

CHƯƠNG 7 CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGOẠI THƯƠNG

Nghiên cứu 3 nội dung cơ bản:

1. Chiến lược và Chiến lược phát triển KT-XH? 4 mô hình Chiến lược phát triển của UNIDO.
2. Chiến lược phát triển KT-XH và Chiến lược phát triển Ngoại thương của Việt Nam.
3. Những quan điểm cơ bản chỉ đạo hoạt động ngoại thương nước ta hiện nay.

1

I. CÁC MÔ HÌNH CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

1. Tìm hiểu về khái niệm chiến lược:

a. Khái niệm:

Chiến lược (Strategy) 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;

- **Chiến thuật (Tatic).**
- **Tầm nhìn (Vision)**

2

b. Phân loại:

- **Quốc gia:** chiến lược phát triển KT-XH.
- **Doanh nghiệp:**
- **Cá nhân:**

c. Sự cần thiết của chiến lược đối với sự phát triển của một hệ thống kinh tế:

- Tính thống nhất về mục tiêu;
- Tính dự báo;
- Cơ sở để xây dựng kế hoạch, sách lược;
- Sơ sở để giảm thiểu rủi ro và sai lầm.

3

d. Chiến lược phát triển KT-XH:

Chiến lược phát triển KT-XH là một **bản luận cứ** có cơ sở khoa học, **xác định mục tiêu và đường hướng phát triển cơ bản** của đất nước trong khoảng thời gian **10 năm hoặc dài hơn**, là căn cứ để hoạch định các chính sách và kế hoạch phát triển.

★ Các yếu tố ảnh hưởng đến tính đa dạng và sự khác nhau của mô hình chiến lược phát triển KT-XH:

- **Chế độ chính trị-XH.**
- **Hoàn cảnh lịch sử và trình độ phát triển.**
- **Mục tiêu** của chiến lược.

2. Các mô hình chiến lược phát triển:

4 mô hình chiến lược phát triển của UNIDO:

1. Chiến lược tăng trưởng nhanh;
 2. CL hát triển dựa trên cơ sở nguồn lực trong nước;
 3. CL phát triển nhằm vào các nhu cầu cơ bản;
 4. CL toàn dụng lao động;
- Mục tiêu của Việt Nam:
“đến 2010 đủ nền tảng để phát triển thành một nước CN và đến năm 2020 thì cơ bản trở thành một nước CN theo hướng hiện đại”
 → Áp dụng chiến lược hỗn hợp,

II. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KT-XH VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM THỜI KỲ 2001-2010 VÀ TẦM NHÌN 2020

1. Chiến lược phát triển KT-XH Việt Nam:

❶ **Chiến lược phát triển KT-XH thời kỳ 1991-2000:**
“Chiến lược ổn định và phát triển KT-XH đến năm 2000”

❷ **Chiến lược phát triển KT-XH thời kỳ 2001-2010:**
“Chiến lược đẩy mạnh CNH, HĐH theo định hướng XHCN, xây dựng nền tảng để đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành một nước CN”.

Đặc điểm của CLPT KT-XH 2001-2010:

- *Phát triển nhanh, gắn với ổn định XH*
- Đẩy mạnh SX thoả mãn nhu cầu.
- SX với giá rẻ, có khả năng cạnh tranh.
- *Tận dụng nguồn lực trong nước.*

2. Chiến lược phát triển ngoại thương:

a. Các loại hình chiến lược phát triển ngoại thương:
 Tổng kết thực tiễn → 3 loại hình sau:

- Chiến lược XK sản phẩm thô; ➤
- Chiến lược SX thay thế hàng NK; ➤
- Chiến lược SX hướng về XK. ➤

❶ Chiến lược XK sản phẩm thô

- ★ Sử dụng nguồn tài nguyên sẵn có và các điều kiện thuận lợi trong nước.
- ★ Thực hiện:

Ưu điểm:

- Khai thác lợi thế:
- Phát triển kinh tế:
- Thu hút vốn ĐTNN
- Giải quyết việc làm

Ưu điểm của ISI:

- Nền KT có điều kiện phát triển.
- Giải quyết việc làm.
- Quá trình đô thị hoá.
- Tác động từ bên ngoài.

13

Nhược điểm của Chiến lược ISI:

- Ngoại thương và các hoạt động KTĐN khác:
- Tình trạng thiếu hụt:
- Tốc độ phát triển KT:
- Cán cân thương mại:
- Các DN trong nước:
- Thị trường trong nước:

14

📌 Chiến lược SX hướng về XK

* **Phương pháp luận:**
Khai thác các LTSS

* **Nội dung:**

- Khuyến khích XK, hạn chế NK
- Bảo hộ SX trong nước:
- Hỗ trợ cho các ngành SX hàng XK.
- Tăng cường thu hút vốn ĐTNN.

15

*** Ưu điểm của chiến lược EOI:**

- Ngành CN mũi nhọn.
- Việc làm, thu nhập:
- Ngoại thương và các hoạt động KTĐN:

*** Nhược điểm:**

- Tình trạng mất cân đối:
- Phụ thuộc vào thị trường TG.

16

b. Chiến lược phát triển ngoại thương của Việt Nam thời kỳ 2001-2010:

*** Mô hình áp dụng?**

*** Bối cảnh quốc tế khi Việt Nam thực hiện chiến lược phát triển NT giai đoạn 2001-2010:**

- Khoa học và công nghệ phát triển mạnh.
- Xu hướng toàn cầu hoá và khu vực hoá.
- Mức độ cạnh tranh giữa các nền kinh tế với nhau.

17

*** Các định hướng phát triển ngoại thương của Việt Nam giai đoạn 2001-2010 (5):**

- Các quan hệ KTĐN:
- Sự tham gia của các thành phần KT vào NT:
- Nâng cao năng lực cạnh tranh hàng XK.
- Các lĩnh vực dịch vụ thu ngoại tệ?
- Chủ động và tích cực thâm nhập thị trường QT.
- Tăng cường hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại, tiếp cận thông tin thị trường.

18

**III. CÁC QUAN ĐIỂM CƠ BẢN CHỈ ĐẠO
HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG**

- 1. Thực hiện mục tiêu "*dân giàu nước mạnh, XH công bằng, dân chủ, văn minh*".
- 2. Khắc phục tính chất khép kín của nền KT, chủ động hội nhập KTQT, thực hiện đa dạng hoá, đa phương hoá quan hệ TM.
- 3. Mở rộng sự tham gia của các DN thuộc mọi thành phần KT vào hoạt động NT dưới sự quản lý thống nhất của Nhà nước.
- 4. Coi trọng hiệu quả KT-XH trong hoạt động NT.
