

**BỘ CÔNG THƯƠNG  
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH**



**GIÁO TRÌNH**

**MÔN HỌC: KINH TẾ THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ  
NGÀNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ  
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 402 /QĐ- CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch)*

**Lưu hành nội bộ**

*Thái Nguyên, năm 2022*

## LỜI GIỚI THIỆU

Hoạt động của thương mại và dịch vụ có vị trí, vai trò quan trọng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta: Thương mại và dịch vụ góp phần thúc đẩy sản xuất, lưu thông, phân phối hàng hóa, thúc đẩy thương mại hàng hóa phát triển trong phạm vi quốc gia cũng như quốc tế.

Để nắm rõ được những kiến thức cơ bản về kinh tế thương mại dịch vụ và để có tài liệu phục vụ giảng dạy cho học sinh chuyên ngành trong trường Cao đẳng thương mại và du lịch, tập thể tác giả đã biên soạn giáo trình “Kinh tế thương mại dịch vụ”. Giáo trình để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh ngành Kinh doanh thương mại và dịch vụ trình độ trung cấp.

Trong quá trình biên soạn giáo trình “Kinh tế thương mại dịch vụ” tác giả đã nhận được những ý kiến đóng góp hiệu quả của các giảng viên khoa quản trị kinh doanh, các thầy cô giáo trong hội đồng khoa học nhà trường. Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của các đồng nghiệp.

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót và những hạn chế. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, bổ sung của độc giả để giúp cho quá trình được hoàn thiện hơn. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về Khoa Quản trị kinh doanh, trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch – số 478 đường Thống Nhất, phường Tân Thịnh, TP Thái Nguyên

Chân thành cảm ơn!

NHÓM TÁC GIẢ

## MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU.....	1
MỤC LỤC.....	3
CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ .....	11
1. Khái niệm thương mại – dịch vụ.....	13
1.1. Điều kiện lịch sử ra đời của thương mại – dịch vụ.....	13
1.2. Khái niệm thương mại – dịch vụ.....	14
1.3. Đặc trưng của thương mại – dịch vụ trong nền kinh tế thị trường của nước ta.....	15
2. Chức năng và nhiệm vụ của thương mại – dịch vụ .....	17
2.1. Chức năng của thương mại – dịch vụ .....	17
2.2. Nhiệm vụ của thương mại – dịch vụ.....	18
CHƯƠNG 2.....	20
HỘI NHẬP QUỐC TẾ VỀ THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM.....	20
1. Cơ sở hội nhập quốc tế về thương mại .....	22
1.1. Xu hướng toàn cầu hóa kinh tế tế quốc tế.....	22
1.2. Đặc trưng chủ yếu của hội nhập quốc tế về thương mại.....	23
2. Cơ hội và thách thức của hội nhập quốc tế về thương mại đối với Việt Nam	24
2.1. Những cơ hội.....	24
2.2. Những thách thức .....	25
3. Tác động của hội nhập quốc tế về thương mại đến nền kinh tế Việt Nam.....	26
3.1. Tăng trưởng kinh tế.....	26
3.2. Hoạt động thương mại quốc tế.....	27
3.3. Đầu tư .....	27
3.4. Tác động đến ổn định kinh tế vĩ mô.....	28
3.5. Tác động xã hội .....	28
3.6. Tác động đến thể chế kinh tế.....	28
4. Giới thiệu các tổ chức và diễn đàn kinh tế thương mại quốc tế Việt Nam tham gia.....	29
4.1. Tổ chức thương mại thế giới (WTO) .....	29
4.2. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN).....	32
4.3. Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương (APEC).....	33

CHƯƠNG 3 QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP.....	36
1. Bản chất và đặc trưng của quan hệ thương mại.....	38
1.1. Tính tất yếu của quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp.....	38
1.2. Đặc trưng của quan hệ thương mại.....	38
1.3. Hệ thống các quan hệ thương mại.....	38
2. Quan hệ thương mại trực tiếp và gián tiếp.....	39
2.1. Quan hệ thương mại trực tiếp.....	39
2.2. Quan hệ thương mại gián tiếp.....	40
3. Tổ chức các quan hệ thương mại.....	40
3.1. Đơn hàng.....	40
3.2 Tổ chức các mối quan hệ thương mại.....	41
4. Cơ sở pháp lý của các quan hệ thương mại.....	41
4.1. Hợp đồng mua bán hàng hóa.....	41
4.2. Hợp đồng mua bán ngoại thương.....	43
CHƯƠNG 4 DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN	45
1. Khái quát dịch vụ, đặc điểm và vai trò của dịch vụ.....	47
1.1. Khái niệm về dịch vụ.....	47
1.2. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ.....	47
1.3. Vai trò của dịch vụ.....	47
2. Các loại hình dịch vụ thương mại.....	48
2.1. Dịch vụ trong lĩnh vực lưu thông bổ sung (mang tính sản xuất).....	48
2.2. Dịch vụ trong lĩnh vực lưu thông thuần túy (thương mại thuần túy).....	48
3. Tổ chức các hoạt động dịch vụ và các chỉ tiêu đánh giá.....	49
3.1. Tổ chức các hoạt động dịch vụ.....	49
3.2. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả dịch vụ.....	49
3.3. Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ.....	49
CHƯƠNG 5 HẠCH TOÁN KINH DOANH TRONG THƯƠNG MẠI.....	51
1. Bản chất hạch toán kinh doanh trong thương mại – dịch vụ.....	53
1.1. Bản chất hạch toán kinh doanh.....	53
1.2. Đặc điểm hạch toán kinh doanh.....	53
2. Nguyên tắc của hạch toán trong kinh doanh.....	53
2.1. Đảm bảo quyền tự chủ trong kinh doanh.....	53

2.2. Lấy thu bù chi, đảm bảo có lãi .....	53
2.3. Thực hiện chế độ khuyến khích vật chất và trách nhiệm vật chất .....	54
2.4. Giám đốc bằng tiền .....	54
3. Quản lý doanh thu, chi phí và lợi nhuận .....	54
3.1. Doanh thu .....	54
3.2. Chi phí kinh doanh .....	54
3.3. Lợi nhuận .....	54
4. Vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại .....	55
4.1. Vốn lưu động – thành phần và cơ cấu .....	55
4.2. Vốn cố định – thành phần và cơ cấu .....	55
4.3. Bảo toàn và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh ở doanh nghiệp thương mại .....	55
<b>CHƯƠNG 6 HIỆU QUẢ KINH DOANH THƯƠNG MẠI .....</b>	<b>57</b>
1. Khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại .....	59
1.1. Khái niệm .....	59
1.2. Phân loại hiệu quả kinh doanh .....	59
2. Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại .....	60
2.1. Tiêu chuẩn hiệu quả kinh doanh .....	60
2.2. Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh thương mại .....	60
3. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh thương mại .....	62
3.1. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp .....	62
3.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại .....	62

## GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Kinh tế thương mại dịch vụ

2. Mã số môn học: MH14

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Kinh tế thương mại dịch vụ là môn học nằm trong nhóm các môn học cơ sở ngành, được xây dựng dùng cho học sinh trình độ trung cấp ngành Kinh doanh thương mại và dịch vụ.

3.2. Tính chất:

Kinh tế thương mại dịch vụ là môn học lý thuyết, đánh giá môn học bằng hình thức thi hết môn.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về thương mại là gì, chức năng, nhiệm vụ thương mại ở nước ta. Nắm được hội nhập quốc tế về thương mại, quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp. Nắm được dịch vụ thương mại trong nền kinh tế, hạch toán kinh doanh và hiệu quả kinh doanh thương mại.

4.2. Về kỹ năng:

Sau khi học xong môn học, người học hình thành được kỹ năng:

Có khả năng vận dụng những kiến thức đã học vào thực tế để thấy được tầm quan trọng của TMDV.

Có khả năng vận dụng vào thực tế kinh doanh thương mại dịch vụ; biết ứng xử trong các tình huống để thu hút được khách hàng trong hoạt động TMDV.

Phát triển kỹ năng cộng tác, làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, thuyết trình.

Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo.

Phát triển kỹ năng chủ động, phân tích và giải quyết các vấn đề trong thực tế kinh doanh thương mại dịch vụ.

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Có năng lực chuyên môn về lĩnh vực kinh doanh thương mại dịch vụ.

Có khả năng tự định hướng, tự học tập, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn.

Có khả năng đưa ra được kết luận và dự đoán trước những hành vi ứng xử của các tác nhân trong nền kinh tế cũng như đưa ra được chính sách trước các biến cố kinh tế trong cuộc sống thông thường.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/bài tập/thảo luận	Kiểm tra/thi
I	Các môn học chung	12	255	94	148	13
MH01	Chính trị	2	30	15	13	2

MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1
MH06	Ngoại ngữ	4	90	30	56	4
<b>II</b>	<b>Các môn học chuyên môn</b>	<b>64</b>	<b>1590</b>	<b>539</b>	<b>1004</b>	<b>47</b>
<b>II.1</b>	<b>Môn học cơ sở</b>	<b>18</b>	<b>270</b>	<b>256</b>		<b>14</b>
MH07	Kinh tế vi mô	3	45	43	-	2
MH08	Quản trị học	3	45	43	-	2
MH09	Marketing kinh doanh	3	45	43	-	2
MH10	Tâm lý khách hàng	2	30	28	-	2
MH11	Tài chính doanh nghiệp	2	30	28	-	2
MH12	Thông kê kinh doanh	2	30	28	-	2
MH13	Khoa học hàng hóa	3	45	43	-	2
<b>II.2</b>	<b>Môn học chuyên môn</b>	<b>44</b>	<b>1290</b>	<b>255</b>	<b>1004</b>	<b>31</b>
MH14	Kinh tế thương mại - dịch vụ	2	30	28	-	2
MH15	Ngoại ngữ chuyên ngành TM	4	60	57	-	3
MH16	Nghiệp vụ kd TM-DV	5	75	71	-	4
MH17	Quản lý chất lượng dịch vụ	2	30	28	-	2
MH18	Quản trị DN TM- DV	3	45	43	-	2
MH19	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	-	2
MH20	Thực hành kinh doanh TM-DV I	3	90	-	86	4
MH21	Thực hành kinh doanh TM-DV II	3	90	-	86	4
MH22	Thực hành bán hàng siêu thị	2	60	-	56	4
MH23	Thực hành xúc tiến thương mại	2	60	-	56	4
MH24	Thực tập tốt nghiệp	16	720	-	720	
<b>II.3</b>	<b>Môn học tự chọn</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
MH25	Thương mại điện tử	2	30	28	-	2
MH26	Khởi sự kinh doanh	2	30	28	-	2
<b>Tổng cộng</b>		<b>76</b>	<b>1845</b>	<b>633</b>	<b>1152</b>	<b>60</b>

## 5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	Chương 1: Những vấn đề cơ bản về phát triển thương mại, dịch vụ	5	5	0	
2	Chương 2: Hội nhập quốc tế về thương mại của Việt Nam	5	5		

3	Chương 3: Quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp	5	5		
4	Chương 4: Dịch vụ thương mại trong nền kinh tế quốc dân	5	4		1
5	Chương 5: Hạch toán kinh doanh trong thương mại	5	5		
6	Chương 6: Hiệu quả kinh doanh thương mại	5	4		1
<b>Cộng</b>		<b>30</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

## 6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projector, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác xây dựng phương án khắc phục và phòng ngừa rủi ro tại doanh nghiệp.

## 7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

### 7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

### 7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

#### 7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo trình độ trung cấp hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 04/2022/TT-LĐTĐ, ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

#### 7.2.2. Phương pháp đánh giá



Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 10 giờ.
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 14 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 29 giờ

### 7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

## 8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng trung cấp Kinh doanh thương mại và dịch vụ.

### 8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

#### 8.2.1. Đối với người dạy

\* Lý thuyết: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

\* Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

\* Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

#### 8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)

- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về 1 hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

[1]. Hoàng Đức Thân (2002), *Giáo trình Kinh tế các ngành thương mại dịch vụ*, NXB Thống kê.

[2]. Trương Đình Chiến (2008), *Quản trị kênh phân phối*, NXB Đại học KTQD

[3]. James M.Comer (2005), *Quản trị bán hàng*, NXB tổng hợp TP HCM.

[4]. Một số website: Chính phủ <http://www.chinhphu.vn>

Bộ Công thương <http://www.moit.gov.vn/>

Tổng cục Thống kê <http://www.gso.gov.vn/>

Bộ kế hoạch và Đầu tư: <http://www.mpi.gov.vn/>

Bộ Tài chính <http://www.mof.gov.vn>

# **CHƯƠNG 1**

## **NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ**

### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 1 là chương giới thiệu bức tranh tổng quan về một số nội dung cơ bản như điều kiện lịch sử ra đời của thương mại – dịch vụ, đặc trưng, chức năng, nhiệm vụ của thương mại dịch vụ để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

### **MỤC TIÊU**

#### **1. Về kiến thức:**

- Trình bày được điều kiện lịch sử ra đời của thương mại – dịch vụ
- Khái niệm thương mại, dịch vụ
- Đặc trưng của thương mại – dịch vụ trong nền kinh tế thị trường của nước ta
- Trình bày được chức năng, nhiệm vụ của thương mại, dịch vụ

#### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

#### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra viết)

## **NỘI DUNG**

### **1. Khái niệm thương mại – dịch vụ**

#### **1.1. Điều kiện lịch sử ra đời của thương mại – dịch vụ**

Thương mại là một phạm trù kinh tế ra đời và tồn tại gắn liền với sự ra đời và tồn tại của Kinh tế hàng hóa. Về mặt lịch sử, kinh tế loài người đã trải qua hai quá trình là Kinh tế tự nhiên và kinh tế hàng hóa. Xã hội loài người bắt đầu bằng kinh tế tự nhiên. Trong nền kinh tế tự nhiên con người sản xuất ra các sản phẩm với mục đích phục vụ cho nhu cầu của bản thân họ, vì thế chưa có trao đổi hàng hóa và dịch vụ. Trao đổi hàng hóa chỉ xuất hiện trong nền kinh tế hàng hóa khi phân công lao động xã hội đã tương đối phát triển và chế độ tư hữu hình thành. Trong lịch sử phát triển loài người trao đổi hàng hóa xuất hiện vào giai đoạn cuối của xã hội cộng đồng nguyên thủy và thời kỳ đầu của chế độ chiếm hữu nô lệ. Lúc đầu trao đổi mang tính ngẫu nhiên và được tiến hành trực tiếp theo hình thức hàng đổi hàng (H-H’).

-> Sự ra đời và phát triển các ngành trong nền kinh tế quốc dân là do sự phân công lao động xã hội: Chuyên môn hóa sản xuất đã làm tăng thêm lực lượng sản xuất xã hội và là một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế và tiến bộ khoa học kỹ thuật.

-> Chuyên môn hóa sản xuất đã đặt ra sự cần thiết phải trao đổi trong xã hội các sản phẩm giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Mối quan hệ đó là trao đổi hàng – tiền, đó chính là lưu thông hàng hóa.

Khi xã hội xuất hiện tiền tệ thì từ đó trao đổi được tiến hành thông qua môi giới của tiền tệ (H- T – H’) và lưu thông hàng hóa ra đời.

Lưu thông hàng hóa là hình thái phát triển của trao đổi hàng hóa, đó là sự trao đổi hàng hóa thông qua môi giới của tiền tệ. Lưu thông hàng hóa ra đời làm cho quá trình mua bán trao đổi dễ dàng hơn, thuận tiện, mở rộng hơn về không gian và thời gian. Nó đã thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của trao đổi và đưa đến sự phủ định trao đổi hàng hóa trực tiếp. Tuy nhiên sự tách rời giữa quá trình mua bán cũng làm xuất hiện mầm mống của mâu thuẫn giữa sản xuất và tiêu dùng. Do vậy cũng làm nảy sinh những điều kiện dẫn tới khủng hoảng sản xuất và tiêu thụ. Trong trao đổi

hàng hóa trực tiếp và lưu thông hàng hóa, chủ thể của hoạt động trao đổi là những người sản xuất và những người tiêu dùng, không có sự tham gia của những người trung gian (thương nhân) . Mục đích của hoạt động trao đổi là giá trị sử dụng.

-> Sự phát triển ngày càng cao của phân công lao động xã hội đã làm xuất hiện một tầng lớp xã hội mới, đó là những người thương gia. Khác với những người sản xuất trực tiếp và những người tiêu dùng trực tiếp, thương gia bỏ tiền ra mua hàng hóa của những người sản xuất, sau đó bán lại để kiếm lời trong hoạt động buôn bán. Hoạt động kinh tế của những người thương gia thông qua mua bán để kiếm lời chính là hoạt động thương mại (T - H - T').

Khác với trao đổi hàng hóa trực tiếp và lưu thông hàng hóa, hoạt động thương mại bắt đầu bằng tiền với hành vi mua và kết thúc cũng bằng tiền với hành vi bán. mục đích của hoạt động thương mại không phải là giá trị sử dụng mà là giá trị cụ thể là nhằm vào lợi nhuận.

Lưu thông hàng hóa ra đời đã phủ định trao đổi hàng hóa trực tiếp, ngược lại thương mại ra đời không đưa đến sự phủ định lưu thông mà trái lại nó làm cho lưu thông hàng hóa phát triển ở một trình độ cao hơn.

## **1.2. Khái niệm thương mại – dịch vụ**

### **1.2.1. Khái niệm thương mại**

Có nhiều quan niệm khác nhau về thương mại

- Theo nghĩa rộng: thương mại là toàn bộ hoạt động kinh doanh trên thị trường. thương mại đồng nghĩa với kinh doanh được hiểu như là các hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lợi của các chủ thể kinh doanh trên thị trường.

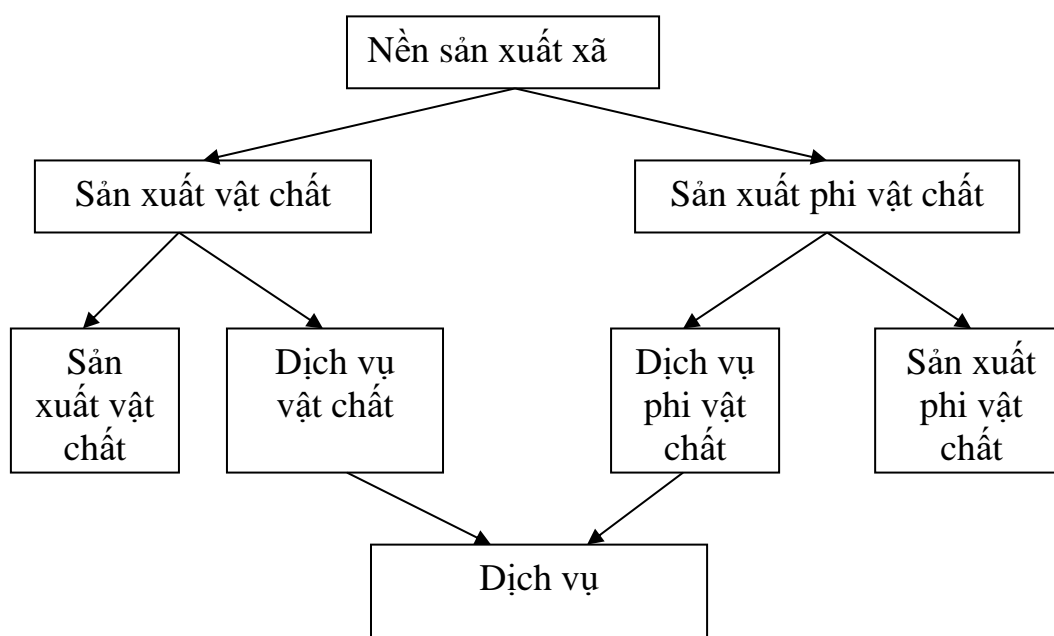
- Theo Pháp lệnh trọng tài thương mại thì: Hoạt động thương mại là việc thực hiện một hay nhiều hành vi thương mại của các nhân, tổ chức kinh doanh bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ; phân phối; đại diện, đại lý thương mại; ký gửi; thuê, cho thuê; thuê mua; xây dựng; tư vấn; kỹ thuật; li – xăng; đầu tư; tài chính, ngân hàng; bảo hiểm; thăm dò, khai thác; vận chuyển hàng hóa, hành khách bằng đường hàng không, đường sắt, đường biển, đường bộ và các hành vi thương mại khác theo quy định của pháp luật.

- Theo luật thương mại sửa đổi thì: Hoạt động thương mại là hoạt động nhằm mục đích sinh lời bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác.

- Theo nghĩa hẹp: thương mại là quá trình mua, bán hàng hóa, dịch vụ trên thị trường, là lĩnh vực phân phối và lưu thông hàng hóa. Nếu hoạt động trao đổi hàng hóa vượt ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia thì người ta gọi đó là ngoại thương (kinh doanh quốc tế)

### 1.2.2. Khái niệm về dịch vụ

Dịch vụ là một loại sản phẩm kinh tế, không phải là vật phẩm mà là công việc của con người dưới hình thái là lao động thực thể, kiến thức và kỹ năng chuyên nghiệp, khả năng tổ chức và thương mại.



### 1.3. Đặc trưng của thương mại – dịch vụ trong nền kinh tế thị trường của nước ta

#### + *Nền kinh tế thị trường:*

- Nền kinh tế được coi như một hệ thống các quan hệ kinh tế. Khi các quan hệ kinh tế giữa các chủ thể đều biểu hiện qua mua – bán hàng hóa, dịch vụ trên thị trường thì nền kinh tế đó là nền kinh tế thị trường.

- Kinh tế thị trường là cách thức tổ chức nền kinh tế - xã hội, trong đó các quan hệ kinh tế của cá nhân, doanh nghiệp đều biểu hiện qua mua – bán hàng hóa, dịch

vụ trên thị trường và thái độ cư xử của mọi thành viên, chủ thể kinh tế là hướng vào việc tìm kiếm lợi nhuận của chính mình theo sự dẫn dắt của giá cả thị trường.

- Kinh tế thị trường là kinh tế hàng hóa phát triển ở trình độ cao, khi tất cả các quan hệ kinh tế trong quá trình tái sản xuất xã hội đều được tiền tệ hóa; các yếu tố của sản xuất như tài nguyên, đất đai; vốn bằng tiền và vốn vật chất; sức lao động, công nghệ và quản lý; các sản phẩm và dịch vụ tạo ra; chất xám đều là đối tượng mua bán, là hàng hóa.

- Kinh tế thị trường có những đặc trưng sau: Có khối lượng hàng hóa, dịch vụ dồi dào, phong phú mà nền kinh tế tự nhiên, kinh tế chỉ huy chưa bao giờ đạt được; mọi hoạt động mua bán đều theo giá thị trường; tiền tệ hóa các mối quan hệ kinh tế; sản xuất và bán hàng theo nhu cầu thị trường; kinh tế thị trường là nền kinh tế mở; cạnh tranh là môi trường của kinh tế thị trường; quyền tự chủ, tự do của doanh nghiệp cao.

- Kinh tế thị trường là một hệ thống tự điều chỉnh nền kinh tế, bảo đảm có năng suất, chất lượng và hiệu quả cao; dư thừa và phong phú hàng hóa; dịch vụ được mở rộng và được coi như hàng hóa thị trường; năng động, luôn luôn đổi mới mặt hàng, công nghệ và thị trường. Song thị trường vốn có những khuyết tật nhất định. Do tính tự phát vốn có, kinh tế thị trường có thể dẫn đến không chỉ tiến bộ mà cả suy thoái, khủng hoảng, xung đột xã hội, nên cần có sự can thiệp của Nhà nước.

- Sự can thiệp của Nhà nước bảo đảm cho sự vận động của thị trường được ổn định, nhằm tối đa hóa hiệu quả của nền kinh tế, sửa chữa, khắc phục những khuyết tật vốn có của kinh tế thị trường, tạo ra những công cụ quan trọng điều tiết thị trường ở tầm vĩ mô.

- Kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước là nền kinh tế hỗn hợp vừa có cơ chế tự điều chỉnh của thị trường, vừa có cơ chế quản lý, điều tiết của Nhà nước.

**+ Trong điều kiện như vậy, thương mại – dịch vụ ở nước ta có những đặc trưng chủ yếu sau:**

- Thương mại – dịch vụ phát triển dựa trên cơ sở nền kinh tế nhiều thành phần (thương mại nhiều thành phần)



-Thương mại – dịch vụ phát triển theo định hướng xã hội chủ nghĩa dưới sự quản lý của Nhà nước.

- Thương mại – dịch vụ tự do hay tự do lưu thông hàng hóa, dịch vụ theo quy luật của thị trường và theo pháp luật.

- Thương mại – dịch vụ theo giá cả thị trường: Mua bán theo giá cả thị trường tạo ra động lực để thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển, tạo cơ hội để các doanh nghiệp vươn lên làm giàu.

- Tất cả các mối quan hệ kinh tế trong lĩnh vực lưu thương mại – dịch vụ đều được tiền tệ hóa và thiết lập một cách hợp lý theo định hướng kế hoạch của Nhà nước, tuân theo các quy luật của lưu thông hàng hóa và của kinh tế thị trường.

## **2. Chức năng và nhiệm vụ của thương mại – dịch vụ**

### **2.1. Chức năng của thương mại – dịch vụ**

**Thứ nhất:** Tổ chức quá trình lưu thông hàng hóa dịch vụ trong nước và với nước ngoài. Đây là chức năng xã hội của thương mại, với chức năng này ngành thương mại phải nghiên cứu và nắm vững nhu cầu thị trường hàng hóa, dịch vụ ; huy động và sử dụng hợp lý các nguồn hàng nhằm thỏa mãn tốt mọi nhu cầu của xã hội; thiết lập hợp lý các mối quan hệ kinh tế trong nền KTQD và thực hiện có hiệu quả các hoạt động dịch vụ trong quá trình kinh doanh. Để thực hiện chức năng này thì ngành thương mại phải có đội ngũ lao động chuyên nghiệp, có một hệ thống quản lý kinh doanh, có tài sản cố định và tài sản lưu động riêng.

**Thứ hai:** Thông qua quá trình lưu thông hàng hóa, thương mại thực hiện chức năng tiếp tục quá trình sản xuất trong khâu lưu thông. Thực hiện chức năng này, thương mại phải tổ chức công tác vận chuyển hàng hóa, tiếp nhận, bảo quản, phân loại và ghép đồng bộ hàng hóa...

**Thứ ba:** Thông qua hoạt động trao đổi, mua, bán hàng hóa trong và ngoài nước cũng như thực hiện các hoạt động dịch vụ, thương mại làm chức năng gắn sản xuất với thị trường và gắn nền kinh tế nước ta với nền kinh tế thế giới, thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế.

**Thứ tư:** Chức năng thực hiện giá trị hàng hóa - dịch vụ, qua đó thương mại đáp ứng tốt mọi nhu cầu của sản xuất và đời sống, nâng cao mức hưởng thụ của người tiêu dùng. Chuyển hóa hình thái giá trị hàng hóa là chức năng quan trọng của thương mại. Thực hiện chức năng này, thương mại tích cực phục vụ và thúc đẩy sản xuất phát triển, bảo đảm lưu thông thông suốt, là thực hiện mục tiêu của quá trình kinh doanh thương mại, dịch vụ.

## **2.2. Nhiệm vụ của thương mại – dịch vụ**

### **2.2.1. Cơ sở xác định nhiệm vụ của thương mại – dịch vụ**

+ Đặc điểm kinh tế, xã hội của nước ta:

**Thứ nhất:** Nền kinh tế nước ta là một nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước.

**Thứ hai:** Đến nay nước ta vẫn còn là một trong những nước nghèo trên thế giới, trình độ phát triển kinh tế của nước ta còn thấp, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh còn kém, quy mô sản xuất còn nhỏ bé, chính sách chưa đồng bộ và chưa tạo động lực để phát triển. Đặc điểm này một mặt nói lên khó khăn của nước ta trong việc tham gia phân công lao động quốc tế, ảnh hưởng tới cung cầu hàng hóa, mặt khác nói lên tính cấp thiết của việc mở rộng và phát triển thương mại – dịch vụ, tham gia thị trường thế giới để tạo tiền đề cho sự phát triển kinh tế hàng hóa ở nước ta.

+ Những mục tiêu nhiệm vụ phát triển kinh tế, xã hội của đất nước

Giai đoạn 2011 – 2020 là thời kỳ đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Mục tiêu tổng quát của giai đoạn này đã được Đại hội Đảng lần thứ XI xác định là: Phấn đấu đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại, chính trị xã hội ổn định, dân chủ, kỉ cương, đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được nâng lên rõ rệt, độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ được giữ vững, vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế tiếp tục được nâng lên, tạo tiền đề vững chắc để phát triển cao hơn giai đoạn sau.

### **2.2.2. Những nhiệm vụ chủ yếu của thương mại**

- Nâng cao hiệu quả của hoạt động kinh doanh thương mại dịch vụ, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

- Phát triển thương mại dịch vụ, bảo đảm lưu thông hàng hóa thông suốt, dễ dàng trong cả nước, đáp ứng tốt nhất mọi nhu cầu của đời sống.

- Góp phần giải quyết những vấn đề kinh tế xã hội quan trọng của đất nước: Vốn, việc làm, công nghệ, sử dụng có hiệu quả các nguồn lực trong nền kinh tế quốc dân nói chung và lĩnh vực thương mại dịch vụ nói riêng.

- Chống trốn thuế, lậu thuế, lưu thông hàng giả, hàng kém phẩm chất, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với Nhà nước, xã hội và người lao động.

- Đảm bảo sự thống nhất giữa kinh tế và chính trị trong hoạt động thương mại dịch vụ, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại quốc tế.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm thương mại, dịch vụ
- Đặc trưng của thương mại – dịch vụ trong nền kinh tế thị trường của nước ta
- Chức năng và nhiệm vụ của thương mại dịch vụ

## **CHƯƠNG 2**

### **HỘI NHẬP QUỐC TẾ VỀ THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 2 là chương giới thiệu hội nhập quốc tế về thương mại ở Việt Nam để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### **1. Về kiến thức:**

- Nắm được hội nhập thương mại ở nước ta hiện nay
- Nắm được cơ hội và thách thức hội nhập thương mại quốc tế ở Việt Nam
- Nắm được tác động của hội nhập quốc tế về thương mại đến nền kinh tế Việt Nam
- Nắm được các tổ chức và diễn đàn kinh tế thương mại quốc tế Việt Nam tham gia

##### **2. Về kỹ năng:**

- Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 2**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## NỘI DUNG

### 1. Cơ sở hội nhập quốc tế về thương mại

#### 1.1. Xu hướng toàn cầu hóa kinh tế thế giới

Loài người luôn vươn tới quá trình toàn cầu hóa để đi xa hơn, quan hệ được rộng hơn và có được nhiều của cải hơn để phục vụ cho cuộc sống của mình. Đa số các nhà kinh tế cho rằng: loài người đã trải qua 3 lần: “Đại toàn cầu hóa”.

**Lần thứ nhất:** Bắt đầu bằng sự khởi hành chuyến vượt biển vòng quanh thế giới của thuyền trưởng Christopher Columbus vào năm 1492. Sau đó nhiều chuyến vượt biển thành công của vị thuyền trưởng này, đặc biệt trên bộ, nhiều con đường tơ lụa được hình thành...người ta đã kết nối được thế giới phương Tây với phương Đông. Từ đó hàng hóa được chuyển tải từ Đông sang Tây, công nghệ và tri thức mới được chuyển giao từ Tây sang Đông. *Như vậy nhiều hải cảng được hình thành, nhiều thành phố sầm uất được xây dựng, nhiều dòng hàng hóa tiêu dùng, hương liệu được khơi thông trên phạm vi toàn cầu.*

**Lần thứ hai:** Bắt đầu từ năm 1800 và kéo dài gần 200 năm, khác với toàn cầu hóa lần I, lần này quá trình toàn cầu hóa được sự trợ giúp của nhiều công nghệ hiện đại: Máy hơi nước, động cơ Điesel, đường sắt và gần đây là Internet...người ta đã kết nối châu Âu và Bắc Mỹ giàu có. *Như vậy quá trình toàn cầu hóa lần thứ hai được thực hiện trên quy mô lớn, tài nguyên, khoáng sản, nhân lực của những nước thuộc địa được huy động tối đa phục vụ cho lòng khao khát làm giàu của các nhà tư bản mẫu quốc đồng thời nhiều tiến bộ khoa học kỹ thuật, cơ sở hạ tầng.. cũng được chuyển giao mạnh mẽ.*

**Lần thứ ba:** Bắt đầu từ cuối những năm 90 của thế kỷ trước và còn đang tiếp diễn cho đến nay. Quá trình toàn cầu hóa lần này được sự trợ giúp của những công nghệ hiện đại nhất thời nay như: Công nghệ vật liệu mới, công nghệ sinh học, công nghệ nguyên tử, công nghệ vũ trụ và nhất là công nghệ thông tin...*Vì vậy quá trình toàn cầu hóa xảy ra rộng lớn hơn, tác động mạnh mẽ hơn tới mọi ngóc ngách của đời sống kinh tế - hội của hết các quốc gia.*

*Như vậy:* Nếu nhìn vào cả ba lần toàn cầu hóa lớn của nhân loại, thấy có nhiều điểm khác nhau về: quy mô, phạm vi, mức độ tác động... nhưng chúng đều có những điểm chung và những điểm chung này tạo nên bản chất của quá trình toàn cầu hóa.

## **1.2. Đặc trưng chủ yếu của hội nhập quốc tế về thương mại**

**Một là: Tính thời sự:**

- Từ nửa cuối thế kỷ XX toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế trở thành xu hướng mạnh mẽ. Tại hội nghị lần thứ 29 của Diễn đàn kinh tế thế giới DaVos Thụy sỹ đã khẳng định: Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế không còn là xu thế nữa mà đã trở thành một tất yếu.

- Thực tế này cuốn hút tất cả các nước, từ nước giàu đến nước nghèo, từ quốc gia lớn đến quốc gia nhỏ đều hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Hội nhập kinh tế quốc tế được bàn thảo ở mọi diễn đàn, hội thảo, trong hoạch định chính sách cũng như hành động thực tiễn ở mọi quốc gia. Hội nhập kinh tế quốc tế luôn là vấn đề thời sự nóng đối với cả người dân, doanh nghiệp và cả những người lãnh đạo các cấp.

**Hai là: Sự phụ thuộc ngày càng lớn của thị trường trong nước vào thị trường thế giới.**

Thị trường trong nước của các quốc gia được lưu thông với thị trường thế giới. Mọi sự thay đổi của thị trường thế giới đều tác động đến thị trường trong nước và những biến đổi của thị trường trong nước một quốc gia cũng sẽ ít nhiều ảnh hưởng đến thị trường thế giới. Quan hệ phụ thuộc chặt chẽ giữa thị trường quốc gia và thị trường thế giới thông qua các hoạt động thương mại, đầu tư, tài chính ngày càng gia tăng mạnh mẽ.

**Ba là: Các định chế quốc tế có khả năng chi phối lớn tới các quốc gia**

Hội nhập có nghĩa là gia nhập, tham gia vào một tổ chức chung, một trào lưu chung của quốc tế. Khi đã gia nhập thì phải tuân thủ các nguyên tắc chung, phải thực hiện quyền lợi và nghĩa vụ của một thành viên, phải điều chỉnh chính sách của mình cho phù hợp với luật chơi chung. Các định chế quốc tế là những quy định chung bắt buộc các nước muốn tham gia phải công nhận và thực thi.

***Bốn là: Quan hệ kinh tế quốc tế bị các nước lớn lũng đoạn và trở thành lá bài chính trị***

Hội nhập kinh tế quốc tế không bao giờ có sự bình đẳng thực sự giữa các quốc gia. Các nước lớn sẽ mặc cả với nhau để lũng đoạn thị trường thế giới, trong đó Mỹ là người thống trị số một. Trước hết các nước lớn lũng đoạn, chi phối và thống trị nền kinh tế toàn cầu thông qua các công ty xuyên quốc gia (Boeing, Epson...) sẽ lũng đoạn nền kinh tế thế giới.

Mặt khác, các cường quốc kinh tế đặc biệt là Mỹ đã sử dụng quan hệ hợp tác kinh tế là lá bài chính trị để chi phối nước khác. Chính sách bao vây cấm vận của Mỹ được hợp thức hóa thông qua nghị quyết của Liên hợp quốc, các tổ chức kinh tế - tài chính quốc tế làm cho nhiều nước phải khuất phục. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế quốc tế, một quốc gia bị cấm vận sẽ có rất ít cơ hội phát triển và rơi vào trạng thái khủng hoảng.

**2. Cơ hội và thách thức của hội nhập quốc tế về thương mại đối với Việt Nam**

**2.1. Những cơ hội**

***Một là, có điều kiện để thu hút được nhiều vốn đầu tư từ nước ngoài***

Hội nhập quốc tế về thương mại, thực hiện các cam kết quốc tế làm cho môi trường kinh doanh ở nước ta phù hợp với thông lệ quốc tế. Do đó sẽ tăng sức hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài, tăng sự hỗ trợ tài chính, tín dụng cho sự phát triển kinh tế Việt Nam.

***Hai là, hội nhập quốc tế về thương mại cho phép chúng ta khai thác được lợi thế của nước ngoài về kỹ thuật, công nghệ và quản lý***

Nó giúp chúng ta bỏ qua được thời kỳ mà mò nghiên cứu, rút ngắn thời gian đi tới đích. Sự lưu thông hàng hóa, hợp tác liên kết với các nước khác tạo ra áp lực cạnh tranh ở trong nước. Đây sẽ là động lực to lớn thúc đẩy các doanh nghiệp trong nước áp dụng kỹ thuật, công nghệ hiện đại, thường xuyên đổi mới mẫu mã sản phẩm, giảm chi phí sản xuất và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

***Ba là, Việt Nam có cơ hội tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế***



Phân công lao động quốc tế cho phép các quốc gia khai thác lợi thế của mình khi tham gia thị trường thế giới. Thị trường trong nước của Việt Nam thành bộ phận của thị trường quốc tế, phân công lao động trong nước thành bộ phận của phân công lao động quốc tế. Quá trình chuyển hóa một bộ phận lao động trong nước thành lao động xuất khẩu thông qua xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ -> có lợi về phương diện kinh tế và xã hội.

Hội nhập quốc tế về thương mại cho phép chúng ta xuất khẩu được nhiều lao động ra nước ngoài. Đây là nguồn thu ngoại tệ lớn, tăng thu nhập cải thiện đời sống dân cư, giải quyết việc làm và đào tạo được lực lượng lao động có chuyên môn tốt.

### ***Bốn là, cơ hội mở rộng thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ***

Quá trình liên kết và hợp tác kinh tế quốc tế diễn ra bắt buộc các nước phải mở cửa thị trường cho nhau. Việt Nam có cơ hội để xuất khẩu các mặt hàng nông nghiệp, thủ công mỹ nghệ, giày dép, may mặc sang các nước, đồng thời chúng ta nhập khẩu được các công nghệ nguồn. Hội nhập sẽ giúp Việt Nam thực thi chính sách đa dạng, đa phương hóa trong thương mại quốc tế.

## **2.2. Những thách thức**

### ***Thứ nhất, Việt Nam có xuất phát điểm thấp khi hội nhập quốc tế về thương mại***

Đây là điểm không thuận lợi khi thực hiện các cam kết quốc tế và sức ép cạnh tranh từ bên ngoài. Nền kinh tế yếu kém, lạc hậu lại đang trong quá trình chuyển biến từ mô hình cũ sang mô hình kinh tế thị trường nên tác động bất lợi tăng lên. Công nghệ lạc hậu và hệ thống cơ sở hạ tầng yếu kém sẽ rất khó khăn trong việc thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển sản xuất kinh doanh.

### ***Thứ hai, hệ thống luật pháp và chính sách kinh tế của Việt Nam còn nhiều bất cập, nhiều điểm chưa tương thích với yêu cầu hội nhập***

Mặc dù đã tích cực điều chỉnh luật pháp, chính sách kinh tế trong những năm qua nhưng nước ta vẫn còn việc phải làm để sửa đổi, điều chỉnh và ban hành mới các văn bản pháp luật, pháp quy cho phù hợp với tiến trình hội nhập. Việt Nam cũng cần tham khảo kinh nghiệm các nước trong xây dựng và thực thi luật pháp chính sách kinh tế phù hợp với lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế.

### ***Thứ ba, nhận thức hội nhập quốc tế về thương mại còn hạn chế***

Tâm lý lo ngại, e dè đang cản trở quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Trong một cuộc khảo sát thực tế của phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, có đến 90% doanh nghiệp Việt Nam mơ hồ về hội nhập (cho rằng hội nhập dường như là công việc của Chính Phủ, của Nhà nước không phải của mình, trong khi đó quyết định sự thành bại của hội nhập là doanh nghiệp, nhà kinh doanh).

### ***Thứ tư, thách thức về khả năng cạnh tranh của Việt Nam ở cả ba cấp độ là cạnh tranh sản phẩm, cạnh tranh doanh nghiệp và cạnh tranh quốc gia***

Muốn tạo ra thế và lực lớn, nâng cao hiệu quả của quá trình hội nhập thì khả năng cạnh tranh phải cao. Nếu không nâng cao khả năng cạnh tranh thì chúng ta có thể mất thị trường ngay trên đất nước mình và thị trường trong nước trở thành nơi tiêu thụ hàng hóa của nước ngoài, nhiều doanh nghiệp bị phá sản, thất nghiệp theo đó tăng lên...

### ***Thứ năm, tính chủ động, tích cực trong hội nhập quốc tế về thương mại chưa cao***

Việt Nam chưa thực sự có chiến lược hội nhập đồng bộ, nhất quán. Chủ động, tích cực hội nhập kinh tế quốc tế mới dừng lại như một khẩu hiệu thiếu hành động thiết thực, bài bản khoa học.

### ***Thứ sáu, hội nhập cũng là một thách thức đối với đội ngũ cán bộ lãnh đạo, cán bộ quản lý***

Năng lực cán bộ chưa đáp ứng được yêu cầu hội nhập cũng là một cản trở cho tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Cán bộ thiếu kiến thức chuyên môn, nếp tư duy bao cấp nặng nề, trình độ ngoại ngữ hạn chế còn khá nhiều trong hệ thống quản lý Nhà nước, doanh nghiệp Nhà nước.

## **3. Tác động của hội nhập quốc tế về thương mại đến nền kinh tế Việt Nam**

### **3.1. Tăng trưởng kinh tế**

Hội nhập quốc tế về thương mại và đặc biệt là sự kiện gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đã có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

Hội nhập quốc tế về thương mại đã làm cho các yếu tố tích cực từ bên ngoài thị trường thế giới tác động đến tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, đặc biệt kể từ cuối 2006, nhiều rào cản tại các thị trường chính thức dỡ bỏ, làm tăng kim ngạch xuất khẩu. Hội nhập quốc tế tác động mạnh đến tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội. Việt Nam đã duy trì tốc độ tăng trưởng cao, trong năm 2007, tăng trưởng GDP đạt 8,46% (mức cao nhất trong vòng 11 năm trước đó). Tuy nhiên, 4 năm sau đó, do ảnh hưởng từ những biến động của kinh tế thế giới, nên tăng trưởng GDP trong giai đoạn 2011 - 2013 giảm xuống còn 5,6%. Đáng chú ý những năm tiếp theo, kinh tế khởi sắc hơn. Cụ thể, năm 2014 đạt 5,98%, năm 2015 đạt 6,68%; 2016 đạt 6,1%, năm 2017 GDP đạt 6,81%, năm 2018 đạt 7%, quy mô nền kinh tế đạt khoảng 240 tỷ USD, bình quân đầu người đạt 2.540 USD, mức tăng trưởng cao nhất trong vòng 10 năm qua (2008-2018).

### **3.2. Hoạt động thương mại quốc tế**

Hội nhập quốc tế về thương mại tác động to lớn tới xuất nhập khẩu của Việt Nam cả về quy mô, cơ cấu thị trường, cơ cấu mặt hàng. Xuất nhập khẩu hàng hóa đã trở thành một trong 2 yếu tố quyết định đến sự tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam cao nhưng quy mô còn nhỏ, kim ngạch xuất khẩu bình quân theo đầu người còn rất thấp so với thế giới và các nước trong khu vực. Nếu như năm 2007, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam là 111,3 tỷ USD (trong đó xuất khẩu là 48,5 tỷ USD và nhập khẩu là 62,7 tỷ USD), thì tới năm 2015 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam đã tăng khoảng 3 lần đạt 328 tỷ USD (trong đó nhập khẩu là 165,6 tỷ USD và xuất khẩu là 162,4 tỷ USD).

### **3.3. Đầu tư**

Đầu tư là lĩnh vực chịu ảnh hưởng lớn và nhanh nhất bởi hội nhập quốc tế và nhanh chóng trở thành một trong hai yếu tố (XNK hàng hóa và đầu tư) quyết định sự tăng trưởng của kinh tế Việt Nam. Do hội nhập quốc tế môi trường pháp lý được minh bạch hơn, bình đẳng hơn, mức độ mở cửa cao hơn...là những yếu tố thu hút đầu tư vào thị trường Việt Nam. Tỷ trọng vốn đầu tư của khu vực ngoài Nhà nước trong tổng vốn đầu tư toàn xã hội tăng từ 22,6% năm 2001 lên 38,5% năm 2007

nhưng giảm nhẹ còn 33,9% năm 2009 (do ảnh hưởng của khủng hoảng và suy thoái kinh tế thế giới). Tỷ trọng vốn FDI trong tổng vốn đầu tư xã hội cũng liên tục tăng: Từ 14,2% năm 2004 lên 24,3% năm 2007 và đạt đỉnh điểm 39,9% năm 2008, sau đó giảm xuống còn 25,5% vào năm 2009 (do ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế thế giới.).

### **3.4. Tác động đến ổn định kinh tế vĩ mô**

Tác động đến chỉ số giá tiêu dùng (CPI) và lạm phát: Do nền kinh tế mở nên diễn biến của CPI và lạm phát trở nên phức tạp và bị ảnh hưởng lớn từ thị trường thế giới. CPI Việt Nam năm 2007: 12,63%; năm 2008: 19,89%; năm 2009: 6,52%; năm 2010: 11,75%; năm 2011: 18,13%.

-> Tình hình diễn biến phức tạp của CPI và lạm phát chứng tỏ kinh tế Việt Nam chịu sự tác động mạnh mẽ của thị trường thế giới và các phản ứng của chính sách trong một số trường hợp là chưa kịp thời, chưa phù hợp.

### **3.5. Tác động xã hội**

Hội nhập quốc tế về thương mại có tác động lớn đến xã hội. Trong thu nhập biểu hiện 2 xu hướng đáng lo ngại:

- Thu nhập danh nghĩa tăng nhanh, song mức độ cải thiện đời sống không tăng tương ứng, thậm chí còn chậm đi.

- Khoảng cách tiền lương giữa người lao động có trình độ (công nhân kỹ thuật, cán bộ quản lý...) và lao động phổ thông gia tăng, thu nhập lao động nữ thấp, thu nhập của lao động trong nông nghiệp, lâm nghiệp bị giảm một cách tương đối so với những ngành nghề khác.

### **3.6. Tác động đến thể chế kinh tế**

Hội nhập quốc tế về thương mại và nhất là kể từ khi gia nhập WTO đều có tác động rất rõ nét tới thể chế kinh tế ở Việt Nam:

+ **Mặt tích cực:**

- Khung pháp lý cho hoạt động kinh tế được tiếp tục xây dựng, bổ sung và hoàn thiện.

- Bộ máy tổ chức điều hành nền kinh tế từ Trung Ương xuống đến cơ sở được củng cố.

- Cơ chế thực thi (chính sách, cơ chế hỗ trợ) được cải thiện, hướng tới môi trường cạnh tranh theo cơ chế thị trường.

+ **Mặt hạn chế:**

- Chất lượng của một số luật, văn bản pháp lý chưa cao

- Tình trạng tham nhũng và sách nhiễu của một bộ phận cán bộ các cơ quan Nhà nước đang gây trở ngại cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Tính công khai, minh bạch của chính sách chưa thực sự được đảm bảo.

- Việc tuyên truyền phổ biến các kiến thức về hội nhập quốc tế làm còn hạn chế.

## **4. Giới thiệu các tổ chức và diễn đàn kinh tế thương mại quốc tế Việt**

### **Nam tham gia**

#### **4.1. Tổ chức thương mại thế giới (WTO)**

##### **4.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển**

WTO được thành lập ngày 1/1/1995, kế tục và mở rộng phạm vi điều tiết thương mại quốc tế của tổ chức tiền thân, GATT - Hiệp định chung về Thuế quan Thương mại. GATT ra đời sau Chiến tranh Thế giới lần thứ II, khi mà trào lưu hình thành hàng loạt cơ chế đa biên điều tiết các hoạt động hợp tác kinh tế quốc tế đang diễn ra sôi nổi, điển hình là Ngân hàng Quốc tế Tái thiết và Phát triển, thường được biết đến như là Ngân hàng Thế giới (World Bank) và Quỹ tiền tệ Quốc tế (IMF) ngày nay. Với ý tưởng hình thành những nguyên tắc, thể lệ, luật chơi cho thương mại quốc tế nhằm điều tiết các lĩnh vực về công ăn việc làm, thương mại hàng hóa, khắc phục tình trạng hạn chế, ràng buộc các hoạt động này phát triển, 23 nước sáng lập GATT đã cùng một số nước khác tham gia Hội nghị về thương mại và việc làm và dự thảo Hiến chương La Havana để thành lập Tổ chức Thương mại Quốc tế (ITO) với tư cách là chuyên môn của Liên Hiệp Quốc. Đồng thời, các nước này đã cùng nhau tiến hành các cuộc đàm phán về thuế quan và xử lý những biện pháp bảo hộ mậu dịch đang áp dụng tràn lan trong thương mại quốc tế từ đầu những năm 30, nhằm thực hiện mục tiêu tự do hóa mậu dịch, mở đường cho kinh tế và thương mại

phát triển, tạo công ăn việc làm, nâng cao thu nhập và đời sống của nhân dân các nước thành viên.

Hiến chương thành lập Tổ chức thương mại Quốc tế (ITO) nói trên đã được thỏa thuận tại Hội nghị Liên Hiệp Quốc về thương mại và việc làm ở Havana từ 11/1947 đến 23/4/1948, nhưng do một số quốc gia gặp khó khăn trong phê chuẩn, nên việc hình thành lập Tổ chức thương mại Quốc tế (ITO) đã không thực hiện được.

Mặc dù vậy, kiên trì mục tiêu đã định, và với kết quả đáng khích lệ đã đạt được ở vòng đàm phán thuế quan đầu tiên là 45.000 ưu đãi về thuế áp dụng giữa các bên tham gia đàm phán, chiếm khoảng 1/5 tổng lượng mậu dịch thế giới, 23 nước sáng lập đã cùng nhau ký hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT), chính thức có hiệu lực vào 1/1948.

Từ đó tới nay, GATT đã tiến hành 8 vòng đàm phán chủ yếu về thuế quan. Tuy nhiên, từ thập kỷ 70 và đặc biệt từ hiệp định Uruguay(1986-1994) do thương mại quốc tế không ngừng phát triển, nên GATT đã mở rộng diện hoạt động, đàm phán không chỉ về thuế quan mà còn tập trung xây dựng các hiệp định hình thành các chuẩn mực, luật chơi điều tiết các hàng rào phi quan thuế, về thương mại dịch vụ, quyền sở hữu trí tuệ, các biện pháp đầu tư có liên quan tới thương mại, về thương mại hàng nông sản, hàng dệt may, về cơ chế giải quyết tranh chấp. Với diện điều tiết của hệ thống thương mại đa biên được mở rộng, nên Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT) vốn chỉ là một sự thỏa thuận có nhiều nội dung ký kết mang tính chất tùy ý đã tỏ ra không thích hợp. Do đó, ngày 15/4/1994, tại Marrakesh (Maroc), các bên đã kết thúc hiệp định thành lập Tổ chức thương mại Thế giới (WTO) nhằm kế tục và phát triển sự nghiệp GATT. WTO chính thức được thành lập độc lập với hệ thống Liên Hợp Quốc và đi vào hoạt động từ 1/1/1995.

#### ***4.1.2. Những nguyên tắc cơ bản của tổ chức thương mại thế giới***

*a. Nguyên tắc không phân biệt đối xử (thông qua nguyên tắc tối huệ quốc và nguyên tắc đối xử quốc gia).*

##### **\* Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc (MFN):**

"Tối huệ quốc" có nghĩa là "nước (được) ưu đãi nhất", "nước (được) ưu tiên nhất".

- Nội dung của nguyên tắc này thực chất là việc WTO quy định rằng, các quốc gia không thể phân biệt đối xử với các đối tác thương mại của mình.

- Cơ chế hoạt động của nguyên tắc này như sau: mỗi thành viên của WTO phải đối xử với các thành viên khác của WTO một cách công bằng như những đối tác "ưu tiên nhất". Nếu một nước dành cho một đối tác thương mại của mình một hay một số ưu đãi nào đó thì nước này cũng phải đối xử tương tự như vậy đối với tất cả các thành viên còn lại của WTO để tất cả các quốc gia thành viên đều được "ưu tiên nhất". Và như vậy, kết quả là không phân biệt đối xử với bất kỳ đối tác thương mại nào.

### **\* Nguyên tắc đối xử quốc gia (NT):**

"Đối xử quốc gia" nghĩa là đối xử bình đẳng giữa sản phẩm nước ngoài và sản phẩm nội địa.

- Nội dung của nguyên tắc này là hàng hoá nhập khẩu và hàng hoá tương tự sản xuất trong nước phải được đối xử công bằng, bình đẳng như nhau.

- Cơ chế hoạt động của nguyên tắc này như sau: bất kỳ một sản phẩm nhập khẩu nào, sau khi đã qua biên giới, trả xong thuế hải quan và các chi phí khác tại cửa khẩu, bắt đầu đi vào thị trường nội địa, sẽ được hưởng sự đối xử ngang bằng (không kém ưu đãi hơn) với sản phẩm tương tự được sản xuất trong nước.

#### *b. Nguyên tắc trao đổi đặc quyền (hai bên cùng có lợi)*

Hai bên cùng có lợi (dành cho nhau đặc quyền) là một yếu tố cơ bản của quá trình đàm phán, thương lượng. Nó phản ánh mong muốn của cả hai bên và làm hạn chế phạm vi của những "ăn theo" có thể xảy ra do quy chế tối huệ quốc và cũng phản ánh mong muốn đạt được "sự trả lời" cho việc tự do hóa thương mại dưới hình thức tiếp cận tốt hơn các thị trường nước ngoài.

#### *c. Các cam kết ràng buộc và thực hiện mang tính pháp lý*

Những hiệp định và cam kết về tự do hóa thương mại tuân theo các nguyên tắc nhất định của cuộc chơi sẽ có rất ít giá trị nếu chúng không được thực hiện nghiêm chỉnh.

#### *d. Nguyên tắc minh bạch*

Tính minh bạch là một trụ cột cơ bản của WTO, đây cũng là nghĩa vụ pháp lý quy định tại điều X của GATT và điều III của GATT. Các thành viên của WTO phải ban hành rộng rãi quy định về thương mại của nước mình, phải xây dựng và duy trì thể chế cho phép rà soát các quyết định quản lý có tác động đến thương mại.

## **4.2. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)**

### **4.2.1. Lịch sử hình thành và phát triển**

#### *\* Hoàn cảnh ra đời*

ASEAN ra đời vào nửa sau những năm 60 của thế kỉ XX, trong bối cảnh các nước trong khu vực:

- Sau khi giành được độc lập, nhiều nước trong khu vực cần có sự hợp tác cùng nhau trong cùng phát triển.

- Muốn hạn chế chế ảnh hưởng của các cường quốc ngoài đối với khu vực, nhất là khi cuộc chiến tranh xâm lược VN của Mĩ ngày càng tỏ rõ ko tránh khỏi thất bại cuối cùng.

- Trên thế giới xuất hiện nhiều tổ chức hợp tác mang tính khu vực: Khối thị trường chung châu Âu (EEC), cổ vũ các nước ĐNA tìm cách liên kết với nhau.

- 8.8.1967 Hiệp hội các quốc gia ĐNA (ASEAN) được thành lập tại Băng cốc (Thái Lan) với 5 nước đầu tiên : Inđônêxia, Malaixia, Philippin, Thái Lan và Xingapo.

- \* Mục tiêu của ASEAN* : là tiến hành sự hợp tác giữa các nước thành viên nhằm phát triển kinh tế và văn hóa trên tinh thần duy trì hòa bình và ổn định khu vực.

#### *\* Quá trình phát triển*

- Từ 1967 – 1975: ASEAN là tổ chức non trẻ , hợp tác lỏng lẻo, chưa có vị trí trên trường quốc tế



- Từ 1976 đến nay: ASEAN có sự khởi sắc :

- 2/ 1976 Hội nghị cấp cao họp tại Ba li (Indonesia) ký Hiệp ước thân thiện và hợp tác ở Đông Nam Á

#### **4.2.2. Các nguyên tắc hoạt động ASEAN**

- Cùng tôn trọng độc lập chủ quyền, bình đẳng toàn vẹn lãnh thổ và bản sắc dân tộc của tất cả các dân tộc.

- Không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau;

- Không sử dụng vũ lực hoặc đe dọa bằng vũ lực với nhau.

- Giải quyết các tranh chấp bằng phương pháp hòa bình

- Hợp tác phát triển có hiệu quả trong các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội.

#### **4.3. Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương (APEC)**

##### **4.3.1. Lịch sử hình thành và phát triển**

###### **\* Bối cảnh ra đời**

- *Kinh tế toàn cầu:* Sự gia tăng của quá trình toàn cầu hoá trên tất cả các lĩnh vực khiến các quốc gia trên thế giới ngày càng tăng tính phụ thuộc vào nhau. Trong khi đó, vòng đàm phán Uruguay trong khuôn khổ GATT có nguy cơ không đạt được kết quả như mong đợi, đã thúc đẩy thêm quá trình khu vực hoá với sự hình thành các khối mậu dịch khu vực lớn trên thế giới như EU, NAFTA, AFTA...

- *Kinh tế khu vực:* Khu vực châu Á, đặc biệt là Đông Á là những nền kinh tế năng động trên thế giới vào những năm 1980 có tốc độ tăng trưởng trung bình là 9-10%/năm. Mặc dù vậy, chưa có hình thức hợp tác kinh tế thương mại có hiệu quả trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương để thúc đẩy sự phát triển kinh tế.

- *Chính trị:* Sự điều chỉnh chiến lược của các quốc gia lớn vào cuối những năm 80 khi chiến tranh lạnh chấm dứt, đặc biệt là sự hội tụ về lợi ích kinh tế cũng như chính trị giữa những nước lớn dẫn tới việc hình thành một cơ cấu kinh tế thương mại trong khu vực.

- Các nước đang phát triển: (ASEAN) cũng muốn tăng cường tiếng nói trong khu vực để thúc đẩy phát triển kinh tế, nhưng không muốn làm lu mờ những cơ chế hợp tác chính trị sẵn có.

### \* Quá trình hình thành và phát triển

- Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) được 12 thành viên thuộc khu vực Châu Á-Thái Bình Dương sáng lập tại Hội nghị Bộ trưởng Ngoại giao và Kinh tế tổ chức ở Can-bê-ra tháng 11/1989 theo sáng kiến của Ôt-xtrây-li-a. Các thành viên sáng lập là Mỹ, Nhật, Ôt-xtrây-li-a, Niu Di-lân, Ca-na-đa, Hàn Quốc, Thái Lan, Phi-lip-pin, Xinh-ga-po, Bru-nây, In-đô-nê-xia và Ma-lai-xia. Tháng 11/1991 kết nạp thêm Trung Quốc, lãnh thổ Hồng Công và Đài Loan; tháng 11/1993 thêm Pa-pua Niu Ghi-nê, Mê-hi-cô; tháng 11/1994 thêm Chi-lê và tạm ngừng thời hạn xét kết nạp thành viên trong 3 năm; đến tháng 11/1998 kết nạp thêm Việt Nam, Nga và Pê-ru, đồng thời APEC quyết định tạm ngừng thời hạn xem xét kết nạp thành viên mới thêm 10 năm nữa để củng cố tổ chức. Đến nay có thêm 9 nền kinh tế đã xin gia nhập APEC là: Ấn Độ, Pa-kit-xtan, Ma Cao, Mông Cổ, Pa-na-ma, Cô-lôm-bi-a, Xri-lan-ca, Ê-cua-đo, Cốt-xta-ri-ca. Trong số ba thành viên ASEAN chưa phải là thành viên của APEC, Cam-pu-chia và Lào đã thông qua Việt Nam bày tỏ mong muốn gia nhập APEC. Năm 2007 khi thời hạn ngừng kết nạp thành viên mới hết hiệu lực, APEC sẽ thảo luận vấn đề kết nạp thành viên mới.

- Như vậy, cho đến thời điểm này, APEC có 21 thành viên, chiếm khoảng 52% diện tích lãnh thổ, 59% dân số, 70% nguồn tài nguyên thiên nhiên trên thế giới và đóng góp khoảng 57% GDP toàn cầu và hơn 50% thương mại thế giới.

- Nội dung hoạt động xoay quanh 3 trụ cột chính là tự do hoá thương mại và đầu tư, tạo thuận lợi cho thương mại và đầu tư, và hợp tác kinh tế kỹ thuật với các chương trình hành động tập thể (CAP) và chương trình hành động quốc gia (IAP) của từng thành viên.

Nói cách khác, mục tiêu của APEC không phải là để xây dựng một khối thương mại, một liên minh quan thuế hay một khu vực mậu dịch tự do như kiểu EU, NAFTA hay

AFTA, mà là một diễn đàn kinh tế mở, nhằm xúc tiến các biện pháp kinh tế, thúc đẩy thương mại và đầu tư giữa các nền kinh tế thành viên trên cơ sở hoàn toàn tự nguyện trong khi thực sự mở cửa đối với tất cả các nước và khu vực khác.

#### **4.3.2. Nguyên tắc hoạt động của APEC**

4 nguyên tắc chủ đạo của APEC:

- Bình đẳng và tôn trọng lẫn nhau
- Hỗ trợ và 2 bên cùng có lợi
- Quan hệ đối tác chân thành và theo tình thân xây dựng
- Mọi quyết định được đưa ra trên cơ sở nhất trí chung.

Hoạt động của APEC được điều tiết bởi 9 nguyên tắc cơ bản: Toàn diện; phù hợp với các nguyên tắc tổ chức thương mại thế giới; đảm bảo môi trường đồng; không phân biệt đối xử, đảm bảo công khai minh bạch hóa; lấy mức độ bảo hộ hiện tại làm mốc; vận dụng linh hoạt; tiến trình tự do hóa, thuận lợi hóa thương mại và đầu tư, hợp tác.

### **CÂU HỎI ÔN TẬP**

Câu 1. Xu hướng toàn cầu hóa kinh tế quốc tế trải qua mấy giai đoạn. Nêu đặc trưng chủ yếu của hội nhập quốc tế về thương mại.

Câu 2. Hãy nêu cơ hội và thách thức của hội nhập quốc tế về thương mại đối với Việt Nam.

Câu 3. Hãy phân tích tác động của hội nhập quốc tế về thương mại đến nền kinh tế Việt Nam

Câu 4. Giới thiệu các tổ chức và diễn đàn kinh tế thương mại quốc tế Việt Nam tham gia

## **CHƯƠNG 3**

### **QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 3 là chương giới thiệu các nội dung về bản chất và đặc trưng của quan hệ thương mại để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### **1. Về kiến thức:**

Trình bày và hiểu được bản chất, đặc trưng của quan hệ thương mại, trình bày được quan hệ thương mại trực tiếp và gián tiếp, tổ chức các quan hệ thương mại

##### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 3**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 3**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

- + Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)
- + Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG:**

### **1. Bản chất và đặc trưng của quan hệ thương mại**

#### **1.1. Tính tất yếu của quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp**

Quản lý có hiệu quả quá trình kinh doanh thương mại đòi hỏi phải thiết lập hợp lý các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp nhằm trao đổi kết quả của hoạt động sản xuất – kinh doanh. Trong đó nhiệm vụ cơ bản là mua sắm các yếu tố đầu vào cho sản xuất và tiêu thụ sản phẩm dịch vụ.

Cơ sở hình thành các quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp là sự phân công lao động xã hội. Phân công lao động xã hội thực sự cần thiết phải trao đổi sản phẩm giữa các đơn vị sản xuất kinh doanh với nhau.

Quan hệ kinh tế trong thương mại là tổng thể mối quan hệ lẫn nhau về kinh tế, tổ chức và pháp luật phát sinh giữa các doanh nghiệp trong quá trình mua bán hàng hóa, dịch vụ.. Theo nghĩa rộng, quan hệ kinh tế trong thương mại thực chất là hệ thống các quan hệ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp về sự vận động của hàng hóa, dịch vụ trong những điều kiện kinh tế - xã hội nhất định.

#### **1.2. Đặc trưng của quan hệ thương mại**

- Quan hệ thương mại là một loại quan hệ kinh tế. Nó chứa đựng các yếu tố tài sản, tổ chức và quản lý.

- Quan hệ thương mại giữa các doanh nghiệp mang tính chất hàng hóa tiền tệ. Nói cách khác, các quan hệ kinh tế đó trong thương mại được tiền tệ hóa.

- Quan hệ thương mại là quan hệ bình đẳng, hai chiều.

- Hệ thống các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp biểu hiện quan hệ hợp tác, tôn trọng lẫn nhau và cùng có lợi.

#### **1.3. Hệ thống các quan hệ thương mại**

Toàn bộ các mối quan hệ kinh tế phát sinh giữa các doanh nghiệp trong quá trình mua bán hàng hóa, dịch vụ tạo thành một hệ thống các quan hệ thương mại trong nền kinh tế quốc dân. Cùng với sự phát triển của nền sản xuất xã hội, tiến bộ khoa học kỹ thuật và phân công lao động xã hội, các hình thức quan hệ kinh tế thương mại được hình thành và phát triển nhiều hình thành và phát triển nhiều mức độ khác

nhau. Xu hướng các mối quan hệ kinh tế trong thương mại ngày càng trở nên phức tạp là do:

- Quy mô sản xuất kinh doanh ngày càng lớn làm cho quá trình mua bán hàng hóa ngày càng trở lên khó khăn và phức tạp hơn.

- Mở rộng danh mục sản phẩm sản xuất, kinh doanh, ngày càng xuất hiện nhiều sản phẩm mới trong nền kinh tế.

- Gia tăng số lượng các doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế làm cho sự trao đổi sản phẩm mở rộng hơn và sâu sắc hơn.

- Sự phát triển sản xuất kinh doanh trên những vùng mới làm cho thay đổi sơ đồ ghép giữa các doanh nghiệp vốn đã hình thành từ trước.

- Chuyên môn hóa sản xuất phát triển.

## **2. Quan hệ thương mại trực tiếp và gián tiếp**

### **2.1. Quan hệ thương mại trực tiếp**

Quan hệ thương mại trực tiếp là quan hệ mua bán hàng hóa, dịch vụ mà trong đó các vấn đề cơ bản về kinh tế, tổ chức và pháp luật được thỏa thuận trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

Trong nền kinh tế thị trường, quan hệ thương mại trực tiếp giữa các doanh nghiệp đảm bảo cho sản xuất phù hợp với nhu cầu thị trường, cho phép thống nhất được những cố gắng của các doanh nghiệp trong việc giải quyết các vấn đề thuộc tiên bộ khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành, nâng cao cạnh tranh của sản phẩm đảm bảo quá trình mua bán vật tư, hàng hóa và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp tốt hơn.

Kinh nghiệm của các doanh nghiệp chuyển sang quan hệ thương mại trực tiếp cho thấy nhiều ưu điểm lớn của mối quan hệ này đối với việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

**Thứ nhất**, người sản xuất có điều kiện đảm bảo cho quá trình sản xuất được tiến hành được nhịp nhàng và giảm thời gian ngừng sản xuất do thiếu vật tư hàng hóa hoặc vật tư hàng hóa mua về chậm.

**Thứ hai**, nâng cao chất lượng hàng hóa mua bán, cải tiến công nghệ sản xuất ở các doanh nghiệp nhờ có nguyên nhiên liệu, thiết bị và bán thành phẩm với chất lượng cao.

**Thứ ba**, hình thành hợp lý lực lượng dự trữ sản xuất ở các hộ tiêu dùng, giảm dự trữ và cải tiến cơ cấu dự trữ.

**Thứ tư**, giảm chi phí lưu thông hàng hóa nhờ giảm bớt khâu trung gian về bốc xếp, bảo quản, sử dụng hợp lý phương tiện vận tải, bao bì.

**Thứ năm**, nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm nhờ đó mà nâng cao được sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

**Thứ sáu**, thiết lập các mối quan hệ thương mại trực tiếp ổn định và lâu dài cho phép tạo được thị trường tiêu thụ ổn định cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.

## **2.2. Quan hệ thương mại gián tiếp**

Quan hệ thương mại gián tiếp là quan hệ giữa người sản xuất và người tiêu dùng cuối cùng phải qua một hoặc một số khâu trung gian.

Hình thức mua bán qua tổ chức kinh doanh thương mại có những ưu điểm sau:

- Nó cho phép đơn vị tiêu dùng mua bán với số lượng vừa đủ cho tiêu dùng sản xuất, vào bất kỳ thời điểm nào khi phát sinh nhu cầu cho sản xuất nhờ đó đơn vị tiêu dùng sử dụng có hiệu quả hơn đồng vốn của mình, giảm chi phí kho tàng, bảo quản hàng hóa ở doanh nghiệp.

- Bảo đảm đồng bộ vật tư hàng hóa cho. Quan hệ kinh tế qua tổ chức kinh doanh thương mại cho phép đơn vị tiêu dùng mua bán một lúc được nhiều hàng hóa khác nhau, với số lượng và thời gian phù hợp với yêu cầu sản xuất.

- Cho phép thực hiện hoạt động dịch thương mại tốt hơn.

## **3. Tổ chức các quan hệ thương mại**

### **3.1. Đơn hàng**

Lập đơn hàng là một trong những công việc khởi đầu của tổ chức hợp lý các mối quan hệ kinh tế. Quá trình lên đơn hàng được coi là việc xác định nhu cầu về tất



cả các quy cách, chủng loại hàng hóa, dịch vụ cần thiết, số lượng đơn đặt mua từng quy cách, chủng loại, thời hạn nhận hàng.

Lập đơn hàng là giai đoạn công tác hết sức quan trọng trong quá trình kế hoạch hóa thương mại và tổ chức các mối quan hệ kinh tế.

Muốn lập đơn hàng chính xác, cần dựa vào nhiệm vụ sản xuất sản phẩm theo mặt hàng cụ thể, mức tiêu dùng vật tư cụ thể, mức tiêu dùng vật tư cụ thể, định mức dự trữ sản xuất, lượng vật tư tồn kho thực tế và mức sản phẩm dở dang... Phương pháp được sử dụng chủ yếu là phương pháp trực tiếp.

Nhiệm vụ quan trọng trong công tác lập đơn hàng là chọn và đặt mua những loại vật tư hàng hóa có hiệu quả kinh tế cao, tức là những vật tư hàng hóa sử dụng cho phép giảm phế liệu, phế phẩm, tiết kiệm lao động, giảm chi phí máy móc thiết bị, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm, bảo vệ môi trường.

### **3.2 Tổ chức các mối quan hệ thương mại**

Tổ chức các mối quan hệ thương mại là quá trình ghép nối các doanh nghiệp với nhau trong mua bán hàng hóa, dịch vụ. theo nghĩa rộng hơn, tổ chức các mối quan hệ thương mại thực chất là quá trình thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại. Đây là khâu đầu tiên của việc tổ chức các mối quan hệ thương mại nhằm thực hiện các kế hoạch thương mại trong nền kinh tế quốc dân.

Nhiệm vụ chủ yếu của quá trình ghép nối là:

- Phối hợp có hiệu quả các loại phương tiện trong vận chuyển hàng hóa và phân phối hợp lý luồng hàng giữa các phương tiện đó.
- Bảo đảm tổng quãng đường vận chuyển ngắn nhất cho mỗi loại phương tiện vận tải.
- Bảo đảm giá thành vận chuyển và các chi phí liên quan khác nhỏ nhất, nâng cao được khả năng cạnh tranh trong mua bán hàng hóa.
- Không ngừng mở rộng và củng cố các mối quan hệ kinh tế trực tiếp, dài hạn giữa các doanh nghiệp nhằm tạo thị trường tiêu thụ ổn định.

## **4. Cơ sở pháp lý của các quan hệ thương mại**

### **4.1. Hợp đồng mua bán hàng hóa**

Hợp đồng mua bán hàng hóa là một loại hợp đồng kinh tế, do đó, trước hết, nó phải tuân thủ quy định của pháp luật về hợp đồng kinh tế. Hợp đồng mua bán hàng hóa là sự thỏa thuận bằng văn bản có tính chất pháp lý được hình thành trên cơ sở một cách bình đẳng, tự nguyện giữa các chủ thể nhằm xác lập, thực hiện và chấm dứt quan hệ trao đổi hàng hóa.

Hợp đồng mua bán hàng hóa được biểu hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc xác lập bằng hành vi cụ thể. Đối với các loại hợp đồng mua bán hàng hóa mà pháp luật quy định phải được lập thành văn bản thì phải tuân theo các quy định đó; điện báo, telex, fax, thư điện tử và các hình thức thông tin điện tử khác cũng được coi là hình thức văn bản.

Hợp đồng mua bán hàng hóa phải có các nội dung chủ yếu sau: Tên hàng, số lượng, quy cách, chất lượng, giá cả, phương thức thanh toán, địa điểm và thời hạn giao hàng. Ngoài các nội dung chủ yếu trên, các bên có thể thỏa thuận các nội dung khác trong hợp đồng.

Hợp đồng mua bán hàng hóa được coi là đã ký kết kể từ thời điểm các bên có mặt ký vào hợp đồng.

Người bán phải giao hàng đúng số lượng, chất lượng, quy cách, bao bì và đúng thời hạn theo thỏa thuận trong hợp đồng.

Trường hợp chất lượng hàng hóa không được xác định cụ thể trong hợp đồng thì người bán phải giao hàng có chất lượng trung bình của loại hàng hóa đó được lưu thông trên thị trường tại thời điểm giao hàng.

Người bán có thể ủy quyền cho người thứ ba thực hiện nghĩa vụ giao hàng nếu được người mua chấp nhận.

Người bán chỉ có thể giao hàng trước thời hạn, giao hàng từng phần khi có sự thỏa thuận trong hợp đồng hoặc khi được người mua chấp nhận.

Người bán có quyền ngừng giao hàng trong trường hợp sau: a, nếu người mua vi phạm điều khoản thanh toán đã thỏa thuận trong hợp đồng thì người bán có quyền ngừng giao hàng cho đến khi người mua thực hiện xong việc thanh toán; b, nếu trước

thời điểm giao hàng người mua bị tuyên bố phá sản hoặc mất khả năng thanh toán thì người bán có quyền không giao hàng hoặc định đoạt số hàng này.

Người bán nhận tiền bán hàng theo thỏa thuận trong hợp đồng mua bán hàng hóa.

Người mua phải thực hiện các công việc cần thiết để người bán giao hàng, kể cả việc hướng dẫn gửi hàng.

Người mua có quyền chưa thanh toán toàn bộ hoặc một phần tiền mua hàng nếu khi nhận hàng phát hiện thấy hàng bị hư hỏng có khuyết tật và chỉ thanh toán khi người bán đã xử lý.

Người mua có quyền giữ lại toàn bộ hoặc một phần tiền mua hàng nếu có bằng chứng về việc người bán lừa gạt hoặc không có khả năng giao hàng hoặc hàng này đang là đối tượng tranh chấp giữa người bán với người thứ 3.

#### **4.2. Hợp đồng mua bán ngoại thương**

Hợp đồng ngoại thương hay còn gọi là hợp đồng mua bán quốc tế hoặc hợp đồng xuất nhập khẩu là sự thỏa thuận giữa những đương sự có trụ sở kinh doanh ở các nước khác nhau, theo đó một bên gọi là bên xuất khẩu (bên bán) có nghĩa vụ chuyên vào quyền sở hữu của một bên khác gọi là bên nhập khẩu (bên mua) một tài sản nhất định gọi là hàng hóa, bên mua có nghĩa vụ nhận hàng và chuyển tiền.

Chủ thể của hợp đồng ngoại thương có trụ sở kinh doanh ở các nước khác nhau.

Đối tượng của hợp đồng mua bán ngoại thương là tài sản được đem ra mua bán, tài sản này trở thành hàng hóa.

Nội dung của hợp đồng là toàn bộ nghĩa vụ của các bên xung quanh việc chuyển giao quyền sở hữu về hàng hóa từ người bán sang người mua, xung quanh việc làm thế nào để người bán lấy được tiền và người mua nhận được hàng...

#### **+ Đặc điểm của hợp đồng mua bán ngoại thương:**

- Chủ thể của hợp đồng mua bán ngoại thương là người mua và người bán phải có cơ sở kinh oanh đăng ký tại hai quốc gia khác nhau.

- Hàng hóa là đối tượng mua bán của hợp đồng được di chuyển ra khỏi biên giới quốc gia.

- Đồng tiền thanh toán có thể là ngoại tệ đối với một bên hoặc đối với cả hai bên.

Điều kiện hiệu lực của hợp đồng mua bán ngoại thương:

- Chủ thể của hợp đồng mua bán ngoại thương phải hợp pháp

- Nội dung của hợp đồng phải hợp pháp; điều này được thể hiện trên hai vấn đề:

+ ***Nội dung của hợp đồng phải đầy đủ.***

- Hợp đồng không được chứa đựng những điều khoản trái với pháp luật của nước người mua và nước người bán.

- Hình thức của hợp đồng mua bán ngoại thương phải đảm bảo tính hợp pháp.

- Hợp đồng mua bán ngoại thương phải được ký trên cơ sở tự nguyện của các bên tham gia mới có hiệu lực.

### **TÓM TẮT CHƯƠNG 3**

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Bản chất và đặc trưng của quan hệ thương mại
- Quan hệ thương mại trực tiếp và gián tiếp
- Tổ chức các quan hệ thương mại
- Cơ sở pháp lý của các quan hệ thương mại

### **CÂU HỎI ÔN TẬP**

Câu 1: Trình bày bản chất và đặc trưng của quan hệ thương mại

Câu 2: Trình bày khái niệm quan hệ trực tiếp và gián tiếp

Câu 3: Trình bày nội dung hợp đồng mua bán hàng hóa và mua bán ngoại thương

## **CHƯƠNG 4**

### **DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 4 là chương giới thiệu các nội dung về khái niệm, đặc điểm, vai trò của dịch vụ, các loại hình dịch vụ thương mại, tổ chức các hoạt động dịch vụ và các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả dịch vụ; đồng thời nghiên cứu một số hoạt động dịch vụ cơ bản để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### **1. Về kiến thức:**

Trình bày được khái niệm, đặc điểm và vai trò của dịch vụ; các loại hình dịch vụ, tổ chức các hoạt động dịch vụ và các chỉ tiêu đánh giá, nắm được một số hoạt động dịch vụ cơ bản.

##### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 4**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 4) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 4 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 4**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 4**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG:**

### **1. Khái quát dịch vụ, đặc điểm và vai trò của dịch vụ**

#### **1.1. Khái niệm về dịch vụ**

+ Các Mác cho rằng: dịch vụ là con đẻ của nền kinh tế sản xuất hàng hóa, khi mà kinh tế hàng hóa phát triển mạnh, đòi hỏi một sự lưu thông trôi chảy, thông suốt, liên tục để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của con người thì dịch vụ phát triển.

+ Theo lý thuyết kinh tế học: dịch vụ là một loại sản phẩm kinh tế, không phải là vật phẩm mà là công việc của con người dưới hình thái lao động thể lực, kiến thức và kỹ năng chuyên nghiệp, khả năng tổ chức và thương mại.

Theo cách chung nhất có 2 cách hiểu như sau:

+ Theo nghĩa rộng: dịch vụ được coi là lĩnh vực kinh tế thứ 3 trong nền kinh tế quốc dân (ngoài công nghiệp và nông nghiệp còn lại là dịch vụ, ở các nước công nghiệp phát triển thì dịch vụ chiếm trên 60%)

+ Theo nghĩa hẹp, dịch vụ là những hoạt động tiếp tục, hỗ trợ, khuyến khích trưng cho quá trình kinh doanh bao gồm các hoạt động trước, trong, và sau khi bán, là phần mềm của sản phẩm được cung cấp cho khách hàng.

#### **1.2. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ**

+ Là sản phẩm vô hình, chất lượng dịch vụ rất khó đánh giá vì nó chịu nhiều yếu tố tác động như người bán, người mua và cả thời điểm mua bán dịch vụ đó.

+ Là sản phẩm vô hình, dịch vụ có sự khác biệt về chi phí so với các sản phẩm vật chất.

+ Sản xuất và tiêu dùng dịch vụ diễn ra đồng thời, nên cung cầu dịch vụ không thể tách rời nhau mà phải tiến hành cùng một lúc.

+ Dịch vụ không thể cất trữ trong kho, làm phần đệm điều chỉnh sự thay đổi nhu cầu thị trường như các vật phẩm khác...

#### **1.3. Vai trò của dịch vụ**

Dịch vụ nói chung và dịch vụ thương mại nói riêng có vai trò to lớn:

- Nó giúp cho doanh nghiệp bán được nhiều hàng, thu được nhiều lợi nhuận.

- Rút ngắn thời gian mua hàng của người tiêu dùng, đẩy nhanh tốc độ lưu chuyển hàng hóa, tiền tệ.
- Lập nên hàng rào chắn ngăn cản sự xâm nhập của đối thủ cạnh tranh.
- Giúp việc phát triển thị trường và giữ thị trường ổn định,
- Làm thay đổi căn bản cơ cấu nền kinh tế quốc dân, thể hiện trình độ văn minh thương mại.

## **2. Các loại hình dịch vụ thương mại**

### **2.1. Dịch vụ trong lĩnh vực lưu thông bổ sung (mang tính sản xuất)**

- + Bán hàng và vận chuyển hàng hóa theo yêu cầu của khách (hay còn gọi là hình thức mua hàng không mang vác)
- + Chuẩn bị hàng hóa trước khi bán và đưa nó vào sử dụng.
- + Dịch vụ kỹ thuật khách hàng.
- + Dịch vụ cho thuê máy móc, thiết bị.
- + Dịch vụ giao nhận hàng hóa.

### **2.2. Dịch vụ trong lĩnh vực lưu thông thuần túy (thương mại thuần túy)**

- + Dịch vụ chào hàng.
- + Dịch vụ quảng cáo:
  - Báo chí
  - Radio
  - Vô tuyến truyền hình, băng hình.
  - Quảng cáo bằng áp phích.
  - Bao bì và nhãn hàng hóa.
  - Quảng cáo qua bưu điện
  - Biển đề tên và cơ sở kinh doanh
  - Tủ kính quảng cáo
  - Bầy hàng ở nơi bán hàng
  - Quảng cáo qua người bán
- + Hội chợ
- + Dịch vụ tư vấn ghép mối người sản xuất, người tiêu dùng.



+ Dịch vụ giám định hàng hóa.

### **3. Tổ chức các hoạt động dịch vụ và các chỉ tiêu đánh giá**

#### **3.1. Tổ chức các hoạt động dịch vụ**

Để tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp phải tổ chức tốt các hoạt động dịch vụ cả trước, trong và sau khi bán hàng:

Các dịch vụ trước khi bán: nhằm chuẩn bị thị trường tiêu thụ, khuyến khích thanh toán, gây chú ý của khách.

Các dịch vụ trong khi bán hàng: nhằm chứng minh sự hiện hữu của doanh nghiệp và khách hàng, thể hiện sự tôn trọng và tạo dựng niềm tin cho khách hàng.

Các dịch vụ sau khi bán hàng: nhằm tái tạo nhu cầu của khách hàng, kéo khách hàng trở lại với doanh nghiệp và qua khách hàng để quảng cáo miệng cho doanh nghiệp.

Để thực hiện các hoạt động dịch vụ trong sản xuất kinh doanh người ta thường tổ chức thực hiện các hoạt động dịch vụ hoặc là các doanh nghiệp độc lập chuyên thực hiện các hoạt động dịch vụ cho khách hàng.

#### **3.2. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả dịch vụ**

- + Chi phí cho một giờ dịch vụ
- + Giá trị thực hiện dịch vụ
- + Mức độ đáp ứng nhu cầu dịch vụ

#### **3.3. Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ**

Để có thể đánh giá chất lượng dịch vụ cần thực hiện những vấn đề sau:

+ Nguyên tắc đánh giá:

- Cần so sánh, đối chiếu chính bản thân họ với những thể hiện bên ngoài hơn là so sánh với các công ty khác.
- Cần đi sâu vào thực chất vấn đề hơn là đơn thuần chỉ xem xét các chi phí tài chính kế toán để tìm những chi phí phát sinh.
- Thiết lập được một hệ thống đánh giá bao quát tất cả các chi phí.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 4**

Trong chương này, một số nội dung chính như sau

- Khái quát dịch vụ, vai trò, đặc điểm dịch vụ
- Các loại hình dịch vụ thương mại
- Tổ chức các hoạt động dịch vụ và các chỉ tiêu đánh giá
- Vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại

### **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4**

Câu 1: Trình bày khái niệm, vai trò, đặc điểm dịch vụ

Câu 2: Trình bày các loại hình dịch vụ

Câu 3: Trình bày các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả dịch vụ

Câu 4: Trình bày phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ

## **CHƯƠNG 5**

### **HẠCH TOÁN KINH DOANH TRONG THƯƠNG MẠI**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 5 là chương giới thiệu các nội dung về bản chất của hạch toán trong kinh doanh thương mại, nguyên tắc của hạch toán trong kinh doanh, quản lý doanh thu, chi phí và lợi nhuận, vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### **1. Về kiến thức:**

Trình bày được bản chất, đặc điểm hạch toán kinh doanh, nguyên tắc của hạch toán trong kinh doanh, quản lý doanh thu, chi phí và lợi nhuận, vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại.

##### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 5**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 5) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 5 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 5**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 5**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- + Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- + Năng lực tự chủ và trách nhiệm:
  - Trong quá trình học tập, người học cần:
  - Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
  - Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
  - Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
  - Nghiêm túc trong quá trình học tập.
- Phương pháp:
- + Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)
- + Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG:**

### **1. Bản chất hạch toán kinh doanh trong thương mại – dịch vụ**

#### **1.1. Bản chất hạch toán kinh doanh**

Hạch toán kinh doanh vừa là phạm trù kinh tế vừa là hệ thống các phương pháp tính toán kết quả và hiệu quả kinh doanh ở các doanh nghiệp và được xem như tổng thể các phương pháp kinh tế trong quản lý kinh doanh.

Hạch toán kinh doanh bao hàm quá trình hình thành thu nhập của các doanh nghiệp, sự bù đắp chi phí, trên cơ sở đó hình thành và sử dụng lợi nhuận.

#### **1.2. Đặc điểm hạch toán kinh doanh**

Đặc điểm nổi bật là chế độ hạch toán được thực hiện ở các doanh nghiệp hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực phân phối và lưu thông hàng hóa. Điều này quyết định đặc điểm về vốn kinh doanh, thu nhập, cơ cấu thu nhập, chi phí và lợi nhuận của các doanh nghiệp thương mại.

- Lợi nhuận chủ yếu từ hoạt động bán hàng và các dịch vụ
- Chi phí lưu thông của các doanh nghiệp thương mại được quy định bởi những đặc trưng về hoạt động của doanh nghiệp có liên quan đến việc thay đổi hình thái giá trị hàng hóa hay tăng thêm chính giá trị của hàng hóa trong lưu thông.

### **2. Nguyên tắc của hạch toán trong kinh doanh**

#### **2.1. Đảm bảo quyền tự chủ trong kinh doanh**

Hạch toán kinh doanh sẽ mất hết ý nghĩa nếu như quyền tự chủ kinh doanh của các doanh nghiệp không được xác lập. Nguyên tắc tự chủ trong kinh doanh đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự chịu trách nhiệm trước pháp luật, trước nhà nước, trước bạn hàng, trước tập thể lao động về mọi hoạt động kinh doanh của mình. Song nguyên tắc này cho phép doanh nghiệp thương mại được chủ động trong hoạt động sản xuất kinh doanh thể hiện trên các mặt như: chủ động trong việc xây dựng, thực hiện kế hoạch kinh doanh, mặt hàng kinh doanh, chủ động về vốn kinh doanh, chủ động cân đối nguồn lực, chủ động trong tuyển lựa và bố trí lao động, chủ động trong phân phối kết quả kinh doanh.

#### **2.2. Lấy thu bù chi, đảm bảo có lãi**

Mỗi doanh nghiệp thương mại khi thực hiện hạch toán kinh doanh đều phải đảm bảo nguyên tắc lấy thu bù chi đảm bảo có lãi. Trong cơ chế thị trường, lợi nhuận là mục tiêu kinh doanh của các doanh nghiệp. Vì vậy, tự trang trải, tự bù đắp để kinh doanh có lãi là vấn đề cơ bản của kinh doanh. Đó là yêu cầu khách quan để các doanh nghiệp tồn tại trong cạnh tranh và có thể tiếp tục mở rộng kinh doanh.

### **2.3. Thực hiện chế độ khuyến khích vật chất và trách nhiệm vật chất**

Nguyên tắc này có vị trí quan trọng và chính nó tạo ra động lực trong kinh doanh. Thực hiện chế độ khuyến khích vật chất và trách nhiệm vật chất đòi hỏi phải sử dụng phạm trù tiền lương, tiền thưởng, lợi nhuận để kích thích người lao động. Sự quan tâm vật chất của các doanh nghiệp thương mại thể hiện ở việc sử dụng hợp lý các nguồn thu nhập, giá cả hàng hóa, dịch vụ, phân phối và sử dụng hợp lý lợi nhuận được tạo ra. Điều này được thực hiện đến từng người lao động bằng cách thiết lập mối quan hệ trực tiếp giữa kết quả lao động và thù lao lao động cho họ, thông qua lương, khen thưởng và các loại khuyến khích vật chất khác

### **2.4. Giám đốc bằng tiền**

Giám đốc bằng tiền là sử dụng quan hệ tiền tệ để theo dõi quá trình kinh doanh của doanh nghiệp qua đó kiểm tra việc thực hiện các chỉ tiêu kinh tế. giám đốc bằng tiền được thực hiện qua các cơ quan tài chính ngân hàng và qua việc đánh giá hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp để thực hiện trên các mặt như: Tình hình mua, bán hàng hóa, tình hình dự trữ, tình hình chi phí kinh doanh, vốn kinh doanh và lợi nhuận của doanh nghiệp,...

## **3. Quản lý doanh thu, chi phí và lợi nhuận**

### **3.1. Doanh thu**

- + Doanh thu từ hoạt động kinh doanh
- + Doanh thu từ hoạt động khác

### **3.2. Chi phí kinh doanh**

- + Chi phí hoạt động kinh doanh
- + Chi phí hoạt động khác

### **3.3. Lợi nhuận**

$$P = DT - CP$$

## **4. Vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại**

### **4.1. Vốn lưu động – thành phần và cơ cấu**

Vốn lưu động biểu hiện bằng tiền của tài sản lưu động và vốn lưu thông.

Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả của vốn lưu động:

- + Số lần chu chuyển của vốn lưu động
- + Số ngày của một vòng quay vốn lưu động
- + Tỷ suất sinh lợi vốn lưu động
- + Số vốn lưu động tiết kiệm được

### **4.2. Vốn cố định – thành phần và cơ cấu**

Vốn cố định biểu hiện bằng tiền của tài sản cố định. Vốn này dùng để xây dựng và trang bị các loại tài sản cố định khác nhau của doanh nghiệp.

Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định

- + Chỉ tiêu cơ cấu TSCĐ
- + Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng TSCĐ
- + Tỷ suất sinh lời của TSCĐ

### **4.3. Bảo toàn và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh ở doanh nghiệp thương mại**

- Bảo toàn và phát triển vốn là nghĩa vụ của doanh nghiệp để tạo điều kiện cho doanh nghiệp ổn định và phát triển kinh doanh có hiệu quả, tăng thu nhập cho người lao động và làm nghĩa vụ với ngân sách Nhà Nước.

- Việc đánh giá khả năng bảo toàn vốn của doanh nghiệp được tiến hành bằng cách so sánh số vốn hiện có của doanh nghiệp với số vốn doanh nghiệp phải bảo toàn theo ký kết giao nhận vốn hoặc theo kỳ trước.

- Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại phụ thuộc rất nhiều vào hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh. Vì vậy các doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cần áp dụng các biện pháp sau:

+ Đẩy mạnh khối lượng hàng hóa, dịch vụ bán ra trên cơ sở nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã sản phẩm...

+ Tối thiểu hóa chi phí trong hoạt động sản xuất kinh doanh như: Giảm chi phí vận chuyển, bảo quản và hao hụt hàng hóa. Không gây ứ đọng hàng hóa trên cơ sở tính toán tối ưu lượng dự trữ hàng hóa. Đồng thời nâng cao hiệu suất sử dụng máy móc thiết bị về mặt số lượng, thời gian, công suất.

+ Tăng cường công tác quản lý tài chính ở doanh nghiệp.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 5**

Trong chương này, một số nội dung chính như sau

- Bản chất của hạch toán trong kinh doanh thương mại
- Nguyên tắc của hạch toán trong kinh doanh
- Quản lý doanh thu, chi phí và lợi nhuận
- Vốn kinh doanh của doanh nghiệp thương mại



## **CHƯƠNG 6**

### **HIỆU QUẢ KINH DOANH THƯƠNG MẠI**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 6 là chương giới thiệu các nội dung về khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại, hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại, biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### **1. Về kiến thức:**

Trình bày được khái niệm, phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại, hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại, biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại

##### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 6**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 6) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 6 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 6**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 6**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- + Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- + Năng lực tự chủ và trách nhiệm:
  - Trong quá trình học tập, người học cần:
  - Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
  - Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
  - Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
  - Nghiêm túc trong quá trình học tập.
- Phương pháp:
- + Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)
- + Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG:**

### **1. Khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại**

#### **1.1. Khái niệm**

Ở tầm vĩ mô, hiệu quả kinh tế của một hiện tượng kinh tế là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu xác định.

Ở doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh thương mại phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại thông qua những chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật đặc trưng được xác định bằng tỉ lệ so sánh giữa các đại lượng phản ánh kết quả đạt được về kinh doanh với các đại lượng phản ánh chi phí đã bỏ ra hoặc nguồn lực đã được huy động vào lĩnh vực kinh doanh thương mại.

#### **1.2. Phân loại hiệu quả kinh doanh**

##### ***a. Hiệu quả kinh doanh cá biệt và hiệu quả kinh tế - xã hội***

Hiệu quả kinh doanh cá biệt là hiệu quả thu được từ hoạt động thương mại của từng doanh nghiệp, của từng thương vụ kinh doanh. Biểu hiện chung của hiệu quả kinh doanh cá biệt là doanh lợi mà mỗi doanh nghiệp đạt được và đó chính là hiệu quả kinh doanh cho từng doanh nghiệp

Hiệu quả kinh tế - xã hội mà thương mại mang lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của hoạt động thương mại vào việc phát triển sản xuất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng năng xuất lao động xã hội, tích lũy ngoại tệ, tăng thu cho ngân sách, giải quyết việc làm, cải thiện đời sống nhân dân,...

##### ***b. Hiệu quả của chi phí bộ phận và chi phí tổng hợp***

Bản thân mỗi loại chi phí trên có thể phân chia chi tiết theo những tiêu thức nhất định. Do đó khi đánh giá hiệu quả kinh doanh của hoạt động thương mại cần phải đánh giá hiệu quả tổng hợp của các loại chi phí. Đó là đòi hỏi cần thiết giúp cho công tác quản lý kinh doanh tìm được hướng giảm chi phí cá biệt và giảm chi phí tổng hợp nhằm tăng hiệu quả kinh tế.

##### ***c. Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh***

Hiệu quả tuyệt đối là 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.

Hiệu quả so sánh được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án với nhau.

Giữa hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh mặc dù độc lập với nhau song chúng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, bổ sung cho nhau và làm căn cứ của nhau. Thật vậy, trên cơ sở của hiệu quả tuyệt đối, người ta sẽ xác định được hiệu quả so sánh, từ hiệu quả so sánh sẽ xác định được phương án tối ưu.

## **2. Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại**

### **2.1. Tiêu chuẩn hiệu quả kinh doanh**

Đại lượng biểu hiện mối tương quan giữa kết quả thu được trong hoạt động thương mại với chi phí bỏ ra mới chỉ là đặc trưng về mặt lượng của hiệu quả kinh doanh.

Lợi nhuận là chỉ tiêu hiệu quả, là nguồn kích thích vật chất của bất cứ hoạt động thương mại nào.

Tiêu chuẩn hiệu quả kinh doanh thương mại được biểu hiện thông qua một hệ thống các chỉ tiêu, mỗi chỉ tiêu phản ánh một mặt nào đó trong hoạt động kinh doanh thương mại và chúng có một ý nghĩa kinh tế nhất định. Có thể nói, 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 doanh thương mại.

### **2.2. Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh thương mại**

#### ***a. Ý nghĩa của chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh***

Để tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh nào cũng đều phải tập hợp các phương tiện vật chất cũng như con người và thực hiện sự kết hợp giữa lao động với các yếu tố vật chất để tạo ra kết quả phù hợp với ý đồ của doanh nghiệp và từ đó có thể tạo ra lợi nhuận

Để đạt được mục tiêu lợi nhuận, quản trị doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Hiệu quả kinh doanh là một trong các công cụ để các nhà quản trị thực hiện chức năng quản trị của mình.

Việc xem xét và tính toán hiệu quả kinh doanh không những chỉ cho biết việc sản xuất đạt được ở trình độ nào mà còn cho phép các nhà quản trị phân tích, tìm ra các nhân tố để đưa ra các biện pháp thích hợp trên hai phương diện tăng kết quả và giảm chi phí kinh doanh, nhằm nâng cao hiệu quả.

***b. Những chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh trong phạm vi doanh nghiệp***

- Tổng lợi nhuận thu được trong kỳ
- Mức doanh lợi trên doanh thu bán hàng

$$P1 = P/DS$$

P1: Mức doanh lợi của doanh nghiệp trong kỳ

P: Lợi nhuận doanh nghiệp thực hiện trong kỳ

DS: Doanh thu bán hàng thực hiện của doanh nghiệp trong kỳ

- Mức doanh lợi trên vốn kinh doanh

$$P2 = P/VKD$$

P2: Mức doanh lợi của vốn kinh doanh trong kỳ

VKD: Tổng vốn kinh doanh trong kỳ

- Mức doanh lợi trên chi phí kinh doanh

$$P3 = P/Cfkd$$

P3: Mức doanh lợi của chi phí kinh doanh trong kỳ

Cfkd: Tổng chi phí kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ

- Năng suất lao động bình quân của một lao động

$$W = DT/LĐbq$$

W: năng suất lao động bình quân của một lao động trong kỳ

DT: Doanh thu thực hiện trong kỳ

TN: thu nhập

LĐbq: Tổng số lao động bình quân của doanh nghiệp trong kỳ

***c. Một số chỉ tiêu cho hoạt động xuất khẩu***

- Tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu

$$Hxk = DTxk/CPxk$$

Hxk: Tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu

DT<sub>xk</sub>: Doanh thu ngoại tệ do xuất khẩu

CP<sub>xk</sub>: Chi phí bản tệ chi ra cho xuất khẩu

- Tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu

$$H_{nk} = DT_{nk}/C_{pnk}$$

H<sub>nk</sub>: Tỷ suất ngoại tệ nhập khẩu

DT<sub>nk</sub>: Doanh thu ngoại tệ do nhập khẩu

C<sub>pnk</sub>: Chi phí bằng ngoại tệ do nhập khẩu

- Tỷ suất ngoại tệ xuất nhập khẩu liên kết

$$H_{lk} = H_{xk} \times H_{nk}$$

### **3. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh thương mại**

#### **3.1. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp**

- Mọi tài nguyên trên trái đất là hữu hạn và ngày càng khan hiếm và cạn kiệt do con người khai thác và sử dụng chúng.

- Dân cư ở từng vùng, quốc gia và toàn thế giới ngày càng tăng, nhu cầu tiêu dùng của con người thì lại không giới hạn. Không có sự giới hạn ở sự phát triển của các loại cầu, ở từng loại cầu cũng không có giới hạn mà càng có chất lượng cao càng tốt. Do vậy của cải đã khan hiếm lại càng khan hiếm.

- Điều kiện đủ cho sự lựa chọn kinh tế là cùng với sự phát triển của kỹ thuật sản xuất thì càng ngày người ta càng tìm ra nhiều phương pháp để chế tạo sản phẩm.

- Sự lựa chọn kinh tế của các doanh nghiệp trong cơ chế kinh tế khác nhau là không giống nhau

- Hoạt động kinh doanh trong cơ chế thị trường, môi trường cạnh tranh gay gắt, nâng cao hiệu quả kinh doanh của hoạt động sản xuất là điều kiện tồn tại và phát triển của doanh nghiệp

- Trong nền kinh tế thị trường thì các doanh nghiệp phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển.

#### **3.2 Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại**

- Doanh nghiệp phải chủ động sáng tạo, hạn chế những khó khăn, phát triển những thuận lợi để tạo ra môi trường hoạt động có lợi.

- Nâng cao hiệu quả quản trị kinh doanh của doanh nghiệp
  - Xây dựng chiến lược kinh doanh phải gắn liền với thị trường
  - Tối ưu hóa lực lượng sản xuất
  - Nâng cao năng lực quản lý, tổ chức điều hành và trình độ đội ngũ lao động của doanh nghiệp.
- Áp dụng kỹ thuật tiên tiến và đầu tư đổi mới công nghệ theo hướng hiện đại.

### **TÓM TẮT CHƯƠNG 6**

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại
- Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại
- Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại

### **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 6**

Câu 1: Trình bày khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh thương mại

Câu 2: Hệ thống chỉ tiêu và phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại

Câu 3: Nêu các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Hoàng Đức Thân (2002), *Giáo trình Kinh tế các ngành thương mại dịch vụ*, NXB Thống kê.

[2]. Trương Đình Chiến (2008), *Quản trị kênh phân phối*, NXB Đại học KTQD

[3]. James M.Comer (2005), *Quản trị bán hàng*, NXB tổng hợp TP HCM.

[4]. Một số website: Chính phủ <http://www.chinhphu.vn>

Bộ Công thương <http://www.moit.gov.vn/>

Tổng cục Thống kê <http://www.gso.gov.vn/>

Bộ kế hoạch và Đầu tư: <http://www.mpi.gov.vn/>

Bộ Tài chính <http://www.mof.gov.vn>