



**BỘ CÔNG THƯƠNG**



**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ**  
*Quyết định số: 1728/QĐ-BCT*

**NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT**  
**CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG**  
**NHẪM PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG**

*Cơ quan chủ quản : Bộ Công Thương*

*Cơ quan chủ trì : Trường Cán bộ Công thương Trung Ương*

*Cơ quan thực hiện : Khoa Thương mại*

*Trường ĐH Kinh doanh & Công nghệ HN*

*Chủ nhiệm đề tài : TS. Trần Văn Hoè*

**7496**

26/8/2009



Hà Nội 2008





**BỘ CÔNG THƯƠNG**



**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ**

*Quyết định số: 1728/QĐ-BCT*

**NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT**

**CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG**

**NHÀM PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG**

*Cơ quan chủ quản : Bộ Công Thương*  
*Cơ quan chủ trì : Trường Cán bộ Công thương Trung Ương*  
*Cơ quan thực hiện : Khoa Thương mại*  
*Trường ĐH Kinh doanh & Công nghệ HN*  
*Chủ nhiệm đề tài : TS. Trần Văn Hoè*  
*Thành viên đề tài : CN. Trần Đức Minh*  
*: TS. Vũ Quang Anh*  
*: TS. Đỗ Ngọc Tước*  
*: TS. Trần Thanh Toàn*  
*: GS.TS. Tô Xuân Dân*  
*: PGS.TS. Nguyễn Văn Lịch*  
*: GS.TS. Đặng Đình Đào*  
*: ThS. Trần Việt Hưng*  
*: ThS. Nguyễn Bá Dư*

# MỤC LỤC

	i
<b>DANH MỤC BẢNG- HÌNH</b>	iii
<b>DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT</b>	iv
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	v
<b>MỞ ĐẦU</b>	1
<b>CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG</b>	7
1.1. Phát triển kinh tế bền vững và điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững	7
1.1.1. Phát triển kinh tế bền vững	7
1.1.2. Điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững	8
1.2. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường hàng hoá	11
1.2.1. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường hàng hoá đầu vào sản xuất	12
1.2.2. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường đầu ra	16
1.3. Giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hoá nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững	19
1.3.1. Điều tiết thị trường tài chính – tiền tệ trong quan hệ với thị trường hàng hoá	19
1.3.2. Điều tiết quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hoá	23
1.3.3. Cán cân thương mại và điều tiết thị trường hàng hoá	25
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG CỦA VIỆT NAM NHỮNG NĂM QUA</b>	28
2.1. Điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào sản xuất và hiệu ứng của nó đối với phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam những năm qua	28
2.1.1. Thị trường hàng hoá đầu vào Việt Nam những năm qua	28
2.1.2. Giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất Việt Nam những năm qua	31
2.2. Phân tích và đánh giá các giải pháp điều tiết thị trường tiêu dùng và tác động đến phát triển kinh tế bền vững	34
2.2.1. Thị trường hàng tiêu dùng Việt Nam những năm qua	34

2.2.2. Thực trạng điều tiết thị trường hàng tiêu dùng thời gian qua	43
2.3. Giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô hỗ trợ điều tiết thị trường hàng hoá	53
2.3.1. Giải quyết quan hệ tăng trưởng và lạm phát trong quan hệ với điều tiết thị trường hàng hoá	53
2.3.2. Tác động của nhập siêu đến phát triển kinh tế bền vững	55
2.3.3. Điều tiết thị trường tài chính – tiền tệ trong mối quan hệ với thị trường hàng hoá	60
<b>CHƯƠNG 3. CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG</b>	70
3.1. Quan điểm và định hướng điều tiết thị trường góp phần phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam	70
3.1.1. Quan điểm điều tiết thị trường hàng hoá Việt Nam những năm tới	70
3.1.2. Định hướng đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường hàng hoá Việt Nam	72
3.2. Giải pháp điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững	74
3.2.1. Giải pháp điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào sản xuất nhằm phát triển kinh tế bền vững	74
3.2.2. Giải pháp điều tiết thị trường hàng tiêu dùng nhằm kiềm chế tăng giá góp phần phát triển kinh tế bền vững	76
3.2.3. Giải quyết các vấn đề vĩ mô hỗ trợ điều tiết thị trường hàng hoá nhằm phát triển kinh tế bền vững	89
<b>KẾT LUẬN</b>	96

## DANH MỤC BẢNG – HÌNH

### **Danh mục bảng**

Bảng 2.1. Kim ngạch XNK của Việt Nam giai đoạn 1986-2007	29
Bảng 2.2. Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ phân theo thành phần kinh tế	35
Bảng 2.3. Đóng góp của thương mại hàng hoá và dịch vụ so với một số ngành trong GDP	36
Bảng 2.4. Sản lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam	37
Bảng 2.5. Kết quả xuất khẩu thuỷ sản của Việt Nam từ 2000 – 2007	39
Bảng 2.6. Cơ cấu thuỷ sản Việt Nam xuất khẩu từ 2005 – 2007	40
Bảng 2.7. Xuất khẩu thuỷ sản theo thị trường	41
Bảng 2.8. Tỷ lệ lạm phát, tốc độ tăng trưởng GDP và tỷ lệ thất nghiệp của người lao động ở khu vực đô thị từ năm 1995 – 2007	54
Bảng 2.9. Tổng hợp cán cân thương mại hàng hoá dịch vụ	56
Bảng 2.10. Chỉ số giá tiêu dùng và tỷ lệ thâm hụt thương mại	57
Bảng 2.11. Tốc độ tăng tín dụng và tăng huy động của các ngân hàng đến cuối năm 2007	61
Bảng 2.12. Kế hoạch huy động nguồn lực và định hướng đầu tư toàn xã hội	63
Bảng 2.13. Tăng trưởng đầu tư	64

### **Danh mục hình**

Hình 1.1. Vòng chu chuyển của N.Gregory Mankiw	9
Hình 2.1. Tỷ lệ lạm phát, tốc độ tăng GDP và tỷ lệ thất nghiệp	54
Hình 2.2. Tăng trưởng cung tiền so với GDP giai đoạn 2004 – 2007	62
Hình 2.3. Mức tăng tín dụng và cung tiền trong những năm gần đây	62
Hình 3.1. Quan hệ nông dân – ngân hàng – doanh nghiệp kinh doanh lương thực trên thị trường lúa gạo	84
Hình 3.2. Mô hình bán trả chậm vật tư nông nghiệp và thanh toán bằng lúa hàng hoá	85

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

1	Chỉ số giá tiêu dùng	CPI
2	Tổ chức thương mại quốc tế	WTO
3	Viện trợ phát triển nước ngoài	ODA
4	Doanh nhân Sài Gòn	DNSG
5	Đầu tư trực tiếp nước ngoài	FDI
6	Hệ số đầu tư cho tăng trưởng	ICOR
7	Ngân hàng thế giới	WB
8	Công nghiệp hoá hiện đại hoá	CNH-HĐH
9	Tổng sản phẩm quốc dân nội địa	GDP
10	Tổ chức nông lương thế giới	FAO
11	Liên minh Châu âu	EU
12	Khối lượng	KL
13	Giá trị	GT
14	Đồng bằng sông Hồng	ĐBSH
15	Đồng bằng sông Cửu Long	ĐBSCL
16	Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn	NN&PTNT
17	Các nước SNG	SNG
18	Đô la Mỹ	USD
19	Đồng Việt Nam	VND

# MỞ ĐẦU

## 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm đổi mới vừa qua, nền kinh tế Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh trên tất cả các lĩnh vực, trong đó các thị trường kinh doanh hàng hóa, dịch vụ, thị trường tài chính, thị trường bất động sản ngày càng phát triển và hoàn thiện hơn. Sự phát triển và hoàn thiện đó thể hiện trên góc độ các thị trường đã ra đời và đi vào hoạt động như thị trường chứng khoán, thị trường tiền tệ đang vận hành theo quan hệ cung cầu, thị trường vốn với thành công nổi bật là xóa bỏ bao cấp, xóa bỏ sự hỗ trợ trực tiếp từ ngân sách, chuyển sang lãi suất thỏa thuận trên cơ sở cung cầu về vốn của thị trường. Song song với những thành công đó, thương mại quốc tế phát triển mạnh thể hiện ở kim ngạch xuất nhập khẩu tăng, nền kinh tế ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Tuy nhiên, cùng với những thành công nổi bật, nền kinh tế Việt Nam đã vấp phải những vấn đề lớn cần phải giải quyết. Đó là: (1) Kinh tế tăng trưởng nhanh nhưng thiếu bền vững do những cơ sở của kinh tế, pháp lý và kỹ thuật của nền kinh tế thị trường mới được thiết lập, vẫn còn những khiếm khuyết; (2) Các thị trường mới hình thành và phát triển, thiếu cơ chế phối hợp đồng bộ nên sự chuyển từ thái cực này sang thái cực khác rất đột biến, khó dự báo; (3) Các công cụ điều tiết thị trường được các cơ quan quản lý nhà nước đưa ra mang tính riêng rẽ, thiếu phối hợp đồng bộ nên có sự tác động tích cực và tiêu cực ngược chiều nhau, triệt tiêu lẫn nhau đã cản trở sự phát triển kinh tế bền vững; (4) Do yêu cầu của tăng trưởng kinh tế, cung tiền đã tăng nhanh trong những năm qua, là một tác nhân cơ bản đẩy lạm phát lên mức hai con số và việc thực thi những giải pháp khẩn cấp để giảm cung tiền có thể gây nên những khó khăn cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, là mầm mống của suy thoái kinh tế; (5) Thị trường thế giới biến động phức tạp, giá cả tăng cao tác động vào chi phí sản xuất trong nước khi đầu vào chủ yếu nhập khẩu là một nhân tố gây tăng giá trong nước, cản trở tăng trưởng kinh tế bền vững; (6) Các doanh nghiệp Việt Nam do mục tiêu kinh doanh nên đã chạy theo những đòi hỏi ngắn hạn của thị trường mà thiếu tính chiến lược lâu dài nên đã thiếu cơ sở để bảo đảm sự phát triển ổn định; (7) Việc thực hiện các cam kết gia nhập WTO đã buộc phải mở cửa thị trường trong nước ở nhiều lĩnh vực trong khi sức đề kháng còn yếu đã buộc khu vực sản xuất kinh doanh phải đối phó bằng những giải pháp

ngắn hạn như tăng vốn nhanh, mở rộng qui mô, mở rộng hệ thống sản xuất và phân phối, v.v. mà không xét đến hậu quả là đẩy doanh nghiệp đến mức rủi ro cao, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ; (8) Do mở cửa thị trường, đồng thời do đáp ứng yêu cầu tăng trưởng nói chung, tăng trưởng xuất khẩu nói riêng, nhập khẩu đã được kích thích mạnh nên tăng lên nhanh, tăng tình trạng thâm hụt cán cân thương mại quốc tế. Tình trạng này càng trầm trọng thêm bởi sự kích thích của chính sách tỷ giá hối đoái đang thiên về khuyến khích nhập khẩu; (9) Cuối cùng, các công cụ điều tiết thị trường được thực thi còn rời rạc, thiếu đồng bộ và thường chỉ tác động đến từng loại thị trường cụ thể trong ngắn hạn nên hiệu quả chung và định hướng dài hạn còn hạn chế. Tất cả những bất cập trên đặt ra những vấn đề cần giải quyết. Thứ nhất, cần đề ra và thực hiện những giải pháp nào để điều tiết thị trường đầu vào, thị trường đầu ra (thị trường hàng tiêu dùng)? Thứ hai, cơ sở phối hợp sự phát triển giữa các thị trường và có những giải pháp cần thiết để điều tiết đồng bộ các thị trường là gì? Thứ ba, cần giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô để hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa như thế nào? Cụ thể là phải có những giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong mối quan hệ với thị trường hàng hóa để phát triển kinh tế bền vững; Giải quyết vấn đề quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế và duy trì chỉ số lạm phát ở mức hợp lý để hạn chế những “chuyển hướng đột ngột” của nền kinh tế; Việc đề ra và áp dụng những giải pháp cần thiết nhằm tạo ra sự cân bằng cán cân thương mại làm tiền đề cho phát triển kinh tế lâu dài. Xuất phát từ những vấn đề đó, chúng tôi đề xuất nghiên cứu đề tài: **“Nghiên cứu đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững”** để tập trung giải quyết các vấn đề đặt ra trên đây.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài**

Nghiên cứu lý luận và thực tiễn để đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa, dịch vụ, kinh doanh xuất nhập khẩu trong mối quan hệ với các thị trường tiền tệ, vốn nhằm kiềm chế lạm phát, góp phần phát triển kinh tế bền vững

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu:**

Nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn của vấn đề điều tiết thị trường hàng hóa, dịch vụ trong mối quan hệ với các thị trường tài chính - tiền tệ và giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô như cân bằng cán cân thanh toán quốc tế, quan hệ giữa tăng trưởng



và lạm phát nhằm đề xuất các giải pháp cơ bản bảo đảm tăng trưởng kinh tế ổn định, giảm lạm phát, điều tiết có hiệu quả các thị trường trong một định hướng chính sách thống nhất để góp phần phát triển kinh tế bền vững.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu:**

- Tập trung nghiên cứu thị trường hàng hóa và dịch vụ thương mại, các thị trường khác chỉ được nghiên cứu trong mối quan hệ với thị trường hàng hóa, dịch vụ thương mại.

- Thời hạn nghiên cứu là thực trạng điều tiết thị trường hàng hóa và các thị trường khác có liên quan trong 5 năm vừa qua, trong đó chú trọng những năm gần đây khi diễn biến của nền kinh tế Việt Nam và thế giới phức tạp, đặt ra những vấn đề bức bách cho điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững.

**4. Phương pháp nghiên cứu:** Thu thập và xử lý các dữ liệu thứ cấp sẽ được sử dụng kết hợp với phương pháp phân tích thống kê, phân tích điều tra, các bảng tính để xử lý dữ liệu và tổng hợp báo cáo nghiên cứu. Phương pháp diễn dịch và qui nạp sẽ được sử dụng khi viết các báo cáo chuyên đề và báo cáo đề tài.

### **5. Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước**

1. Sự tăng trưởng kinh tế cao nhưng thiếu bền vững đã bộc lộ rõ rệt những khiếm khuyết trong điều hành kinh tế vĩ mô liên quan đến việc hình thành đồng bộ các thị trường vận hành theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Liên quan đến đề tài, một số nghiên cứu đã đề cập đến:

- Nhóm nghiên cứu của Diễn đàn phát triển Việt Nam (VDF) trong cuốn “Tăng trưởng kinh tế Việt Nam: Những rào cản cần phải vượt qua” NXB Lý luận chính trị, 2005 đã cảnh báo về những nguyên nhân gây nên sự phát triển kinh tế thiếu bền vững của Việt Nam và nêu lên những định hướng để Việt Nam có thể khắc phục những rào cản, góp phần phát triển kinh tế bền vững.

- Các chuyên gia nghiên cứu về tăng trưởng kinh tế, chính sách tài chính - tiền tệ và sự tăng giá hàng hóa của Việt Nam ngay những năm đầu của thế kỷ XXI đã đưa ra những cảnh báo về sự phát triển thiếu bền vững do sự điều tiết kém đồng bộ các thị trường hàng hóa - dịch vụ, tài chính - tiền tệ và tín dụng. thông qua hàng loạt bài của Vũ Quang Việt (2004): “Lạm phát ở Việt Nam hiện nay và sự cần nhận lại thuyết tiền tệ”; Vũ Quang Việt (2007): “Tại sao chống lạm phát là mục tiêu hàng

đầu?"; Nguyễn Quốc Hùng (2008): “Chống lạm phát bằng chính sách tỷ giá: Một công cụ mạnh cần được phát huy hiệu quả hơn”, v.v.

- Những thảo luận của nhóm chuyên gia thuộc chương trình Châu Á, Đại học Harvard (2008): “Lựa chọn thành công, bài học từ Đông Á và Đông Nam Á cho tương lai của Việt Nam”; "Bài thảo luận chính sách vĩ mô số 1, số 2, số 3: Tình trạng bất ổn vĩ mô, Nguyên nhân và phản ứng chính sách" đã phân tích những vấn đề tiềm ẩn trong chính sách vĩ mô và phối hợp đề ra và thực thi các chính sách để bảo đảm phát triển kinh tế bền vững. Tuy nhiên, những thảo luận này chưa đi sâu vào những giải pháp cụ thể nhằm điều tiết thị trường hàng hóa - dịch vụ trong mối quan hệ với điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong bối cảnh lạm phát cao và bảo đảm được phát triển kinh tế bền vững.

- Một số đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ do các cơ quan thuộc Bộ Thương Mại (Nay là Bộ Công Thương) nghiên cứu về thị trường và các giải pháp ổn định thị trường hàng hóa nhưng không đặt trong mối quan hệ với thị trường tài chính - tiền tệ và không nằm trong bối cảnh lạm phát cao như hiện nay.

- Các tài liệu hội thảo về “Khó khăn, thách thức do biến động kinh tế vĩ mô và đề xuất của doanh nghiệp Việt Nam” do Ủy ban Kinh tế Quốc hội, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, trường Đại học Kinh tế Quốc dân phối hợp tổ chức với nhiều ý kiến của các chuyên gia trong và ngoài nước xoay quanh các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong bối cảnh lạm phát cao, khó khăn về vốn, cầu giảm và suy thoái kinh tế.

2. Về cơ sở lý luận của vấn đề bảo đảm phát triển kinh tế bền vững thông qua các chính sách kinh tế vĩ mô, nhiều tác giả đã đề cập và mổ xẻ nguyên nhân cũng như ảnh hưởng dài hạn đến nền kinh tế. Mankiw, N. G. (2004) trong cuốn Principles of macroeconomics. Cincinnati, Ohio London, South-Western, Thomson Learning đã đề cập các mối quan hệ giữa các chính sách kinh tế vĩ mô đối với tăng trưởng kinh tế. Hai nguyên nhân liên quan đến thị trường có thể gây ra lạm phát và tạo bất ổn về kinh tế là lạm phát do chi phí đẩy và lạm phát do cầu kéo đã được nhấn mạnh. Milton Friedman (1956) đã cho rằng nguyên nhân cơ bản của lạm phát và gây bất ổn kinh tế trong dài hạn là do chính sách tiền tệ: chính sách bơm thêm tiền và tín dụng nhằm đẩy mạnh tốc độ phát triển kinh tế chỉ có tác dụng ngắn hạn, về dài hạn nó vừa gây ra lạm

phát vừa dẫn đến phát triển trì trệ. Edward Prescott và Ellen R. McGrattan (2003) đã nghiên cứu mối quan hệ giữa tăng cung tiền và tăng sản lượng không tương ứng dẫn đến tăng giá cả hàng hóa - dịch vụ trên thị trường và dẫn đến suy thoái kinh tế do lượng hàng hóa tồn kho lớn trên thị trường không bán được. Như vậy, để phát triển kinh tế bền vững, vấn đề không chỉ ở chính sách điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ mà còn ở thị trường hàng hóa - dịch vụ sao cho bảo đảm mối quan hệ tương thích giữa hai nhóm thị trường này.

Tóm lại, những nghiên cứu trong và ngoài nước đều ít nhiều đề cập đến các vấn đề về thị trường và điều tiết các thị trường hàng hóa - dịch vụ, thị trường tài chính - tiền tệ nhằm tìm ra nguyên nhân của lạm phát và bất ổn kinh tế có tính chu kỳ. Tuy nhiên, một công trình đầy đủ và toàn diện gắn với thực trạng điều tiết thị trường và phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam thì cần được nghiên cứu thêm trên cơ sở thực trạng phát triển những năm qua của Việt Nam.

## **6. Những đóng góp của đề tài**

Trên cơ sở nghiên cứu một cách toàn diện từ cơ sở lý luận đến thực tiễn, đề tài sẽ đạt được những đóng góp cơ bản sau đây:

- **Đóng góp chung:** Khái quát hóa được cơ sở lý luận và thực tiễn để đề ra các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa và dịch vụ trong mối quan hệ với thị trường tài chính - tiền tệ nhằm kiềm chế lạm phát, duy trì tốc độ tăng trưởng, bảo đảm an sinh xã hội. Trên cơ sở đó, đề tài có thể đóng góp những ý tưởng cơ bản cho các nhà hoạch định chính sách để phối hợp hành động khi nghiên cứu, đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường.
- **Đóng góp cụ thể:** Trên cơ sở nghiên cứu của các chuyên đề, đề tài nhằm đạt tới một số đóng góp cụ thể trên các khía cạnh sau:
  - Đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào, thị trường tiêu dùng (thị trường đầu ra) nhằm bảo đảm sự phát triển kinh tế bền vững, giảm thiểu được sự tác động tiêu cực từ bên ngoài.
  - Chỉ rõ và giải quyết mối quan hệ giữa điều tiết thị trường hàng hóa và điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ gắn kết với các vấn đề kinh tế vĩ mô nhằm giải quyết khó khăn cho các doanh nghiệp để bảo đảm sản xuất, tiêu thụ được sản phẩm, giảm chi phí nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững.

- Nghiên cứu mối quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát để có được một quan điểm và công cụ cần thiết giải quyết tối ưu mối quan hệ này trong điều kiện nền kinh tế đang chuyển đổi và hội nhập kinh tế quốc tế. Chỉ rõ các giải pháp điều tiết thị trường phải dựa trên sự hỗ trợ của quan hệ này.

- Xem xét và đánh giá mức độ cân bằng cần thiết của cán cân thương mại quốc tế, tìm ra giải pháp giải quyết vấn đề thâm hụt cán cân thương mại trong điều kiện lạm phát cao và suy thoái kinh tế. Từ đó đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường phù hợp.

- Đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong mối quan hệ với điều tiết thị trường hàng hóa - dịch vụ, tạo ra cơ sở cho sự phát triển kinh tế ổn định do điều tiết thị trường một cách đồng bộ.

### **7. Kết cấu của đề tài**

Đề tài, ngoài phần mở đầu và kết luận, có kết cấu ba chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận nghiên cứu và đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững.

Chương 2: Thực trạng điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam những năm qua

Chương 3: Các giải pháp điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững.

# **CHƯƠNG 1:**

## **CƠ SỞ LÝ LUẬN NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT**

### **CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG**

#### **NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG**

Một nền kinh tế phát triển bền vững tất yếu phải tuân theo những qui luật của thị trường và chính thị trường sẽ là “bàn tay vô hình” điều tiết hoạt động của các chủ thể trong nền kinh tế. Tuy nhiên, tự do hóa kinh tế đem lại những lợi ích to lớn nhưng cũng vấp phải những trục trặc của nó nên đòi hỏi sự can thiệp của các chính phủ thông qua những giải pháp chính sách. Điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào và đầu ra cho các doanh nghiệp đòi hỏi chính phủ phải đề ra và thực thi những giải pháp can thiệp trực tiếp và cả những giải pháp chính sách hỗ trợ. Vấn đề là phải xác định rõ mức độ điều tiết và các giải pháp điều tiết để đạt được mục tiêu. Chương này sẽ nghiên cứu cơ sở khoa học của việc đề ra các giải pháp chính sách điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất và thị trường đầu ra, đồng thời nghiên cứu cơ sở khoa học của việc giải quyết một số vấn đề kinh tế vĩ mô khác như điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ, giải quyết quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng, thâm hụt cán cân thương mại trong mối quan hệ gắn kết và hỗ trợ cho các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa.

#### **1.1. Phát triển kinh tế bền vững và điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững.**

##### **1.1.1. Phát triển kinh tế bền vững.**

Phát triển kinh tế bền vững là trạng thái một nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao trong một thời gian dài, thành quả tăng trưởng kinh tế được phân bổ công bằng cho các thành viên trong xã hội và môi trường sống được bảo đảm. Phát triển kinh tế đề cập đến tăng trưởng kinh tế gắn liền với những thay đổi về phân phối sản lượng và cơ cấu kinh tế<sup>1</sup>. Phân phối sản lượng chính là phân phối thành quả của tăng trưởng kinh tế sao cho bảo đảm sự công bằng xã hội, nâng cao mức của cải vật chất cho những người nghèo, bảo đảm thu nhập tương ứng với năng suất lao động của những người lao động ở các lĩnh vực khác nhau. Một nền kinh tế không thể nói phát triển

---

<sup>1</sup> E.Wayne Nafziger: Kinh tế học của các nước đang phát triển, NXB Thống kê, 1998

bền vững nếu sự phân hóa giàu nghèo ngày càng tăng và tầng lớp nghèo trong xã hội nhận được ít hơn phần của cải vật chất mà đáng ra họ phải nhận được theo đóng góp lao động của họ. Thay đổi cơ cấu phản ánh bởi tỷ trọng của nông nghiệp trong GDP giảm và sự gia tăng tương ứng của công nghiệp, tài chính, xây dựng, thương mại và dịch vụ trong GDP. Sự thay đổi cơ cấu trong một nền kinh tế phát triển bền vững cũng phản ánh bởi sự gia tăng đáng kể của lao động có kỹ năng, phát triển giáo dục và những tiến bộ kỹ thuật. Tăng trưởng cao trong một thời gian dài gắn với phân phối công bằng thành quả của tăng trưởng là nội hàm cơ bản của phát triển kinh tế bền vững và các giải pháp đều phải xoay quanh điểm hạt nhân này, kể cả những giải pháp điều tiết thị trường nhằm sửa chữa những trục trặc của “bàn tay vô hình”. Cùng với tăng trưởng và công bằng xã hội, một nội dung khác của phát triển kinh tế bền vững, mang lại lợi ích chung cho cả xã hội và các thành viên của nền kinh tế là bảo vệ môi trường. Sự trục trặc giữa phát triển kinh tế và vấn đề môi trường là vấn đề vốn có của tất cả các nền kinh tế. Nhiều nền kinh tế đã đánh đổi tăng trưởng kinh tế với môi trường và một nền kinh tế mà sự điều tiết của chính phủ càng ít, nghĩa là sự điều khiển của “bàn tay vô hình” càng mạnh mẽ thì sự đánh đổi này càng rõ rệt. Vì lẽ này, không thể nói phát triển kinh tế bền vững nếu sự điều tiết không nhằm vào vấn đề bảo vệ môi trường sống cho toàn xã hội.

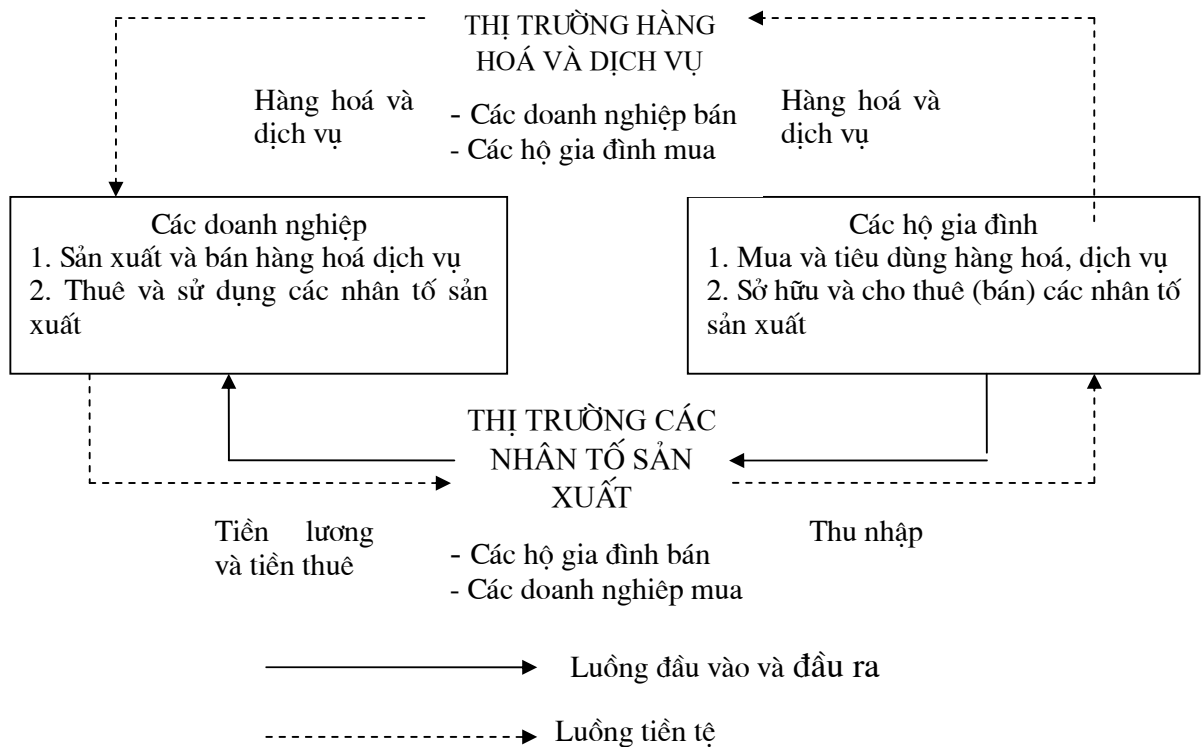
Như vậy, đề cập đến phát triển kinh tế bền vững phải giải quyết toàn diện cả ba vấn đề tăng trưởng kinh tế trong thời gian dài, phân phối lợi ích của tăng trưởng công bằng và không ngừng cải thiện môi trường sống. Giải quyết ba vấn đề đó không thể phó mặc cho “bàn tay vô hình” mà phải có sự điều tiết của chính phủ tùy thuộc vào trình độ phát triển của mỗi nền kinh tế. Trong hệ thống các giải pháp điều tiết để bảo đảm phát triển kinh tế bền vững thị trường, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa, dịch vụ có vị trí quan trọng và sẽ phát huy tác dụng cơ bản nếu giải quyết trong mối quan hệ với điều tiết các thị trường khác.

### **1.1.2. Điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững.**

Điều tiết thị trường là sử dụng hệ thống các giải pháp chính sách để tác động trực tiếp và gián tiếp đến sự tăng trưởng kinh tế, phân phối kết quả tăng trưởng và giữ gìn môi trường sống. Các giải pháp điều tiết thị trường đúng đắn và khoa học sẽ bảo đảm tăng trưởng kinh tế cao và ổn định trong thời gian dài, sự công bằng của phân

phối và môi trường sống tốt. Nếu các giải pháp chính sách điều tiết thị trường không phát huy hiệu quả tích cực thì kết quả sẽ ngược lại. Tuy nhiên, các giải pháp điều tiết thị trường nhằm tác động đến ba nội dung của phát triển kinh tế bền vững là khá phức tạp, trong giới hạn của đề tài, sẽ đề cập đến ba nhóm giải pháp điều tiết thị trường: (1) Nhóm giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào (tư liệu sản xuất); (2) Nhóm giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra (chủ yếu là tư liệu tiêu dùng); Và (3) Nhóm các giải pháp điều tiết các thị trường tài chính - tiền tệ, thị trường vốn, cân cân thanh toán quốc tế gắn kết và hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa. Tại sao lại nghiên cứu đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường trên ba nhóm vấn đề đã nêu? Sử dụng biểu đồ vòng chu chuyển của N.Gregory Mankiw (Hình 1.1) sẽ cho thấy cơ sở khoa học của vấn đề.

**Hình 1.1: Vòng chu chuyển của N.Gregory Mankiw**



Hình 1.1 cho thấy vòng chu chuyển của các loại hàng hóa qua các chủ thể của nền kinh tế mặc dù đã bỏ qua nhiều chi tiết phức tạp hơn và thực tế hơn như vai trò của chính phủ và thương mại quốc tế. Tuy nhiên, nhờ tính chất đơn giản của nó chúng ta có thể dễ dàng thấy được cách thức gắn kết giữa thị trường hàng hoá đầu vào, thị trường đầu ra (thị trường tiêu thụ) và thị trường tài chính - tiền tệ.

Giả sử nền kinh tế có hai nhóm người ra quyết định là các hộ gia đình và các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp sử dụng các yếu tố đầu vào như lao động, đất đai và tiền tệ để xây dựng nhà xưởng, máy móc ...nhằm sản xuất. Các hộ gia đình sở hữu các nhân tố sản xuất và lại tiêu dùng toàn bộ hàng hoá và dịch vụ do các doanh nghiệp sản xuất ra. Các hộ gia đình và các doanh nghiệp tương tác với nhau trên hai loại thị trường: Thị trường hàng hoá đầu vào (thị trường các nhân tố sản xuất) và thị trường đầu ra (thị trường hàng tiêu dùng) thông qua thị trường tài chính - tiền tệ. Như vậy, để có sự đồng bộ, phát huy tác động tích cực tổng thể của các giải pháp điều tiết thị trường nhằm phát triển kinh tế bền vững cần phải nghiên cứu các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào, thị trường đầu ra trong mối quan hệ với thị trường tài chính - tiền tệ và gắn kết với giải quyết những vấn đề kinh tế vĩ mô khác như cân bằng cán cân thương mại, quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát, v.v.

Điều tiết thị trường đầu vào nhằm bảo đảm các phương tiện sản xuất và nguyên vật liệu cho sản xuất tăng trưởng ổn định. Các công cụ chủ yếu điều tiết thị trường đầu vào là bảo đảm nguồn hàng ổn định cho sản xuất, bao gồm cả hàng hóa nhập khẩu và sản xuất trong nước thông qua chính sách thương mại quốc tế như thuế quan, tỷ giá hối đoái và các giải pháp chính sách của các chính sách tài khóa nhằm tạo vốn cho đầu tư sản xuất trong nước, hỗ trợ nhập khẩu thông qua chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp có nguồn ngoại tệ thu được từ xuất khẩu. Điều tiết nguồn ngoại tệ cho nhập khẩu tư liệu sản xuất thông qua chính sách lãi suất trên thị trường tiền tệ. Điều tiết thị trường đầu vào trong điều kiện một nền kinh tế mở cần hướng vào rút ngắn khoảng cách về công nghệ so với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới. Như vậy các giải pháp phải hướng vào việc buộc các doanh nghiệp và các nhà đầu tư đưa vốn vào những lĩnh vực có tiềm năng đủ lớn để tạo ra những sản phẩm xuất khẩu đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Khi đó sự phát triển kinh tế bền vững sẽ đạt được do biến Việt Nam thành căn cứ của các nhà đầu tư trong nước và quốc tế tổ chức các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu.

Song song với điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào cho sản xuất, thị trường hàng hóa đầu ra cũng phải được can thiệp bởi các công cụ chính sách. Điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra phải được giải quyết trên cả hai góc độ: (1) Điều tiết thị trường nội địa nhằm kích thích tiêu dùng tương ứng với năng suất lao động và thu



nhập tăng lên. Nếu các giải pháp điều tiết đúng đắn sẽ tạo ra sự tăng trưởng ổn định của nền kinh tế mà không gây ra lạm phát do cầu kéo; (2) Sử dụng các giải pháp chính sách khuyến khích xuất khẩu nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ cả về khối lượng và giá trị gia tăng. Trong điều kiện hội nhập sâu và rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực, một mặt Việt Nam phải mở cửa thị trường trong nước cho hàng hóa và dịch vụ nước ngoài theo các cam kết song phương và đa phương, mặt khác cần tranh thủ những ưu đãi của các quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới giành cho Việt Nam để đưa hàng hóa và dịch vụ thâm nhập thị trường thế giới. Để điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra trên cơ sở tăng trưởng xuất khẩu ổn định, bảo vệ thị trường nội địa cho các doanh nghiệp trong nước một cách hợp lý nhằm đảm bảo phát triển kinh tế bền vững, các công cụ điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra phải theo hướng xóa bỏ các hàng rào định lượng, giảm hàng rào thuế quan và tăng cường sử dụng các hàng rào kỹ thuật, các quy định về an sinh xã hội và bảo vệ môi trường sống.

Nếu chỉ thực thi những giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào và đầu ra đơn thuần thì khó có thể đạt được mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững bởi lẽ sẽ rơi vào vòng xoáy của tăng trưởng cao và lạm phát cao, chi cho đầu tư cao sẽ làm tăng cung tiền là nguyên nhân của lạm phát. Giảm nhập siêu để cân bằng cán cân thương mại sẽ làm suy giảm kinh tế do không bảo đảm các yếu tố đầu vào cho sản xuất. Nếu áp dụng các giải pháp chống lạm phát sẽ dẫn đến suy giảm kinh tế, không đạt mục tiêu tăng trưởng. Vì vậy, nghiên cứu các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa không thể tách rời việc điều tiết các thị trường khác gắn bó và tác động đến thị trường hàng hóa. Định hướng cho việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ, cán cân thanh toán, chính sách tỷ giá, v.v. là phải giải quyết tốt mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế và lạm phát để bảo đảm tăng trưởng ổn định trong dài hạn, khắc phục những tác động xấu của lạm phát đến phân phối kết quả tăng trưởng, bảo đảm sự cân bằng của cán cân thương mại quốc tế theo hướng tích cực, bảo đảm vốn cho đầu tư. Như vậy, nghiên cứu và đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa phải đặt trong mối quan hệ với các thị trường tài chính - tiền tệ và các vấn đề kinh tế vĩ mô khác để giải quyết.

## **1.2. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường hàng hóa.**

Điều tiết thị trường hàng hóa bao gồm thị trường tư liệu sản xuất cho các doanh nghiệp và thị trường hàng tiêu dùng. Thị trường hàng tư liệu sản xuất cung cấp các yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp, vì vậy, đòi hỏi phải có sự can thiệp của chính phủ mạnh mẽ hơn, thường xuyên hơn. Mọi biến động cung, cầu và giá cả trên thị trường các yếu tố đầu vào đều tác động đến sản xuất của hầu hết các ngành và gây cản trở đến tăng trưởng kinh tế. Hơn nữa điều tiết thị trường đầu vào phải nhằm vào việc tạo ra nguồn tư liệu sản xuất ổn định đáp ứng nhu cầu sản xuất theo con đường tăng sản lượng sản xuất trong nước, giảm dần nhập khẩu những loại vật tư, thiết bị có thể sản xuất thay thế nhập khẩu và thúc đẩy nhập khẩu máy móc, thiết bị có trình độ kỹ thuật cao, nguyên vật liệu mới và công nghệ cho sản xuất trong nước. Khác với thị trường tư liệu sản xuất, thị trường đầu ra, chủ yếu là hàng tiêu dùng cần điều tiết để kích cầu nhằm tạo đầu ra cho sản xuất đồng thời tăng cường xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Như vậy, điều tiết thị trường đầu ra phải thúc đẩy tiêu dùng trong nước song song với đẩy mạnh xuất khẩu cả dưới góc độ tăng sản lượng và giá trị, cũng như xây dựng những mặt hàng xuất khẩu ổn định, có tổng kim ngạch xuất khẩu cao để đóng góp cho phát triển kinh tế bền vững. Do sự khác biệt đó, cơ sở khoa học điều tiết thị trường hàng hóa sẽ được xem xét tách biệt cho thị trường đầu vào và thị trường đầu ra.

### **1.2.1. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất.**

Hoạt động sản xuất của doanh nghiệp đòi hỏi phải có sức lao động, vật tư và tiền vốn. Chính vì vậy để bảo đảm cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp được tiến hành liên tục và đều đặn, phát triển sản xuất ổn định đủ sức cạnh tranh trên thị trường góp phần phát triển kinh tế bền vững, phải thường xuyên đảm bảo các yếu tố đầu vào nói chung và vật tư nói riêng đủ về số lượng, đúng về quy cách chất lượng và kịp thời về mặt thời gian. Đó là điều kiện bắt buộc mà thiếu nó thì không thể có sản xuất được, là một yêu cầu khách quan, một điều kiện chung của mọi nền sản xuất xã hội.

Trên thị trường, mỗi doanh nghiệp đều có mối quan hệ qua lại với nhiều đơn vị kinh tế khác nhau. Điều này thể hiện ở việc thường xuyên trao đổi các loại hàng hóa trên nhiều thị trường. Mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa các doanh nghiệp cung ứng cho nhau các yếu tố đầu vào cho thấy các giải pháp điều tiết thị trường một loại

yếu tố này sẽ kéo theo hệ lụy đến loại yếu tố khác. Vì vậy, khi đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường yếu tố đầu vào, một số đặc trưng cơ bản của thị trường cần phải quán triệt.

Thứ nhất, thị trường các yếu tố đầu vào là một thị trường đồng bộ, cung cầu các loại hàng hóa là nguyên vật liệu, thiết bị máy móc có liên quan mật thiết với nhau. Điều này đòi hỏi các giải pháp điều tiết thị trường một loại đầu vào này phải tính đến hệ lụy đối với loại đầu vào khác. Chẳng hạn, điều tiết giá điện sẽ tác động đến chi phí của hàng loạt các loại yếu tố đầu vào khác của doanh nghiệp và do đó có thể dẫn đến tăng giá, gây lạm phát do chi phí đẩy.

Thứ hai, thị trường tư liệu sản xuất phát triển là điều kiện của sản xuất phát triển bền vững, bảo đảm tăng sản lượng ổn định, liên tục, thúc đẩy ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ mới vào sản xuất thông qua việc bảo đảm cho sản xuất những máy móc, thiết bị tiên tiến, các loại công cụ chuyên dùng có năng suất cao, hiệu quả sử dụng tốt, cho phép nâng cao được chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Về mặt này, thị trường kích thích phát triển sản xuất và phát triển kinh tế bền vững. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường phải nhằm đến việc bảo đảm các hàng hóa đầu vào có chất lượng gắn với chuyên giao công nghệ cho các doanh nghiệp để phát triển sản xuất bền vững

Thứ ba, doanh nghiệp là những chủ thể kinh doanh đòi hỏi các yếu tố đầu vào đầy đủ, kịp thời, đồng bộ và đúng chất lượng. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất phải hướng vào đơn giản các thủ tục trong mua bán, trong quản lý, giảm thiểu những ách tắc trong vận chuyển, thanh toán, nhằm làm cho hàng hóa đầu vào vận động nhanh nhất, an toàn nhất đến doanh nghiệp tiêu dùng. làm được điều này sẽ góp phần giảm chi phí lưu thông, quay vòng vốn của doanh nghiệp nhanh, thực hiện các dự án đầu tư đúng thời hạn sẽ kìm chế được lạm phát do chi phí đẩy và do tăng cung tiền.

Thứ tư, xu hướng chung của thị trường các hàng hóa đầu vào sản xuất là giảm dự trữ trong sản xuất và lưu thông nhờ áp dụng các phương thức mua bán tiến bộ như e. commerce, mua bán trực tiếp thay cho mua bán qua trung gian, v.v. và áp dụng các phương pháp quản lý tiến bộ như “đúng thời hạn” (Just in Time - JIT), thủ tục hải quan, thanh toán điện tử, v.v. Điều này đòi hỏi các giải pháp điều tiết thị trường của

chi phí phải tôn trọng và khuyến khích những xu hướng mới, những phương pháp quản lý mới trong mua bán và dự trữ tư liệu sản xuất. Làm được điều này sẽ giảm sức ép về vốn và chi phí sử dụng vốn cho cả doanh nghiệp cung ứng và doanh nghiệp tiêu dùng, giảm chi phí quản lý trong cả sản xuất, lưu thông và tiêu dùng.

Thứ năm, thị trường các hàng hóa đầu vào sản xuất Việt Nam có nhiều chủ thể thuộc các thành phần kinh tế khác nhau tham gia với mục đích hoạt động và chức năng khác nhau. Các chủ thể thuộc khu vực kinh tế nhà nước ngoài mục đích kinh doanh còn là chủ thể có trách nhiệm cùng với chính phủ điều tiết thị trường thông qua thực thi nghiêm túc những giải pháp mà chính phủ đề ra. Các chủ thể thuộc khu vực kinh tế tư nhân tham gia thị trường hàng hóa đầu vào với mục đích lợi nhuận, việc tham gia điều tiết thị trường bị xem nhẹ. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất phải tác động lên các thành phần kinh tế, có ý nghĩa thực thi với tất cả các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế. Đặc biệt, cần điều tiết được những hành vi đầu cơ, độc quyền, lũng loạn thị trường để nâng giá tùy tiện làm trầm trọng thêm lạm phát, bất ổn cho sản xuất, suy giảm kinh tế như một số hiện tượng đã xảy ra thời gian gần đây.

Cuối cùng, thị trường hàng hóa đầu vào Việt Nam có hai nguồn cung cơ bản, đó là nhập khẩu và sản xuất trong nước. Trong đó, chủ trương tăng tỷ trọng các loại nguyên vật liệu, thiết bị sản xuất trong nước thay thế cho nhập khẩu của một số ngành đang từng bước được thực hiện. Như vậy, vấn đề đặt ra là các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất phải tác động lên cả hai nguồn hàng cho thị trường, đồng thời đáp ứng vấn đề thúc đẩy sản xuất tư liệu sản xuất trong nước thay thế cho nhập khẩu.

Những đặc trưng cơ bản của thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất trên đây đòi hỏi khi đề ra và thực hiện các giải pháp điều tiết thị trường cần tuân thủ một số vấn đề có tính nguyên tắc. Những vấn đề đó là:

Thứ nhất, điều tiết thị trường để bảo đảm hoạt động bình thường của thị trường hàng hóa đầu vào cho các doanh nghiệp. Nghĩa là điều tiết thị trường phải đảm bảo cung - cầu thị trường các yếu tố đầu vào sản xuất vận động theo đúng quy luật của nó. Ở đây phải tôn trọng tính quy luật của thị trường trong điều kiện Việt Nam đã hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới và khu vực nên sự biến động trên thị trường thế giới

sẽ tác động nhanh và mạnh vào thị trường nội địa. Giải pháp điều tiết phải có tác động cả phía cung và phía cầu qua các nhân tố đối với cả hàng hóa đầu tư và hàng hóa đầu vào sản xuất để bình ổn thị trường.

Thứ hai, muốn điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất có hiệu quả cần phải đưa ra các giải pháp cụ thể cho từng nhóm hàng, mặt hàng. Cần phải phân tích rõ nhu cầu và xu hướng vận động của cầu từng loại hàng hóa đầu vào trên từng khu vực thị trường để phục vụ quản lý vĩ mô của chính phủ trong từng giai đoạn phát triển kinh tế. Các giải pháp điều tiết thị trường phải được đề ra trên cơ sở thông tin, số liệu về qui mô thị trường và mức độ chi tiết khác nhau. Phải hướng vào việc điều tiết cả ba loại nhu cầu hàng hóa đầu vào sản xuất của các doanh nghiệp trên ba cấp độ: nhu cầu thực tế (nhu cầu tính toán); nhu cầu có khả năng thanh toán (nhu cầu mua) và nhu cầu cuối cùng (nhu cầu tương ứng với cung về số lượng, chất lượng, thời gian và giá cả).

Thứ ba, điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất phải đồng bộ trong sự phát triển tổng thể của các loại thị trường đầu vào nhằm bảo đảm cơ sở nguyên vật liệu, thiết bị máy móc cùng các yếu tố đầu vào khác cho doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Các giải pháp đưa ra cần tránh mâu thuẫn, triệt tiêu tác dụng lẫn nhau làm triệt tiêu tác động tích cực đối với việc đạt được mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững.

Thứ tư, phải bảo đảm tính linh hoạt của các giải pháp. Thị trường yếu tố đầu vào mặc dù ổn định hơn thị trường hàng tiêu dùng nhưng cũng thường xuyên thay đổi do tiến bộ khoa học và công nghệ, do tổng năng suất các nhân tố không ngừng tăng lên và do Việt Nam đang trong quá trình hiện đại hóa nên năng lực sản xuất tăng. Các giải pháp điều tiết thị trường phải linh hoạt khi các nhân tố của thị trường đầu vào thay đổi. Chẳng hạn, ưu tiên phát triển các ngành công nghiệp, tạo việc làm, chính sách thuế quan đối với nhập khẩu các bán thành phẩm, linh kiện, phụ tùng thường thấp hơn nhập khẩu thành phẩm nhưng đối với một số ngành để khuyến khích phát triển công nghiệp phụ trợ cần thay đổi biểu thuế quan cho phù hợp thì cần thực hiện.

Thứ năm, giải pháp điều tiết thị trường yếu tố đầu vào sản xuất không chỉ xét đến biến động thị trường nội địa mà còn phải tính đến biến động trên thị trường thế giới. Rất nhiều hàng hóa đầu vào sản xuất được nhập khẩu trên thị trường thế giới để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp. Thị trường thế giới thường xuyên biến động, nhất là giá cả do cung cầu không ổn định nên các giải pháp can thiệp vào kinh doanh nhập khẩu nguyên vật liệu phải đưa ra kịp thời để điều tiết nhằm bảo đảm đầu vào ổn

định cho sản xuất. Khi giá phôi thép cao trên thị trường thế giới, chính phủ không chỉ can thiệp vào cách định giá bán thép trên thị trường nội địa mà còn phải sử dụng công cụ thuế quan nhập khẩu phôi thép để điều tiết chi phí nhập khẩu nguyên liệu cho các doanh nghiệp thép để bình ổn sản xuất kinh doanh trong nước.

Thứ sáu, mức độ điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào phải mạnh và quyết liệt trong những điều kiện thị trường và môi trường kinh tế cần thiết. Vai trò của thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất đến tăng trưởng hay suy thoái kinh tế là trực tiếp nên cần có sự điều tiết mạnh mẽ hay nói cách khác là chính phủ cần có những giải pháp can thiệp trực tiếp nếu cần thiết. Chẳng hạn việc nhập khẩu các loại vật tư nông nghiệp cho sản xuất khi đến mùa vụ không thể để cho các doanh nghiệp tự quyết định nhập khẩu hay không mà có thể phải thực hiện thông qua những chỉ tiêu phân bổ.

Cuối cùng, đề ra các giải pháp điều tiết thị trường phải gắn với việc giám sát thực hiện và đo lường kết quả của các giải pháp điều tiết. Việc đo lường kết quả có thể thông qua chỉ tiêu tăng trưởng sản lượng của các ngành khi đề ra và thực thi các giải pháp.

### **1.2.2. Cơ sở khoa học điều tiết thị trường đầu ra.**

Thị trường đầu ra phản ánh quan hệ cung - cầu về hàng hoá và dịch vụ là sản phẩm của các doanh nghiệp. Thị trường đầu ra quyết định mức độ tiêu thụ sản phẩm của người sản xuất thông qua sức mua của thị trường, khả năng cạnh tranh và cách thức giải quyết mối quan hệ giữa người sản xuất, người tiêu dùng và chính phủ. Các nhà kinh tế học, các nhà lãnh đạo một số quốc gia theo xu hướng tự do hóa kinh tế thiên về sự điều tiết của “bàn tay vô hình”, giảm sự can thiệp của chính phủ đối với thị trường đầu ra. Sự phát triển của nhiều nền kinh tế phương tây những thập niên vừa qua cho thấy rõ điều này. Tuy nhiên, cuộc khủng hoảng mang tính toàn cầu hiện nay đã cho thấy những khiếm khuyết của tư tưởng này và đòi hỏi chính phủ các quốc gia cần can thiệp có hiệu quả hơn vào thị trường đầu ra nhằm bảo đảm điều kiện cần thiết cho tăng trưởng kinh tế (tiêu thụ được sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất ra), phân phối tốt hơn kết quả tăng trưởng (việc làm và thu nhập ổn định, không kéo xa khoảng cách giàu nghèo, v.v.), bảo đảm tính ổn định kinh tế (không có lạm phát cao, không phá giá tiền tệ, cán cân thanh toán cân bằng, v.v.). Rõ ràng muốn đề ra và thực hiện các giải pháp điều tiết thị trường đầu ra đạt được ba mục tiêu trên trong điều kiện một nền kinh tế phát triển thấp, qui mô nhỏ, độ mở lớn như Việt Nam cần phải nghiên cứu

kỹ lưỡng những đặc trưng cơ bản của thị trường đầu ra và tuân theo những vấn đề có tính nguyên tắc.

Những đặc trưng cơ bản của thị trường đầu ra cần nghiên cứu khi đề ra các giải pháp điều tiết bao gồm:

Thứ nhất, thị trường đầu ra của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay gồm thị trường trong nước và thị trường nước ngoài. Các hàng hóa đầu ra Việt Nam hiện nay có thể hướng đến hai khu vực thị trường tiêu thụ đó là tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Tỷ trọng tiêu thụ của mỗi loại hàng hóa trên hai khu vực thị trường đầu ra này khác nhau, nhiều mặt hàng được xem là hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam thì hướng đến xuất khẩu cả trực tiếp hoặc thông qua các doanh nghiệp xuất khẩu, nhiều hàng hóa chỉ hướng đến thị trường nội địa. Thị trường trong nước đang bị cạnh tranh gay gắt do mở cửa theo các cam kết WTO và các doanh nghiệp Việt Nam đang có nguy cơ mất thị trường do được bảo hộ trong thời gian dài nên năng lực cạnh tranh thấp. Thị trường nước ngoài không ổn định, phụ thuộc rất lớn vào một số khu vực thị trường, mỗi sự biến động nhu cầu hoặc gặp phải những cản trở chính sách đều dẫn đến tình trạng sản phẩm không đưa vào thị trường, gây tổn động và thiệt hại lớn cho các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường đầu ra phải gắn kết hai khu vực thị trường, hỗ trợ cho cả hai khu vực thị trường đầu ra của các doanh nghiệp, mặc dù điều này là rất khó.

Thứ hai, nhu cầu trên thị trường đầu ra của các ngành hàng và sản phẩm của doanh nghiệp không ổn định. Đặc trưng này cho thấy sức mua của thị trường phụ thuộc vào các nhân tố của đoạn thị trường tiêu dùng, vào mùa vụ và chính sách điều tiết thị trường của chính phủ, đặc biệt là của chính phủ các khu vực thị trường mà Việt Nam xuất khẩu hàng hóa. Mặc dù quy mô của nền kinh tế con nhỏ nhưng Việt Nam lại có độ mở cửa cao và phụ thuộc lớn vào thị trường tiêu thụ hàng hóa nước ngoài. Trong khi đó, năng lực cạnh tranh về chất lượng và các hoạt động hậu cần đầu ra rất thấp nên thường vi phạm hợp đồng về giao hàng, về chất lượng, về ghi nhãn hàng hóa làm cho việc tiêu thụ sản phẩm không đều, không đáp ứng được nhu cầu của đối tác.

Thứ ba, thị trường đầu ra nội địa đang bị chi phối bởi những chính sách ngắn hạn hơn là chiến lược dài hạn của các doanh nghiệp. Do bị động trước sự biến động của thị trường và do đại bộ phận doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa nên thường không xây dựng và thực thi các chiến lược kinh doanh dài hạn. Điều này thể hiện rất

rõ tính bị động của các doanh nghiệp cung ứng hàng ra thị trường, khi cung lớn, giá cả giảm và khi nhu cầu tăng, cung không đáp ứng cầu giá cả lại tăng vọt. Cũng do thiếu các chiến lược kinh doanh xuất khẩu dài hạn nên các doanh nghiệp bị động trong làm thị trường và xúc tiến xuất khẩu, không ứng phó kịp thời với biến động thị trường và gặp bất ổn, thiệt hại lớn trong xuất khẩu.

Thứ tư, thị trường đầu ra hiện nay chưa tạo thành một thể thống nhất từ người sản xuất hàng hóa đến nhà phân phối nên bị chia cắt và thiếu ổn định. Đặc điểm này thể hiện rất rõ ở sự phụ thuộc của đại bộ phận người sản xuất hàng hóa vào các nhà phân phối trên thị trường nội địa và doanh nghiệp xuất khẩu, người sản xuất thường không nắm được đặc tính nhu cầu thị trường, không có thông tin về thị trường. Ngược lại, doanh nghiệp phân phối thường ít gắn kết với người sản xuất, một khi thị trường bất ổn, không bán được hàng hóa thì họ đẩy rủi ro về phía người sản xuất. Tình trạng nhiều loại nông sản khi tiêu thụ mạnh, khi lại tồn đọng gây tổn thất lớn cho người sản xuất phản ánh thực tế chia cắt này. Cũng do sự chia cắt này mà các vấn đề bảo đảm vệ sinh an toàn, bảo đảm chất lượng hàng xuất khẩu, thực hiện một cách đầy đủ việc tạo ra giá trị cho khách hàng không thực hiện được.

Thứ năm, thị trường đầu ra với nhiều loại sản phẩm có đặc tính và mức độ đáp ứng nhu cầu thị trường khác nhau nên có kết cấu phức tạp, nhiều tầng nấc. Danh mục sản phẩm đưa ra thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam rất lớn, với mức độ đáp ứng nhu cầu thị trường khác nhau.

Cuối cùng, tác động của các giải pháp chính sách, các hoạt động xúc tiến thương mại, các hoạt động hỗ trợ của các hiệp hội ngành hàng đối với thị trường đầu ra của doanh nghiệp là rất quan trọng. Các vấn đề này đã được thực hiện lâu nay nhưng kết quả chưa đậm nét nên vai trò thúc đẩy thị trường đầu ra cho doanh nghiệp chưa cao.

Từ những đặc trưng trên, một số vấn đề có tính nguyên tắc cần tuân thủ khi đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường đầu ra của các doanh nghiệp Việt Nam:

Thứ nhất, các giải pháp điều tiết thị trường phải tác động đến cả thị trường trong nước và thị trường nước ngoài, hướng đến mục tiêu hai thị trường phát triển song song, tạo tính ổn định cho tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp mặc dù mức độ chú trọng trong từng giai đoạn có khác nhau.

Thứ hai, giải pháp điều tiết thị trường đầu ra phải nhằm vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên cả thị trường trong nước và thị trường nước



ngoài về cả phương diện năng lực đáp ứng các đơn hàng, chất lượng hàng hóa và thực hiện các hoạt động hậu cần đầu ra khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ ba, nghiên cứu đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra không chỉ dừng lại ở các giải pháp tổng thể mà còn phải đề xuất các giải pháp cho một số nhóm hàng chủ lực của Việt Nam. Trong khuôn khổ của đề tài, chúng tôi sẽ nghiên cứu đề xuất giải pháp điều tiết một số thị trường thành phần cơ bản, đó đó là thị trường lúa gạo, thị trường thủy sản, thị trường thịt lợn và gia cầm.

Thứ tư, các giải pháp điều tiết thị trường đầu ra phải tạo cơ sở và thể chế để nối kết người sản xuất, người phân phối và người tiêu dùng. Sự nối kết này trên cơ sở chia sẻ lợi ích và tham gia vào việc cung ứng chuỗi giá trị cho khách hàng tiêu dùng cuối cùng. Thay vì việc đưa ra từng giải pháp riêng lẻ để đối sách với các diễn biến thị trường tiêu thụ, cần nghiên cứu kỹ các khâu của chuỗi giá trị toàn cầu và đề xuất các giải pháp phù hợp với tổng thể của chuỗi giá trị và từng hoạt động tạo ra giá trị cho khách hàng.

Thứ năm, ngoài các giải pháp điều tiết thị trường của các cơ quan quản lý nhà nước, cần xem xét đến các giải pháp hỗ trợ của các tổ chức thương mại, các hiệp hội ngành hàng, các tổ chức đoàn thể trên nguyên tắc các giải pháp điều tiết của chính phủ là trung tâm, là nền tảng, các giải pháp hỗ trợ sẽ góp phần thực thi tốt hơn các giải pháp của chính phủ để tạo ra một lực đẩy lên thị trường đầu ra cho các doanh nghiệp nhằm đạt mục tiêu phát triển kinh tế bền vững.

### **1.3. Giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững.**

#### **1.3.1. Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong quan hệ với thị trường hàng hóa.**

Thị trường hàng hóa vận động trong mối quan hệ chặt chẽ với thị trường tài chính - tiền tệ, vì thế, không thể đạt kết quả cao nếu chỉ điều tiết thị trường hàng hóa mà không gắn với giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ. Có nhiều mô hình làm cơ sở để nghiên cứu đề xuất các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong mối quan hệ với thị trường hàng hóa.

Trước hết, mô hình vòng chu chuyển của N.Gregory Mankiw (xem hình 1.1. trang 9). Mô hình này cho thấy mối quan hệ giữa thị trường hàng hóa đầu vào, thị trường hàng hóa đầu ra và thị trường tài chính - tiền tệ như điều kiện cho hoạt động

của thị trường hàng hoá, dịch vụ. Theo N.Gregory Mankiw, có thể chia các đơn vị kinh tế riêng lẻ thành hai nhóm lớn theo chức năng: Người mua và người bán. Người mua gồm có người tiêu dùng – tức là người mua hàng hoá và dịch vụ – mua lao động, vốn, nguyên liệu.... Và sử dụng các nhân tố này để sản xuất hàng hoá dịch vụ. Người bán gồm các hàng hoá và dịch vụ của họ: công nhân bán sức lao động, người chủ các nguồn tài nguyên, đất đai bán tài nguyên đất đai....Rõ ràng hầu hết mọi người và các hãng đều vừa là người mua lại vừa là người bán. Hàng triệu đơn vị và con người tham gia mua bán có tác động qua lại lẫn nhau để tạo thành thị trường. Như vậy, rõ ràng “thị trường là một tập hợp những người mua và người bán tác động qua lại lẫn nhau, dẫn đến khả năng trao đổi”. Đương nhiên, khi đã có hành vi mua bán mọi người đều phải dùng tiền tệ làm phương tiện thanh toán. Vì vậy, thị trường tài chính- tiền tệ và thị trường hàng hoá - dịch vụ luôn đồng hành với nhau và tác động qua lại lẫn nhau trên phạm vi rộng cũng như trong từng hành vi cụ thể. Như vậy, vấn đề điều tiết thị trường này không thể không liên quan đến điều tiết các thị trường khác, do đó cần một hệ thống giải pháp phản ánh được phương thức tác động qua lại giữa ba thị trường này nhằm tới các mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững<sup>2</sup>.

Thứ hai, mô hình lý thuyết cung tiền (Quantity theory of money) và quan hệ của nó với cung cầu hàng hoá, dịch vụ thông qua giá cả hàng hoá, dịch vụ.

$$MV = PQ$$

M: Lượng tiền tệ trong lưu thông

V: Vòng quay của đồng tiền

P: Giá cả hàng hoá và dịch vụ

Q: Khối lượng hàng hoá và dịch vụ

Công thức trên cho thấy nếu lượng tiền đều đặn cung ứng ra thị trường bằng với tốc độ tăng (theo giá cố định) của nền kinh tế thì quan hệ cung cầu luôn ở mức cân đối và không có lạm phát. Trường hợp, nếu bơm thêm tiền tệ và tín dụng nhằm đẩy mạnh tốc độ phát triển kinh tế thì chỉ có tác dụng ngắn hạn, về lâu dài nó mang lại lạm phát và kinh tế phát triển trì trệ. Chính vì vậy, nên Milton Friedman đã đi đến kết luận: Lạm phát, theo nghĩa mặt bằng tổng thể là giá cả gia tăng và ở mọi nơi mọi lúc là kết quả của chính sách tiền tệ. Kết luận này có vẻ cực đoan, những kinh nghiệm

---

<sup>2</sup> Kinh tế học vi mô - NXB Khoa học kỹ thuật – Hà nội 1994, tr 24-25-33

chống lạm phát trên thế giới và cả Việt nam trước đây đã cho thấy kết luận này là đúng đắn.

Cũng có những trường phái kinh tế cho rằng có sự đánh đổi giữa lạm phát và phát triển, tức là muốn tạo nhiều việc làm nhằm đạt tốc độ phát triển kinh tế cao, lượng hàng hoá cung ứng ra thị trường lớn thì phải chấp nhận giá cả tăng. Tại sao giá tăng cao lại có thể đưa đến phát triển, ít nhất là trong ngắn hạn? Đó là vì trong lúc giá hàng hoá tăng cao, tiền lương không tăng hoặc tăng không kịp nên đưa đến lợi nhuận cao và có tác dụng khuyến khích tăng sản xuất – tăng lượng hàng hoá cung ứng ra thị trường. Nhưng nếu tình trạng này kéo dài người lao động sẽ đòi hỏi trả lương cao hơn, do đó về lâu dài không có sự đánh đổi. Vấn đề là tăng lượng cung tiền đến đâu? Câu trả lời chính ở chỗ phải giải quyết mối quan hệ giữa thị trường hàng hóa, dịch vụ và thị trường tài chính - tiền tệ.

Thứ ba, mô hình Mundell - Fleming<sup>3</sup>. Mô hình này nhằm phân tích các chính sách quản lý dòng lưu chuyển vốn, chính sách tài chính tiền tệ sao cho cân bằng với thị trường hàng hoá, dịch vụ. Mô hình Mundell – Fleming được trình bày dưới dạng các phương trình:

$$Y = C[(1-t)Y] + I(r) + G + NX(Y, e) \quad (1)$$

$$M = L(Y, r) \quad (2)$$

$$BP = NX(Y, e) + F(r - r^*) = 0 \quad (3)$$

Trong đó:

Y: Thu nhập

C: Tiêu dùng

I: Đầu tư

G: Chi tiêu chính phủ

NX: Xuất khẩu ròng

M: Cung tiền và cán cân thanh toán

R, t, l, r\* lần lượt là lãi suất trong nước, thuế suất, tỷ giá hối đoái và lãi suất thế giới.

Phương trình (1) là phương trình của đường đầu tư bằng tiết kiệm. Phương trình này chỉ ra tập hợp tất cả mối quan hệ giữa thu nhập (Y) và lãi suất trong nước sao cho thị trường hàng hoá cân bằng.

---

<sup>3</sup> Fleming, J Mareus, *Domestic Financial Policies Under Fixed and Floating Exchange Rates – IMF 1962*

Phương trình (2) là phương trình của đường cung và cầu tiền tệ. Phương trình này chỉ ra tập hợp tất cả mối quan hệ giữa thu nhập ( $Y$ ) và lãi suất trong nước ( $r$ ) sao cho thị trường tiền tệ là cân bằng. Với lượng cung tiền không thay đổi, nếu lãi suất tăng thì cầu tiền giảm. Để giữ cân bằng thị trường tiền tệ, thu nhập phải tăng vì thu nhập tăng thì cầu tiền giảm. Như vậy, để giữ cân bằng thị trường tiền tệ thì lãi suất và thu nhập phải thay đổi cùng chiều.

Phương trình (3) là phương trình của đường cán cân thanh toán. Phương trình này chỉ ra tập hợp tất cả các mối quan hệ giữa thu nhập ( $Y$ ) và lãi suất ( $r$ ) sao cho cán cân thanh toán cân bằng. Đường cán cân thanh toán luôn dốc lên vì nếu thu nhập ( $Y$ ) tăng thì xuất khẩu ròng ( $NX$ ) giảm. Để giữ cân bằng cán cân thanh toán thì luồng vốn vào phải tăng và luồng vốn vào tăng khi lãi suất tăng. Như vậy để giữ cân bằng cán cân thanh toán thì lãi suất và thu nhập phải thay đổi cùng chiều.

Nếu cán cân thanh toán thâm hụt, trên thị trường hối đoái, cầu USD (ngoại tệ) lớn hơn cung USD sẽ làm cho tỷ giá hối đoái tăng, tỷ giá hối đoái tăng sẽ làm cho dòng vốn bên ngoài chảy vào.

Trường hợp cung tiền tăng làm cho lãi suất giảm, dòng vốn lưu chuyển ra bên ngoài và thu nhập tăng (xuất khẩu ròng giảm) nên cán cân thanh toán thâm hụt. Khi cán cân thanh toán thâm hụt, trên thị trường hối đoái cầu USD lớn hơn cung USD, làm cho tỷ giá hối đoái tăng. Để giữ tỷ giá hối đoái ổn định ngân hàng trung ương phải bán ngoại tệ ra thị trường.

Nhìn chung, để đưa nền kinh tế về lại điểm cân bằng trên thị trường hàng hoá, thị trường tiền tệ và cán cân thanh toán thì chúng ta phải sử dụng đồng thời 3 chính sách: Thắt chặt tiền tệ, thắt chặt và tái cấu trúc chi tiêu công cũng như tăng nguồn thu của chính phủ. Ở đây cần phải tính toán độ nhạy hay độ trễ của cơ chế vận hành để đưa đến cân bằng trên thị trường hàng hoá, thị trường tiền tệ và cán cân thanh toán.

Trên cơ sở nghiên cứu ba mô hình cơ bản phản ánh mối quan hệ giữa thị trường hàng hóa với thị trường tài chính - tiền tệ cho thấy những giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa - dịch vụ trong mối quan hệ với thị trường tài chính - tiền tệ phải trên cơ sở sử dụng có chọn lọc, với những cấp độ nhất định để cung tiền, trong đó có chi tiêu công của chính phủ, cung cầu trên thị trường vốn được điều tiết thông qua chính sách lãi suất và hỗ trợ của chính phủ phải đồng bộ để bảo đảm sự cân bằng cần thiết. Điều này sẽ tránh được việc đẩy nền kinh tế từ thái cực này sang thái cực khác. Vì vậy, các

giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ gắn kết và hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa phải được đề ra và thực thi dựa trên những nguyên tắc sau:

- Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ phải dựa trên cơ sở điều tiết thị trường hàng hóa, hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa

- Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ phải căn cứ vào cung cầu hàng hóa và dịch vụ trong nền kinh tế để tăng cung tiền. Tỷ lệ tăng cung tiền không thể vượt quá cao so với tỷ lệ tăng trưởng kinh tế được đo bằng tổng sản phẩm quốc dân nội địa.

- Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ phải dựa trên cơ chế cân bằng lãi suất nhằm thu hút vốn vào sản xuất kinh doanh để bảo đảm cho lượng tiền trong lưu thông được bảo đảm bằng hàng hóa và dịch vụ cung ứng ra thị trường.

- Thúc đẩy vòng quay tiền tệ trên cơ sở rút ngắn chu kỳ sản xuất kinh doanh hàng hóa và dịch vụ. Điều đó sẽ đạt được khi có sự tác động ngược lại của các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa và dịch vụ đối với thị trường tài chính - tiền tệ. Nghĩa là nhờ giảm dự trữ, đẩy nhanh quá trình lưu thông hàng hóa mà vòng quay tiền tệ tăng lên.

### **1.3.2. Điều tiết quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa.**

Mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế thể hiện trước hết ở sự tương thích giữa chỉ số tăng giá (CPI) và chỉ số tăng trưởng GDP. Đây là mối quan hệ tỷ lệ thuận và nhiều quốc gia đã buộc phải chấp nhận đánh đổi lạm phát và tăng trưởng (lạm phát cao, tăng trưởng cao). Một khi kiềm chế lạm phát, nền kinh tế có thể bước vào suy thoái (giảm lạm phát có thể dẫn đến trì trệ trong sản xuất, giảm sức mua trên thị trường hàng hóa - dịch vụ, thị trường vốn đóng băng, v.v.). Vấn đề đặt ra là phải điều tiết quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng để bảo đảm đạt được ba mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững. Do đó, để đạt được kết quả khi điều tiết thị trường hàng hóa cần phải gắn với điều tiết quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát. Quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng dù có nhiều xu hướng tác động khác nhau nhưng một nền kinh tế nếu có tỷ lệ lạm phát cao sẽ thực hiện những giải pháp để giảm lạm phát như thắt chặt tiền tệ, tăng lãi suất để hút tiền về hệ thống ngân hàng, hạn chế sự phát triển của sản lượng thực tế và tăng thất nghiệp, hoặc đôi khi bằng cách kiểm soát giá cả và tiền

lượng”<sup>4</sup>. Cần chú ý rằng các giải pháp để giảm lạm phát lại có “Kết quả hầu như bao giờ cũng là một thời kỳ đình trệ đau đớn, công nhân bị giãn việc”<sup>5</sup>

Vậy, có một tỷ lệ lạm phát nào mà mọi nền kinh tế có thể thích ứng, kinh tế vẫn tăng trưởng với tốc độ mong muốn, phân phối vẫn công bằng đối với các chủ thể tham gia thị trường, vẫn bảo đảm phúc lợi cho người lao động được không? Câu trả lời ở chỗ phải đề ra các giải pháp điều tiết tối ưu quan hệ giữa tăng trưởng, lạm phát và ổn định thị trường hàng hóa, dịch vụ.

Có thể ứng phó với lạm phát theo cách thích nghi với lạm phát hoặc kiềm chế lạm phát. Thích nghi với lạm phát là giải pháp “chỉ số hoá lạm phát”. Chỉ số hoá lạm phát là một cơ chế theo đó người chịu tác động tiêu cực của lạm phát được miễn một phần hoặc hoàn toàn đối với những thay đổi ở trong mức giá chung. Chẳng hạn, tăng giá đầu vào cho các dự án, công trình xây dựng đang thực hiện theo hợp đồng đấu thầu, hay như các hợp đồng lao động được điều chỉnh tăng tiền lương (cost of living adjustment - COLAS). Cách thứ hai để ứng phó với lạm phát là kiềm chế lạm phát, thực hiện một số giải pháp để giảm chỉ số tăng giá cả hàng hóa - dịch vụ. Tác hại của lạm phát không chỉ về kinh tế - xã hội mà còn trên các phương diện khác nên các quốc gia thường thiên về kiên quyết chống lạm phát. Để giảm thiểu tác động tiêu cực của chống lạm phát nhằm duy trì tỷ lệ tăng trưởng cần thiết và phân phối công bằng kết quả tăng trưởng, dù ở mức thấp trong điều kiện suy thoái do chống lạm phát, giảm ảnh hưởng xấu đến dân cư, một số giải pháp chính sách điều tiết đồng bộ vấn đề tăng trưởng (thị trường hàng hóa và dịch vụ), vấn đề chống lạm phát những không dẫn đến suy thoái kinh tế cần được áp dụng: (1) Đi đôi với các biện pháp chống lạm phát, cần kiểm soát giá cả và tiền lương sao cho bảo đảm sự phù hợp của hai nhân tố này; (2) Chính sách “tự nguyện về tiền lương - giá cả”. Chính sách này được hiểu là vận động người lao động không đòi tăng lương và chịu đựng giá cả tăng. Giải pháp chính sách này sẽ dẫn đến thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng trên thị trường hàng hóa và dịch vụ nên là nguyên nhân của suy thoái kinh tế; (3) Điều tiết đồng bộ các yếu tố của các loại thị trường như duy trì chiến lược về thị trường cạnh tranh, cố gắng làm cho các lực lượng thị trường hoạt động mạnh hơn nữa bằng cách dỡ bỏ các quy định như giữ giá bán lẻ, các hạn mức về xuất nhập khẩu, các điều luật về mức lương tối thiểu, v.v.

---

<sup>4</sup> Samuelson & W.D. Nordhaus: *Kinh tế học, Viện Quan hệ Quốc tế, 11/1989, Tr. 295*

<sup>5</sup> Samuelson & W.D. Nordhaus, *Sđd, trang 295*

Các giải pháp này sẽ chống được lạm phát những vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng và thúc đẩy cầu để chống suy thoái kinh tế .

Một giải pháp chính sách khác cũng có thể được ứng dụng để giải quyết vấn đề lạm phát và tăng trưởng kinh tế trên cơ sở hướng vào điều tiết hàng hóa và dịch vụ. Đó là “những chính sách thu nhập dựa trên thuế” (Tax based incomes policies - TIP). Chính sách này khuyến khích những hoạt động chống lạm phát bằng cách trợ cấp cho những người mà tiền lương hoặc giá cả hàng hoá của họ tăng chậm và đánh thuế những người làm tăng lạm phát<sup>6</sup>. Giải pháp điều tiết này sẽ kích thích cầu tiêu dùng trên thị trường hàng hóa đầu vào nhờ kích thích đầu tư và sản xuất, kích thị trường thị trường đầu ra nhờ tăng tăng tiêu dùng của dân cư thông qua các công cụ của chính sách thương mại, đầu tư và chính sách tài chính - tiền tệ.

### **1.3.3. Cán cân thương mại và điều tiết thị trường hàng hóa.**

Cán cân thương mại của một nước là giá trị hàng hoá và dịch vụ mà nước đó xuất khẩu sang nước khác trừ đi giá trị hàng hoá và dịch vụ được nhập khẩu từ nước ngoài. Cán cân thương mại là cách gọi khác của xuất khẩu ròng về hàng hoá và dịch vụ. Có thể biểu diễn cán cân thương mại dưới dạng phương trình sau:

$$NX = EX - IM \quad (1)$$

Trong đó: NX là giá trị cán cân thương mại; EX là giá trị xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ; IM là giá trị nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ.

Khi  $NX > 0$  hay  $EX > IM$ , khi đó cán cân thương mại ở trạng thái được gọi là thặng dư thương mại hay “xuất siêu”.

Khi  $NX < 0$  hay  $EX < IM$ , khi đó cán cân thương mại ở trạng thái được gọi là thâm hụt thương mại hay “nhập siêu”.

Khi  $NX = 0$  hay  $EX = IM$ , khi đó cán cân thương mại ở trạng thái được gọi là cân bằng thương mại.

Cán cân thương mại hay xuất khẩu ròng là một trong những biến số kinh tế vĩ mô quan trọng của nền kinh tế gắn liền với thị trường hàng hóa, dịch vụ. Diễn biến của cán cân thương mại qua các thời kỳ là cơ sở để đề ra các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa và dịch vụ theo hướng tích cực. Khi đề ra và thực thi các giải pháp

---

<sup>6</sup> Samuelson..., Sđd, tr320

điều tiết thị trường hàng hóa và dịch vụ cần căn cứ vào ba trạng thái vận động cơ bản sau đây của cán cân thương mại: (1) Cán cân thương mại chuyển từ *trạng thái thâm hụt* sang trạng thái *ít thâm hụt hơn*, hay sang trạng thái *cân bằng*, hay sang trạng thái *thặng dư*; (2) Cán cân thương mại chuyển từ *trạng thái cân bằng* sang trạng thái *thặng dư*; (3) Cán cân thương mại chuyển từ *trạng thái thặng dư* sang trạng thái *thặng dư cao hơn*. Nói cách khác, xuất khẩu ròng hay cán cân thương mại sẽ đóng góp vào tăng trưởng chung của nền kinh tế khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao hơn tốc độ tăng trưởng nhập khẩu và phải đạt đến mức có thể làm giảm mức thâm hụt hay làm tăng mức thặng dư thương mại. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa sẽ hướng vào giải quyết các vấn đề sau đây:

Các giải pháp điều tiết thị trường phải làm cho xuất khẩu tăng nhanh hơn nhập khẩu, chính phủ phải áp dụng các chính sách khuyến khích xuất khẩu và/hoặc chính sách hạn chế nhập khẩu. Những chính sách này sẽ hoặc là gián tiếp, hoặc là trực tiếp tác động đến cung cầu của thị trường hàng hóa nội địa.

Một khi cán cân thương mại thặng dư, đồng nội tệ sẽ được nâng đỡ và một đồng nội tệ mạnh sẽ làm cho hàng xuất khẩu trở nên đắt hơn và nhập khẩu có xu hướng rẻ đi, cán cân thương mại sẽ vận động về trạng thái cân bằng và có thể thâm hụt. Khi đó các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa sẽ phải theo hướng hạn chế nhập khẩu gắn liền với một chính sách tài chính - tiền tệ theo hướng tăng cung tiền. Và như vậy, trạng thái của cán cân thương mại đóng vai trò là cơ sở để điều tiết thị trường hàng hóa và khi thực thi các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa sẽ hỗ trợ cho cán cân thương mại trở về trạng thái cân bằng, tiến đến thặng dư.

Nếu nền kinh tế trong tình trạng thâm hụt thương mại, chính phủ có thể áp dụng các chính sách kinh tế có lợi cho xuất khẩu để tiến tới giảm thâm hụt và cân bằng thương mại. Chính phủ có thể hạn chế nhu cầu nhập khẩu bằng cách áp dụng các biện pháp thuế quan hoặc phi thuế quan. Điều này cũng có nghĩa là sẽ có sự gia tăng nào đó về xuất khẩu ròng hay một sự cải thiện nào đó về tình trạng thâm hụt của cán cân thương mại. Tuy nhiên, các giải pháp điều tiết thị trường nhằm tăng xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu sẽ dẫn đến tăng giá hàng hoá trong nước so với hàng nhập khẩu, nghĩa là tỷ giá hối đoái thực tế có xu hướng tăng lên. Xu hướng này lại có ảnh hưởng làm giảm xuất khẩu một lượng tương đương với sự gia tăng xuất khẩu ròng do hạn chế



nhập khẩu, nghĩa là, cán cân thương mại sẽ ở một trạng thái cân bằng mới mà tại đó cả nhập khẩu (do chính sách hạn chế) và xuất khẩu đều giảm (do xu hướng tăng tỷ giá hối đoái thực tế). Vì vậy, việc nghiên cứu và đề ra các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa căn cứ vào trạng thái của cán cân thương mại cần chú ý hậu quả làm giảm khối lượng thương mại.

## **CHƯƠNG 2:**

# **THỰC TRẠNG ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG CỦA VIỆT NAM NHỮNG NĂM QUA**

Sự biến động không ngừng của thị trường thế giới đã tác động mạnh đến thị trường trong nước do Việt Nam hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới đã đòi hỏi chính phủ phải đưa ra những giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất, thị trường đầu ra cho sản phẩm của các doanh nghiệp. Song song với các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa, chính phủ cũng đã thực hiện hàng loạt giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ, chống lạm phát, bảo đảm tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, giải quyết vấn đề thâm hụt cán cân thương mại quá lớn tác động xấu đến tăng trưởng kinh tế. Hầu hết các giải pháp kinh tế vĩ mô này đều tác động đến thị trường hàng hóa và dịch vụ, hợp lực cùng với các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa dịch vụ nhằm đạt được các mục tiêu phát triển kinh tế bền vững. Chương này trên cơ sở khái quát thực trạng của các chỉ tiêu kinh tế sẽ tập trung phân tích các giải pháp điều tiết thị trường đã được đề ra và thực thi trong thời gian qua. Quá trình phân tích cũng chỉ rõ mức độ tác động của từng nhóm giải pháp và rút ra những kết luận cần thiết.

### **2.1. Điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào sản xuất và hiệu ứng của nó đối với phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam những năm qua**

#### **2.1.1. Thị trường hàng hóa đầu vào Việt Nam những năm qua.**

Chủ trương đổi mới từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI (1986), với nền kinh tế nhiều thành phần đã làm cho kinh tế Việt Nam có những thay đổi lớn lao không phải chỉ ở mức tăng trưởng mà còn ở thay đổi cơ cấu kinh tế. Trước yêu cầu của một quốc gia đang trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế, nhu cầu các loại tư liệu sản xuất đã tăng nhanh. Nguồn cung cấp các yếu tố đầu vào cho các doanh nghiệp Việt Nam bao gồm nhập khẩu và sản xuất trong nước. Trong đó, tỷ trọng hàng hóa đầu vào sản xuất trong nước đã tăng về tuyệt đối

nhưng có giảm tương đối nên xu hướng các loại nguyên vật liệu, thiết bị máy móc chủ yếu phục vụ sản xuất trong nước ngày càng phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu. Điều này thể hiện ở các số liệu về xuất nhập khẩu và tỷ trọng nhập khẩu hàng hóa tư liệu sản xuất.

**Bảng 2.1: Kim ngạch XNK của Việt Nam giai đoạn 1986-2007**

Đơn vị : Triệu USD

Chỉ tiêu	Tổng kim ngạch XNK	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân thương mại	
				Trị giá	Tỷ lệ % (XK/NK)
Năm					
1986	2.944,2	789,1	2.155,1	-1.366,0	33,6
1987	3.309,3	854,2	2.455,1	-1.600,9	34,8
1988	3.795,1	1.038,4	2.756,7	-1.718,3	37,6
1989	4.511,8	1.946,0	2.565,8	-619,8	75,8
1990	5.156,4	2.404,0	2.752,4	-348,4	87,3
<b>Cộng 86-90</b>	<b>19.716,8</b>	<b>7.031,7</b>	<b>12.685,1</b>	<b>-5.653,4</b>	<b>55,4</b>
1991	4.425,2	2.087,1	2.338,1	-251,0	89,3
1992	5.121,4	2.580,7	2.540,7	40,0	101,5
1993	6.909,2	2.985,2	3.924,0	-978,8	76,0
1994	9.880,1	4.054,3	5.825,8	-1.771,5	69,6
1995	13.604,3	5.448,9	8.155,4	-2.706,5	66,8
<b>Cộng 91-95</b>	<b>39.940,2</b>	<b>17.156,2</b>	<b>22.784,0</b>	<b>-5.627,8</b>	<b>75,3</b>
1996	18.399,8	7.255,8	11.144,0	-3.888,2	65,1
1997	20.777,3	9185,0	11.592,3	-2.407,3	79,2
1998	20.859,9	9360,3	11.499,6	-2.139,3	81,4
1999	23.162,0	11.540,0	11.622,0	-82,0	99,3
2000	29.508,0	14.308,0	15.200,0	-892,0	94,1
<b>Cộng 96-2000</b>	<b>112.706,0</b>	<b>52.649,1</b>	<b>61.057,9</b>	<b>-10.508,8</b>	<b>84,6</b>
2001	31.189	15.027	16.162	-1.135	93,0
2002	36.450	16.706	19.746	-3.040	84,6
2003	45.410	20.149	25.256	-5.105	80,0
2004	58.460	26.503	31.954	-5.451	83,0
2005	69.420	32.442	36.978	- 4536	87,7
<b>Cộng 2001-05</b>	<b>240.98</b>	<b>110.829</b>	<b>130.152</b>	<b>- 19.323</b>	<b>85,1</b>
2006	84.690	39.800	44.890	- 5.090	88,6
2007	111.240	48.560	62.630	- 14.120	77,47

Nguồn: Niên giám thống kê (nhiều năm)

Bảng 2.1. cho thấy tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2000 đã đạt 29,5 tỷ USD, gấp 5,9 lần năm 1990, trong đó xuất khẩu đạt trên 14,3 tỷ USD gấp gần 6 lần; nhập khẩu đạt 15,2 tỷ USD, gấp 5,5 lần. Trong những năm 1991 - 2000 bình quân mỗi

năm tổng mức lưu chuyển ngoại thương tăng 19%, trong đó xuất khẩu tăng 19,6%/năm; nhập khẩu tăng 18,6 %/năm. Xuất khẩu năm 2006 đạt 39,8 tỷ USD gấp 47 lần năm 1986. Xuất khẩu năm 2008 đạt 63 tỷ USD nhưng nhập khẩu tăng nhanh dẫn đến thâm hụt thương mại quốc tế nặng nề. Xuất khẩu bình quân đầu người năm 2000 đạt 184,2 USD, đưa nước ta ra khỏi danh sách các nước có nền kinh doanh thương mại quốc tế kém phát triển và đến năm 2006 con số đó là 470 USD, năm 2007 là 560 USD. Trong tổng cơ cấu nhập khẩu cho thấy sự chú trọng của chính sách điều tiết nhập khẩu nhằm đảm bảo cho một chương trình phát triển lâu dài của nền kinh tế. Tỷ trọng nhập khẩu hàng hoá tư liệu sản xuất và nguyên liệu gốc dùng cho đầu tư và xây dựng chiếm tỷ trọng cao. Hàng nhập khẩu được coi trọng nhất là nguyên liệu, thép và phân bón đồng thời nhập khẩu các loại nguyên nhiên vật liệu, thiết bị máy móc, các linh kiện và phụ tùng cho công nghiệp lắp ráp đã tăng lên nhanh chóng trong thời kỳ 1990-1999, trong khi nhập khẩu hàng tiêu dùng đã giảm dần từ 16,08% thời kỳ 1991-1995 xuống còn 10,14% thời kỳ 1996-1998 của tổng nhập khẩu. Cơ cấu nhập khẩu ở đây là nhằm đáp ứng yêu cầu của một nền kinh tế đang trong quá trình công nghiệp hoá. Điều cần nhấn mạnh là cơ cấu nhập khẩu được quyết định bởi chính sách điều tiết của chính phủ hơn là bởi tác động của thị trường nên tất yếu dẫn đến sự thay đổi cơ cấu nhập khẩu không thuận lợi trong những năm tới vì Việt Nam đang trong quá trình hội nhập và tự do hoá thương mại quốc tế. Trong danh mục hàng hóa đầu vào nhập khẩu thì thiết bị máy móc chiếm 21,8% tổng nhập khẩu năm 1991 và đã tăng lên 28,4% năm 1996, 31,3% năm 1998. Tỷ trọng này tiếp tục tăng và đạt khoảng 45% năm 2008, kể cả nhập khẩu bán thành phẩm cho công nghiệp lắp ráp trong nước. Tỷ trọng nguyên nhiên vật liệu nhập khẩu giảm từ 64,3% năm 1991 xuống 59,1% năm 1996 và tăng trở lại đến 61,98% năm 1998, 65,93% năm 1999 nhưng sau đó lại đổi chiều giảm và trở nên cân bằng hơn vào giai đoạn 2005 - 2008. Như vậy, yếu tố đầu vào nhập khẩu cho thị trường nội địa chiếm tỷ trọng cao trong tổng nhập khẩu của Việt Nam từ năm 1991 đến nay. Điều này phản ánh một chính sách điều tiết thị trường hàng hóa ưu tiên cho nhập khẩu đầu vào sản xuất.

Tuy nhiên, những năm gần đây lạm phát đã làm giá cả đầu vào tăng nhanh trong khi phần lớn doanh nghiệp Việt Nam sử dụng đầu vào nhập khẩu, đặc biệt là nguyên vật liệu cho các ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu như dệt may, da giày, chế biến thực phẩm. Tính trung bình trong năm 2008, giá cả của nhiều yếu tố đầu vào sản xuất

nhập khẩu tăng mạnh như giá xăng nhập khẩu tăng khoảng 62%, giá sắt thép tăng khoảng 30%, phôi thép 52%, các loại vật liệu xây dựng tăng khoảng 14,5%, clinker 35%, giấy tăng 12%, chất dẻo tăng 15,5%, phân bón tăng 96% đã làm cho thị trường đầu vào sản xuất Việt Nam trở thành nhân tố gây lạm phát chi phí đẩy và cũng là nhân tố gây nên hiện tượng nhập khẩu lạm phát. Sau những giải pháp chống lạm phát và do sự tác động của giá cả trên thị trường thế giới, cuối năm 2008, thị trường đầu vào sản xuất lại có những diễn biến ngược lại, giá nhiều loại tư liệu sản xuất giảm mạnh như giá chào phân urê chỉ còn 215 - 218 USD/tấn, phôi thép chỉ còn 400 - 500 USD/tấn. Diễn biến thị trường tư liệu sản xuất thế giới đã làm cho thị trường Việt Nam có những biến động lớn và nhiều doanh nghiệp rơi vào lúng túng. Nhiều doanh nghiệp đã nhập khẩu đầu vào cho sản xuất trước đó và dự trữ lớn rơi vào tình trạng ứ đọng, chi phí sản xuất tăng cao nên sản phẩm không tiêu thụ được. Khó tiêu thụ sản phẩm và tiêu thụ chậm đã làm nhu cầu vốn tăng, chi phí vốn tăng lên buộc phải cắt giảm sản lượng và dẫn đến suy thoái kinh tế.

Diễn biến phức tạp của thị trường đầu vào sản xuất không chỉ ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn mà còn tác động khôn lường đến phát triển kinh tế bền vững nếu không có những giải pháp điều tiết hợp lý.

### **2.1.2. Giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất Việt Nam những năm qua.**

Để bình ổn thị trường đầu vào sản xuất, bảo đảm các yếu tố đầu vào cho các ngành công nghiệp, xây dựng, sản xuất nông nghiệp nhằm đạt được tốc độ tăng trưởng kinh tế mong muốn, chính phủ đã đề ra và thực thi những giải pháp điều tiết thị trường cần thiết, phù hợp với từng giai đoạn phát triển kinh tế.

Trước hết, các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất thời gian qua đã tập trung vào khuyến khích sản xuất trong nước những loại nguyên vật liệu cần thiết, thay thế cho nhập khẩu. Các ngành công nghiệp phụ trợ đã được ưu tiên phát triển bằng những ưu đãi về thủ tục đầu tư, thủ tục vay vốn, miễn thuế thu nhập doanh nghiệp có thời hạn.

Thứ hai, hầu hết giải pháp điều tiết thị trường đầu vào đều hướng vào nguồn hàng nhập khẩu bằng các công cụ định lượng và thuế quan nhập khẩu để bảo hộ cho các ngành sản xuất tư liệu sản xuất trong nước. Các công cụ định lượng như cấm nhập

khẩu, hạn ngạch, nhập khẩu có điều kiện được sử dụng cho đến khi buộc phải xóa bỏ do các cam kết đa phương và song phương. Thuế quan cũng được xem là công cụ điều tiết nguồn hàng tư liệu sản xuất nhập khẩu cơ bản và đã áp dụng mức thuế quan linh hoạt tùy theo từng thời điểm của thị trường. Các loại thuế quan đánh vào tư liệu sản xuất nhập khẩu được sử dụng khá đa dạng và linh hoạt theo yêu cầu điều tiết thị trường tư liệu sản xuất trong nước. Chẳng hạn, khi cần khuyến khích sản xuất phụ tùng và các ngành công nghiệp phụ trợ, chính phủ đã thực thi thuế theo tỷ lệ nội địa hóa. Cơ cấu thuế quan đã thể hiện rõ ưu đãi cho nhập khẩu linh kiện, phụ tùng, bán thành phẩm cho sản xuất trong nước thông qua áp dụng mức thuế quan cao đối với thành phẩm, thuế thấp cho nguyên liệu hoặc bán thành phẩm nhập khẩu để sản xuất sản phẩm đó. Cơ cấu thuế quan này đã làm tăng mức bảo hộ thực tế cho các ngành sản xuất tư liệu sản xuất trong nước.

Thứ ba, chính sách ưu đãi nhập khẩu đầu vào cho các ngành sản xuất tư liệu sản xuất trong nước đã cho thấy giải pháp điều tiết thị trường đầu vào phục vụ cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế đã đạt được những kết quả nhất định. Các ngành sản xuất tư liệu sản xuất như sản xuất các loại động cơ công suất nhỏ và vừa phục vụ sản xuất nông nghiệp, vận tải nhỏ đã hình thành không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn tiến đến xuất khẩu. Các ngành công nghiệp sản xuất xi măng, vật liệu xây dựng, thép đã hình thành và cung cấp phần lớn cho nhu cầu trong nước. Các cơ sở sản xuất điện năng được xây dựng và đi vào hoạt động đã cung cấp một sản lượng điện ngày càng tăng cho nhu cầu sản xuất và đời sống. Những kết quả này đã cho thấy tính đúng đắn của các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất để thay đổi nhanh chóng cơ cấu nền kinh tế.

Thứ tư, hệ thống phân phối tư liệu sản xuất được cơ cấu lại phù hợp với yêu cầu công nghiệp hóa và hiện đại hóa nền kinh tế. Kênh phân phối trực tiếp gia tăng, một tỷ trọng lớn các yếu tố đầu vào sản xuất trong nước và nhập khẩu đã được cung ứng thẳng từ nguồn đến các hộ tiêu dùng sản xuất. Điều này chứng tỏ các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất đã hướng vào việc giảm các trung gian phân phối tư liệu sản xuất nhằm giảm chi phí, giảm thời gian lưu chuyển, tăng nhanh vòng quay vốn sản xuất của các doanh nghiệp.

Thứ năm, các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất đã tập trung vào hướng nâng cao vai trò của các tập đoàn, tổng công ty nhà nước, có vốn lớn, có tiềm

lực kinh tế trong việc bình ổn thị trường đầu vào, bình ổn giá, thực hiện các giải pháp điều tiết thị trường mà chính phủ đề ra. Để thực hiện các giải pháp này, thời gian qua chính phủ đã đề ra các chỉ tiêu, giao nhiệm vụ trực tiếp đến các tập đoàn, tổng công ty nhà nước. Phương pháp điều tiết trực tiếp này đã nhanh chóng tác động đến thị trường đầu vào sản xuất, đưa thị trường đi đúng hướng là bảo đảm các yếu tố đầu vào cho sản xuất ổn định và tăng trưởng.

Cuối cùng, các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất đã hướng vào việc khuyến khích các ngành, các doanh nghiệp đầu tư sản xuất và khai thác các nguồn nguyên vật liệu sẵn có ở các địa phương trong nước. Điều này thể hiện ở hàng loạt chính sách của chính phủ như miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp đầu tư sản xuất hàng tư liệu sản xuất ở các khu vực miền núi, ở các ngành đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu lớn, thời hạn thu hồi vốn chậm.

Bên cạnh những điểm mạnh của các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào, vẫn còn những điểm yếu bộc lộ, hạn chế vai trò điều tiết thị trường và tạo những bất ổn cho thị trường, giảm vai trò điều tiết, giám sát bằng các công cụ kinh tế của chính phủ.

Một vấn đề nổi cộm trong điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào là tác động để các doanh nghiệp kinh doanh tư liệu sản xuất phải theo đúng quy tắc của thị trường có sự điều tiết của chính phủ. Nhiều doanh nghiệp chạy theo lợi nhuận đã có những hành vi đầu cơ, găm hàng tạo nên những cơn sốt vật tư, nguyên liệu gây khó khăn cho sản xuất nhưng chưa có cơ sở pháp lý để xử lý đúng mức.

Các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất thời gian qua cũng chưa tác động mạnh mẽ đến chống tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại trong lĩnh vực bảo đảm hàng hóa đầu vào cho sản xuất. Tình trạng tư liệu sản xuất không bảo đảm chỉ tiêu chất lượng đầu vào cho sản xuất, đặc biệt là các loại vật tư nông nghiệp bị làm nhái, làm giá khá phổ biến nhưng chế tài xử phạt rất nhẹ, không có chế tài xử lý hình sự khi cần thiết nên đã tác động xấu đến tình hình phát triển kinh tế xã hội như Nghị quyết Đại hội IX của Đảng đã chỉ rõ. Đã đến lúc phải có các giải pháp đồng bộ và kiên quyết để đưa hoạt động của các doanh nghiệp cung ứng hàng hóa đầu vào sản xuất theo đúng quy tắc của thị trường, thực sự góp phần ổn định đầu vào cho sản xuất nhằm phát triển kinh tế bền vững trên cả nước trong những thập niên tới.

Các giải pháp quản lý nhà nước đối với thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất đã đổi mới cơ bản trên nhiều mặt và tác động đến thực tiễn diễn biến thị trường hàng hóa đầu vào thời gian qua nhưng còn bộc lộ điểm yếu cơ bản là thiếu đồng bộ, thiếu sự phối hợp các giải pháp của các cơ quan quản lý nhà nước khác nhau. Nhiều giải pháp đưa ra còn chồng chéo, cản trở lẫn nhau. Chẳng hạn những quy định về cấm nhập khẩu tàu cũ để bảo vệ môi trường đã cản trở và gây ách tắc cho hoạt động bảo đảm thép phế cho ngành công nghiệp thép. Đặc biệt là sự quá chậm trễ và thiếu nhiều văn bản hướng dẫn để điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất. Do thiếu nhiều văn bản hướng dẫn thực hiện cụ thể nên hiệu quả của các giải pháp điều tiết thấp, nảy sinh những vấn đề gây bất ổn thị trường tư liệu sản xuất, ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp

Một vấn đề quan trọng của các giải pháp chính sách điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất trong những năm qua là đã không hướng vào việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại đủ sức phục vụ cho các ngành kinh tế. Đại bộ phận các kho tàng, bến bãi của ngành cung ứng vật tư kỹ thuật cho sản xuất còn phân tán, manh mún. Điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến dự trữ lưu thông hàng hóa đầu vào và không đủ lượng hàng cần thiết để điều tiết thị trường khi có những biến động. Do lực lượng dự trữ phân tán ở các doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp thương mại nên cơ quan quản lý nhà nước cũng không nắm chắc được lực lượng hàng hóa đầu vào nằm rải rác trong nền kinh tế nên không có được những giải pháp điều tiết kịp thời, chính xác.

Nhìn chung, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất thời gian qua đã góp phần bình ổn thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất, thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng cao trong một thời gian dài nhưng những khiếm khuyết của các giải pháp này đã làm cho thị trường hàng hóa đầu vào phụ thuộc nhiều hơn vào một số nguồn hàng và không sửa chữa được những trục trặc của một thị trường ngày càng tự do hóa gây ra.

## **2.2. Phân tích và đánh giá các giải pháp điều tiết thị trường tiêu dùng và tác động đến phát triển kinh tế bền vững**

### **2.2.1. Thị trường hàng tiêu dùng Việt Nam những năm qua.**

Cùng với thị trường hàng hóa đầu vào cho sản xuất, thị trường đầu ra, trong đó thị trường hàng tiêu dùng Việt Nam đã tạo nên một bức tranh tổng thể về thị trường hàng hóa như một động lực của phát triển kinh tế. Chúng ta sẽ xem xét tổng thể thị



trường hàng tiêu dùng và đi vào phân tích một số thị trường hàng hóa cụ thể để thấy được mức độ phát triển của thị trường hàng hóa tiêu dùng Việt Nam.

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ liên tục tăng qua các năm (Bảng 2.2.).

**Bảng 2.2: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ  
phân theo thành phần kinh tế**

Năm	Tổng số (tỷ đồng)	Các thành phần kinh tế trong nước chia ra					
		DN nhà nước		DN ngoài nhà nước		FDI	
		Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
1985	620,0	348,7	56,2	272	43,9	0	0
1990	19.031	5.788	30,4	13.242	69,6	0	0
1995	121.160	27.367	22,6	93.193	76,9	600	0,5
1996	145.874		21,3		75,5		1,2
2000	219.400	40.000	18,2	176.300	80,4	3.100	1,4
2001	245.315						
2004	376.894	58.027	15,4	310.115	82,3	8.759	2,3
2005	475.381	62.134	13,1	395.021	83,1	18.226	3,8
2006	580.700		12,4		83,6		4,0
2007	726.000						

*Nguồn: Niên giám thống kê*

Bảng 2.2. cho thấy giai đoạn 1996 - 2000 có tốc độ tăng bình quân hàng năm gần 11%, năm 1996 đạt 145.874 tỷ đồng và đến năm 2000 đạt 220.410,6 tỷ đồng, Giai đoạn 2001 - 2005 có tốc độ tăng bình quân năm là 18,3%, năm 2001 đạt 245.315 tỷ đồng và đến năm 2005 đạt gần 475.381 tỷ đồng, Năm 2006 đạt tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ 580.700 tỷ đồng, tăng 20,9% so với 2005. Năm 2007 đạt 726.000 tỷ đồng, tăng 20% so với 2006. Tính chung trong mười năm qua, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng xã hội tăng trưởng bình quân hằng năm hơn 20%. Tốc độ tăng trưởng bình quân của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ luôn cao hơn từ 1,5 - 2 lần so với tốc độ tăng trưởng bình quân GDP cùng kỳ. Mức độ đóng góp của thương mại hàng hóa và dịch vụ trong nước chiếm tỷ trọng khoảng 13,5 - 14% trong GDP, chỉ sau ngành công nghiệp chế biến (khoảng 20%) và ngành nông nghiệp (khoảng 16 - 18%), (Bảng 2.3.). Xét

theo thành phần kinh tế, tỷ trọng khu vực nhà nước giảm qua các năm và có xu hướng xoay quanh 12%, tương ứng với điều đó, khu vực ngoài nhà nước tăng nhanh, đến hơn 83% năm 2006. Khu vực có vốn nước ngoài tăng cùng với mức độ mở cửa của nền kinh tế.

**Bảng 2.3: Đóng góp của thương mại hàng hóa và dịch vụ so với một số ngành trong GDP**

Năm	Tổng GDP (100%)	Thương mại		Nông nghiệp (%)	Công nghiệp CB (%)
		Trị giá (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)		
1996	100	43.125	15,85	22,44	15,18
1997	100	48.914	15,60	21,01	16,48
1998	100	55.783	15,45	21,10	17,15
1999	100	59.384	14,85	20,84	17,69
2000	100	62.836	14,23	19,82	18,56
2001	100	67.788	14,08	18,26	19,78
2002	100	75.617	14,11	18,02	20,58
2003	100	83.297	13,58	17,34	20,45
2004	100	96.995	13,56	16,65	20,34
2005	100	113.768	13,58	15,83	20,70

*Nguồn: Niên giám thống kê*

Minh chứng cho diễn biến trên thị trường hàng tiêu dùng Việt Nam, chúng ta sẽ nghiên cứu về thị trường nông sản bao gồm thị trường lúa gạo, thị trường thủy sản và thị trường thịt gia cầm.

### **Thị trường lúa gạo**

Đến năm 1989, Việt Nam từ thiếu gạo tiêu dùng trong nước chuyển sang xuất khẩu gạo ra thị trường thế giới. Hiện nay đảm bảo an ninh lương thực trong nước và xuất khẩu gạo đứng thứ 2 thế giới sau Thái Lan, đảm bảo sản lượng lương thực tăng (5%) luôn luôn cao hơn tốc độ tăng dân số (1,9%). Theo đánh giá của FAO, trong 18 năm qua sản lượng lúa gạo thế giới tăng thêm khoảng 70 triệu tấn thì Việt Nam đóng góp 10 triệu tấn. Như vậy thị trường lúa gạo Việt Nam phải được nghiên cứu dưới hai góc độ, thị trường tiêu dùng trong nước và thị trường xuất khẩu. Thị trường trong nước gồm hai phân khúc, phân khúc thị trường lúa và phân khúc thị trường gạo. Thị trường lúa là thượng nguồn của các doanh nghiệp chế biến gạo xuất khẩu, người bán là các

hộ nông dân mà năng lực cung cấp mang tính mùa vụ và năng suất. Để ổn định đầu ra cho nông dân, thời gian qua chính phủ đã có nhiều giải pháp điều tiết, kể cả hỗ trợ giá mua lúa. Phân khúc thị trường gạo bao gồm gạo tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Thị trường gạo tiêu thụ trong nước trong thời gian qua chủ yếu do tư thương và các doanh nghiệp kinh doanh tư nhân đảm nhiệm, các giải pháp điều tiết ít tập trung vào phân khúc thị trường này. Thị trường xuất khẩu được chú trọng vì đây là thị trường đầu ra chủ yếu cho gạo Việt Nam. Sự ách tắc trên thị trường xuất khẩu gạo sẽ dẫn đến những thiệt hại kinh tế to lớn và quan trọng hơn là gây mất ổn định các thị trường hàng hóa khác, xáo trộn đời sống hàng triệu hộ nông dân, gây tình trạng nghèo đói. Sản lượng gạo Việt Nam xuất khẩu những năm qua ổn định ở mức cao và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lượng gạo xuất khẩu của thế giới ( Bảng 2.4),

**Bảng 2.4: Sản lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam**

Năm	Xuất khẩu (Nghìn tấn)	Tổng lượng xuất khẩu gạo của thế giới (nghìn tấn)
1997	3.575	21.046
1998	3.730	28.796
1999	4.508	25.986
2000	3.476	23.500
2001	3.729	23.000
2002	3.240	27.900
2003	4.295	27.116
2004	5.100	28.291
2005	5.000	26.790
2006	4.800	28.600
2007	4.500	31.590

*Nguồn: Niên giám Thống kê*

Thị trường xuất khẩu gạo càng ngày càng được mở rộng, tới hầu hết các châu lục trên thế giới. Phương thức xuất khẩu gạo phong phú với giá cả hợp lý. Những rủi ro về giá, về thanh toán ngày càng giảm. Chất lượng gạo nước ta ngày càng phù hợp và được nâng cao rõ rệt. Trong những năm đầu xuất khẩu gạo, tỉ lệ gạo chất lượng cao 5% tằm gần như không có, chỉ chiếm 0,3% tổng lượng gạo xuất khẩu, trong khi gạo cấp loại xấu, tỉ lệ tằm cao (35% và 45%) chiếm tới 92,4% tổng lượng gạo xuất khẩu.

Đến năm 2007 loại gạo xuất khẩu chất lượng cao 5% tằm đã tăng lên đến 35%, loại gạo 15% tằm chiếm 40%, ngược lại, cấp loại gạo xấu, phẩm chất thấp (35 - 40% tằm) đã giảm xuống còn 11%.

Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu gạo Việt Nam thời gian qua vẫn nổi lên một số vấn đề sức mua thấp, thiếu tính bền vững. Phân khúc thị trường các nước châu Á chiếm từ 6% đến 65% kim ngạch xuất khẩu. xuất khẩu qua trung gian còn nhiều, nên bị ép cấp và bị thua thiệt về giá. Triển vọng về mở rộng thị trường các nước và khu vực (Châu Âu, Châu Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ...) vẫn gặp nhiều khó khăn trước yêu cầu mới và cải tiến liên tục về tiêu chuẩn vệ sinh thành phẩm, chất lượng, mẫu mã và cả về các quy định và thông lệ thương mại quốc tế. Chất lượng gạo Việt Nam còn kém là do nguyên nhân giống lúa kém. Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong nghiên cứu và triển khai chương trình cải tạo giống lúa nhưng nông dân mới chỉ chú trọng đến việc nâng cao năng suất mà chưa quan tâm đến việc nâng cao giống lúa và các biện pháp kỹ thuật để cải thiện chất lượng gạo phù hợp với thị trường trong và ngoài nước. Có đến 90% diện tích hiện đang sử dụng các giống lúa ngắn ngày cho năng suất cao nhưng chất lượng thấp. Các giống lúa đặc sản truyền thống của Việt Nam chiếm một diện tích không đáng kể. Theo số liệu từ Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn, hàng năm chưa kể nhập khẩu, chúng ta công nhận và đưa vào sản xuất 60 đến 80 giống lúa mới chưa kể sử dụng thóc thối làm giống khá phổ biến. Công nghệ chế biến lạc hậu cũng đang là những trở ngại lớn. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ chế biến, bảo quản xuất khẩu còn yếu kém lại phân bố không đều. Hệ thống nhà máy xay xát, đánh bóng gạo xuất khẩu những năm gần đây tuy có được trang bị thêm máy móc, thiết bị hiện đại hơn nhưng số lượng còn ít. Ở khu vực lúa ĐBSCL, đến nay năng lực sấy chỉ bảo đảm được từ 10% - 15% sản lượng thóc hè thu cộng thêm vấn đề kho tàng và công nghệ bảo quản lương thực còn lạc hậu, chủ yếu vẫn là thông thoáng tự nhiên, đảo trộn và bóc dỡ thủ công nên tổn thất trong quá trình bảo quản còn cao (1,5% - 2%). Hiện nay hệ thống kho tàng chuyên dụng hầu như không có, đa phần là loại kho cuốn và kho khung thép, xây dựng đã lâu, hết thời gian sử dụng, hư hỏng và cần phải sửa chữa nhiều. Nhìn chung công nghệ và thiết bị xay xát gạo phần lớn là lạc hậu, ít cải tiến chi phí sản xuất cao, chất lượng thành phẩm thấp. Đây là nguyên nhân chính làm cho gạo xuất khẩu của Việt Nam thiếu khả năng cạnh tranh trên thị trường, hiệu quả kinh tế chưa cao. Điều tiết giá gạo xuất khẩu chưa tốt cũng là một điểm nổi bật của thị trường xuất khẩu gạo Việt Nam. Giá gạo Việt Nam luôn thấp hơn trên dưới 20

USD/tấn so với giá gạo của một số nước xuất khẩu gạo như Thái Lan, Ấn Độ, Hoa Kỳ... Đây là vấn đề bức xúc cần được giải quyết.

### **Thị trường thủy sản**

Nước ta có bờ biển dài 3260km, có vùng đặc quyền kinh tế biển hơn 1 triệu km<sup>2</sup>, có các hệ sinh thái nhiệt đới và cận nhiệt đới đa dạng, có hơn 4000 hòn đảo và vùng bờ biển, có hơn 400.000 ha nuôi trồng thủy sản được. Hải sản bao gồm cá, tôm, động vật thân mềm như bạch tuộc và mực, các động vật thân mềm khác. Ngành thủy sản có đóng góp lớn cho kinh tế nước ta, hiện nay lực lượng lao động khoảng 3,4 triệu người và có vai trò tích cực trong thu hút lao động, xoá đói giảm nghèo cho dân cư vùng ven biển. Sản phẩm sản xuất của ngành hải sản xác định chủ yếu phục vụ thị trường trong nước vì nó là nguồn cung cấp chất đạm bổ sung cho thịt lợn, thịt gà và thịt gia súc khác rất cần trong đời sống nhân dân. Tuy nhiên nó cũng là mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam và được phát triển rất nhanh. Hiện nay thủy sản là một trong những mặt hàng đem lại doanh thu lớn nhất cho nước ta và xếp thứ 4 sau dầu thô, may mặc, gia dệt, về xuất khẩu đứng thứ 7 trên thế giới về xuất khẩu hải sản sau các nước: Trung Quốc, Thái Lan, Na Uy, Hoa Kỳ, Canada và Đan Mạch. Bấy nước trên có thị phần lớn và có độ tăng trưởng cao, và xuất khẩu thủy sản trên thế giới. Xuất khẩu thủy sản cũng là ngành truyền thống của Việt Nam và thị trường xuất khẩu rất đa dạng hiện có mặt ở 128 nước trên thế giới trong đó Nhật Bản là thị trường đã có quan hệ từ lâu và là thị trường chủ chốt của hải sản của Việt Nam, Hoa Kỳ tuy là thị trường mới nhưng đã trở thành nhà nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam. Mặt hàng xuất khẩu của nước ta cũng đa dạng trong đó tôm đông lạnh chiếm gần nửa tổng giá trị xuất khẩu đặc biệt có vị trí lớn đối với mặt hàng tôm hùm.

***Bảng 2.5: Kết quả xuất khẩu thủy sản của Việt Nam từ 2000 - 2007***

*Đơn vị: tỷ USD*

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng giá trị xuất khẩu	1,47	1,72	2,01	2,31	2,40	2,65	2,80	3,86

*Nguồn: Bộ thủy sản, Cục xúc tiến Bộ Thương mại*

Trong xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã thực hiện đa dạng hoá mặt hàng xuất khẩu và đa dạng hoá thị trường xuất khẩu cùng với việc duy trì ba thị trường truyền thống xuất khẩu thủy sản Việt Nam là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Gần đây, Trung quốc đang nổi lên như một thị trường xuất khẩu thủy sản quan trọng của Việt Nam.

Cơ cấu thủy sản Việt Nam xuất khẩu vẫn tập trung vào các mặt hàng tôm đông lạnh, cá tra, các loại nhuyễn thể, các loại cá khai thác từ đại dương và nuôi nước ngọt (Bảng 2.6)

**Bảng 2.6: Cơ cấu thủy sản Việt Nam xuất khẩu từ 2005 – 2007**

Đơn vị tính: Triệu USD

Mặt hàng	2005		2006		2007	
	KL	GT	KL	GT	KL	GT
Tôm	155,85	1359,14	143,61	1335,77	73,34	720,98
Cá tra, basa			28,66	736,87	213,58	564,76
Nhuyễn thể chân đầu			69,76	222,18	48,83	165,63
Cá	210,64	555,03	82,83	223,62	5,01	160,98
Mặt hàng khác	124,40	393,30	53,67	191,46	27,86	95,85
Cá Ngừ	30,20	82,24	44,82	117,13	32,15	90,85
Tôm chế biến			14,81	124,38	8,41	89,13
Cá khô	22,98	70,87	2,82	89,40	18,79	68,32
Giáp xác khác			15,14	106,54	7,89	59,63
Cá chế biến			46,25	683,06	28,84	41,46
Mực khô	12,52	80,52	12,06	79,59	6,14	39,91
Nhuyễn thể 2 mảnh vỏ			18,75	55,31	0,84	21,75
Tôm khô	0,94	3,60	4,60	5,88	2,74	3,70
Tôm hùm	0,12	1,96			0,02	0,74
Nhuyễn thể khác			0,59	1,04	0,24	0,46
Tôm hùm, tôm mũ ni			0,01	0,41	0,01	0,18
Bạch tuộc đông lạnh	33,15	75,51				
Ruốc khô	8,02	5,11				
Mực đông lạnh	29,51	109,02				
Hàng tươi sống	0,01	0,50				
Tổng số		2736,86		33577,95		2104,40

Nguồn: Trung tâm thông tin thủy sản

Bảng 2.6. cho thấy tôm đông lạnh xuất khẩu là mặt hàng mang lại kim ngạch lớn nhất nhưng đang có xu hướng giảm. Các mặt hàng khác cũng cho thấy xu hướng tương tự. Điều này đặt ra hai vấn đề cần giải quyết: (1) Phải xem xét lại vấn đề hậu cần đầu vào và khâu chế biến các mặt hàng thủy sản xuất khẩu để có năng suất cao, bảo đảm chất lượng và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các khách hàng nhập khẩu; (2) Trong bối cảnh suy giảm kinh tế toàn cầu, khách hàng cắt giảm nhu cầu cần có các giải pháp cắt giảm chi phí, rút ngắn các thủ tục và áp dụng các giải pháp marketing và bán hàng để duy trì các khách hàng nhập khẩu truyền thống và tìm kiếm thị trường mới cho mặt hàng thủy sản.

Về thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam đã có sự phát triển đa dạng, mặc dù vẫn tập trung ở một số thị trường truyền thống nhưng một số thị trường mới nổi đang có tỷ lệ ngày càng tăng (Bảng 2.7)

**Bảng 2.7: Xuất khẩu thủy sản theo thị trường**

Đơn vị tính: Triệu USD

Thị trường	2005		2006		2007	
	KL	GT	KL	GT	KL	GT
EU	132,35	441,37	219,96	7235,04	162,13	527,87
Hoa Kỳ	82,85	644,14	988,24	6641,95	56,24	413,58
Nhật Bản	129,28	823,95	1238,89	8426,13	64,35	396,23
Châu Á (không kể Nhật Bản, ASEAN)	166,77	442,38	1761,60	4937,98	111,86	340,63
Châu Âu (không kể EU)	18,55	60,44	7,39	1742,08	46,18	118,47
ASEAN	49,19	125,15	60,29	1508,87	39,48	108,10
Châu Hoa Kỳ (không kể Hoa Kỳ)	20,64	92,68	28,66	1243,74	20,80	86,04
Châu Đại dương	23,18	102,35	25,84	1335,83	13,41	68,82
Thị trường khác			10,17	415,72	8,03	30,89
Châu Phi	1,65	4,37	39,41	92,20	4,99	13,73
<b>Tổng số</b>		<b>2.736,86</b>		<b>33579,59</b>		<b>2104,40</b>

*Nguồn: Trung tâm thông tin thủy sản*

Bảng 2.7 cho thấy xuất khẩu thủy sản Việt Nam chủ yếu là sang các thị trường thuộc khu vực EU, thị trường Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Nga, Ucraina... Nhìn chung kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2008 tới các thị trường đều tăng so với năm 2007. Cụ thể, xuất khẩu thủy sản sang khu vực thị trường EU đạt 119,5 triệu USD, tăng 13,17% so với tháng 7/2008 và tăng 41,48% so với cùng kỳ năm 2007. Tổng kim ngạch xuất khẩu trong 8 tháng sang thị trường này đạt 729,9 triệu USD, tăng mạnh 24,4% so với 8 tháng đầu năm ngoái. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản tới hầu hết các thị trường đều tăng so với cùng kỳ năm ngoái, cụ thể: xuất khẩu tới thị trường Đức tăng 31,91%, tới Italia tăng 41,1%, Tây Ban Nha tăng 25,34%, Hà Lan tăng 6,14 tỷ Bỉ tăng 22,59, Pháp 47,6%, Anh 42,16%, Bồ Đào Nha tăng 78,3% Đan Mạch tăng 18,58%, Litva tăng 41,58%, Thụy Điển tăng 20,68%, Hy Lạp tăng 19,79%... Duy chỉ có xuất khẩu tới một số ít thị trường giảm như: Ba Lan (giảm 28,58%); Áo (giảm 17,91%), Slovenia (giảm 51,28%), Extônia (giảm 24,89%), Ailen (giảm 23,25%). Trong tháng 8/2008, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tới thị trường Nhật Bản đứng ở vị trí thứ hai, đạt 80,1 triệu USD, tuy giảm 11,19% so với tháng 7/2008 nhưng lại tăng 5,68% so với cùng kỳ năm 2007, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu trong 8 tháng tại thị trường này đạt 539,3 triệu USD, tăng 20,28% so với 8 tháng đầu năm 2007.

Trong những năm qua thị trường thủy sản nước ta đã có phát triển nhanh trên các phương diện khai thác đánh bắt, nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu, đã khẳng định được vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế; đã đóng góp và nâng cao kim ngạch

xuất khẩu, giải quyết công ăn việc làm cho 28 tỉnh có bờ biển. Tuy nhiên tiềm năng sản xuất kinh doanh thủy sản chưa khai thác hết, hiệu quả hoạt động của ngành thủy sản chưa cao, kế hoạch hoá quá trình hoạt động ngành thủy sản chưa thông suốt như người nuôi tôm sú bị dịch bệnh làm chết tôm, người nuôi cá ba sa đến mùa thu hoạch không bán được. Trong khi đó nhà máy chế biến thiếu nguyên liệu phải nhập từ nước ngoài. Đặc biệt là phải đối mặt với hàng loạt vấn đề đặt ra trong cạnh tranh và những đòi hỏi khắt khe về vệ sinh, chất lượng thực phẩm ngày một cao trong tất cả các công đoạn từ mặt ao đến bàn ăn. Tại các thị trường lớn, khó tính, các nhà nhập khẩu và người tiêu dùng đã bắt đầu đưa ra những yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, quản lý kháng sinh từ nuôi trồng, thức ăn chăn nuôi đến chế biến, bảo quản, xuất khẩu, sản phẩm phải có nguồn gốc rõ ràng ghi trên từng bao bì. Căn cứ vào dấu hiệu được ghi trên bao bì người tiêu dùng có thể truy cập được xem sản phẩm đó sản xuất ở đâu, do doanh nghiệp nào sản xuất và quản lý dưới dạng kiểm soát nào. Thậm chí không chỉ nơi chế biến mà còn truy tận đến nơi thuê ở đâu, thu hoạch ngày nào, nuôi bằng thức ăn gì, nguồn gốc giống,... tất cả đều phải công khai, minh bạch.

Những khó khăn trên nguyên nhân một phần là do Nhật Bản, Đức và Hoa Kỳ ngày càng thắt chặt các hàng rào kỹ thuật nhằm bảo hộ ngành sản xuất trong nước với việc ngày càng có nhiều tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh dịch tễ, quy định về nhãn mác, bao bì, đóng gói... được đưa ra khiến cho nước xuất khẩu luôn chạy theo để đáp ứng. Điển hình là những năm 2003 và năm 2004 nước ta đã không thành công trong thực hiện chỉ tiêu xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Đây quả là điều cần được xem xét trong chiến lược phát triển thị trường thủy sản ở nước ta. Tháng 6 năm 2003, Hoa Kỳ cho rằng cá da trơn nhập khẩu từ Việt Nam đã làm tổn hại nghiêm trọng đến ngành cá da trơn nội địa và đã áp dụng các mức thuế chống phá giá đối với cá basa (tra) phi lê Việt Nam. Từ đó, mức thuế áp dụng từ khoảng 37 đến 64% làm tăng đáng kể giá các sản phẩm của Việt Nam. Doanh thu trên thị trường Hoa Kỳ chỉ còn một nửa. Ngoài những nguyên nhân khách quan, những giải pháp điều tiết thị trường thủy sản Việt Nam cũng gây ra những cản trở nhất định.

### **Thị trường thịt lợn và thịt gia cầm**

Thị trường thịt lợn và thịt gia cầm Việt Nam bao gồm phân khúc người tiêu dùng nội địa và phân khúc thị trường xuất khẩu, trong đó khác với thị trường thủy sản, phân khúc tiêu dùng trong nước chiếm tỷ trọng chủ yếu.



Đối với phân khúc thị trường trong nước, theo khảo sát của tổ nghiên cứu thị trường nông thôn - Bộ thương mại (nay là Bộ Công Thương), sản lượng thịt bình quân đầu người nước ta đạt 19,95 kg thịt hơi/ người/ năm. Số liệu này bằng 30 - 50% mức tiêu dùng bình quân của các nước đang phát triển. Điều này cũng có nghĩa là thịt lợn và thịt gia cầm nước ta cũng là thị trường có tiềm năng lớn, hiện nay nước ta có 75% dân số là nông thôn, thu nhập của nông dân bằng 1/3 thu nhập của đô thị, chưa kể có 61 huyện trong đó 50% số hộ thuộc hộ nghèo, tức là thu nhập dưới 200 ngàn đ/người/ tháng. Nếu đời sống nông dân được nâng cao thì sẽ là cơ hội phát triển thị trường tiêu dùng thịt lợn và gia cầm.

Đối với phân khúc thị trường nước ngoài, theo tính toán sơ bộ, xuất khẩu được khoảng 10 vạn tấn thịt lợn, có thể thu hút tới vài chục vạn lao động chỉ riêng trong khâu chăn nuôi và xuất khẩu được 10 vạn tấn thịt lợn cũng có nghĩa là xuất được khoảng 1 triệu tấn màu lương thực. Điều này cũng có nghĩa là phát triển chăn nuôi lợn hướng vào xuất khẩu sẽ kéo theo nghề trồng ngô, sắn, đậu, lạc... phát triển ở những vùng không có lợi thế sản xuất lúa và tăng vụ màu lương thực ở các vùng trồng lúa nước, tức là cũng có thể thu hút có vài chục vạn lao động nữa của khu vực nông thôn. Việt Nam đã xuất khẩu thịt lợn qua 6 thị trường thế giới đó là Nhật Bản với trên 900 nghìn tấn/ năm, Nga với 500 nghìn tấn/ năm, Hồng Kông với 175 nghìn tấn/ năm, Hàn Quốc với 80 nghìn tấn/ năm. Philippines và Singapore với 20 - 30 nghìn tấn/ năm... Đối với thế giới tiêu thụ thịt gia súc, gia cầm được coi là thị trường tiềm năng của Việt Nam.

Khác với các sản phẩm tiêu dùng khác, thịt lợn và thịt gia cầm được hướng cho tiêu dùng nội địa vì vậy để phát triển kinh tế bền vững trên cơ sở thúc đẩy chăn nuôi, hỗ trợ người nông dân, nhiều giải pháp điều tiết thị trường trong lĩnh vực này đã được đặt ra.

### **2.2.2. Thực trạng điều tiết thị trường hàng tiêu dùng thời gian qua.**

Do vị trí quan trọng của thị trường hàng tiêu dùng là bảo đảm đầu ra thông suốt cho sản xuất, cung cấp các hàng hóa cho dân cư và bảo đảm nguồn vốn cho sản xuất kinh doanh nên trong thời gian qua chính phủ đã đề ra nhiều giải pháp để đổi mới và bảo đảm sự hoạt động bình thường của thị trường.

Nhận thức rõ trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, thị trường đầu ra cho các doanh nghiệp không chỉ là thị trường trong nước mà quan trọng hơn là thị trường

nước ngoài nên các giải pháp điều tiết đã tập trung cho cả hai phân khúc thị trường. Đối với phân khúc thị trường trong nước, các giải pháp đã tập trung vào một số mục tiêu trọng điểm:

- Các giải pháp chính sách đã tập trung tạo dựng môi trường kinh doanh thông thoáng và thuận lợi, hàng hóa được tự do mua bán, thương nhân được tự do hoạt động theo pháp luật và các quy luật của kinh tế thị trường. Một thị trường cạnh tranh cũng bắt đầu xuất hiện với cường độ và quy mô ngày càng tăng cao và mở rộng. Các độc quyền tạo ra từ cơ chế cũ được phá vỡ dần và xóa bỏ từng bước thông qua chính sách chuyển dần sang kinh doanh theo cơ chế giá thị trường. Các phương thức kinh doanh, phương thức mua bán ngày càng đổi mới, phong phú và linh hoạt hơn. Hoạt động điều hòa cung cầu, điều tiết thị trường ngày càng tiến bộ và đã mang lại kết quả tích cực. Thị trường với các hoạt động sôi nổi và phong phú của nó đã có tác động tích cực đối với sản xuất, từng bước đưa sản xuất gắn với thị trường.

- Tạo lập một thị trường thống nhất từ thành phố đến nông thôn. Tại thị trường thành thị (nhất là tại các thành phố và thị xã lớn), xu hướng tiếp cận với các hình thức tổ chức kinh doanh thương mại văn minh, hiện đại phát triển tương đối nhanh, bước đầu, thị trường thành thị đã thể hiện được vai trò trung tâm và đầu mối giao lưu kinh tế, phát luồng bán buôn. Thị trường nông thôn từng bước phát triển và mở rộng với sự đa dạng của loại hình thương nhân thuộc các thành phần kinh tế, đã dần chứng tỏ vị trí và vai trò quan trọng trong công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Đến nay, thị trường nông thôn chẳng những đã cung cấp đủ đại bộ phận các mặt hàng cho nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng trong nước, hàng chính sách cho đồng bào miền núi, tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước và của nhập khẩu mà còn tạo ra một nguồn hàng xuất khẩu ngày càng nhiều.

- Nhờ các chính sách khuyến khích sản xuất đa dạng và sự hỗ trợ của các chính sách khác nên sản xuất trong nước đã tiến đến bảo đảm nhiều mặt hàng tiêu dùng cho dân cư. Các cân đối lớn của nền kinh tế luôn được giữ vững và góp phần quan trọng ổn định đời sống của nhân dân.

- Các giải pháp chính sách đã góp phần hình thành các kênh lưu thông một số mặt hàng chủ yếu như xăng dầu, xi măng, phân bón, gạo, cà phê, cao su và một số mặt hàng nông sản, hàng công nghiệp tiêu dùng khác với sự tham gia đông đảo của các loại hình thương nhân thuộc các thành phần kinh tế, góp phần thúc đẩy sản xuất hàng

hóa phát triển, gắn sản xuất với tiêu thụ, gắn thị trường trong nước với thị trường quốc tế, góp phần đẩy mạnh xuất khẩu và bảo đảm các nhu cầu của sản xuất và đời sống trong nước. Mạng lưới kinh doanh thương mại, dịch vụ tiếp tục được mở rộng trên cả ba địa bàn: thành thị, nông thôn và miền núi, thu hút sự tham gia của các chủ thể kinh doanh với nhiều quy mô, hình thức tổ chức và hình thức sở hữu khác nhau. Cơ cấu phân bố mạng lưới bước đầu có những chuyển biến tích cực. Tổ chức và phương thức kinh doanh, phương thức mua bán ngày càng đổi mới, phong phú và linh hoạt hơn.

- Chính sách của chính phủ đã hướng đến tạo lập kết cấu hạ tầng thương mại ngày càng phát triển theo hướng văn minh, hiện đại. Năm 1996 cả nước có gần 5.000 chợ đến nay tăng lên trên 8.751 chợ với sự đa dạng của loại hình tổ chức kinh doanh và tổ chức quản lý, trong đó đã và đang xuất hiện một số chợ đầu mối nông sản cấp vùng và cấp tỉnh và chợ chuyên doanh. Các hình thức kinh doanh tiên tiến như trung tâm thương mại, siêu thị và cửa hàng tự phục vụ, hội chợ - triển lãm thương mại, trung tâm giao dịch hàng hóa... đang hình thành và phát triển ở khu vực thành thị cũng như ở các vùng kinh tế trọng yếu.

- Cơ sở hạ tầng pháp lý cho điều tiết thị trường đầu ra đã có sự đổi mới bước đầu cả về tư duy, nội dung và phương pháp quản lý. Hành lang pháp lý cho lưu thông hàng hóa và hoạt động của thương nhân ngày càng được bổ sung và hoàn thiện. Nhà nước đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách liên quan đến mặt hàng kinh doanh (quy định những mặt hàng, dịch vụ cấm kinh doanh, mặt hàng, dịch vụ kinh doanh có điều kiện và hạn chế kinh doanh), cơ chế chính sách đối với các chủ thể kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế (quyền lợi, nghĩa vụ, tổ chức, quản lý của các loại hình thương nhân v.v.) và đối với các hình thức tổ chức kinh doanh (quy định về tổ chức, quản lý chợ, siêu thị, trung tâm thương mại v.v.). Bên cạnh chính sách chung cho các loại hình thương nhân, đã có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, chính sách khuyến khích phát triển các HTX, chính sách phát triển thương nghiệp miền núi, hải đảo và vùng đồng bào dân tộc. Hoạt động của các Sở Thương mại đã từng bước chuyển từ chỗ chỉ chú ý thực hiện chức năng chủ quản doanh nghiệp trực thuộc sang chỗ tập trung vào việc hướng dẫn và tổ chức thực hiện chính sách và luật pháp, cung cấp thông tin, đẩy mạnh xúc tiến thương mại và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế phát triển kinh doanh trên thị trường trong nước. Trật tự, kỷ cương trên thị trường được khôi phục đáng kể; hoạt động buôn lậu, kinh

doanh hàng giả, hàng kém chất lượng và các hành vi gian lận thương mại khác bước đầu bị kiềm chế, góp phần bảo vệ sự tăng trưởng của sản xuất, hiệu quả của kinh doanh thương mại và lợi ích của người tiêu dùng.

- Tính linh hoạt của các giải pháp điều tiết thị trường hàng tiêu dùng là khá cao, nhất là trước những diễn biến phức tạp của thị trường. Bộ tài chính và Bộ Công Thương đã liên tục đề xuất các mức thuế quan nhập khẩu khác nhau để điều tiết cung cầu trong nước về hàng nhập khẩu. Đặc biệt, mức thuế nội địa có tác động lớn đến thị trường như thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt đã được điều chỉnh khá kịp thời nhằm hướng dẫn tiêu dùng.

Bên cạnh những điểm mạnh của các giải pháp điều tiết thị trường trong nước, hệ thống các giải pháp vẫn còn những điểm yếu cần khắc phục để tác động tốt hơn đến thị trường. Đó là những vấn đề:

- Các giải pháp điều tiết thị trường trong nước đã chưa góp phần mạnh mẽ vào việc nâng cao sức cạnh tranh của các hàng hóa tiêu dùng và do đó sức đề kháng với làn sóng hàng hóa nhập khẩu thấp, nhất là những hàng hóa nhập khẩu giá rẻ. Vậy, vì sao hàng hóa Việt Nam có khả năng cạnh tranh thấp trên thị trường trong nước? Đây là cả một vấn đề rất lớn liên quan đến nhiều lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân. Nhưng theo chúng tôi, trước hết phải nói tới quan hệ kinh tế giữa sản xuất công nghiệp, nông nghiệp và thương mại chưa được giải quyết tốt. Trong điều kiện khi mà sản xuất công nghiệp, theo kết quả điều tra, năm 1998 toàn ngành công nghiệp mới có 26,9% số doanh nghiệp giành được ưu thế chiếm lĩnh thị trường trong nước, 58,8% số doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường chưa được vững chắc, 14,3% số doanh nghiệp hoàn toàn không có khả năng cạnh tranh ngay trên thị trường trong nước; Thiết bị máy móc của các doanh nghiệp, theo thời gian sử dụng, có 51,7% sử dụng từ 1 đến 5 năm và 49,3% sử dụng trên 5 năm, lạc hậu so với thế giới 4-5 thế hệ thì sản phẩm sản xuất chất lượng thấp, giá thành cao là điều tất yếu. Trong nông nghiệp cũng vậy, công nghiệp chế biến nông sản yếu kém, các khâu làm đất, vận chuyển, thu hoạch, ra hạt... vẫn sử dụng chủ yếu công cụ thủ công và lao động sống. Thêm vào đó là sự yếu kém về tổ chức quản lý ở các doanh nghiệp. Do đó, chất lượng sản phẩm, năng suất lao động thấp và giá thành cao, hàng hóa đưa vào lưu thông trên thị trường không thể có sức cạnh tranh cao, thiếu thị trường tiêu thụ là điều dễ hiểu. Thực tế đó đặt ra yêu cầu cấp

bách cần giải quyết tốt mối quan hệ giữa thương mại và sản xuất mà lâu nay chưa được quan tâm nghiên cứu và giải quyết đúng mức.

- Thị trường chưa được điều tiết để hình thành một hệ thống phân phối hàng tiêu dùng hoàn chỉnh, đủ sức đáp ứng nhu cầu của các khúc thị trường người tiêu dùng. Bức tranh chung của hệ thống phân phối trong nước là manh mún do có nhiều loại hình mua bán và thương nhân nhỏ lẻ, không được tổ chức thành hệ thống. Bên trên của khoảng 900 nghìn cửa hàng nhỏ độc lập và 2,9 triệu hộ kinh doanh không có chủ thể nào là đầu mối tổ chức và kinh doanh. Hệ thống bán lẻ tự phát này tuy đáp ứng 85 - 90% số lượng thực, thực phẩm cho nhu cầu xã hội nhưng không có nguồn cung hàng hóa ổn định và không thể kiểm soát được chất lượng hàng hóa. Hệ thống các doanh nghiệp thương mại tuy có số lượng khá lớn và ngày một gia tăng nhưng đa phần là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong số 1137 doanh nghiệp nhà nước về thương mại du lịch chỉ có 69 doanh nghiệp có vốn từ 10 đến dưới 100 tỷ đồng, chỉ chiếm có 6%; doanh nghiệp có mức vốn từ 100 tỷ đồng trở lên chỉ có 1 doanh nghiệp. Vòng quay vốn thấp, hiệu quả kinh doanh chưa cao. Năm 1998, theo kết quả điều tra doanh nghiệp thương mại, du lịch nhà nước thì 42% doanh nghiệp có tỷ suất lợi nhuận âm. Theo điều tra của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương), năm 2006, 44% lượng hàng hóa bán lẻ qua các cửa hàng quy mô nhỏ độc lập, 40% qua chợ, 10% qua các loại hình bán lẻ hiện đại và 6% do nhà sản xuất bán thẳng đến người tiêu dùng.

- Mô hình tổ chức các doanh nghiệp thương mại trên thị trường trong nước chưa được xác lập, đặc biệt là các giải pháp để thúc đẩy việc hình thành một hệ thống phân phối hiện đại, có tính liên kết cao và ổn định, gắn bó với sản xuất, bám sát với tiêu dùng, phù hợp với dung lượng thị trường của từng địa bàn cụ thể, bảo đảm lưu thông thông suốt và ngày càng mở rộng, bảo đảm mua bán thuận lợi và ngày càng phát triển theo hướng văn minh, hiện đại. Cho đến nay, hệ thống phân phối trên thị trường Việt Nam vẫn chưa định dạng như một số quốc gia trên thế giới.

- Thị trường trong nước phát triển không đều, chưa hợp lý trên các địa bàn là kết quả của các giải pháp điều tiết thị trường thiếu những ưu tiên chính sách cần thiết. Đến nay, trong hệ thống thị trường nội địa thì thị trường vùng Đông Nam Bộ là phát triển nhất (chiếm 32% thị phần), tiếp theo là thị trường vùng đồng bằng Sông Hồng (18%), đồng bằng Sông Cửu Long (17%); các vùng thị trường kém phát triển nhất là Tây Nguyên và các tỉnh miền núi phía Bắc (10%). Thị trường nông thôn, nơi cung

ứng toàn bộ hàng nông sản thực phẩm, nơi tiêu thụ phần lớn vật tư và hàng công nghiệp tiêu dùng nhưng phát triển còn rất chậm. Thị trường miền núi, vùng cao, vùng sâu và vùng xa hầu hết còn nghèo và sơ khai. Trên các thị trường này, các tổ chức và hoạt động của thương nhân, cả mạng lưới kinh doanh và hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại đều yếu kém. Rõ ràng các giải pháp điều tiết thị trường trong nước đã không đáp ứng được yêu cầu tạo những thuận lợi và khuyến khích phát triển thương mại miền núi, vùng sâu vùng xa.

- Chưa có các giải pháp chính sách để xây dựng đội ngũ thương nhân có trình độ, có kỹ năng quản lý các doanh nghiệp thương mại đáp ứng những yêu cầu mới của mở cửa thị trường và hội nhập. Đội ngũ thương nhân đông nhưng còn thiếu kiến thức điều hành nên không linh hoạt trước diễn biến của thị trường. Hiện tượng chờ đợi sự hỗ trợ vẫn còn và đặc biệt là tầm nhìn chiến lược để đưa doanh nghiệp hội nhập và cạnh tranh tốt hơn trên thị trường còn rất hạn chế.

- Các chính sách khuyến khích đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật cho kinh doanh trên thị trường trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu cần thiết. Tuy số chợ phát triển tương đối nhanh, nhất là từ khi có Nghị định 02/2003/NĐ-CP ngày 14/1/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ nhưng chủ yếu là chợ hạng III (cấp độ chợ nhỏ nhất). Trong số chợ đang hoạt động, nhiều chợ đã xuống cấp, cơ sở vật chất - kỹ thuật nghèo nàn lạc hậu. Tình trạng chợ họp tự phát, ảnh hưởng đến trật tự an toàn giao thông, không bảo đảm vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm... còn khá phổ biến. Do nhiều nguyên nhân, một số chợ xây xong nhưng hoạt động kém hoặc không có hiệu quả (chiếm gần 2% tổng số chợ) gây lãng phí vốn đầu tư của nhà nước và của dân. Đến cuối năm 2007, cả nước có khoảng 70 trung tâm thương mại, 350 siêu thị các loại, gần 1.200 cửa hàng tiện ích... chiếm hơn 10% tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng xã hội, khoảng 20% số cơ sở có vốn Nhà nước. Bên cạnh các DN lớn có vốn nước ngoài như Metro, Big C, còn có các đơn vị thương hiệu nổi tiếng trong nước như Phú Thái, Hapro, Satra, Saigon Coop... Một số chợ và hầu hết cửa hàng bách hóa cũ đã được cải tạo, nâng cấp cơ sở và thiết bị, thay đổi cách thức bày hàng và phương thức bán hàng; gia nhập các chuỗi cửa hàng, từng bước chuyển hóa thành các cơ sở bán lẻ.

- Do hệ thống thông tin thị trường hoạt động chưa hiệu quả nên công tác dự báo cung cầu và giá cả chưa đáp ứng tốt yêu cầu chỉ đạo điều hành và điều tiết thị trường

trong nước nên các giải pháp đề ra đã chưa điều tiết đúng nhu cầu của người tiêu dùng, định hướng sản xuất kinh doanh chậm nên diễn biến cung cầu không phù hợp và thiếu những giải pháp kịp thời để điều tiết cung cầu.

- Thiếu cơ chế điều tiết để phát huy vai trò của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên thị trường trong nước. Thực tế cho thấy các doanh nghiệp thương mại nhà nước chưa được tạo điều kiện để phát huy hết vai trò trong việc điều phối nguồn hàng, thực hiện chính sách định giá và marketing. Sự hạn chế này có nguyên nhân từ nhận thức chỉ coi trọng sản xuất, chưa coi lưu thông hàng hóa và thị trường là khâu quan trọng trong chu trình tái sản xuất. Một thời gian dài, thị trường trong nước ít được quan tâm đầu tư phát triển. Đến khi đổi mới kinh tế lại có khuynh hướng để thị trường phát triển tự do, dẫn đến tình trạng nhà nước không có công cụ và địa chỉ tổ chức và kiểm soát thị trường. Thêm nữa, chuyển sang cơ chế thị trường, do thiếu tính linh hoạt trong đầu tư và phát triển kinh doanh nên thị phần của các doanh nghiệp nhà nước và tập thể trong lĩnh vực phân phối, lưu thông ngày càng thu hẹp, mất dần vai trò trong hoạt động phân phối tại nhiều ngành hàng thiết yếu, do đó, không thể bình ổn thị trường khi cần thiết.

Để ổn định thị trường đầu ra cho các doanh nghiệp, các giải pháp điều tiết hoạt động xuất khẩu có vị trí vô cùng quan trọng. Hiện nay kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chiếm khoảng 70% GDP với nhiều ngành hàng có tỷ lệ sản phẩm hàng hóa xuất khẩu cao. Xuất khẩu suy giảm sẽ tác động mạnh đến tăng trưởng, giảm phúc lợi xã hội. Vì vậy, thời gian qua, các giải pháp điều tiết thị trường nhằm thúc đẩy xuất khẩu đã được đề ra và thực thi.

Trước hết, các giải pháp chính sách đã tập trung vào việc xây dựng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam để có thể chi phối thị phần thế giới. Ngoài các mặt hàng khai thác lợi thế so sánh vốn có như nông sản, hàng dệt may, hàng thủ công Hoa Kỳ nghệ, v.v. Việt Nam đã tiến đến xuất khẩu các hàng hóa chế biến. Hiện nay tỷ trọng hàng chế biến đã chiếm đến 40%, mặc dù còn thấp nếu so sánh với một số quốc gia trong khu vực, Indônêxia là 52%, Malaixia: 85%, Philippin: 78%, Singapo: 80%, Thái Lan: 71%.

Thứ hai, các giải pháp phát triển thị trường xuất khẩu đã được chú trọng ngay từ khâu nghiên cứu thị trường đến xúc tiến xuất khẩu và trong thực thi các biện pháp cụ thể. Các doanh nghiệp được khuyến khích trong việc phát triển các thị trường mới và

đưa hàng Việt Nam thâm nhập các thị trường đó.

Thứ ba, các giải pháp chính sách thương mại quốc tế đã chuyển hướng sang thúc đẩy xuất khẩu. Hầu hết các hàng rào định lượng xuất khẩu đã được dỡ bỏ nhằm khuyến khích xuất khẩu các hàng hóa Việt Nam có lợi thế. Những hàng hóa Việt Nam không có lợi thế cạnh tranh đã được chính phủ hỗ trợ thông qua chính sách thuế quan ưu đãi. Các hàng rào mang tính hành chính đối với xuất khẩu hàng hóa như qui định đầu mối xuất khẩu đã được xóa bỏ, chuyển mạnh sang cấp chứng nhận xuất xứ điện tử, thực hiện rộng rãi cấp phép tự động, tiến tới cấp phép điện tử, v.v. Những giải pháp này đã thúc đẩy mạnh mẽ xuất khẩu của các doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Thuế quan của các mặt hàng khuyến khích xuất khẩu hầu hết đều ở mức 0%.

Thứ tư, thủ tục cho hàng hóa xuất khẩu được cải tiến theo hướng nhanh chóng, đơn giản và tiết kiệm thời gian cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Hiện nay, hơn 85% danh mục hàng hóa xuất khẩu thuộc diện miễn kiểm nên hoàn toàn có thể làm thủ tục hải quan điện tử. Phần mềm hải quan điện tử đã được hoàn thiện theo hướng tự động hóa cao nhất. Thời gian làm thủ tục hải quan cho hàng xuất khẩu thuộc diện miễn kiểm (luồng xanh) chỉ còn 2 giờ. Thời gian bảo lưu thuế nhập khẩu cho các loại nguyên vật liệu nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu đã được kéo dài đến 275 ngày, đối với máy móc thiết bị thời hạn còn dài hơn. Các thủ tục hoàn thuế đã được đơn giản hóa và rút ngắn thời hạn.

Thứ năm, các giải pháp điều tiết xuất khẩu thời gian qua đã ưu tiên cho chủ động đối phó với các hàng rào thương mại quốc tế mà các quốc gia hoặc vùng lãnh thổ trên thế giới áp đặt lên hàng hóa Việt Nam. Từ kinh nghiệm rút ra do những bị động và lúng túng khi phải đối phó với các vụ kiện chống bán phá giá, chống trợ giá ở giai đoạn đầu hội nhập kinh tế thế giới, trong những năm gần đây, các cơ quan quản lý xuất nhập khẩu và các hiệp hội ngành hàng đã chủ động đưa ra các giải pháp để phối hợp điều hành các doanh nghiệp trong kinh doanh xuất khẩu không để rơi vào tình trạng vi phạm luật của các quốc gia nhập khẩu. Các cơ quan quản lý về thương mại của chính phủ, các bộ quản lý chuyên ngành cần chủ động cung cấp thông tin và khuyến cáo và hướng dẫn các doanh nghiệp đối phó với các hàng rào được áp đặt từ các quốc gia nhập khẩu

Thứ sáu, nhiều giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu đã được áp dụng



phù hợp với những cam kết WTO. Tuy Việt Nam đã hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, phải thực hiện những cam kết thương mại song phương và đa phương nhưng cũng có những ngoại lệ cho một quốc gia đang phát triển, gia nhập sau. Thực tế trong những năm qua các giải pháp hỗ trợ xuất khẩu như thực hiện các chương trình xúc tiến xuất khẩu, hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các chương trình xúc tiến, hỗ trợ sản xuất của các hộ nông dân thông qua các chương trình nghiên cứu và phát triển, đào tạo, cung cấp thông tin, v.v. đã được thúc đẩy và tác động trực tiếp đến sản xuất và xuất khẩu của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp qui mô vừa và nhỏ, các hộ nông dân, các hợp tác xã thủ công Hoa Kỳ nghệ sản xuất hàng xuất khẩu.

Thứ bảy, Việt Nam là quốc gia hội nhập sâu và nhanh vào nền kinh tế thế giới và khu vực, độ mở của nền kinh tế đã lên đến mức 170%. Các giải pháp điều tiết thị trường đã hướng vào thực hiện chiến lược tăng trưởng dựa vào thúc đẩy xuất khẩu có bảo hộ. Theo định hướng này, giải pháp chính sách thương mại quốc tế theo hướng xóa bỏ hàng rào định lượng, chuyển sang sử dụng thuế quan thông thường<sup>7</sup> và sử dụng các hàng rào kỹ thuật. Điểm thành công nổi bật của các giải pháp điều tiết thị trường xuất khẩu thời gian qua là Việt Nam đã khai thác được những ngoại lệ để đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết hợp lý, không vi phạm các cam kết. Đây là điểm mạnh cần tiếp tục phát huy trong những năm tới khi Việt Nam có nghĩa vụ thực hiện đầy đủ hơn các cam kết gia nhập WTO.

Bên cạnh những điểm mạnh của các giải pháp điều tiết thị trường xuất khẩu đầu ra đã thực thi thời gian qua, một số vấn đề nổi lên cần phải khắc phục trong thời gian tới:

- Nhận thức về rào cản và các giải pháp vượt rào cản trong thúc đẩy xuất khẩu còn chưa đầy đủ và đúng mức. Thông tin về tình hình, diễn biến và dự báo các rào cản còn chưa đầy đủ và không kịp thời. Muốn vượt qua các rào cản để đẩy mạnh xuất khẩu thì các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước phải có các thông tin về các biện pháp mà nước nhập khẩu áp dụng một cách nhanh chóng, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ứng phó kịp thời. Tuy nhiên, do thiếu thông tin và không thường xuyên cập nhật nên các doanh nghiệp xuất khẩu vẫn luôn bị động trước những hàng rào kỹ thuật mới do các nước nhập khẩu đưa ra. Sự việc cá basa bị cấm bán tại một số tiểu bang nước Hoa Kỳ là một ví dụ cho sự thiếu thông tin này. Sau khi sản phẩm cá

---

<sup>7</sup> Thuế quan thông thường được hiểu theo Phụ lục 1A của Hiệp định WTO.

Basa của Việt Nam bị cấm bán tại 3 bang của nước Hoa Kỳ thì Bộ thủy sản mới ban hành quyết định 26/2005/QĐ-BTS công bố danh mục 11 loại kháng sinh thuộc nhóm Fluoroquinolones cấm sử dụng trong sản xuất, kinh doanh thủy sản vào thị trường Hoa Kỳ và Bắc Hoa Kỳ. Còn trước đó tại quyết định 07/2005/QĐ-BTS của Bộ Thủy sản ban hành 2/2005 chỉ khuyến cáo hạn chế sử dụng chất kháng sinh này chứ không cấm, vì tại thời điểm Bộ thủy sản ban hành danh mục đó thì Hoa Kỳ không cấm mà chỉ đưa vào danh mục hạn chế sử dụng. Nhưng có thể thấy một điều là do không cập nhật thông tin kịp thời nên đã xảy ra tình trạng các tiêu chuẩn, quy định của Việt Nam phải chạy theo các rào cản của nước ngoài, gây không ít thiệt hại cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản trong nước.

- Thiếu cơ sở vật chất kỹ thuật gắn với điều tiết thị trường thị trường xuất khẩu hàng hóa. Việt Nam chưa có các phòng thí nghiệm đủ tiêu chuẩn và hầu như chưa ký kết được các Hiệp định công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra. Để xuất khẩu được các hàng hóa, nhất là những hàng hóa đòi hỏi các yêu cầu cao về vệ sinh, an toàn và bảo vệ môi trường sống thì doanh nghiệp phải xin giấy phép của các cơ quan nhà nước. Để có được giấy phép, hàng hoá bắt buộc phải qua giám định và nếu đáp ứng được thì mới được cấp chứng chỉ giám định. Nhiều mặt hàng như thủy sản xuất khẩu, Hoa Kỳ còn đưa ra yêu cầu kiểm tra toàn bộ quy trình từ nuôi trồng cho đến chế biến và đóng gói xuất khẩu, điều này đang là những cản trở rất lớn cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

- Việc đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường xuất khẩu nhiều khi còn lúng túng, bị động. Do thiếu nguồn thông tin, khả năng dự báo còn thấp và thiếu chính xác nên trong điều hành xuất khẩu nhiều giải pháp đề ra chưa chủ động, thường chỉ đối phó với các giải pháp của các quốc gia nhập khẩu nên đã hạn chế tính sáng tạo của các giải pháp

- Sự phối hợp của các hiệp hội ngành hàng trong việc đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường chưa chặt chẽ, thiếu đồng bộ. Cùng với các giải pháp của chính phủ và các bộ quản lý ngành hàng, các hiệp hội cũng có vai trò trong việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp điều tiết xuất khẩu để tăng sản lượng, duy trì thị trường hiện tại và mở các thị trường mới. Tuy nhiên, các hiệp hội ngành hàng hiện nay thường đứng ở góc độ ngành hàng của mình để nghiên cứu và đề xuất với chính phủ các giải pháp cần áp dụng, nhiều khi không gắn kết với các ngành hàng khác. Rõ ràng

một vấn đề đặt ra là cần liên kết và phối hợp các hiệp hội ngành hàng để cùng nghiên cứu và đề xuất những giải pháp điều tiết thị trường đầu ra xuất khẩu trên cơ sở đưa Việt Nam tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và thực hiện tốt hơn vai trò của mình trong sự phân công lao động quốc tế ngày càng sâu sắc và đạt đến trình độ cao.

### **2.3. Giải quyết các vấn đề kinh tế vĩ mô hỗ trợ điều tiết thị trường hàng hóa**

#### **2.3.1. Giải quyết quan hệ tăng trưởng và lạm phát trong quan hệ với điều tiết thị trường hàng hóa.**

Phát triển kinh tế bền vững phải trên cơ sở tăng trưởng kinh tế ổn định trong thời gian dài, vì vậy, không thể đạt mục tiêu phát triển kinh tế nếu không giải quyết được quan hệ tăng trưởng và lạm phát. Tăng trưởng thường gắn liền với lạm phát, nhưng lạm phát sẽ gây ra những bất ổn đối với nền kinh tế, bóp méo phân phối kết quả của tăng trưởng. Chống lạm phát sẽ có nguy cơ dẫn đến suy giảm kinh tế, tốc độ tăng trưởng sẽ thấp, đó là mặt thứ hai của bài toán phát triển kinh tế bền vững.

Thời gian vừa qua, nền kinh tế Việt Nam rơi vào khủng hoảng với tốc độ tăng chỉ số CPI cao (Bảng 2.8 và hình 2.1). Nguyên nhân của lạm phát vừa do cung tiền tệ vừa do chi phí đẩy. Giá cả trên thị trường thế giới tăng cao đã làm cho chi phí sản xuất của các doanh nghiệp sử dụng các yếu tố đầu vào nhập khẩu tăng buộc giá cả nội địa phải tăng. Tuy nhiên, nguyên nhân chính là do điều hành chính sách thời gian qua đã quá chú trọng đến chỉ tiêu tăng trưởng. Chiến lược phát triển kinh tế lấy số lượng tăng trưởng là chủ yếu, chạy theo tốc độ tăng trưởng GDP, rất coi nhẹ phẩm chất của tăng trưởng. Chỗ dựa của tăng trưởng là đẩy mạnh đầu tư theo chiều rộng mà quản lý kém cỏi, nhiều dự án không có hiệu quả, lãng phí nặng nề- tiền dự án tung ra mà không có sản phẩm hay sản phẩm không có sức cạnh tranh; chú trọng xuất khẩu hàng thô, hoặc chỉ qua sơ chế; duy trì và tăng cường thế lực của các doanh nghiệp nhà nước, mà các doanh nghiệp này kinh doanh không có hiệu quả, đặc biệt là các tập đoàn kinh tế nhà nước; buông lỏng tín dụng, các ngân hàng quốc doanh mạnh tay cho vay vào thị trường bất động sản, thị trường chứng khoán, v.v. Như vậy, do theo đuổi mục tiêu tăng trưởng cao, Việt Nam đã rơi vào tình trạng “đánh đổi lạm phát lấy tăng trưởng”, biểu hiện là cung tiền tăng cao trong thời gian ngắn làm cho nền kinh tế không có khả năng hấp thu nổi, thêm vào đó là những tác nhân chi phí trong và ngoài nước cũng góp phần đẩy lạm phát tăng cao. Những giải pháp tập trung chống lạm phát đã mang lại kết quả,

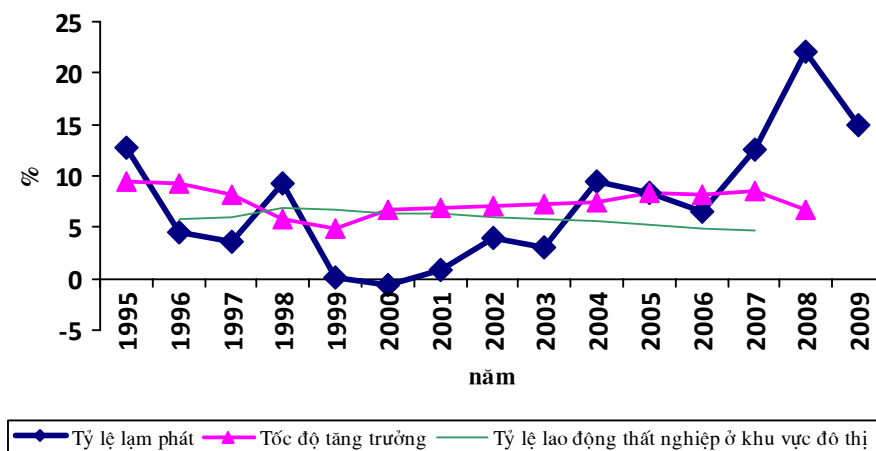
tốc độ tăng giá đã giảm dần. “Nhưng sự tiếp biến có tính quy luật của lạm phát và khủng hoảng tài chính toàn cầu đã và đang tác động mạnh đến kinh tế nước ta. Hầu hết các ngành sản xuất và dịch vụ đều bị giảm sút, thị trường xuất khẩu bị thu hẹp. Đất nước đã chuyển từ ưu tiên đối phó với lạm phát cao sang đương đầu với suy giảm tăng trưởng kinh tế mà hậu quả và việc xử lý nó cũng không kém phần phức tạp so với lạm phát, thậm chí còn khó khăn hơn do nguồn lực của ta còn rất hạn chế trong khi khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới vẫn chưa rõ điểm dừng”<sup>8</sup>.

**Bảng 2.8: Tỷ lệ lạm phát, tốc độ tăng trưởng GDP và tỷ lệ thất nghiệp của người lao động ở khu vực đô thị từ năm 1995 - 2007**

Chỉ tiêu	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1. Tỷ lệ lạm phát	12.7	4.5	3.6	9.2	0.1	-0.6	0.8	4.0
2. Tốc độ tăng GDP	9.5	9.3	8.2	5.8	4.8	6.79	6.89	7.08
3. Tỷ lệ thất nghiệp	-	5.88	6.01	6.85	6.74	6.42	6.28	6.01
Chỉ tiêu	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
1. Tỷ lệ lạm phát	3.0	9.5	8.4	6.6	12.6	22	15	
2. Tốc độ tăng GDP	7.34	7.49	8.44	8.23	8.48	6.7	6.5	
3. Tỷ lệ thất nghiệp <sup>9</sup>	5.78	5.6	5.31	4.82	4.64	-	-	

Nguồn: Tổng cục thống kê - [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn), Bộ Kế hoạch và Đầu tư; Năm 2009 là chỉ tiêu kế hoạch Quốc Hội đã thông qua.

**Hình 2.1: Tỷ lệ lạm phát, tốc độ tăng GDP và tỷ lệ thất nghiệp**



Những giải pháp cấp bách đã cắt được “con bệnh lạm phát” nhưng lại gây “biến chứng suy giảm kinh tế” như là một tất yếu. Rõ ràng, cần phải xem xét đến sự

<sup>8</sup> Nguyễn Tấn Dũng: Phát huy sức mạnh tổng hợp, nỗ lực phấn đấu ngăn chặn suy giảm kinh tế, duy trì tăng trưởng và bảo đảm an sinh xã hội, Thời báo Kinh tế Việt Nam, Số Thứ năm, 1/1/2009.

<sup>9</sup> tỷ lệ thất nghiệp của lực lượng lao động trong độ tuổi ở đô thị.

đồng bộ của các giải pháp trong mối quan hệ chống lạm phát nhưng vẫn duy trì tăng trưởng kinh tế thông qua điều tiết thị trường hàng hóa, dịch vụ để duy trì và thúc đẩy sản xuất, tạo việc làm và thu nhập cho người lao động. Chống lạm phát nhưng không dẫn đến suy giảm kinh tế đòi hỏi ngoài các giải pháp của chính sách tiền tệ, chính sách tài khóa gắn với các giải pháp kích cầu, kích thích sản xuất, bảo đảm thị trường đầu ra cho các doanh nghiệp. Có thể nói từ trạng thái lạm phát cao đột ngột chuyển sang suy giảm kinh tế, nhìn từ góc độ điều tiết của chính phủ, có mấy vấn đề cần đề cập:

- Mặc dù chính phủ Việt Nam đã đề ra 8 nhóm giải pháp chống lạm phát nhưng trên thực tế chỉ những giải pháp thuộc chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa (nhóm giải pháp (1) và (2)) là tác động tức thời, các nhóm giải pháp khác hầu như ít phát huy tác động của nó đến nền kinh tế nên không hóa giải được chiều hướng ngược lại của chống lạm phát là suy giảm tăng trưởng kinh tế.

- Các giải pháp chính sách chống lạm phát đã không gắn với các giải pháp điều tiết thị trường nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, kiểm soát nhập siêu. Đặc biệt, do tập trung vào chống lạm phát nên các giải pháp chính sách đã chuyển hướng nhanh từ “đánh đổi lạm phát lấy tăng trưởng” sang “hy sinh tăng trưởng để chống lạm phát” và vòng luẩn quẩn này đã đẩy nền kinh tế Việt Nam đến chỗ rơi vào tình trạng lạm phát cao trong sản xuất đình đốn. Đây là một “hậu quả kép” do chống lạm phát nhưng chưa cắt cơn thì rơi ngay vào suy thoái mà nguyên nhân có lẽ là tình trạng kém hiệu quả và sức cạnh tranh thấp của nền kinh tế do sự thiếu phối hợp các giải pháp chính sách để giải quyết tốt quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát .

- Các giải pháp kích thích kinh tế vĩ mô gắn liền với giải pháp chống lạm phát để bảo đảm vừa kích thích sản xuất, giải quyết việc làm, ổn định đời sống dân cư vừa kiềm chế được mức tăng giá cả hàng hóa đã không được sử dụng có hiệu quả.

Như vậy, vấn đề đặt ra là phải đề ra và thực thi các giải pháp để vừa điều tiết được thị trường hàng hóa, tạo cơ sở để ổn định sản xuất vừa kiềm chế mức tăng giá cả hàng hóa và dịch vụ.

### **2.3.2. Tác động của nhập siêu đến phát triển kinh tế bền vững.**

Trong giai đoạn 1996 - 2007, cán cân thương mại của Việt Nam luôn trong tình trạng thâm hụt. Mức thâm hụt thấp nhất vào năm 1999 là 200,7 triệu USD và mức thâm hụt cao nhất là 14.120.8 triệu USD vào năm 2007. Tuy nhiên, nếu tính tỷ lệ nhập

siêu (so với xuất khẩu) thì năm 1996 có tỷ lệ cao nhất, lên tới 53,58%, trong khi tỷ lệ nhập siêu của năm 2007 chỉ là 29,08%. Tính chung cho cả thời kỳ 1996 – 2007, tỷ lệ nhập siêu của Việt Nam là 18,91%. Trong đó, giai đoạn 1996 - 2000, khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu là 21,59%/năm thì tỷ lệ nhập siêu trong cả giai đoạn này là 21,82%, tương tự, giai đoạn 2001 – 2005, khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu là 17,53%/năm thì tỷ lệ nhập siêu trong cả giai đoạn này là 16,87%, và trong các năm 2006 - 2007, khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu là 22,28%/năm thì tỷ lệ nhập siêu là 19,44%. Như vậy, có thể thấy rằng, khi tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao, khi đó tỷ lệ nhập siêu của Việt Nam cũng có xu hướng tăng lên cao hơn. Tổng hợp cán cân thương mại hàng hoá và dịch vụ của Việt Nam (Bảng 2.9) cho thấy, tỷ lệ nhập siêu tăng từ 12,34% năm 2005 lên 12,81% năm 2006 và tăng đột biến lên 26,54% vào năm 2007. Trong đó, tỷ lệ nhập siêu về hàng hoá chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thâm hụt thương mại.

**Bảng 2.9: Tổng hợp cán cân thương mại hàng hoá và dịch vụ**

	2005 (Triệu USD)	2006 (Triệu USD)	2007 (Triệu USD)	Tốc độ tăng b.quân (%)
1. Xuất khẩu	36712.1	44926.2	54591.4	21.94
- Xuất khẩu dịch vụ	4265	5100	6030	18.90
- Xuất khẩu hàng hoá	32447.1	39826.2	48561.4	22.34
2. Nhập khẩu	41241.1	50683.1	69079.3	29.42
- Nhập khẩu hàng hoá	36761.1	44891.1	62682.3	30.58
- Nhập khẩu dịch vụ	4480	5792	6397	19.49
3. Cán cân TM chung	-4529	-5756.9	-14487.9	
- CCTM hàng hoá	-4314.0	-5064.9	-14120.9	
- CCTM dịch vụ	-215	-692	-367	
Tỷ lệ nhập siêu hàng hoá (% so xuất khẩu)	-13,30	-12,72	-29,08	
Tỷ lệ nhập siêu dịch vụ (% so với xuất khẩu)	-5,04	-13,57	-6,09	
Tỷ lệ nhập siêu chung (% so với xuất khẩu)	-12,34	-12,81	-26,54	

Nguồn: Tổng cục Thống kê năm 2008

Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, kim ngạch nhập khẩu 9 tháng năm 2008 ước đạt 64,4 tỷ USD, tăng 48,3% so với cùng kỳ năm 2007, trong khi kim ngạch xuất khẩu đạt 48,58 tỷ USD, tăng 39% so với cùng kỳ năm 2007. Thâm hụt thương mại 9

tháng năm 2008 là 15,8 tỷ USD. Theo dự tính của Chính phủ, thâm hụt thương của nước ta 2008 có thể lên tới 19,5 tỷ USD.

Như vậy, trong nền kinh tế Việt Nam, tình trạng thâm hụt thương mại đã diễn ra liên tục trong nhiều năm qua. Tuy nhiên, chỉ số giá tiêu dùng chỉ tăng đột biến từ năm 2004 đến nay. Vậy tình trạng thâm hụt thương mại tác động như thế nào đến lạm phát và qua đó tác động đến tăng trưởng kinh tế ổn định? Có mối liên hệ nào giữa điều tiết chính sách để bảo đảm thâm hụt thương mại nhưng vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng, kích thích sản xuất và phát triển kinh tế bền vững?

Số liệu thực tế nhiều năm cho thấy mặc dù tỷ lệ nhập siêu (so với giá trị xuất khẩu) của Việt Nam khá cao, nhưng tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng vẫn duy trì ở mức thấp và khá ổn định. Chẳng hạn, tỷ lệ nhập siêu năm 1996 (so với năm 1995) lên tới 53,58%, nhưng chỉ số giá tiêu dùng chỉ tăng 4,5%. Tương tự, năm 1997 là 26,21% và 3,5%, năm 1998 là 22,86% và 9,2%. Từ năm 2000 đến 2007, tỷ lệ nhập siêu so với xuất khẩu và so với GDP tăng, giảm không đều và cũng không cùng chiều với chỉ số giá tiêu dùng (Bảng 2.10).

**Bảng 2.10: Chỉ số giá tiêu dùng và tỷ lệ thâm hụt thương mại**

Đơn vị: %

	Tỷ lệ nhập siêu so với xuất khẩu	Tỷ lệ nhập siêu so với GDP	Chỉ số giá tiêu dùng*
2000	-7,97	-3,68	99,4
2003	-25,34	-9,35	103,0
2004	-20,71	-8,31	109,5
2005	-13,28	-6,22	108,4
2006	-12,72	-7,18	106,6
2007	-29,08	-17,17	112,6

Nguồn: Niên giám Thống kê năm 2008

\* Chỉ số giá tiêu dùng tháng 12 năm báo cáo so với tháng 12 năm trước

Như vậy, thực tế cho thấy, chưa có đủ cơ sở để khẳng định rằng tình trạng thâm hụt thương mại của Việt Nam là nguyên nhân trực tiếp gây ra tình trạng lạm phát trong nền kinh tế. Hơn nữa, về lý thuyết, để giảm thâm hụt thương mại, phần lớn các chính phủ thường thực hiện chính sách phá giá và gây ra tình trạng lạm phát trong nền kinh tế. Tuy nhiên, đối với Việt Nam, trước tình trạng thâm hụt thương mại trong nhiều năm qua, do mục tiêu ổn định kinh tế và khuyến khích đầu tư, Chính phủ vẫn thực hiện chính sách ổn định tỷ giá. Theo mô hình Mundell - Fleming thì chính sách

ổn định tỷ giá sẽ không có tác động đến cán cân thương mại và đương nhiên cả tỷ giá hối đoái. Hiện tượng cả tỷ lệ lạm phát và tỷ lệ nhập siêu của Việt Nam năm 2007 đều tăng cao có thể do những nguyên nhân về chính sách phát triển kinh tế, trong đó có chính sách thương mại.

Từ năm 1995 đến nay, Việt Nam đã mở rộng quan hệ kinh tế với nhiều nước và tổ chức quốc tế. Việt Nam đã tham gia khu vực mậu dịch tự do ASEAN - AFTA (1986), ký hiệp định thương mại với Hoa Kỳ, trở thành thành viên chính thức của WTO, thiết lập quan hệ thương mại với 170 nước và vùng lãnh thổ, quan hệ đầu tư với 70 nước, trong đó đã ký kết hiệp định thương mại với 90 quốc gia và vùng lãnh thổ, 46 hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, 40 hiệp định chống đánh thuế 2 lần, có thoả thuận đối xử tối huệ quốc với 81 quốc gia. Thực hiện cam kết thương mại, đầu tư với các nước, Việt Nam đã giảm dần các hàng rào thuế quan và phi thuế quan. Mức thuế trung bình giảm. Các rào cản phi thuế đã giảm đáng kể như hạn chế định lượng, trợ cấp xuất khẩu, tiêu chuẩn kỹ thuật, SPS, nguồn gốc xuất xứ, tỉ lệ nội địa hoá,... Cải cách thương mại theo yêu cầu của các tổ chức mà Việt Nam gia nhập sẽ làm nới lỏng các hạn chế thương mại. Khối lượng thương mại của Việt Nam đã liên tục tăng lên với tốc độ cao trong suốt 25 năm qua.

Việc thực hiện đường lối mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã dẫn tới việc thi hành chính sách thương mại tự do với mức thuế quan ngày càng giảm và chính sách phi thuế được dỡ bỏ nhiều hơn. Đặc biệt, kể từ sau khi trở thành thành viên của WTO từ 1/1/2007, chính sách thương mại tự do của Việt Nam đã được áp dụng trong quan hệ thương mại với nhiều nước và khu vực trên thế giới hơn. Về lý thuyết, trong hệ thống tỷ giá hối đoái cố định, chính sách thương mại hạn chế sẽ làm tăng xuất khẩu ròng. Vì vậy, ngược lại với hướng tác động trên, việc thực hiện chính sách thương mại tự do trong những năm vừa qua của Việt Nam lại đã tác động làm giảm xuất khẩu ròng hay làm tăng thâm hụt thương mại.

Bên cạnh mối liên hệ giữa chính sách thương mại với thâm hụt thương mại, một số vấn đề khác liên quan đến các giải pháp chính sách cũng phản ánh quan hệ giữa thâm hụt thương mại và phát triển kinh tế.

*Yêu cầu đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế:* Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, trong thời kỳ đầu thực hiện công nghiệp hóa, tăng trưởng kinh tế của các nước đang phát triển phải dựa chủ yếu vào nguồn vốn, công nghệ nước ngoài. Do



cán cân thương mại thường ở trong tình trạng thâm hụt. Trong 20 năm qua, các chính sách khuyến khích nhập khẩu công nghệ, thiết bị, máy móc và nguyên liệu phục vụ cho phát triển kinh tế, trước hết là lĩnh vực kết cấu hạ tầng, sản xuất hàng xuất khẩu, xây dựng các ngành công nghiệp, chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, phát triển lĩnh vực dịch vụ như viễn thông, tài chính, các công trình văn hoá, giáo dục, môi trường,... Định hướng nói trên đã làm gia tăng nhập khẩu và tình trạng thâm hụt thương mại.

*Năng lực sản xuất hàng xuất khẩu vẫn chủ yếu dựa vào lợi thế so sánh tĩnh (sẵn có):* Cán cân thương mại ở nhóm hàng các sản phẩm thô và mớ sơ chế luôn đạt thặng dư, tuy nhiên, đây là nhóm hàng bị giới hạn gia tăng sản lượng xuất khẩu. Do đó, khi xu hướng tăng giá trên thị trường thế giới tạo điều kiện thuận lợi cho gia tăng xuất khẩu thì việc gia tăng khối lượng xuất khẩu lại bị hạn chế, chẳng hạn như xuất khẩu gạo và khoáng sản.

*Tốc độ tăng giá nhập khẩu cao hơn tốc độ tăng giá xuất khẩu do biến động giá thế giới:* năm 2004, mức tăng nhập khẩu do tăng giá là 11,1%, năm 2005, mức tăng giá nhập khẩu cao hơn so với xuất khẩu khoảng 20%

*Hiệu quả đầu tư thấp:* Tăng trưởng kinh tế vẫn chủ yếu dựa vào tăng vốn. Hệ số ICOR của nền kinh tế liên tục tăng lên. Năm 2007 hệ số này đã lên tới trên 6 lần, trong vào năm 2000 chỉ vào khoảng trên 4 lần. Hiệu quả đầu tư thấp, trước hết sẽ làm tăng qui mô đầu tư và đương nhiên sẽ làm tăng thâm hụt thương mại. Hiệu quả đầu tư thấp sẽ dẫn đến chi phí sản xuất cao và sức cạnh tranh, mà trước hết là cạnh tranh về giá thấp. Điều đó không chỉ làm giảm khả năng xuất khẩu, mà còn tạo cơ hội cho hàng hoá nhập khẩu cạnh tranh ngay trên thị trường trong nước.

*Mức độ bảo hộ cao cộng với tình trạng độc quyền của các doanh nghiệp nhà nước trong một số các ngành công nghiệp:* Hiện nay, các chính sách của Nhà nước vẫn mang tính bảo hộ nhằm phát triển một số ngành công nghiệp thay thế nhập khẩu (sắt thép, xi măng, đường, ô tô,...). Đồng thời, trong các ngành công nghiệp này, khu vực doanh nghiệp Nhà nước vẫn đóng vai trò chủ chốt và mang tính độc quyền cao. Điều này, *một mặt*, sẽ làm gia tăng đầu tư quá mức vào các ngành công nghiệp này và làm tăng qui mô đầu tư chung trong nền kinh tế và dẫn tới thâm hụt thương mại. Mặt khác, với vị thế độc quyền của các doanh nghiệp Nhà nước trong một số ngành công nghiệp, chi phí đầu tư sẽ khó có thể đánh giá được mức chi phí hợp lý và thông thường

chi phí đầu tư sẽ cao hơn so với môi trường đầu tư mang tính cạnh tranh cao hơn. Chi phí đầu tư tăng sẽ kéo theo qui mô đầu tư tăng và làm tăng mức độ thâm hụt thương mại.

*Sức cạnh tranh các sản phẩm sản xuất trong nước còn kém so với các nước trong khu vực:* Theo tính toán của một doanh nghiệp da giày thì chi phí sản xuất 1 đôi giày tại Việt Nam thường gấp 1,3 đến 1,5 lần so với Trung Quốc. Điều này, *một mặt*, khả năng xuất khẩu các sản phẩm của Việt Nam sang thị trường các nước trong khu vực là rất hạn chế. Theo số liệu thống kê (bảng 6) thì thâm hụt thương mại của Việt Nam với Trung Quốc bằng 64,76% tổng thâm hụt thương mại, với các nước ASEAN là 57,19%, với Đài Loan là 40,91%,... *Mặt khác*, khả năng cạnh tranh xuất khẩu vào các thị trường các nước phát triển (Hoa Kỳ, Nhật, EU,...) của Việt Nam thấp hơn các nước trong khu vực và hạn chế khả năng gia tăng khối lượng xuất khẩu khi xu hướng tăng giá trên thị trường thế giới tạo điều kiện thuận lợi cho gia tăng xuất khẩu các mặt hàng này.

Những phân tích trên đây cho thấy sự thâm hụt cán cân thương mại trong thời gian qua nguyên nhân là do những giải pháp chính sách điều tiết thị trường hàng hóa theo hướng mở cửa, khuyến khích nhập khẩu tư liệu sản xuất đáp ứng nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế, là do chính sách thúc đẩy xuất khẩu dựa trên những lợi thế so sánh tĩnh đã làm cho lợi thế cạnh tranh về giá thấp, cánh kéo giữa giá hàng hóa xuất khẩu và nhập khẩu càng cách biệt. Điều này cho thấy, để giảm thâm hụt thương mại cần có các giải pháp chính sách giải quyết căn bản các vấn đề trên.

### **2.3.3. Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong mối quan hệ với thị trường hàng hóa.**

Trong nền kinh tế, quá trình chu chuyển hàng hoá luôn song hành với dòng chu chuyển tiền tệ, thị trường tài chính tiền tệ và thị trường hàng hoá - dịch vụ luôn gắn kết với nhau. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ tối ưu sẽ hỗ trợ cho thị trường hàng hóa phát triển ổn định, góp phần vào phát triển kinh tế bền vững và ngược lại. Để đạt được tốc độ tăng trưởng kinh tế cao liên tục trong nhiều năm và để đối phó với lạm phát gia tăng trong mấy năm vừa qua, nhiều giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ đã được đề ra và thực thi.

**Sự bùng nổ các ngân hàng cổ phần:** Trong những năm qua, thị trường tài chính - tiền tệ đã được định hướng tăng khối lượng tiền tệ theo hướng tăng số lượng các ngân hàng thương mại cổ phần và tăng vốn huy động của các ngân hàng này (Bảng 2.11). Các ngân hàng với chính sách huy động vốn tín dụng và huy động để tăng qui mô theo đúng những qui định luật pháp đã làm tăng cung tiền đáng kể trong lưu thông. tình trạng cung tiền cao hơn nhiều lần khối lượng hàng hóa, dịch vụ biểu hiện rất rõ trong nền kinh tế.

**Bảng 2.11: Tốc độ tăng tín dụng và tăng huy động của các ngân hàng đến cuối năm 2007**

(Không tính khoản cho vay từ các tổ chức ngân hàng không nhận tiền gửi: VDB, PVFC...)

Chỉ tiêu	Tăng tín dụng (%)	Tăng huy động (%)	Tín dụng/huy động (%)	Tỷ trọng cho vay mới (%)	Tỷ trọng huy động mới (%)
Ngân hàng Cổ phần Nhà nước	30	22	90	43	38
Ngân hàng Thương mại cổ phần	113	111	90	48	52
Ngân hàng Nhà nước	40	55	106	8	9
Ngân hàng liên doanh	25	25	120	1	1
Tổng cộng	47	41	91	100	100

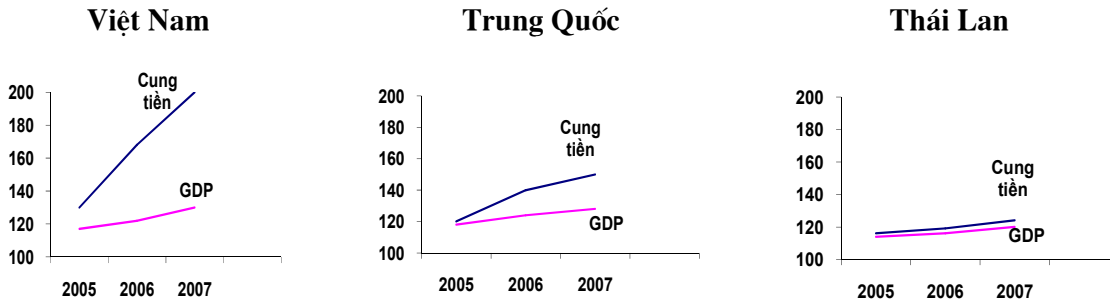
*Nguồn: Dragon Capital - 6/ 2008*

Bảng 2.11 cho thấy các ngân hàng cổ phần có tốc độ phát triển rất cao, đóng góp khoảng 40% dư nợ cho vay mới và 50% số tiền gửi mới phát sinh trong năm 2007 (Năm 2006 chỉ là 25%). Các ngân hàng thương mại cổ phần đóng góp nhiều hơn các ngân hàng thương mại nhà nước khoảng 1 tỷ USD dư nợ mới và 3 tỷ USD huy động tiền gửi mới, thu hút người dân gửi tiền vào với mức tăng rất cao 111%. Có thể nói, năm 2007 là năm tăng trưởng nóng của hệ thống ngân hàng Việt Nam. Tín dụng ngân hàng đã hoạt động hết công suất để cung cấp cho thị trường một khối lượng lớn tiền tệ. Sự bùng nổ của hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần đã góp phần chính trong việc tạo ra thanh khoản khổng lồ cho thị trường, nhất là trong bối cảnh Việt Nam có nhiều luồng vốn đa dạng hơn sau khi ra nhập WTO. Mặc dù chưa xét đến chất lượng tăng trưởng tín dụng và quản trị rủi ro, chỉ riêng sự bùng nổ thanh khoản vào cuối năm 2007 đã quá bất cập với tốc độ tăng trưởng của thị trường hàng hóa và dịch vụ, gây áp lực lạm phát và là nguyên nhân gây bất ổn cho nền kinh tế. Do tăng trưởng tín dụng

cao nhưng lại chậm đưa ra các chính sách thu hút tiền tệ phù hợp nên sự thiếu phối hợp giữa điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ và thị trường hàng hóa đã bộc lộ và đã phải trả giá cho điều này khi lạm phát tiếp tục tăng cao vào cuối năm 2008.

**Hình 2.2: Tăng trưởng cung tiền so với GDP giai đoạn 2004 - 2007**

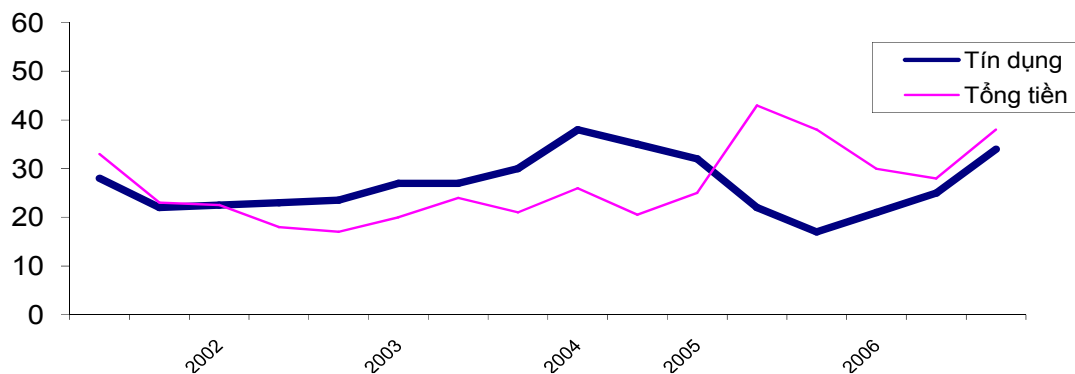
(2004: 100%)



Nguồn: IMF, BVSC

Hình 2.2 cho thấy rõ áp lực của thanh khoản lên thị trường hàng hóa và dịch vụ, gây áp lực lạm phát. Sự chênh lệch giữa tăng trưởng của dòng tiền và tăng trưởng GDP của Việt Nam có khoảng cách khá xa. Sự chênh lệch đó phản ánh khả năng cung ứng vốn và khả năng hấp thụ vốn (vốn đưa vào sản xuất kinh doanh hàng hóa và dịch vụ) của nền kinh tế. Khi hấp thụ vốn không theo kịp, thanh khoản dư thừa thì giá cả tăng dẫn đến lạm phát là điều không thể tránh khỏi.

**Hình 2.3: Mức tăng tín dụng và cung tiền trong những năm gần đây**



Nguồn: CEIC, Deutsche Bank

**Bội chi ngân sách nhà nước:** Chi ngân sách luôn là một trong những công cụ quan trọng của nhà nước nhằm tác động đến sự phát triển kinh tế - xã hội. Khi sản lượng của nền kinh tế thấp dưới mức tiềm năng, chính phủ có thể tăng mức chi ngân sách bằng cách vay nước ngoài và vay trong nước, hoặc đôi khi phải sử dụng từ nguồn

phát hành tiền để chi tiêu. Như vậy, chính phủ chấp nhận bội chi để thúc đẩy phát triển kinh tế và đảm bảo an sinh xã hội. Bội chi ngân sách ở các nước đang phát triển thường để đầu tư cơ sở hạ tầng như giao thông, điện, nước....Việc xử lý bội chi ngân sách là một nội dung quan trọng của chính sách tài khoá, có tác động đến kinh tế vĩ mô, nhưng cũng dẫn đến tình trạng lạm phát. Ở Việt Nam, theo thống kê của Uỷ ban Tài chính và Ngân sách Quốc Hội thì nhiều năm qua, tốc độ tăng thu ngân sách nhà nước luôn thấp hơn tốc độ tăng chi. Chẳng hạn năm 2007, tổng thu ngân sách tăng 16,9 %, trong khi tổng chi tăng 20% so với năm 2006. Theo đó, dù mức bội chi ngân sách vẫn đang nằm trong giới hạn cho phép của Quốc Hội là 5%, nhưng diễn ra trong nhiều năm nên đã tích lũy nguy cơ bất ổn về tiền tệ và kinh tế. Cũng phải nói thêm rằng, ngoài các khoản chi của ngân sách nhà nước, còn rất nhiều địa phương và các tổng công ty lớn đã từng vay nợ nước ngoài với sự bảo lãnh của Ngân hàng Nhà nước hoặc Bộ Tài chính, nên thực tế bội chi ngân sách còn cao hơn con số 5%. Rõ ràng bội chi ngân sách cao là một giải pháp điều tiết thị trường tiền tệ bất cập với điều tiết thị trường hàng hóa, dịch vụ gây bất ổn cho nền kinh tế.

**Đầu tư cho phát triển:** Để có mức tăng trưởng cao phải tăng mức đầu tư bao gồm đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài. Nhận thức rõ điều này nên khi nghiên cứu xây dựng kế hoạch 5 năm 2006 – 2010, Đảng và Nhà nước ta đã xác định tổng nguồn vốn đầu tư toàn xã hội cần có 1850 đến 1900 ngàn tỷ đồng, tăng gấp 1,5 đến 1,6 lần so với thực hiện 5 năm trước đó (2001 – 2005); trong đó vốn đầu tư từ ngân sách Nhà nước và tín dụng Nhà nước phải đạt từ 525,1 đến 593,2 ngàn tỷ đồng (Bảng 2.18). Để vươn tới một nước có mức thu nhập trung bình tính theo đầu người vượt qua chuẩn nghèo của thế giới vào năm 2010, thì phải duy trì tỷ lệ đầu tư cao. Và thực tế hiện nay, chúng ta đã giành tới 40% ngân sách cho đầu tư phát triển.

**Bảng 2.12: Kế hoạch huy động nguồn lực và định hướng đầu tư toàn xã hội**

(Vốn đầu tư trong nước chiếm 72%; Vốn đầu tư ngoài nước chiếm 28%)

Stt	Chỉ tiêu	Thực hiện 2001 - 2005		Kế hoạch 2006 - 2010		Tốc độ tăng (lần)
		Tổng số	%	Tổng số	%	
	Tổng số	1235	100	1850-1900	100	1.5-1.6
1	Vốn ngân sách Nhà nước	277.9	22.5	409	21.3-22.1	1.47-1.5
2	Vốn tín dụng Nhà nước	164.3	13.3	116.1-176.2	9	1.01-1.07
3	Vốn đầu tư của DNNN	328.5	26.2	336.5-356	18.2	1.45-1.58
4	Vốn đầu tư của tư nhân	328.5	26.2	568-607	30.1-31	1.73-1.85
5	Vốn đầu tư trực tiếp NN	206	16.8	252.7-277.5	13.7-14.2	1.25-1.35
6	Nguồn vốn khác	33.3	2.7	117.7-126.2	6.4	3.53-3.79

Nguồn: Tài liệu phục vụ Đại hội Đảng lần thứ X

Tuy nhiên, đầu tư trong nước phụ thuộc vào mức tích lũy từ nội bộ nền kinh tế, đến lượt nó, mức tích lũy từ nội bộ nền kinh tế lại phụ thuộc vào hiệu quả đầu tư. Vì vậy, trước hết phải phân bổ vốn đầu tư một cách hợp lý, vì phân bổ không hợp lý sẽ dẫn đến phá vỡ cơ cấu cân bằng và tính tương thích cần có giữa các ngành, các lĩnh vực và các khu vực, tạo ra vùng nghẽn tăng trưởng gây lãng phí có tính dây chuyền và hai nữa là phải nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, và yêu cầu cao hơn là phải tăng tổng năng suất các nhân tố. Đầu tư công của Việt Nam còn kém hiệu quả, không ít các dự án đầu tư của nhà nước do không được hoạch định cẩn thận nên suất sinh lợi không cao. Điều này làm cho hệ số ICOR ở Việt Nam cao hơn nhiều nước khác. Có người cho rằng Việt Nam là một nền kinh tế “mới lớn”, phát triển nhanh, vì vậy cần nhiều đầu tư cho cơ sở hạ tầng, công nghệ.....nên hệ số ICOR cao là điều bình thường. Lập luận này không xác đáng vì đã bỏ qua một thực tế là vào những năm 1970, khi Hàn Quốc bắt đầu phát triển các ngành công nghiệp nặng, đóng tàu, hoá chất – những ngành đòi hỏi đầu tư lớn – nhưng hệ số ICOR của nước này chỉ ở mức trên dưới 3. Nếu so sánh với Trung Quốc cũng là một nước đang phát triển nhưng Trung Quốc đi trước Việt Nam 1 thập kỷ, do vậy lẽ ra hệ số ICOR của Việt Nam phải thấp hơn nhưng thực tế lại cao hơn (Bảng 2.13).

**Bảng 2.13: Tăng trưởng tổng đầu tư**

Stt	Tên nước	Giai đoạn	GDP	% của GDP/năm	ICOR*
1	Hàn Quốc	1961-1980	7.9	23.3	3
2	Đài Loan	1961- 1980	9.7	26.2	2.7
3	Indonesia	1981- 1985	6.9	25.7	3.7
4	Malaysia	1981– 1995	7.2	32.9	4.6
5	Thái Lan	1981 - 1995	8.1	33.3	4.1
6	Trung Quốc	2001- 2006	9.7	38.8	4.0
7	Việt Nam	2001 - 2006	7.6	33.5	4.4

*Nguồn: Harvard University – Lựa chọn thành công...*

Bản chất của đầu tư là sự di chuyển các yếu tố của quá trình sản xuất hàng hoá và dịch vụ từ nước này sang nước khác trên phạm vi toàn cầu. Từ đó cần nhìn lại việc bố trí vốn đầu tư sao cho thích hợp. Mô hình đầu tư sản xuất hàng nhập khẩu đã thành công cho đến những năm 70 của thế kỷ trước. Mô hình đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu cũng đã thành công trong những năm 80, 90 của thế kỷ XX. Vì vậy, chính sách đầu tư phải gắn bó với chính sách điều tiết thị trường hàng hóa nhằm tạo ra những sản phẩm hàng hoá, dịch vụ có sức cạnh tranh cao, có thể chiếm giữ những công đoạn có giá trị gia tăng lớn trong chuỗi giá trị toàn cầu trên cơ sở xác định và tạo ra các lợi thế so sánh, đảm bảo quy mô kinh tế phù hợp với dung lượng thị trường.

Như đã đề cập ở trên, vốn nước ngoài tham gia vào dòng tiền tệ lưu thông tại thị trường Việt Nam có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển kinh tế bền vững. Vì vậy thời gian qua, chính phủ Việt Nam đã có những giải pháp điều tiết dòng vốn này để bảo đảm sự phù hợp với thị trường hàng hóa và dịch vụ.

Cũng tương tự như nhiều nước đang phát triển khác, Việt Nam đang tiếp nhận các nguồn vốn ngoại ngày càng gia tăng, đặc biệt là sau khi tham gia Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Việc hấp thụ các nguồn vốn này đã đem lại nhiều lợi ích tích cực nhưng đôi khi cũng gây ra một số khó khăn nhất định. Chẳng hạn chúng ta đang cố gắng duy trì chính sách tỷ giá tương đối ổn định để các doanh nghiệp có cơ sở xây dựng chiến lược kinh doanh nhưng dòng vốn nước ngoài tiếp tục chảy vào. Song hành với nó là một khoản tiền đồng lớn được đưa ra thị trường. Tuy nhiên, việc mua ngoại tệ này đã không đi cùng với chính sách hút tiền đồng một cách mạnh mẽ, khiến áp lực về lạm phát tăng hơn. Khác với Việt Nam, trước đây khi neo đồng Nhân dân tệ theo đô la Hoa Kỳ, Trung Quốc một mặt hạn chế tăng trưởng tín dụng nóng, đồng thời dùng các biện pháp hút tiền về bằng cách bán tín phiếu thông qua thị trường mở. Điều này đã làm cho Trung Quốc mặc dù phải hấp thụ một luồng vốn ngoại khổng lồ nhưng vẫn kiềm chế tốt lạm phát và giữ được ổn định tỷ giá. Việt Nam đã phải bắt đầu đưa ra các chính sách trung hoà như nâng dự trữ bắt buộc từ 5% lên 10% (hiện nay khoản tiền này có khoảng 70.000 tỷ VND), bán tín phiếu ngay từ giữa năm 2007 để hút tiền về, song lượng tiền và hiệu lực của các biện pháp này chưa cao. Việc chia các tỷ lệ dự trữ bắt buộc theo các kỳ hạn tiền gửi chưa hợp lý, bởi theo nguyên lý thì tiền gửi không kỳ hạn với đặc tính rủi ro cao và khả năng tạo tiền lớn hơn thì tỷ lệ dự trữ phải lớn hơn so với các kỳ hạn khác, trong khi đó Ngân hàng Nhà nước áp dụng chung một tỷ lệ cho loại tiền gửi dưới 12 tháng kể cả tiền gửi không kỳ hạn.

Đối với điều tiết dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): Số vốn FDI giải ngân nhiều hay ít sẽ có tác động trực tiếp và tức thì đến dòng tiền tệ và nhu cầu vật tư hàng hoá tại Việt Nam, và sẽ có tác động lâu dài đến cơ cấu phát triển bền vững của nền kinh tế. Tuy nhiên, hiện nay dường như đang thiếu các giải pháp đồng bộ để giám sát dòng vốn FDI ở tầm vĩ mô để được đảm bảo hài hoà lợi ích giữa các địa phương với tổng thể nền kinh tế, giữa thị trường hàng hóa với thị trường tiền tệ, giữa các dự án bất động sản với các dự án kinh tế khác, giữa trước mắt và lâu dài.....Hậu quả sẽ rất khó lường nếu không kịp thời điều chỉnh.

Đối với điều tiết dòng vốn đầu tư gián tiếp (FPI): Vốn đầu tư gián tiếp đổ vào Việt Nam chủ yếu thông qua các quỹ đầu tư và các công ty chứng khoán nước ngoài. Đầu tư gián tiếp được coi là nguồn vốn ngắn hạn. FPI chảy vào Việt Nam trong năm 2007 ước tính khoảng trên 7 tỷ USD. Đây là nguồn đầu tư cơ hội, nhằm thu hồi lợi nhuận nhanh, đôi khi mang tính đầu cơ, có nguy cơ tăng giảm đột biến và đảo chiều khi gặp môi trường kinh tế không thuận lợi. Chính vì vậy, cần có những giải pháp điều tiết và giám sát chặt chẽ nguồn vốn này để tránh những vấn đề đã xảy ra ở Thái Lan vào năm 1997. Đó là những vấn đề: (1) Tăng trưởng nóng trong một thời gian dài, tốc độ tăng GDP ở mức trên dưới 8%; (2) Nền kinh tế đang dần phụ thuộc vào dòng vốn ngoại FDI, FII, trong đó ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào nguồn vốn ngắn hạn; (3) Thâm hụt thương mại lớn tới mức 20% GDP dẫn đến cầu ngoại tệ tăng mạnh. Nếu nguồn vốn đảo chiều thì Ngân hàng nhà nước phải dùng nguồn dự trữ ngoại hối để hỗ trợ nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường và tránh nguy cơ phá giá; (4) Bong bóng bất động sản: nguy cơ mất khả năng trả nợ từ lĩnh vực này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của hệ thống ngân hàng; (5) Nếu tình hình căng thẳng lên tới đỉnh điểm có thể xảy ra tình trạng các nhà đầu tư nước ngoài rút vốn, rời bỏ thị trường chứng khoán với dấu hiệu lượng bán trái phiếu của các nhà đầu tư nước ngoài tăng mạnh, Ngân hàng thương mại tăng mua gom ngoại tệ một cách bất thường, lạm phát cao.

Khác với Thái Lan trước đây, Việt Nam ít phụ thuộc vào dòng vốn ngắn hạn (mới chiếm khoảng hơn 8% GDP). Hơn nữa, từ bài học của khủng hoảng Châu Á, Việt Nam cần thận định hướng các nhà đầu tư nước ngoài vào các cam kết FDI, đầu tư tư nhân và các quỹ đóng. Chính sách tiền tệ đang được chuyển sang mục tiêu lãi suất và dần dần tháo bỏ sự lệ thuộc vào đồng USD, mà sự lệ thuộc này là một trong những nguyên nhân làm cho lạm phát bùng nổ, bất ổn kinh tế.

Điều tiết và sử dụng có hiệu quả nguồn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) cũng là vấn đề được quan tâm trong các giải pháp chính sách tiền tệ của Việt Nam. ODA cuối năm 2006 cam kết cho năm 2007 đạt mức 4,4 tỷ USD, cuối năm 2007 cam kết cho năm 2008 đạt khá cao 5,4 tỷ USD. Theo thông báo của Bộ Kế hoạch và đầu tư, 6 tháng đầu năm 2008 đã thu hút được 1,3 tỷ USD vốn ODA. Dự kiến lượng vốn giải ngân năm 2008 đạt 2 tỷ USD, vừa vượt kế hoạch đề ra, vừa đạt mức cao nhất từ trước tới nay. ODA là nguồn khá ổn định và có tính chất lâu dài, dễ dự báo hơn so với FDI



và FPI nên cần có các giải pháp đưa nguồn vốn này vào đầu tư cho sản xuất nhằm tăng trưởng dài hạn, ổn định kinh tế.

**Kiều hối và điều tiết kiều hối cho phát triển kinh tế bền vững:** Đối với Việt Nam nguồn kiều hối hàng năm thương chiếm khoảng 6-7% GDP. Năm 2007 kiều hối tăng mạnh đạt khoảng 7 tỷ USD. Kiều hối là nguồn vốn ổn định và có tính dài hạn. Trong thời gian qua, do chính sách điều tiết và sử dụng nguồn kiều hối còn bất cập, không gắn kết với chính sách đầu tư phát triển sản xuất, tạo lượng cung hàng hóa trên thị trường nên nguồn kiều hối thường đổ vào bất động sản đã góp phần làm nóng thêm thị trường. Vấn đề là giải pháp chính sách phải điều tiết nguồn kiều hối vào lĩnh vực sản xuất kinh doanh nhằm tăng lượng hàng hóa, tăng mức độ gắn kết của kiều hối đầu tư sản xuất và thị trường hàng hóa xuất khẩu.

**Điều tiết tỷ giá hối đoái:** Điều tiết tỷ giá là một vấn đề gắn bó mật thiết với hiệu lực của các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa và phát triển kinh tế bền vững. Trước hết, điều tiết tỷ giá liên quan đến dòng vốn đầu tư. Thực tế vào cuối năm 2007 tỷ giá đã có biến động mạnh. Khi đó đồng Việt Nam lên giá nên tỷ giá giao dịch thực tế trên thị trường luôn chạm sát biên độ dưới của mức dao động cho phép, điều này phản ánh cung cầu ngoại hối có nhiều biến động phức tạp và tỷ giá chính thức chưa theo kịp với thị trường. Nguyên nhân của việc tăng giá này là do các nguồn vốn nước ngoài, đặc biệt là nguồn vốn đầu tư gián tiếp liên tục đổ vào Việt Nam, dẫn đến cung cầu ngoại tệ lệch về giá VND. Đồng Việt Nam lên giá càng hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài đổ vốn vào Việt Nam với kỳ vọng sẽ có lợi về cả lãi suất và giá trị chênh lệch khi quy đổi trở lại USD. Việc này đã gây ra tình trạng cung tiền quá mức và tình trạng lạm phát cao. Khi VND lên giá đã làm cho thâm hụt thương mại mạnh dần lên, nhập siêu tăng tốc trong lúc tốc độ vốn đổ vào đang giảm dần. Hơn nữa, do có sự suy thoái về kinh tế Hoa Kỳ dẫn đến đồng đô la mất giá, từ đó có tác động ngăn lại dòng vốn đổ vào Việt Nam. Kết cục là tới một điểm nào đó nguồn vốn đổ vào không kịp thâm hụt thương mại và nghĩa vụ trả nợ khi đến hạn. Lúc này xu hướng đảo ngược tỷ giá là tất yếu và đã xảy ra vào thời điểm cuối tháng 3/2008. Khi xu hướng tỷ giá đảo ngược được hình thành thì giới đầu cơ ngay lập tức chuyển vốn sang hướng ngược lại và làm vấn đề trầm trọng hơn. Lúc này Ngân hàng nhà nước buộc phải can thiệp bằng cách bán USD ra để bình ổn thị trường. Tình hình ổn định trong vòng một tháng thì áp lực tăng tỷ giá lại trở lại. Nhu cầu ngoại tệ và giá USD tăng từng ngày trên thị trường

chợ đen đã dẫn tới nhiều lo ngại thực sự. Tỷ giá chợ đen bắt đầu bùng nổ vào những ngày đầu tháng 6 khi giá trị giao dịch thực tế có lúc lên tới 19.000VND/USD.

Trong khi Ngân hàng nhà nước vẫn tiếp tục duy trì tỷ giá chính thức ở mức thấp, thì thực tế ở Việt Nam vẫn có 2 tỷ giá được hình thành: Tỷ giá niêm yết chính thức và tỷ giá không chính thức. Điều đáng nói là các giao dịch thực tế của nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu được thực hiện chủ yếu với tỷ giá không chính thức, ngay cả khi mua ngoại tệ được thực hiện tại các ngân hàng thương mại (nếu tính cả phụ phí). Thứ hai, điều tiết tỷ giá liên quan đến hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu và thâm hụt thương mại. Yếu tố tỷ giá được biểu hiện trên 2 mặt. Một mặt, trong thời gian tương đối dài, USD giảm mạnh trên thị trường thế giới nhưng lại tăng giá ở Việt Nam đã làm cho “nhập khẩu lạm phát” bị khuếch đại (hàng nhập khẩu tính bằng USD tăng lên và khi tính ra VND lại tăng lên một lần nữa). Mặt khác, tỷ giá VND/USD ở trong nước lại gắn rất chặt chẽ với các đồng tiền khác, nên việc nhập khẩu đối với các thị trường thanh toán bằng các đồng tiền khác còn đắt hơn nhiều, càng làm cho “nhập khẩu lạm phát” bị khuếch đại kép. Nhập siêu là nội dung chủ yếu của cán cân thanh toán tổng thể và cũng là nội dung quan trọng của quan hệ cân đối vĩ mô. Nhập siêu liên quan đến hoạt động xuất - nhập khẩu mà xuất nhập khẩu lại liên quan đến tỷ giá. Tỷ giá VND/ngoại tệ tăng, tức là giảm giá VND đến mức độ cần thiết sẽ góp phần thúc đẩy sự điều tiết thì việc xuất khẩu bị hạn chế, nhập khẩu được khuyến khích, do đó nhập siêu tăng.

Như vậy, các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ trong thời gian qua được đề ra khá toàn diện và đã góp phần giải quyết những vấn đề cơ bản của nền kinh tế như chống lạm phát, tăng trưởng đầu tư, duy trì tỷ giá có lợi cho xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, xem xét dưới góc độ tác động đến phát triển kinh tế bền vững thì các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ còn nổi lên một số vấn đề cần khắc phục: (1) Sự gắn kết và hỗ trợ các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào và đầu ra không cao. Các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ chỉ tập trung vào mục tiêu của chính sách tài chính và chính sách tiền tệ nên giải quyết được những mục tiêu đó thì góp phần đẩy nền kinh tế sang một trạng thái mất ổn định khác; (2) Các giải pháp trong chính sách tài chính - tiền tệ cũng chưa gắn bó với nhau và thiếu tính linh hoạt trong một thời gian dài, chỉ khi thị trường đặt ra những yêu cầu cấp bách, các giải pháp này mới chuyển hướng sang điều hành linh hoạt hơn; (3) Các giải pháp điều tiết

thị trường tài chính - tiền tệ được thực thi, khi nền kinh tế gặp những trục trặc thì, thời gian qua, lại sử dụng chính những giải pháp của chính sách tài chính - tiền tệ để điều chỉnh những trục trặc đó. Cách điều tiết này đã đẩy nền kinh tế từ thái cực này sang thái cực khác nên không đạt được mục tiêu phát triển bền vững; (4) Các giải pháp của chính sách tài chính - tiền tệ đã làm cho nền kinh tế hàng hóa và dịch vụ và nền kinh tế tiền tệ tách biệt nhau khá xa, khối lượng tiền tệ lưu thông vượt xa khối lượng hàng hóa và dịch vụ mà nền kinh tế Việt Nam có khả năng cung ứng. Điều này làm cho nền kinh tế Việt Nam phụ thuộc quá lớn vào nền kinh tế thế giới trong khi nội lực hạn chế đã làm cho khả năng đạt tới các mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững rất khó khăn.

## **CHƯƠNG 3:**

### **CÁC GIẢI PHÁP ĐIỀU TIẾT THỊ TRƯỜNG**

#### **NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG**

### **3.1. Quan điểm và định hướng điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam**

Tiếp tục kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, duy trì tốc độ tăng trưởng hợp lý, bền vững, chủ động ngăn ngừa suy giảm, bảo đảm an sinh xã hội; đẩy mạnh hợp tác và hội nhập kinh tế quốc tế một cách chủ động và hiệu quả, giữ vững ổn định chính trị, bảo đảm quốc phòng, an ninh và trật tự, an toàn xã hội; tạo điều kiện thực hiện thắng lợi kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 -2010<sup>10</sup> là mục tiêu tổng quát phát triển kinh tế xã hội năm 2009 và những năm tiếp theo của Việt Nam. Mục tiêu này cũng chính là nội dung của vấn đề phát triển kinh tế bền vững trong những năm tới. Dưới góc độ điều tiết thị trường hàng hóa và các thị trường khác hỗ trợ cho phát triển thị trường hàng hóa, cần phải tuân thủ những quan điểm và định hướng nhất định khi đề ra và thực thi các giải pháp.

#### **3.1.1. Quan điểm điều tiết thị trường hàng hóa Việt Nam những năm tới**

Để phát huy tác động tổng hợp của các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất, thị trường đầu ra cho sản phẩm của các doanh nghiệp cũng như các giải pháp điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ, các vấn đề kinh tế vĩ mô như cán cân thương mại, tăng trưởng và lạm phát đối với phát triển kinh tế bền vững, các quan điểm sau đây, theo chúng tôi, có ý nghĩa chi phối.

*Thứ nhất, tạo môi trường và điều kiện cho tự do sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa sở hữu, đa dạng hóa thành phần kinh tế.* Bảo đảm tự do hành nghề theo quy định của luật pháp, tự do lưu thông hàng hóa, tự do hóa lãi suất tín dụng. Doanh nghiệp được tự quyết định và chủ động trong kinh doanh. Đây là điều kiện cần thiết để phát triển sản xuất hàng hóa, tạo lập cơ sở quan trọng để hình thành và phát triển

---

<sup>10</sup> Nghị quyết kỳ họp thứ 4 Quốc hội khóa XII

các loại thị trường, bảo đảm sự phát triển hài hòa giữa thị trường hàng hóa và thị trường tiền tệ.

**Thứ hai, các giải pháp điều tiết thị trường phải được đề ra và thực thi trên cơ sở pháp luật.** Bảo đảm mọi hoạt động của người mua, người bán, người sản xuất, người tiêu dùng thực hiện trong khuôn khổ luật pháp và được điều chỉnh bằng luật pháp. Đó là cách để các tư tưởng đi vào cuộc sống và phát huy hiệu quả trong thực tiễn, bảo đảm cơ sở ổn định và lâu dài, tạo dựng niềm tin cho người sản xuất kinh doanh.

**Thứ ba, xây dựng đồng bộ các chính sách về thị trường, mặt hàng, các chính sách về tài chính tiền tệ, đất đai, lao động, khoa học và công nghệ, đầu tư.** Sự đồng bộ, nhất quán của các chính sách sẽ tạo hợp lực thúc đẩy sự phát triển của hệ thống thị trường, phát huy sức mạnh của thị trường đối với tăng trưởng và phát triển. Các chính sách đồng bộ sẽ không triệt tiêu sự “điều tiết” của thị trường mà góp phần làm cho thị trường phát triển đúng hướng, khắc phục những trục trặc.

**Thứ tư, các giải pháp điều tiết thị trường phải nhằm vào thúc đẩy sản xuất kinh doanh, tăng nguồn cung ứng hàng hóa cho thị trường.** Ở tầm vĩ mô, Nhà nước phải cân đối tổng cung và tổng cầu hàng hóa (cả hàng hóa vô hình và hàng hóa hữu hình) theo các thời hạn khác nhau. Trên cơ sở đó, kích thích tăng hoặc kìm hãm lượng hàng hóa lưu thông. Đổi mới cơ cấu nền kinh tế phải xuất phát từ yêu cầu tiêu dùng xã hội, dân cư và thông qua thị trường chứ không phải là sự áp đặt chủ quan duy ý chí. Đồng thời, Nhà nước phải có quy hoạch, kế hoạch cụ thể, phù hợp để định hướng phát triển, phân bổ và sử dụng hợp lý các nguồn lực. Ở tầm vi mô, các doanh nghiệp phải tăng đầu tư tích lũy, nhất là đổi mới công nghệ, thường xuyên thay đổi mới mẫu mã sản phẩm phù hợp với yêu cầu thị trường. Để phát triển thị trường, phải có cạnh tranh. Các doanh nghiệp phải điều chỉnh, hoàn thiện để thích ứng với môi trường cạnh tranh trong nước và quốc tế, từng bước xóa bỏ độc quyền hành chính.

**Thứ năm, tạo tiền đề cho sự ra đời nhanh chóng và kích thích sự phát triển của các loại thị trường.** Đối với những vùng kinh tế chậm phát triển, kinh tế tự cấp tự túc còn phổ biến như vùng núi, vùng sâu, vùng xa phải đầu tư xây dựng hệ thống giao thông thuận lợi cho giao lưu hàng hóa giữa các vùng, xây dựng chợ hoặc trung tâm thương mại để có nơi trao đổi, mua bán hàng hóa. Ở những nơi kinh tế và thị trường

phát triển chủ yếu đầu tư theo chiều sâu (đầu tư chất xám, phương tiện kỹ thuật hiện đại), phải phát triển dịch vụ, hình thành các trung tâm phát luồng và định hướng thị trường (thị trường bán buôn, trung tâm giao lưu kinh tế với nước ngoài, sở giao dịch hàng hóa, sở giao dịch chứng khoán, trung tâm đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực...).

***Thứ sáu, đào tạo và nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ quản lý, nhà kinh doanh. nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước.*** Thực hiện đa phương hóa trong quan hệ đối ngoại, đa dạng hóa các hình thức kinh doanh quốc tế, chủ động hội nhập kinh tế với khu vực và quốc tế.

Phát triển đồng bộ các loại thị trường theo tinh thần Đại hội lần thứ IX của Đảng vừa là vấn đề cấp bách vừa là vấn đề lâu dài. Chủ động tạo môi trường vĩ mô và khuyến khích mọi thành phần, mọi nguồn lực tham gia thị trường là vấn đề then chốt cho sự hình thành và phát triển các loại thị trường ở Việt Nam, từ đó tác động mạnh mẽ đến việc đạt được các mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững.

### **3.1.2. Định hướng đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa Việt Nam**

Diễn biến của nền kinh tế Việt Nam trong những năm vừa qua cho thấy những biến động mang tính chu kỳ của phát triển kinh tế. Vấn đề là những chu kỳ phát triển này dài hay ngắn, sự biến đổi thái cực của nó đến mức độ nào và tác động đến mục tiêu phát triển bền vững đến đâu phụ thuộc rất lớn đến những giải pháp chính sách của nhà nước nhằm điều chỉnh những khiếm khuyết của thị trường tự do. Vì vậy, chúng tôi cho rằng cần phải có định hướng dài hạn làm cơ sở cho việc đề ra các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa nói riêng, các thị trường khác nói chung để tránh những bị động, lúng túng. Những định hướng đó là:

***Thứ nhất, chuyển từ chiến lược tăng trưởng theo chiều rộng, chú trọng số lượng sang chiến lược phát triển theo chiều sâu, coi trọng chất lượng tăng trưởng.*** Từ đó cơ cấu lại nền kinh tế, chỉnh đốn các doanh nghiệp, đổi mới công nghệ nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp và của nền kinh tế. Định hướng này đòi hỏi không lấy tốc độ tăng trưởng GDP là chỉ tiêu quan trọng nhất phải phấn đấu vì chỉ tiêu này không nói lên được chất lượng tăng trưởng mà cần phải chú ý đến những chỉ tiêu của phát triển bền vững như chỉ tiêu “phát triển con người”, ví dụ giảm

tỷ lệ học sinh bỏ học, giảm tỷ lệ trẻ em suy dinh dưỡng, giảm tai nạn giao thông (số người chết và bị thương, tăng diện tích nhà ở cho người có thu nhập thấp, v.v.)

**Thứ hai, các giải pháp điều tiết thị trường cần hướng vào việc hạn chế tình trạng kém hiệu quả và kích thích sản xuất.** Kiểm toán gắt gao, đối tượng chính là các tập đoàn, các tổng công ty nhà nước, bắt buộc chống lãng phí, thực hành tiết kiệm, giảm giá thành sản xuất, giá bán buôn công nghiệp. Trên cơ sở kiểm tra và giúp đỡ doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ nông dân, xây dựng các dự án khả thi cải tiến, đổi mới công nghệ nâng cao chất lượng hàng hoá, tăng năng suất lao động mở mang công nghiệp chế biến, các ngân hàng quốc doanh cho vay vốn thuận tiện, đầy đủ để thực hiện các dự án đó. “Kích thích quan trọng nhất đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ là Nhà nước giảm được các chi phí không tên cho họ. Hiệu quả của biện pháp này có khi còn cao hơn cả cho vốn. Như một công bố, nếu giảm được 40% thủ tục hành chính có thể giảm chi phí từ 13 - 30 ngàn tỷ đồng”<sup>11</sup>

**Thứ ba, các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa phải hướng vào việc giảm chi phí và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.** Giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh phải trên cơ sở giảm thiểu các thủ tục hành chính, giảm chi phí sử dụng vốn và thuế cho các doanh nghiệp cần khuyến khích sản xuất kinh doanh, thu cao hơn đối với các doanh nghiệp không khuyến khích kinh doanh.

**Thứ tư, giải pháp điều tiết thị trường phải hướng vào kích cầu để chống suy giảm kinh tế.** Phải kích cầu trực tiếp và cả kích cầu gián tiếp, cầu tiêu dùng trong nước và cầu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam bằng con đường xúc tiến thương mại. Kích cầu đầu tư thông qua những giải pháp bảo đảm đầu ra cho sản phẩm và giải quyết nguồn vốn ổn định.

**Thứ năm, các giải pháp điều tiết thị trường phải hướng vào huy động nguồn lực quản lý, điều tiết thị trường của các bộ quản lý chuyên ngành, các hiệp hội ngành hàng, các tổ chức phi chính phủ của Việt Nam.** Với chức năng nhiệm vụ và quyền hạn của mình, các tổ chức này có vai trò rất quan trọng trong việc điều tiết thị trường, chống lạm phát, ngăn ngừa đình trệ, phục hồi sản xuất, lưu thông nhằm đạt được mục tiêu phát triển kinh tế bền vững.

---

<sup>11</sup> Lê Đăng Doanh – Tuổi trẻ online, thứ 5 ngày 27/11/2008; 2:10 (GMT+7)

## **3.2. Giải pháp điều tiết thị trường nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững**

### **3.2.1. Giải pháp điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào sản xuất nhằm phát triển kinh tế bền vững**

Thị trường đầu vào sản xuất là nhân tố quyết định chi phí sản xuất của các doanh nghiệp, là nhân tố thúc đẩy gia tăng sản lượng, tăng trưởng trường kinh tế ổn định, dài hạn. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường đầu vào sản xuất cho các doanh nghiệp trong thời gian tới nên tập trung vào:

- Hoàn thiện hệ thống các mối quan hệ kinh tế trong nền kinh tế quốc dân. Trước hết, phải mở rộng và phát triển các mối quan hệ kinh tế ổn định và lâu dài giữa các doanh nghiệp kinh doanh tư liệu sản xuất với các doanh nghiệp sản xuất để tạo thị trường đầu vào và tiêu thụ ổn định. Tiếp đó, các doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp cung ứng phải đề cao trách nhiệm và phối hợp trong việc tìm kiếm các giải pháp để nâng cao khả năng cạnh tranh của các sản phẩm hàng hóa đầu vào sản xuất trong nước nhằm từng bước hình thành một nền sản xuất tư liệu sản xuất đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế, giảm dần sự phụ thuộc vào thị trường yếu tố đầu vào nhập khẩu. Cần ưu tiên đầu tư vốn, khoa học kỹ thuật để phát triển các cơ sở sản xuất nguyên vật liệu trong nước, phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ phù hợp với quy hoạch và kế hoạch phát triển thị trường các yếu tố sản xuất cả nước. Giải pháp trước mắt là cần phát triển các cơ sở sản xuất nguyên liệu phụ trợ cho một số ngành có các doanh nghiệp FDI. Phát triển công nghiệp phụ trợ sẽ kích thích các doanh nghiệp FDI tiếp tục đầu tư vào sản xuất kinh doanh tại Việt Nam vì được cung cấp các loại nguyên phụ liệu tại chỗ sẽ giảm thời gian và chi phí vận chuyển, ít rơi vào rủi ro về nguồn hàng, tỷ giá, thanh toán nếu phải nhập khẩu.

- rà soát lại danh mục các hàng hóa đầu vào nhập khẩu, những mặt hàng nào trong nước có khả năng sản xuất cần áp dụng chính sách khuyến khích để các doanh nghiệp trong nước gia tăng sản lượng, hoặc đầu tư phát triển sản xuất, hoặc giảm giá thành và nâng cao chất lượng để có thể thay thế hàng nhập khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp nhập khẩu máy móc, thiết bị và nguyên liệu cho sản xuất phát huy sáng kiến cải tiến công nghệ, tiết kiệm nguyên liệu và tìm kiếm nguồn hàng trong nước có khả năng thay thế, hoặc xây dựng các phương án nhập khẩu hợp lý. Để ổn định thị



trường hàng hóa đầu vào sản xuất, hạn chế nhập siêu cần triển khai quyết liệt các giải pháp nhằm hạn chế nhập siêu ở các ngành, các doanh nghiệp. Những hàng hóa đầu vào sản xuất nào trong những năm tới có hàng rào thuế quan nhập khẩu giảm nhanh theo các cam kết WTO cần được ưu tiên sản xuất trong nước.

- Xây dựng các trung tâm công nghệ cao theo các chuyên ngành, các trung tâm thử nghiệm công nghệ do các nhà khoa học trong nước đề xuất, các trung tâm tư vấn công nghệ,... nhằm tận dụng và khai thác năng lực của các nhà khoa học trong nước trong việc tổ chức sản xuất các hàng hóa đầu vào cho các ngành nông nghiệp, công nghiệp chế biến, sản xuất điện, hóa dầu, sản xuất vật liệu xây dựng.

- Tăng cường công tác kiểm soát hàng nhập khẩu nhằm ngăn chặn tình trạng nhập khẩu các hàng hóa đầu vào không đúng qui định của luật pháp. Đối với một số hàng hóa đầu vào nhập khẩu ảnh hưởng lớn đến bảo vệ môi trường sống, bảo vệ các ngành công nghiệp non trẻ, các ngành công nghiệp phụ trợ được ưu tiên phát triển cần áp đặt kịp thời các hàng rào kỹ thuật để cản trở không cho nhập khẩu vào trong nước.

- Nâng cao năng lực của cơ quan tiêu chuẩn quốc gia một cách tương ứng với yêu cầu để ban hành kịp thời các văn bản về tiêu chuẩn hàng hoá đầu vào nhập khẩu nhằm hạn chế nhập khẩu các loại nguyên vật liệu, thiết bị máy móc giá rẻ nhưng không đáp ứng tiêu chuẩn do các cơ quan tiêu chuẩn quốc tế và khu vực đang áp dụng.

- Đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án phục vụ cho việc sản xuất tư liệu sản xuất như xăng dầu, máy móc, thiết bị, bao gồm cả công nghiệp phụ trợ trong nước, khắc phục các dự án này triển khai quá chậm chạp, càng làm cho nền kinh tế vốn đã phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu bên ngoài lại càng phụ thuộc thêm.

- Đầu tư nâng cao năng lực của các doanh nghiệp và các tổ chức thực hiện cung ứng các dịch vụ logistics như thông quan tại các cửa khẩu, giao nhận và vận tải hàng hóa, làm các thủ tục mua bán hàng hóa nhằm giúp các doanh nghiệp giảm thời gian và khối lượng dự trữ đối với hàng nhập khẩu phục vụ cho nhu cầu sản xuất, tăng nhanh vòng quay vốn và giảm nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng các phương pháp quản lý sản xuất kinh doanh tiến bộ như “đúng thời hạn (Just in Time - JIT)”, thương mại điện tử, quản trị “tổng nguồn lực doanh nghiệp (ERP)” để tiết kiệm thời gian và chi phí trong sản xuất kinh doanh nhằm giảm giá thành các hàng hóa đầu vào sản xuất trong nước.

- Hàng rào thuế quan cần được rà soát lại và ứng dụng linh hoạt hơn. Kiên quyết thực hiện biểu thuế quan hình tháp: mức thuế quan thấp cho các máy móc thiết bị và nguyên vật liệu có trình độ công nghệ cao, mức thuế quan trung bình cho các linh kiện, phụ tùng dùng cho công nghiệp lắp ráp, cho các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp Việt Nam có tỷ lệ thành phẩm xuất khẩu cao, mức thuế quan cao đối với những yếu tố đầu vào mà trong nước có thể sản xuất được. Mức thuế áp đặt lên các loại hàng hóa đầu vào cũng phải linh hoạt, thay đổi khi môi trường kinh tế cho phép, phục vụ kịp thời cho quản lý nhà nước đối với hàng hóa đầu vào nhập khẩu. Xem xét mức thuế nhập khẩu theo danh mục hàng hoá nhập khẩu. Đối với những hàng hoá trong nước có thể xuất cần áp dụng mức thuế quan trần theo cam kết.

- Triệt để tận dụng những ngoại lệ trong các thỏa ước WTO để bảo hộ hợp lý cho các nhà sản xuất tư liệu sản xuất trong nước. Chẳng hạn, tăng cường và nâng cao hiệu lực của các qui định về bảo vệ môi trường đối với hàng hoá đầu vào nhập khẩu, nhất là đối với hàng hoá nhập khẩu từ các nước mà Việt nam đang chịu thâm hụt thương mại lớn.

- Cần tăng cường cơ sở hạ tầng cho thị trường và thương mại đầu vào, trong đó hệ thống kho tàng, cửa hàng và mạng lưới phân phối hàng tư liệu sản xuất cần được đầu tư xây dựng và phát triển rộng khắp, đảm bảo quá trình hàng hóa lưu thông được thông suốt. Hệ thống báo cáo thống kê từ hệ thống kho trạm, cửa hàng về các hàng hóa lưu chuyển cần được đảm bảo để các cơ quan quản lý nhà nước có các biện pháp kịp thời can thiệp thị trường trong những trường hợp cần thiết. Tại những thời điểm then chốt, cơ quan quản lý Nhà nước phải biết được lực lượng hàng hóa, nhất là những vật tư chiến lược. Đồng thời tổ chức tốt hệ thống thông tin thị trường để cung cấp cho người sản xuất các hệ tiêu dùng thông tin về tình hình thị trường trong và ngoài vùng, khu vực làm cơ sở định hướng đầu tư, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, sản xuất và kinh doanh theo nhu cầu của thị trường.

### **3.2.2. Giải pháp điều tiết thị trường hàng tiêu dùng nhằm kiềm chế tăng giá góp phần phát triển kinh tế bền vững**

Xuất phát từ những bài học thành công và chưa thành công trong kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển trong những năm vừa qua và mục tiêu, nhiệm vụ mà chính phủ đã đề ra, trong những năm tới, giải pháp điều tiết thị trường hàng tiêu dùng phải dựa trên mục tiêu Đại hội đại biểu toàn quốc lần

thứ X của Đảng đề ra “*tiếp tục phát triển mạnh cả nội thương và ngoại thương, đảm bảo hàng hóa lưu thông suốt trong thị trường nội địa và giao lưu buôn bán với nước ngoài*”. Vì vậy, các giải pháp điều tiết thị trường hàng tiêu dùng đòi hỏi phải toàn diện, đồng bộ với sự phối hợp thật chặt chẽ và nỗ lực cao độ của các ngành, các địa phương và doanh nghiệp, các giải pháp cần tập trung theo chúng tôi sẽ là:

- Đổi mới hệ thống phân phối hàng tiêu dùng phù hợp với xu hướng mở cửa nền kinh tế. Khuyến khích hình thành các hệ thống phân phối hiện đại, gắn kết với hệ thống phân phối của các nhà phân phối lớn trên thị trường thế giới. Hình thành các trung tâm thương mại lớn, các chợ nông thôn ...tạo thuận lợi cho việc tiêu thụ nông sản, phát triển thương mại điện tử...”. Cần nghiên cứu bổ sung, hoàn thiện các chính sách vĩ mô, tạo động lực mới thúc đẩy sự phát triển của hệ thống các doanh nghiệp thương mại, hệ thống văn bản pháp quy về thương mại phải chặt chẽ, đầy đủ, xác định rõ trách nhiệm và quyền hạn của các cấp, các ngành từ trung ương đến địa phương trong việc đưa hoạt động thương mại theo đúng quy tắc của thị trường, trong trật tự, kỷ cương pháp luật.

- Hệ thống phân phối hàng tiêu dùng cần gắn với hệ thống phân phối dịch vụ, đặc biệt là các dịch vụ thương mại nhằm hỗ trợ cho việc đưa hàng hóa thông suốt đến tay người tiêu dùng. Cần phải coi trọng quy hoạch cơ sở hạ tầng thương mại ở những vùng trọng điểm, tập trung nhu cầu, bảo đảm hàng hóa lưu thông suốt trong thị trường nội địa và giao lưu buôn bán với nước ngoài.

- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường tiêu thụ sản phẩm trong nước và nước ngoài của các doanh nghiệp. Nhà nước cần đầu tư cho hoạt động xúc tiến thương mại ở nước ngoài thông qua Cục xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương. Các hiệp hội ngành hàng cần phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp để tìm kiếm, mở rộng thị trường cho sản phẩm Việt Nam, trong đó các doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng và phải chủ động tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực cho hệ thống phân phối hàng tiêu dùng nhằm nâng cao năng lực và chất lượng hoạt động để mở rộng thị trường trong nước và hội nhập quốc tế có hiệu quả. Hoạt động đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực cho hệ thống các doanh nghiệp thương mại là một yêu cầu rất bức xúc hiện nay do tính chuyên nghiệp của đội ngũ quản lý và nhân viên bán hàng chưa cao, chưa đáp ứng yêu cầu của kinh doanh thương mại hiện đại. Hàng năm, các bộ cần giành một phần kinh

phí để tổ chức các lớp đào tạo cho doanh nghiệp. Các chương trình hỗ trợ kỹ thuật trong lĩnh vực thương mại cũng nên tập trung vào mở các khóa huấn luyện kỹ năng bán hàng, các lớp đào tạo về quản trị bán hàng.

- Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu vẫn là gia công chế biến và nguyên liệu thô. Điều này cho thấy, một mặt, nền sản xuất trong nước còn phụ thuộc rất lớn vào nguồn nguyên vật liệu, thiết bị nhập khẩu. Mặt khác tính gia công của xuất khẩu còn rất lớn và thị trường tiêu thụ phụ thuộc vào các doanh nghiệp đặt gia công ở nước ngoài.

- Để duy trì thị trường trong nước cho các doanh nghiệp sản xuất của Việt Nam, cần nhanh chóng xây dựng các hàng rào phi thuế quan kỹ thuật, đề ra các tiêu chuẩn kỹ thuật sản phẩm và tiêu chuẩn đánh giá sự phù hợp đối với hàng tiêu dùng nhập khẩu. Song song với các tiêu chuẩn này, cần đề ra và thực thi các giải pháp về yêu cầu bảo vệ môi trường và tiết kiệm đối với hàng tiêu dùng nhập khẩu. Các giải pháp này sẽ khuyến khích sản xuất hàng tiêu dùng thay thế nhập khẩu, định hướng người tiêu dùng Việt Nam vào tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam.

- Mục tiêu quan trọng là phải tìm chế mức độ nhập siêu một cách phù hợp và phấn đấu giảm dần nhập siêu bằng cách đẩy mạnh xuất khẩu, làm cho tốc độ tăng xuất khẩu nhanh hơn tốc độ tăng nhập khẩu. Các ngành, các doanh nghiệp Việt Nam cần tận dụng tốt cơ hội là thành viên của WTO để mở rộng thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa ra thế giới. Đẩy nhanh tốc độ thực hiện các cam kết WTO để nâng cao sức cạnh tranh của các hàng hóa tiêu dùng Việt Nam về cả phương diện giá và chất lượng.

- Tổ chức và sắp xếp lại hệ thống các doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa dịch vụ trên thị trường nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập. Doanh nghiệp cần có biện pháp phát triển mạng lưới kinh doanh hàng hóa, coi đây là yếu tố quan trọng để chiếm lĩnh và mở rộng thị trường. Đối với các doanh nghiệp nhà nước trung ương cũng như địa phương cần cương quyết tổ chức và sắp xếp lại theo hướng cổ phần hóa, sát nhập và giải thể, phá sản những doanh nghiệp hoạt động không có hiệu quả như hiện nay.

- Đẩy mạnh việc xây dựng, đăng ký và bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trên thị trường. Các doanh nghiệp cần nhận thức đầy đủ vai trò của nhãn hiệu hàng hóa và bảo hộ pháp lý nhãn hiệu hàng hóa đẩy nhanh quá trình xây dựng và đăng ký nhãn hiệu. Đối với những sản phẩm đã có thương hiệu cần

có chiến lược đầu tư phát triển thương hiệu nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm ở thị trường trong nước và quốc tế. Đây cũng là biện pháp quan trọng để củng cố và phát triển thị trường đầu ra cho các hàng hóa Việt Nam, đặc biệt là những hàng hóa gắn với xuất xứ địa lý, với các nguồn lợi tự nhiên để sản xuất của Việt Nam.

- Suy giảm kinh tế dẫn đến suy giảm tiêu dùng đã bộc lộ những khiếm khuyết của hệ thống phân phối hàng tiêu dùng Việt Nam hiện nay, đặc biệt là sự gắn kết giữa nhà sản xuất và nhà phân phối để giảm chi phí, giảm giá và cung ứng các dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.

Song song với các giải pháp dài hạn, để phù hợp với tình hình trước mắt, chính phủ cần triển khai ngay một số giải pháp ngắn hạn điều tiết thị trường đầu ra đối với hàng tiêu dùng. Đó là các giải pháp:

- Thực hiện kích cầu đối với hàng tiêu dùng. Kích cầu trước hết nhằm đẩy mạnh tiêu thụ ở thị trường trong nước hàng thay thế nhập khẩu và chuyển một số hàng xuất khẩu sang đáp ứng nhu cầu nội địa sau khi đã bảo đảm thực hiện các đơn hàng với đối tác. Nhà nước không hỗ trợ cho tiêu dùng cá nhân nhưng có thể kích cầu thông qua các giải pháp của ngân hàng cho vay tiêu dùng. Các doanh nghiệp phân phối áp dụng các chính sách khuyến mại để khuyến khích dân cư tiêu dùng.

- Khuyến khích các doanh nghiệp tìm các thị trường xuất khẩu mới trong khi các thị trường truyền thống đang suy giảm.

- Hỗ trợ mạnh mẽ hơn cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa có khối lượng lớn, chất lượng bảo đảm để duy trì thị trường và mua hàng trong nước để xuất khẩu. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu có qui mô vừa và nhỏ, thuộc các ngành hàng thủ công mỹ nghệ, nông sản, công nghiệp nhẹ chế biến, v.v. cần hỗ trợ lãi suất mạnh mẽ hơn.

- Bộ Công Thương chỉ đạo và đôn đốc các tập đoàn, doanh nghiệp nhà nước chủ yếu sản xuất hàng xuất khẩu khẩn trương tổ chức các kênh tiêu thụ trong nước sản phẩm của mình để góp phần điều tiết thị trường và thúc đẩy tăng trưởng trên cơ sở phát triển một số ngành thay thế nhập khẩu mà Việt Nam có lợi thế về chi phí.

- Trong điều kiện kiềm chế lạm phát, kinh tế đang suy giảm, chính phủ cần yêu cầu các cơ quan quản lý, xúc tiến thương mại thực hiện những nghiên cứu và dự báo nhu cầu của thị trường trong và ngoài nước để kiến nghị với chính phủ những giải

pháp chính sách vừa bảo đảm không tăng giá cả nhưng bảo đảm cho các doanh nghiệp tiêu thụ được sản phẩm, tái đầu tư vào sản xuất.

Cùng với các giải pháp tổng thể điều tiết thị trường hàng hóa đầu ra cho các doanh nghiệp, với đặc điểm là nền kinh tế mà sản phẩm nông nghiệp chiếm tỷ trọng tiêu dùng cao trên cả phân khúc thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp điều tiết thị trường lúa gạo, thủy sản và thịt.

### **Giải pháp điều tiết thị trường lúa gạo**

Trong chương 2 đã chỉ rõ ba vấn đề cơ bản của thị trường lúa gạo hiện nay là quyền chủ động của các doanh nghiệp xuất khẩu gạo chưa cao, mối gắn kết giữa nông dân và doanh nghiệp chế biến gạo xuất khẩu không dựa trên cơ sở pháp lý của kinh doanh, không ràng buộc trách nhiệm và hệ thống phân phối lúa gạo quá nhiều tầng nấc, không có những doanh nghiệp nòng cốt trên thị trường trong nước. Vì vậy, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp để giải quyết những vấn đề cơ bản của thị trường lúa gạo:

#### **Quy hoạch chi tiết những vùng lúa giành cho xuất khẩu**

Hình thành vùng chuyên canh lúa gạo xuất khẩu là đòi hỏi khách quan đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường thế giới về số lượng và đặc biệt là chất lượng, chủng loại gạo và cấp loại gạo. Hình thành vùng chuyên canh lúa gạo xuất khẩu là căn cứ để nhà nước đưa ra những giải pháp điều tiết thị trường theo hướng hình thành các doanh nghiệp chuyên môn hóa chế biến gạo xuất khẩu, triển khai kịp thời các thành tựu khoa học - công nghệ vào sản xuất lúa gạo.

Việt Nam có 2 vùng lúa trọng điểm đó là đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long, vì vậy, trong những năm tới nên có quy hoạch chi tiết hai vùng sản xuất lúa gạo này. Nói quy hoạch chi tiết 2 vùng lúa gạo của Việt Nam là việc xây dựng các quy hoạch, kế hoạch này của các địa phương cần được sự phối hợp, chỉ đạo, điều hoà của Bộ NN&PTNT nhằm khắc phục tình trạng nông dân tự phát phát triển sản xuất nông sản hàng hoá, thậm chí từng địa phương phát triển sản xuất nông sản hàng hoá theo quy hoạch, kế hoạch, nhưng làm độc lập, không có sự phối hợp với nhau, thiếu sự chỉ đạo, điều hành chung của trung ương trên cơ sở quy hoạch tổng thể, cân đối tổng cung - tổng cầu có căn cứ vững chắc, thì sẽ rất nhanh chóng dẫn đến tình trạng cung vượt quá cầu, thị trường bão hoà, chất lượng sản phẩm thấp, giá thành sản xuất cao, sản phẩm không có sức cạnh tranh. Chỉ tiêu cho vùng lúa đồng bằng sông

Cửu Long là đảm bảo an toàn lương thực trong vùng còn cung cấp 6,5 - 7 triệu tấn thóc/năm cho xuất khẩu. Đồng bằng sông Hồng sẽ bảo đảm an toàn lương thực trong vùng và phân chỉ tiêu xuất khẩu còn lại. Trong mọi tình huống kho lúa xuất khẩu chỉ phục vụ thị trường quốc tế có như vậy mới không diễn ra tình trạng như xuất khẩu gạo năm 2008. Tính chuyên môn hóa cho 2 vùng cũng khác nhau. Đồng bằng sông Cửu Long cần tập trung chuyên canh các chủng loại lúa có chất lượng cao, khối lượng xuất khẩu lớn. Để nâng cao phẩm chất gạo xuất khẩu, phải tính toán đồng bộ hệ thống cơ sở hạ tầng theo quy trình 7 khâu liên hoàn. Trong qui hoạch cần chú ý tới phương hướng tăng dần tỷ trọng xuất khẩu loại gạo chất lượng cao, kể cả gạo đặc sản như Nàng Hương, Chì Đào, v.v. Đồng bằng sông Hồng, bên cạnh những hạn chế đáng kể về số lượng gạo xuất khẩu do đất chật người đông, vùng này lại có ưu thế về chất đất, nguồn nước, thời tiết rất thuận lợi để phát triển các giống lúa đặc sản truyền thống nổi tiếng như Tám Thơm, Dự Hương... đây là những sản phẩm có thể chiếm lĩnh nhanh chóng các thị trường gạo thuộc Bắc Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản với giá cao, hiệu quả xuất khẩu lớn. Về lâu dài, vùng này chỉ nên chiếm 10 % lượng gạo xuất khẩu nhưng chủ yếu là gạo đặc sản. Việc qui hoạch theo các tiểu vùng là điều kiện cần thiết bởi các giống lúa đặc sản chủ yếu chỉ thích hợp với từng tỉnh cụ thể.

### **Giải pháp về chế biến, bảo quản, phơi sấy sau thu hoạch**

- *Phơi sấy thóc sau thu hoạch:* Hiện nay phơi sấy thóc vẫn dựa chủ yếu vào ánh nắng mặt trời. Phơi thóc tự nhiên có ưu điểm lớn là khai thác được nguồn tài nguyên sẵn có và đảm bảo chất lượng tốt khi xay xát. Do vậy để đảm bảo nhu cầu phơi thóc "bê tông hoá" hay "gạch hoá" hệ thống sân phơi ở nông thôn vùng lúa. Đối với đồng bằng sông Cửu Long do thu hoạch vào mùa mưa, độ ẩm cao cho nên phải sử dụng hệ thống máy sấy.

- *Xây dựng cụm kho, trung tâm lúa gạo phục vụ chế biến và bảo quản lúa gạo xuất khẩu:* Quy trình xay xát chế biến gạo là khâu có tỉ lệ tổn thất lớn nhất 4,5% so với các khâu sau thu hoạch. Tổng công suất xay xát của nước ta đạt trên 13 triệu tấn/ năm nhưng chủ yếu là tiêu thụ nội địa, chế biến gạo xuất khẩu chỉ đạt trên 2,5 triệu tấn trong khi xuất khẩu đạt xấp xỉ 5 triệu tấn. Để nâng cao hiệu quả của khâu này cần đầu tư và quy hoạch theo chiều sâu mạng lưới xay xát theo hướng hiện đại. Chính phủ cần hướng dẫn các doanh nghiệp xuất khẩu gạo nhập khẩu các công nghệ xay xát chế biến hiện đại để giảm tỉ lệ tấm, đánh bóng gạo, giảm độ ẩm trong gạo vươn tới

chế biến sâu, chế biến tinh dưới dạng bao bì nhỏ, nhãn hiệu hấp dẫn. Sau khâu chế biến khâu bảo quản gây tỉ lệ tổn thất lớn thứ hai, với mức 3,2 - 3,9%. Cần thực hiện ngay những giải pháp chủ yếu sau: (1) Áp dụng công nghệ và thiết bị bảo quản kín, chân không; (2) Sản xuất và áp dụng một số sản phẩm vi sinh có tác dụng diệt côn trùng không gây độc hại và ô nhiễm môi trường; (3) Cần xây dựng mạng lưới kho trung tâm, nhất là đối với đồng bằng sông Cửu Long.

Xây dựng cụm kho, trung tâm là giải pháp mấu chốt trong việc nâng cao năng lực mua lúa, dữ trữ cho xuất khẩu của các doanh nghiệp kinh doanh lúa gạo nhằm việc ổn định và điều tiết thị trường lúa gạo, bảo đảm lợi ích của nông dân và chủ động trong xuất khẩu, bảo đảm xuất khẩu gạo một cách có hiệu quả. Về mặt quản lý, mỗi trung tâm kho lúa gạo có thể trở thành một doanh nghiệp kinh doanh độc lập hoặc phụ thuộc Công ty kinh doanh lương thực. Tuy nhiên, kinh doanh trong lĩnh vực lúa gạo nếu thực hiện tất cả các chức năng quy định kể trên sẽ không có lãi trong 4 - 5 năm đầu. Bởi vậy Công ty kinh doanh lương thực cần được nhà nước hỗ trợ cho vùng lúa đồng bằng sông Cửu Long khoảng 1 tỷ USD cho trang bị hệ thống kho và sân phơi lúa với lãi suất ưu đãi. Nếu đề xuất này được thực hiện sẽ hình thành một mạng lưới cơ sở thu mua lúa gạo cho nông dân, họ sẽ liên hệ với nông dân và hình thành một hệ thống cung ứng tối ưu giữa cơ sở mua lúa gạo với nông dân trong cung ứng phân bón, thuốc trừ sâu và lúa gạo sẽ giảm bớt khâu nấc trong lưu thông và giảm chi phí vận chuyển tạo cơ hội nâng giá mua lúa gạo cho nông dân. Các kho, trung tâm cũng là đơn vị cơ sở thực hiện các giải pháp điều tiết thị trường mà các cơ quan quản lý nhà nước và chính phủ đề ra.

Các kho trung tâm này được hình thành trên cơ sở các kho có sẵn hoặc được xây dựng mới, có sức chứa từ 10.000 đến 20.000 tấn, được đặt ở các trung tâm lúa gạo lớn của vùng ĐBSCL như Sa Đéc (Đồng Tháp), Bắc Vàm Cống và Long Xuyên (An Giang), Thốt Nốt và Ô Môn (Cần Thơ), An Cư và Cai Lậy (Tiền Giang)v.v... Xung quanh mỗi kho trung tâm còn có khoảng 10 kho vệ tinh với sức chứa 500 tấn mỗi kho. Các kho trung tâm cần được trang bị hệ thống sấy, hệ thống xay sát lúa, máy đánh bóng gạo, máy tách màu. Các kho vệ tinh cần được trang bị hệ thống sấy, hệ thống xay sát, đóng vai trò trung chuyển. Các kho trung tâm và kho vệ tinh đồng thời thực hiện ba nhiệm vụ: (1) Trực tiếp mua lúa của nông dân; (2) Trực tiếp nhận ký gửi, bảo quản lúa hàng hoá của nông dân trong mùa thu hoạch đại trà, trong những lúc giá lúa hạ, nông dân không có kho để cất giữ (có thể thu chi phí sấy lúa và chi phí bảo quản);



(3) Trực tiếp cung ứng các loại vật tư nông nghiệp cho nông dân theo phương thức phù hợp nhất để bảo đảm lợi ích của các bên, trong từng giai đoạn diễn biến của thị trường lúa gạo.

### **Giải pháp bảo đảm vật tư cho nông dân trồng lúa và mua lúa hàng hoá của nông dân**

Hai loại đầu vào quan trọng của sản xuất lúa gạo là giống và phân bón và những vướng mắc của hai vấn đề này cũng đang cần được quan tâm tháo gỡ.

**Về giống lúa:** Để nâng cao chất lượng gạo xuất khẩu cần tăng cường đầu tư và mở rộng dự án giống lúa xuất khẩu có năng suất cao và phù hợp với thị hiếu của thị trường quốc tế. Trước hết cần hoàn thiện bộ giống lúa xuất khẩu, xây dựng vùng giống lúa nguyên liệu tập trung sản xuất 1 - 2 giống chủ lực có đủ cơ sở hạ tầng (cơ sở nhân giống, giao thông thuận lợi, cụm thu mua, chế biến, hệ thống kho, bến bãi). Có chính sách hỗ trợ giá giống, khuyến cáo nông dân chỉ sử dụng nhóm giống lúa xuất khẩu. Việt Nam cần nghiên cứu thị hiếu của từng khu vực thị trường để có những giống lúa thích hợp với đòi hỏi của thị trường đó, hiện nay ở nước ta đa số giống lúa đang trồng phục vụ cho xuất khẩu như: OM 1490, 2031, 1723, OMCS99, IR64, VND 95-20, MTL 145,... đều đáp ứng đủ tiêu chuẩn chung của thế giới về gạo dài. Hỗ trợ kinh phí cho nghiên cứu và lai tạo giống lúa mới cho các nhà khoa học, các trung tâm nghiên cứu và từng bước đưa cơ chế mua bán vào việc nghiên cứu, mua bán các giống lúa giữa các cơ sở khoa học và các doanh nghiệp kinh doanh lúa gạo.

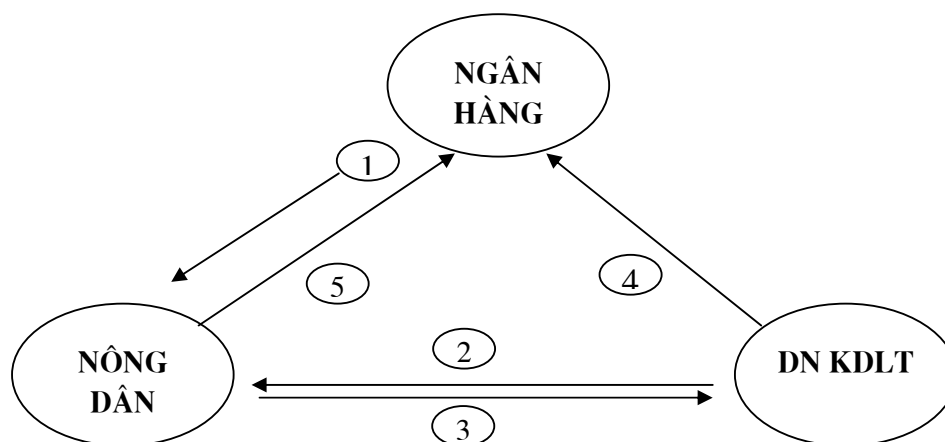
**Về phân bón:** Lượng phân bón hoá học dùng ở nước ta đã đạt trên 4 triệu tấn/năm. Trong đó đạm Urê khoảng 1,8 triệu tấn, chiếm 45%. Giải pháp về phân bón cần chú trọng: Thứ nhất, sử dụng kết hợp phân bón vô cơ với phân bón hữu cơ nông nghiệp nhằm đảm bảo đúng yêu cầu kỹ thuật chăm sóc, duy trì độ phì nhiêu cho đất đai đồng thời tận dụng được nguồn phân chuồng có sẵn do chăn nuôi; Thứ hai, thực hiện chuyển dịch tốt theo cơ cấu hợp lý giữa các loại phân vô cơ NPK với phân hữu cơ công nghiệp và phân vi sinh theo hướng tăng dần hai loại sau; Thứ ba, cần chấn chỉnh hơn nữa cơ chế điều hành nhập khẩu phân bón nhằm đảm bảo nhập đúng số lượng chất lượng; Thứ tư, cần kết hợp chặt chẽ giữ Bộ Khoa học công nghệ và môi trường, Bộ NN&PTNT, Bộ công thương trong việc đăng ký cơ sở sản xuất phân bón, kiểm tra chỉ tiêu chất lượng phân bón. Vì thực tế hiện nay qua kiểm tra liên ngành thì có từ 20 - 30% doanh

nghiệp sản xuất phân bón là làm phân bón giả. Kết quả này rất tai hại cho nông dân vùng sử dụng phân bón.

Về cơ chế mua bán vật tư nông nghiệp và lúa gạo: Bảo đảm vật tư đầu vào cho nông dân cần gắn kết với đầu ra là lúa thành phẩm. Một cơ chế phối hợp nông dân, doanh nghiệp kinh doanh lương thực (DNKDLT) theo định hướng của nhà nước là cần thiết để bảo đảm sự hoạt động bình thường, ổn định của thị trường lúa gạo.

Mối quan hệ ba bên giữa Ngân hàng - Nông dân - Doanh nghiệp kinh doanh lương thực nên hình thành theo mô hình sau đây (Hình 3.1.):

**Hình 3.1: Quan hệ nông dân - ngân hàng - doanh nghiệp kinh doanh lương thực trên thị trường lúa gạo**

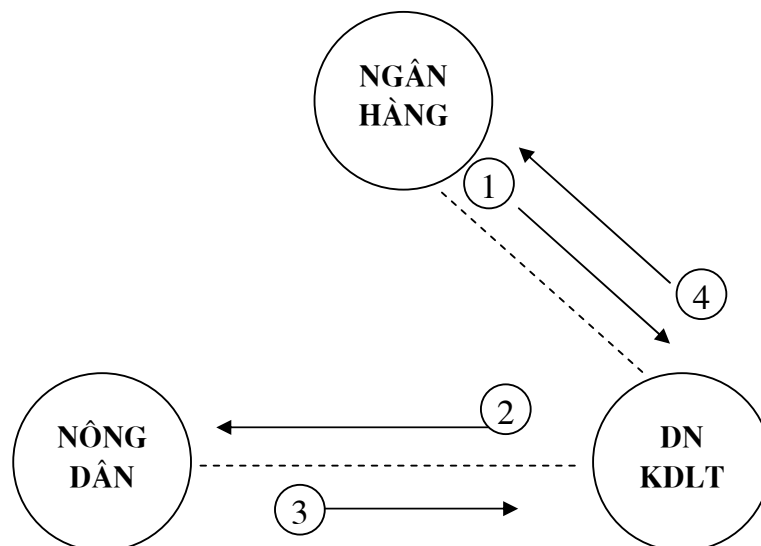


- ① → Ngân hàng cho nông dân vay vốn bằng tiền mặt và bằng vật tư (quy giá trị),  
DNKDLT phối hợp với ngân hàng để biết nhu cầu vay vốn mua vật tư của nông dân.
- ② → DNKDLT giao vật tư cho nông dân theo kế ước vay giữa ngân hàng và nông dân.
- ③ → Nông dân mang lúa trả nợ vay ngân hàng hoặc kí gửi, hoặc bán lúa cho DNKDLT
- ④ → DNKDLT báo cho Ngân hàng số lúa nông dân trả nợ vay (quy giá trị) để Ngân hàng giảm nợ cho nông dân và ghi nợ của DNKDLT.
- ⑤ → Nông dân đến Ngân hàng để giảm nợ vay hoặc gửi tiết kiệm tương ứng với lượng lúa bán cho DNKDLT.

Phương thức này đòi hỏi sự phối hợp và mỗi liên kết có trách nhiệm của cả ba chủ thể tham gia. Trên thực tế rất khó thực hiện và thường xuyên bị phá vỡ do những diễn biến của thị trường không thuận lợi. Hơn nữa, các cơ quan quản lý rất khó can thiệp để điều tiết khi xảy ra những trục trặc của qui trình mua bán giữa ba bên.

Để thị trường hoạt động tốt hơn, có thể tiến hành việc bán trả chậm vật tư nông nghiệp và thanh toán bằng lúa hàng hoá theo mô hình sau đây (Hình 3.2):

**Hình 3.2: Mô hình bán trả chậm vật tư nông nghiệp và thanh toán bằng lúa hàng hoá**



- ① → Ngân hàng cho DNKDLT vay vốn với lãi xuất kinh doanh bình thường để mua vật tư nông nghiệp bán trả chậm cho nông dân. Trong thời điểm nhất định sẽ hỗ trợ lãi suất theo qui định của chính phủ.
- ② → DNKDLT bán trả chậm vật tư nông nghiệp cho nông dân với lãi suất cao hơn của ngân hàng. Lãi suất thấp hơn sẽ được thực hiện theo điều tiết của chính phủ.
- ③ → Nông dân bán lúa hàng hoá theo giá thị trường cho DNKDLT và trừ nợ mua vật tư nông nghiệp.
- ④ → DNKDLT trả nợ vay ngân hàng.

Vấn đề cốt lõi của mô hình trên là ở chỗ phải điều tiết mức chênh lệch lãi suất tiền vay ngân hàng của DNKDLT với lãi suất bán trả chậm vật tư nông nghiệp của nông dân cho DNKDLT sao cho đảm bảo thấp hơn mức người nông dân mua của thị trường.

Ngoại trừ nhược điểm lãi suất mà nông dân phải trả cho DNKDLT có cao hơn chút ít so với lãi suất ngân hàng, nhưng ưu điểm nổi bật của mô hình này là dễ thực hiện do rất đơn giản, không cần có sự phối hợp nhiều bên và để có sự ràng buộc trách nhiệm của doanh nghiệp kinh doanh lương thực trong việc mua lúa hàng hoá của nông dân. Mô hình này sẽ cho phép chính phủ can thiệp để điều tiết thị trường lúa gạo thông qua công cụ lãi suất cho vay của ngân hàng và doanh nghiệp kinh doanh lương thực. Đồng thời ngân hàng và doanh nghiệp kinh doanh lương thực cũng sẽ là tổ chức thực hiện chức năng điều tiết thị trường lúa gạo theo yêu cầu của chính phủ.

### ***Giải pháp tăng cường thông tin thị trường lúa gạo***

Để làm căn cứ vững chắc cho các quy hoạch, kế hoạch, dự án phát triển vùng lúa xuất khẩu ĐBSCL, đặc biệt là thông tin về thị trường ngoài nước bao gồm các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, mẫu mã kích thước, giá cả, tập quán tiêu dùng các rào cản kỹ thuật thương mại, các đối thủ cạnh tranh v.v... cho các hộ trồng lúa và người kinh doanh lúa gạo.

Đây là nhiệm vụ cực kỳ quan trọng của Bộ Công Thương. Sản xuất hàng hoá là để bán để thoả mãn người mua, cần phải biết thông tin của người mua mới tạo ra sản phẩm mà họ cần thế nhưng hệ thống thông tin nước ta hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu của những người sử dụng là người tiêu dùng và nhà nghiên cứu về tính rõ ràng minh bạch và tính thời gian còn chậm. Ví dụ tại thời điểm 8/2008 khi đi lấy số liệu trong Niên giám thống kê năm 2007 chưa có xuất bản, số liệu thống kê 2006 thì năm 2006 chỉ là số ước tính. Vì thế trong lĩnh vực kinh doanh lúa gạo đòi hỏi Bộ công thương cần bổ sung và hoàn thiện hoạt động trung tâm thông tin và Cục xúc tiến thương mại thuộc Bộ công thương đây là trung tâm đầu não thông tin của Trung ương, thường xuyên động viên làm tốt mối quan hệ với Tham Sát thương mại của Việt Nam ở nước ngoài và các thị trường trọng điểm của lúa gạo, đề nghị Bộ công thương hoàn thiện hệ thống thông tin cơ sở như ở Sở công thương, các tỉnh, hiệp hội lương thực Việt Nam thiết lập được sự cung cấp thông tin 2 chiều giữa Trung ương và địa phương trong cả nước để phối hợp xử lý thông tin nhanh và kịp thời.

Ngoài hiệp hội lúa gạo hiện đang hoạt động đề nghị Bộ công thương chủ trì chỉ đạo cho thiết lập hiệp hội nhà nông xuất khẩu gạo, hiệp hội xuất khẩu gạo, các hiệp hội này hoạt động thường xuyên và thông tin thường xuyên về thị trường gạo thế giới để giúp cho có cơ sở qui hoạch và kế hoạch sản xuất và lưu thông lúa gạo.

## **Giải pháp điều tiết thị trường thủy sản**

Thị trường nước ngoài đóng vai trò quyết định trong tiêu thụ một số mặt hàng thủy sản Việt Nam còn thị trường trong nước được đáp ứng bởi hệ thống nuôi và cung cấp thủy sản nhỏ lẻ. Vì vậy, giải pháp điều tiết thị trường thủy sản tập trung vào vấn đề phát triển thị trường thế giới cho thủy sản Việt Nam xuất khẩu.

Trước hết, chất lượng thủy sản xuất khẩu là một vấn đề quan trọng đối với duy trì và phát triển thị trường hiện nay. Chính phủ cần giao nhiệm vụ cho bộ quản lý chuyên ngành xây dựng những trung tâm hỗ trợ kỹ thuật trong việc kiểm tra chất lượng thủy sản xuất khẩu. Trung tâm này hoạt động theo cơ chế doanh nghiệp công ích. Để nâng cao chất lượng, các cơ quan quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm cần tăng cường công tác kiểm tra. Hình thành kế hoạch kiểm tra thường xuyên để các doanh nghiệp chế biến tuân thủ các quy định về thủy sản xuất khẩu của các thị trường quốc gia nhập khẩu.

Thứ hai, nâng cao nhận thức về hàng rào kỹ thuật đối với thủy sản xuất khẩu, thực hiện các chương trình phổ biến và đào tạo kiến thức về các hàng rào đối với thủy sản xuất khẩu để bảo đảm tất cả các khâu trong chuỗi giá trị xuất khẩu thủy sản đều thực hiện đúng các quy định và vượt qua những rào cản kỹ thuật của các khu vực thị trường.

Thứ ba, tiếp tục hỗ trợ kỹ thuật và một phần kinh phí để ngành thủy sản tiếp tục thực hiện các chương trình trong điểm quốc gia về nuôi, đánh bắt xa bờ, về chế biến thủy sản và xúc tiến xuất khẩu thủy sản. Cục xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương cần phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản xây dựng một chương trình xúc tiến có tính quốc gia, thực hiện thường xuyên.

Thứ tư, xây dựng một bộ tiêu chuẩn về hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu sang một số thị trường chủ yếu và định kỳ điều chỉnh cho phù hợp với những quy định mới của thị trường đó. Công việc này nên giao cho cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành về hàng thủy sản phối hợp với Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản thực hiện có sự hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhà nước khác.

Thứ năm, để hỗ trợ cho hàng thủy sản Việt Nam vượt qua những rào cản về kiểm dịch động, thực vật cần thực hiện các giải pháp hỗ trợ kỹ thuật để xây dựng

những cơ sở dữ liệu về các tiêu chuẩn hàng thủy sản của những quốc gia là thị trường xuất khẩu chủ yếu.

Thứ sáu, một trong những điều kiện để thủy sản Việt Nam thâm nhập và trụ vững trên thị trường thế giới là thực hiện HACCP. HACCP được ban hành tháng 12/1995, được xây dựng trên cơ sở các quy định về an toàn vệ sinh áp dụng trên thế giới: Goods Manufacturing Practice (GMP), Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP)... Muốn xây dựng hệ thống HACCP cơ sở sản xuất phải có đầy đủ các điều kiện sản xuất bao gồm nhà xưởng, môi trường sản xuất và con người theo các quy chuẩn của GMP, SSOP. Trong đó đặc biệt chú trọng giám sát an toàn vệ sinh qua kiểm tra các hồ sơ vận hành, kiểm tra việc sửa chữa, điều chỉnh khi các giới hạn bị vi phạm, giám sát chặt chẽ vệ sinh sản xuất và vệ sinh cá nhân của công nhân trong tất cả các khâu sản xuất chế biến. Hệ thống HACCP mang lại cho doanh nghiệp nhiều lợi ích như cho phép kiểm tra từng giai đoạn trong quy trình sản xuất có tuân theo các quy định về an toàn không do các thông số dữ liệu được lưu giữ trong quá trình sản xuất. Chính vì vậy nên bắt buộc các cơ sở sản xuất và lưu thông phân phối phải có trách nhiệm trong việc đảm bảo an toàn thực phẩm. Mặt khác áp dụng HACCP còn giúp doanh nghiệp tiết kiệm được nguồn nhân lực và thời gian, thuận lợi cho cơ quan quản lý, thúc đẩy thương mại quốc tế do nâng cao lòng tin của khách hàng về vấn đề an toàn thực phẩm cũng như các hệ thống đảm bảo chất lượng khác. Vì vậy, chúng tôi đề xuất chính phủ giành một khoản kinh phí từ nguồn hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu (có thể là từ kinh phí xúc tiến xuất khẩu) để hỗ trợ các doanh nghiệp chưa xây dựng HACCP thực hiện công việc này.

### **Giải pháp điều tiết thị trường tiêu dùng thịt lợn, thịt gia cầm của Việt Nam**

Thịt lợn, thịt gia cầm là hàng hóa chủ yếu tiêu dùng trong nước, tỷ trọng xuất khẩu của mặt hàng này rất thấp. Hơn nữa, do mở cửa thị trường nên mặt hàng này còn bị cạnh tranh trên thị trường trong nước. Việc tạo lập thị trường trong nước ổn định và từng bước mở rộng thị trường xuất khẩu cho mặt hàng này là tạo đầu ra ổn định cho nông dân và góp phần ổn định đời sống cho đại bộ phận dân cư thành thị. Với ý nghĩa đó, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp điều tiết thị trường tiêu dùng thịt lợn, thịt gia cầm trong những năm tới.

- Tạo nguồn cung ổn định về mặt hàng thịt lợn, thịt gia cầm đủ để đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Giải pháp là nhà nước tạo điều kiện để hình thành những trang trại chăn nuôi qui mô lớn, có trình độ công nghệ cao, đáp ứng yêu cầu sản xuất sạch hơn và chất lượng sản phẩm cao hơn cho thị trường. Về lâu dài, các điều kiện đó là: (1) Đổi mới chính sách ruộng đất để nông dân có điều kiện tích tụ ruộng đất hình thành các trang trại qui mô đủ lớn. Thời hạn giao đất cũng phải dài để nhà đầu tư trang trại chăn nuôi thu hồi được vốn và có lợi nhuận cho tái đầu tư tiếp theo. Hiện nay, Trung Quốc giao đất cho nông dân sử dụng thời hạn 50 năm, Việt Nam cũng có thể tham khảo con số này; (2) Hỗ trợ lãi suất cho các hộ nông dân vay để phát triển các trang trại chăn nuôi gia súc, gia cầm; (3) Các dịch vụ khuyến nông như phòng chống dịch bệnh, cung cấp các thiết bị chăn nuôi, thuốc chữa bệnh gia súc, gia cầm phải được đảm bảo bởi hệ thống các doanh nghiệp công ích của nhà nước.

- Tạo thị trường đầu ra ổn định cho các cơ sở chăn nuôi và chế biến. Để thực hiện giải pháp này chính phủ cần có chính sách hỗ trợ các đơn vị phân phối thịt lợn, thịt gia cầm cho nông dân thông qua các chính sách hỗ trợ thuế mua nông sản, thuế thu nhập doanh nghiệp là đầu mối tiêu thụ nông sản. Vấn đề này có thể học tập kinh nghiệm của một số chính phủ đã thực hiện trợ cấp nông nghiệp trong thời gian qua như Hoa Kỳ, EU, Canada, v.v.

- Hỗ trợ lãi suất vay ngân hàng, ưu đãi thuế từ 6 - 10 năm, ưu đãi đất để xây dựng hệ thống các cơ sở chế biến thịt lợn, thịt gia cầm. Xem hệ thống này là một mắt xích trong chuỗi giá trị sản xuất và tiêu thụ thịt lợn, thịt gia cầm ở Việt Nam.

### **3.2.3. Giải quyết các vấn đề vĩ mô hỗ trợ điều tiết thị trường hàng hóa nhằm phát triển kinh tế bền vững**

#### **3.2.3.1. Điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ hỗ trợ thị trường hàng hóa**

Thị trường hàng hóa và thị trường tài chính - tiền tệ luôn gắn bó với nhau, tạo tiền đề để cùng phát triển. Hai vấn đề cần được giải quyết là tạo dung lượng và thay đổi cơ cấu thị trường tài chính - tiền tệ, thông qua đó tác động đến thị trường hàng hóa và các giải pháp chính sách tài chính - tiền tệ tạo cung cho thị trường hàng hóa sẽ được đề cập trong phần này.

*Những giải pháp tạo dung lượng và thay đổi cơ cấu thị trường tài chính - tiền tệ nhằm tác động đến thị trường hàng hóa:*

- Chính sách thắt chặt tiền tệ có sự phối hợp chặt chẽ với chính sách tín dụng là rất quan trọng và cần thiết để thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững. Bởi lẽ, khi lạm phát leo thang, tín dụng phát triển nóng, đặc biệt là tín dụng vào các khu vực không tạo ra hàng hóa đầu vào sản xuất và hàng hóa tiêu dùng như bất động sản, lòng vòng “trên lưng” nội bộ thị trường tài chính - nơi có “mặt bằng” bỏ hoang, hoặc đầu cơ vào các loại hàng hóa tiêu dùng có tính chất chiến lược sẽ tạo sốt giả và làm bất ổn thị trường, nền kinh tế không ổn định. Vì vậy, phải dùng công cụ của chính sách tiền tệ để kiểm soát chặt chẽ tốc độ gia tăng tín dụng. Theo đó, ngay sau khi dỡ bỏ “trần lãi suất huy động” phải đi đôi với việc cải cách lại nội hàm và vai trò can thiệp có hiệu lực của lãi suất cơ bản của các kênh bơm, hút tiền, đặc biệt là kênh nghiệp vụ thị trường mở.

- Phải dùng chính sách tín dụng để kiểm soát quy mô và cơ cấu đầu tư, lĩnh vực đầu tư. Chính sách thắt chặt tiền tệ phải đồng thời chú ý đến việc giảm quy mô và điều chỉnh cơ cấu cung tiền vì nếu chính sách này khi áp dụng một cách dàn đều không được kết hợp với các giải pháp hỗ trợ khác, sẽ tạo ra sự bất bình đẳng đối với các khu vực kinh tế trong nước.

- Các giải pháp đồng bộ của các ngành, các địa phương cần thực hiện gồm: rà soát lại các dự án đang và sẽ đầu tư từ nguồn ngân sách nhà nước để đảm bảo tính cấp thiết và có hiệu quả.

- Tổ chức phát hành trái phiếu Chính phủ theo hạn mức hợp lý từng năm về loại trái phiếu thời hạn dài trên 10 năm tới 30 năm với lãi suất công bố theo từng giai đoạn 1 năm, hoặc 2 năm/lần phù hợp với mặt bằng lãi suất thị trường và tôn trọng nguyên tắc không để người đầu tư bị thiệt thòi hơn gửi tiết kiệm 12 tháng và/hoặc 24 tháng cùng giai đoạn nhằm chủ động định hướng đầu tư công vào các công trình công cộng quốc gia được xác định có hiệu quả cao và tạo nguồn hàng hóa chất lượng tốt cho thị trường chứng khoán.

- Ngân hàng nhà nước dùng cơ chế hành chính buộc các ngân hàng thương mại phải trích một tỷ lệ vốn huy động đủ an toàn để đầu tư vào chứng khoán nợ của Chính phủ và lưu ký tại ngân hàng nhà nước để làm công cụ tham gia thị trường mở của ngân hàng nhà nước khi cần khắc phục rủi ro thanh khoản và thay cho việc ngân hàng nhà nước phải dùng tín phiếu của chính mình khi cần hút tiền vào.



- Khuyến khích khu vực sản xuất, dịch vụ sử dụng thiết bị nhập khẩu giá trị lớn thì có thể phát hành trái phiếu ngoại tệ trong nước theo một cơ chế giám sát chặt chẽ để thanh toán mua hàng nhập ở nước ngoài, đồng thời áp dụng cơ chế mua đứt bán đoạn ngoại tệ dưới nhiều hình thức thay dần cơ chế tín dụng ngoại tệ tràn lan như hiện nay nhằm tạo nguồn ngoại tệ ngay từ trong nước để đáp ứng nhu cầu mua thiết bị, vật tư thiết yếu cho sản xuất ra hàng hóa, dịch vụ trong nước.

- Ngân hàng nhà nước cần đề xuất cơ chế kiểm soát và nghiêm cấm việc tự do bán, thanh toán ngoại tệ của cá nhân, đại lý ngoài ngân hàng thương mại. Cần thiết lập một cách minh bạch chính sách ngoại hối, trong đó phải khẳng định: trong nền kinh tế chỉ có 3 đối tượng được mua ngoại tệ tại ngân hàng được phép với mức và điều kiện chặt chẽ gồm người nhập khẩu, người cư trú ra nước ngoài hoặc đầu tư ra nước ngoài theo giấy phép, người không cư trú chuyển lợi nhuận hoặc rút tiền của mình về nước. Việc thanh toán hàng hóa, dịch vụ trên lãnh thổ Việt Nam phải sử dụng Việt Nam đồng.

- Đối với lĩnh vực sản xuất hàng hóa vật chất và dịch vụ ở mọi thành phần kinh tế cần được khuyến khích mạnh mẽ thông qua chính sách thu hút đầu tư, thu hút nhân tài, chính sách thuế và chính sách phát triển thị trường của Nhà nước.

***Những giải pháp chính sách tài chính - tiền tệ tác động tới việc tạo cung cho thị trường hàng hóa và dịch vụ:***

- Ưu tiên hỗ trợ lãi suất và bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp qui mô vừa và nhỏ, các doanh nghiệp có khả năng đầu tư mạnh vào lĩnh vực sản xuất hàng hóa, dịch vụ cho tiêu dùng của người dân và xã hội. Thực hiện hỗ trợ các doanh nghiệp áp dụng công nghệ, nâng cao năng suất lao động.

- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp phân phối hàng hóa, đặc biệt là các hàng hóa của ngành nông nghiệp và công nghiệp chế biến thực phẩm có liên quan trực tiếp tới nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của người dân và xã hội.

- Cơ cấu lại thời hạn nợ và thực hiện các giải pháp thích hợp để xử lý các khoản nợ ngân hàng của các hộ nông dân, các doanh nghiệp qui mô vừa và nhỏ vượt qua khủng hoảng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu sản xuất kinh doanh.

- Huy động các nguồn vốn ODA, trái phiếu chính phủ, vốn tín dụng ưu đãi đầu tư và đầu tư của doanh nghiệp nhà nước để thúc đẩy sản xuất kinh doanh, thúc đẩy xuất khẩu, kích cầu đầu tư và tiêu dùng hợp lý.

### **3.2.3.2. Các giải pháp kiềm chế nhập khẩu và thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam**

Một trong những nguyên nhân quan trọng việc gia tăng kim ngạch nhập trong những năm gần đây là biến động tăng giá trên thị trường thế giới, nhất là đối với các mặt hàng quan trọng mà Việt Nam có nhu cầu nhập khẩu cao. Trong những năm tới, giá cả trên thị trường thế giới sẽ có xu hướng ổn định hơn. Điều đó sẽ góp phần hạn chế gia tăng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, do nhu cầu nhập khẩu vẫn cao, nên yêu cầu kiềm chế tốc độ gia tăng nhập khẩu vẫn cần đặt ra như một biện pháp quan trọng để giảm thâm hụt thương mại. Trong đó, những giải pháp quan trọng cần đặt ra là:

*Nhóm giải pháp từ phía Nhà nước:* Gia tăng tốc độ xuất khẩu là một hướng quan trọng và hiệu quả nhất nhằm giảm dần và tiến tới thặng dư thương mại của Việt Nam trong những năm tới. Xuất phát từ thực tế nền kinh tế và khả năng phát triển xuất khẩu của Việt Nam hiện nay, những giải pháp chủ yếu cần áp dụng là:

- Ưu tiên thu hút đầu tư của các doanh nghiệp trong và ngoài nước vào lĩnh vực sản xuất hàng xuất khẩu, sản xuất nguyên liệu phục vụ cho nhu cầu sản xuất hàng xuất khẩu.

- Xây dựng chiến lược phát triển các ngành công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu, bao gồm cả các ngành công nghiệp phụ trợ nhằm đảm bảo duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao khi mà các ngành xuất khẩu dựa trên khai thác tài nguyên và lao động rẻ đã đến giới hạn tiềm năng.

- Hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn quốc gia phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế nhằm tạo điều kiện cho hàng hoá xuất khẩu Việt Nam tiếp cận được thị trường các nước phát triển, giảm thiểu những vụ khiếu kiện, tranh chấp liên quan đến tiêu chuẩn hàng hoá. Ngoài ra, Nhà nước cần cải cách, hoàn thiện hệ thống quản lý tiêu chuẩn chất lượng, đảm bảo sự thống nhất và phối hợp giữa Nhà nước, các ban ngành, địa phương cho tới các doanh nghiệp trong việc thực hiện hệ thống tiêu chuẩn quốc gia.

- Đẩy mạnh ký kết các hiệp định chuyên ngành, các công ước quốc tế và tích cực tham gia các diễn đàn trong từng lĩnh vực, từng ngành. Qua đó, các nước có thể

công nhận kết quả giám định của các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam đối với hàng hoá xuất khẩu, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp thâm nhập thị trường dễ dàng hơn.

- Hỗ trợ thông tin, tăng cường công tác tuyên truyền phổ biến về thị trường và chính sách thương mại quốc tế của các thị trường xuất khẩu lớn. Tăng cường tổ chức các khoá đào tạo, tập huấn kiến thức tiếp cận thị trường, những buổi hội thảo chuyên đề về các thị trường.

- Nâng cao khả năng hỗ trợ của các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài đối với các doanh nghiệp xuất khẩu và có tiềm năng xuất khẩu. Việc tuyển dụng mới cán bộ trong cơ quan này phải chú trọng các tiêu chí về kiến thức cơ bản (background) về kinh tế thị trường, về quan hệ kinh tế quốc tế, thương mại quốc tế; kỹ năng chuyên môn về nghiệp vụ ngoại thương, tổ chức kỹ thuật ngoại thương, nghiên cứu thị trường và marketing xuất khẩu, tổ chức thu thập và xử lý thông tin, sử dụng máy vi tính, kinh tế mạng; nâng cao trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp và đàm phán tốt...

***Nhóm giải pháp từ phía các hiệp hội ngành hàng:*** Tính đến nay, cả nước ta có hơn 300 hiệp hội đang hoạt động, trong đó có khoảng 30 hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng. Kim ngạch xuất khẩu của các hội viên một số hiệp hội chiếm tỷ trọng lớn (trên 90%) trong tổng kim ngạch của cả ngành... Nhiều hiệp hội bắt đầu cho thấy tầm quan trọng của mình đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp. Để nâng cao vai trò của hiệp hội doanh nghiệp trong việc hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu, cần tập trung củng cố một số hoạt động sau:

Trước hết, Hiệp hội cần làm tốt vai trò là cầu nối giữa Nhà nước và doanh nghiệp, Hiệp hội là tiếng nói đại diện cho các doanh nghiệp, là nơi tập hợp các ý kiến của hội viên về cơ chế, chính sách của Nhà nước, để rồi từ đó kiến nghị với Chính phủ và các bộ, ngành để có biện pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp hoặc xây dựng, sửa đổi chính sách cho phù hợp với thực tế. Đồng thời, Hiệp hội cũng là nơi tuyên truyền, phổ biến chính sách của Nhà nước đến các doanh nghiệp, hướng dẫn, giải thích để doanh nghiệp hiểu và biết cách thực thi.

Thứ hai, hiệp hội cũng là một nguồn cung cấp thông tin về thị trường, ngành hàng. Trong điều kiện hiện nay, không phải doanh nghiệp nào cũng có thể làm và làm

tốt việc tìm kiếm, phân tích và tổng hợp các thông tin về thị trường, ngành hàng của mình, về chính sách của nước nhập khẩu.

Thứ ba, cùng với các cơ quan nhà nước, hiệp hội cần hỗ trợ doanh nghiệp nhiều hơn trong việc xúc tiến thương mại. Hiệp hội nên tăng cường tổ chức các chuyến khảo sát thị trường cho doanh nghiệp, tham dự các hội chợ lớn ở các nước, thúc đẩy hợp tác quốc tế, liên kết với các tổ chức, hiệp hội ngành hàng nước ngoài, qua đó, hỗ trợ hội viên tìm kiếm các cơ hội đầu tư, bạn hàng mới, giới thiệu tiềm năng của hội viên đến bạn hàng nước ngoài, nâng cao uy tín và vị thế của ngành trên thế giới.

Thứ tư, hiệp hội rất cần tổ chức các khoá đào tạo, các lớp tập huấn, và cả các buổi toạ đàm, hội thảo chuyên ngành để giúp doanh nghiệp nâng cao trình độ và năng lực cho đội ngũ cán bộ quản lý, nâng cao tay nghề cho công nhân. Hội thảo, toạ đàm sẽ là nơi để doanh nghiệp gặp gỡ, trao đổi cơ hội làm ăn, kiến thức, kinh nghiệm kinh doanh và quản lý.

Thứ năm, hỗ trợ doanh nghiệp khởi kiện và kháng kiện. Hiệp hội doanh nghiệp cần đứng ra đảm nhận các công việc như thuê luật sư, quyên góp tài chính, tổ chức “lobby”, hội thảo, tranh thủ các nguồn lực khác.... Đối với các nước trên thế giới, việc khởi kiện và kháng kiện đều do các hiệp hội chủ động phát động chứ không phải do các cơ quan quản lý Nhà nước.

**Nhóm giải pháp từ phía doanh nghiệp:** Doanh nghiệp là đơn vị trực tiếp tham gia thị trường, thực hiện các hoạt động mua bán nhưng đồng thời cũng là những đơn vị thực hiện các giải pháp điều tiết thị trường và hưởng lợi từ những giải pháp đó. Để giảm nhập khẩu, tăng xuất khẩu, khai thác triệt để những chính sách của nông nghiệp, trong những năm tới các doanh nghiệp cần khẩn trương thực hiện các giải pháp sau:

- Tăng cường công tác nghiên cứu, đảm bảo thông tin thị trường trong việc ra quyết định của doanh nghiệp:

- Xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường xuất khẩu. Để tiếp cận tốt thị trường các doanh nghiệp cần phải xây dựng một chiến lược cạnh tranh dựa trên sự khác biệt và tìm kiếm đối tác nhập khẩu để trở thành các nhà sản xuất theo hợp đồng.

- Tăng cường áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn môi trường, trách nhiệm xã hội. Các doanh nghiệp cần nhận thức rõ tầm quan trọng khi có các chứng chỉ, doanh nghiệp không chỉ lấy được lòng tin của bạn hàng mà còn cải

thiện quy trình quản lý sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và năng suất lao động, đảm bảo lợi ích kinh tế lâu dài cho doanh nghiệp.

- Đăng ký thương hiệu tại thị trường xuất khẩu đối với những hàng hóa có lợi thế cạnh tranh. Những lợi ích chính khi đăng ký thương hiệu bao gồm: Có bằng chứng là chủ sở hữu thương hiệu; Được phân xử khi khiếu kiện về hàng nhái, hàng giả; Có thể ngăn cản hàng nhái, hàng giả.

- Bảo vệ doanh nghiệp trước nguy cơ bị khiếu kiện trên cơ sở hoàn thiện hệ thống sổ sách chứng từ kế toán phù hợp với các quy định của luật pháp và chuẩn mực quốc tế, lưu trữ đầy đủ hồ sơ về tình hình kinh doanh nhằm chuẩn bị sẵn sàng các chứng cứ, các lập luận chứng minh không bán phá giá của doanh nghiệp, tổ chức nhân sự, dự trù kinh phí, xây dựng các phương án bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp... Đồng thời, tìm kiếm mối liên kết với các tổ chức lobby để vận động hành lang nhằm lôi kéo những đối tượng có cùng quyền lợi ở nước khởi kiện ủng hộ mình.

- Tận dụng lực lượng Việt Kiều đang sống và làm việc tại nước ngoài để đẩy mạnh xuất khẩu. Hiện nay, lực lượng những người Việt Nam đang sống và làm việc tại nước ngoài khá đông đảo và nhiều người đang chiếm giữ những vị trí quan trọng trong các công ty.

### **3.2.3.3. Một số giải pháp khác hỗ trợ điều tiết thị trường hàng hóa**

Nhằm điều tiết thị trường hàng hóa có hiệu quả, góp phần phát triển kinh tế bền vững, một số vấn đề cần được giải quyết nhằm bảo đảm một sự phối hợp đồng bộ các giải pháp cần thiết.

- Đối với những thị trường nhập khẩu mà Việt Nam đang có mức thâm hụt lớn như Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Ấn độ,... Việt Nam cần tăng cường đàm phán để tiến tới cân bằng thương mại theo hướng hoặc là để các nước này tự nguyện hạn chế xuất khẩu, hoặc là tạo điều kiện cho hàng hoá Việt Nam tiếp cận thị trường.

- Phát triển các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải hàng hoá, nhất là vận tải biển và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ bảo hiểm hàng hoá xuất nhập khẩu để giảm bớt các khoản chi phí cho dịch vụ này. (Theo số liệu năm 2007, riêng cho phí dịch vụ vận tải và bảo hiểm Việt Nam đã chịu thâm hụt 2.482 triệu USD).

- Khuyến cáo các doanh nghiệp kinh doanh hàng xuất khẩu xây dựng cơ chế giá linh hoạt đối với hàng xuất khẩu và hàng tiêu dùng trong nước, đối với từng khu

vực thị trường xuất khẩu bảo đảm khả năng cạnh tranh về giá trên từng khu vực thị trường.

- Tăng cường các biện pháp quản lý đầu tư, nhất là đối với các doanh nghiệp nhà nước đang thực hiện phát triển các ngành công nghiệp mũi nhọn nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư, giảm chi phí sản xuất để nâng cao sức cạnh tranh về giá của các sản phẩm do Việt Nam sản xuất.

- Xây dựng chiến lược phát triển các ngành dịch vụ, nhất là các ngành dịch vụ cơ sở hạ tầng chủ chốt như tài chính, ngân hàng, vận tải, bưu chính viễn thông, giáo dục đào tạo,... nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp xuất – nhập khẩu nói riêng.

## KẾT LUẬN

Chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa đòi hỏi phải phát triển một hệ thống thị trường đồng bộ cùng những giải pháp điều tiết thị trường linh hoạt, phù hợp với thực tế và tuân thủ những cam kết quốc tế. Đề tài đã tập trung nghiên cứu và chỉ ra những vấn đề lý luận về phát triển kinh tế bền vững và điều tiết thị trường nhằm tác động đến việc đạt được các mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững. Đề tài cũng đã tập trung làm rõ những cơ sở khoa học của việc đề ra và thực thi các giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa và yêu cầu phải giải quyết các vấn đề vĩ mô liên quan đến điều tiết thị trường hàng hóa. Cơ sở lý luận để giải quyết quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế sao cho nền kinh tế biến động từ thái cực này sang thái cực khác nhằm ổn định tăng trưởng kinh tế. Sự phát triển đồng bộ các loại thị trường là cần thiết nhưng quan trọng hơn là điều tiết để các thị trường phát huy tác động đến các chủ thể của nền kinh tế một cách nhịp nhàng cũng phải được giải quyết trên nền một cơ sở lý luận và thực tiễn. Trên cơ sở những vấn đề liên quan đến cán cân thương mại quốc tế, đề tài đã tập trung giải quyết những nguyên nhân gây tình trạng nhập siêu và đề ra giải pháp điều tiết thị trường trên cơ sở khắc phục những tác động tiêu cực của nhập siêu đến phát triển kinh tế bền vững. Vấn đề điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ nhằm hỗ trợ cho việc điều tiết thị trường hàng hóa cũng là một vấn đề nghiên cứu của đề tài. Xuất phát từ những trọng tâm trên, đề tài đã tập trung vào việc nghiên cứu và đề xuất những giải pháp điều tiết thị trường hàng hóa gắn kết với các loại thị trường khác và giải quyết những vấn đề vĩ mô để hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa. Trên cơ sở nghiên cứu giải quyết các vấn đề chung

mang tính lý luận và thực tiễn, đề tài đã tập trung giải quyết một vấn đề cơ bản là để đạt được các mục tiêu của phát triển kinh tế bền vững, trong đó nhấn mạnh vào mục tiêu tăng trưởng cao trong thời gian dài, cần phải đề ra và thực thi những giải pháp nào để điều tiết thị trường hàng hóa và việc điều tiết các thị trường khác hỗ trợ cho điều tiết thị trường hàng hóa như thế nào. Ngoài vấn đề tổng thể đó, đề tài đã giải quyết một số vấn đề cụ thể:

1. Phân tích và đi đến kết luận về phát triển bền vững và giải pháp điều tiết thị trường để phát triển bền vững. Những kết luận này được rút ra từ những quan điểm của các nhà kinh tế, các nhà lãnh đạo kinh tế.

2. Đề tài nghiên cứu các loại thị trường và tập trung vào thị trường đầu vào sản xuất và thị trường đầu ra cho doanh nghiệp. Khẳng định rằng nếu đề ra và thực thi tốt các giải pháp điều tiết hai loại thị trường này sẽ tác động rất lớn đến sự tăng trưởng cao và phát triển kinh tế bền vững.

3. Nghiên cứu những tác động của các giải pháp chống lạm phát đến thị trường hàng hóa và chỉ rõ việc chống lạm phát tất sẽ làm suy thoái thị trường hàng hóa nên cần phải giải quyết vấn đề trong quan hệ với điều tiết thị trường hàng hóa.

4. Đề tài đã tập trung nghiên cứu cơ cấu của thị trường hàng hóa đầu vào sản xuất và thị trường đầu ra (tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp) và chỉ rõ những giải pháp điều tiết thị trường phải phù hợp với từng phân khúc thị trường cụ thể trong những giai đoạn phát triển kinh tế khác nhau.

5. Đề tài đã nghiên cứu thực trạng điều tiết thị trường ba nhóm hàng chủ lực của Việt Nam và đề xuất những giải pháp điều tiết thị trường ba nhóm hàng này như một tình huống điển hình. Điểm nổi bật là đề tài chỉ rõ những bất cập trong điều tiết các thị trường lúa gạo, thị trường thủy sản và thị trường thịt lợn và thịt gia cầm. Đề xuất các giải pháp để điều tiết thị trường theo hướng bảo đảm nhu cầu tiêu dùng trong nước, thúc đẩy xuất khẩu để giải quyết đầu ra cho người sản xuất.

6. Nghiên cứu mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng, đề tài đề xuất các giải pháp kiềm chế lạm phát gắn với giải pháp kích thích sản xuất và nhu cầu, cả trực tiếp và gián tiếp, đây là những giải pháp bảo đảm quan hệ giữa tăng trưởng và lạm phát nhằm đạt mục tiêu phát triển kinh tế bền vững.

7. Đề tài phân tích khá chi tiết mối quan hệ giữa các loại thị trường, đặc biệt là quan hệ giữa thị trường hàng hóa với thị trường tài chính - tiền tệ. Từ những phân tích

đó, các giải pháp điều tiết tổng thể thị trường đã được đề xuất với những công cụ cụ thể. Nghiên cứu đã chỉ rõ để điều tiết thị trường hàng hóa nhằm góp phần phát triển kinh tế bền vững cần phối hợp với điều tiết thị trường tài chính - tiền tệ.

8. Những nguyên nhân của suy giảm kinh tế hiện này bắt nguồn từ thị trường và điều tiết thị trường đã được chỉ rõ. Những giải pháp điều tiết thị trường để góp phần ngăn chặn đà suy giảm kinh tế đã được đề tài đề xuất dưới góc độ đẩy mạnh sản xuất, thúc đẩy xuất khẩu, sử dụng coa hiệu quả các nguồn vốn, tăng nội lực của nền kinh tế.

9. Để chống lạm phát, phát triển kinh tế bền vững đề tài đã nhấn mạnh đến việc điều tiết thị trường phải khắc phục được mặt trái của chống lạm phát chỉ bằng các giải pháp của thị trường tài chính - tiền tệ là sẽ dẫn đến suy thoái, Vì vậy, phải gắn kết với điều tiết thị trường các yếu tố đầu vào và thị trường tiêu thụ đầu ra để duy trì và phát triển sản xuất, là vấn đề cốt lõi của phát triển kinh tế bền vững.

10. Mặc dù đề cập đến nhiều giải pháp ổn định thị trường nhưng điểm nổi bật là đề tài đã tập trung nghiên cứu hệ thống phân phối và cách điều hành hoạt động phân phối trên thị trường hàng hóa, nhấn mạnh vào sự nối kết của các khâu trên thị trường để bảo đảm cung ứng giá trị cho khách hàng và thực hiện sự phân công lao động trong chuỗi giá trị toàn cầu của nhiều loại hàng hóa. Thị trường hóa việc cung ứng các yếu tố đầu vào theo chuỗi cung ứng để gắn nhà cung cấp với các doanh nghiệp tiêu dùng sản xuất nhằm giảm chi phí, rút ngắn thời gian cung ứng, giảm lượng tồn kho, tăng tốc độ quay vòng vốn cho các doanh nghiệp đã được đề tài giải quyết khá chi tiết.



## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tiếng việt:

1. Adam Smith (1997). *Của cải của các dân tộc (The Wealth of Nations)*. NXB Giáo Dục. Hà Nội
2. Báo điện tử Vnexpress.net, ngày 25/11/2008
3. Báo cáo ADB và WB tháng 3, tháng 4 năm 2006
4. Báo cáo lựa chọn tăng trưởng - AH Havard
5. Báo điện tử Vietnamnet (2008): "*Chống lạm phát từ thay đổi tư duy quản lý kinh tế*" đường dẫn:  
<http://tuanvietnam.net/vn/sukienonghomnay/3117/index.aspx>
6. Báo điện tử Vietnamnet (2008). "*Chống lạm phát: Kiểm soát chặt nguồn đầu tư gián tiếp*", đường dẫn:  
<http://www.tuanvietnam.net/vn/sukienonghomnay/3150/index.aspx>
7. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2008): "*Kết quả giao ban sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và đầu tư tháng 2 về tình hình kinh tế - xã hội 2 tháng đầu năm 2008*", đường dẫn: <http://www.mpi.gov.vn>
8. C.Mác và Ăng ghen tuyển tập. Tập 25, phần I trang 268.
9. Chương trình Việt Nam, Trung tâm Châu Á – Đại học Harvard (2008): "*Lựa chọn thành công, bài học từ Đông Á và Đông Nam Á cho tương lai của Việt Nam*", Nguyễn An Nguyễn Website, đường dẫn:  
<http://nguyenannguyen.com/?p=110>
10. Chương trình Việt Nam, Trung tâm Châu Á – Đại học Harvard (2008): "*Bài thảo luận chính sách vĩ mô số 1: Tình trạng bất ổn vĩ mô, Nguyên nhân và phản ứng chính sách*", Nguyễn An Nguyễn Webstie, đường dẫn:  
<http://nguyenannguyen.com/?p=115>
11. Đảng cộng sản Việt Nam (2006): "*Báo cáo của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX ngày ngày 10 tháng 4 năm 2006 về phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 – 2010*", Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, đường dẫn:  
[http://www.cpv.org.vn/tiengviet/tulieuvankien/vankiendang/details.asp?topic=191&subtopic=8&leader\\_topic=699&id=BT160635244](http://www.cpv.org.vn/tiengviet/tulieuvankien/vankiendang/details.asp?topic=191&subtopic=8&leader_topic=699&id=BT160635244)
12. Đặng Phong: "*Tư duy kinh tế Việt Nam..chặng đường gian nan và ngoạn mục, 1975 -1989*. NXB Tri thức- Hà Nội. 2008

13. David Begg, Stanley Fischer, Rudiger Dorb Bush .*Kinh tế học*. NXB Giáo dục và Trường ĐH Kinh tế Quốc dân. Hà nội 1992
14. Đỗ Thiên Anh Tuấn (2008): "*Tăng trưởng kinh tế và kiềm chế lạm phát: Thách thức mới*", Báo điện tử Vietnamnet, đường dẫn:  
<http://www.tuanvietnam.net.vn>
15. Fleming,J Mareus, Domestic Financial Policies Under Fixed and Floating Exchange Rates - IMF 1962
16. E.Wayne Nafziger: *Kinh tế học của các nước đang phát triển*.NXB. Thống Kê. 1998
17. Trần Văn Hoè: *Hoàn thiện và vận dụng các hàng rào phi thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam nhằm thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Mã số: B2006-06-03.
18. *Kinh tế học vi mô* - NXB Khoa học kỹ thuật – Hà nội 1994
19. Quốc hội nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa việt nam: Nghị quyết kỳ họp thứ 4 kỳ họp thứ 12
20. Nguyễn Tấn Dũng: *Phát huy sức mạnh tổng hợp, nỗ lực phấn đấu ngăn chặn suy giảm kinh tế, duy trì tăng trưởng và bảo đảm an sinh xã hội*. Thời báo kinh tế Việt Nam. Số 5, 01/01/2009
21. Ngân hàng nhà nước (2008). "*Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ ngân hàng năm 2007. Định hướng nhiệm vụ năm 2008*", đường dẫn:  
[http://www.sbv.gov.vn/vn/tintuc/vp/ngoquangluong/tin/thongcaobaochi\\_2008\\_01\\_08\\_092753.doc?](http://www.sbv.gov.vn/vn/tintuc/vp/ngoquangluong/tin/thongcaobaochi_2008_01_08_092753.doc?)
22. Ngân hàng phát triển Châu Á (2007). "*Key Indicators 2007: Inequality in Asia*", đường dẫn:  
[http://www.adb.org/Documents/Books/Key\\_Indicators/2007/default.asp](http://www.adb.org/Documents/Books/Key_Indicators/2007/default.asp)
23. Ngân hàng thế giới (2007). "*Số liệu khái quát* "; đường dẫn:  
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/VIETNAMINVIETNAMESEEXTN/0,,menuPK:486777~pagePK:141132~piPK:141109~theSitePK:486752,00.html>
24. Samuelson & W.D. Nordhau. *Kinh tế học*. NXB Sđd,Tr.281
25. Ủy ban Kinh tế quốc hội, Phòng kinh tế Việt Nam, Trường ĐH Kinh Tế Quốc Dân:*Khó khăn, thách thức do biến động kinh tế vĩ mô và đề xuất của doanh nghiệp Việt Nam*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Hà Nội 2008
26. Tài liệu phục vụ Đại hội Đảng lần thứ X

27. Tổng cục thống kê - [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn) và ấn phẩm số liệu thống kê Kinh tế - xã hội Việt Nam 1975 - 2000
28. Vũ Quang Việt: *Lạm phát ở Việt nam hiện nay và sự nhìn nhận lại lý thuyết tiền tệ*
29. Vũ Quang Việt (2008): "*Không có sai lầm về chính sách nhưng có yếu kém trong dự báo?*", Website Diendan.org, đường dẫn:  
<http://www.dienidan.org/viet-nam/lam-phat-sai-lam-trong-du-bao-hay-tu-chinh-sach/?searchterm=%22v%C5%A9%20quang%20vi%E1%BB%87t%22>

### **Tiếng Anh:**

30. Al Solow (1994), "*Economic Growth based on Export Promotion*", The Journal of Development Studies, Vo.32, No.2
31. Ari Kokko (1997), *Managing the Transition to Free Trade: Vietnam Trade Policy for the 21st Century*, SIDA & Stockholm School of Economics, Sweden
32. David Greenway (1982), *International Trade Policy - From Tariffs to the New Protectionism*, The University College at Buckingham, Buckingham, U.K
34. Mankiw, N. G. (2004). *Principles of macroeconomics*. Cincinnati, Ohio London, South-Western ; Thomson Learning
35. Ngân hàng phát triển Châu Á (2007): "*Key Indicators 2007: Inequality in Asia*", đường dẫn:  
[http://www.adb.org/Documents/Books/Key\\_Indicators/2007/default.asp](http://www.adb.org/Documents/Books/Key_Indicators/2007/default.asp)
36. Ngân hàng thế giới (2007): "*Số liệu khái quát*"; đường dẫn:  
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/VIETNAMINVIETNAMESEEXTN/0,,menuPK:486777~pagePK:141132~piPK:141109~theSitePK:486752,00.html>
37. Quỹ Tiền tệ thế giới (2007): "*World Economic and Financial Surveys World Economic Outlook Database*", đường dẫn:  
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/index.aspx>
38. Tran Phuong Lan (2000): "*Comments on Export-Oriented Industrialization Policy*", Vietnam Japan Joint Research, Hanoi Conference, December 2000
39. Vietnam Ministry of Trade: *Export Development Strategy for Period 2006-2010, 2006*
40. Vo Tri Thanh, *Vietnam's Export to the EU: An overview and assessment using CMS-based approach*, CIEM, 2007