

Vốn đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu ở ta hiện nay gồm:

- Vốn đầu tư trong nước
- Vốn đầu tư nước ngoài

Tuy nguồn vốn đầu tư nước ngoài là quan trọng, nhưng đầu tư cho xuất khẩu cần khai thác từ các nguồn vốn trong nước là chủ yếu và bao gồm:

- Vốn Nhà nước
- Vốn của tư nhân

Cần coi trọng việc thu hút vốn của tư nhân vào việc đầu tư cho xuất khẩu. Đây là việc lâu nay chưa được người ta coi trọng. Việc Nhà nước ban hành luật đầu tư trong nước là cơ sở pháp lý để các thành phần kinh tế và an tâm bỏ vốn ra đầu tư, nhất là đầu tư vào sản xuất ra hàng xuất khẩu.

Để khuyến khích bỏ vốn đầu tư ra làm hàng xuất khẩu, Nhà nước cần có các chính sách ưu tiên cho lĩnh vực này như: Cho phép vay vốn với lãi suất ưu đãi thấp, giảm hoặc miễn nộp thuế lợi tức một số năm. Sản phẩm làm ra những năm đầu chưa có lãi hoặc lãi thấp (so với kinh doanh trong nước), Nhà nước 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 thương mại về thuế quan của nước sở tại, ở đó áp dụng chế độ thương mại tự do. Một số người 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 được Chính phủ một nước cho phép hưởng quy chế đặc biệt như: cảng tự do, khu thương 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 tướng 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 được thành lập tại sân bay quốc tế Sharnon (Ailen) vào năm 1956. Trong một phần tư thế kỷ trở lại đây, nhiều nước đang phát triển chuyển hướng mạnh mẽ nền kinh tế của mình theo hướng “mở cửa” bằng cách đặc biệt chú ý mở rộng đón nhận đầu tư nước ngoài. Các khu chế xuất là một biện pháp để thu hút vốn đầu tư nước ngoài và được 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 nước ta có 6 khu chế xuất được cấp giấy phép hoạt động tại các địa phương: 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) được 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 chưa 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 tư chủ yếu là người nước ngoài đảm nhận.. Vật tư nguyên liệu sản xuất đều mang từ nước ngoài vào, mà cũng có thể là tài nguyên của nước chủ nhà bán cho chủ đầu tư sau khi qua các thủ tục xuất khẩu của nước chủ nhà. Có nhiều cách hình thành khu chế xuất:

- Nước chủ nhà cho thuê nhà xưởng, kho bãi và diện tích công trình sẵn có. Người đầu tư nước 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 tư nước ngoài thuê đất của nước sở tại và tự xây cất công trình và trang bị lấy cơ sở sản xuất để làm ra hàng hoá xuất khẩu.

- Ở Việt Nam, Nhà nước ta “khuyến khích việc thành lập công ty liên doanh giữa bên nước 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.

Như vậy, người nước ngoài hoạt động ở khu chế xuất theo nguyên tắc là phải tự lo liệu vấn đề cung ứng vật tư nguyên liệu để sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm làm ra.

Để phục vụ cho hoạt động của khu chế xuất, nước chủ nhà phải cung ứng các cơ sở hạ tầng kỹ thuật thông qua cho thuê hoặc bán thành phẩm như cung cấp điện, nước, điện thoại...

Tổ chức các dịch vụ như sửa chữa, thiết kế, xây dựng tổ chức các trung tâm giao dịch thương mại, dịch vụ ngân hàng, tín dụng, tổ chức hoạt động quảng cáo, tổ chức cung ứng các dịch vụ khác như tiệm ăn, khách sạn, đi lại, du lịch, giải trí... cho người nước ngoài tại khu chế xuất.

Với các nội dung hoạt động như trên, khu chế xuất là một đô thị độc lập, là một khu kinh tế xuất khẩu và là nơi giao dịch thương mại quốc tế. Trong khu chế xuất mọi sinh hoạt, mua bán đều sử dụng ngoại tệ. Vì vậy khu chế xuất phải được tách biệt với nội địa bằng các ranh giới thiên nhiên hoặc nhân tạo. Sự giao lưu giữa khu chế xuất với nội địa được 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 nước có ít nhiều thành công trong việc lập các khu chế xuất, người ta thấy các khu chế xuất có thể mang lại các lợi ích sau:

- Thu hút được vốn và công nghệ
- Tăng cường khả năng xuất khẩu tại chỗ
- Góp phần giải quyết việc làm cho người lao động

- Góp phần làm cho nền kinh tế nước chủ nhà hoà nhập với nền kinh tế thế giới và của các nước 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 được 148 nhà đầu tư của 10 quốc gia và lãnh thổ từ Châu á, Châu Âu, Châu Mỹ và Châu úc đến đầu tư 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 lượt người được đi 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

3.21 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 dưới 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 nước đứng ra bảo lãnh tín dụng xuất khẩu, ngoài việc thúc đẩy xuất khẩu, còn nâng được 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 thương của nhiều nước để mở rộng xuất khẩu, chiếm lĩnh thị trường.

Nhà nước thực hiện cấp tín dụng xuất khẩu

Nhà nước trực tiếp cho nước ngoài vay tiền với lãi suất ưu đãi để nước vay sử dụng số tiền do mua hàng của nước cho vay. Nguồn vốn cho vay thường lấy từ Ngân sách Nhà nước. Việc cho vay này thường kèm theo các điều kiện kinh tế và chính trị có lợi cho nước cho vay.

Hình thức này có tác dụng

- Giúp cho doanh nghiệp đẩy mạnh được xuất khẩu vì có sẵn thị trường.
- Các nước cho vay thường là những nước có tiềm lực kinh tế. Hình thức Nhà nước cấp tín dụng cho nước ngoài trên khía cạnh nào đó giúp các nước này giải quyết tình trạng dư thừa hàng hoá ở trong nước.

Nhà nước ta chưa có vốn để cho nước ngoài vay với khối lượng 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 lưu ý ở đây là: nếu tiếp nhận vay của nước 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 nước và những ràng buộc chính trị bất lợi.

Nhà nước cấp tín dụng cho doanh nghiệp xuất khẩu trong nước.

Vốn bỏ ra cho việc sản xuất và thực hiện các hợp đồng xuất khẩu thường là rất lớn. Người xuất khẩu cần có được một số vốn cả trước khi giao hàng và sau khi giao hàng để thực hiện một số hợp đồng xuất khẩu. Nhiều khi người xuất

khẩu cũng cần có thêm vốn để kéo dài các khoản tín dụng ngắn hạn mà họ dành cho người mua nước ngoài. Đặc biệt, khi bán hàng theo phương thức bán chịu thu tiền hàng xuất khẩu sau thì việc cấp tín dụng xuất khẩu trước khi giao hàng hết sức quan trọng.

Nhiều chương trình phát triển xuất khẩu không thể thiếu được việc cấp tín dụng của Chính phủ theo những điều kiện ưu đãi. Điều đó càng giảm được các chi phí xuất khẩu. Các ngân hàng thường hỗ trợ cho các chương trình xuất khẩu bằng cách cung cấp tín dụng ngắn hạn trong giai đoạn trước và sau khi giao hàng.

Tín dụng trước khi giao hàng

Loại tín dụng ngân hàng này cần cho người 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 cước, bảo hiểm, thuế v.v...

Lãi suất tín dụng xuất khẩu là một yếu tố ảnh hưởng lớn đến sức cạnh tranh của người xuất khẩu. Vì vậy, nhiều nước đã cấp tín dụng theo lãi suất ưu đãi thấp hơn lãi suất thương mại để người xuất khẩu có thể bán được giá thấp có sức cạnh tranh ở thị trường nước ngoài. Lãi suất càng thấp thì chi phí xuất khẩu càng giảm và khả năng cạnh tranh của người xuất khẩu càng mạnh.

Tín dụng xuất khẩu sau khi giao hàng

Đây là loại tín dụng do ngân hàng cấp dưới 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 người 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 thường được vay để trả các khoản tín dụng trước khi giao hàng. Nó còn được vay cho các khoản tiền thuế sẽ được hoàn lại trong tương lai cho người xuất khẩu.

Tín dụng xuất khẩu trước và sau khi giao hàng theo mức lãi suất ưu đãi không đơn giản chỉ là giúp người xuất khẩu thực hiện được chương trình xuất khẩu của mình, mà còn giúp họ giảm chi phí về vốn cho hàng xuất khẩu cũng như giảm giá thành xuất khẩu. Ngoài ra tín dụng xuất khẩu còn làm cho người xuất khẩu

có khả năng bán được hàng của mình theo điều kiện dài hạn, hàng hoá có sức cạnh tranh hơn trước đối thủ của mình. Tín dụng trung hạn với lãi suất thấp còn giúp cho người xuất khẩu bán được các hàng hoá đầu tư và máy móc thiết bị hay các hàng hoá khác do các Hiệp định Nhà nước thoả thuận.

Vấn đề đặt ra là làm sao để đảm bảo mọi lô hàng xuất khẩu đều có thể được cấp tín dụng cả trước và sau khi giao hàng. Người xuất khẩu cần phải có được 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 người 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 như: 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 tư 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 người xuất khẩu tăng thu nhập nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá, do đó đẩy mạnh được 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 như áp dụng thuế suất ưu 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 được hưởng các giá ưu đãi cho các đầu vào sản xuất hàng xuất khẩu như điện, nước, vận tải, thông tin liên lạc, trợ giá xuất khẩu.

- Trợ cấp gián tiếp là Nhà nước dùng Ngân sách để giới thiệu, triển lãm, quảng cáo, tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuất khẩu. Hoặc Nhà nước giúp đỡ kỹ thuật và đào tạo chuyên gia.

Khi người xuất khẩu nhận được một khoản trợ cấp dù là gián tiếp hay trực tiếp cho sản phẩm xuất khẩu, họ không phải hoàn trả lại cho Nhà nước. Đây là sự khác nhau cơ bản của trợ cấp xuất khẩu với trợ cấp tín dụng xuất khẩu.

Trong hoàn cảnh thị trường không hoàn hảo, Chính phủ các nước đều muốn sản phẩm của các doanh nghiệp nước mình đủ sức cạnh tranh và giành được thị trường tiêu thụ ở nước ngoài. Vì vậy, đối với nhiều quốc gia, trợ cấp xuất khẩu được sử dụng như là một công cụ để đẩy mạnh xuất khẩu. Ngoài ra, trợ cấp xuất khẩu còn có tác dụng nhiều mặt như:

- 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.

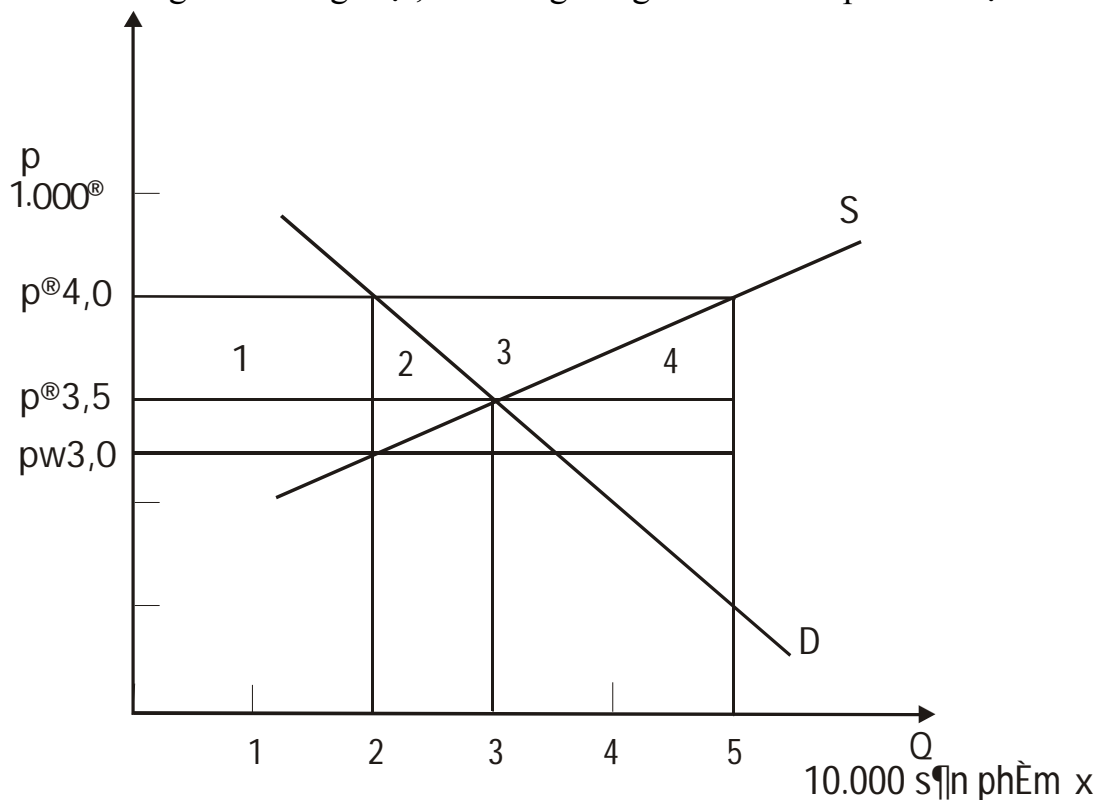
Do trợ cấp xuất khẩu có tính hợp lý về mặt kinh tế nên Điều XVI:1 của GATT và Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng của WTO cho phép các nước thành viên duy trì các hình thức trợ cấp không gây bóp méo thương mại hoặc gây tổn hại tới lợi ích của các nước thành viên khác. Tại Điều 27 của Hiệp 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
- * Sác suất 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 mậu 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 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, tương đương 20 triệu đồng.
- * Người tiêu dùng trong nước bị thiệt là diện tích hình 1+2, tương đương 12,5 triệu đồng.
- * Chi phí bảo hộ là diện tích hình 2+4 tương đương 7,5 triệu đồng.
- * Trợ cấp xuất khẩu của Chính phủ là diện tích hình 2+3+4 tương đương 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.

Ở 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, thưởng tìm kiếm 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 thưởng 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 thưởng 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;

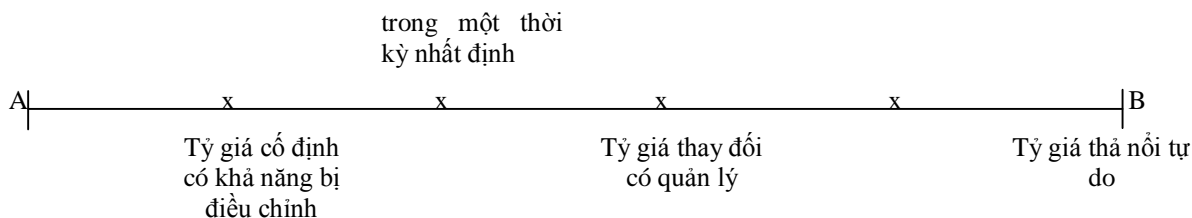
	Mua vào (đồng)	Bán ra (đồng)
1 EURO	13.559,0	13.791,15
1 USA	14.970,0	14.988,0
1 DM	6.904,8	7.051,31
1 JPY	121,64	124,85
1 Baht	324,21	340,84
1 HKD	1.892,77	1.936,85

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 nhờ sự can thiệp của cơ quan quản lý tiền tệ của Nhà nước vào thị trường tiền tệ và đòi hỏi phải có một lượng dự trữ ngoại tệ đáng kể.

Ví dụ, vào tháng 11/ 1997, Đồng tiền Việt Nam được ấn định mức tỷ giá là 11000đồng/1 đô la Mỹ. Và tỷ giá thị trường có thể sẽ biến đổi hàng ngày để phản ánh sự thay đổi về cung và cầu trong hoạt động xuất nhập khẩu ở Việt Nam, trong sự vận động của đồng vốn, nên Chính phủ phải chuẩn bị sử dụng dự trữ ngoại tệ quốc gia để mua hoặc bán đô la Mỹ với tỷ giá 11.000 đồng/1 đô la Mỹ nhằm duy trì sự ổn định của tỷ giá.

Dưới chế độ tỷ giá thả nổi, các cơ quan quản lý ngoại tệ của Nhà nước để mặc cho thị trường quyết định tỷ giá đồng tiền trong nước so với đồng tiền nước khác. Giữa hai cực của quá trình phát triển của chế độ tỷ giá (cố định và thả nổi), còn tồn tại một số khả năng lựa chọn dung hoà (sơ đồ).



Gắn nhất với hệ thống tỷ giá thả nổi là hệ thống khung tỷ giá, trong đó tỷ giá được phép dao động trong một khung đã xác định trước, giả định từ +800 đồng đến -1.000 đồng/1 đô la. Nhưng khi các điều kiện đã thay đổi có khả năng đẩy tỷ giá ra khỏi khung đó, thì các cơ quan quản lý ngoại tệ Nhà nước can thiệp vào bằng cách mua vào hoặc bán ra đồng tiền nội tệ để giữ tỷ giá nằm trong khung đã định.

Tiếp theo là hệ thống tỷ giá thả nổi có quản lý. Ở đây, không có một mức tỷ lệ cụ thể được Nhà nước cam kết giữ ổn định. Tuy vậy, Nhà nước luôn can thiệp một cách có cân nhắc.

Hai hệ thống tỷ giá khác có liên quan chặt chẽ với nhau đều chứa đựng sự pha trộn giữa chế độ cố định và thả nổi.

Hệ thống tỷ giá giữ ở mức cố định trong một thời gian nhất định bao gồm giữ ổn định tỷ giá đồng tiền trong nước so với một số đồng tiền của nước khác, và những thay đổi về tỷ giá được thực hiện từ từ, từng bước theo thời gian nhằm điều chỉnh sự chênh lệch nếu có giữa tỷ lệ lạm phát ở trong nước và tỷ lệ lạm phát chung trên thế giới.

Gắn với chế độ tỷ giá cố định là hệ thống tỷ giá cố định có khả năng bị điều chỉnh. Ở đây Chính phủ cam kết giữ ổn định ở mức tỷ giá đồng tiền trong nước so với đồng tiền nước ngoài, nhưng vẫn giữ quyền thay đổi tỷ giá khi hoàn cảnh bên ngoài đòi hỏi phải làm như vậy.

Tỷ giá hối đoái và chính sách tỷ giá hối đoái là nhân tố quan trọng thực hiện chiến lược hướng ngoại, đẩy mạnh xuất khẩu.

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

$$\frac{\text{Tỷ giá}}{\text{HĐTT}} = \frac{\text{Tỷ giá HĐCT} \times \text{Chỉ số giá cả trong nước}}{\text{Chỉ số giá cả nước ngoài}}$$

Một nước có thể có nhiều bạn hàng buôn bán. Cho nên đưa 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, nhưng khả năng chiếm lĩnh thị trường sẽ giảm. Họ cũng có thể giữ nguyên mức giá tính theo ngoại hối nhưng 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 mượn nước ngoài để trang trải tài chính cho thiếu hụt thương mại tăng thêm. Đối với phần lớn các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển, việc giảm mức dự trữ ngoại hối và vay mượn nước ngoài không thể chịu đựng được lâu.

Cách xử lý đối với tỷ giá chính thức quá cao

+ Tăng cường kiểm soát nhập khẩu

Điều mà nhiều nước đã làm trong trường 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 hướng 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 thường 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 như 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 trường hợp này cũng thường 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. Người muốn mua ngoại hối sẽ tăng cường mua chuộc các quan chức phụ trách kiểm soát nhằm có được sự phân phối. Nếu họ không có khả năng nhận được khoản ngoại hối này theo kênh chính thức, thì họ sẽ trả tiền nhiều hơn để mua nó trên chợ đen. Tình hình tương 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 được 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 nước không thể làm gì được với lạm phát ở nước ngoài. Do vậy chỉ có những cách sau để duy trì tỷ giá hối đoái sao cho các nhà sản xuất trong nước có lãi khi bán sản phẩm của mình ra thị trường thế giới, do đó đẩy mạnh được xuất khẩu:

- Duy trì tỷ giá được thị trường chấp nhận.
- Giảm tỷ lệ lạm phát trong nước 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 được 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 nước thường 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 ương của nước đó sẵn sàng đổi nội tệ lấy ngoại tệ (ví dụ: đô la Mỹ) được 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, nhưng 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 hướng đẩy giá lên cao hơn nữa. Tuy trước mắt phá giá tỷ giá hối đoái có thể khuyến khích được xuất khẩu. Nhưng trong thực tế một vòng luẩn quẩn về phá giá hối đoái - đồng lương trong nước 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 được (USD)	100.000
2. Tương 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 nước là 40% (so với nước bạn hàng)

1. Nhà xuất khẩu bán cũng loại hàng đó vẫn thu	100.000
2. Tương ứng với số nội tệ	1.400
3. Nhưng 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 được phá giá 40% tức 19.600 đồng lấy 1 đô la Mỹ.

1. Nhà sản xuất vẫn bán được	100.000
2. Tương 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 được khôi phục là 400 triệu đồng.

Về phân phối thu nhập, phá giá hối đoái sẽ có lợi cho một nhóm người đi kèm sự thiệt thòi của những nhóm khác. Nhìn chung những người lao động, các nhà sản xuất kinh doanh nhỏ, những người cung cấp dịch vụ... không tham gia vào khu vực xuất khẩu sẽ bị tổn thất về tài chính bởi lạm phát trong nước (thường xảy ra sau khi phá giá). Chỉ những nhà kinh doanh xuất khẩu lớn, cũng như những hoạt động gắn với xuất khẩu là có lợi. Như vậy, nếu trong một quốc gia mà ở đó các hoạt động xuất khẩu tập trung vào những tư nhân hay nước 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 thương mại, đặc biệt là phá giá tiền tệ không thể tách rời các vấn đề kinh tế xã hội trong nước.

Cho nên phải cân nhắc kỹ sự mất - được 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 người cạnh tranh với hàng xuất khẩu.

Ảnh hưởng 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 nước tại các thị trường nhập khẩu và xuất khẩu cùng chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi thuế nhập khẩu, thuế xuất khẩu và lợi thế do hạn ngạch.

Thuế nhập khẩu và sự hạn chế số lượng nhập khẩu làm tăng giá cả trong nước của hàng nhập khẩu, cho nên chúng có ảnh hưởng tương tự như 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 được 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 nước. 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 thương mại có thể được 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 được tóm lược trong một khái niệm rất bổ ích là *tỷ giá hối đoái thực sự*⁽¹⁾

1/ Xem Malcolin Gillis..."Kinh tế học của sự phát triển tập 2" Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương, 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 được 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 như sau:

(1) Tỷ giá thực tế nhập khẩu do có thuế và trợ cấp thương 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

Nhưng bất lợi của phương 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 được 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 trượt lên cao so với tỷ giá xuất khẩu.

3.24 Thuế xuất khẩu và các ưu đãi về thuế

Thuế xuất khẩu rất ít được sử dụng một cách rộng rãi, đặc biệt là tại nước công nghiệp phát triển. Cơ cấu thuế xuất khẩu ở các nước đang phát triển rất khác nhau, đặc biệt là các nước Châu phi và các nước Đông Nam á. Tại các nước này, thuế không chỉ đánh vào nguyên liệu thô như gỗ (Bờ Biển Ngà), thiếc (Malaysia), đay (Pakistan)... mà cả vào các sản phẩm lương thực (gạo - Thái Lan), cà phê (Colombia), chè (Srilanca).. .

Ở 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 như nâng cao mức độ chế biến nguyên liệu thô của các nhà xuất khẩu. Điều này được 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 như 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 trưởng Bộ Tài Chính)

Mã số	Nhóm mặt hàng	Thuế suất%
08013010	- Hạt đào lộn hột (hạt điều) chưa chế biến	4
140100	- Song mây chưa chế biến	10
260200	- Quặng mangan và quặng mangan được làm giàu	10
260700	- Quặng thiếc và quặng thiếc được 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, tượng 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 người 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 người 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 người 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 được xuất khẩu ra nước ngoài trong số 12USD (19USD - 7USD) tiền thuế tăng đánh vào dầu thô, thông qua sử dụng phương trình sau:

(1) Xem Malcolin Gillis "Kinh tế học của sự phát triển", sách đã dẫn, trang 529

$$T_c = \frac{E_s}{E_s + E_d} \times \frac{Aest}{Aest + (1 - A) \times e'sn}$$

Trong đó:

T_c : % thuế suất sẽ được xuất khẩu ra nước ngoài dưới dạng tăng giá bán do có tăng thuế.

A : Tỷ trọng (dầu thô) của nước xuất khẩu trên thị trường (dầu thô).

$1 - A$: Tỷ trọng của các nước sản xuất (dầu thô) khác trên thị trường.

E_d : Mức dao động giá cầu về sản phẩm (dầu thô) trên thị trường (dầu thô), ở đây được coi là số dương.

E_s : Mức dao động chung về cung (dầu thô) trên thị trường.

est : Mức dao động về cung sản phẩm (dầu thô) của nước xuất khẩu.

$e'sn$: Mức dao động về cung (dầu thô) của các nước sản xuất (dầu thô) khác.

Giả sử trong hướng 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 như sau:

$$\begin{aligned} E_s &= 1,5 & A &= 25\% \\ E_d &= 0,2 & 1 - A &= 75\% \\ Est &= 1,0 \\ e'sn &= 2,0 \end{aligned}$$

(Những mức dao động này thường đặc trưng cho các khoáng sản như dầu thô, than đá, thiếc...).

Ta có:

$$T_c = \frac{1,5}{1,5 + 0,2} \times \frac{0,25 \times (1,0)}{0,25 \times (1,0) + 0,75 \times (2,0)} = 12,6\%$$

Như vậy, trong trường hợp này nước A chỉ chuyển được 12,6% số thuế sang những nước tiêu dùng sản phẩm (dầu thô) xuất khẩu của họ trong thời gian ngắn hạn. Phần thuế không chuyển được (87,4%) sẽ có ai đó phải chịu. Người đó có thể là:

1. Người 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 trường hợp những đối tượng trên không phải là công nhân của nước chủ nhà, thì phần thuế không chuyển được sang những người tiêu dùng nước ngoài cũng sẽ làm giảm thu nhập của họ. Và đây cũng là một cách chuyển gánh nặng của thuế. Trong trường 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 nước ngoài hay các công ty nước ngoài. Ngược lại khai thác tài nguyên nằm trong tay các công ty trong nước và sử dụng lao động trong nước là chính để khai thác tài nguyên xuất khẩu thì gánh nặng về thuế lại chính là các đối tượng trong nước.

Từ những phân tích trên cho ta thấy việc đánh thuế cao hoặc là tăng thuế xuất khẩu cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng trước 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 như nhiều nước đang phát triển khác có chính sách ưu 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 nước quy định việc miễn giảm và hoàn lại thuế cho các doanh nghiệp xuất khẩu sản xuất hàng xuất khẩu.

Theo luật thuế đã được Quốc hội nước 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 hướng dẫn thi hành luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu thì các hàng hoá sau đây được miễn, giảm và hoàn lại thuế:

- + *Hàng xuất khẩu được miễn thuế:*
 - Hàng xuất khẩu trả nợ nước ngoài của Chính phủ.
 - *Hàng xuất khẩu, nhập khẩu được xét miễn thuế để khuyến khích xuất khẩu.*
 - Hàng là vật tư, nguyên liệu nhập khẩu để gia công cho nước ngoài và xuất khẩu theo các hợp đồng gia công cho nước ngoài.
 - Hàng xuất khẩu của các xí nghiệp có vốn đầu tư của nước ngoài và của bên nước ngoài hợp tác kinh doanh.
 - *Hàng được xét hoàn thuế*

- Hàng đã kê khai và nộp thuế nhưng thực tế không xuất khẩu nữa, hoặc thực tế xuất khẩu ít hơn.
- Hàng là vật tư, nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu được hoàn thuế tương 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) được 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, phương tiện vận tải cho nước ngoài và dịch vụ xuất khẩu lao động.

Các loại thuế gián thu khác cũng đều dành những ưu 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 trường 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 hướng tới khuyến khích xuất khẩu phải duy trì giá cả tương đối của các yếu tố sản xuất trong nước (vốn, đất đai, lao động) ở mức phản ánh được 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 nước hay tư nhân quyết định đầu tư hay sản xuất phù hợp với nguyên tắc đó thì giá cả tương đối họ trả cho lao động, vốn và đất đai không được quá chênh lệch với giá được hình thành bởi những lực lượng cạnh tranh trên thị trường, 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 trường để thực hiện nhiệm vụ mang tính chiến lược đó. Biện pháp thành công là Chính phủ phải can thiệp, như khi thực hiện chính sách thay thế nhập khẩu. Nhưng 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 trường và thúc đẩy các nhà sản xuất trong nước dễ dàng hướng ra thị trường thế giới. Đó là:

- Tạo ra môi trường pháp lý trong nước 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 thương mại song phương và đa phương.. trên cơ sở đó bảo vệ lợi ích cho người xuất khẩu tạo thuận lợi cho xuất khẩu.

- Gia nhập và ký kết các Hiệp ước 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 thường được 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 thường 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 hoá, 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 hoá, 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 như tài chính, giấy phép, kiểm soát ngoại tệ và các chính sách của Chính phủ. Ở một số nước, 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, người xuất khẩu phải hiểu biết các mảnh khoe cạnh tranh trên thị trường 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 nước. Nên trước khi quyết định tham gia xuất khẩu, người xuất khẩu phải tìm hiểu kỹ các vấn đề như: thị trường xuất khẩu, tín dụng, tư cách pháp nhân của người mua, các biện pháp kiểm soát xuất khẩu của Nhà nước (Nhà nước nhập khẩu và Nhà nước mình), hợp đồng xuất khẩu, các điều kiện buôn bán.. ..

4.1 Vì sao phải quản lý xuất khẩu ?

Việc quản lý xuất khẩu được 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 nước cũng khuyến khích xuất khẩu mà đôi khi vì quyền lợi quốc gia phải kiểm soát một vài dạng xuất khẩu, như sản phẩm đặc biệt, nguyên liệu do nhu cầu trong nước còn thiếu, hoặc có ý nghĩa chiến lược đối với đất nước. Nhưng nguyên nhân chủ yếu phải kiểm soát xuất khẩu của các Nhà nước thường 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 được khuyến khích và mọi doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu được 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 Thương 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 dược, 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 nước; củi, than làm từ gỗ hoặc củi, có nguồn gốc từ gỗ rừng tự nhiên trong nước.

6- Động vật hoang dã và động thực vật quý hiếm tự nhiên.

7- Các loại máy mã chuyên dùng và các chương trình phần mềm mật mã sử dụng trong phạm vi bảo vệ bí mật Nhà nước .

4.22 Các hàng hoá quản lý bằng *giấy phép* của Bộ thương mại (thời kỳ 2001- 2005)

1- Hàng dệt may xuất khẩu theo hạn ngạch mà Việt Nam thoả thuận với nước ngoài.

2- Hàng cần kiểm soát xuất khẩu theo quy định của Điều ước 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 bưu điện

- Tem bưu chính, ấn phẩm tem và các mặt hàng tem bưu chính.

5/ Bộ Công nghiệp

- Một số chủng loại khoáng sản hàng hoá (Quy định tiêu chuẩn, các điều kiện xuất khẩu).

Nhà nước 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 người xuất khẩu.

Ở Việt Nam, Bộ Thương mại đã thiết kế mẫu giấy phép xuất khẩu theo mẫu nền của Liên hiệp quốc với nội dung đã được 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 thường phải kiểm tra tư cách 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

Các hình thức hạn chế xuất khẩu được áp dụng tùy từng nước; hạn ngạch theo mặt hàng, hạn ngạch theo từng nước và trong thời gian nhất định (một năm).

Một số nước chỉ cho phép một số tổ chức có quyền xuất khẩu một số mặt hàng nhất định.

Hiện nay, ở Việt Nam, chế độ hạn ngạch xuất khẩu được quy định theo quyết định số 46/2001/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về quản lý xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2001 - 2005. Hàng năm, Bộ Thương mại công bố danh mục các mặt hàng quản lý bằng hạn ngạch sau khi thống nhất với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Quản lý sản xuất và được Chính phủ duyệt. Hiện nay Nhà nước chỉ quản lý bằng hạn ngạch mặt hàng

- Hàng dệt, may mặc xuất khẩu vào EU

Bộ Thương mại phân bổ hạn ngạch xuất khẩu cho các Bộ, ngành, địa phương. Những mặt hàng không quản lý bằng hạn ngạch thì cơ sở xuất khẩu đăng ký với Bộ Thương mại và được cấp giấy phép không hạn chế.

4.26 Quản lý ngoại tệ

Đa số các nước đang phát triển đều quy định cho các nhà xuất khẩu phải chuyển khoản ngoại tệ thu được vào Ngân hàng Thương mại được phép kinh doanh ngoại tệ. Nhưng cũng có nhiều nước cho phép dùng số ngoại tệ thu được do xuất khẩu để nhập hàng hoá cần thiết. Ở Việt Nam, theo Quyết định số 232/1998/QĐ-TTg, ngày 1-12-1998 của Thủ tướng Chính phủ thì các doanh nghiệp (kể cả doanh nghiệp nước ngoài) phải bán ngay tối thiểu 80% số ngoại tệ thu được. Đồng thời quyết định này cũng quy định quyền được mua ngoại tệ (tại các ngân hàng khi có nhu cầu thanh toán) của các tổ chức kết hối ngoại tệ.

Người xuất khẩu phải biết chắc chắn là người mua có quyền thanh toán hàng hoá bằng ngoại tệ mà ngân hàng quản lý cho phép đối với hàng xuất khẩu của mình. Thông thường, các ngân hàng công bố các loại ngoại tệ có thể nhận khi xuất khẩu, đó thường là các loại ngoại tệ tự do chuyển đổi.

Một biện pháp quan trọng nữa là Nhà nước cấm gửi loại ngoại tệ thu được do xuất khẩu vào các ngân hàng ở nước ngoài. Nếu người đó mở tài khoản ở nước ngoài thì lô hàng đó chưa được thanh toán và người xuất khẩu vi phạm chế độ quản lý ngoại tệ của Nhà nước.

CHƯƠNG 11

HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

I. KHÁI 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 chưa 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 thương 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 tương quan giữa cái phải bỏ ra và cái thu về được. Kết quả chỉ là yếu tố cần thiết để tính toán và phân tích hiệu quả. Tự bản thân mình, kết quả chưa thể hiện được nó tạo ra ở mức và với chi phí nào.

Mỗi hành động của con người nói chung và trong sản xuất, kinh doanh thương mại, dịch vụ nói riêng là phải phấn đấu đạt được kết quả, nhưng không phải là kết quả bất kỳ, mà phải là kết quả có mục tiêu và có lợi ích cụ thể nào đó. Nhưng kết quả có được ở mức độ nào, với giá nào đó chính là vấn đề cần xem xét, vì nó là chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả. Vì vậy, đánh giá hoạt động ngoại thương không chỉ là đánh giá kết quả, mà còn là đánh giá chất lượng của hoạt động để tạo ra kết quả đó. Vấn đề không phải chỉ là chúng ta đã xuất khẩu được bao nhiêu tỷ đồng hàng hoá, mà còn là với chi phí bao nhiêu để có được kim ngạch xuất nhập khẩu như vậy. Mục đích hay bản chất của hoạt động kinh tế là với chi phí nhất định có thể tạo ra được nhiều sản phẩm nhất. Chính mục đích đó nảy sinh vấn đề phải xem xét lựa chọn cách nào để đạt được 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 lượng 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 thương được, nó chưa thể hiện kết quả đó được tạo ra với chi phí nào.

Như vậy, hiệu quả kinh tế ngoại thương về mặt hình thức phải là một đại lượng 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:

Kết quả đầu ra

Hiệu quả KTNT= _____

Chi phí đầu vào

Nhưng nếu chỉ dừng lại ở đó thì còn rất trừu tượng và chưa chính xác. Điều cốt lõi là chi phí cái gì, bao nhiêu và kết quả được thể hiện như 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 nước và chi phí quốc tế) và nhiều hình thức biểu hiện kết quả (lượng hàng hoá xuất nhập khẩu, kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu, tăng thu nhập quốc dân, lợi nhuận...).

Ngoại thương là một hình thức để một nước tham gia vào phân công lao động quốc tế. Khi sản xuất các hàng hoá để xuất khẩu, các nước bỏ ra những chi phí nhất định. Các hàng hoá xuất khẩu này không tham gia vào lưu thông trong nước mà đưa ra ngoài biên giới quốc gia. Các nước thu được một lượng ngoại tệ nhất định do việc xuất khẩu hàng hoá đó. Các tỷ lệ trao đổi được hình thành trên cơ sở giá cả quốc tế, khác với giá cả trong nội bộ một nước. Sản phẩm nhập khẩu tham gia vào lưu thông hàng hoá trong nước và tham gia vào quá trình tái sản xuất xã hội, thực tế không được sản xuất ra tại nước đó. Sản phẩm nhập khẩu dường như là hình thức thay đổi của sản phẩm xuất khẩu. Nhưng về khối lượng chúng không bằng nhau. Các tỷ lệ trao đổi của giá quốc tế ảnh hưởng đến tương quan về khối lượng đó.

Kết quả vật chất mà hoạt động ngoại thương mang lại được hình thành ra sao ? và ở giai đoạn nào của quá trình sản xuất và lưu thông ngoại thương?. Câu hỏi này thường 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 - người 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 thương kết quả đó là sự chênh lệch giữa giá ngoại thương bằng ngoại tệ được tính ra giá trong nước với giá mua của người 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 lưu thông hàng hoá đối ngoại. Và qua đôn bẫy giá cả, nó phân phối lại theo những tỷ lệ nhất định giữa những người sản xuất, tiêu thụ, cũng như giữa các tổ chức ngoại thương. Nhưng những hình thức biểu hiện kết quả cụ thể đó không giải đáp được câu hỏi kết quả vật chất đó xuất hiện ở đâu và giai đoạn nào

của sản xuất kinh doanh. Để vạch ra được những quyết định có cơ sở khoa học về hoàn thiện hoạt động ngoại thương, để đưa được một phương án kinh doanh cùng có lợi cho các bên cần hiểu rõ rằng các kết quả được 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 thương như thế nào ?

Để trả lời câu hỏi này, chúng ta đưa ra một sơ đồ có tính ước lệ và đơn giản sau để xem xét:

	Nước A			Giá quốc tế	Nước B		
	Số lượng	Đơn giá	Trị giá		Số lượng	Đơn giá	Trị giá
<i>Hàng "a"</i>				100			
Sản xuất	200	50	10.000		50	140	7.000
Tiêu dùng	200				50		
<i>Hàng "b"</i>				80			
Sản xuất	300	110	33.000		100	70	7.000
Tiêu dùng	200				100		
<i>Hàng "c"</i>				200			
Sản xuất	1000	40	40.000		95	250	23.750
Tiêu dùng	1000				95		
<i>Tổng số</i>			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:

	Nước A			Giá quốc tế	Nước B		
	Số lượng	Đơn giá	Trị giá		Số lượng	Đơn giá	Trị giá
<i>Hàng “a”</i>				100			
Sản xuất	250	50	12.500				
Tiêu dùng	200				50		
<i>Hàng “b”</i>				80	400	70	28.000
Sản xuất		110					
Tiêu dùng	300				100		
<i>Hàng “c”</i>				200		250	
Sản xuất	1095	40	43.800				
Tiêu dùng	1000				95		
<i>Tổng số</i>			56.300				28.000

Như vậy, khi trao đổi ngoại thương ở cả hai nước số lượng hàng hoá để tiêu dùng vẫn như cũ, nhưng chi phí sản xuất trong nước 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 được hiệu quả do buôn bán với nhau.

Đây chỉ là ví dụ đơn giản có tính quy ước, nhưng cho ta thấy rõ cơ chế xuất hiện hiệu quả kinh tế của ngoại thương. Thực 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 sản xuất thấp để đáp ứng nhu cầu của bản thân và để xuất khẩu. Đồng thời nước 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 thương, các chi phí chung để sản xuất ra một khối lượng hàng hoá nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước sẽ thấp hơn khi ta tự 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.

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 hưởng đến trao đổi ngoại thương.

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. Nhưng yêu cầu của công tác quản lý và hạch toán lại đòi hỏi phải xác định được hiệu quả kinh tế ngoại thương 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 thương mà chúng ta sẽ đề cập đến sau đây.

2. Phân loại hiệu quả kinh tế ngoại thương

Trong công tác quản lý, phạm trù hiệu quả kinh tế ngoại thương được biểu hiện ở những dạng khác nhau, mỗi dạng thể hiện những đặc trưng, ý nghĩa cụ thể của hiệu quả kinh tế ngoại thương. Việc phân loại hiệu quả kinh tế ngoại thương theo những tiêu thức khác nhau có tác dụng thiết thực cho công tác quản lý ngoại thương. 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 thương.

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 được từ hoạt động ngoại thương của từng doanh nghiệp, của từng thương vụ, mặt hàng xuất khẩu, nhập khẩu. Biểu hiện chung của hiệu quả cá biệt là doanh lợi mà mỗi doanh nghiệp đạt được.

Hiệu quả kinh tế - xã hội mà ngoại thương đem lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của hoạt động ngoại thương 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 thương không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong hoạt động của từng người, từng doanh nghiệp, mà còn phải tính toán và quan trọng hơn, phải đạt được 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 được trên cơ sở hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp ngoại thương. Tuy vậy, có thể có những doanh nghiệp xuất nhập khẩu không đảm bảo được hiệu quả (bị lỗ) nhưng nền kinh tế vẫn thu được hiệu quả. Tuy nhiên, tình hình thua lỗ của doanh nghiệp nào đó chỉ có thể chấp nhận được trong những thời điểm nhất định do những nguyên nhân khách quan mang lại. Các doanh nghiệp ngoại thương 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. Nhưng để doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả kinh tế - xã hội chung của nền kinh tế quốc dân.

Nhà nước 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 người 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 trường và thị trường của nó. Doanh nghiệp phải căn cứ vào thị trường 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. Nhưng 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, nhưng 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 thương phải quan tâm xác định những biện pháp đồng bộ để thu được 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 công tác quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh, việc xác định hiệu quả nhằm hai mục đích cơ bản:

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 phương án khác nhau trong việc thực hiện một nhiệm vụ cụ thể nào đó, từ đó, lựa chọn lấy một phương án có lợi nhất.

Hiệu quả tuyệt đối là lượng hiệu quả được tính toán cho từng phương án cụ thể bằng cách xác định mức lợi ích thu được với lượng chi phí bỏ ra. Chẳng hạn, tính toán mức lợi nhuận thu được từ một đồng chi phí sản xuất (giá thành), hoặc từ một đồng vốn bỏ ra v.v...

Người ta xác định hiệu quả tuyệt đối khi phải bỏ chi phí ra để thực hiện một thương vụ nào đó, để biết được với những chi phí bỏ ra sẽ thu được 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 thương 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 lượng lớn hay nhỏ cũng đều phải tính toán hiệu quả tuyệt đối.

Hiệu quả so sánh được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án với nhau. Nói cách khác, hiệu quả so sánh chính là mức chênh lệch về hiệu quả tuyệt đối của các phương án. Mục đích chủ yếu của việc tính toán này là so sánh mức độ hiệu quả của các phương án (hoặc cách làm khác nhau cùng thực hiện một nhiệm vụ) từ đó cho phép lựa chọn một cách làm có hiệu quả cao nhất.

Trên thực tế, để thực hiện một nhiệm vụ nào đó, người ta không chỉ tìm thấy một cách (một phương án, một con đường, một giải pháp) mà có thể đưa ra nhiều cách làm khác nhau. Mỗi cách làm đó đòi hỏi lượng đầu tư vốn, lượng chi phí khác nhau, thời gian thực hiện và thời gian thu hồi vốn đầu tư cũng khác nhau. Vì vậy, muốn đạt được hiệu quả kinh tế cao, người làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại thương không nên tự trói mình vào một cách làm, mà phải vận dụng mọi sự hiểu biết đưa ra nhiều phương án khác nhau, rồi so sánh hiệu quả kinh tế của các phương án đó để chọn ra một phương án có lợi nhất.

Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh trong ngoại thương có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, song chúng lại có tính độc lập tương đối. Trước 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 phương án, người ta so sánh mức hiệu quả ấy của các phương án với nhau. Mức chênh lệch chính là hiệu quả so sánh.

Tuy vậy, có những chỉ tiêu hiệu quả so sánh được xác định không phụ thuộc vào việc xác định hiệu quả tuyệt đối. Chẳng hạn, việc so sánh giữa mức chi phí của các phương án với nhau để chọn ra phương án có chi phí thấp, thực chất chỉ là sự so sánh mức chi phí của các phương án chứ không phải là việc so sánh mức hiệu quả tuyệt đối của các phương án.

II. HỆ THỐNG CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

2.1. Tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương

Hiệu quả kinh tế của bất kỳ hoạt động kinh tế nào được biểu hiện ở mối tương quan giữa kết quả sản xuất và chi phí sản xuất mới chỉ đặc trưng mặt lượng của hiệu quả kinh tế. Cùng với sự biểu hiện về mặt số lượng, hiệu quả kinh tế của bất kỳ một hoạt động kinh tế nào còn có tính chất lượng. Tính chất lượng 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 tượng 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 thương. Hiệu quả kinh tế ngoại thương 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 thương 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 được 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 được 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 được xuất phát từ lợi ích của xã hội, của từng doanh nghiệp và người lao động.

Do vậy, khi xác định hiệu quả kinh tế ngoại thương, 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 phương diện chính trị, xã hội.

Như 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 được biểu hiện gián tiếp thông qua một hệ thống chỉ tiêu. Nếu tiêu chuẩn biểu hiện mặt chất lượng của hiệu quả, thì hệ thống chỉ tiêu biểu hiện đặc trưng số lượng 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 trưng về lượng 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 được giá trị hàng hoá ở những mức độ và khía cạnh khác nhau. Nói cách khác để tính hiệu quả phải tính được chi phí lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hoá đó.

Thứ hai, bản thân mỗi chỉ tiêu có những nhược điểm nhất định trong nội dung và phương pháp tính toán. Việc sử dụng hệ thống chỉ tiêu cho phép thấy được mối tương 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

+ Tương quan giữa thu nhập quốc dân sản xuất và thu nhập quốc dân được 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 được sản xuất.

$$HQ_{nt} = \frac{N_v}{N_p}$$

Trong đó

N_v : Thu nhập quốc dân được sử dụng

N_p : Thu nhập quốc dân được sản xuất ra

- Chỉ tiêu này cho biết thu nhập quốc dân của một nước được tăng giảm như thế nào trong thời gian tính toán khi có ngoại thương.
- Nếu tương quan trên lớn hơn 1 thì ngoại thương đã làm tăng thu nhập quốc dân, còn ngược lại là làm giảm.

Để tăng thêm được 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 nước.
- Sử dụng vốn nước ngoài và hướng nhập khẩu vào đầu tư và chuyển dịch cơ cấu sản xuất trong nước có hiệu quả, tạo điều kiện mở rộng thị trường nước ngoài.
- Tạo thêm công ăn việc làm nhờ mở rộng thị trường 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, người ta còn dùng chỉ tiêu điều kiện thương mại để đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại thương

$$T_c = \frac{P_{x_1}}{P_{x_0}} : \frac{P_{n_1}}{P_{n_0}} \quad (1)$$

Với: T_c : Điều kiện thương 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 nước ngoài đắt hơn, hoặc ngược lại là ít đắt hơn cái mà nó mua vào. Nếu tương quan cao hơn 1 thì có sự cải thiện về các quan hệ trao đổi, còn ngược lại là sự huỷ hoại các quan hệ trao đổi.

Để đạt được điều kiện thương mại có lợi cần lưu ý:

- Cải tiến cơ cấu và chất lượng hàng hoá xuất nhập khẩu theo hướng tăng nhanh các mặt hàng nông sản chế biến và công nghiệp chế biến.
- Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, giá cả, vận dụng các phương thức buôn bán phù hợp để tranh thủ được điều kiện thị trường 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 thương, 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 được thực hiện. Qua đó có thể đánh giá được 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 chuyên 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 chuyên 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 thương nhân khác nhau. Qua đó có thể rút ra lợi thế trao đổi đối với các khu vực thị trường và thương nhân khác nhau.

f. Chỉ tiêu hiệu quả xuất nhập khẩu kết hợp tính cho cả nước hay từng dịch vụ đối 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 thương. 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 thường tính ra USD để dễ so sánh với giá quốc tế. Trong trường hợp có giá quốc tế tính bằng ngoại tệ khác, người ta thường 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 mỗi 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 trường 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 thương, một vấn đề quan trọng đầu tiên là phải tính toán được hiệu quả về mặt tài chính của hoạt động ngoại thương. Đó là hiệu quả kinh tế được biểu hiện thông qua đồng tiền. Muốn xác định được 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 người làm thương 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 đường lưu chuyển từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ. Với quan niệm như thế, giá thành xuất khẩu (CP_{xk}) một hàng hoá là tổng số các chi phí từ nơi sản xuất đến khi hàng đó được xếp lên phương tiện vận tải ở cửa khẩu để gửi đi nước 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 nước nhập khẩu và sẵn sàng để giao cho người tiêu thụ ở trong nước 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 thương của một doanh nghiệp. Nếu giá thành này không được tính toán đúng và đủ thì doanh nghiệp luôn có ảo tưởng 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 phương 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 thường (không kèm theo điều kiện tín dụng) tức trường 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

Như đã trình bày hiệu quả kinh tế ngoại thương là một đại lượng 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 được thể hiện bằng hai đơn vị tiền tệ: Ngoại tệ và bản tệ

- (i) Tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu là đại lượng 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 được số ngoại tệ đó. Nếu đặt ký hiệu (R_{xk}) cho tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu ta có:

$$R_{xk} = \frac{DT_{xk} \text{ (bảng ngoại tệ)}}{C_{xk} \text{ (bảng bản tệ)}} \quad (1)$$

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:

$$R_{nk} = \frac{DT_{nk} \text{ (bảng bản tệ)}}{C_{nk} \text{ (bảng ngoại tệ)}} \quad (2)$$

C_{nk} . (bằng ngoại tệ)

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 u-rê giá CIF (Hải phòng) là 643.260 USD. Chi phí nhập khẩu liên quan đến bán lô 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:

$$R_{nk} = \frac{15.120tr.VND}{643.260USD + \left(\frac{3.180trVND}{14.100} \right)} = \frac{15.120tr.VND}{868.792USD} = 17.403VND$$

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 được thể hiện dưới hai dạng: số tuyệt đối và số tương đối

a. Ở 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 được tính theo công thức:

$$P = D - CP \quad (3)$$

Trong đó P: Tổng lợi nhuận thu được

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 được 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 lượng lợi nhuận tuyệt đối này để phân tích, đánh giá hiệu quả kinh tế của một thương vụ, hoặc của một doanh nghiệp, cần lưu ý khối lượng lợi nhuận tuyệt đối thu được 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. Ở dạng tương đối được 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 được 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 được phản ánh trên các báo cáo thu nhập cho ta biết kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên số lợi nhuận này chưa thể đánh giá đúng đắn chất lượng kinh doanh của đơn vị. Các đơn vị kinh doanh có số vốn đầu tư lớn thì thông thường có số lợi nhuận lớn hơn các đơn vị có vốn đầu tư nhỏ. Vì vậy, không thể dùng số tiền lợi nhuận này để đánh giá chất lượng 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 được mỗi tháng là 500 triệu đồng, thì có thể coi kết quả hoạt động này là khả quan. Nhưng 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: Pdt: 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:

$$Pz = \frac{P}{Z} = \frac{24.320trVND}{116.990trVND} = 20,8\%$$

1. Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận tính theo vốn.

$$Pv = \frac{P}{Vcd + Vld} \quad (5)$$

$$= \frac{24.320tr.VND}{\frac{1}{2}[(5.650 + 6.734) + (95.317 + 138.397)]} = \frac{24.320tr.VND}{123.049tr.VND} = 19,7\%$$

3. Tỷ suất lợi nhuận tính theo doanh thu:

$$Pdt = \frac{P}{D} \quad (6)$$

$$= \frac{24.320tr.VND}{141.310tr.VND} = 17,2\%$$

Dựa vào các kết quả tính toán trên đây, so sánh nó với các kết quả cùng kỳ của các năm trước 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 người 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 VND

	31/12/1999	31/12/2000
Tài sản	100.967	145.131
Tài sản lưu động	95.317	138.397
- Vốn bằng tiền	17.937	7.506

- Đầu tư ngắn hạn		
- Các khoản phải thu	14.350	13.138
- ứng trả trước	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 chưa phân phối	3.600	2.978
* Quỹ khen thưởng phúc lợi	2.270	24.320
* Vốn đầu tư XDCB	1.650	490
	1.327	500

Công ty XNK C

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 lưu thông trong nước	10.096	1.060	11.156 (2)
- Phí lưu thông ngoài nước	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 thương mại trong năm báo cáo 14.100VND/1USD.

(2) Trong đó: Tiền lương, phụ cấp lương 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 thương vụ giảm đơn: Việc mua vào bán ra xảy ra trong thời gian ngắn. Đối với những thương 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 lượng 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 được sử dụng tương 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 tư bỏ ra có thể thu hồi được, nhờ lợi nhuận và khấu hao cơ bản thu được hàng năm. Thời gian hoàn vốn được tính theo công thức:

$$Tv = \frac{Vdt}{P + Kc} \quad (7)$$

Trong đó: Tv: Thời gian hoàn vốn (năm)

Vdt: Tổng lượng vốn đầu tư cho kinh doanh

P : Lợi nhuận thu được trong năm

Kc: Mức khấu hao cơ bản hàng năm

Để đơn giản tính toán, trong công thức trên đây, người ta không tính đến tỷ lệ lãi, nghĩa là lãi suất được coi là 0%. Trong mọi trường hợp, sẽ đạt được 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 tư cho kinh doanh phụ thuộc vào:

- Tổng số vốn đầu tư phải bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ kinh doanh xuất, nhập khẩu.
- Lượng lợi nhuận có thể thu được 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 thương, người ta còn tính hệ số hoàn vốn đầu tư. Hệ số này biểu hiện trong một năm, một đơn vị vốn đầu tư sẽ được bồi hoàn bao nhiêu (cùng với giá định lãi suất bằng 0%). Chỉ tiêu hệ số hoàn vốn đầu tư được tính như sau:

$$E = \frac{1}{Tv} = \frac{P + Kc}{Vdt} \quad (8)$$

Trong đó E: Hệ số hoàn vốn đầu tư.

Có thể đem so sánh E với hệ số hiệu quả tiêu chuẩn “E”. Nếu E > “E” thì việc đầu tư là có lợi

3.2. Hiệu quả tài chính của hoạt động ngoại thương trong điều kiện có tín dụng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu, người xuất khẩu thường bán chịu hàng của mình cho người mua và phải bỏ vốn ra đầu tư, kinh doanh là điều thường 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 tư vào lĩnh vực này, người ta thường 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. Nhưng các chi phí và thu nhập lại thường xảy ra ở các thời điểm khác nhau. Do đó ta cần xem xét giá trị của đồng tiền theo thời gian. Đương nhiên đó là thời gian một nền kinh tế tương đối ổn định không có lạm phát hoặc tỷ lệ lạm phát thấp, không gây trượt giá đáng kể.

Để xác định hiệu quả tài chính của các hợp đồng xuất khẩu, nhập khẩu trong điều kiện tín dụng, đầu tư 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 được 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 lượng và thời gian.

Giá trị của đồng tiền thay đổi theo thời gian được biểu hiện qua lãi tức. Lãi tức bằng tổng số vốn tích lũy theo thời gian trừ đi vốn đầu tư 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 như sau:

- Đối với người cho vay: lãi suất chính là lãi suất thu lợi, tức là tỷ số tính theo % của gia số giá trị thu được do việc cho vay vốn mang lại so với giá trị vốn cho vay ban đầu.

- Đối với người 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 được do sản xuất kinh doanh mang lại so với vốn đầu tư 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 người tiêu dùng: Lãi suất được xem là một nguyên nhân làm cho họ giảm bớt sự tiêu thụ ngày hôm nay để dành cho một ngày nào đó trong tương lai.

Từ khái niệm về lãi suất có thể suy ra tính chất tương đương 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, nhưng về mặt giá trị kinh tế thì chúng tương đương nhau.

Chẳng hạn: Với lãi suất 20% một năm, thì 1 triệu đồng hôm nay tương đương 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 tương đương với 1 triệu đồng của ngày này, tháng này năm trước nếu ta chấp nhận lãi suất là 20% một năm.

Giá trị tương đương rất có ý nghĩa trong việc đánh giá, so sánh các phương án kinh doanh, đầu tư 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

+ *Trường 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 trước đó thì ta gọi là lãi tức đơn:

Lãi tức đơn được 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 trước 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 tượng 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 nước ngoài để đầu tư sản xuất. Hàng năm người vay phải trả lãi, chỉ giữ lại vốn gốc để trả vào năm cuối cùng.

+ *Trường hợp lãi tức ghép:*

Trường hợp người mua hàng vay theo từng thời đoạn chưa 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 tương 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 (Kv) 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

$$H_{.xk} = \frac{DT_{.xk}(1+i)^t}{C_{.xk}(1+kv)^t} \quad (11)$$

$$= \frac{300.000(1+0,05)^5}{250.000(1+0,10)^5} = \frac{382.890}{402.627} = 0,95$$

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 tương đương với buôn bán bình thường thì giá trị tương 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 phương pháp hiện giá.

Nếu đã biết giá trị tương lai Pt ta có thể tính được giá trị hiện tại P ở cuối năm t với lãi suất i% năm như sau:

$$P = \frac{Pt}{(1+i)^t} \quad (12)$$

Công thức (12) được suy ra trực tiếp từ công thức (10). Nhưng ở đây i được gọi là lãi suất chiết khấu. Các ký hiệu khác vẫn như cũ. Trở lại ví dụ trên ta thấy ngay:

$$P = \frac{382.890}{(1+0,05)^5} = 300.000USD$$

+ 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 phương án kinh doanh, người ta thường hay dùng giá trị hiện tại (hiện giá) hơn là giá trị tương lai.

Hiện nay trong tính toán thời gian hoàn vốn của các phương án kinh doanh chưa đưa về hiện giá. Nhưng nếu không đưa 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 phương án.

Ví dụ 6: Có hai phương án kinh doanh với số vốn ban đầu của cả A và B là 300 triệu đồng, cho thu nhập như trong bảng:

Quý thứ	Thu nhập (không tính chiết khấu) triệu đồng	
	Phương án A	Phương án B
1	200	100
2	100	200
3	50	80
4	50	20
Cộng	400	400

Ta thấy thời gian hoàn vốn của phương án A và phương án B là 2 quý.

Tổng số thu nhập sau 4 quý đều bằng 400 triệu đồng. Nhưng hai phương 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 thương.

3.3.1. Sự khác nhau giữa xác định hiệu quả tài chính và hiệu quả kinh tế - xã hội. Sự khác nhau đó được thể hiện như 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 được 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 thương có thể cho tối đa lợi nhuận nhưng 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 trước 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 lưu 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 được lấy theo thời giá, theo chi phí lịch sử. Giá đó ảnh hưởng 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. Nhưng khoa học kinh tế đòi hỏi nguồn lực cần được 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 như là những yếu tố chi phối việc quyết định vận đê 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 được lợi nhuận kinh doanh - chi tiêu quan trọng nhất của hiệu quả tài chính, người 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 được (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 VNĐ) (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 VNĐ

Việc tính toán lợi nhuận trong quan hệ với chi phí tài chính như trên rõ ràng chưa thể phản ánh chính xác thực chất lợi nhuận, nhiều khi phóng đại lợi nhuận lên bởi vì chi phí không được tính toán đầy đủ.

Để tính toán hiệu quả kinh tế thực thụ của các hoạt động ngoại thương, cũng như của doanh nghiệp cần phải xem xét chi tiêu lợi nhuận trong quan hệ với chi phí kinh tế. Chi phí kinh tế là một khái niệm mới được dùng phổ biến trong sách báo kinh tế nước ta. Nó được 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. Như 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 được dùng trong sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở chi phí kinh tế lợi nhuận kinh tế được xác định. Lợi nhuận kinh tế là phần thặng dư của thu nhập trừ đi chi phí khi giá kinh tế được 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.

$$\text{Lợi nhuận kinh tế} = \text{Tổng doanh thu} - \text{Tổng chi phí kinh tế}$$

$$\text{hay Lợi nhuận kinh tế} = \text{Lợi nhuận kế toán} - \text{Chi phí cơ hội và các chi phí chìm khác}$$

Trong điều kiện kinh tế thị trường với nguồn lực hiện có các doanh nghiệp có rất nhiều phương án kinh doanh. Tuy nhiên họ chỉ có thể chọn một phương án cùng các giải pháp và quyết định mà họ cho là tối ưu. Những kết quả thu được từ các phương án, các giải pháp không được áp dụng tạo nên những khoản chi phí gọi là chi phí cơ hội và chi phí này không được 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 đưa 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 tư 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 trường trong nước và ngoài nước đang khan hiếm. Thế nhưng, vì việc nhập thêm máy móc, thiết bị không đồng bộ với máy móc hiện có nên chất lượng sản phẩm làm ra chưa cao. Sản phẩm làm ra tuy bán hết, nhưng chủ yếu là trên thị trường nội địa (90% sản phẩm làm ra). Lợi nhuận thu được không cao. Theo sổ sách kế toán, tổng lợi nhuận năm đầu thu được 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 nhưng 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 lượng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, lợi nhuận thu được hoàn toàn khác. Theo tính toán của các nhà quản lý lợi nhuận thu được 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 tư vốn vào phương án đã thực hiện.

Rõ ràng so sánh lợi nhuận thu được 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 tư nhân có số vốn là 800 triệu đồng. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong kỳ (1 năm) của công ty như 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 chưa tính đến chi phí về vốn và tiền công của người 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, người chủ - nhà quản lý doanh nghiệp, trong năm đó nếu làm việc cho một hãng khác, ông ta có thể kiếm được số tiền tối thiểu là 40 triệu VND.

Trường hợp thứ hai, phải tính chi phí cơ hội là, liên quan đến vốn. Khi tính lợi nhuận theo phương pháp kế toán, người ta không kể đến những chi phí gắn liền với việc sử dụng vốn tài chính của riêng (trái ngược với vốn tài chính phải vay mượn). 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 được đưa vào chi phí kinh tế của doanh nghiệp, nhưng không được đưa vào sổ sách kế toán của nó. Ví dụ, như 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 được ít nhất 168 triệu đồng trong kỳ kinh doanh này (21%/năm)

Vậy lợi nhuận kinh tế của công ty là bao nhiêu?

BẢN 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 người 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 như 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.

Người kế toán kinh doanh đề cập tới số tiền lớn hay nhỏ; nhà kinh tế tìm cách thăm dò sâu hơn, khối lượng thực sự ở bên dưới, hoặc cách đo lường số lượng vật chất (nhà cửa, máy móc, hàng hoá, giờ lao động...) Trong các thời kỳ lạm phát hoặc giảm lạm phát lớn, khối lượng tiền đồng Việt Nam và tầm quan trọng của tài sản, hàng hoá... thật sự khác nhau. Các cách tính thông thường của kế toán có thể cho những kết quả khác thường.

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 như để trả cho cái mà người kế toán gọi là tiền khấu hao, chúng ta có thể cho rằng xí nghiệp hoà vốn. Nhưng trên thực tế, chúng ta thấy doanh nghiệp đang bán hàng lỗ vốn hoặc lời không như 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.

Như vậy, xác định hiệu quả kinh tế hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp các nhà kinh tế sử dụng giá trị thị trường hoặc chi phí cơ hội của hàng hoá để đo giá trị của nó. Giá trị trường đo giá trị của một mặt hàng ở giá trị sử dụng cao nhất và tốt nhất của nó. Với cách hiểu như vậy, trong xác định hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp ngoại thương thì giá thị trường và chi phí cơ hội là giống nhau. Hiểu như 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 thương, 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.

Nhưng khoa học kinh tế đòi hỏi nguồn lực cần được sử dụng tốt nhất, có hiệu quả nhất. Do đó, các doanh nghiệp ngoại thương phải xác định được 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 lương tiền công, các khoản trợ giá, bù giá.

Tiền lương và tiền công trả cho người lao động là một khoản chi của doanh nghiệp nhưng lại là một lợi ích mà hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mang lại cho xã hội. Như vậy, trong tính toán hiệu quả tài chính chúng ta coi tiền lương và tiền công là chi phí thì trong đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội ta phải coi tiền lương và tiền công là một khoản thu nhập, một nhân tố thúc đẩy sản xuất.

Nộp ngân sách dưới 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 ưu 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. Người tiêu thụ phải trả các khoản thuế chứa đựng trong giá cả hàng hoá. Chính phủ là người thu các khoản thuế này để tái đầu tư hoặc chi 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 như 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 thương mang lại.

Trợ giá, bù giá là hoạt động bảo trợ của Nhà nước 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 tương 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 + Lương + 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
- Lương 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 (VND)

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

$$Hv = \frac{\text{Giá trị gia tăng}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân trong năm}}$$

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 VND. Vậy hiệu quả kinh tế trên vốn của công ty trong năm 2000 là:

37.842 tr. VND

$$Hv = \frac{37.842 \text{ tr. VND}}{123.049 \text{ tr. VND}} = 30,7\%$$

123.049 tr. VND

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: Nhưng 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. Nhưng để tiết kiệm ngoại tệ, các doanh nghiệp ngành may

1) Xem báo “Nhân dân” ngày 24-2-1995

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 phương 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 phương án so với tỉ giá chính thức của ngân hàng.

Ta có thể tính tỷ giá thực tế của phương án (theo nghĩa một, hoặc nhiều hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu gộp lại) theo công thức sau:

$$Rt = \frac{Hc}{Ht} \quad (13)$$

Trong đó:

Rt: Tỷ giá thực tế của phương án

Hc: Hiện giá chi phí của phương án tính bằng nội tệ

Ht: 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 Rt. 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 tỷ giá thực tế của hoạt động xuất khẩu năm 2000 của công ty xuất nhập khẩu C là:

$$Rt = \frac{104.740}{(1 + 0,07)} : \frac{8,13}{(1 + 0,5)} = \frac{97.888tr.VND}{7,743trUSD} = 12.642VND$$

Tỷ giá hối đoái thực tế của phương án hoặc kỳ kinh doanh càng nhỏ hơn tỷ 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 phương 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 phương án kinh doanh

Người làm công tác quản lý và kinh doanh ngoại thương không những phải biết tính toán hiệu quả kinh tế, mà còn phải biết đánh giá, lựa chọn phương 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 phương án kinh doanh để chọn lấy phương án tốt nhất. Phương án tốt nhất (tối ưu nhất) phải là phương án phản ánh đầy đủ những đòi hỏi của tiêu chuẩn hiệu quả kinh tế ngoại thương và đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu của doanh nghiệp.

3.41. Các phương án kinh doanh đưa ra so sánh phải đáp ứng được các điều kiện sau đây:

1. Có phương 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 lượng 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 phương án đưa ra so sánh không đáp ứng được các điều kiện trên, muốn phân tích so sánh phải có những điều chỉnh nhất định.

3.42. Lựa chọn phương án tối ưu.

Muốn lựa chọn phương án tối ưu phải tính toán, so sánh và phân tích các chỉ tiêu đã được lượng hoá. Phương án được coi là tối ưu về mặt lượng là phương án có tất cả các chỉ tiêu so sánh trội hơn so với các phương án khác.

Tuy nhiên, trên thực tế không dễ gì có một phương án có được tất cả hoặc nhiều chỉ tiêu trội hơn. Khi đó, đòi hỏi người quản lý phải tham chiếu các yếu tố khác chưa định lượng được như:

- Thời gian thực hiện dự án
- Xét hiệu quả kinh tế có tính đến các địa phương, các ngành, các doanh nghiệp có liên quan.
- Xét đến hiệu quả xã hội của phương án.
- Xét đến thực hiện chính sách thương mại của Nhà nước.
- .v.v..

Sau khi cân nhắc kỹ các yếu tố kinh tế, xã hội, chính trị... trên đây người quản lý quyết định lựa chọn phương án tốt nhất và chỉ đạo thực hiện. Phân tích đúng và tìm được các nhân tố tác động đến kết quả kinh doanh thể hiện trong các phương án đã chọn là nhiệm vụ quan trọng của các nhà quản lý, kinh doanh ngoại thương.

IV. NHỮNG BIỆN PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG.

4.1. Nghiên cứu môi trường quốc tế của doanh nghiệp

Trước khi quyết định tổ chức tiêu thụ ở nước 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 thương mại quốc tế và đầu tư ở nước 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 như 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 vươn 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 phân nhiều là thấp.

- Có mức thu nhập phân 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 trung thực 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.

4.21. 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 nhưng 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 tư 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, bấp bênh, 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 người 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. Không vội vã quyết định việc kinh doanh ở thị trường ngoài nước khi chưa có đủ thông tin.

Kinh doanh trên thị trường nước ngoài đầy bất trắc, phức tạp, nhưng nếu biết kinh doanh thì lợi nhuận thu về không nhỏ.

Ở các nước có nền kinh tế thị trường các công ty bị cuốn hút vào buôn bán quốc tế theo hai con đường: có ai đó yêu cầu tổ chức bán hàng ở nước ngoài. Có thể là năng lực của công ty vượt quá nhu cầu của thị trường nội địa và cũng có thể là công ty thấy là việc bán hàng ở nước ngoài thuận lợi hơn.

Ở ta việc hình thành các công ty xuất nhập khẩu trong một thời gian dài thường là do yêu cầu của chính quyền: Chính quyền Trung ương và địa phương.

Ngoài mục đích kinh doanh kiếm lời họ còn giao cho các công ty ngoại thương những nhiệm vụ chính trị khác. Vì vậy, một thời gian dài mục tiêu lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh ít được các công ty xuất nhập khẩu chú ý. Bởi vì, kinh doanh được lãi thì Nhà nước thu, lỗ Nhà nước 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 nước. Tính cạnh tranh trên thị trường nội địa cũng không kém trên thị trường nước ngoài.

Vì vậy, trước khi vươn ra hoạt động ở thị trường ngoài nước, để tránh đổ bể, doanh nghiệp bất kỳ đó là doanh nghiệp sản xuất hay doanh nghiệp thương mại, đều phải biết được những thông tin cơ bản sau:

- Luật lệ và chính sách của nước bạn hàng, đặc biệt của nước đó đối với Việt Nam.

- Tình hình tiêu thụ, giá cả và tính chất cạnh tranh đối với hàng hoá ta muốn bán.

- Phương thức thâm nhập thị trường có hiệu quả nhất.

- Tìm hiểu khả năng kinh doanh của bên đối tác để biết được 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 trước 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 trường

- + v.v...

Kinh nghiệm thực tế cho ta thấy do thiếu thông tin về thị trường, về đối tác nên không ít trường 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 tương đối 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:

4.4.1. 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 hoá 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 hoá: 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 tạo cho doanh nghiệp làm giàu, kinh tế tăng trưởng 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 tư 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. Đào tạo và xây dựng đội ngũ 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 nước 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 thương. Trước hết là cần hiểu biết đầy đủ, kỹ lưỡng môi trường quốc tế của doanh nghiệp. Sự hiểu biết đó bao gồm các mặt như: những đặc điểm chung nhất của môi trường kinh doanh quốc tế, môi trường kinh tế, chính trị, luật pháp của nước - bạn hàng, môi trường văn hoá... Thứ hai để xác định hướng kinh doanh ở thị trường nước 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 trường ngoài nước khi không có đủ thông tin. Thứ tư, doanh nghiệp phải xác định rõ quy mô, địa bàn kinh doanh trên thị trường quốc tế. Thông thường là từ quy mô nhỏ, phạm vi thị trường nhỏ rồi tùy sự thành công mà mở rộng. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp còn phụ thuộc vào phương 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 hướng tới khuyến khích hoạt động ngoại thương có hiệu quả cao, phát huy mạnh mẽ lợi thế so sánh của đất nước. Thứ sáu, đào tạo và đào tạo lại nhằm có được đội ngũ doanh nhân biết làm giàu cho doanh nghiệp và đất nước.

Sửa bản in: **Nguyễn Văn An**

Eo ôi! Mệt quá!