

Lt 4671

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Trần Văn Hùng

**MỞ RỘNG KINH DOANH XUẤT KHẨU
HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ
Ở HÀ NỘI**

Chuyên ngành : Kinh tế, quản lý và KHH.KTQD
(Kinh tế thương mại)

Mã số : 5.02.05

Lt 4671

**TÓM TẮT
LUẬN ÁN PHÓ TIẾN SĨ KHOA HỌC KINH TẾ**

HÀ NỘI 1995 ↙

LUẬN ÁN ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Những người hướng dẫn khoa học

- 1- PTS Trần Chí Thành : Phó trưởng phòng đào tạo, giảng viên
Khoa Thương mại, Trường ĐH. KTQD
- 2- PGS-PTS Hoàng Minh Đường : Giảng viên Khoa Thương mại-Trường
Đại học KTQD

Người nhận xét thứ nhất :

Người nhận xét thứ hai :

Cơ quan nhận xét :

Luận án sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận án PTS cấp Nhà nước họp tại trường Đại học Kinh tế Quốc dân vào hồi giờ ngày tháng năm 1995.

Có thể tìm hiểu luận án tại :

- Thư viện Quốc gia.
- Thư viện trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài :

Vào cuối những năm 1980, nước ta đã chuyển sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Nhiều chính sách đã được Đảng và Nhà nước ta áp dụng cho phù hợp với nền kinh tế mở, trong đó việc đẩy mạnh thương mại đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của nền kinh tế quốc dân.

Trong những năm gần đây khách nước ngoài vào Việt Nam với nhiều mục đích khác nhau : Tìm kiếm cơ hội đầu tư, kinh doanh, du lịch ... ngày càng tăng. Chỉ tính riêng trong năm 1990 có 25 vạn du khách ; năm 1992, con số tăng lên 44 vạn, năm 1993 là 67 vạn, năm 1994 số du khách vào Việt Nam đã lên tới 1 triệu. Riêng Hà nội, năm 1993 các cơ sở kinh doanh du lịch và dịch vụ đã đón trên 30 vạn lượt khách quốc tế, năm 1994 con số đó đã lên tới 50 vạn.

Lệnh cấm vận thương mại của Mỹ đối với Việt Nam được bãi bỏ từ tháng 2/1994 đã tạo nhiều thuận lợi để các tổ chức Quốc tế, tổ chức phi Chính phủ ... Đến thiết lập trụ sở tại nước ta. Cho đến nay, đã có trên 1000 văn phòng đại diện nước ngoài, hơn 1000 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài được triển khai và hơn 50 Đại sứ quán, lãnh sự quán đặt trụ sở tại Việt Nam.

Kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ ở Hà nội cũng như của cả nước có từ 16 năm nay (1979 đến nay) và trải qua nhiều bước thăng trầm. Trong điều kiện thực tế hiện nay, việc cần thiết phải nghiên cứu để có những chính sách đổi mới hơn nữa nhằm

đa dạng hóa phương thức kinh doanh hàng hóa và kinh doanh dịch vụ cũng như mở rộng các ngành hàng hóa để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ cho khách nước ngoài là một điều cấp thiết.

Chính vì vậy, chúng tôi chọn đề tài “ Mở rộng kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ ở Hà nội ” làm luận án Phó tiến sĩ khoa học kinh tế.

2- Mục đích nghiên cứu của đề tài :

Trên cơ sở lý luận được hệ thống hóa và kiến thức kinh doanh theo cơ chế thị trường, đề tài nghiên cứu những hoạt động thực tiễn của kinh doanh hàng hóa, dịch vụ theo hướng phát triển nền kinh tế mở ở Hà nội. Từ đó xem xét triển vọng và tiềm năng xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ của nước ta đối với khách nước ngoài.

Phân tích có hệ thống quá trình kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ của Hà nội nói chung và của Công ty Thương mại - dịch vụ tổng hợp Hà nội (Servico Hanoi) nói riêng. Từ đó rút ra những kết luận về sự cần thiết mở rộng kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ trong thời gian tới ở Hà nội cũng như trên phạm vi cả nước.

Phát hiện những vấn đề đã (hoặc có khả năng) gây cản trở cho hoạt động này, bao gồm cả những vấn đề do bộ máy quản lý hành chính của Nhà nước gây ra.

Đề xuất một số biện pháp có liên quan đến vấn đề thể chế, tổ chức, thể lệ, chính sách và đưa ra phương hướng, giải pháp cùng

những kiến nghị cụ thể để tạo điều kiện cho kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ đạt hiệu quả kinh tế - xã hội cao.

3- Đối tượng và phạm vi nghiên cứu :

Trong tổng thể hoạt động ngoại thương của cả nước nói chung và của Hà nội nói riêng, đề tài giới hạn việc nghiên cứu và đánh giá quá trình hoạt động 16 năm (1979-1994) của công tác xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ đối với khách nước ngoài ở Hà nội. Đồng thời phục vụ cho cán bộ, chuyên gia, công nhân đi công tác, lao động, học tập ở nước ngoài có ngoại tệ hợp pháp được mua hàng hóa, dịch vụ theo quy định của Nhà nước.

4- Phương pháp nghiên cứu :

Để giải quyết mục đích nói trên, luận án được sử dụng tổng hợp nhiều phương pháp như : Duy vật biện chứng, duy vật lịch sử phối hợp với chủ trương, quan điểm của Đảng và Nhà nước ta. Ngoài ra, các phương pháp phân tích, thống kê so sánh, mô hình, đồ thị ... cũng được sử dụng để minh họa và làm phương pháp luận cho việc nghiên cứu và đánh giá.

5- Những đóng góp khoa học của luận án :

- Tổng hợp những quan điểm lý luận về kinh doanh thương mại Quốc tế. Luận án hệ thống hóa lý luận và thực tiễn các bước phát triển và vai trò của hoạt động ngoại thương nói chung cũng như kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ nói riêng ở nước ta trong những năm qua và giai đoạn chuyển tiếp sang nền kinh tế thị trường dưới sự quản lý của Nhà nước.

- Tìm ra những nét chung của một số nước có quy mô nhỏ trên thế giới (kể cả nước ta) trong lĩnh vực kinh doanh thương mại Quốc tế - Là những nước phải chấp nhận giá trên thị trường Quốc tế trong kinh doanh XNK.

- Luận án đưa ra khái niệm mới về xuất khẩu tại chỗ ; tái xuất khẩu tại chỗ ; Xuất khẩu dịch vụ tại chỗ trong điều kiện nền kinh tế mở ở nước ta. Đó là : Mọi hoạt động kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ cho khách nước ngoài tại nước ta đều được hiểu là xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ. Hiểu rộng như vậy thì nguồn hàng hóa và đồng tiền thanh toán không phải là vấn đề chính yếu mà chính là đối tượng phục vụ là người nước ngoài có nhu cầu tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ tại chỗ.

- Trên cơ sở nghiên cứu tâm lý tiêu dùng của khách Quốc tế và khả năng đáp ứng nhu cầu thực tế của nước ta, luận án đã phân tích và đánh giá về một số ngành hàng then chốt có khả năng ảnh hưởng tới hoạt động ngoại thương nói chung và kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ nói riêng :

- + Hàng may mặc và tơ tằm
- + Sản phẩm điện tử, đồ điện và cơ khí
- + Hàng thủ công nghiệp
- + Nông và ngư nghiệp (kinh tế vườn, sản phẩm chế biến và gia vị).

- Đề xuất một số kiến nghị cải cách về hệ thống hỗ trợ và điều tiết ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ :

+ Thành lập Hiệp hội kinh doanh hàng miễn thuế trên phạm vi cả nước và luật pháp quy định cho hoạt động này.

+ Đổi mới phương thức thanh toán, phương pháp tính tỉ giá hối đoái và phương thức bán hàng có ưu đãi để đẩy mạnh hoạt động kiều hối.

+ Về phát triển nguồn nhân lực .

- Trên cơ sở phân tích hoạt động của Công ty Thương mại - dịch vụ tổng hợp Hà nội (Servico Hanoi) và một số đơn vị khác, luận án đã phân tích, đánh giá, đề xuất những định hướng chung cho việc phát triển kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ trên địa bàn Hà nội.

6- Kết cấu của luận án :

Tên luận án : “ Mở rộng kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ ở Hà nội “.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung luận án được chia thành 3 chương có mối quan hệ biện chứng với nhau, đi từ cơ sở lý luận đến phân tích thực trạng và kết thúc bằng những quan điểm phương hướng và những kiến nghị để giải quyết vấn đề đặt ra.

Chương I : Tầm quan trọng của kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ trong nền kinh tế quốc dân.

Chương II : Phân tích thực trạng tình hình kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ trong thời gian qua ở Hà nội.

Chương III : Phương hướng và những giải pháp chủ yếu để mở rộng kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ.

Dưới đây là tóm tắt nội dung cơ bản của từng chương.

Chương I

TẦM QUAN TRỌNG CỦA KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRONG NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN.

1- TINH TẬT YÊU KHÁCH QUAN VÀ NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ.

1- Khái niệm và phân loại :

Theo quan niệm trước đây về kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ được hiểu như sau :

- Xuất khẩu tại chỗ, là mọi hàng hóa được sản xuất trong nước đạt chất lượng cao, đem bán cho khách nước ngoài và khách trong nước thuộc diện tiêu chuẩn quy định của Nhà nước có nhu cầu tiêu dùng tại nước ta để thu ngoại tệ.

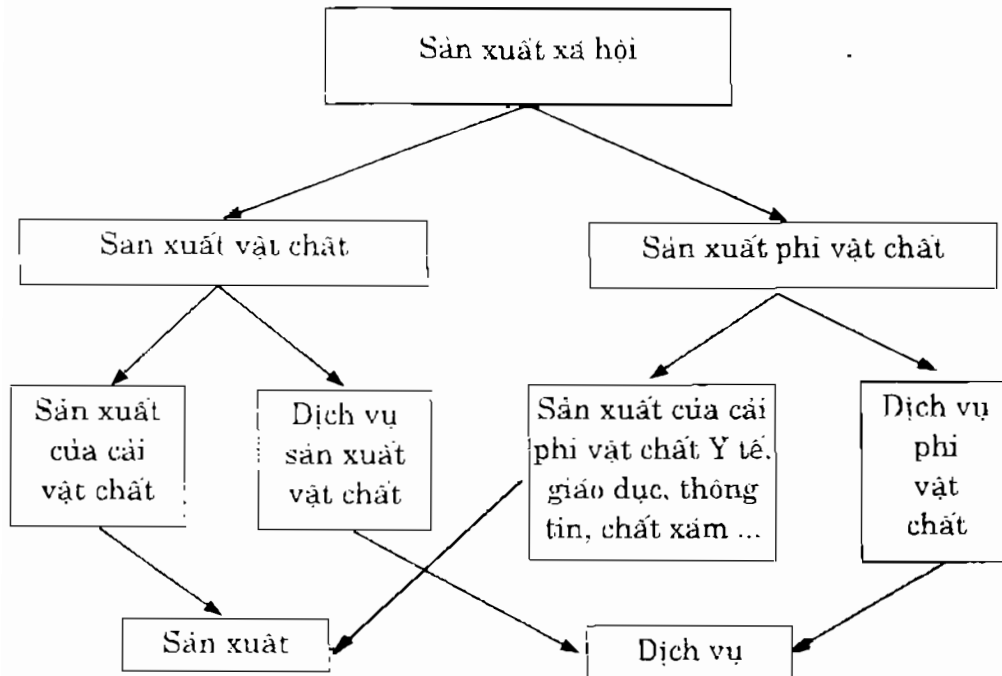
- Tái xuất khẩu tại chỗ, là mọi hàng hóa nguyên vật liệu được nhập khẩu từ nước ngoài vào để bán cho khách nước ngoài và khách trong nước có nhu cầu để thu ngoại tệ.

- Xuất khẩu dịch vụ tại chỗ là các dịch vụ có liên quan đến hàng hóa và dịch vụ phi hàng hóa nhằm đáp ứng nhu cầu của khách nước ngoài và các tổ chức Quốc tế, Đoàn ngoại giao ...

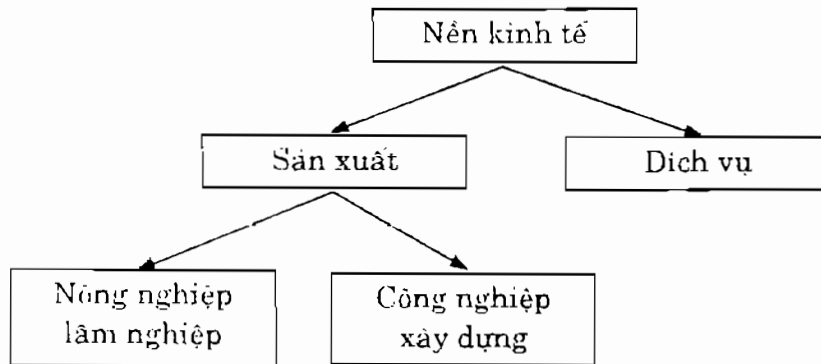
Dịch vụ là một từ rất khó định nghĩa. Theo các nhà kinh tế Xô viết (trước đây) tại cuốn kinh tế chính trị học xuất bản năm 1986, thì quan niệm dịch vụ là những hoạt động phục vụ sản xuất của cải vật chất và sản xuất của cải phi vật chất theo sơ đồ sau :

(Sơ đồ 1 xem trang sau)

Sơ đồ 1 : Quan niệm về dịch vụ của các nhà kinh tế Xô viết cũ.



Sơ đồ 2 : Quan niệm của các nước NIC về dịch vụ



Ở nước ta, tại Hội thảo khoa học của Ủy ban Kế hoạch Nhà nước, tổ chức vào tháng 9/1990 đã liệt kê các loại dịch vụ thành 6 nhóm sau :

- Nhóm dịch vụ có tính chất sản xuất hoặc liên quan đến việc tổ chức quá trình sản xuất : Vận tải, Bưu điện, sửa chữa máy móc.

- Nhóm các dịch vụ có liên quan đến quá trình lưu thông sản phẩm.

- Nhóm dịch vụ có liên quan đến việc phục vụ đời sống con người : Giáo dục, đào tạo, giặt là, sửa sắc đẹp ...

- Nhóm dịch vụ có liên quan đến sử dụng “chất xám” : Tư vấn đầu tư, tư vấn pháp lý.

- Nhóm dịch vụ thu ngoại tệ : Kiều hối ...

- Các dịch vụ còn lại khác liên quan đến đời sống vật chất và văn hóa của con người : Bảo hiểm, Y tế ...

Trong điều kiện nền kinh tế mở ở nước ta hiện nay, luận án cho rằng khái niệm dịch vụ cần được hiểu theo 2 nghĩa :

Nghĩa rộng : Dịch vụ là một ngành của nền kinh tế quốc dân.

Nghĩa hẹp : Các hoạt động hỗ trợ, phục vụ, diễn ra trong từng lĩnh vực, từng ngành.

Về kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ, luận án khẳng định : “ Mọi hoạt động kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng về hàng hóa và dịch vụ cho khách nước ngoài tại nước ta đều được hiểu là xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ “. Hiểu như vậy thì đồng tiền thanh toán có thể là ngoại tệ hoặc nội tệ.

Trong những năm gần đây, ở nước ta, đặc biệt là ở Thủ đô Hà Nội và một số tỉnh, thành phố, lĩnh vực dịch vụ ngày càng được mở rộng. Tại Đại hội VI của Đảng ta đã thông qua Nghị quyết, trong đó có đoạn : “Phát triển rộng rãi các loại hình dịch vụ kỹ thuật phục vụ sản xuất và đời sống nhân dân, kết hợp chặt chẽ giữa sản xuất và lưu thông dịch vụ trên từng địa bàn huyện, tỉnh, vùng kinh tế, cho

phép tư nhân nhỏ kinh doanh trong một số ngành nghề sản xuất và dịch vụ”.

2- Những nhân tố ảnh hưởng đến kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ :

- Chiến lược đúng đắn và xây dựng các chính sách quản lý vĩ mô đối với hoạt động này có một tầm quan trọng lớn. Điều cần thiết là phải tạo lập được những điều kiện kinh tế - xã hội để hoạt động này được phát triển theo các quy luật kinh tế mà trước hết là các quy luật của nền kinh tế hàng hóa.

- Ổn định về kinh tế - xã hội và chính trị. Trong đó yêu cầu bậc nhất là ổn định về tài chính - tiền tệ thông qua việc kiểm soát được lạm phát.

- Cơ sở hạ tầng và các tiên đề khác như : Giao thông, điện, nước, thông tin, hệ thống chính sách thuế, tín dụng, giá cả, tỷ giá, pháp luật, giáo dục ... và hàng loạt những thủ tục như cấp giấy phép kinh doanh, làm thủ tục xuất nhập cảnh, chế độ ưu đãi hoặc không ưu đãi về tài chính, tín dụng ...

- Đội ngũ cán bộ quản lý kinh doanh và nghiệp vụ trong lĩnh vực hoạt động này.

II- NHỮNG ĐẶC ĐIỂM CỦA KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HOA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ :

1- Cơ sở lý luận về hoạt động ngoại thương :

Hoạt động ngoại thương thực chất là sự trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các nước thông qua hành vi mua bán. Đó chính là 1 hình thức của mối quan hệ xã hội và phản ánh sự phụ thuộc lẫn

nhau về kinh tế giữa những người sản xuất hàng hóa riêng biệt của các quốc gia.

Điều kiện để có hoạt động ngoại thương chính là chuyên môn hóa trên cơ sở lợi thế so sánh và hiệu quả của ngoại thương gắn liền với việc nắm bắt và vận dụng đúng đắn lý thuyết lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh của 2 nhà kinh tế học người Anh là : ADAM-SMITH (1723-1790) và DAVID-RICARDO (1772-1823).

Ngày nay, các nhà kinh tế học hiện đại dựa vào lý thuyết lợi thế so sánh của DAVID-RICARDO để đưa ra cách tính toán không theo chi phí lao động mà theo chi phí thời cơ. Chuyên môn hóa mà không có ngoại thương thì chuyên môn hóa trở nên vô nghĩa. Cái này là tiền đề, điều kiện của cái kia và ngược lại. Chính vì vậy mà lợi ích của ngoại thương không thể tách rời mối quan hệ đó.

2- Đặc điểm của Việt Nam là 1 nước có quy mô nhỏ khi tiến hành kinh doanh xuất nhập khẩu.

Nhiều nước trên thế giới, bao gồm cả nước ta là những nước có quy mô nhỏ trên thị trường Quốc tế, không có tác động ảnh hưởng đến giá cả của những loại hàng hóa mà những nước đó xuất hoặc nhập khẩu.

Ví dụ : Giá cả Quốc tế của xe hơi Metxedet của Đức, máy ghi âm của Nhật Bản, máy tính IBM 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 hóa xuất khẩu của Việt Nam bị chèn ép bởi sự tồn tại của những sản phẩm tương tự được sản xuất ở nước khác trên thế giới.

Chính vì vậy, tất cả những nền kinh tế quy mô nhỏ và hầu hết những nền kinh tế quy mô vừa, phải đối mặt trên thị trường, đó là một nền kinh tế chấp nhận giá đối với hàng xuất khẩu và nhập khẩu trên thế giới.

3- Đặc điểm của kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ :

Kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ là hoạt động kinh tế. Hơn nữa, nó là một bộ phận cấu thành của hoạt động ngoại thương.

- Nét đặc thù của hoạt động này và cũng là điểm khác biệt hẳn so với những hoạt động kinh tế khác ở chỗ nó vừa mang tính ngoại thương lại vừa mang tính nội thương. Nó là ngoại thương vì đối tượng phục vụ là người nước ngoài. Nhưng nó lại là nội thương vì hàng hóa, dịch vụ được tiêu dùng tại chỗ nên không có di chuyển qua đường biên giới.

- Phương thức kinh doanh của xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ đa dạng và phong phú hơn nhiều so với những loại hình kinh doanh khác : Nhập khẩu, đặt hàng hộ, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thông tin, cho thuê trụ sở, tư vấn đầu tư và thương mại, kiều hối, ngoại hối, du lịch ... v.v.

III- VỊ TRÍ, VAI TRÒ CỦA KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRONG NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN :

Đối với những nước kinh tế còn nghèo như nước ta, sự phát triển mạnh mẽ về xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ sẽ góp phần giải quyết những nhiệm vụ quan trọng về kinh tế - xã hội dưới đây :

- Đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ có điều kiện tăng cường nhập khẩu những nhu cầu thiết yếu, phục vụ và thúc đẩy nhiệm vụ xây dựng và phát triển kinh tế là phương châm của nhiệm vụ ngoại thương của cả nước cũng như của Thủ đô - Hà nội.

- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ là một biện pháp linh hoạt nhằm khai thác tiềm năng xuất khẩu trên cơ sở lợi dụng đặc điểm của thị trường tiêu thụ hàng xuất khẩu tại chỗ.

- Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ đều chi phí ít hơn, vòng quay vốn nhanh hơn với xuất khẩu trực tiếp qua biên giới.

- Góp phần vào việc sử dụng có hiệu quả hơn các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Nó không chỉ đóng vai trò “chất xúc tác” hỗ trợ cho phát triển, mà có thể trở thành yếu tố bên trong của sự phát triển, trực tiếp tham gia vào việc giải quyết những vấn đề bên trong của nền kinh tế như : Vốn, kỹ thuật, lao động, thị trường ...

- Quy cách, phẩm chất hàng hóa trong một chủng mục nhất định được chăm chú hơn so với hàng xuất khẩu đại ngạch. Ngoài ra phương thức này đa dạng hơn, thuận lợi hơn và không chỉ bó hẹp trong phạm vi hàng hóa mà còn mở rộng sang những phương thức dịch vụ phi hàng hóa.

- Giảm được sự cạnh tranh gay gắt của thị trường Quốc tế (tập trung ở hai đầu Hồng Kông và Thái Lan, Singapore) tạo khả năng mở rộng thị trường trong nước, nâng dần trình độ văn minh thương nghiệp và văn minh dịch vụ.

- Tạo điều kiện thuận lợi hơn trong việc giải quyết nhiều vấn đề xã hội, tạo nên những quan hệ văn minh mới trong đời sống xã hội, nâng cao dân trí dân chủ trong xã hội.

Chương II

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HOA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRONG THỜI GIAN QUA Ở HÀ NỘI

I- KHAI QUÁT VỀ TÌNH HÌNH NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM.

1- Quan hệ mậu dịch, kim ngạch xuất nhập khẩu qua các giai đoạn :

- 1954-1960 có quan hệ với hơn 40 quốc gia. Trong 3 năm (1958-1960) kim ngạch xuất nhập khẩu tăng gấp 3 lần so với thời kỳ (1955-1957). Riêng 1960, kim ngạch xuất khẩu bằng 2/3 kim ngạch nhập khẩu.

- 1961-1964 xuất khẩu tăng gấp 2 lần so với 3 năm (1958-1960). Riêng năm 1964, giá trị xuất khẩu đạt 97,6 triệu Rúp.

- 1965-1975, trong tình hình cả nước có chiến tranh. Quan hệ ngoại thương giai đoạn này chủ yếu là với các nước xã hội chủ nghĩa. Mức trung bình hàng năm chiếm trên 70% kim ngạch xuất khẩu. Nhập khẩu chiếm trên 80%. Trong đó hàng tiêu dùng chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng nhanh nhất.

- 1976-1984 sản xuất nông nghiệp tiếp tục là hoạt động chủ đạo. Sự kiện ở Campuchia (1978) và cuộc chiến tranh biên giới phía Bắc (năm 1979) đã làm nước ta gặp nhiều khó khăn và không thể tiếp cận được tới những nguồn kinh doanh và giúp đỡ chủ yếu để tái thiết lập nền kinh tế đã bị chiến tranh tàn phá nặng nề.

- Từ 1987 đến nay, nước ta chuyển sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Xu hướng chung là cứ mỗi năm, tổng cân cán thương mại thâm hụt lại giảm đi rất mạnh. Kể từ năm 1989, cân cán mậu dịch đã phát triển theo hướng thuận.

- Một số thị trường mới có quan hệ : Đài Loan, Thái Lan, Anh, Trung Quốc.

- Về nhập khẩu từ các nước khu vực II và xa dần các nước SEV.

- Hoạt động ngày càng tăng của khu vực tư nhân và doanh nghiệp nhỏ hơn, cũng như sự can thiệp của Nhà nước vào hoạt động xuất nhập khẩu giảm dần.

2- Vị trí thị trường hiện tại và triển vọng phát triển :

- Thị trường “chợ đen” song song tồn tại cùng với thị trường chính tắc.

- Sau năm 1991, bắt đầu có những bạn hàng mới.

- Lệnh cấm vận thương mại của Mỹ đối với nước ta được bãi bỏ tháng 2/1994 đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho ngoại thương nước ta phát triển hơn.

II- THỰC TRẠNG KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRONG THỜI KỲ KẾ HOẠCH HÓA TẬP TRUNG BAO CẤP.

1- Vị trí của Thủ đô Hà nội trong lĩnh vực xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ cho người nước ngoài :

Hà nội là Thủ đô của cả nước, nơi đầu mối giao lưu quốc tế, là trung tâm kinh tế chính trị, văn hóa và là nơi tập trung cao nhất sức mua của thị trường xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ ở phía Bắc nước ta. Dự đoán đến năm 2010, số dân đạt 3,1 triệu, sức mua

binh quân đầu người gấp 3-4 lần sức mua bình quân của cả nước. Ngoài ra, lượng khách vãng lai và khách quốc tế ra vào lớn đang và sẽ là một thị trường tiêu thụ lớn.

2- Thực trạng xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ của Hà Nội qua các thời kỳ.

Ra đời hoạt động từ năm 1979 đến nay (16 năm).

- Giai đoạn 8 năm đầu (1979-1986) doanh số : 20.611.000 USD
- Giai đoạn (1987-1991) doanh số : 31.965.029 USD
- Giai đoạn (1992-1994) doanh số 43 triệu USD và hơn 55 tỷ VND.

Riêng giai đoạn (1979-1985) là thời kỳ kế hoạch hóa tập trung bao cấp :

Doanh số cao nhất (1980) là 7.314.000 USD, trung bình 5,5 triệu USD/năm. Sức mua tập trung chủ yếu ở các đối tượng : Khách nước ngoài, Việt kiều, cán bộ chuyên gia Việt Nam đi công tác nước ngoài có ngoại tệ hợp pháp, các tổ chức quốc tế, tổ chức phi Chính phủ. Trong đó khách nước ngoài và Việt kiều chiếm 70% doanh số. Đối với người nước ngoài, khách Liên xô chiếm đại bộ phận, khoảng 70% doanh số.

Hàng hóa chủ yếu tập trung ở một số loại :

Thuốc lá điếu nhập khẩu, mỹ chính Nhật Bản, Len, Radiocastte các loại (trong đó hàng ngoại chiếm tỷ trọng là 75% so với hàng nội).

III- THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRONG THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI CƠ CHẾ TỪ KẾ HOẠCH HÓA TẬP TRUNG BAO CẤP SANG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG CÓ SỰ QUẢN LÝ CỦA NHÀ NƯỚC (1987-1994).

Thời kỳ này được chia làm 2 giai đoạn.

1- Giai đoạn (1987-1991), tổng doanh số : 31.965.029 USD.

- Cơ cấu chuyển biến sâu sắc về chất lượng kinh doanh.
- Mạng lưới bán hàng được mở rộng trong 4 quận nội thành.
- Liên doanh liên kết với Thành phố Hồ Chí Minh (Sản xuất len

Vĩnh Thịnh và lắp ráp vô tuyến).

- Xuất hiện một số dịch vụ mới và được thực hiện trở lại : Dịch vụ đặt hàng hộ cho đối tượng cán bộ, chuyên gia và công nhân đi công tác, học tập và lao động ở nước ngoài, có ngoại tệ hợp pháp ; dịch vụ kiều hối ; Dịch vụ giao hàng Việt kiều ...

Nét đặc biệt của thời kỳ này.

- Khách nước ngoài giảm mạnh.
- Dịch vụ cung ứng hàng cho các tổ chức quốc tế, Đoàn ngoại giao tăng mạnh (trung bình 700.000 USD/năm).

- Khách trong nước có ngoại tệ hợp pháp :

1988 (65% doanh số)

1989 (72% doanh số)

1990 (90% doanh số)

1991 thấp hẳn xuống do có sự thay đổi về chính sách của Nhà nước.

- Có sự thay đổi lớn về cơ cấu giữa hàng nội và hàng ngoại : Hàng nội chủ yếu tập trung ở một số mặt hàng : Len Vĩnh Thịnh, thuốc lá Bông sen, vô tuyến đen trắng lắp ráp trong nước (doanh số hàng nội có năm đạt \approx 2 triệu USD). Hàng ngoại chủ yếu tập trung ở

một số mặt hàng như xe máy Honda các loại, vô tuyến màu, quạt điện, tủ lạnh ...

2- Giai đoạn từ năm 1992 đến nay :

a. Về kinh doanh bán hàng :

- Mở rộng thị trường xuất nhập khẩu từ các nước vùng Châu Á : Nhật Bản, Singapore, Thái Lan, Đài Loan, Hồng Kông sang thị trường Châu Âu như : Ý, Anh, Pháp.

Cung cố lại mạng lưới các cửa hàng trong nội thành. Trong đó mở thêm cửa hàng bán miễn thuế nhập khẩu cho các đối tượng khách có thân phận ngoại giao, các tổ chức quốc tế, tổ chức phi Chính phủ và các chủ đầu tư nước ngoài thường trú tại Việt Nam.

- Thành lập Chi nhánh của Công ty Thương mại và dịch vụ tổng hợp Hà nội ở Thành phố Hồ Chí Minh.

b. Về sản xuất :

- Lên dự án xây dựng lại và phát triển cửa hàng may đo thời trang Tiến Thành.

- Thành lập Trung tâm lắp ráp và bảo dưỡng xe máy.

c. Về dịch vụ :

- Ra đời và bước đầu hoạt động dịch vụ giặt là công nghiệp.

- Tổ chức dịch vụ đại lý bán vé máy bay và đặt chỗ.

- Dịch vụ giao hàng cho khách xuất cảnh.

Tổng doanh số giai đoạn này đạt : 43 triệu USD và hơn 55 tỷ đồng Việt Nam trong đó :

+ Năm 1992 : 12 triệu 124.366 USD và 18 tỷ 95 triệu VND.

+ Năm 1993 : 15 triệu 250.888 USD và 15 tỷ 247 triệu VND.

+ Năm 1994 : 15 triệu USD và ngót 20 tỷ VND.

- Một số các đơn vị khác làm kinh doanh du lịch, khách sạn và hệ thống bán hàng của Intimex thuộc Bộ Thương mại trong giai đoạn này cũng phát triển hơn so với giai đoạn trước và đạt doanh số đáng kể. Ví dụ : doanh thu toàn ngành Du lịch trong năm 1993 đạt 400 tỷ VND trong đó có 15 triệu USD.

IV- NHỮNG ƯU ĐIỂM VÀ TỒN TẠI CHỦ YẾU CẦN ĐƯỢC NGHIÊN CỨU GIẢI QUYẾT.

1- Những ưu điểm :

- Tận dụng và phát huy được thế mạnh về độc quyền kinh doanh thu ngoại tệ trong giai đoạn đầu.

- Tiếp thu và vận dụng có hiệu quả một số chính sách của Nhà nước ban hành.

- Khi chuyển tiếp sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, đã nhanh chóng có kế hoạch củng cố mạng lưới bán hàng cũng như chuyển hướng kinh doanh, mở mang một số dịch vụ mới : Giặt là, kinh doanh hàng miễn thuế, đại lý bán vé máy bay và đặt chỗ, kiều hối vàng, dịch vụ kho ngoại quan ...

- Vận dụng cơ chế quản lý mới để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Kịp thời đề xuất với thành phố và Chính phủ một số kiến nghị có chính sách quản lý vĩ mô phù hợp với từng thời kỳ.

2- Các tồn tại cần được nhanh chóng khắc phục, giải quyết.

- Hệ thống tổ chức cho các yếu tố đầu vào và đầu ra chưa đồng bộ, thiếu sự phối hợp chặt chẽ ở từng cấp.

- Cơ cấu hàng hóa mất cân đối nghiêm trọng.
- Vai trò quảng cáo chưa được quan tâm và vận dụng có hiệu quả.
- Chưa thu hút được nhiều nguồn vốn kiều hối.
- Khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam ngày càng gia tăng nhưng chưa có biện pháp hiệu quả để tận dụng thu nguồn ngoại tệ lớn từ đối tượng này.
- Chưa có kế hoạch để thu hút và sử dụng hai nguồn vốn lớn là : Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và hỗ trợ phát triển chính thức (ODA).

Chương III

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ MỞ RỘNG KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ.

I- QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN VÀ MỞ RỘNG KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ Ở NƯỚC TA.

- Chấp nhận nền kinh tế mở.
- Đổi mới cơ cấu kinh tế theo hướng hội nhập kinh tế dịch vụ vào nền kinh tế thế giới.
- Các doanh nghiệp phải được tự chủ trong mọi hoạt động của mình trong khuôn khổ pháp luật.
- Lấy hiệu quả kinh tế - xã hội làm thước đo cho mọi hoạt động.

II- PHƯƠNG HƯỚNG MỞ RỘNG CÁC NGÀNH HÀNG CHO KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ ĐẾN NĂM 2000 :

1- Mở rộng và phát triển một số ngành hàng truyền thống :

- Hàng dệt may mặc và tơ tằm
- Thủ công nghiệp và các hàng thủ công
- Kinh tế vườn, thực phẩm chế biến và gia vị
- Sản phẩm điện tử, đồ điện và cơ khí.

2- Củng cố và đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hàng miễn thuế phục vụ khách nước ngoài để tăng thu ngoại tệ.

3- Tăng cường hợp tác đầu tư và mở rộng các hoạt động dịch vụ cho nhu cầu của người nước ngoài tại Hà Nội.

4- Mở rộng hệ thống đại lý phân phối độc quyền tại Việt Nam cho các hãng nước ngoài.

III- CÁC KIẾN NGHỊ ĐỂ THỰC THI KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ TẠI CHỖ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI.

Nguyên tắc hoạch định chính sách.

Việc thông tin qua lại giữa các Bộ, ngành cần được hình thành rõ hơn. Cần có sự đồng bộ trong phối hợp cũng như phân định chức năng, phạm vi và quyền hạn, tránh để tình trạng chưa rõ ràng, bị chồng chéo như những năm qua.

1- Về chính sách thương mại :

Nhà nước cần có sự tuyên bố rõ ràng về bản chất và mức độ dự định cho những thay đổi trong quá trình chuyển tiếp từ nền kinh tế tập trung bao cấp sang kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước.

Nhanh chóng xác định rõ những hoạt động nào sẽ được quản lý bằng pháp chế, thể lệ và trong những lĩnh vực nào thì lực lượng thị trường được phép định đoạt sự cân bằng của nó.

2- Về phát triển và cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh.

- Thị trường
- Quảng cáo
- Tổ chức Hội chợ
- Trao đổi thông tin
- Mở rộng các dịch vụ về Luật pháp, đầu tư nước ngoài, thương mại.

Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam cần mở rộng và nắm bắt chặt chẽ hơn nữa các vấn đề nói trên.

3- Về đánh thuế và các loại thuế.

4- Giải quyết tình trạng thiếu vốn cho sản xuất và xuất nhập khẩu.

- Thành lập những chương trình tài trợ xuất khẩu.
- Áp dụng rộng rãi chế độ bảo hiểm tín dụng xuất khẩu.
- Đánh giá lại vấn đề chứng nhận chất lượng hàng nhập khẩu hiện nay.

5- Luật pháp :

- Sớm có những quy chế và hướng dẫn về đầu tư để hỗ trợ cho luật đầu tư.
- Quy chế điều chỉnh hoạt động ngân hàng.
- Quy chế thể lệ thuê mướn nhân công.
- Những văn bản hướng dẫn dưới luật thương mại.
- Áp dụng rộng rãi và nhanh chóng luật hợp đồng lao động trên phạm vi cả nước. Cần xóa bỏ chế độ hợp đồng lao động với nước ngoài phải thông qua một cơ quan trung gian.

- Sớm ban hành luật kinh doanh hàng miễn thuế.

6- Phát triển nguồn nhân lực.

7- Về hoạt động kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ.

Nhà nước cần sớm có những chính sách ưu đãi cho các tổ chức, doanh nghiệp Việt Nam đang thực hiện công tác này trong một số lĩnh vực :

- Kieu hối

- Du lịch

- Cấp hạn ngạch nhập khẩu (cần có chính sách đấu thầu trong việc cấp hạn ngạch)

- Ưu đãi về đầu tư.

Ngoài ra, cần có những biện pháp hữu hiệu để chặn đứng hoạt động buôn lậu trên quy mô lớn trong những năm qua. Đồng thời cho phép các doanh nghiệp tư nhân hoạt động trong một số lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ.

KẾT LUẬN

Mở rộng hoạt động kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ, đặc biệt là đổi mới phương thức nhằm nâng cao các hiệu quả kinh doanh dịch vụ của nó là một phương hướng có tầm quan trọng hiện nay ở nước ta.

Thông qua những nội dung đã trình bày : Tác giả luận án nhấn mạnh và rút ra một số vấn đề sau đây :

1- Luận án đã phác họa được những nét cơ bản của thương mại Quốc tế và khẳng định vị trí vai trò quan trọng của hoạt động này không chỉ là một tất yếu khách quan mà còn hết sức cấp thiết đối với mọi quốc gia trên thế giới. Chính vì vậy, luận án khẳng định lợi ích kinh tế của bất kỳ quốc gia nào cũng vậy, trước hết là do chuyên môn hóa và thương mại Quốc tế đem lại.

2- Kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ là một bộ phận cấu thành của hoạt động ngoại thương. Bằng cơ sở lý luận kết hợp với thực tiễn trong những năm qua, luận án đưa ra khái niệm mới và nét đặc thù của hoạt động này có nhiều khác biệt so với các hoạt động kinh tế khác. Hơn nữa, luận án còn khẳng định đây là một hoạt động kinh tế quan trọng, phát triển song song với các ngành kinh tế khác của nền kinh tế quốc dân, đặc biệt trong điều kiện nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay.

3- Tổng kết quá trình ra đời, hình thành và phát triển loại hình kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ ở Thủ đô Hà nội từ năm 1979 đến nay. Sau khi phân tích, đánh giá, luận án rút ra những kết luận có tính khoa học thực tiễn nhằm góp phần cải tiến, mở rộng và nâng cao hơn nữa tiềm năng của hoạt động này.

4- Trong doanh nghiệp kinh tế thị trường, cần phải có một mô hình quản lý kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ phù hợp. nhằm phát huy tối đa tính độc lập tự chủ. tính sáng tạo và táo bạo, dám nghĩ, dám làm và dám chịu trách nhiệm. Cần thiết phải có những Hiệp hội xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ trên cơ sở lấy thị trường là mục tiêu, mục đích để xây dựng kế hoạch hoạt động của

từng doanh nghiệp. Ngoài ra, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội cần nghiên cứu cho thành lập một tổ chức làm dịch vụ xúc tiến thương mại và đầu tư để giúp đỡ các doanh nghiệp có một môi trường thuận lợi trong việc tìm kiếm bạn hàng và đối tác đầu tư.

5- Hoàn thiện các chính sách và các công cụ quản lý vĩ mô của Nhà nước. Trước hết là những ưu đãi về thuế nhập khẩu một số mặt hàng mà nước ta chưa sản xuất được hoặc sản xuất được nhưng chất lượng lại yếu kém, không đáp ứng được nhu cầu của khác Quốc tế. Ngoài ra cần có những chính sách hoàn thiện hơn nữa về hỗ trợ xuất khẩu, chính sách bảo hộ mậu dịch, chính sách tạo điều kiện và môi trường cho ngoại thương như chính sách đầu tư, chính sách thuế, hạn ngạch, tỷ giá hối đoái đối với hoạt động kiều hối, về kinh doanh hàng miễn thuế ... Làm cho hoạt động ngoại thương nói chung cũng như kinh doanh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ tại chỗ nói riêng thực sự xứng đáng với vai trò của nó trong một nước đang mở cửa, đổi mới và vận hành theo cơ chế thị trường./.

Tác giả mong muốn nhận được nhiều ý kiến đóng góp của các nhà khoa học, các nhà quản lý, các chuyên gia và các bạn có tâm huyết với lĩnh vực này.

CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN.

1. Trần Văn Hùng : “Các vấn đề về luật và điều lệ khu chế xuất” đăng trong tập “Khu chế xuất và cơ hội kinh doanh” trang 169-174, xuất bản năm 1992.
2. Trần Văn Hùng : “Tổ chức hoạt động doanh nghiệp” đăng trong “Luật doanh nghiệp tư nhân” trang 64-74, xuất bản năm 1991.
3. Trần Văn Hùng : Vài nét về tình hình đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Tạp chí TTKTKH số 5/1994.
4. Trần Văn Hùng : Kinh doanh kiều hối - một dịch vụ “đầu tư vô hình” còn đang để ngỏ. Tạp chí Ngân hàng số 5/1994.
5. Trần Văn Hùng : Hoạt động XKTC của Công ty thương mại - dịch vụ tổng hợp (SERVICO) trong những năm qua và giai đoạn chuyển tiếp sang nền kinh tế thị trường mở. Tạp chí TTKTKH số 6/1994.
6. Trần Văn Hùng (Bút danh Trần Văn) : Ngoại thương trong nền kinh tế mới và việc đầu tư vốn phát triển ngoại thương ở Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng số 6/1994.
7. Trần Văn Hùng : Quảng cáo và nhãn hiệu hàng hóa trong hoạt động thương mại. Tạp chí TTKTKH số 7/1994.
8. Trần Văn Hùng : Huy động và sử dụng nguồn vốn ODA. Tạp chí Ngân hàng số 8/1994.
9. Trần Văn Hùng : Về hoạt động xuất khẩu và dịch vụ tại chỗ đối với khách du lịch nước ngoài tại Việt Nam. Tạp chí TTKTKH số 8/1994.
10. Trần Văn Hùng : Đầu tư vốn cho phát triển du lịch quốc tế ở Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng số 8/1994.
11. Trần Văn Hùng : Sách tổ chức và nghiệp vụ kinh doanh TMQT (chương XI). NXB Thống kê, tháng 8/1994, số xuất bản : 16.KH.XB.1994.