



TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Chủ biên: PGS.TS. Hà Văn Sự

GIÁO TRÌNH KINH TẾ THƯƠNG MẠI ĐẠI CƯƠNG



**NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ
HÀ NỘI - 2015**

LỜI NÓI ĐẦU

Giáo trình Kinh tế thương mại đại cương được biên soạn nhằm trang bị những kiến thức cơ bản và cốt lõi, mang tính tổng quan về kinh tế thương mại cho sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại, cũng như các chuyên ngành đào tạo khác của Trường Đại học Thương mại.

Giáo trình Kinh tế thương mại đại cương do PGS.TS. Hà Văn Sự làm chủ biên và tập thể các giảng viên trong Bộ môn Kinh tế thương mại thuộc Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học Thương mại thực hiện, đặc biệt là sự tham gia trực tiếp biên soạn của các giảng viên:

- 1) PGS.TS. Hà Văn Sự (Chủ biên và biên soạn các chương: Chương 1; Chương 5; Chương 7; Tham gia biên soạn chương 2);*
- 2) TS. Ngô Xuân Bình (Chương 2; Chương 3);*
- 3) TS. Thân Danh Phúc (Chương 4);*
- 4) ThS. Nguyễn Minh Phương (Tham gia biên soạn Chương 3);*
- 5) ThS. Dương Hoàng Anh (Chương 6).*

Giáo trình Kinh tế thương mại đại cương được xuất bản lần đầu, các nội dung trong giáo trình có sự kế thừa, tiếp thu từ các tập bài giảng: Bài giảng Kinh tế thương mại (1997) của Bộ môn Quản trị doanh nghiệp Khách sạn - Du lịch; Bài giảng Kinh tế thương mại đại cương (2006) của Bộ môn Kinh tế thương mại do TS. Ngô Xuân Bình làm chủ biên.

Trong quá trình biên soạn, chúng tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Khoa học - Đối ngoại, Khoa Kinh tế - Luật, Bộ môn Kinh tế thương mại của Trường Đại học Thương mại đã động viên và tạo điều kiện về mọi mặt để nhóm tác giả hoàn thành giáo trình này. Chúng tôi cũng xin cảm ơn những góp ý để bổ sung và hoàn thiện các nội dung giáo trình của các nhà khoa học trong và ngoài trường.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, song giáo trình chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót, tập thể tác giả và Bộ môn Kinh tế thương mại mong nhận được những góp ý của các nhà khoa học, đồng nghiệp và bạn đọc. Thư góp ý xin gửi về: Bộ môn Kinh tế thương mại, Khoa Kinh tế - Luật, Trường Đại học thương mại.

Chủ biên
PGS.TS. HÀ VĂN SỰ

MỤC LỤC

	Trang
LỜI NÓI ĐẦU	3
Chương 1. ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC	5
1.1. ĐỐI TƯỢNG VÀ NỘI DUNG NGHIÊN CỨU CỦA MÔN HỌC	5
1.1.1. Đối tượng nghiên cứu của môn học	5
1.1.2. Nội dung nghiên cứu của môn học	7
1.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA MÔN HỌC	8
1.3. VỊ TRÍ CỦA MÔN HỌC	10
Chương 2. BẢN CHẤT VÀ CHỨC NĂNG CỦA THƯƠNG MẠI	11
2.1. CƠ SỞ RA ĐỜI VÀ PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI	11
2.1.1. Cơ sở ra đời của trao đổi	11
2.1.2. Quá trình phát triển của trao đổi và sự ra đời của thương mại	14
2.2. BẢN CHẤT KINH TẾ VÀ PHÂN LOẠI THƯƠNG MẠI	17
2.2.1. Bản chất kinh tế của thương mại	17
2.2.2. Phân loại thương mại	20
2.3. CÁC CHỨC NĂNG CỦA THƯƠNG MẠI	25
2.3.1. Chức năng chung của thương mại	25
2.3.2. Các chức năng cụ thể của thương mại	26
TÀI LIỆU THAM KHẢO	29
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	30

Chương 3. NHỮNG TÁC ĐỘNG CỦA THƯƠNG MẠI	31
3.1. CƠ SỞ LUẬN VÀ PHÂN LOẠI TÁC ĐỘNG CỦA THƯƠNG MẠI	31
3.1.1. Cơ sở luận nghiên cứu tác động của thương mại	31
3.1.2. Phân loại tác động của thương mại	33
3.2. NHỮNG TÁC ĐỘNG VỀ KINH TẾ CỦA THƯƠNG MẠI	37
3.2.1. Thương mại đối với tăng trưởng kinh tế	37
3.2.2. Thương mại đối với vấn đề chuyển dịch cơ cấu kinh tế	39
3.2.3. Thương mại đối với cán cân thanh toán quốc tế	42
3.2.4. Thương mại đối với những vấn đề kinh tế khác	43
3.3. NHỮNG TÁC ĐỘNG VỀ XÃ HỘI CỦA THƯƠNG MẠI	44
3.3.1. Tác động của thương mại đến các vấn đề văn hóa	44
3.3.2. Tác động của thương mại đến các vấn đề luật pháp	46
3.2.3. Tác động của thương mại đến các vấn đề chính trị	47
3.4. NHỮNG TÁC ĐỘNG VỀ MÔI TRƯỜNG CỦA THƯƠNG MẠI	51
3.4.1. Tác động của thương mại đến tài nguyên thiên nhiên	52
3.4.2. Thương mại đối với vấn đề rác thải và ô nhiễm môi trường sinh thái	53
TÀI LIỆU THAM KHẢO	54
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	55
Chương 4. THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ	56
4.1. BẢN CHẤT VÀ CÁC PHƯƠNG THỨC MUA BÁN CHỦ YẾU TRONG THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ	56
4.1.1. Bản chất của thương mại hàng hóa	56
4.1.2. Những đặc điểm cơ bản của thương mại hàng hóa	60
4.1.3. Các phương thức mua bán chủ yếu trong thương mại hàng hóa	64

4.2. CUNG, CẦU VỀ HÀNG HOÁ VÀ DỰ TRỮ TRONG LƯU THÔNG	73
4.2.1. Cung, cầu về hàng hóa	73
4.2.2. Dự trữ trong lưu thông	81
4.2.3. Chi phí lưu thông hàng hóa	85
4.3. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ	88
4.3.1. Kết quả hoạt động thương mại hàng hóa	88
4.3.2. Xu hướng phát triển thương mại hàng hóa	90
TÀI LIỆU THAM KHẢO	94
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	94
Chương 5. THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ	96
5.1. BẢN CHẤT VÀ VAI TRÒ CỦA THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ	96
5.1.1. Khái niệm và phân loại thương mại dịch vụ	96
5.1.2. Vai trò của thương mại dịch vụ	102
5.2. CÁC PHƯƠNG THỨC CUNG ỨNG TRONG THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ	107
5.2.1. Các phương thức cung ứng trong thương mại dịch vụ nói chung	107
5.2.2. Các phương thức cung ứng trong thương mại dịch vụ quốc tế	108
5.3. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM CÓ TÍNH ĐẶC THÙ CỦA THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ	110
5.3.1. Đặc điểm về đối tượng trao đổi, cung ứng trong thương mại dịch vụ	110
5.3.2. Đặc điểm của quá trình sản xuất, lưu thông và tiêu dùng dịch vụ	111
5.3.3. Đặc điểm về chủ thể trao đổi trong thương mại dịch vụ	111
5.3.4. Đặc điểm về cung dịch vụ trên thị trường	112
5.3.5. Đặc điểm về cầu dịch vụ trên thị trường	114

5.3.6. Đặc điểm về quan hệ cung - cầu, cạnh tranh và giá cả trên thị trường dịch vụ	115
5.3.7. Đặc điểm dễ tạo ra những rào cản cho quá trình tự do hóa thương mại	115
5.4. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ	117
5.4.1. Xu hướng tăng nhanh quy mô và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu thương mại của các quốc gia	117
5.4.2. Xu hướng ngày càng gia tăng tỷ trọng những loại dịch vụ sử dụng hàm lượng tri thức, công nghệ cao	118
5.4.3. Xu hướng thay đổi phương thức cung ứng dịch vụ	119
5.4.4. Xu hướng phát triển thương mại dịch vụ quốc tế	120
TÀI LIỆU THAM KHẢO	123
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	123
Chương 6. LỢI THẾ SO SÁNH VÀ HỘI NHẬP KINH TẾ THƯƠNG MẠI	125
6.1. NHỮNG LÝ THUYẾT VỀ LỢI THẾ SO SÁNH TRONG THƯƠNG MẠI	125
6.1.1. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối (Adam Smith)	126
6.1.2. Lý thuyết lợi thế so sánh (David Ricardo)	128
6.1.3. Lý thuyết ưu đãi nhân tố sản xuất (Heckscher - Ohlin)	130
6.1.4. Một số lý thuyết thương mại quốc tế hiện đại	132
6.2. TOÀN CẦU HÓA VÀ SỰ RA ĐỜI CỦA WTO	139
6.2.1. Bản chất và xu hướng toàn cầu hóa kinh tế thương mại	139
6.2.2. Sự ra đời và các hiệp định thương mại cơ bản của WTO	144
6.3. HỘI NHẬP KINH TẾ THƯƠNG MẠI	161
6.3.1. Bản chất và các hình thức hội nhập kinh tế thương mại	161
6.3.2. Hội nhập kinh tế thương mại của các nước đang phát triển	165

TÀI LIỆU THAM KHẢO	167
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	168
Chương 7 . NGUỒN LỰC VÀ HIỆU QUẢ KINH TẾ THƯƠNG MẠI	169
7.1. NGUỒN LỰC THƯƠNG MẠI	169
7.1.1. Khái niệm và phân loại nguồn lực thương mại	169
7.1.2. Vai trò của nguồn lực đối với sự phát triển thương mại	173
7.1.3. Nguồn lực lao động phát triển thương mại	175
7.1.4. Nguồn lực tài chính phát triển thương mại	180
7.1.5. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phát triển thương mại	184
7.2. HIỆU QUẢ KINH TẾ THƯƠNG MẠI	187
7.2.1. Bản chất và phân loại hiệu quả kinh tế thương mại	187
7.2.2. Phương pháp và hệ thống chỉ tiêu xác định hiệu quả kinh tế thương mại	191
7.2.3. Nâng cao hiệu quả kinh tế thương mại	195
7.3. KHAI THÁC VÀ SỬ DỤNG NGUỒN LỰC THƯƠNG MẠI THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG	197
7.3.1. Bản chất và những tiêu chí cơ bản của phát triển bền vững	197
7.3.2. Sự cần thiết và những nguyên tắc cơ bản nhằm khai thác và sử dụng nguồn lực thương mại theo hướng phát triển bền vững	199
TÀI LIỆU THAM KHẢO	202
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	202

GIÁO TRÌNH **KINH TẾ THƯƠNG MẠI ĐẠI CƯƠNG**

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc - Tổng Biên tập

ThS. ĐỖ VĂN CHIẾN

Biên tập:

THÚY HẰNG - VƯƠNG LAM

Trình bày:

TRẦN KIÊN - MAI ANH - DŨNG THẮNG

In 1000 cuốn khổ 16 × 24 cm tại NXB Thống kê - In Hồng Việt, Cầu Diễn, Hà Nội.

Số xác nhận ĐKXB: 278-2015/CXBIPH/04-04/TK

do Cục Xuất bản, In và Phát hành cấp ngày 03/2/2015

QĐXB số 12/QĐ-XBTK ngày 09/2/2015 của Giám đốc - Tổng Biên tập NXB Thống kê

In xong và nộp lưu chiểu Quý 1 năm 2015.