

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Trần Tiến Quỳnh

Cùng với những thành tựu về phát triển kinh tế, thương mại Việt Nam cũng ngày càng phát triển cả về phạm vi, qui mô và trình độ tổ chức kinh doanh. Nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam chiếm thị phần cao trên thị trường thế giới. Đồng thời, thị trường bán lẻ trong nước cũng được đánh giá là có mức độ hấp dẫn lớn, thu hút sự đầu tư của các nhà phân phối nước ngoài đã và đang tích cực đầu tư vào thị trường phân phối nước ta. Các loại hình kinh doanh bán lẻ hiện đại gia tăng nhanh chóng, nhất là tại các thành phố lớn...

Những thành tựu đạt được:

- Về quy mô và tốc độ tăng trưởng thương mại: Thương mại trong nước

và xuất, nhập khẩu đều tăng trưởng và phát triển nhanh. Kim ngạch xuất khẩu đã tăng từ mức 340 triệu USD năm 1986 lên con số 114,6 tỷ USD năm 2012. Việt Nam đã đạt được lợi thế so sánh đối với xuất khẩu các sản phẩm chế biến công nghệ thấp, hàng nông sản và nguyên liệu thô.

- Về chất lượng tăng trưởng thương mại: Thương mại nội địa của Việt Nam đã có một thời gian dài đạt tốc độ tăng trưởng cao và bền vững; Góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế đất nước nói chung và sự phát triển của các ngành kinh tế nói riêng. Cơ cấu thương mại theo thành phần kinh tế thay đổi toàn diện và sâu sắc, cả ở thương mại trong nước và xuất, nhập khẩu, theo hướng tăng nhanh

sự tham gia của thành phần kinh tế ngoài nhà nước; Sự xuất hiện và phát triển nhanh của loại hình thương mại hiện đại bên cạnh thị trường truyền thống cùng với sự gia nhập của các nhà phân phối nước ngoài đã mang lại diện mạo mới cho hệ thống phân phối hàng hóa theo hướng văn minh, hiện đại, phù hợp với xu thế của thế giới và hội nhập kinh tế quốc tế, phục vụ tốt hơn cho nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng trong nước.

Về phát triển bền vững gắn với bảo vệ môi trường và xã hội: Phát triển thương mại cao và ổn định trong thời gian qua đã góp phần tăng trưởng kinh tế nhanh và ổn định; Sự phát triển thương mại bền vững gắn với bảo vệ môi trường và





xã hội trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đã được nhìn nhận một cách đầy đủ và được xác định như là một nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu.

Tuy nhiên, cùng với sức phát triển nhanh của hoạt động thương mại, nhiều mặt hạn chế và yếu kém cũng đang bộc lộ ngày càng rõ nét hơn như: sức cạnh tranh của doanh nghiệp còn yếu kém, sản phẩm trên thị trường xuất khẩu chưa đa dạng, chất lượng chưa cao... Chất lượng tăng trưởng của thương mại, mới chú trọng về chỉ tiêu số lượng, chưa coi trọng những ảnh hưởng tiêu cực của thương mại đối với xã hội và môi trường, duy trì quá lâu mô hình tăng trưởng theo chiều rộng, chưa chú trọng đúng mức việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều sâu. Đặc biệt, trong tiến trình tự do hóa thương mại diễn ra nhanh chóng như hiện nay, tăng trưởng thương mại dựa trên tự do hóa đang chạm ngưỡng tới hạn. Cụ thể:

- Về quy mô và tốc độ tăng trưởng thương mại: Cơ cấu thương mại chưa hợp lý, chưa hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hiệu quả kinh tế - xã hội chưa cao; Chuyển dịch cơ cấu xuất, nhập khẩu và hoạt

động của hệ thống phân phối trong nước còn nhiều bất cập.

- Về phát triển kết cấu hạ tầng thương mại: Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại bán buôn ở nước ta hiện nay vẫn chủ yếu là loại hình chợ truyền thống có qui mô loại I và II; Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng bán lẻ ở nước ta vẫn phổ biến là các loại hình bán lẻ truyền thống. Các loại hình kết cấu hạ tầng bán lẻ hiện đại phát triển khá nhanh với nhiều loại hình khác nhau, nhất là ở các đô thị lớn, nhưng chủ yếu có qui mô nhỏ và chưa hoàn toàn mang tính hiện đại; Môi trường pháp lý, cơ sở hạ tầng về thanh toán điện tử hiện vẫn là hạn chế lớn nhất trong phát triển thương mại điện tử hiện nay.

- Về chất lượng phát triển thương mại: Tốc độ tăng trưởng và chất lượng tăng trưởng thương mại chưa thật ổn định; Những biến động thị trường thế giới tác động lớn đến sự phát triển của thương mại, đặc biệt là hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa; Chất lượng tăng trưởng hoạt động thương mại vẫn chưa thực sự vững chắc; Hoạt động xuất khẩu hàng hóa chưa thể hiện xu thế công nghiệp hóa, còn thâm dụng ở mức độ lớn tài nguyên thiên nhiên; Giá

trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu còn thấp; Tình trạng nhập siêu vẫn có xu hướng tăng cao mà chưa tìm ra được giải pháp hữu hiệu; Nhập khẩu hàng hóa công nghệ lạc hậu, công nghệ thấp vẫn còn phổ biến, gây ra những hậu quả khó lường cả về mặt kinh tế và môi trường,...

- Về phát triển thương mại bền vững gắn với môi trường và xã hội: Sự phát triển của thương mại chưa thực sự góp phần vào phát triển bền vững và đảm bảo công bằng xã hội; Sự phát triển của thương mại đã ngày càng làm gia tăng phân hóa trong xã hội; Cơ hội về thu nhập và việc làm dựa vào phát triển thương mại chưa thật sự bền vững đối với nhóm xã hội dễ bị tổn thương là người nghèo, khu vực nông nghiệp; Sự phát triển thương mại bền vững vẫn chưa đảm bảo về vấn đề môi trường; Việc quản lý, thanh tra, kiểm tra và giám sát các vấn đề thương mại liên quan đến môi trường vẫn còn rất thiếu và yếu.

Một số quan điểm phát triển thương mại trong thời gian tới:

- Phát triển thương mại gắn liền với qui mô, trình độ phát triển sản xuất trong nước trong thời kỳ thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá và tham gia hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

- Gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước, vừa chú trọng phát triển thị trường trong nước vừa tiếp tục mở rộng và thâm nhập vào thị trường ngoài nước;

- Phát triển hài hòa, đồng bộ, hiện đại hoá các điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật để thực hiện các hoạt động thương mại, thực hiện các khâu trong quá trình thương mại vì mục tiêu xây dựng một nền thương mại vững mạnh và hiện đại.

- Phát triển mạnh mẽ lực lượng doanh nghiệp phân phối thuộc mọi thành phần kinh tế, kết hợp giữa yêu cầu phát triển các doanh nghiệp phân phối trong nước có qui mô lớn với yêu cầu tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ kinh doanh nhỏ tham gia thị trường.



- Tiếp tục đổi mới hoàn thiện cơ chế quản lý hoạt động phân phối, tạo động lực cho các nhà phân phối tham gia ổn định giá cả thị trường, bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, xây dựng nền thương mại văn minh hiện đại;

- Chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh, phát triển nhanh và bền vững; xây dựng, củng cố và phát triển các đối tác hợp tác chiến lược để phát triển thị trường xuất, nhập khẩu hàng hóa, kết hợp hài hòa giữa lợi ích trước mắt, đơn lẻ với lợi ích dài hạn của quốc gia, lợi ích kinh tế với lợi ích chính trị - chiến lược, từng bước nâng cao năng lực độc lập tự chủ trong hội nhập quốc tế;

- Tích cực và chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu, khuyến khích các thành phần kinh tế đẩy mạnh hoạt động kinh doanh xuất khẩu theo hướng tham gia ngày càng hiệu quả vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu,

chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu mạnh cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam;

- Tập trung cao độ mọi nguồn lực nhằm thực hiện có hiệu quả ba khâu đột phá chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và thực hiện thắng lợi các mục tiêu chiến lược phát triển thương mại, tiếp tục đổi mới và hoàn thiện các chính sách và cơ chế quản lý nhằm khuyến khích phát triển thương mại hiệu quả và bền vững, đáp ứng tốt yêu cầu bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và an sinh xã hội, phù hợp với các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia, ký kết.

Một số giải pháp phát triển thương mại:

- Hoàn thiện thể chế chính sách phát triển thương mại: Hoàn thiện khung khổ pháp lý trong lĩnh vực thương mại; Tăng cường vai trò quản lý nhà nước về thương mại; Tăng cường vai trò quản lý nhà nước ở lĩnh vực này; phát triển nguồn

nhân lực thương mại,...

- Đối với hoạt động xuất - nhập khẩu: Xây dựng chiến lược, chính sách phát triển xuất, nhập khẩu phù hợp; Đầu tư xây dựng, nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động của các thương vụ, cơ quan xúc tiến thương mại và các cơ sở kinh doanh của Việt Nam ở nước ngoài; Áp dụng chính sách hỗ trợ vốn và các chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp đầu tư kinh doanh dịch vụ logistics.

- Tăng cường năng lực thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại: Tổ chức nghiên cứu thị trường trong và ngoài nước phục vụ hoạch định chính sách xúc tiến thương mại; Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng, huấn luyện, hướng dẫn về chuyên môn nghiệp vụ; Thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại có giá trị gia tăng cao như kết hợp xúc tiến thương mại với các hoạt động quảng bá du lịch, truyền thông đại chúng, văn hóa ẩm thực,.../.

QUAN HỆ HỢP TÁC...

(Tiếp theo trang 18)

Hợp tác giáo dục và đào tạo giữa hai nước trong thời gian qua đạt được nhiều kết quả tốt đẹp. Hàng năm, Đức cấp cho Việt Nam nhiều học bổng đào tạo thạc sỹ, tiến sỹ, hiện có khoảng 300 nghiên cứu sinh Việt Nam nhận học bổng của Đức đang học tập và nghiên cứu tại Đức. Ngoài ra, các cơ quan chức năng của hai nước đang tích cực triển khai Chương trình đào tạo 85 nghiên cứu sinh/năm tại bang Hessen của Đức.

Dự án quan trọng của hai nước trong lĩnh vực này là Trường Đại học Việt- Đức, được thành lập từ tháng 9/2008 tại Tp. Hồ Chí Minh với sự hỗ trợ tích cực của Tổ chức DAAD và bang Hessen (Đức).

Trường hoạt động theo mô hình của đại học Đức và đạt chuẩn quốc tế về chất lượng. Đức cũng cam kết hỗ trợ Việt Nam xây dựng một Trung tâm dạy nghề xuất sắc trên cơ sở mô hình đào tạo nghề song ngành vốn rất thành công của Đức. Ngoài ra, Đức cũng cam kết tăng học bổng cho sinh viên Việt Nam.

Hiện nay, Việt Nam cũng là một trong ít nước ở Châu Á có chương trình hợp tác tương đối lớn với Đức về khoa học-công nghệ. Năm 2011, hai nước đã cơ bản thống nhất để sớm ký Hiệp định mới về hợp tác KHCN để tạo cơ sở pháp lý thúc đẩy hợp tác an ninh trong lĩnh vực này.

Năm 2015, Việt Nam và Đức sẽ tiến hành kỷ niệm 40 năm hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao và 04 năm quan hệ đối tác chiến lược. Vì vậy từ nay đến năm 2015, Chính phủ và nhân dân hai nước sẽ có nhiều hoạt động trên các lĩnh vực với nhiều hình thức và phạm vi phù hợp để củng cố và tăng cường mối quan hệ tốt đẹp giữa hai nước theo các mục tiêu đối tác chiến lược. Các chuyên gia kinh tế dự báo, quan hệ thương mại giữa hai nước sẽ có bước phát triển mới, tốc độ tăng trưởng kim ngạch buôn bán hai chiều bình quân 3 năm 2013-2015 được dự báo sẽ đạt trên 20%/năm (năm 2012 là trên 16%) và như vậy năm 2013 sẽ đạt 7,8 tỷ USD, năm 2014 sẽ đạt 9,3 tỷ USD và năm 2015, đạt 11,2 tỷ USD. Rõ ràng quan hệ giữa hai nước Việt Nam - CHLB Đức đang hướng tới phát triển ngày càng sâu sắc và toàn diện./.