

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
GS, TS Bùi Xuân Lưu - PGS, TS Nguyễn Hữu Khải

Giáo trình

KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

GS, TS. Bùi Xuân Lưu

PGS, TS. Nguyễn Hữu Khải

GIÁO TRÌNH KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI
HÀ NỘI - 2006

LỜI NÓI ĐẦU

Nhằm đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực kinh tế đối ngoại có chất lượng cao và phục vụ công tác nghiên cứu khoa học. Bộ môn Chính sách thương mại quốc tế biên soạn Giáo trình Kinh tế Ngoại thương nhằm giới thiệu một số kiến thức cơ bản liên quan đến những vấn đề có tính chất kinh tế trong hoạt động ngoại thương và hệ thống chính sách nhằm khuyến khích, đẩy mạnh hoạt động thương mại quốc tế, đồng thời có tác dụng quản lý hoạt động xuất nhập khẩu thực hiện mục tiêu và nhiệm vụ kinh tế - xã hội trong nước, phù hợp với điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Đối tượng cuốn giáo trình phục vụ chủ yếu là sinh viên chuyên ngành Kinh tế đối ngoại, Kinh doanh quốc tế, Tài chính quốc tế, Ngân hàng và Thị trường tài chính, tiếng Anh thương mại, tiếng Pháp thương mại, tiếng Nhật thương mại, tiếng Trung thương mại, tiếng Nga thương mại... Bậc Đại học, hệ chính quy và phi chính quy tại trường Đại học Ngoại thương và các trường kinh tế khác. 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 quốc tế.

Giáo trình Kinh tế Ngoại thương xuất bản lần này do PGS,TS. Nguyễn Hữu Khải biên soạn dựa trên một số tư liệu của giáo trình đã xuất bản lần thứ nhất (năm 1994), và tái bản vào các năm 1995, 1997 và năm 2002 do GS,TS. Bùi Xuân Lưu chủ biên. Đồng thời giáo trình đã sửa chữa, bổ sung, cập nhật những tư liệu mới nhất liên quan đến kinh tế ngoại thương và chính sách thương mại quốc tế trong bối cảnh Việt Nam sẽ là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới.

Cuốn sách được hoàn thành có sự góp ý của các giảng viên trong bộ môn Chính sách thương mại quốc tế, đặc biệt là Thạc sỹ Đào Ngọc Tiến.

Nội dung Giáo trình Kinh tế Ngoại thương được chia làm 3 phần, bố cục thành 10 chương:

Phần I: Những vấn đề cơ bản về kinh tế ngoại thương

Phần II: Ngoại thương Việt Nam qua các thời kỳ

Phần III: Chiến lược và chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam

Trên thực tế, phát triển và quản lý ngoại thương trong nền kinh tế thị trường nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế là vấn đề phức tạp. Do đó, trong quá trình biên soạn, giáo trình không tránh khỏi một số thiếu sót. Rất mong nhận được sự đóng góp của bạn đọc.

T/M nhóm tác giả

PGS.TS. Nguyễn Hữu Khải

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
PHẦN I: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG	7
Chương 1: Đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu	9
1. Các khái niệm cơ bản về ngoại thương	9
2. Đối tượng, nội dung nghiên cứu	12
3. Phương pháp nghiên cứu	14
Chương 2: Những lý thuyết bàn về lợi ích của ngoại thương	18
I. Các học thuyết cổ điển về thương mại quốc tế	18
II. Các học thuyết mới về thương mại quốc tế	61
III. Lợi ích của ngoại thương	76
IV. Ngoại thương của một nền kinh tế mở quy mô nhỏ	82
Chương 3: Mối quan hệ giữa ngoại thương và các lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế	88
I. Chức năng và nhiệm vụ của ngoại thương	88
II. Mối quan hệ giữa ngoại thương và các lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế	100
Chương 4: Hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương	109
I. Khái niệm, phân loại hiệu quả kinh tế của hoạt động ngoại thương	109
II. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế ngoại thương	122
III. Phương pháp xác định một số chỉ tiêu hiệu quả kinh tế hoạt động ngoại thương	127
IV. Những biện pháp chủ yếu để nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.	160
	5

PHẦN II: NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM	
QUA CÁC THỜI KỲ	171
Chương 5: Sơ lược về ngoại thương Việt Nam trước Cách mạng Tháng Tám năm 1945	173
I. Dưới chế độ phong kiến	173
II. Ngoại thương Việt Nam dưới thời Pháp thuộc	175
Chương 6: Ngoại thương Việt Nam sau Cách mạng Tháng Tám năm 1945	179
I. Ngoại thương Việt Nam thời kỳ 1945 - 1954.	179
II. Ngoại thương thời kỳ 1955 - 1975	181
III. Ngoại thương Việt Nam từ 1976 đến nay	191
PHẦN III: CHIẾN LƯỢC VÀ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM	225
Chương 7: Chiến lược phát triển ngoại thương	227
I. Các mô hình chiến lược phát triển	227
II. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và phát triển ngoại thương Việt Nam thời kỳ 2001 - 2010 và tầm nhìn 2020	234
Chương 8 : Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu	248
I. Một số vấn đề cơ bản về cơ chế quản lý xuất nhập khẩu	248
II. Định hướng tiếp tục đổi mới hoàn thiện cơ chế quản lý, chính sách xuất nhập khẩu trong quá trình hội nhập.	259
Chương 9: Chính sách nhập khẩu	262
I. Vai trò của nhập khẩu	262
II. Nguyên tắc và chính sách nhập khẩu	264
III. Các công cụ quản lý, điều hành nhập khẩu	267
Chương 10: Chính sách xuất khẩu	358
I. Vai trò của xuất khẩu đối với quá trình phát triển kinh tế	358
II. Mục tiêu, nhiệm vụ và phương hướng xuất khẩu	362
III. Chính sách phát triển xuất khẩu	365
IV. Quản lý và thủ tục xuất khẩu	444

PHẦN I

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG

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 hóa 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, cầu hàng hóa 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 hóa 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 hóa 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 hóa và dịch vụ cho nước ngoài, và *nhập khẩu* là việc mua hàng hóa 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 hóa - 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 hóa 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 hóa. 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 hóa 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 giành 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) Giúp 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.