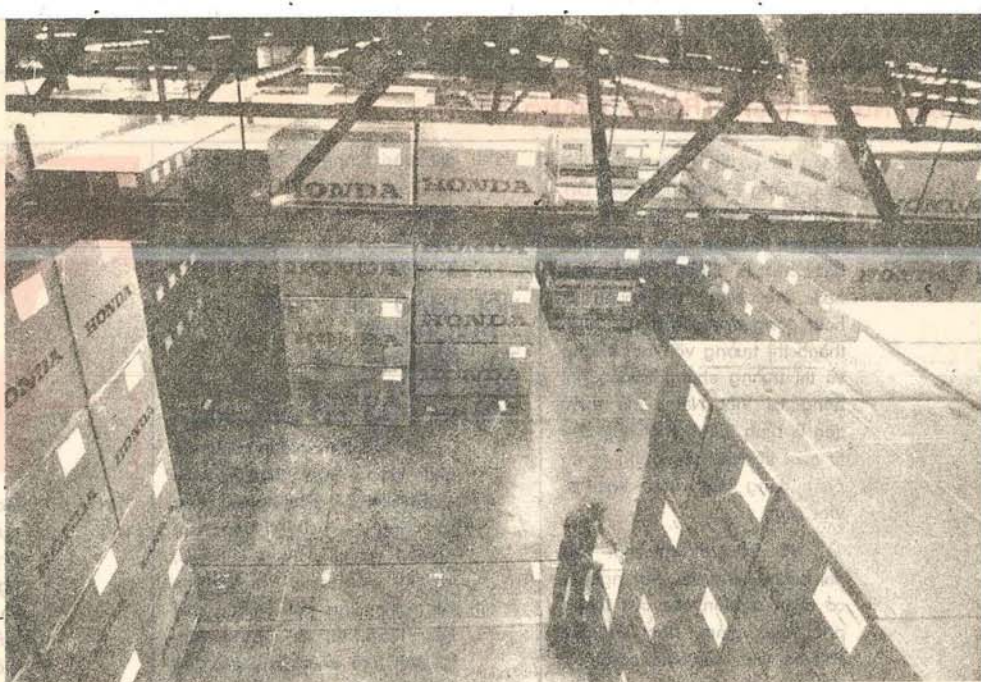


NGOẠI THƯƠNG NHẬT BẢN



□ Ngô Công Thành
(Tiến sĩ Khoa học
kinh tế thương mại và đối ngoại.)

Nước Nhật là nước từ đống tro tàn, sau chiến tranh thế giới lần thứ 2, vươn lên thành một cường quốc kinh tế với thu nhập bình quân đầu người 23.190 đô-la năm 1988, chỉ sau Thụy Sĩ (27.581 đô-la) và Ai-xơ-len (23.936 đô-la) trong 24 nước thuộc tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế Châu Âu (OECD) trong khi Mỹ chỉ đạt 19.558 đô-la và Tây Đức 19.581 đô-la đầu người.

Vì sao là một nước bị chiến tranh tàn phá nặng nề, khan hiếm tài nguyên, khoáng sản, Nhật lại đạt được những thành tích thần kỳ như vậy? Theo chúng tôi, Nhật đã thực hiện nhiều chính sách phát triển đúng, phù hợp, chú trọng đến chiến lược con người một cách toàn diện, sử dụng tư bản tiết kiệm, có trọng tâm và tất nhiên, Nhật đã có chiến lược ngoại thương xác đáng.

Trong ngoại thương, bạn hàng lớn nhất của Nhật là Mỹ. Năm 1989, Mỹ chiếm đến 33,9% giá trị xuất khẩu và 22,9% giá trị nhập khẩu của Nhật. Lượng hàng nhập khẩu từ Nhật trong những năm gần đây có xu hướng tăng, còn lượng hàng xuất khẩu qua Nhật lại có xu hướng giảm. Trong năm 1989, Nhật đã xuất khẩu qua Mỹ 24,8% máy móc, thiết bị, chiếm 17,6% giá trị hàng xuất khẩu của Nhật.

Nhật Bản là nước nhập khẩu sản phẩm nông nghiệp lớn nhất trên thế giới; trong năm 1988 đã nhập từ Mỹ 9,9 tỷ đô-la hàng nông sản.

Những năm gần đây, Nhật rất chú tâm phát triển ngoại thương với các nước Châu Á, đặc biệt là các quốc gia NIC gồm Nam Triều Tiên, Đài Loan, Hồng Kông và Singapore. Trong năm 1989, lượng hàng của các quốc gia NIC chiếm 12,9% giá trị hàng xuất của Nhật.

Nếu xếp theo thứ tự thì Nam Triều Tiên là bạn hàng thứ hai, Đài Loan là bạn hàng thứ 4 của Nhật. Thông thường Nhật nhập từ các quốc gia NIC nguyên liệu thô và xuất qua đó những máy móc, thiết bị điện tử cao cấp.

Trung Quốc được xếp là bạn hàng thứ 5; năm 1989 Trung Quốc chiếm 3,1% giá trị hàng xuất khẩu và 5,3% giá trị hàng nhập khẩu của Nhật. Hơn nữa ngoại thương của hai nước đang có xu hướng tăng nhanh.

Các nước thuộc Cộng đồng châu Âu chiếm 17,4% giá trị hàng xuất khẩu và 13,4% giá trị hàng nhập khẩu trong năm 1989 của Nhật. Tây Đức là bạn hàng thứ 3 của Nhật sau Mỹ và Nam Triều Tiên.

Liên Xô là nước có tỷ trọng худон bán với Nhật rất thấp so với khả năng hiện có; trong năm 1989, Liên Xô chỉ chiếm có 1,1% giá trị hàng xuất và 1,4% giá trị hàng nhập của Nhật.

Các nước Đông Âu chỉ chiếm có 0,2% và 0,4% giá trị hàng xuất, nhập khẩu của Nhật, mặc dù đã có những cải cách cơ bản về ngoại thương ở các nước đó.

Đối với các nước Trung Đông, trong năm 1989, Nhật Bản phải nhập siêu; nếu xuất sang các nước đó lượng hàng chiếm 3,1% giá trị xuất khẩu, thì Nhật phải nhập nhiên liệu, hàng hoá chiếm 10,9% giá trị nhập khẩu. Cán cân thâm hụt đến 14,5 tỷ đô-la.

Australia được tính là bạn hàng thứ 6, chiếm 2,8% giá trị xuất khẩu và 5,5% giá trị nhập khẩu của Nhật.

Ngoại thương của Nhật Bản và Việt Nam càng ngày càng phát triển nhanh

chóng. Mặc dù lệnh cấm vận của Mỹ đối với Việt Nam vẫn còn hiệu lực, Nhật vẫn là bạn hàng thứ hai của nước ta sau Liên Xô.

Nghiên cứu chiến lược phát triển ngoại thương của Nhật Bản, chúng tôi rút ra một số kết luận cơ bản sau:

1. Kinh tế nước Nhật phát triển nhanh chóng nhờ ngoại thương phát triển đúng hướng, thích hợp. Chiếm lĩnh thị trường thế giới, độc quyền kinh doanh bằng phương pháp nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu sản xuất ra những mặt hàng mới phù hợp với nhu cầu tiêu dùng "lãi ít, bán hàng nhiều" là phương hướng kinh doanh, cạnh tranh của Nhật.

2. Trong ngoại thương, Nhật Bản có chính sách mặt hàng rất tinh vi và có sự thuyết phục: chỉ tập trung ở một số mặt hàng mũi nhọn, sản xuất và xuất khẩu theo nguyên tắc: "hàng có chất lượng cao nhất phải để lại phục vụ cho dân Nhật"; đối với một số mặt hàng cao cấp, sản xuất, xuất khẩu theo kiểu: "hoàn thiện, nhưng không hoàn hảo", thí dụ, radio -cassette nếu có đồng hồ báo thức, lại không có bộ phận Autoreverse... để kích thích nhu cầu của người tiêu dùng.

3. Nhật Bản đã đào tạo một đội ngũ chuyên gia thị trường, tài chính có chất lượng cao, vừa có trình độ thương lượng, ký kết hợp đồng, vừa biết giữ chữ tín trong kinh doanh, nên họ đã chiếm lĩnh được thương trường quốc tế...

Phát triển ngoại thương là điều kiện cần thiết để phát triển nền kinh tế của nước ta trong giai đoạn hiện nay. Chúng ta nên tham khảo cách làm ăn của Nhật, đặc biệt phải học những phương pháp đào tạo những nhà doanh nghiệp cho kinh tế thị trường của họ.

NCT.