

R

BỘ THƯƠNG MẠI
ĐỀ TÀI KHOA HỌC MÃ SỐ: 2002 – 78 – 014

**XÁC ĐỊNH NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG THỨC
CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG
THƯƠNG MẠI Ở NƯỚC TA THỜI KỲ TỚI 2010**

CƠ QUAN CHỦ QUẢN: BỘ THƯƠNG MẠI

CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN: VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

Chủ nhiệm: CNKT. Vũ Tiến Dương

Thành viên đề tài:

1. TS. Lê Thiên Hạ
2. TS. Hà Văn Sự
3. Ths. Trần Thắng
4. CNKT. Nguyễn Văn Tiến
5. CNKT. Phạm Văn Hoàn

CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU

CƠ QUAN QUẢN LÝ ĐỀ TÀI

Hà Nội, 12/2003

5086

2/2/05

NHỮNG CHỮ VIẾT TẮT SỬ DỤNG TRONG ĐỀ TÀI

Tiếng Việt

- CNH	Công nghiệp hoá
- HDH	Hiện đại hoá
- XHCN	Xã hội chủ nghĩa
- GTVT	Giao thông vận tải
- Đảng CSVN	Đảng Cộng sản Việt Nam
- TBCN	Tư bản chủ nghĩa
- KHKT	Khoa học kỹ thuật
- QLNN	Quản lý nhà nước
- CSVCKT	Cơ sở vật chất kỹ thuật
- UBND	Ủy ban nhân dân
- TCT	Tổng công ty
- XNK	Xuất nhập khẩu
- HTX	Hợp tác xã
- PETEC	Công ty thương mại kỹ thuật và đầu tư
- GTGT	Giá trị gia tăng

Tiếng Anh

- GDP	Gross Domestic Product – Tổng thu nhập quốc dân
- NICs	New Industrial Countries – Các nước công nghiệp mới
- EU	The European Union – Liên minh Châu Âu
- IMF	International Monetary Fund – Quỹ Tiền tệ quốc tế
- WB	World Bank – Ngân hàng Thế giới
- ADB	Asian Development Bank – Ngân hàng phát triển Châu Á
- WTO	World Trade Organization – Tổ chức Thương mại Quốc tế
- ASEAN	Association of South-East Asian Nations – Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
- AFTA	ASEAN Free Trade Area – Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
- NAFTA	Free Trade Area – Khu vực mậu dịch tự do
- EURO	Đồng tiền chung châu Âu
- OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development - Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế
- BOT	Build Operate Transfer – Xây dựng Kinh doanh Chuyển giao
- TRIPS	Trade – Related aspects of Intellectual Property Rights agreement– Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ
- VAT	Value Added Tax – Thuế giá trị gia tăng
- MFN	Most – favored nation – Tối huệ quốc

THỰC LỰC

	Trang
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN	3
I KHÁI NIỆM VỀ CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ	3
1 Khái niệm CNH, HĐH	3
2 Mục tiêu của CNH, HĐH	4
3 Nội dung cơ bản của CNH, HĐH	4
4 Các quan điểm về CNH, HĐH	7
II KHÁI NIỆM, VAI TRÒ VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI	8
1 Khái niệm	8
2 Vai trò của CNH, HĐH đối với sự phát triển thương mại	9
3 Đặc điểm của CNH, HĐH thương mại nước ta	11
III NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI NƯỚC TA	13
IV PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI	15
1 Phương thức HĐH trong quản lý thương mại	15
2 Phương thức CNH, HĐH trong hoạt động kinh doanh thương mại	18
VI KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC VÀ VÙNG LÃNH THỔ VỀ XÁC ĐỊNH NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI	19
1 Các mô hình CNH, HĐH thế giới	19
2 Kinh nghiệm CNH, HĐH của một số nước công nghiệp phát triển Đông Á và Đông Nam Á	22
3 Kinh nghiệm CNH, HĐH trong thương mại của Trung Quốc	27
4 Vận dụng kinh nghiệm CNH, HĐH thương mại của các nước để áp dụng vào Việt Nam trong xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH hiện nay	28
CHƯƠNG II ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI THỜI GIAN QUA	32

I	THỰC TRẠNG VỀ QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI NƯỚC TA TỪ NĂM 1996 ĐẾN NAY	32
1	Hệ thống tổ chức quản lý nhà nước về thương mại	32
2	Thực trạng CNH, HĐH hệ thống tổ chức kinh doanh thương mại	39
II	KẾT QUẢ THỰC HIỆN NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI	42
1	Kết quả về thực hiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại	42
2	Phương thức CNH, HĐH kinh doanh thương mại những kết quả đạt được	44
III	ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ TỚI CNH, HĐH THƯƠNG MẠI	48
1	Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu góp phần đẩy nhanh CNH, HĐH trong thương mại	48
2	Thị trường trong nước và quốc tế phát triển, CNH, HĐH thương mại được đẩy mạnh	49
3	Thu hút đầu tư nước ngoài, CNH, HĐH phát triển	50
4	CNH, HĐH thương mại đã tiếp thu khoa học và công nghệ, nâng cao kỹ năng quản lý, và kinh doanh thương mại	51
IV	NHỮNG TỒN TẠI VÀ NGUYÊN NHÂN LÀM HẠN CHẾ ĐẾN QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CNH, HĐH NGÀNH THƯƠNG MẠI	51
1	Những tồn tại	51
2	Những nguyên nhân chủ yếu làm hạn chế đến quá trình CNH, HĐH trong thương mại	52
CHƯƠNG III	MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI THỜI KỲ TỚI 2010	57
I	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM THỜI KỲ TỚI NĂM 2010	57
1	Ảnh hưởng của sự phát triển kinh tế – xã hội đến CNH, HĐH trong thương mại	57
2	Ảnh hưởng của hội nhập kinh tế quốc tế đến CNH, HĐH	57
3	Ảnh hưởng kinh tế tri thức tới quá trình CNH, HĐH thương mại	60
4	Ảnh hưởng của xây dựng cơ sở hạ tầng của cả nước đến CNH, HĐH thương mại	63
5	Ảnh hưởng của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới quá trình thực hiện CNH, HĐH thương mại	66

6	Ảnh hưởng của các chính sách kinh tế, tài chính, tiền tệ tín dụng tới CNH, HĐH trong thương mại	67
II	NHỮNG NỘI DUNG, MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM CHỦ YẾU THỰC HIỆN CNH TRONG THƯƠNG MẠI TRONG ĐIỀU KIỆN MỚI	67
1	Nội dung và mục tiêu CNH, HĐH trong thương mại đến năm 2010	67
2	Bước đi của CNH, HĐH trong thương mại ở Việt Nam đến năm 2010	74
3	Các giai đoạn tiến hành CNH, HĐH trong thương mại	75
III	NỘI DUNG CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TỚI NĂM 2010	75
1	Hiện đại hoá hệ thống quản lý nhà nước về thương mại	75
2	Đổi mới nội dung quy hoạch phát triển thương mại	77
3	Xây dựng đội ngũ cán bộ thương mại có phẩm chất tốt, có tinh thần trách nhiệm cao, có kiến thức quản lý và năng lực kinh doanh thương mại	78
4	Thực hiện CNH, HĐH xây dựng cơ sở hạ tầng trong thương mại	79
IV	PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI TRONG THỜI GIAN TỚI NĂM 2010	81
1	Áp dụng công nghệ thông tin vào quản lý và kinh doanh thương mại	81
2	Áp dụng thương mại điện tử vào các hoạt động thương mại	82
3	CNH, HĐH thương mại và bảo đảm môi trường	84
4	CNH, HĐH thương mại trong việc xây dựng nền kinh tế hướng về xuất khẩu	85
5	Áp dụng phương thức thị trường hàng hoá giao sau để đẩy mạnh phát triển thương mại	87
6	Thực hiện tốt chức năng quản lý nhập khẩu trong thương mại	87
7	Quyền sở hữu trí tuệ trong thực hiện CNH, HĐH thương mại	87
V	NHỮNG Ý KIẾN ĐỀ XUẤT NHẪM CNH, HĐH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TỚI NĂM 2010	87
1	Nhóm các giải pháp nhằm hiện đại hoá quản lý nhà nước về thương mại	88
2	Nhóm các giải pháp thúc đẩy CNH, HĐH ở các doanh nghiệp thương mại	89
	KẾT LUẬN	91
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	93
	PHỤ LỤC	94

LỜI MỞ ĐẦU

Sự nghiệp đổi mới kinh tế 17 năm qua đã đánh dấu bước phát triển mới và vượt bậc về tư duy lý luận, về nội dung và phương thức lãnh đạo, quản lý của Đảng và Nhà nước ta. Ngành Thương mại cũng như các ngành kinh tế khác đang được tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá (CNH, HĐH) và đạt được những thành tựu rất quan trọng, để phát triển thị trường trong nước, mở rộng thị trường ngoài nước và đẩy nhanh tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Với ý nghĩa to lớn đó, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng Cộng sản Việt Nam khi xác định đường lối và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội đã chỉ rõ: "Đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xây dựng nền kinh tế độc lập tự chủ, đưa nước ta trở thành một nước công nghiệp, ưu tiên phát triển lực lượng sản xuất, đồng thời xây dựng quan hệ sản xuất phù hợp theo định hướng xã hội chủ nghĩa (XHCHN); phát huy cao độ nội lực, đồng thời tranh thủ nguồn lực bên ngoài và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế để phát triển nhanh, có hiệu quả và bền vững; tăng trưởng kinh tế đi liền với phát triển văn hóa, từng bước cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân. Thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, bảo vệ và cải thiện môi trường; kết hợp phát triển kinh tế - xã hội với tăng cường quốc phòng an ninh"¹.

Quán triệt đường lối, chiến lược của Đảng, vấn đề CNH, HĐH phải được tiến hành đồng bộ và toàn diện ở các ngành, các lĩnh vực kinh tế. Do vậy, việc xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH trong thương mại nước ta thời kỳ từ nay tới năm 2010 là rất cần thiết. Để có cơ sở lý luận và thực tiễn tiến hành CNH, HĐH trong thương mại, Bộ Thương mại đã triển khai nghiên cứu đề tài "***Xác định nội dung và phương thức công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong thương mại ở nước ta thời kỳ tới 2010***". Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là (1) làm rõ một số vấn đề lý luận cơ bản về CNH, HĐH trong thương mại; (2) đánh giá tình hình CNH, HĐH trong thương mại thời gian qua và (3) đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh CNH, HĐH trong thương mại nước ta thời kỳ tới. Đối tượng nghiên cứu của đề tài là đi sâu vào nội dung và phương thức CNH, HĐH trong thương mại ở nước ta. Phạm vi nghiên cứu: Quá trình CNH, HĐH trong thương mại có thể nghiên cứu ở nhiều khía cạnh khác, ở đây tập trung vào nghiên cứu nội dung và phương thức tiến hành CNH, HĐH trong thương mại hàng hoá, thương mại đầu tư và sở hữu trí tuệ trong đó chủ yếu là thương mại hàng hoá. Đề tài đi sâu nghiên cứu một số đơn vị trực thuộc Bộ Thương mại đang tiến hành CNH, HĐH để làm rõ các nội dung trên. Các lĩnh vực khác không thuộc phạm vi nghiên cứu của đề tài này. Thời gian

¹ Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX, NXB CTQG, 2001

đánh giá thực trạng CNH, HĐH thương mại tập trung vào giai đoạn từ năm 1996 đến nay. Các giải pháp, định hướng CNH, HĐH thương mại dự báo đến năm 2010.

Phương pháp nghiên cứu của đề tài:

Đề tài sử dụng tổng hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau, chủ yếu dựa vào cơ sở lý luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử Mác - Lênin; Đường lối CNH, HĐH của Đảng và Nhà nước qua các thời kỳ.

- Tiến hành khảo sát tình hình thực hiện CNH, HĐH thương mại ở một số đơn vị trực thuộc Bộ Thương mại ở các tỉnh phía Bắc, phía Nam và miền Trung để có thực tiễn khi đánh giá tình hình CNH, HĐH thương mại được sâu sắc hơn. Tổng hợp các tài liệu, số liệu và báo cáo kết quả CNH, HĐH ở một số doanh nghiệp thương mại để có cơ sở tổng hợp và phân tích đánh giá. Ban Chủ nhiệm đề tài còn sử dụng phương pháp chuyên gia, tổ chức hội thảo để tranh thủ được nhiều ý kiến đóng góp cho đề tài. Trên cơ sở các ý kiến đóng góp quý báu và kết luận của Hội đồng nghiệm thu cấp Bộ, chúng tôi đã hoàn chỉnh, bổ sung nhiều ý kiến và đưa vào thực tiễn ứng dụng.

Nội dung của đề tài gồm 3 chương:

Chương I. Một số vấn đề lý luận về CNH, HĐH trong thương mại và vai trò của nó đối với nền kinh tế quốc dân.

Chương II. Đánh giá tình hình thực hiện CNH, HĐH trong thương mại thời gian qua.

Chương III. Một số giải pháp chủ yếu nhằm CNH, HĐH trong thương mại thời kỳ tới 2010.

Ban chủ nhiệm đề tài hy vọng rằng nội dung, phương thức tiến hành và mô hình CNH, HĐH thương mại được đề cập trong đề tài sẽ đóng góp quan trọng về mặt lý luận và thực tiễn phát triển của ngành Thương mại nói riêng và phát triển kinh tế nói chung, đồng thời đẩy nhanh tiến trình hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Với những kết quả nghiên cứu được trình bày trong đề tài chắc chắn còn nhiều chỗ còn phải tiếp tục bổ sung và hoàn thiện thêm. Ban chủ nhiệm đề tài sẵn sàng tiếp thu những ý kiến đóng góp của các đồng chí trong Hội đồng nghiệm thu cấp bộ, tiến hành sửa chữa và hoàn chỉnh về mặt nội dung cũng như hình thức trình bày để đề tài có giá trị cao hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

Ban chủ nhiệm đề tài

CHƯƠNG I

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ QUỐC DÂN.

I. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ Ở NƯỚC TA.

1. Khái niệm CNH, HĐH

Công nghiệp hoá (Industrialization) được nhiều nhà kinh tế học cho rằng đó là một cách thức nhiều triển vọng nhất cho sự phát triển đối với một nước. Chính phủ của nhiều nước phát triển đã coi nhận định này là đúng và đã đề ra các chiến lược kế hoạch ưu tiên phát triển công nghiệp. Quan điểm thay thế nhập khẩu được hầu hết các nước thực hiện nhưng cũng có một số nước thi hành “khuyến khích xuất khẩu”. Đại bộ phận các nước đều áp dụng chính sách kết hợp. (Từ điển kinh tế học hiện đại David W.Pearce- Nhà xuất bản Chính trị quốc gia 2002)

Nước ta đã kế thừa có chọn lọc những tri thức văn minh của nhân loại, rút ra những kinh nghiệm trong lịch sử tiến hành công nghiệp hóa và bổ sung cho thực tiễn công nghiệp hóa ở nước ta trong thời kỳ đổi mới, Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VII Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định: *“Công nghiệp hóa là quá trình chuyển đổi căn bản toàn diện các hoạt động sản xuất kinh doanh, dịch vụ và quản lý kinh tế xã hội từ sử dụng lao động thủ công là chính sang sử dụng lao động một cách phổ biến. Sức lao động cùng với công nghệ, phương tiện và phương pháp tiên tiến hiện đại dựa trên sự phát triển của công nghiệp và tiến bộ khoa học - công nghệ tạo ra năng suất lao động xã hội cao”*. Hiện đại hoá là việc áp dụng kỹ thuật nghiệp vụ tiên tiến, hiện đại để sản xuất, quản lý và điều hành mọi mặt hoạt động kinh tế – xã hội

Khái niệm công nghiệp hóa nêu trên được Đảng ta xác định rộng hơn so với những quan niệm trước đó, bao hàm cả về hoạt động sản xuất kinh doanh, cả về dịch vụ và quản lý kinh tế xã hội, được sử dụng bằng các phương tiện và các phương pháp tiên tiến hiện đại cùng với kỹ thuật và công nghệ cao. Như vậy, công nghiệp hóa theo tư tưởng mới là không bó hẹp trong phạm vi trình độ của lực lượng sản xuất đơn thuần, kỹ thuật đơn thuần để chuyển lao động thủ công thành lao động cơ khí như quan niệm trước đây.

Hiện nay trên thế giới, công nghiệp hoá được coi là phương hướng chủ đạo, là con đường tất yếu phải trải qua của các nước đang phát triển. Tư tưởng cơ bản đó đã được thể hiện trong học thuyết Mác về hình thái kinh tế - xã hội là cơ sở lý luận vững chắc cho những đổi mới đất nước và tư tưởng này cũng được Đảng ta vận dụng

vào thực tiễn của Việt Nam. Công nghiệp hoá là quá trình chuyển đổi căn bản toàn diện các hoạt động kinh tế - xã hội từ sử dụng lao động thủ công là chính sang sử dụng một cách phổ biến sức lao động với công nghệ, phương tiện và phương pháp tiên tiến, hiện đại có khả năng tạo ra năng suất lao động xã hội cao hơn trước.

Đối với nước ta CNH, HĐH là quá trình mang tính khách quan và trở thành một đòi hỏi bức xúc trong giai đoạn hiện nay. Bởi lẽ, từ một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu phấn đấu đạt mục tiêu: “Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh”. Chúng ta chỉ có con đường là thực hiện CNH, HĐH. Thực tiễn đổi mới kinh tế 17 năm qua càng khẳng định con đường Đảng ta đã chọn là đúng đắn. Con đường CNH, HĐH ở nước ta được nhấn mạnh trong Văn kiện Đại hội IX của Đảng là: “Cần và có thể rút ngắn thời gian, vừa có những bước tuần tự, vừa có bước nhảy vọt”. Tập trung mọi lực lượng, tranh thủ thời cơ, vượt qua thử thách đẩy mạnh công cuộc đổi mới một cách toàn diện và đồng bộ, tiếp tục phát triển nền kinh tế nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của nhà nước theo định hướng XHCN.

2. Mục tiêu của CNH, HĐH

Mục tiêu tổng quát của sự nghiệp công nghiệp hoá nước ta đã được Đảng ta xác định trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII là “*Xây dựng nước ta trở thành một nước công nghiệp có cơ sở vật chất, kỹ thuật hiện đại, cơ cấu kinh tế hợp lý, quan hệ sản xuất tiên bộ, phù hợp với quá trình phát triển của lực lượng sản xuất, đời sống vật chất và tinh thần cao, quốc phòng, an ninh vững chắc, dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng văn minh*”. Văn kiện Đại hội còn chỉ rõ chúng ta phải ra sức phấn đấu để đến năm 2020 về cơ bản, nước ta trở thành nước công nghiệp. Đảng ta xác định nước công nghiệp cần được hiểu là một nước có nền kinh tế mà trong đó lao động công nghiệp trở thành phổ biến trong các ngành và các lĩnh vực của nền kinh tế. Tỷ trọng công nghiệp trong nền kinh tế cả về GDP, cả về lực lượng lao động đều chiếm tỷ lệ cao hơn so với nông nghiệp. Thực hiện mục tiêu tổng quát nêu trên, trong mỗi giai đoạn phát triển kinh tế, công nghiệp hóa cần phải thực hiện được những mục tiêu cụ thể nhất định. Những năm trước mắt với khả năng về vốn, nhu cầu về công ăn việc làm, đời sống nhân dân còn nhiều khó khăn, tình hình kinh tế xã hội chưa phát triển, chúng ta cần tập trung đẩy mạnh công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn, ra sức phát triển các ngành công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, tạo ra nhiều hàng hoá nông sản.

3. Nội dung cơ bản của CNH, HĐH

CNH, HĐH là quá trình cải biến lao động thủ công, lạc hậu thành lao động sử dụng máy móc, tức là phải cơ khí hóa nền kinh tế quốc dân. Đó là bước chuyển

đổi rất căn bản từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế công nghiệp. Đi liền với cơ khí hóa là điện khí hóa và tự động hóa sản xuất từng bước và trong toàn bộ nền kinh tế quốc dân. CNH, HĐH đòi hỏi phải xây dựng và phát triển mạnh mẽ các ngành công nghiệp, trong đó then chốt là ngành chế tạo tư liệu sản xuất. Sở dĩ như vậy vì theo quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lê Nin thì "Tái mở rộng của khu vực sản xuất tư liệu sản xuất để sản xuất tư liệu sản xuất quyết định qui mô của tái sản xuất mở rộng". Sự phát triển của các ngành chế tạo tư liệu sản xuất là cơ sở, là "đòn xeo" để cải tạo, phát triển nền kinh tế quốc dân. Qua phân tích trên cho ta thấy, đối tượng CNH, HĐH là tất cả các ngành kinh tế quốc dân, nhưng trước hết và quan trọng nhất là ngành công nghiệp sản xuất tư liệu sản xuất. Đồng thời mục tiêu của CNH, HĐH còn là sử dụng kỹ thuật, công nghệ ngày càng tiên tiến và hiện đại nhằm đạt năng suất lao động xã hội cao. Tất cả những điều đó chỉ có thể được thực hiện trên cơ sở một nền khoa học - công nghệ phát triển đến một trình độ nhất định.

Nội dung cụ thể của CNH, HĐH thể hiện:

3.1 CNH, HĐH là quá trình trang bị và trang bị lại công nghệ hiện đại cho tất cả các ngành kinh tế quốc dân.

Lịch sử công nghiệp hoá trên thế giới cho thấy công nghiệp hoá gắn liền với các cuộc cách mạng về kỹ thuật và công nghệ. Công nghiệp hoá đòi hỏi phải trang bị và trang bị lại công nghệ cho các ngành kinh tế gắn liền với quá trình hiện đại hoá ở cả phần cứng lẫn phần mềm của công nghệ. Cách thức tiến hành ở những nước khác nhau, không giống nhau. Có nước tiến hành công nghiệp hoá bằng cách tự nghiên cứu, tự sáng chế, tự trang bị công nghệ mới cho các ngành kinh tế trong nước, lại có nước tiến hành thông qua chuyển giao công nghệ. Một số nước khác lại tiến hành kết hợp giữa tự nghiên cứu và chuyển giao.

Thực chất của chuyển giao công nghệ là đưa công nghệ từ nước này sang nước khác, làm thay đổi quyền sở hữu và quyền sử dụng công nghệ được chuyển giao nhằm rút ngắn quá trình hiện đại hoá công nghệ và do vậy có thể đẩy nhanh tốc độ, nâng cao năng lực sản xuất, khai thác có hiệu quả hơn các nguồn lực nhằm đạt được tăng trưởng kinh tế.

3.2 CNH, HĐH làm thay đổi hoạt động của các ngành kinh tế và các lĩnh vực hoạt động xã hội

Nền kinh tế của nước ta là nền kinh tế thống nhất các ngành, các lĩnh vực hoạt động có quan hệ biện chứng với nhau. Sự thay đổi ở ngành kinh tế này, ở lĩnh vực hoạt động này sẽ kéo theo hoặc đòi hỏi sự thay đổi thích ứng ở các ngành, và các lĩnh vực hoạt động khác và ngược lại, vì thế quá trình CNH, HĐH cũng gắn liền với quá trình phân công lại lao động xã hội cho phù hợp với quy luật kinh tế. Tỷ trọng và số người lao động trong công nghiệp tăng lên sẽ làm cho tỷ trọng và số

người lao động trong nông nghiệp giảm đi. Tỷ trọng và số người lao động có trí tuệ càng cao sẽ làm cho số người và lao động giản đơn giảm đi, CNH sẽ dẫn đến kết quả là các ngành phi sản xuất vật chất sẽ tăng nhanh hơn tốc độ lao động trong các ngành sản xuất giản đơn khác. Quá trình phân công lại lao động xã hội cũng thay đổi, cơ cấu kinh tế mới cũng dần dần được hình thành và vị trí của các ngành kinh tế cũng thay đổi.

CNH, HĐH còn tác động đến mọi lĩnh vực đời sống xã hội từ lực lượng sản xuất đến quan hệ sản xuất, từ cơ sở hạ tầng đến kiến trúc thượng tầng. Việc thực hiện CNH, HĐH có hiệu quả sẽ thủ tiêu tình trạng kém phát triển về xã hội, nâng cao mức sống của nhân dân, tạo điều kiện mở mang dân trí, phát triển đời sống văn hoá, tinh thần của mọi thành viên trong xã hội. CNH, HĐH tạo tiền đề vật chất kỹ thuật cho việc thực hiện các nội dung của kinh tế – xã hội. CNH, HĐH không dừng lại ở khía cạnh kinh tế – kỹ thuật đơn thuần mà phải xem xét thấu đáo các khía cạnh của kinh tế và xã hội, CNH, HĐH còn là một quá trình xây dựng và phát triển văn hoá, phát triển con người và các nguồn lực con người, sự gia tăng giá trị của con người có vai trò rất quan trọng, là cốt lõi của mọi vấn đề. Vì vậy đẩy mạnh CNH, HĐH còn dựa trên nền tảng văn hoá, sự kết hợp truyền thống và hiện đại, dân tộc và thời đại vì mục tiêu phát triển là con người, phát triển kinh tế – xã hội bền vững.

3.3 CNH, HĐH đồng thời là quá trình mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế.

Hiện nay nước ta không thể tăng trưởng và phát triển kinh tế mà thực hiện đóng cửa, lại không phải CNH, HĐH mà hạn chế quan hệ với nước ngoài. Nghị quyết ĐH Đảng VI, VII, VIII đặc biệt là Văn kiện ĐH Đảng toàn quốc lần thứ IX càng xác định rõ chúng ta cần đẩy nhanh CNH, HĐH càng phải hội nhập sâu sắc với các tổ chức kinh tế quốc tế. Sự hợp tác trong phân công lao động quốc tế trở thành nhu cầu thiết yếu, khi mà cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại đang phát triển như vũ bão với quy mô toàn cầu và yêu cầu của các quốc gia đều muốn hợp tác để phát triển kinh tế vì sự phồn vinh của đất nước, không phân biệt chế độ chính trị khác nhau. Bởi vậy, các nước đang phát triển như nước ta đều muốn mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế nhằm thu hút vốn, công nghệ, thị trường kinh nghiệm quản lý của các nước để thực hiện CNH, HĐH theo hướng hội nhập quốc tế.

3.4 CNH, HĐH là nội dung mang tính phổ biến nhằm thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế của các nước.

Tính phổ biến của CNH, HĐH thể hiện ở nhiều khía cạnh:

Một là, CNH, HĐH mang tính phổ biến, nghĩa là các nước từ nền kinh tế lạc hậu muốn phát triển tiên tiến, hiện đại, từ các chế độ chính trị khác nhau cũng đều phải tiến hành CNH, HĐH.

Hai là, mặc dù nội dung, cách thức, bước đi CNH, HĐH có tính đặc thù, tùy thuộc vào điều kiện cụ thể của mỗi nước và bối cảnh quốc tế ở từng thời kỳ, nhưng nội dung cơ bản đều nói lên thực chất của CNH, HĐH đều có nghĩa chung là trang bị lại kỹ thuật hiện đại cho các ngành kinh tế. Chuyển đổi cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động theo hướng CNH, HĐH, vừa là quá trình kinh tế kỹ thuật, vừa là quá trình kinh tế – xã hội.

Ba là, về mục tiêu của CNH, HĐH đều là xây dựng cơ sở vật chất – kỹ thuật hiện đại, khai thác có hiệu quả nguồn lực của đất nước, tạo năng suất lao động cao, đảm bảo nhịp độ phát triển kinh tế – xã hội nhanh và bền vững.

4. Các quan điểm về công nghiệp hóa, hiện đại hóa

4.1. CNH, HĐH thể hiện sự kết hợp công nghệ truyền thống với công nghệ hiện đại, tranh thủ đi nhanh vào hiện đại hoá ở những khâu quyết định

Trong điều kiện cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại đang có những bước phát triển nhanh chóng và xu thế quốc tế hóa kinh tế hiện nay, công nghiệp hóa nhất thiết phải gắn liền với hiện đại hóa. Thực chất của quá trình hiện đại hóa nền kinh tế là không ngừng nâng cao trình độ phát triển của lực lượng sản xuất theo tiến trình phát triển của khoa học và công nghệ trên thế giới. Quá trình CNH, HĐH ở nước ta sẽ gặp nhiều khó khăn, nảy sinh nhiều mâu thuẫn lớn, chúng ta không nhanh chóng sử dụng các kỹ thuật và công nghệ hiện đại để hiện đại hóa nền kinh tế thì có nguy cơ tụt hậu xa hơn với các nước. Mặt khác, nếu tập trung tất cả cho đầu tư trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ hiện đại thì lại chưa phù hợp, lãng phí tiềm năng và nảy sinh nhiều vấn đề bức xúc. Vì vậy trong quá trình CNH, HĐH chúng ta cần áp dụng công nghệ truyền thống đồng thời kết hợp với công nghệ hiện đại của các nước đi trước để thực hiện.

- CNH, HĐH phải bảo đảm tính bền vững và hiệu quả.
- CNH, HĐH các ngành công nghiệp phải mang lại hiệu quả cho xã hội, tạo nhiều việc làm.
- Đảm bảo tính ổn định, xây dựng được nền kinh tế văn minh công nghiệp và ổn định các mối quan hệ kinh tế – xã hội.
- Bảo vệ môi trường sinh thái.

4.2. Khai thác tốt các nguồn lực trong nước trong tiến trình CNH, HĐH

CNH, HĐH là vấn đề trọng tâm của đất nước, là việc khai thác, xử lý có hiệu quả các nguồn lực về: Tài nguyên thiên nhiên, khoáng sản, đất đai, kết cấu hạ tầng, nguồn lực con người ...

Thế mạnh của nước ta trong tiến trình thực hiện CNH, HĐH là một trong những nước đông dân trên thế giới, có lực lượng lao động lớn, tỷ lệ phổ cập giáo dục cao so với nhiều nước trong khu vực. Người Việt Nam được đánh giá là có sự lao động cần cù, sáng tạo, thông minh. Tuy vậy, cũng còn có những mặt hạn chế nhất định như tính cộng đồng chưa tốt, lao động có trình độ chuyên môn thấp, làm hạn chế quá trình bứt phá vươn lên, giảm tính năng động của con người. CNH, HĐH còn căn cứ vào nguồn lực về tài nguyên thiên nhiên, về cơ sở hạ tầng. Để xây dựng đất nước không thể dùng lao động thủ công lạc hậu. Vì vậy, thực hiện CNH, HĐH đòi hỏi phải biết kết hợp và vận dụng tối đa mọi nguồn lực để tạo ra những đột phá về khoa học, kỹ thuật để đạt được các thành tựu kinh tế, xã hội. Trong đó, đặc biệt là nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới; Tạo tiền đề vững chắc trong hội nhập.

4.3. Quan điểm kế thừa trong CNH, HĐH.

CNH, HĐH là quá trình kế thừa có chọn lọc cơ sở hạ tầng cũ, xây dựng và lắp đặt kỹ thuật mới, tranh thủ sử dụng khoa học, công nghệ tiên tiến với bản chất tốt đẹp và truyền thống yêu nước, tính sáng tạo của con người Việt Nam. Đồng thời thực hiện đào tạo lại nguồn nhân lực trên cơ sở được phát triển, áp dụng khoa học công nghệ mới vào sản xuất, làm như vậy sẽ tiết kiệm được ngân sách và mang lại hiệu quả cho công nghiệp hóa.

4.4. Công tác đảm bảo môi trường sinh thái bền vững trong CNH, HĐH.

Việc phát triển thị trường trong nước và hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới sẽ làm thương mại Việt Nam phát triển. Để giải quyết tốt mối quan hệ giữa thương mại và môi trường đòi hỏi áp dụng khoa học kỹ thuật mới làm tăng số lượng sản phẩm nhưng không huỷ hoại đến môi trường sinh thái, tiêu tốn nhiều nguyên liệu nhưng không dẫn đến làm huỷ hoại môi trường, giữ vững cân bằng sinh thái. Sự nghiệp đổi mới sẽ tạo thuận lợi cho việc mở rộng thị trường trong nước, xuất hiện nhiều loại hình kinh doanh thương mại, dịch vụ, thu nhập của người lao động sẽ khá lên, tiêu dùng hàng hoá ngày càng nhiều. Về phát triển thị trường xuất khẩu chúng ta cần quán triệt quan điểm là một nước xuất khẩu nhiều mặt hàng nhạy cảm với môi trường như nông, lâm, thuỷ sản, may mặc, da giày... CNH, HĐH thương mại là bảo đảm phát triển thương mại vượt qua được các quy định và rào cản môi trường để giữ được thương mại bền vững.

II. KHÁI NIỆM, VAI TRÒ VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI .

1. Khái niệm:

CNH, HĐH trong thương mại là việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật cho ngành Thương mại tạo nên sức mạnh tổng hợp làm thay đổi các hoạt động thương mại theo hướng văn minh hiện đại ngang tầm với các nước. Làm cho thương mại - dịch vụ phát triển sôi động không chỉ ở các trung tâm đô thị mà còn trên cả thị trường nông thôn và miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc ít người.

CNH, HĐH trong thương mại sẽ làm thay đổi trong sản xuất và lưu thông hàng hoá với việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành Thương mại theo hướng hiện đại hóa các khâu dịch vụ, thương mại. Trên cơ sở tiếp thu kinh nghiệm của các nước đi trước, CNH, HĐH trong thương mại ở nước ta được tiến hành với hình thức và bước đi thích hợp để thực hiện các mục tiêu phát triển thương mại.

Hoạt động thương mại chủ yếu là quá trình lưu thông hàng hoá, được xem là một khâu của quá trình tái sản xuất xã hội, khâu trao đổi, khâu trung gian, nối liền giữa sản xuất và tiêu dùng nên CNH, HĐH thương mại là quá trình phát triển tự thân của ngành và vừa góp phần quan trọng vào thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu dùng của xã hội.

Khái niệm về CNH, HĐH thương mại được hiểu là quá trình chuyển đổi cơ bản hoạt động lưu thông hàng hoá từ sử dụng sức lao động Thương mại thủ công là chính sang sử dụng một cách phổ biến lao động với công nghệ hiện đại, phương tiện và phương pháp tiên tiến nhằm thúc đẩy lưu thông hàng hoá trong nước và nước ngoài; mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả trong lĩnh vực lưu thông hàng hoá, trên cơ sở đó góp phần tích cực thúc đẩy nền kinh tế - xã hội phát triển, từng bước hội nhập thành công vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

2. Vai trò của CNH, HĐH đối với sự phát triển thương mại

- CNH, HĐH góp phần đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế

Thương mại với chức năng là tổ chức và thực hiện quá trình lưu thông hàng hoá và dịch vụ nhằm thúc đẩy phát triển sản xuất xã hội. Thương mại là lưu thông hàng hoá, là tiêu thụ sản phẩm, thương mại có vị trí và vai trò quan trọng trong việc ổn định cung cầu hàng hoá, góp phần phát hiện và tìm kiếm thị trường cho sản xuất phát triển. Thông qua các hoạt động thương mại còn có tác dụng mở rộng hay thu hẹp phạm vi sản xuất. Với ý nghĩa to lớn đó, CNH, HĐH thương mại sẽ góp phần đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế.

- CNH, HĐH góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH, HĐH là một trong các chủ trương chiến lược của Đảng và Nhà nước nhằm đưa nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển nhanh chóng hoà nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Thương mại là một bộ phận cấu thành của nền kinh tế, và bị chi phối và quyết định bởi các ngành kinh tế khác. Do đó CNH, HĐH thương mại sẽ liên quan đến cơ cấu các ngành, các nhóm hàng hoá lưu thông, liên quan đến các thành phần kinh tế, đến lao động và kỹ

thuật trong thương mại.

Cơ cấu kinh tế của nước ta là từ nông nghiệp là chủ yếu, công nghiệp, dịch vụ chưa phát triển. Thực hiện CNH, HĐH dự báo sẽ đưa kinh tế nước ta chuyển dịch theo cơ cấu: tỷ trọng nông nghiệp trong GDP chiếm 16-17%, công nghiệp xây dựng chiếm 40-41%; dịch vụ chiếm 42-43% GDP.

- CNH, HĐH góp phần tạo ra năng suất lao động cao và nâng cao chất lượng hàng hoá, nâng cao hiệu quả trong kinh doanh

CNH, HĐH trong thương mại là thể hiện việc lấy khoa học và công nghệ làm động lực để phát triển thương mại, tạo năng suất lao động cao, chất lượng hàng hoá tốt, đảm bảo quy trình lưu thông hàng hoá thông suốt, giảm được mọi chi phí, phục vụ cho tiêu dùng và xuất khẩu.

- CNH, HĐH góp phần giải quyết việc làm cho người lao động, nâng cao chất lượng cuộc sống, thể hiện văn hoá trong thương mại và giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc

CNH, HĐH sẽ góp phần giải quyết việc làm cho người lao động, đây là vấn đề bức xúc của đất nước. CNH, HĐH sẽ thay đổi cơ cấu lao động từ nông thôn vào lao động trong các khu công nghiệp, khu chế xuất, tham gia hoạt động, lao động trong các loại hình dịch vụ. Thương mại: trong quá trình CNH, HĐH chất lượng lao động được nâng lên, tiềm lực của con người Việt Nam được khai thác và phát huy, làm sao giữ vững được truyền thống lao động cần cù, tính sáng tạo của con người Việt Nam, phát huy được tính cộng đồng của người Việt nam khi tham gia hội nhập nền kinh tế thế giới.

- CNH, HĐH góp phần đưa thương mại nước ta hội nhập vào nền kinh tế thế giới

CNH, HĐH thương mại đã góp phần tích cực đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế – thương mại quốc tế nhằm mở rộng thị trường bằng việc ký kết Hiệp định thương mại song phương và đa phương, mở rộng được quan hệ với các tổ chức kinh tế, tài chính ngân hàng quốc tế.

- CNH, HĐH thương mại sẽ đem lại các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ và hiện đại cho lĩnh vực lưu thông hàng hoá. Trên cơ sở phát triển các điều kiện về cơ sở hạ tầng, GTVT, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, hệ thống kho tàng, bến bãi... hình thành hệ thống các siêu thị lớn, các cửa hàng, các trung tâm thương mại và áp dụng các tiến bộ khoa học vào thương mại như thương mại điện tử... Các điều kiện này cho phép tiến hành các hoạt động lưu thông hàng hoá có hiệu quả cao hơn. Chẳng hạn, thương mại điện tử ra đời cho phép mở rộng phạm vi trao đổi hàng hoá, các loại hình dịch vụ thương mại hình thành sẽ tiết kiệm được thời gian và đẩy nhanh quá trình lưu thông hàng hoá.

- Đồng thời, CNH, HĐH còn làm thay đổi các hoạt động quản lý thương mại. Nâng cao hiệu lực quản lý các hoạt động thương mại với chất lượng cao thể hiện ở các khâu quản lý nhà nước về thương mại đồng thời nâng cao năng lực của người lao động sản xuất hàng hoá, của người bán hàng và hoạt động của các doanh nghiệp.

- CNH, HĐH trong thương mại tác động trở lại thúc đẩy sự nghiệp CNH, HĐH của các ngành kinh tế khác như giao thông vận tải, nâng cao hoạt động của hệ thống tài chính, tiền tệ bảo hiểm và ngân hàng.

3. Đặc điểm của CNH, HĐH thương mại nước ta:

Trong bối cảnh thay đổi nhanh chóng của nền kinh tế thế giới và căn cứ vào điều kiện cụ thể của nước ta, CNH, HĐH thương mại ở nước ta hiện nay có những đặc điểm chủ yếu sau đây:

Đặc điểm thứ nhất, Công nghiệp hoá thương mại phải gắn liền với hiện đại hoá. Sở dĩ như vậy vì trên thế giới đang diễn ra cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại trong tất cả các lĩnh vực kinh tế, trong đó thương mại đang thay đổi rất mạnh mẽ. Một số nước phát triển đã bắt đầu chuyển từ kinh tế công nghiệp sang kinh tế tri thức, hàng hoá đều được thể hiện bằng các giá trị trí tuệ cao, Thương mại đang tranh thủ ứng dụng những thành tựu của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ để phát triển, Thương mại đang tiếp cận kinh tế tri thức để hiện đại hóa ở những khâu từ sản xuất hàng hoá đến quá trình trao đổi và lưu thông quốc tế.

Đặc điểm thứ hai, Công nghiệp hoá thương mại nước ta tiến hành trong bối cảnh từ một nước nông nghiệp lạc hậu, sản xuất manh mún; cơ sở vật chất kỹ thuật thương mại nghèo nàn, hàng hoá đưa ra trao đổi đơn giản do vậy gặp muôn vàn khó khăn. Chúng ta thực hiện công nghiệp hoá thương mại trong lúc các nước trong khu vực đã đạt đến trình độ phát triển thương mại phát triển cao, đang cạnh tranh gay gắt với ta. Do đó đặt ra cho thương mại vừa phải tổ chức lưu thông tốt trên thị trường trong nước, vừa phải hội nhập tích cực vào thương mại thế giới.

Đặc điểm thứ ba, Công nghiệp hoá thương mại trong điều kiện thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, theo định hướng XHCN. Sự nghiệp CNH, HĐH thương mại nước ta là sự nghiệp của toàn Đảng, toàn dân đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng CSVN và theo định hướng XHCN. Do đó nội dung và các phương thức tiến hành CNH, HĐH thương mại còn phải tiếp tục tìm tòi và học tập kinh nghiệm của các nước

Đặc điểm thứ tư, CNH, HĐH thương mại trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế, vì thế mở cửa nền kinh tế, phát triển các quan hệ kinh tế quốc tế là rất quan trọng

CNH, HĐH thương mại sẽ giúp cho nước ta xây dựng thương mại hiện đại khắc phục nguy cơ tụt hậu thương mại so với các nước trong khu vực. Đẩy mạnh CNH, HĐH thương mại với tư cách là: “làm một cuộc cách mạng toàn diện và sâu

sắc nhất trong tất cả các lĩnh vực của sản xuất lưu thông hàng hoá ” đây là sự lựa chọn phù hợp với quy luật khách quan để chúng ta hội nhập vào tiến trình phát triển chung của khu vực và quốc tế. Vấn đề cốt lõi của CNH, HĐH thương mại là thay đổi lao động sản xuất hàng hoá từ thủ công, lạc hậu sang lao động sản xuất hàng hoá sử dụng kỹ thuật tiên tiến, hiện đại để đạt năng suất lao động cao. CNH, HĐH các công đoạn từ quản lý đến kinh doanh hàng hoá thể hiện được văn minh thương mại. Đây thực sự là một cuộc cách mạng trong thương mại nhằm hiện đại hoá thương mại. Hiện đại hoá thương mại còn bao hàm cả phương diện văn hoá xã hội, thể hiện văn minh trong lưu thông phục vụ tốt cho con người. Hiện đại hoá thương mại có nội dung rộng lớn và có ý nghĩa to lớn. CNH thương mại trong điều kiện hiện nay luôn luôn gắn liền với nội dung hiện đại hoá. Đây là con đường phát triển tất yếu, khách quan của nước ta trong giai đoạn hiện nay.

Nước ta tiến hành CNH, HĐH trong bối cảnh nền kinh tế thế giới đã phát triển. Trong khi đó, kinh tế thị trường ở nước ta phát triển chưa rõ nét. Do đó nhận thức rõ sự gắn kết giữa CNH và HĐH. Nghị quyết Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành TW ĐCSVN khoá VII đã thông qua đường lối tiến hành CNH, HĐH ở nước ta là *“quá trình chuyển đổi căn bản - toàn diện các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và quản lý kinh tế, xã hội từ sử dụng lao động thủ công là chính, sang sử dụng một cách phổ biến sức lao động cùng với công nghệ, phương tiện và phương pháp tiên tiến, hiện đại, dựa trên sự phát triển của công nghiệp và tiến bộ khoa học - công nghệ, tạo ra năng suất lao động xã hội cao.”*

Coi sự nghiệp CNH, HĐH ở nước ta hiện nay là một cuộc cách mạng toàn diện và sâu sắc trong tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế xã hội. Đại hội Đại biểu Đảng toàn quốc lần thứ VIII, khi thông qua đường lối đẩy mạnh CNH, HĐH, chỉ rõ “Mục tiêu của CNH, HĐH là xây dựng nước ta thành một nước công nghiệp có cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, cơ cấu kinh tế hợp lý, quan hệ sản xuất tiên bộ, phù hợp với trình độ phát triển của lực lượng sản xuất, đời sống vật chất và tinh thần cao, quốc phòng, an ninh vững chắc, dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, văn minh”.

Nước ta tiến hành CNH, HĐH trong bối cảnh mà trình độ phát triển của lực lượng sản xuất còn lạc hậu nhiều so với các nước khác đặc biệt là so với những nước trong khu vực. Đồng thời, chúng ta cũng đang đứng trước những thách thức hết sức khắt khe của xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

Từ những đặc điểm nêu trên, con đường CNH, HĐH ở nước ta phải có sự lựa chọn khoa học dựa trên những bài học kinh nghiệm của các nước đi trước để vận dụng vào điều kiện thực tế Việt Nam, nhằm thực hiện thắng lợi CNH, HĐH ngành Thương mại.

III. NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI NƯỚC TA

Khi nghiên cứu về nguồn gốc và thực chất của tư bản thương nghiệp. C.Mác cho rằng đối với tư bản thương nghiệp trước CNTB thì lợi nhuận thương nghiệp được coi là do mua rẻ, bán đắt mà có. Các Mác nói: “Lợi nhuận thương nghiệp không những là kết quả của việc ăn cắp và lừa đảo mà đại bộ phận lợi nhuận thương nghiệp chính là do những việc ăn cắp và lừa đảo mà ra cả”.

Đối với tư bản thương nghiệp TBCN nếu gạt bỏ các chức năng khác liên quan với nó như: bảo quản, đóng gói, chuyên chở (tức là chức năng tiếp tục quá trình sản xuất trong lĩnh vực lưu thông) mà chỉ hạn chế ở các chức năng chủ yếu là mua và bán, thì nó không sáng tạo ra giá trị và giá trị thặng dư. Trái lại, nó chỉ làm nhiệm vụ thực hiện giá trị và giá trị thặng dư. Nếu nhìn bề ngoài thì hình như lợi nhuận thương nghiệp là do mua rẻ, bán đắt, do lưu thông tạo ra nhưng về thực chất của lợi nhuận thương nghiệp là phần giá trị thặng dư được sáng tạo ra trong lĩnh vực sản xuất mà nhà tư bản công nghiệp nhượng lại cho nhà tư bản thương nghiệp.

Với ý nghĩa đó Tư bản thương nghiệp chỉ hoạt động trong lưu thông. Tư bản thương nghiệp góp phần mở rộng quy mô tái sản xuất mở rộng.

Trên cơ sở lý luận của Các Mác, nghiên cứu hình thái kinh tế XHCN, nội dung cơ bản của CNH, HĐH trong thương mại là thay đổi toàn bộ hoạt động thương mại từ cơ chế tập trung quan liêu bao cấp, kế hoạch hoá cao độ chuyển sang hoạt động thương mại theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước, định hướng XHCN. Đây là bước chuyển đổi căn bản của ngành Thương mại.

Nội dung CNH, HĐH hoạt động thương mại cụ thể như sau:

1- CNH, HĐH thương mại nước ta là quá trình xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại làm thay đổi toàn diện và sâu sắc tất cả các lĩnh vực hoạt động của lưu thông hàng hoá.

Về thực chất, CNH, HĐH các hoạt động thương mại là một cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật trong thương mại, thay đổi toàn bộ các hoạt động thương mại từ sử dụng lao động thủ công, sản xuất hàng hoá nhỏ lẻ với hệ thống cơ sở vật chất còn lạc hậu chuyển sang áp dụng các phương tiện hiện đại để chuyển chở bảo quản hàng hoá, sử dụng hệ thống kho tàng bến bãi tương đối hiện đại để bảo quản, kiểm tra hàng hoá. Hệ thống bán hàng hiện đại, hệ thống kênh phân phối thông suốt, phục vụ tốt cho người tiêu dùng.

Kết quả của CNH, HĐH thương mại tác động đến sản xuất theo hướng thúc đẩy sản xuất hàng hoá phát triển, mặt hàng ngày càng phong phú, đa dạng, chất lượng tốt, cạnh tranh có hiệu quả với hàng ngoại nhập, đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng của nhân dân, khắc phục được những mặt hàng thiếu, thay thế nhiều mặt hàng nhập ngoại, góp phần làm cho thị trường hàng hóa phát triển sôi động và ổn định.

2- CNH, HĐH thương mại tạo được nguồn nhân lực mạnh mẽ cho ngành Thương mại, đồng thời tạo được nhiều việc làm cho người lao động, góp phần giải quyết được những lao động dư thừa của nước ta hiện nay. Trên cơ sở tranh thủ cơ hội của thị trường để tổ chức sản xuất trong nước, phát triển các loại hình thương mại, dịch vụ góp phần tạo nên cơ cấu mới về lao động cho đất nước.

3- CNH, HĐH thương mại là thể hiện hàng hoá sản xuất ra và đưa vào lưu thông có hàm lượng khoa học tiên tiến, hiện đại, vừa thể hiện tính hiện đại, vừa giữ được bản sắc của dân tộc Việt Nam, vừa tham gia cạnh tranh mạnh mẽ với hàng hóa của các nước trên thị trường thế giới. Chúng ta tiến hành CNH thương mại trong bối cảnh của thời đại là sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng KHKT và công nghệ và quá trình toàn cầu hoá kinh tế diễn ra ở hầu hết các nước.

4- Công nghiệp hoá thương mại đi liền với hiện đại hoá. Công nghiệp hoá thể hiện rõ rệt với các doanh nghiệp thương mại, được cụ thể trong sản xuất và trong lưu thông làm thế nào để nâng cao được chất lượng hàng hoá, giảm giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường, hiện đại hoá trong thương mại là việc áp dụng mọi phương tiện kỹ thuật hiện đại để quản lý thương mại, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước thương mại góp phần tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp thương mại phát triển.

5- CNH, HĐH thương mại làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu xã hội nước ta, trước hết là quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông, công nghiệp sang thương mại dịch vụ, có nghĩa là nâng cao tỷ trọng thương mại dịch vụ trong GDP của cả nước. Trong lúc thương mại dịch vụ các nước đang phát triển cạnh tranh quyết liệt với các nước chậm phát triển trên thị trường thế giới, nhiều doanh nghiệp thương mại của ta do nắm bắt được thị trường, phát triển được nhiều mặt hàng, tạo được sức cạnh tranh, trụ được trên thị trường thế giới. Đó là kết quả của quá trình CNH, HĐH thương mại thời gian vừa qua.

6- CNH, HĐH trong thương mại bằng việc mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế về nhiều mặt. CNH, HĐH làm trao đổi hàng hoá trên thị trường nội địa và đẩy mạnh xuất khẩu, tạo tiền đề cho thương mại Việt Nam hội nhập được với kinh tế khu vực và thế giới.

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tạo ra nhiều cơ hội để cho các doanh nghiệp thương mại Việt Nam mở rộng quan hệ, tiếp cận với các phương thức quản lý tiên tiến, tiếp thu những thành tựu khoa học công nghệ mới của thế giới và tham gia vào cuộc cạnh tranh đang diễn ra ngày càng gay gắt giữa các quốc gia trên thế giới. Quá trình hội nhập cũng tạo ra một áp lực buộc các doanh nghiệp trong nước tiến hành đổi mới, xoá bỏ tư tưởng ỷ lại vào sự bảo hộ của nhà nước, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh góp phần thúc đẩy hoạt động thương mại phát triển.

IV. PHƯƠNG THỨC CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI

1 - Phương thức hiện đại hoá trong quản lý thương mại

Phương thức CNH, HĐH trong thương mại được hiểu là cách thức thực hiện CNH, HĐH. Trong phạm vi nghiên cứu của đề tài này tập trung nghiên cứu làm rõ hiện đại hoá trong quản lý thương mại và CNH, HĐH trong kinh doanh thương mại. Thể hiện HĐH trong quản lý hoạt động thương mại; HĐH theo cơ chế thị trường và HĐH các hoạt động quản lý thương mại.

1.1- Hiện đại hoá quản lý hoạt động của các doanh nghiệp thương mại

Việc quản lý hoạt động của các doanh nghiệp thương mại được đổi mới mạnh mẽ từ khi có Nghị quyết TW3 khoá IX của Đảng. Chính phủ, Bộ Thương mại đã xây dựng Chương trình hành động với các nội dung và phương thức sửa đổi, bổ sung cơ chế chính sách phục vụ cho việc sắp xếp, phát triển các doanh nghiệp thương mại trong phạm vi cả nước. Xây dựng lộ trình đổi mới các doanh nghiệp từ nay cho đến năm 2005- 2010.

Nhà nước có các chính sách hoạt động cụ thể tăng cường đầu tư vốn, công nghệ, lao động để đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng cường công tác xúc tiến thương mại, hỗ trợ cho các doanh nghiệp có nhiều điều kiện để phát triển và mở rộng thị trường.

Xây dựng các trung tâm giới thiệu sản phẩm giao dịch thương mại, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có nhiều cơ hội để quảng bá sản phẩm hàng hoá của mình, mở cửa cho các doanh nghiệp tiếp cận với thị trường nước ngoài, xúc tiến việc tổ chức các chi nhánh, văn phòng đại diện ở nước ngoài.

Bộ Thương mại tăng cường xúc tiến cho các doanh nghiệp tiếp cận một số thị trường chủ yếu, có sức tiêu thụ hàng hoá của ta với số lượng lớn góp phần tăng kim ngạch xuất khẩu.

Bộ Thương mại đề xuất với nhà nước có các biện pháp tăng cường hoạt động các hiệp hội ngành hàng, tham gia hiệp hội quốc tế để tạo điều kiện cho các doanh

ngành Thương mại tiếp cận với các thông tin khách hàng, tiếp cận với thủ tục, tập quán buôn bán quốc tế, hạn chế được những khó khăn trong giai đoạn đầu doanh nghiệp hoạt động trên thị trường quốc tế.

1.2- Hiện đại hoá thương mại theo cơ chế mới, cơ chế thị trường định hướng XHCN

Hiện đại hoá theo cơ chế mới- cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo cơ chế 1 cửa , thông thoáng, tạo mọi điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động. Thị trường phản ánh nhu cầu của xã hội, có sức mạnh quan trọng trong phân bổ mạng lưới thương mại, ứng dụng các tiến bộ khoa học, công nghệ trong tổ chức lưu thông hàng hoá. Điều này cũng có nghĩa, thị trường sẽ chi phối đến mục tiêu, bước đi, biện pháp CNH, HĐH trong thương mại và Nhà nước chỉ đóng vai trò “bà đỡ” nhằm thúc đẩy nhanh và định hướng hiệu quả cho quá trình này. Cơ chế quản lý thương mại được xây dựng ổn định lâu dài và đi dần theo thông lệ quốc tế.

1.3- CNH, HĐH trong quản lý xuất nhập khẩu, lưu thông hàng hoá thị trường nội địa

So với trước kia, QLNN về thương mại đã được CNH, HĐH trong tất cả các khâu của hoạt động quản lý thương mại. Trong lĩnh vực quản lý xuất nhập khẩu đổi mới mạnh mẽ ở cả tầm vĩ mô và vi mô bằng một loạt các văn bản Nghị định của Chính phủ quy định về chế độ và tổ chức quản lý hoạt động xuất nhập khẩu. Có thể tóm lược những nội dung đổi mới như sau:

- + Xóa bỏ phân loại các chỉ tiêu pháp lệnh về sản xuất và xuất nhập khẩu, trao quyền tự chủ sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu cho các doanh nghiệp, tự trang trải về tài chính và làm nghĩa vụ đối với nhà nước.

- + Mở rộng quyền quản lý xuất nhập khẩu cho tất cả các ngành và UBND tỉnh, thành phố thuộc trung ương, mở rộng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu cho những đơn vị kinh tế thuộc các loại hình doanh nghiệp, chấp nhận việc cạnh tranh trong xuất nhập khẩu.

- + Xóa bỏ chế độ bao cấp trong kinh doanh xuất nhập khẩu, xóa bỏ việc bù lỗ xuất khẩu từ ngân sách nhà nước, định giá bán vật tư, hàng hoá nhập khẩu sát với giá kinh doanh đối với những mặt hàng thiết yếu nhà nước đang quản lý.

- + Giải quyết việc thanh toán hàng hoá xuất nhập khẩu thực hiện các hiệp định thương mại và các nghị định thư ký giữa nước ta với nước ngoài thanh toán bằng ngoại tệ tự do chuyển đổi, trong nhiều trường hợp xử lý với các hợp đồng chính phủ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp áp dụng các phương thức đổi hàng, thanh toán chậm ... phần nào đã giảm bớt khó khăn trong thanh toán quốc tế và khó khăn về tài chính cho một số nước Đông Nam Á khi gặp khủng hoảng tài chính tiền

tệ năm 1997 – 1998, tạo hành lang pháp lý cho các đơn vị xuất nhập khẩu làm ăn với nước ngoài. Do được quán triệt tinh thần CNH, HĐH trong quản lý xuất nhập khẩu, Bộ Thương mại đã giúp Chính phủ đổi mới mạnh mẽ cơ chế quản lý trong thương mại dài hạn thay thế cho cơ chế cũ áp dụng từng năm một, tạo hành lang pháp lý và thời gian ổn định để cho các doanh nghiệp hoạt động. Việc sửa đổi một loạt cơ chế chính sách quản lý xuất nhập khẩu theo hướng thông thoáng như bãi bỏ chế độ cấp giấy phép kinh doanh xuất nhập khẩu, cấp giấy phép xuất nhập khẩu chuyển, nới lỏng chế độ kinh doanh theo mặt hàng... đã tạo nhiều điều kiện cho các đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu hoạt động.

Chuyển quản lý bằng các phương pháp thủ công (viết các văn bản bằng tay, kiểm tra hàng hoá xuất nhập khẩu cũng bằng phương pháp thủ công...) sang việc sử dụng máy vi tính, nối mạng giữa các tổ cấp giấy phép, nối mạng với Tổng cục Hải quan... sử dụng máy soi hàng, các thiết bị hiện đại khác để quản lý xuất nhập khẩu. Chuyển từ chế độ không tự động sang chế độ tự động trong cấp giấy phép xuất nhập khẩu. Việc đăng ký kinh doanh, cấp phép và cung cấp các thông tin quản lý được thực hiện trên mạng Internet. Triển khai chính phủ điện tử và quản lý nhà nước cũng từng bước đi theo hướng CHN, HĐH. Do đặc thù của nước ta nên phải thực hiện từ từ, từng bước rút kinh nghiệm, sau đó mới triển khai rộng.

– Về quản lý nhà nước đối với hoạt động lưu thông hàng hoá trên thị trường nội địa đã làm cho thị trường sôi động, khối lượng hàng hoá lưu thông tăng liên tục hàng năm với tốc độ tương đối cao, mặt hàng ngày càng phong phú, đa dạng, đáp ứng được nhu cầu cơ bản của sản xuất, góp phần quan trọng vào sự phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở các địa phương, cải thiện đời sống các tầng lớp dân cư quản lý nhà nước về thương mại đã tạo điều kiện để hình thành thị trường thống nhất, thông thoáng, với sự tham gia của các thành phần kinh tế làm thương mại, mọi tiềm năng về lao động, về vốn, về kỹ thuật, về làng nghề truyền thống và kinh nghiệm buôn bán của các chủ thể kinh doanh thương mại đều được huy động vào trong lưu thông hàng hoá.

Các kênh lưu thông hàng hoá đã được củng cố, có sự tham gia của các thành phần kinh tế, các loại hình doanh nghiệp góp phần thúc đẩy sản xuất hàng hoá phát triển việc gắn kết giữa các thị trường, thị trường trong nước và quốc tế trở nên chặt chẽ, mạng lưới kinh doanh thương mại, dịch vụ được mở rộng trên cả 3 địa bàn thành thị, nông thôn, miền núi. Phương thức kinh doanh đa dạng với nhiều hình thức linh hoạt như đại lý, uỷ thác, trả góp, trả chậm, liên doanh 4 nhà nhằm triển khai rộng rãi mua gom nông sản của nông dân thông qua hợp đồng tiêu thụ sản phẩm theo tinh thần quyết định 80/2002 QĐ-TTg ngày 24-6-2002 của Thủ tướng

chính phủ góp phần ổn định và thiết lập trật tự thị trường, có lợi cho các nhà sản xuất và lưu thông.

Việc sử dụng một loạt các chính sách trợ cước, trợ giá cho các mặt hàng thiết yếu phục vụ cho đồng bào vùng sâu, vùng xa đã góp phần làm ổn định thị trường và an sinh cuộc sống ở nhiều địa phương khó khăn.

- Quản lý nhà nước ở một số ngành dịch vụ như du lịch, bưu chính viễn thông, vận tải hàng hải; hàng không, đường sắt; đường bộ; hoạt động tài chính, ngân hàng, bảo hiểm,... đã tạo mọi điều kiện để thương mại phát triển.

2- Phương thức CNH, HĐH trong hoạt động kinh doanh thương mại

2.1 Công nghiệp hoá trong lưu thông hàng hoá được thể hiện bởi mọi hoạt động thương mại đều được sử dụng máy móc hiện đại góp phần làm giảm chi phí lưu thông, nâng cao sức cạnh tranh và tăng khả năng quay vòng vốn.

Đây là phương thức cho phép rút ngắn được quá trình công nghiệp hoá trong thương mại, nâng cao được hiệu quả cho kinh doanh.

Công nghiệp hoá ở nước ta tiến hành theo hướng hiện đại hoá. Sở dĩ như vậy bởi vì hiện nay do sự phát triển nhanh chóng như vũ bão của khoa học và công nghệ mà khái niệm hiện đại hoá luôn được bổ sung bằng những nội dung mới với phạm vi bao quát nhiều mặt. Những tiến bộ khoa học và công nghệ được coi là hiện đại cách đây vài thập kỷ thì ngày nay phần nhiều đã trở nên lạc hậu, cần được thay thế. Trong vài ba thập kỷ tới, tương ứng với thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH ở nước ta, sự phát triển khoa học và công nghệ sẽ còn phát triển mạnh mẽ hơn, vì vậy, yêu cầu hiện đại hoá gắn liền với công nghiệp hoá càng bức xúc hơn và trở thành phương thức lựa chọn hợp lý nhất đối với CNH, HĐH nền kinh tế, trong đó có thương mại ở nước ta.

Để hiện đại hoá trong lưu thông hàng hoá ở nước ta là phải tăng cường ứng dụng công nghệ hiện đại vào trong kinh doanh thương mại, tổ chức các kênh lưu thông của hàng hoá nhanh nhất, đáp ứng được cung cầu của thị trường. Điều này đòi hỏi phải lựa chọn những công nghệ, thiết bị hiện đại đưa vào phục vụ lưu thông, với việc áp dụng các phương thức bán hàng hiện đại qua các trung tâm thương mại, siêu thị thể hiện được văn minh thương mại. Phát triển mạnh thương mại điện tử theo tinh thần Nghị quyết Đại hội IX và chỉ thị của Bộ Chính trị về phát triển công nghệ thông tin ở nước ta thời kỳ đến 2010.

Việc sử dụng công nghệ thông tin vào hoạt động lưu thông, vào giao dịch, ký kết hàng hoá và xúc tiến thương mại cũng được áp dụng rộng rãi. Những phương thức áp dụng nêu trên cùng với lợi thế của đất nước sẽ đem lại một hệ thống thương mại phát triển và hoạt động có hiệu quả.

2.2- CNH, HDH trong thương mại có sự tham gia tích cực của tất cả các thành phần kinh tế, trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo

Quan niệm chưa đầy đủ trước đây coi CNH là công việc của Nhà nước, thông qua khu vực kinh tế quốc doanh và tập thể là chủ yếu. Hiện nay, khi tiến hành CNH, HDH cần phải xác định rõ đây là việc làm của tất cả các loại hình doanh nghiệp. Phương thức này còn chỉ ra rằng, việc áp dụng mạnh mẽ khoa học, công nghệ vào thương mại không chỉ là nhiệm vụ của Nhà nước mà đó còn là nhiệm vụ của toàn dân, của mọi thành phần kinh tế. Ở đây, cần phân định được lĩnh vực công nghệ, kỹ thuật nào thì do Nhà nước đầu tư, lĩnh vực nào sẽ tạo điều kiện cho toàn dân tham gia đầu tư. Đầu tư của doanh nghiệp, của doanh nhân giữ vai trò rất quan trọng làm góp phần làm thay đổi các hoạt động thương mại.

2.3- CNH, HDH trong thương mại theo xu hướng quốc tế hoá và hội nhập kinh tế thế giới.

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập trở thành xu thế tất yếu của thời đại, sự hình thành ngày càng rõ và mạnh mẽ tự do hoá thương mại thì CNH, HDH trong thương mại cần phải tiến hành gắn liền với những yêu cầu, đòi hỏi cao của quá trình này. CNH, HDH trong thương mại phải đem lại sự hội nhập nhằm tăng cường quan hệ kinh tế thương mại giữa các nước trong khu vực và thế giới. Ngành Thương mại đưa thương mại điện tử trong trao đổi, thanh toán quốc tế và việc áp dụng hệ thống luật trong thương mại quốc tế phải được ưu tiên đầu tư phát triển.

V. KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC VÀ VÙNG LÃNH THỔ VỀ XÁC ĐỊNH NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG THỨC CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI

1. Một số mô hình CNH, HDH thế giới

Lịch sử phát triển của xã hội loài người đã trải qua quá trình công nghiệp hoá và được phản ánh bằng các mô hình kinh tế như sau:

- **Một là:** Mô hình công nghiệp hoá cổ điển.

Theo mô hình này con người sáng chế và sử dụng công nghệ để làm tăng thêm sức cạnh tranh của mình với tư cách là yếu tố quyết định của lực lượng sản xuất. Dựa vào những tiến bộ về chăn nuôi, về trồng trọt con người đã trải qua trạng thái sống nhờ vào thiên nhiên như săn bắn, hái quả nguyên thủy sang quá độ văn minh nông nghiệp. Đến thế kỷ XV loài người mới có bước tiến về sản xuất. Thế kỷ XVIII là bước ngoặt về kỹ thuật, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất đưa vào sản xuất từ công trường thủ công liên minh sản xuất đại cơ khí. Đến nửa đầu thế kỷ 19, mô hình công nghiệp hoá cổ điển thể hiện rõ rệt nhất ở Anh và các nước Châu Mỹ - Bắc Mỹ

và được tiếp tục thúc đẩy cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 2.

Với sự sáng chế ra máy phát điện một chiều (1877), máy biến thế (1881), điện năng được phát triển, ngành hợp kim sản xuất nhôm ra đời. Mô hình công nghiệp hoá cổ điển diễn ra trong thời gian dài 200 năm ở Châu Âu, Bắc Mỹ.

Trở lại mô hình công nghiệp hoá cổ điển mà nước Anh mở đầu được áp dụng phổ biến ở các nước tư bản phát triển Châu Âu và Châu Mỹ từ thế kỷ XVIII đến cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX. Vận dụng trên cơ sở 2 cuộc Cách mạng công nghiệp, mô hình này đã đưa lực lượng sản xuất lên trình độ phát triển vượt bậc, lớn hơn toàn bộ các giai đoạn trước cộng lại, như C. Mác, Anghen đã đánh giá. Mặt khác, do được thực hiện trong điều kiện chủ nghĩa tư bản, chủ nghĩa thực dân, mô hình công nghiệp hoá cổ điển chứa đựng trong bản thân nó nhiều hạn chế nhất định không thể vượt qua.

- **Hai là:** Mô hình công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu.

Mô hình công nghiệp hoá hướng nội thay thế nhập khẩu xuất hiện chủ yếu vào những năm 50, 60 ở các nước đang phát triển. Vào thời điểm này cuộc cách mạng giải phóng dân tộc trở thành những cao trào ở nhiều khu vực trên thế giới, dẫn đến sự ra đời của hàng trăm quốc gia độc lập. Mô hình công nghiệp hoá hướng nội thay thế nhập khẩu ra đời nhằm xây dựng một nền kinh tế đủ khả năng đảm bảo hầu hết các nhu cầu trong nước tránh sự lệ thuộc vào bên ngoài. Mô hình công nghiệp hoá hướng nội thay thế nhập khẩu thể hiện rõ nhất là Liên Xô trước đây với một số đặc trưng cơ bản. Về mặt cơ cấu ngành kinh tế, mô hình này xác lập một nền công nghiệp hoàn chỉnh, đồng bộ, trong đó không thể thiếu những ngành thiết yếu như năng lượng, luyện kim, cơ khí, hoá chất... các ngành công nghiệp trên được ưu tiên phát triển. Về mặt cơ chế chính sách, mô hình này đòi hỏi phải có hệ thống chính sách bảo hộ thị trường trong nước nghiêm ngặt bằng hạn ngạch thuế quan và phí thuế quan chặt chẽ. Phong trào bài trừ hàng ngoại cũng xuất hiện mạnh mẽ, về mặt tài chính, tiền tệ, các nước này duy trì tỷ giá ngoại hối cố định nhằm tạo giá cao cho nội tệ, mức lãi xuất thấp để trợ giúp cho các doanh nghiệp trong nước, thực hiện chính sách bao cấp rộng rãi, tiến hành trao đổi hàng hoá bằng hiện vật mang tính cấp phát, nhà nước kiểm soát giá cả và độc quyền ngoại thương. Mô hình công nghiệp hoá hướng nội, thay thế nhập khẩu thực hiện 2,3 thập kỷ ở nhiều quốc gia, có thể nói quá trình công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu bên cạnh những thành tựu không thể phủ nhận, cũng bộc lộ nhiều hạn chế, để lại hậu quả kinh tế - xã hội nặng nề.

- **Ba là:** Mô hình công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu.

Đầu thế kỷ XIX, nhà kinh tế chính trị học D.Ricardo đã đưa ra lý thuyết lợi thế so sánh với nội dung cơ bản là phát triển các ngành sản xuất hàng hoá chủ yếu phục vụ cho xuất khẩu trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh của mỗi quốc gia.

Tư tưởng chiến lược của Ricardo là những cơ sở lý luận của mô hình công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu xuất hiện vào những năm 70 của thế kỷ 20.

Nội dung chủ yếu của mô hình này là:

- Miễn hoàn toàn thuế xuất khẩu, miễn giảm thuế nhập khẩu cho các ngành phục vụ, các hàng rào phi thuế quan như quota, giấy phép xuất khẩu dần dần được bãi bỏ.

- Áp dụng nhiều chính sách kinh tế vi mô theo hướng khuyến khích xuất khẩu. Thể hiện mở rộng thị trường, hạ giá đồng tiền thấp hơn mức thực tế, tăng cường tín dụng thương mại, tăng đầu tư từ ngân sách Nhà nước cho các cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu.

- Tăng cường thu hút các nguồn vốn nước ngoài phục vụ cho xuất khẩu. Các nguồn vốn đó là: vốn viện trợ phát triển chính thức ODA, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), vốn đầu tư gián tiếp.

- Thành lập các khu chế xuất, các đặc khu kinh tế, các khu mậu dịch tự do, các khu kinh tế hiện đại trong một nền kinh tế khá phát triển sẽ là tiền đề cho các ngành kinh tế khác phát triển.

Mô hình công nghiệp hoá đã tạo ra sự hấp dẫn, được áp dụng ở nhiều nước và gặt hái được những thành công, mang lại cho nước ta nhiều bài học rất tốt.

Tuy nhiên mô hình công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu cũng bộc lộ một số hạn chế như: đặt nền kinh tế quốc gia vào sự phụ thuộc quá nhạy cảm đối với các yếu tố bên ngoài. Cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ của các nước Đông Nam Á tháng 7 năm 1997 đã phản ánh rõ nét nhất các nhược điểm này.

Bốn là: Mô hình công nghiệp hoá hỗn hợp theo hướng hội nhập quốc tế.

Do nhược điểm và một số mặt hạn chế của các mô hình công nghiệp hoá nêu trên nhiều nước đã điều chỉnh mô hình công nghiệp hoá theo hướng hỗn hợp giữa thay thế nhập khẩu và đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế, đã phát huy lợi thế so sánh, khai thác tổng hợp nguồn lực bên trong và nguồn lực bên ngoài, sức mạnh dân tộc và sức mạnh thời đại bảo đảm hội nhập quốc tế một cách chủ động và có hiệu quả. Nhờ đẩy mạnh xuất khẩu các quốc gia có thêm ngoại tệ, thúc đẩy cạnh tranh nội địa, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, khai thác những lợi thế của đất nước để đẩy mạnh xuất khẩu.

Có thể nói các mô hình công nghiệp hoá hỗn hợp theo hướng hội nhập quốc tế tạo ra những điều kiện rộng mở, thuận lợi cho việc khai thác tốt các nguồn lực, trong đó có việc khai thác và sử dụng hợp lý, có hiệu quả nguồn nhân lực. Trong những năm vừa qua, mô hình công nghiệp hoá hỗn hợp theo hướng hội nhập quốc tế đã được nhiều nước lựa chọn và là mô hình đang có nhiều triển vọng hơn cả.

2. Kinh nghiệm CNH, HĐH của một số nước công nghiệp phát triển Đông Á và Đông Nam Á.

Chiến lược CNH, HĐH ở các nước công nghiệp phát triển (NICs) trong 40 - 50 năm qua, là chiến lược công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu và công nghiệp hóa hướng vào xuất khẩu. Phát triển chiến lược công nghiệp hoá hướng vào xuất khẩu, theo quan điểm của các nước không có nghĩa là đoạn tuyệt với thay thế nhập khẩu, mà chúng luôn luôn phát triển xen kẽ, bổ sung cho nhau. Công nghiệp hoá hướng vào xuất khẩu vẫn cần có sự bổ sung của công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu.

Chiến lược công nghiệp hoá hướng vào xuất khẩu và công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu có vai trò rất quan trọng trong quá trình CNH, HĐH của đất nước có tác dụng thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh chóng. Đó là vì, dù mở cửa đến đâu thì thị trường thế giới vẫn là thị trường mở rộng của các quốc gia, không phải thay thế thị trường của các quốc gia và suy cho cùng, thị trường quốc gia vẫn đóng vai trò chủ yếu, tạo ra nội lực của nền kinh tế. Từ những năm 1950, hầu hết các nước đang phát triển như Hàn Quốc, Đài Loan, Malayxia, Thái Lan đều đã thực hiện thành công chiến lược phát triển công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu, công nghiệp hoá hướng vào xuất khẩu. Đặc biệt như Malayxia đã nhấn mạnh chiến lược công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu, sau đó là chiến lược công nghiệp hóa hướng vào xuất khẩu và rồi lại thay thế nhập khẩu. Các nước NIC cho rằng:

CNH, HĐH nói chung và trong thương mại nói riêng là một quá trình phát triển lâu dài, đòi hỏi có bước đi phù hợp với từng điều kiện hoàn cảnh và nền kinh tế của mỗi nước, đồng thời biết vận dụng linh hoạt các lợi thế của đất nước mình (như lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, môi trường, lợi thế về nhân lực dồi dào, giá nhân công rẻ,...) để phát triển kinh tế.

Từ nghiên cứu những kinh nghiệm phát triển chiến lược CNH, HĐH của một số nước công nghiệp phát triển ở Đông Á, Đông Nam Á cho thấy con đường và bước đi trong tiến trình CNH, HĐH là *con đường kết hợp giữa hai chiến lược hướng vào xuất khẩu và thay thế nhập khẩu, trong đó chiến lược hướng vào xuất khẩu đóng vai trò chi phối, thay thế nhập khẩu đóng vai trò bổ sung*. Đồng thời biết phát huy lợi thế so sánh của chính bản thân nền kinh tế (tài nguyên thiên nhiên, nguồn nhân lực, vốn lớn, công nghệ cao và nguồn nhân lực có trình độ cao...). Đây cũng chính là con đường đã giúp các nước công nghiệp đang phát triển rút ngắn được quá trình công nghiệp hoá, tiến gần các nước công nghiệp phát triển như Mỹ, Nhật Bản và Tây Âu.

Chiến lược CNH hướng vào xuất khẩu và CNH thay thế nhập khẩu được tiến hành thông qua hai giai đoạn công nghiệp hoá chủ yếu: Giai đoạn đầu khi chưa có

vốn lớn, công nghệ cao và nguồn nhân lực còn ở trình độ thấp thì họ phát triển chủ yếu các ngành sử dụng nhiều lao động giá rẻ và tài nguyên thiên nhiên, các ngành có khả năng thu hồi vốn nhanh, có khả năng tích lũy cao, nhưng lại đầu tư ít. Đến khi các lợi thế cũ mất dần đi, các lợi thế mới xuất hiện, khi nền kinh tế đã đạt trình độ phát triển tương đối khá, thu nhập quốc dân tính theo đầu người đã tăng cao, tức là khi sức mua trong nước đã khá, khả năng tích lũy từ nội bộ nền kinh tế đã tương đối cao, còn nguồn lao động giá rẻ ngày càng giảm lợi thế, thì họ chuyển dần sang các ngành công nghiệp quy mô lớn, các công trình lớn với trình độ công nghệ, nhân lực cao và đòi hỏi vốn lớn. Trong hai giai đoạn phát triển luôn luôn có sự phát triển xen kẽ, bổ sung cho nhau. Trong giai đoạn đầu có thể có công nghiệp hiện đại, nhưng không thể là trọng điểm và đại trà, còn đến giai đoạn sau không nhất thiết bỏ hết các ngành dùng nhiều lao động, mà vẫn còn, nhưng ít hơn, tỷ trọng của chúng giảm dần, nhường chỗ cho các ngành có kỹ thuật cao và vốn lớn cùng với công nghệ và nhân lực phát triển toàn diện.

Bốn nước công nghiệp mới ở Đông Á (Hong Kông, Đài Loan, Hàn Quốc và Singapore), thuộc hai loại hình khác nhau. Đài Loan và Hàn Quốc là hai nước hải đảo và bán đảo, thuộc loại hình xã hội nông nghiệp truyền thống chuyển sang xã hội công nghiệp hiện đại. Hong Kông và Singapore là loại hình kinh tế đô thị, mậu dịch chuyển khẩu và dịch vụ tiền tệ. Mặc dù vậy, các nước công nghiệp mới Đông Á cũng có điểm chung: Sau khi hoàn thành khôi phục kinh tế sau chiến tranh, các nước này đều tiến hành công nghiệp hóa theo chiến lược "Thay thế nhập khẩu". Thay thế nhập khẩu là phát triển công nghiệp trong nước nhằm sản xuất các loại sản phẩm, bao gồm tư liệu sản xuất và tư liệu tiêu dùng, thay cho nhập khẩu. Để thực hiện chiến lược này, Chính phủ chú trọng khuyến khích và tạo mọi điều kiện thuận lợi để phát triển công nghiệp trong nước, hạn chế tới mức tối đa việc nhập khẩu những mặt hàng mà trong nước có thể tự sản xuất được. Đặc biệt, để tiến hành thành công quá trình công nghiệp hóa, các nước này đã đi vào khai thác tối ưu các lợi thế so sánh và tài nguyên con người, tài nguyên thiên nhiên, vốn, công nghệ và thị trường. Các lợi thế so sánh này đã được vận dụng một cách sáng tạo, phù hợp với điều kiện cụ thể của mỗi nước. Đồng thời có sự kết hợp giữa lợi thế bên trong với lợi thế bên ngoài, nhằm rút ngắn quá trình và nâng cao hiệu quả CNH, HĐH.

Kinh nghiệm của Đài Loan: Đài Loan có một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu, từ khi tiến hành CNH đến nay, Đài Loan đã có trình độ kinh tế phát triển cao, là một trong bốn con rồng Châu Á. Quá trình công nghiệp hóa ở Đài Loan đã chú trọng cả công nghiệp và nông nghiệp, cả thành thị và nông thôn. Nghĩa là phát triển công nghiệp xen kẽ, ở các thành phố lớn và vừa bố trí các ngành công nghiệp nặng như năng lượng, cơ khí chế tạo, hóa dầu.v.v..., còn các xí nghiệp công nghiệp nhẹ,

sản xuất hàng tiêu dùng và chế biến lương thực thực phẩm được xây dựng ở các huyện, ly, thị trấn ở các vùng gần với nông thôn. Đài Loan thực hiện CNH, HĐH bằng các biện pháp là tăng cường công tác nghiên cứu khoa học để triển khai nhằm hỗ trợ cho các ngành công nghiệp mũi nhọn có tiềm năng xuất khẩu cao và sử dụng ít nguyên liệu, ít năng lượng như điện tử, tin học. Đài Loan đã thực hiện chủ trương "Phát triển nông nghiệp bằng công nghiệp và nuôi dưỡng công nghiệp bằng ngoại thương". Đài Loan tích cực đầu tư vào thương mại dịch vụ, hiện đại hoá CSVCKT của thương mại cũng như hiện đại hoá các cảng biển, kho tàng, bến bãi và phát triển dịch vụ cung ứng tàu biển. Tự động hoá khâu vận chuyển, bốc dỡ hàng hoá. Phương thức hiện đại hoá của Đài Loan là mua thiết bị toàn bộ cả 1 dây chuyền sản xuất chế biến, mua trọn gói cả 1 con tàu vận tải biển hiện đại, mua trọn gói 1 dàn khoan, 1 nhà máy lọc dầu... Do đó, thời gian hiện đại hoá thương mại của Đài Loan diễn ra rất nhanh. Kỹ thuật tự động hoá được áp dụng rộng rãi vào sản xuất nhằm tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành và làm cho xuất khẩu có sức cạnh tranh. Đài Loan đã từ bỏ chiến lược phát triển công nghiệp dựa vào nguồn lao động rẻ và dồi dào trong nước để chuyển sang một giai đoạn mới là phát triển công nghiệp hiện đại trên cơ sở tự động hoá ở mức cao. Với sự phát triển như vậy, kết quả là đã rút ngắn được sự chênh lệch về thu nhập giữa thành thị và nông thôn và sự chênh lệch giàu nghèo cũng được thu hẹp lại.

Kinh nghiệm của Hàn Quốc: Hàn Quốc được coi là một nước thành công trong quá trình thực hiện CNH, HĐH trong thương mại. Những năm cuối của thế kỷ 20, chiến lược phát triển kinh tế Hàn Quốc thể hiện rõ nét nhất, trong thương mại Hàn Quốc thực hiện chiến lược Công nghiệp hướng ngoại, định hướng chuyển đổi cơ cấu nhanh nhạy, đón trước, đi đầu phục vụ cho chiến lược phát triển thị trường.

Sự can thiệp của nhà nước về việc xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế thương mại, Hàn Quốc đã tiếp thu mô hình kinh tế của các nước phương Tây. Giai đoạn đầu công nghiệp hoá từ thập kỷ 60 và 70. Giai đoạn này thương mại phát triển chịu sự can thiệp rất sâu và cứng nhắc của nhà nước Hàn Quốc. Hệ thống tài chính, ngân hàng chi phối mạnh bởi chính quyền các địa phương, các tập đoàn điều hành là các tập đoàn công nghiệp lớn là Chaebol, là xương sống của Hàn Quốc, là đội quân chủ lực tạo nên sức mạnh của nền kinh tế Hàn Quốc mấy chục năm qua. Chính phủ quá ưu đãi tập đoàn này làm tăng lũng đoạn của nó (30 tập đoàn lớn nhất nắm giữ 80 %GDP). Nhưng chính các tập đoàn này lại là nguyên nhân khủng hoảng tài chính Hàn Quốc cuối năm 1997.

Hàn Quốc tập trung phát triển kinh tế khu vực nhà nước. Đầu tư vào khu vực này chiếm tỷ trọng 30% tổng đầu tư của Hàn Quốc. Chính sách của chính phủ Hàn

Quốc thực hiện CNH, HĐH trong thương mại là:

Chính phủ Hàn Quốc thực hiện vay nợ nước ngoài để phát triển các công trình thương mại, giai đoạn những năm 60 - 80 chính phủ kiểm soát được vốn vay, nhiều công trình thương mại được đầu tư đúng chỗ. Nhưng vấn đề nợ luôn được đặt ra rất gay gắt nhất là từ 1990 trở đi. Xu hướng vay ngắn hạn tăng lên, nợ nước ngoài của Hàn Quốc tính đến năm 1997 đã lên đến 158 tỷ USD, 49% là nợ ngắn hạn.

Vay nợ ngắn hạn để đầu tư dài hạn là một nghịch lý đã để lại cho nhiều nước những bài học xương máu về vay nợ. Từ kinh nghiệm đó hiện nay các nước coi trọng đầu tư FDI, Hàn Quốc đã đổi mới về vấn đề này.

Kinh nghiệm về phương thức phát triển thị trường của Hàn Quốc: Hàn Quốc thực hiện hướng ngoại nhưng tính chất bảo hộ, đóng cửa thị trường trong nước, tư tưởng bài ngoại là nét đặc thù của Hàn Quốc vẫn còn.

Các nước phương Tây coi Hàn Quốc là thị trường đóng cửa, hàng hoá nước ngoài rất khó thâm nhập được vào Hàn Quốc. Hàn Quốc dùng hệ thống hàng rào quan thuế, phi quan thuế và quota để hạn chế nhập khẩu những mặt hàng cần bảo hộ.

Về xuất khẩu, hầu như không đánh thuế, hàng công nghiệp như ô tô, sắt thép xuất khẩu (mỗi năm xuất khẩu 1 triệu ô tô). Năm 1997, Hàn Quốc hạn chế đầu tư trực tiếp nước ngoài; từ năm 1962 – 1990, Hàn Quốc tiếp nhận được 6,6 tỷ USD đầu tư bằng 17% tổng vốn vay nước ngoài.

Gần đây, Hàn Quốc đầu tư FDI: 2 năm đạt 15,6 tỷ USD tạo cho Hàn Quốc có mức vốn vững chắc không bị dao động trước tác động của thị trường ngoài nước.

Về đào tạo nguồn nhân lực: Hàn Quốc phát triển nguồn nhân lực, 1/4 số người đi học được đi đào tạo ở nước ngoài, rất coi trọng người được đào tạo tại Mỹ và Châu Âu, coi đây là những người có trí tuệ cao. Chú ý đào tạo nguồn nhân lực ứng dụng, mua licence của các nước phát triển, nghiên cứu cơ bản về đầu tư. Từ năm 1980 lại đây rất chú ý đào tạo cơ bản.

Bài học về công nghiệp hóa thương mại của Hàn Quốc và những kinh nghiệm đối với Việt Nam:

- Hàn Quốc áp dụng chiến lược phát triển công nghiệp xuyên suốt mấy thập kỷ qua.
- Chiến lược phát triển hướng ngoại, định hướng xuất khẩu rõ ràng, nhất quán. Lộ trình thực hiện qua các năm rõ ràng.

Những năm 1960 thực hiện chiến lược: Tất cả ưu tiên cho xuất khẩu.

Những năm 1970 tập trung phát triển công nghiệp nặng và hoá chất làm xương sống để có hàng hóa xuất khẩu, xây dựng các tập đoàn mạnh làm chủ lực.

Thập kỷ 80 ưu tiên phát triển để ổn định nền kinh tế đồng thời thực hiện tự do hoá và từng bước tạo chỗ đứng trên thị trường quốc tế.

Thập niên 90: đổi mới nhận thức, thực hiện chiến lược toàn cầu hoá, xây dựng kinh tế mới, tăng sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Thập niên 2000: thực hiện cải cách toàn diện ưu tiên cho xuất khẩu và đầu tư trực tiếp nước ngoài và xây dựng nền kinh tế tri thức thế kỷ 21.

- Kinh nghiệm lựa chọn nội dung thực thi chiến lược trong thương mại.

Một trong những thành công về CNH, HĐH của Hàn Quốc là lựa chọn đúng chiến lược phát triển trong từng thời kỳ và kiên trì quyết tâm thực hiện bằng được chiến lược đề ra. Chiến lược phát triển công nghiệp hướng ngoại đã định hướng chuyển đổi cơ cấu kinh tế và chiến lược thị trường thông qua các giai đoạn phát triển trong mấy thập kỷ qua.

- Hàn Quốc nhạy bén, linh hoạt trong thực hiện CNH (nhưng quá nóng).

Về khách quan, kế hoạch hoá và vai trò can thiệp của nhà nước thành lập các tập đoàn công nghiệp lớn coi đây là xương sống của đất nước (Chaebol). 30 tập đoàn chiếm 80 % GDP . Hàn Quốc quá nuông chiều những tập đoàn này nên dần dần lũng đoạn nền kinh tế Hàn Quốc dẫn đến khủng hoảng 1997. Đây là bài học về khâu quản lý và điều hành của Chính phủ, không kiểm soát nổi nợ nần của các tập đoàn kinh tế.

- CNH, HĐH trong thương mại thể hiện bằng các chính sách của Chính phủ.

Vay nợ nước ngoài để phát triển kinh tế, vay nợ ngắn hạn để phát triển các công trình đầu tư dài hạn đã phải trả giá quá đắt. Từ 1990 trở đi chuyển sang vay dài hạn. Tổng nợ của Hàn Quốc lên tới 158 tỷ USD trong đó 45% là nợ ngắn hạn. Vay nợ ngắn hạn đầu tư dài hạn là không có hiệu quả, đây cũng là ngòi nổ cho cuộc khủng hoảng về tài chính năm 1997.

- CNH, HĐH thể hiện bằng chiến lược phát triển thị trường:

Hàn Quốc có hướng phát triển hướng ngoại nhưng đối với trong nước áp dụng chính sách bảo hộ, đóng cửa. Hàng hoá nước ngoài rất khó thâm nhập, hàng rào thuế quan, phi thuế quan và hình thức hạn ngạch quota đã hạn chế nhập khẩu hàng hóa của nước ngoài.

Đến năm 1980, "Chiến lược nâng cấp nền kinh tế" được đẩy mạnh hơn nữa

với 3 hướng chính là hệ thống hóa, tự do hóa và quốc tế hóa. Nội dung chính của chiến lược mới này nhằm nâng cấp các ngành sản xuất, giảm các ngành dùng nhiều lao động, nâng giá trị gia tăng của sản phẩm và mở rộng thị trường ra nhiều nước khác.

3.Kinh nghiệm CNH, HĐH trong thương mại của Trung Quốc

Trong 20 năm thực hiện cải cách mở cửa đến nay, Trung Quốc đã thực hiện thắng lợi bước thứ nhất và bước thứ hai của mục tiêu chiến lược “3 bước” xây dựng hiện đại hoá. Từ năm 1978 đến nay Trung Quốc đã thực hiện CNH, HĐH thành công trong thương mại nên thương mại Trung Quốc đã phát triển và sau 14 năm đàm phán đã đủ điều kiện gia nhập WTO. Theo chiến lược phát triển kinh tế của Trung Quốc 20 năm tới Trung Quốc thực hiện chiến lược của Đại hội 16 Đảng Cộng sản Trung Quốc là xây dựng xã hội khá giả cho nhân dân Trung Quốc để đến thế kỷ này Trung Quốc cơ bản thực hiện hiện đại hoá.

Trung Quốc dự báo 20 năm tới nếu duy trì mức tăng trưởng kinh tế bình quân 7,2 % thì đến năm 2020 thực hiện mục tiêu tăng gấp 4 lần GDP năm 2000. 30 năm sau khi quá độ từ công nghiệp hoá sang hiện đại hoá, mức tăng trưởng kinh tế khoảng 4,7% thì đến năm 2050 GDP có thể lại tăng gấp 4 lần trên cơ sở năm 2000. Trải qua hơn 20 năm chuyển đổi mô hình kinh tế, nền kinh tế Trung Quốc đã thay đổi lớn, kinh tế Trung Quốc ngày càng hoà nhập vào nền kinh tế thế giới. Các chính sách kinh tế và cơ chế điều hành của Nhà nước đã trải qua nhiều lần thử nghiệm thành công mang lại hiệu quả rất tốt. Những thành tựu của kinh tế Trung Quốc cho thấy tổng sản lượng kinh tế Trung Quốc đã đạt 1000 tỷ USD năm 2000, sẽ lần lượt đạt 2000 tỷ USD năm 2010, 4000 tỷ USD năm 2020, 10.000 tỷ USD năm 2035 tương đương với tổng lượng kinh tế Mỹ hiện nay 2002. Năm 2010 dân số Trung Quốc là 1tỷ 4 trăm triệu, năm 2050 là 1,6 tỷ, thu nhập bình quân đầu người là 3000 USD năm 2010 và 10.000USD năm 2050 thì Trung Quốc sẽ trở thành nước có nền kinh tế đứng thứ 2 thế giới. Trong quá trình thực hiện CNH, HĐH Trung Quốc đã có những kinh nghiệm quý báu như sau:

- CNH, HĐH toàn diện các ngành kinh tế, không bỏ sót ngành nào.

Theo kinh nghiệm và dự báo của Trung Quốc 50 năm tới mô hình kinh tế hướng ngoại sẽ bị thay thế bởi mô hình kinh tế hướng nội. Sự tăng trưởng kinh tế sẽ dựa vào sáng tạo chế độ, sáng tạo khoa học kinh tế, ngành chế tạo máy trước đây vốn là ngành thúc đẩy kinh tế các nước phát triển, tăng trưởng (chiếm 50% GDP) thì nay sẽ nhường lại vị trí cho ngành dịch vụ (chiếm 70% GDP). Một số nước đang phát triển đang đứng ở vị trí đỉnh cao của công nghiệp hoá cũng đang đứng trước vấn đề chuyển biến xã hội thời kỳ hậu công nghiệp hoá. Trong 50 năm tới thị trường toàn cầu ngày càng bão hoà, cạnh tranh ngày càng gay gắt sự tăng trưởng

kinh tế toàn cầu ngày càng dựa vào tiêu dùng chứ không phải từ tăng trưởng đầu tư. Việc đầu tư lâu dài sẽ khiến cho năng lực sản xuất quá dư thừa. Trong thời gian dài từ nay đến sau này kinh tế toàn cầu sẽ đứng trước thời kỳ tỷ lệ đầu tư thấp, giá vốn thấp, vật giá và tăng trưởng thấp. Trung Quốc dự báo kinh tế thế giới 50 năm tới tăng trưởng GDP ở mức 3 – 2,5%. Tổng lượng kinh tế thế giới là 40 - 43 nghìn tỷ USD năm 2010 trong đó tăng trưởng kinh tế thế giới chiếm 5,1 - 5,4% và đến năm 2050 kinh tế thế giới đạt 110 - 140 nghìn tỷ USD.

- Trung Quốc tập trung CNH, HĐH để giảm chi phí dịch vụ xuống mức thấp nhất so với các nước đang phát triển. Cước phí vận tải biển của Trung Quốc về container bình quân chỉ bằng 25% cước phí vận tải của Việt Nam.

- Trung Quốc thực hiện CNH, HĐH cơ sở hạ tầng thương mại là thành công trong cả nước trong điều kiện thị trường đông dân, mới chuyển đổi cơ chế quản lý kinh tế; Tâm nhìn phát triển thương mại luôn có chiến lược lâu dài, làm đâu được đó.

- Trung Quốc đang xây dựng chiến lược CNH, HĐH sản xuất hàng hoá tiềm năng biển bằng một loạt các biện pháp:

Trung Quốc sẽ tăng cường điều tra, khảo sát, khai thác, áp dụng kỹ thuật mới để phát triển ngành nghề biển... việc CNH, HĐH thương mại của Trung Quốc cũng nhằm vào biển, vào đại dương để phát triển thương mại trong thời gian tới.

Trung Quốc chủ trương hiện đại hoá đánh bắt hải sản, phát triển nghề muối, hiện đại hoá vận tải biển, thăm dò và khai thác tài nguyên đáy biển, đẩy mạnh nuôi trồng hải sản, du lịch giải trí trên sông, trên biển... để làm giàu.

Trung Quốc tích cực chuẩn bị về kỹ thuật mới, công nghệ cao đặt cơ sở vật chất và kỹ thuật cho ngành biển như khai thác mỏ dưới biển sâu, phát triển điện lực, sử dụng năng lượng biển. Xây dựng công nghiệp hiện đại về biển, tăng cường ý thức biển cho toàn dân. Từ kinh nghiệm của Trung Quốc và các nước có biển thấy rằng chiến lược phát triển kinh tế tương lai của nhiều nước là áp dụng kỹ thuật mới, công nghệ cao để khai thác tiềm năng của biển và tạo ra nhiều hàng hóa từ biển để phục vụ cho nền kinh tế và lưu thông trên thị trường thế giới.

4. Vận dụng kinh nghiệm CNH, HĐH thương mại của các nước để áp dụng vào Việt Nam trong xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH hiện nay

Từ những năm 1960 cho đến nay, các nước công nghiệp mới phát triển ở Đông Á, lần lượt đi vào con đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Khác với mô hình công nghiệp cổ điển của các nước Âu - Mỹ là hoàn toàn tập trung vào đô thị, mô hình công nghiệp hóa của các nước Châu Á, đi đôi với phát triển công nghiệp

đô thị, đã chú trọng đến phát triển công nghiệp nông thôn, tùy theo điều kiện hoàn cảnh của từng nước và tất nhiên kết quả đạt được cũng không giống nhau.

Chúng ta xuất phát từ một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu, đất nước bị tàn phá bởi các cuộc chiến tranh, tổn thất rất nặng nề, kinh tế kém phát triển, cơ sở vật chất kỹ thuật nghèo nàn, lạc hậu xa so với các nước công nghiệp phát triển. Vấn đề CNH, HĐH trong thương mại đã và đang là quá trình mang tính quy luật phổ biến đối với các nước. Từ đặc điểm của kinh tế Việt Nam, tiến trình CNH, HĐH thương mại là nhằm xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật, cơ sở hạ tầng thương mại, là nhanh chóng thoát khỏi đói nghèo, lạc hậu. Do đó, trong hoàn cảnh của nước ta, công nghiệp hóa, hiện đại hóa thương mại nên theo mô hình kết hợp vừa "hướng ngoại" vừa "hướng nội", trong đó "hướng ngoại" là chủ yếu, nghĩa là phải kiên trì chiến lược hướng mạnh vào xuất khẩu. Đồng thời chúng ta phải tìm được thế mạnh riêng trong sự phân công quốc tế. Muốn vậy, cần chú ý hai vấn đề cơ bản: **Một là**, áp dụng phương thức đổi mới căn bản công nghệ sản xuất, để hàng hóa sản xuất ra có sức cạnh tranh trên thị trường thế giới; **Hai là**, sử dụng triệt để lợi thế so sánh, tổ chức sản xuất hàng xuất khẩu và nên nhập khẩu hàng hoá mà trong nước chưa sản xuất được, mục tiêu hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến bao bì đóng gói, sử dụng mã vạch hàng hoá đầy đủ, xây dựng thương hiệu và ghi rõ xuất xứ của hàng hoá Việt Nam.

Việc hướng mạnh vào xuất khẩu, không thể không chú ý đến thị trường trong nước. Mạnh dạn sản xuất và thay thế nhập khẩu những mặt hàng mà trong nước có điều kiện sản xuất và sản xuất có hiệu quả. Làm được như vậy vừa bảo đảm được các mặt hàng tiêu dùng mà nhân dân cần, vừa giảm bớt được số ngoại tệ dùng để nhập các mặt hàng đó. Sử dụng ngoại tệ đi nhập công nghệ nguồn.

Từ kinh nghiệm thời kỳ đầu công nghiệp hoá thương mại của các nước công nghiệp phát triển Đông Á cho thấy: Trong giai đoạn đầu công nghiệp hóa, các nước này cũng như ta thường xuất khẩu sản phẩm sơ cấp (nguyên liệu thô, hoặc chế biến đơn giản) giá trị không cao. Do đó, thường phải chịu một sự trao đổi không công bằng, bị các nước công nghiệp phát triển chèn ép. Để tránh được tình trạng trao đổi không công bằng, chúng ta đã dần dần thay đổi công nghệ. Đưa tự động hoá vào sản xuất hàng hoá, tự động hoá trong lưu thông, trong quản lý nhân sự, bằng mọi biện pháp để hạ giá thành sản phẩm, giảm chi phí tới mức thấp nhất để cạnh tranh, áp dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại trong sản xuất tăng dần tỷ trọng các mặt hàng chế biến sâu xuất khẩu, tạo ra nhiều sản phẩm có hàm lượng chất xám cao, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Trở ngại lớn nhất của ta hiện nay là: Cơ sở hạ tầng còn yếu kém, quá trình

công nghiệp hóa thương mại mới bắt đầu, vì vậy cần phải ưu tiên phát triển cơ sở hạ tầng, đặc biệt là cơ sở hạ tầng thương mại như trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng, hệ thống chợ và một loạt các công trình phụ trợ khác như hệ thống thông tin liên lạc, GTVT hàng hóa, hệ thống tài chính, ngân hàng, bảo hiểm của ta chưa phát triển để đáp ứng với hoạt động thương mại hiện đại.

Để sử dụng có hiệu quả các lợi thế của đất nước, cần khuyến khích phát triển mạnh các ngành kinh tế sử dụng hàm lượng kỹ thuật cao để khai thác tài nguyên, khoáng sản.. Phát triển ngành công nghiệp sử dụng tốt nhiên liệu nhiệt đới và giàu có về khoáng sản để phát triển đất nước. Đây là những ngành kinh tế có khả năng cạnh tranh cao, mang lại hiệu quả tốt, đóng góp lớn vào tích lũy vốn, tạo nhiều việc làm và là khu vực sẽ tạo ra sản phẩm nhiều nhất cho đất nước, đẩy nhanh tốc độ công nghiệp hóa. Ngoài ra cần phải gắn chính sách phát triển công nghiệp với phát triển thị trường, phát triển thị trường vốn, thị trường lao động, đất đai... để hỗ trợ tích cực cho sự nghiệp công nghiệp hóa thương mại.

Thương mại nước ta khó có thể vượt lên được, nếu như không có sự đổi mới toàn diện của các ngành kinh tế nêu trên. Kinh nghiệm ở nhiều nước đang phát triển cho thấy, quan trọng nhất trong phát triển thương mại là việc thực hiện các chính sách: khuyến khích xuất khẩu; thu hút đầu tư nước ngoài; chính sách phát triển thị trường trong nước. Các chính sách kinh tế đối ngoại cần linh hoạt, phù hợp với thông lệ quốc tế.

- Về xuất khẩu, tăng cường chính sách và biện pháp ưu đãi, nhằm khuyến khích xuất khẩu, cho vay tín dụng xuất khẩu, đa dạng hóa sản phẩm, giảm tỷ lệ xuất khẩu sản phẩm thô, tăng cường xuất khẩu đã qua chế biến ra thị trường thế giới. Học tập kinh nghiệm của Singapore nước ta tập trung CNH, HĐH bằng các giải pháp áp dụng tự động hoá từng công đoạn của lưu thông hàng hoá để tăng sức cạnh tranh hàng hoá bằng giảm chi phí vận chuyển, bốc dỡ hàng hoá đến mức thấp nhất trong khu vực, giảm chi phí thanh toán, chuyển đổi tiền tệ, hiện đại hóa khâu thanh toán. Nhờ vậy, Singapore là nước có cước phí thanh toán quốc tế thấp nhất khu vực. Các ngân hàng Singapore có thể quản lý được mức lưu chuyển 40 tỷ USD /ngày trên khắp các ngân hàng châu lục.

- Về nhập khẩu, khuyến khích nhập khẩu hàng hóa thiết bị phục vụ cho các công trình thương mại như: máy móc thiết bị phục vụ cho việc nâng cấp, cải tạo các nhà máy chế biến xuất khẩu, sản xuất đồ hộp, thiết bị công nghiệp sử dụng nhiều lao động và tài nguyên trong nước, sản xuất hàng hoá có hàm lượng công nghệ mới cao. Mặt khác, đã hạn chế nhập khẩu hàng tiêu dùng, máy móc thiết bị cũ làm tổn hại đến CNH, HĐH của ngành Thương mại.

- Kinh nghiệm của các nước về CNH, HĐH trong thương mại đã cho chúng ta những bài học quý báu về sự đổi mới mạnh mẽ các hoạt động dịch vụ thương mại, đi sâu vào hiện đại hoá các khâu lưu thông, hiện đại hoá trong giao dịch, ký kết và thực hiện các hợp đồng mua bán ngoại thương, hiện đại hoá trong chuyên chở, bốc dỡ hàng hoá, bảo quản, bao bì đóng gói nhằm giảm bớt chi phí, hạ giá thành. Vì vậy, hàng hoá Việt Nam bước đầu đã nâng cao được sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

CHƯƠNG II

ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI THỜI GIAN QUA

I. THỰC TRẠNG VỀ QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI NƯỚC TA TỪ NĂM 1996 ĐẾN NAY

Phân tích thực trạng quá trình thực hiện CNH, HĐH thương mại nước ta từ 1996 đến nay, đề tài tập trung đánh giá thực trạng về xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH trong thương mại nước ta ở một số lĩnh vực sau đây:

1. Hệ thống tổ chức quản lý nhà nước về thương mại

1.1 Hệ thống quản lý thương mại ở trung ương

Hệ thống quản lý nhà nước về thương mại các cấp đã từng bước được kiện toàn và phát huy trong việc điều hành các hoạt động thương mại có hiệu quả.

Hiện nay, Bộ Thương mại là cơ quan trực thuộc Chính phủ, được Chính phủ quy định chức năng và nhiệm vụ quản lý Nhà nước về thương mại trên thị trường xã hội theo Nghị định số 95/CP ngày 4/12/1993. Đây là văn bản pháp lý đầu tiên quy định chức năng và nhiệm vụ của Bộ Thương mại. Theo Nghị định này, Bộ Thương mại có các nhiệm vụ chủ yếu là:

- Xây dựng trình Chính phủ ban hành chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại cả nước;
- Xây dựng trình Chính phủ ban hành quy chế về quản lý hoạt động xuất nhập khẩu, hoạt động xúc tiến thương mại; Phối hợp với các cơ quan liên quan xét duyệt các chương trình, dự án đầu tư về thương mại; Xét cho phép các tổ chức kinh tế Việt Nam được cử đại diện, lập công ty, chi nhánh ở nước ngoài hoặc làm tham mưu cho Chính phủ về gia nhập các tổ chức quốc tế và các tổ chức kinh tế với nước ngoài, cho phép thành lập văn phòng đại diện các công ty nước ngoài, tại Việt Nam; Quản lý, chỉ đạo nghiệp vụ của các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài;
- Soạn thảo trình Chính phủ ban hành hoặc ban hành theo thẩm quyền các quy chế quản lý các hoạt động thương mại hàng hoá và dịch vụ trong nước; nghiên cứu chính sách phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa.
- Tổ chức tiếp nhận, xử lý và cung cấp thông tin kinh tế thương mại trong nước và thế giới phục vụ cho hoạt động thương mại của ngành.
- Tổ chức, chỉ đạo quan hệ thương mại với nước ngoài thông qua việc đàm

phán các hiệp định thương mại đa biên và song biên;

- Tổ chức, chỉ đạo nghiên cứu khoa học, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ trong hoạt động thương mại;

- Quản lý Nhà nước về công tác đo lường và chất lượng hàng hoá trong hoạt động thương mại trên thị trường cả nước;

- Hướng dẫn và chỉ đạo cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại ở địa phương về nghiệp vụ thương mại. Bộ Thương mại sẽ phối hợp với địa phương làm công tác tổ chức cán bộ thương mại.

1.2. Hệ thống quản lý thương mại ở các địa phương

Quản lý thương mại ở địa phương đã đi vào thực chất và có hiệu quả rõ rệt.

Căn cứ Nghị định số 95/CP, Bộ Thương mại đã phối hợp với Ban Tổ chức - Cán bộ Chính phủ, nay là Bộ Nội vụ, ban hành Thông tư Liên Bộ số 09/TT/LB ngày 14/4/1995 và sau đó được thay bằng Thông tư số 36/TTLB-BTM-BTCCBCP hướng dẫn về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về thương mại ở địa phương đối với các Sở Thương mại, hoặc Sở Thương mại và Du lịch.

Về tổ chức bộ máy, theo Thông tư này, tổ chức và biên chế của Sở Thương mại do Chủ tịch UBND tỉnh quyết định theo đề nghị của Giám đốc Sở, sau khi có ý kiến thẩm định của Ban Tổ chức chính quyền tỉnh. Tổ chức bộ máy của các Sở Thương mại gồm:

- (1) Phòng Tổ chức, Hành chính và Thanh tra;

- (2) Phòng Kế hoạch tổng hợp và Xúc tiến thương mại;

- (3) Phòng Quản lý thương mại;

- (4) Phòng Quản lý du lịch (riêng Sở Thương mại và Du lịch, hoặc Sở Du lịch và Thương mại);

- (5) Riêng đối với các thành phố trực thuộc trung ương, căn cứ vào yêu cầu, nội dung công việc, có thể thành lập Phòng quản lý Văn phòng đại diện, Chi nhánh của thương nhân Việt Nam tại nước ngoài và của nước ngoài tại Việt Nam; Phòng Quản lý xuất nhập khẩu; Trung tâm Thông tin và Xúc tiến thương mại.

- (6) Ngoài ra, các Chi cục Quản lý thị trường hoạt động trực thuộc Sở, chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức bộ máy thực hiện theo Nghị định số 10-CP ngày 23/1/1995 và được giao thêm chức năng thanh tra chuyên ngành Thương mại theo Quyết định số 696/CP/KTTH ngày 2/8/2000 của Thủ tướng Chính phủ.

Tuy nhiên, trên thực tế, nếu như cơ cấu bộ máy tổ chức của các Sở nói chung đều bám sát những quy định tại Thông tư này, thì bộ máy tổ chức thực thi những

nhiệm vụ này ở cấp quận, huyện, thị xã tại các địa phương, còn bỏ trống mà thương mại chưa quản lý được.

Về chức năng, nhiệm vụ, Sở Thương mại là cơ quan chuyên môn giúp Chủ tịch UBND tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (sau đây gọi chung là tỉnh) quản lý nhà nước về thương mại ở địa phương; thống nhất chỉ đạo công tác quản lý thị trường trên địa bàn; chịu sự chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra của Bộ Thương mại về chuyên môn, nghiệp vụ.

Cụ thể, Sở Thương mại có các nhiệm vụ, quyền hạn sau đây:

(1) Tổ chức thực hiện pháp luật, cơ chế chính sách trên địa bàn; nghiên cứu đề xuất với Chủ tịch UBND tỉnh xem xét và kiến nghị với các cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung hoặc cụ thể hoá các chính sách, chế độ có liên quan đến hoạt động thương mại, quản lý thị trường; trình Chủ tịch UBND tỉnh ban hành hoặc ban hành theo thẩm quyền các quy định về chế độ trách nhiệm, các quy tắc về an toàn, trật tự và vệ sinh trong hoạt động thương mại...

(2) Lập quy hoạch phát triển mạng lưới kinh doanh thương mại; xây dựng và tổng hợp kế hoạch thương mại trên địa bàn; chủ trì hoặc phối hợp với các cơ quan kế hoạch, tài chính, thuế, ngân hàng kiểm tra hoạt động kinh doanh thương mại, tham gia xét duyệt các đề án, công trình xây dựng của tỉnh về thương mại;

(3) Thực hiện thanh tra, kiểm tra thương mại và quản lý thị trường; công tác đào tạo, nghiên cứu khoa học...

Trước yêu cầu của hội nhập, yêu cầu của sự nghiệp CNH, HĐH ngành Thương mại đang đặt ra cho cán bộ thương mại ở các địa phương có chức năng và nhiệm vụ rất cao, có ý thức trách nhiệm trong việc nâng cao năng lực công tác chuyên môn, dự báo tốt tình hình phát triển thương mại ở địa phương, chỉ đạo tốt quá trình thực hiện CNH, HĐH ở các đơn vị làm thương mại. Hướng cho mọi hoạt động thương mại phát triển theo văn minh góp phần tích cực làm thay đổi thực sự bộ mặt thương mại ở các địa phương.

1.3 Thực trạng về xây dựng chính sách thương mại

Xây dựng chính sách phát triển thương mại là đặc biệt quan trọng trong công tác quản lý Nhà nước về thương mại, các nhóm chính sách thương mại bao gồm: nhóm chính sách tài chính - tiền tệ, chính sách thuế, chính sách vốn, chính sách phí và lệ phí, chính sách lãi suất, chính sách tỷ giá, chính sách trợ cước, trợ giá, chính sách giá trần, giá sàn; nhóm chính sách dự trữ, bảo hiểm, là những chính sách lớn trong quản lý Nhà nước về thương mại. Việc sử dụng các chính sách này là công cụ,

ra đời một chính sách bảo đảm tính ổn định, tạo thuận lợi và thể chủ động cho các doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Trong đó, các điểm mấu chốt là: Tiếp tục mở rộng hơn nữa quyền chủ động của các doanh nghiệp; Xây dựng lộ trình cắt giảm các biện pháp hạn chế định lượng, áp dụng những công cụ bảo hộ mới được quốc tế thừa nhận.

- Ngày 20- 3- 2003, Thủ tướng Chính phủ ra quyết định số 311/QĐ-TTg phê duyệt Đề án tiếp tục tổ chức thị trường trong nước, tập trung phát triển thương mại nông thôn đến năm 2010.

Như vậy sau 17 năm đổi mới cơ chế chính sách thương mại, Bộ Thương mại đã tư vấn cho Chính phủ và cải cách rất nhiều thủ tục hành chính nhằm đưa các hoạt động thương mại đi vào kỷ cương, thông thoáng, áp dụng các tiến bộ khoa học vào quản lý và điều hành trong cả nước đáp ứng yêu cầu của CNH, HĐH trong ngành Thương mại.

1.4. Công tác xây dựng chiến lược phát triển thương mại

Việc xây dựng Chiến lược Phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 – 2010, việc ban hành Chỉ thị số 22/2000/CT-TTg ngày 27/10/2000 của Thủ tướng Chính phủ về chiến lược xuất nhập khẩu, lần đầu tiên nước ta đã có được một chiến lược hoàn chỉnh trong việc phát triển lĩnh vực thương mại.. Đây là một bước tiến quan trọng nhằm đẩy mạnh CNH, HĐH Thương mại ở nước ta. Theo hướng này, một số địa phương đã tiến hành xây dựng quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2010, xây dựng quy hoạch phát triển chợ, xây dựng chương trình phát triển xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ của địa phương mình. Tuy nhiên, việc triển khai các hoạt động này nhìn chung vẫn còn chậm.

1.5. Công tác xúc tiến thương mại

Có thể khẳng định rằng, cũng giống như trong công tác xây dựng chiến lược phát triển thương mại, công tác xúc tiến thương mại đã được Nhà nước chú trọng phát triển, mặc dù vấn đề này đã được đề cập trong Luật Thương mại.

Sự ra đời của Cục Xúc tiến thương mại tháng 7/2000 là một dấu mốc báo hiệu công tác này của nước ta đã bắt đầu được chú trọng đúng mức.

Để thực hiện những nhiệm vụ xúc tiến thương mại, bộ máy chuyên môn của Bộ Thương mại hiện gồm có : Cục Xúc tiến thương mại, 41 cơ quan đại diện thương mại ở nước ngoài; ba Vụ Chính sách thị trường ngoài nước; Vụ Chính sách thương mại đa biên; Vụ Xuất nhập khẩu; Vụ Kế hoạch và Thống kê; Trung tâm Thương

mai, Vụ Pháp chế... mọi hoạt động của các cơ quan trên đều nhằm phát triển thị trường trong nước và quốc tế, tạo nhiều cơ hội cho các đơn vị thương mại tiếp cận với thị trường thế giới.

Cục Xúc tiến thương mại có chức năng làm đầu mối phối hợp và tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại trên phạm vi cả nước và ở nước ngoài. Cục tập trung chủ yếu vào việc thực hiện các nhiệm vụ: nghiên cứu, dự báo và định hướng về thị trường trong và ngoài nước; thu thập, xử lý và cung cấp các thông tin thương mại; hỗ trợ các doanh nghiệp trong công tác xúc tiến thương mại; tiến hành trực tiếp một số hoạt động xúc tiến thương mại khác ở tầm quốc gia.

Trong lĩnh vực hội chợ, triển lãm thương mại, Cục là đơn vị đầu mối để liên hệ với các nước và các khu vực thị trường để tổ chức Hội chợ, tạo điều kiện để cho các doanh nghiệp tham gia, việc lập kế hoạch, cấp giấy phép tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại của Việt Nam hoặc tổ chức tham gia hội chợ, triển lãm thương mại quốc tế; nhận đăng ký hoặc cấp giấy phép cho các hoạt động khuyến mại đã tạo nhiều cơ hội để phát triển thương mại.

Cho đến nay, trong việc triển khai công tác này, Bộ Thương mại đóng vai trò nòng cốt và là cơ quan đầu mối nghiên cứu, hoạch định chính sách, ban hành và kiến nghị Chính phủ ban hành các văn bản pháp quy về xúc tiến thương mại, trực tiếp tiến hành một số hoạt động xúc tiến thương mại, chịu trách nhiệm chính trong công tác quản lý Nhà nước về xúc tiến thương mại

Bên cạnh đó, ở cấp trung ương, các Bộ và cơ quan ngang Bộ, các tổ chức phi Chính phủ (như Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; Liên minh các Hợp tác xã Việt Nam, các Hiệp hội ngành hàng...) cũng thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại trong phạm vi hoạt động của mình.

Ngoài ra, các tổ chức hoạt động xúc tiến khác như (dịch vụ thông tin, triển lãm, hội chợ, quảng cáo, tư vấn, quản lý chất lượng, kiểm nghiệm hàng hoá, đào tạo thương mại, thiết kế và phát triển sản phẩm...), cũng như các doanh nghiệp tự tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại luôn được Bộ Thương mại quan tâm.

1.6. Công tác thanh tra, kiểm tra và quản lý thị trường

Có thể nói, công tác thanh tra, kiểm tra và quản lý thị trường là một mặt hoạt động rất quan trọng của Bộ Thương mại, trong lĩnh vực này đã hình thành một hệ thống tổ chức khá hoàn chỉnh từ Trung ương đến địa phương.

Cho đến nay, hệ thống tổ chức thanh tra của Bộ Thương mại gồm Thanh tra trực thuộc Bộ với hệ thống ngành dọc gồm các bộ phận làm công tác thanh tra trực thuộc các Sở và Thanh tra của thủ trưởng các doanh nghiệp trực thuộc Bộ. Chức

năng của các tổ chức thanh tra này là thanh tra, kiểm tra việc thực hiện pháp luật trong ngành và đơn vị và thanh tra, kiểm tra việc thực hiện chức năng quản lý Nhà nước về thương mại.

Về công tác quản lý thị trường, Cục Quản lý thị trường là cơ quan giúp Bộ trưởng Bộ Thương mại thực hiện chức năng quản lý Nhà nước và tổ chức chỉ đạo thực hiện nhiệm vụ kiểm tra, kiểm soát thị trường, đấu tranh chống các vi phạm pháp luật trong hoạt động thương mại ở thị trường trong nước.

Ở địa phương, Chi cục Quản lý thị trường có nhiệm vụ giúp Giám đốc Sở Thương mại thực hiện nhiệm vụ kiểm tra, kiểm soát thị trường, đấu tranh chống các vi phạm pháp luật trong thương mại trên địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương do Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố giao phó.

Công tác kiểm tra, kiểm soát, giám định hàng hoá của ta còn do các cơ quan có chức năng kiểm tra kiểm soát được cấp giấy chứng nhận hàng hoá như: Cục kiểm tra chất lượng đo lường – Bộ Thương mại; Công ty kiểm tra chất lượng hàng hoá VinaControl là đơn vị có tư cách pháp nhân được nhà nước và các doanh nghiệp, khách hàng trong và ngoài nước công nhận.

Có thể nói, với hệ thống tổ chức từ trung ương đến địa phương, trong những năm qua, các lực lượng kiểm tra, kiểm soát thị trường nói trên đã chủ trì và triển khai tích cực các hoạt động chống buôn bán hàng nhập lậu; chống sản xuất và buôn bán hàng cấm; chống sản xuất và buôn bán hàng giả; kiểm tra việc chấp hành các quy định về thương nhân và hoạt động thương mại; kiểm tra đăng ký kinh doanh và chấp hành nội quy đăng ký; chống kinh doanh hàng hoá chất lượng kém nên đã hạn chế được những hành động gian lận trên thị trường trong nước và quốc tế.

Những hoạt động kiểm tra, kiểm soát thị trường đã khuyến khích các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp tuân thủ pháp luật, giúp chính quyền các cấp xử lý các vụ việc, việc hiện đại hoá các phương tiện kỹ thuật sử dụng trong kiểm tra đã phần nào đánh giá tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá, hạn chế được những rủi ro, thất thoát cho doanh nghiệp, bước đầu công tác kiểm tra của ta đã gây được cảm tình và uy tín đối với khách hàng nước ngoài; góp phần hỗ trợ các hoạt động sản xuất, kinh doanh, góp phần tạo ra môi trường cho cạnh tranh lành mạnh phát triển; góp phần ổn định thị trường và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng; góp phần tăng cường công tác quản lý Nhà nước và tăng thu cho ngân sách Nhà nước.

Tuy nhiên, cho đến nay, vẫn còn nhiều bất cập trong công tác quản lý thương mại. Các đơn vị làm công tác thanh tra, kiểm tra trong thương mại chưa hình thành tổ chức thống nhất. Bộ nào, ngành nào cũng có thể thanh tra, kiểm tra hàng hoá,

tình trạng cạnh tranh trong kiểm tra, trong cấp giấy chứng nhận chất lượng hàng hoá diễn ra gay gắt, đơn vị nào cũng muốn chiếm lấy thị phần lớn để thu hồi phí, để kinh doanh. Trong khi đó, hệ thống máy móc trang bị cho kiểm tra, đánh giá chất lượng hàng hoá lại không được đầu tư, máy móc cũ, mạng lưới kiểm tra lại nằm rải rác ở nhiều nơi, chất lượng kiểm tra hàng hoá không chính xác, đã xảy ra tranh chấp đối với khách nước ngoài. Công tác kiểm tra còn phụ thuộc vào trình độ chuyên môn của con người. Việc nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ thuật cho lực lượng kiểm tra chất lượng hàng hoá còn yếu. Vấn đề nhức nhối lớn nhất là tình trạng buôn lậu và gian lận thương mại ở một số nơi diễn ra rất nghiêm trọng và ngày càng tinh vi hơn. Buôn lậu, gian lận thương mại, tìm đủ mánh lới để trốn lậu thuế, đội lốt doanh nghiệp nhà nước để cố ý lẩn tránh nghĩa vụ nộp thuế đã diễn ra ở một số doanh nghiệp gần đây xảy ra ở một số địa phương đã cho chúng ta nhiều bài học về khâu quản lý nhà nước về thương mại. Tiếp theo, tổ chức bộ máy kiểm tra, kiểm soát thị trường vẫn còn quá chồng chéo, chồng chéo, lại phân tán và kém hiệu lực, thậm chí còn vô hiệu hoá hoạt động của nhau, trong khi các doanh nghiệp lại chịu sự kiểm tra, kiểm soát của quá nhiều tổ chức trong cùng một nội dung kiểm tra, gây trở ngại cho hoạt động sản xuất, kinh doanh thương mại.

Với cung cách quản lý nêu trên và lề lối làm việc của các cơ quan bảo vệ pháp luật cho chúng ta nhiều bài học sâu sắc và việc phải đổi mới mạnh mẽ hơn nữa công tác quản lý thương mại. Trên cơ sở ứng dụng khoa học kỹ thuật vào kiểm tra các hoạt động thương mại, hiện đại hoá các công đoạn, dùng người máy để kiểm tra, kết luận thì các hoạt động quản lý thương mại mới có thể dần dần đi vào kỷ cương.

2. Thực trạng CNH, HĐH hệ thống tổ chức kinh doanh thương mại

Do giới hạn về phạm vi nghiên cứu của đề tài, chúng tôi tập trung đánh giá tình hình thực hiện CNH, HĐH của các đơn vị trực thuộc Bộ Thương mại đang quản lý.

Tính đến thời điểm hiện nay, Bộ Thương mại có 72 doanh nghiệp trực thuộc, trong đó 56 doanh nghiệp kinh doanh thương mại, số doanh nghiệp còn lại có: 7 doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh xây dựng chiếm 9,7%, 4 doanh nghiệp kinh doanh vận tải chiếm 5,5%, 4 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, tư vấn chiếm 5,5 %, 4 doanh nghiệp kinh doanh khách sạn nhà hàng chiếm 5,5%. Tính chất hoạt động của các doanh nghiệp ngày càng đa dạng, phong phú, phạm vi kinh doanh ngày càng mở rộng. Quán triệt Nghị quyết của TW3 Khoá IX, Bộ Thương mại đã thực hiện CNH, HĐH ở các đơn vị. Về phía các doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh, sản xuất dịch vụ của các doanh nghiệp đã chuyển biến mạnh về nội dung và phương thức CNH, HĐH. Bộ Thương mại và các doanh nghiệp đã xác định lại mục tiêu, phương hướng phát triển CNH, thực hiện CNH ở đơn vị đã đạt được những kết quả

rõ rệt cụ thể là trong thực hiện chiến lược kinh doanh, các doanh nghiệp đều phát triển theo hướng gắn sản xuất với lưu thông, đầu tư phát triển sản xuất và mở rộng thị trường, áp dụng mọi phương thức để CNH, HĐH ở các khâu đầu ra của sản phẩm. Một loạt các biện pháp nhằm phát triển lưu thông hàng hoá, nâng cao giá trị sử dụng của hàng hoá, tăng giá trị phục vụ để giảm chi phí thấp nhất, tạo sức cạnh tranh, thu lợi nhuận, phát triển thị trường nội địa, thúc đẩy xuất khẩu, mở rộng nhiều các loại hình dịch vụ nên đã góp phần làm tăng tổng giá trị lưu chuyển hàng hoá bán ra, năm sau đạt cao hơn năm trước. Năm 2000 đạt 2.691 tỷ đồng so với 158.340 tỷ đồng của cả nước, các doanh nghiệp trực thuộc Bộ chiếm 17% tổng mức lưu chuyển hàng hoá xã hội. Năm 2002 đạt 3.549 tỷ đồng/ 272.800 tỷ đồng bằng 12,8% năm, thị phần hàng hoá của các doanh nghiệp trực thuộc Bộ vẫn giữ và phát huy được.

Tổng kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp trực thuộc Bộ năm 1996 - 2000: xuất khẩu đạt 2,121 tỷ USD tăng 118% so với kế hoạch, chiếm 3,4 % kim ngạch xuất khẩu cả nước. Các năm 2001, 2002 tỷ lệ này chiếm là 3,6%, 2,7%. 6 tháng đầu năm 2003 là 2,3%.

Tổng kim ngạch nhập khẩu 5 năm 1996 - 2000 đạt 7,27 tỷ đồng tăng 112 % so kế hoạch chiếm 11,8% so với cả nước. Tỷ lệ các năm 2001 là 11,1%, năm 2002 là 9,6% và 6 tháng đầu năm 2003 là 8,3%

Trong quá trình hoạt động, các doanh nghiệp đã quan tâm nhiều tới hiệu quả kinh tế, để có hiệu quả kinh tế trong thương mại Bộ Thương mại luôn chủ trương tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp thực hiện CNH, HĐH trong sản xuất và lưu thông, cải tạo nâng cấp nhà máy, xây dựng nhiều phương án sản xuất kinh doanh, từng bước tạo được thế vững chắc của sản xuất hàng hoá trong điều kiện cạnh tranh gay gắt trên thị trường trong nước và quốc tế. So với mặt bằng các đơn vị kinh doanh thương mại, tỷ lệ các đơn vị kinh doanh có hiệu quả tăng lên, năm 1998 có 80,5% doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả, năm 2000 tăng lên 91%, năm 2001 - 2002 giữ được tỷ lệ này, nhiều đơn vị đổi mới nội dung và phương thức kinh doanh nên kinh doanh có hiệu quả hơn như Intimex, Viettrans Sài Gòn, Vinalimex, Công ty XNK Tổng hợp I, Công ty Xây lắp thương mại II,... Một số đơn vị đã giữ được vai trò chủ đạo của doanh nghiệp nhà nước trên thị trường nội địa, góp phần bảo đảm cân đối cung cầu, ổn định thị trường các mặt hàng thiết yếu mặt hàng chính sách phục vụ đời sống nhân dân. Hai năm trở lại đây TCT Xăng dầu Việt Nam, Công ty Thương mại kỹ thuật và đầu tư Petec vẫn thực hiện tốt sự chỉ đạo điều hành của nhà nước và của Bộ, đầu tư mạnh mẽ cơ sở vật chất kỹ thuật, hiện đại hoá các cây xăng, thực hiện cân đo, đóng đếm, kiểm tra chất lượng xăng dầu

nghiêm ngặt nên hàng hoá của các đơn vị TCT đã bán ra với khối lượng lớn, cạnh tranh với hàng hoá của thành phần kinh tế khác, tạo được uy tín cho TCT. TCT Xăng dầu thực hiện nhập khẩu xăng dầu theo đúng kế hoạch, bảo đảm ổn định tình hình thị trường xăng dầu trong nước. Một số doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng chính sách đã có nhiều cố gắng tổ chức ngành hàng, cung ứng đủ và kịp thời muối, dầu hoả, giấy viết cho đồng bào miền núi, vùng sâu, vùng xa và các vùng bị thiên tai, lũ lụt.

Nhìn một cách tổng thể, lực lượng thương nhân của nước ta hiện nay ngày càng lớn lên và đã có những thay đổi về phương thức kinh doanh, hoạt động thương mại đã có nhiều thay đổi.

Tính đến năm 1995, cả nước có 7.090 doanh nghiệp thương mại trong đó các doanh nghiệp thương mại nhà nước chiếm tỷ trọng 28,45%. Đến nay số doanh nghiệp thương mại chỉ còn 5.231 trong đó, doanh nghiệp thương mại nhà nước chiếm 9,22%. Trong khi đó, khu vực doanh nghiệp thương mại tư nhân đã tăng nhanh. Khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tăng từ 692 doanh nghiệp năm 1995 lên 2.014 doanh nghiệp năm 2002, tức là cũng tăng lên 2,89 lần.

Nếu như năm 1995, các cơ sở sản xuất, kinh doanh thương mại nêu trên thu hút được 5,547 triệu lao động thì năm 2002 là 8,231 triệu, tức là tăng được 2,68 triệu người.

Từ năm 1995 trở lại đây, chúng ta đã vượt qua những khó khăn của thị trường thế giới, trước diễn biến phức tạp và chịu ảnh hưởng sâu sắc của cuộc khủng hoảng kinh tế khu vực và những ảnh hưởng lớn của cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu có tính chất chu kỳ, tiếp đó là cuộc khủng bố ở Mỹ ngày 11/9, ảnh hưởng của dịch bệnh SARS làm cho thương mại thế giới chững lại mấy tháng gần đây.

Qua các số liệu thống kê cho thấy, trong khi nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu của ta trong ba năm 1994 - 1996 đang ở giai đoạn đỉnh cao (33,2% - 35,8%), thì năm 1997, khi cuộc khủng hoảng kinh tế khu vực bắt đầu nổ ra, nhịp độ này giảm xuống chỉ còn 26,6% năm 1998.

Sau khi đã phục hồi với mức tăng 23,3% và 25,5% trong hai năm 1999 và 2000, nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu lại tiếp tục giảm xuống 4% trong năm 2001 do cơn sốt lạnh của giá cả trên thị trường thế giới và năm 2002 cũng chỉ đạt mức tăng 10%.

Tính chung lại, nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong giai đoạn 1996 - 2000 là 21,3%/năm, thì nhịp độ này trong hai năm qua chỉ còn là 7,5%. Cũng chính do mức tăng trưởng thấp, nên việc thực hiện được mục tiêu tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 16%/năm trong giai đoạn 2001 - 2005 như Chiến

lược Phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010 đã đề ra là một thách thức lớn đối với nước ta.

Do tác động của các cơn sốt lạnh nêu trên, chúng ta lại phải đối phó với tình trạng nhập khẩu nói chung tăng mạnh hơn xuất khẩu, chẳng những làm cho mức thâm hụt trong cán cân thanh toán quốc tế gia tăng, làm cho sản xuất của một số ngành trong nước cũng lâm vào tình trạng khó khăn, không đủ sức cạnh tranh với hàng nhập ngoại vào thị trường trong nước.

- Về thị trường trong nước, tình hình trong năm 2002 vừa qua có khả quan hơn, nhưng nhìn chung đây vẫn là một thách thức rất khó vượt qua trong những năm sắp tới.

Cụ thể, các số liệu thống kê cho thấy, mặc dù bước vào giai đoạn 1996 - 2000 nhịp độ tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ trên thị trường trong nước đã giảm rất mạnh so với giai đoạn trước đó (tăng bình quân 44,8%/năm trong giai đoạn 1991 - 1995), nhưng nhịp độ này vẫn bình quân tăng 15,3%/năm trong những năm 1996 - 1998 và nhịp độ tăng khoảng 12,6% trong năm 2002, thị trường trong nước đang có sự khởi sắc trở lại.

Đây sẽ là tiền đề quan trọng nhất trong việc thực hiện mục tiêu tăng trưởng nhanh và bền vững nền kinh tế trong những năm tới. Việc tăng sức mua của thị trường trong nước sẽ là một chỉ tiêu quan trọng để phát triển kinh tế, giải quyết ổn định mối quan hệ cung cầu để tiến tới hội nhập vào nền kinh tế thế giới.

Chúng ta đã vượt qua nhiều khó khăn và đã đạt được những bước tiến quan trọng về quản lý thị trường nội địa, nhưng việc mở rộng thị trường trong nước do đòi hỏi của công nghiệp hóa ngành Thương mại những năm tới cũng còn gặp nhiều khó khăn. Để phát triển thị trường trong nước còn phải phát triển đồng bộ các thị trường khác như thị trường vốn, thị trường bán buôn, thị trường bán lẻ và hiện đại hoá một loạt CSVCKT của ngành Thương mại.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI

1- Kết quả về thực hiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại

Bộ Thương mại đã có nhiều đóng góp đề xuất với Chính phủ ban hành một loạt cơ chế chính sách phát triển thương mại. Cơ chế chính sách đã thể hiện được quan điểm thông thoáng, mở cửa, tạo điều kiện cho lưu thông trong nước và đẩy mạnh xuất khẩu.

- Nhà nước quản lý hoạt động thương mại trên cơ sở Luật Thương mại đã

được Quốc hội thông qua. Điều tiết các hoạt động thương mại được thực hiện bằng các văn bản hướng dẫn thi hành luật thương mại đã góp phần quan trọng đưa các hoạt động thương mại đi vào nề nếp có kỷ cương, tiếp cận nhanh với xu hướng hội nhập.

- Chuyển từ cơ chế quản lý hành chính, mệnh lệnh sang cơ chế thị trường quản lý bằng pháp luật và các quy định của Nhà nước.

- Doanh nghiệp tự chủ kinh doanh những mặt hàng nhà nước không cấm. Bãi bỏ giấy phép xuất nhập khẩu trực tiếp, xuất nhập khẩu chuyển, bỏ đầu mối xuất nhập khẩu, bãi bỏ nhiều hạn ngạch cho các mặt hàng xuất khẩu. Có nhiều đổi mới thực sự trong quản lý doanh nghiệp trước đây (năm 1991, Bộ Thương mại quản lý 450 đơn vị xuất khẩu, năm 1993 là 600 đơn vị rất khó khăn; thể hiện không nắm được các hợp đồng, không nắm được kim ngạch, không nắm được giá xuất khẩu, giá nhập khẩu...). Nhờ đổi mới mạnh mẽ về cơ chế, chính sách quản lý và sử dụng hệ thống máy vi tính nên đến nay đã có khoảng 12.000 đầu mối xuất nhập khẩu và hàng chục nghìn đơn vị liên doanh khác mà công tác quản lý của Bộ Thương mại vẫn không bị lúng túng.

- Bãi bỏ dần được chế độ bao cấp của Nhà nước, trừ một số doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng chính sách còn được trợ cước, trợ giá, các đơn vị khác kinh doanh độc lập đã thực sự vươn lên trong cơ chế thị trường.

- Áp dụng tỷ giá hối đoái ngày càng sát với thực tế, các chính sách của ngân hàng đã kích thích được các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu hàng hoá. Nhà nước sử dụng các công cụ về tài chính, tiền tệ để điều hành các hoạt động thương mại bước đầu có hiệu quả.

- Khâu quản lý nhà nước về thương mại đã góp phần kiềm chế được lạm phát, xây dựng nền kinh tế tăng trưởng.

Tới đây, việc tiếp tục thực hiện CNH, HĐH trong thương mại trong thời kỳ quá độ chuyển sang nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN vẫn đề giao quyền tự chủ kinh doanh và chuyển dần sang cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước thực sự là một vấn đề bức xúc và đầy khó khăn. Với mục tiêu để cho nền kinh tế phát triển theo hướng thị trường có sự quản lý của nhà nước thông qua pháp luật, vừa qua chúng ta đã thực hiện một loạt cuộc cải cách về thủ tục hành chính, áp dụng một loạt các chính sách và các công cụ để quản lý thương mại để đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu, đầu tư kinh doanh và phát triển thị trường nội địa. Hệ thống quản lý nhà nước về thương mại đã thể hiện sự thông thoáng, cởi mở hơn, đề xuất sửa đổi một số luật theo hướng tiến dần tới những luật lệ và thông lệ quốc tế. Hệ thống quản lý nhà nước về thương mại đảm bảo được sự công bằng và hợp lý đối

với tất cả các thành phần kinh tế và mọi loại hình kinh doanh. Khuyến khích xuất khẩu và bảo hộ sản xuất trong nước đang là chính sách quản lý kinh tế cơ bản của nước ta hiện nay, là sợi chỉ đỏ xuyên suốt bằng các văn bản dưới luật. Tuy vậy có thể nói cho tới nay, điều gây khó khăn nhất trong quản lý nhà nước về thương mại là vẫn chưa phân định được giữa chức năng quản lý nhà nước với quản lý kinh doanh, giữa quyền lực và trách nhiệm. Trên thực tế nhiều trường hợp nhà nước vẫn còn can thiệp quá sâu vào công việc kinh doanh của các doanh nghiệp, gây bất lợi và thiệt hại cho người bị quản lý, làm bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh. Việc chuyển tất cả các đơn vị kinh tế thành những chủ thể độc lập thực sự, bình đẳng trước pháp luật, không trực thuộc bất cứ một cấp quản lý nào là vấn đề phức tạp, động chạm đến quan hệ sở hữu, đến lợi ích của doanh nghiệp và đến lợi ích của các nhà quản lý. Đây là vấn đề rất lớn mà CNH, HĐH trong lĩnh vực thương mại tiếp tục phải tiến hành trong thời gian tới.

Sau hơn 17 năm đổi mới kinh tế hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ của các doanh nghiệp thương mại đã có những chuyển biến mạnh mẽ, các doanh nghiệp thương mại đã vượt qua nhiều khó khăn để đổi mới nội dung và phương thức hoạt động để tồn tại và phát triển, tích cực mở rộng thị trường, thiết lập được các bạn hàng trong nước và quốc tế, đổi mới khoa học, kỹ thuật công nghệ trong sản xuất, áp dụng các phương thức kinh doanh đa dạng để thích hợp với cơ chế mới trong điều kiện hội nhập với thị trường khu vực và thế giới. Thực hiện liên doanh, liên kết trong nước và ngoài nước. Mọi hoạt động của thương mại đều thể hiện nội dung và phương thức CNH, HĐH trong thương mại, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng nền kinh tế.

2- Phương thức CNH, HĐH kinh doanh thương mại, những kết quả đạt được

Kết quả thực hiện CNH, HĐH thể hiện hàng hoá lưu thông trên thị trường nội địa phát triển sôi động, lưu thông thông suốt, đạt tới tốc độ tăng trưởng 10, 12%. Mặt hàng phong phú và đa dạng đáp ứng được với nhu cầu cơ bản của nhân dân. Hình thành được thị trường hàng hoá thống nhất, thông thoáng giữa các vùng kinh tế, tham gia hoạt động thương mại bao gồm các thành phần kinh tế, kinh doanh bình đẳng, đi dần vào kỷ cương, văn minh thương mại ngày càng thể hiện rõ trong quản lý và các hoạt động kinh doanh. Đã huy động được tương đối đầy đủ các nguồn vốn của các thành phần kinh tế, huy động được tiềm năng lao động của con người, trang bị lại CSVN kỹ thuật. Các chủ thể kinh doanh được huy động vào hoạt động thương mại.

Phương thức CNH, HĐH được thể hiện rõ trong việc hình thành các kênh lưu thông hàng hoá, thu hút được lực lượng các thành phần kinh tế góp phần thúc đẩy

sản xuất hàng hoá phát triển, gắn sản xuất với tiêu thụ, gắn hàng hoá với thị trường trong nước và quốc tế.

Mạng lưới kinh doanh thương mại dịch vụ được mở rộng cả thành thị, nông thôn và miền núi. Phương thức kinh doanh ngày càng đa dạng, nhiều hình thức kinh doanh như đại lý mua bán hàng hoá, thực hiện mua trả góp, trả chậm... tìm mọi cách để kích cầu hàng hoá.

Triển khai rộng rãi phương thức mua gom hàng hoá của nông dân. Ở đây chú ý đến hàng hoá là nông sản. Các chính sách trợ giá, trợ cước đã đảm bảo cho người nông dân thu nhập công bằng.

Một số ngành dịch vụ có điều kiện phát triển nhanh với quy mô và tốc độ cao, phục vụ nhu cầu sản xuất của nhân dân.

Đội ngũ thương nhân phát triển mạnh, nhờ có chính sách mở cửa môi trường kinh doanh thông thoáng, đáng lưu ý là các thành phần kinh tế tư nhân trong thương mại phát triển mạnh, trở thành lực lượng năng động chiếm tỷ trọng lớn trong bán lẻ hàng hoá.

- Thực hiện CNH, HĐH trong xuất nhập khẩu, thương mại hàng hoá, thương mại đầu tư.

Mấy năm gần đây tình hình kinh tế thế giới có nhiều biến động phức tạp, kinh tế toàn cầu trì trệ, hầu hết các chỉ số kinh tế của nhiều quốc gia giảm sút, đặc biệt là trong xuất khẩu hàng hoá, thương mại đầu tư. Nước ta vẫn giữ được tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ và lao động. Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt tốc độ tăng trưởng cao, giữ được những vị trí xuất khẩu hàng đầu trên thế giới như gạo, cà phê, hạt tiêu... góp phần thúc đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đặc biệt là cơ cấu kinh tế nông nghiệp. Hình thành một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực mới, có tỷ trọng ổn định và tăng trưởng cao như sản phẩm làm từ gỗ, sản phẩm nhựa, xe đạp và phụ tùng, dây điện, cáp điện... Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá năm 2001 đạt 15.029 triệu USD, tăng 3,4%; năm 2002 đạt 16.706 triệu USD tăng 11,2%; 6 tháng đầu năm 2003 đạt 9770 triệu USD tăng 32,5%. Dự kiến năm 2001 – 2003 tăng bình quân 9,7% năm.

- Cơ cấu xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực, tỷ trọng hàng chế biến sâu và nhóm hàng công nghiệp tăng lên, số lượng mặt hàng xuất khẩu chủ lực đạt kim ngạch 100 triệu USD trở lên tăng nhanh. Một số mặt hàng xuất khẩu tăng cao là thủy sản, may mặc, da giày, điện tử,...

Đã có nhiều tiến bộ phát triển các loại hình dịch vụ thu ngoại tệ như đẩy mạnh xuất khẩu lao động, phát triển du lịch tăng từ 1 triệu khách năm 1996 lên 2,6

triệu khách năm 2002, xuất khẩu bưu chính viễn thông đạt 240 triệu USD năm 2002, vận tải hàng không đạt 339 triệu USD năm 2002. Tích cực ký kết các hiệp định thương mại, hiệp định ưu đãi thuế quan.

- Phương thức hoạt động của các doanh nghiệp FDI

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp FDI đã đóng góp rất lớn cho tăng trưởng xuất khẩu. Năm 1996, kim ngạch xuất khẩu đạt 2,13 tỷ USD chiếm 29,4% kim ngạch xuất khẩu hàng hoá, năm 1997, đã tăng lên đạt 3,24 tỷ USD, năm 2000 đạt 6,81 tỷ USD và năm 2002 đạt 7,87 tỷ USD chiếm 47,5% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá, dự kiến năm 2003 đạt 10 tỷ USD, chiếm 50% kim ngạch xuất khẩu cả nước.

Trong quá trình CNH, HĐH các doanh nghiệp thương mại thấy còn bộc lộ những mặt yếu sau:

- Quy mô xuất khẩu còn nhỏ bé, kim ngạch tính bình quân đầu người năm 2002 là 250 USD, trong khi đó, chỉ tiêu này của Trung Quốc đã đạt 358 USD, Thái Lan là 1113,8USD.

- Cơ cấu hàng xuất khẩu còn lạc hậu chưa tạo ra mặt hàng mới, chưa có nhiều thị trường mới, khách hàng mới. Hàng gia công còn chiếm tỷ trọng lớn, xuất khẩu dịch vụ chiếm tỷ trọng thấp.

- Nhiều sản phẩm làm ra khó tiêu thụ là do chất lượng chưa tốt, giá thành cao, chưa có các biện pháp kiên quyết để giảm chi phí, khâu tổ chức biên chế còn chồng chéo, chưa có hiệu quả.

- Hoạt động xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp thương mại của ta chưa được quan tâm đúng mức nên hạn chế đến hoạt động marketing của các doanh nghiệp trên thị trường trong nước và ngoài nước.

- Việc điều hành XNK vẫn còn để xảy ra tình trạng nhập siêu quá lớn sẽ ảnh hưởng đến cán cân thương mại của ta. Nhập siêu để thực hiện CNH, HĐH đất nước thì được, nhập siêu để tiêu dùng thì sẽ khó khăn cho tăng trưởng kinh tế.

- Trong quản lý thương mại còn bị động khi phải ứng phó với các hàng rào kỹ thuật của các nước, chưa tổ chức tốt với các bên đối tác để tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam.

- Việc quản lý, điều hành và làm công tác xúc tiến ở thị trường ngoài nước chưa tốt, chưa đóng vai trò làm đầu mối cho các doanh nghiệp hoạt động.

- Một số danh mục hàng cấm nhập khẩu chưa rõ ràng, chưa phù hợp với thực tế và có nhiều cách hiểu gây khó khăn cho các cơ quan quản lý và doanh nghiệp khi nhập khẩu.

Các doanh nghiệp thương mại hết sức chú ý đến việc áp dụng thành tựu khoa học kỹ thuật mới và nghiên cứu thị trường, khai thác các mạng thông tin để tìm cách mở rộng thị trường và dự báo được khả năng phát triển hàng hoá của mình trên thị trường thế giới. Từng bước thực hiện CNH – HĐH trong sản xuất, kinh doanh đặc biệt là đầu tư mạnh vào các khâu xung yếu nhất, quan trọng nhất của quá trình sản xuất, mấy năm vừa qua mặt hàng cà phê trên thị trường thế giới lên xuống thất thường, nhiều lúc giá xuất khẩu thấp hơn giá thành. Để xuất khẩu cà phê vào các thị trường lớn các doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư công nghệ chế biến cà phê XK. Công ty Petec ký hợp đồng bao tiêu xuất khẩu cà phê cho Lâm Đồng bằng cách đầu tư mới các dây chuyền tuyển chọn, chế biến, đánh bóng theo công nghệ tách màu cho ra đời cà phê không màu, chất lượng cao, ký được nhiều hợp đồng ổn định với giá trị lớn tiêu thụ tại Anh, Hà Lan có giá cao, chất lượng tốt, góp phần ổn định xuất khẩu mặt hàng cà phê của công ty, đồng thời góp phần rất lớn ổn định nguồn nguyên liệu, ổn định sản xuất cho vùng sản xuất cà phê ở các huyện Bảo Lộc, Đức Trọng, Di Linh của tỉnh Lâm Đồng. Nhờ thực hiện CNH – HĐH các giai đoạn từ sản xuất và chế biến, hiện đại hoá kiểm tra, thực hiện các quy định về bao bì, đóng gói, bảo quản nên Công ty Petec là đơn vị trực thuộc Bộ đã xuất khẩu và ổn định mặt hàng cà phê của tỉnh Lâm Đồng để tiêu thụ trên thị trường thế giới. Theo báo cáo của công ty Petec, dự báo từ nay đến năm 2010 hàng năm xuất khẩu 10 nghìn đến 20 nghìn tấn sẽ tạo ra trị giá gia tăng 29 tỷ trong thời gian khấu hao thiết bị 10 năm, thu nhập của người lao động đảm bảo 1,5 triệu đồng/người thu lãi 2 tỷ đồng/năm. Ổn định sản lượng cà phê và giúp cho mức sống của những người trồng cà phê ở các huyện mà công ty Petec ký kết hợp đồng tiêu thụ ổn định là những điển hình gắn bó giữa người nông dân, người sản xuất với các doanh nghiệp thương mại ngày càng mật thiết và phát triển tốt đẹp.

Từ kinh nghiệm xuất khẩu hàng hoá sang EU, các nhà xuất khẩu thuỷ sản đang tổ chức tốt khâu nghiên cứu thị trường cùng nhau hợp lại nhằm hướng dẫn và quy định cụ thể cho các nhà sản xuất tôm sử dụng hợp lý kháng sinh trong thức ăn, cải tiến khâu lựa chọn giống nên đã xuất khẩu nhiều lô tôm sang EU đạt chất lượng tốt, không bị trả lại, không bị tiêu huỷ tại thị trường EU như 2 năm trước đây. Tỉnh Cần Thơ trong 6 tháng đầu năm 2003 xuất khẩu 38.000 tấn tôm vào EU có hiệu quả, không lô nào bị trả lại.

Việc chuyển đổi cơ cấu hàng hoá xuất khẩu giúp chúng ta nhận thức rõ được

ảnh hưởng sâu sắc đến CNH, HĐH ngành Thương mại và đặc biệt là các doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa CNH, HĐH ở các khâu để sản xuất, chế biến và đưa ra thị trường thế giới nhiều mặt hàng mới. Hiện nay, đã có 17 mặt hàng xuất khẩu đạt kim ngạch xuất khẩu 100 triệu USD trở lên, nhiều mặt hàng có kim ngạch cao như dệt may 3,63 tỷ đồng năm 2003, giấy da, thủy sản 2,5 tỷ đồng... đã vượt xa các mặt hàng truyền thống xuất khẩu lâu nay như gạo, cà phê... Nhìn vào cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu hiện nay và dự báo cho tương lai cho phép chúng ta có thể đánh giá kết quả to lớn của CNH, HĐH ngành thương mại.

III- ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ TỚI CNH, HĐH THƯƠNG MẠI.

1. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu góp phần đẩy nhanh CNH, HĐH trong thương mại

Hoạt động theo cơ chế thị trường đặc biệt là trong tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới các doanh nghiệp thương mại của ta đã theo sát bắt nhịp với thời cuộc và đã trưởng thành về nhiều mặt. Qua cạnh tranh trên thị trường nội địa và thị trường thế giới, các doanh nghiệp thấy cần phải CNH, HĐH ở các công đoạn, phấn đấu nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành, phát triển thị trường bền vững là những điều kiện rất quan trọng để các doanh nghiệp tồn tại và phát triển. Nhìn vào cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu, các mặt hàng lưu thông trên thị trường nội địa thời gian gần đây càng thấy được bước tiến rất quan trọng của hàng hoá Việt Nam. Trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu, mặt hàng xuất khẩu gạo đa dạng hơn. Tỷ trọng gạo chất lượng cao tăng lên, tỷ lệ gạo 5% tấm chiếm 30% kim ngạch xuất khẩu gạo, 60% kim ngạch XK gạo tỷ lệ 25% tấm, 5 năm trước đây tỷ trọng gạo 25 % tấm xuất khẩu là chủ yếu. Nhu cầu của thị trường thế giới đòi hỏi việc đầu tư khoa học kỹ thuật vào sản xuất, hiện đại hoá các nhà máy xay xát, áp dụng kỹ thuật mới, liên doanh với nước ngoài để đầu tư vào các khâu chế biến, tuyển chọn, nâng cao độ đánh bóng, độ đồng đều và kết quả của việc đưa nhiều giống lúa mới vào thay thế giống cũ ở Việt Nam, áp dụng kỹ thuật mới trong khâu gieo trồng, thu hoạch; đặc biệt chú ý đến các yếu tố về môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm để sản xuất và xuất khẩu gạo. Một thành công lớn là đã áp dụng công nghệ hiện đại để sản xuất ra nhiều mặt hàng xuất khẩu gạo chế biến sâu như mì ăn liền, miến, bánh đa nem, cháo ăn liền để XK vào các thị trường lớn như EU, Nga, Mỹ và Nhật Bản làm cho giá trị xuất khẩu của mặt hàng lương thực, thực phẩm gia tăng cao.

2. Thị trường trong nước và quốc tế phát triển, CNH, HĐH thương mại được đẩy mạnh

2.1 Về thị trường trong nước

+ CNH – HĐH thương mại đã hình thành được các phương thức mua bán hàng hoá thống nhất và ổn định trong phạm vi cả nước. Hoạt động thương mại sôi động, hàng hoá sản xuất ra đa dạng, chất lượng tốt, được sử dụng các phương thức mua bán, trao đổi tương đối hiện đại, văn minh để phục vụ cho người tiêu dùng, nhiều mặt hàng đã cạnh tranh được với hàng ngoại nhập. Hàng hoá đã công khai giá, có nhãn hiệu, có mã vạch, cung cách phục vụ văn minh, đa dạng.

+ Quá trình thực hiện CNH ngành Thương mại 17 năm trở lại đây đã thể hiện rõ nét nhất. Việc mở rộng mạng lưới kinh doanh thương mại trên các địa bàn, tiêu biểu là thị trường đô thị, và các thành phố lớn. Nông thôn và miền núi đã thu hút được nhiều thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại. Hầu hết các địa phương đã xây dựng được quy hoạch tổng thể phát triển thương mại đến năm 2010. Tiến hành cải tạo và xây dựng các trung tâm thương mại cụm xã, thị trấn, thị tứ, hệ thống các cửa hàng bán buôn, bán lẻ, đại lý được mọc lên thu hút được sự tham gia của các thành phần kinh tế, các loại hình doanh nghiệp ra đời, hạn chế được độc quyền, phong cách phục vụ tiến dần tới hiện đại văn minh, nhiều nghiệp vụ mua bán hàng hóa mới đã xuất hiện như: mua hàng tự chọn, mua bán theo đơn đặt hàng, ký gửi, đại lý, đổi hàng, hợp đồng, giao kèo... làm cho thị trường sôi động hẳn lên. Các địa phương đã phát triển các loại hình chợ, khôi phục được nhiều chợ truyền thống như chợ đầu mối, chợ phiên, chợ trên sông, chợ chiều, chợ đêm, chợ sáng. Hoạt động của nhiều chợ theo qui chế chung, buôn bán sắp đặt hàng hoá theo hướng văn minh, hiện đại, và đã chú ý đến môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm.

+ Năm 1997, cả nước mới có một số ít cửa hàng siêu thị, đến năm 2002 đã có 681 Trung tâm thương mại siêu thị, cửa hàng tự chọn ở 21 tỉnh, thành phố, tăng 33% so 2001 với phương thức phục vụ văn minh, áp dụng kỹ thuật hiện đại trong cân đo, đóng, đếm, thanh toán một cửa bước đầu làm cho người tiêu dùng làm quen với phương thức mua bán hiện đại. Kết quả điều tra của Tổng cục Thống kê tính đến ngày 31-10-2001, hai thành phố lớn là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh đã có 545 cửa hàng tự chọn, trong đó có 32 Trung tâm Thương mại, 70 siêu thị, 443 cửa hàng tự chọn. Khi nhìn vào cung cách phục vụ, phương thức bán hàng của các nhân viên với những quy định thống nhất trang phục, phong cách tiếp thị bước đầu đã thể hiện được văn minh, hiện đại hoá trong thương mại.

2.2- Về thị trường ngoài nước

Tính đến nay, nước ta đã có quan hệ buôn bán và thương mại với 280 nước và vùng lãnh thổ. Kết quả của CNH đã mở cửa thị trường xuất khẩu cà phê 95%, hạt điều xuất khẩu gần 100%, hạt tiêu xuất khẩu 90 %, chè xuất khẩu 50%.

Riêng từ năm 2001 đến nay đã mở thêm được 20 thị trường xuất khẩu mới, ký thêm được 12 hiệp định Thương mại song phương và 2 Hiệp định khung về kinh tế và thương mại. Việc ký kết Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong quan hệ kinh tế 2 nước. Như vậy, tính đến nay, ta đã ký được 84 Hiệp định Thương mại với các nước.

Sau khi thị trường các nước XHCN tan vỡ, chúng ta đã mở rộng được thị trường xuất khẩu sang một loạt các nước EU, Nhật Bản và Hoa Kỳ...

CNH, HĐH thương mại đã làm cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của ta đã mang lại nhiều hiệu quả. Kim ngạch xuất khẩu sau 17 năm đổi mới đã tăng lên rõ rệt. Năm 1990 đạt 2,4 tỷ USD đến năm 2002 đạt 17,5 tỷ USD. Kim ngạch nhập khẩu hàng hoá 1990 đạt 3 tỷ USD, năm 2002 là 19,3 tỷ USD. Dự kiến năm 2003 là: 21,5 tỷ USD. Cơ cấu thị trường đã có sự chuyển dịch từ khu vực Châu Á sang khu vực Châu Mỹ, khu vực Châu Âu, Châu Phi và Châu Đại Dương. Tỷ trọng các thị trường trung gian như Hồng Kông, Singapore giảm dần. Quá trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới là tiền đề quan trọng đẩy nhanh CNH, HĐH thương mại nước ta.

3. Thu hút đầu tư nước ngoài, CNH, HĐH phát triển

Bộ Thương mại đã có nhiều đóng góp quan trọng vào việc soạn thảo Luật đầu tư nước ngoài của Việt Nam và được Quốc hội thông qua tháng 12/1987. Sau nhiều lần sửa đổi đã tạo môi trường thuận lợi cho các nước và các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

Đến tháng 12 năm 2002 đã có 66 nước và vùng lãnh thổ với nhiều loại công ty, tập đoàn lớn đầu tư trực tiếp vào Việt Nam. Với 3265 dự án được cấp giấy phép, vốn đăng ký trên 38,6 tỷ USD và vốn thực hiện trên 15 tỷ USD, nguồn đầu tư trực tiếp của nước ngoài chiếm gần 30% vốn đầu tư xã hội đóng góp khoảng trên 13,3% GDP, 6,7 % thu ngân sách, gần 35% giá trị sản lượng công nghiệp, trên 27% kim ngạch xuất khẩu cả nước năm 2002 và thu hút gần 30 vạn lao động trực tiếp. Tính đến 31/12/2002, cả nước có 1900 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đang hoạt động kinh doanh, công nghệ sản xuất hiện đại, trình độ quản lý và năng lực tổ chức kinh doanh hơn ta về nhiều mặt làm cho sức cạnh tranh trên thị trường trong nước rất mạnh góp phần làm sống động thị trường trong nước. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã tham gia xuất khẩu đạt 50% kim ngạch xuất khẩu của cả

nước, góp phần tích cực cho tăng trưởng kinh tế và đóng góp quan trọng cho CNH, HĐH ngành Thương mại.

Chúng ta cần tranh thủ được nguồn viện trợ ODA của các nước để tham gia vào phát triển kinh tế đất nước. Từ năm 1993 đến nay đã huy động được nguồn tài trợ ODA là 13, 04 tỷ USD, trong đó vốn đã được ký là 10 tỷ USD việc bình thường hoá quan hệ với các tổ chức tài chính của IMF, WB, ADB, Nhật Bản đã tạo điều kiện cho ta thực hiện CNH, HĐH đất nước trong đó có ngành Thương mại. Trước yêu cầu của hội nhập vào nền kinh tế thế giới, ta đang tích cực tham gia đàm phán để sớm gia nhập WTO, Luật Thương mại đang được Bộ Thương mại sửa đổi để Quốc hội thông qua trong thời gian tới.

4. CNH, HĐH thương mại đã tiếp thu khoa học và công nghệ, nâng cao kỹ năng quản lý, và kinh doanh thương mại.

Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo cơ hội để nước ta tiếp cận với những thành quả của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới. Trong hoạt động thương mại sẽ xuất hiện nhiều hàng hoá sử dụng công nghệ hiện đại, dây chuyền sản xuất tiên tiến tạo nên bước phát triển mới trong sản xuất hàng hoá. Đồng thời thông qua hợp tác, liên doanh liên kết với nước ngoài các doanh nghiệp thương mại của ta sẽ tiếp nhận được nhiều kinh nghiệm quản lý, kinh nghiệm sản xuất và kinh doanh hiện đại, nhiều doanh nghiệp sẽ phải đổi mới công nghệ, đổi mới phương thức quản lý, nâng cao năng lực cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Tạo nếp làm ăn mới, lấy hiệu quả sản xuất, kinh doanh để phát triển, đội ngũ cán bộ doanh nghiệp trẻ năng động sẽ ra đời để đáp ứng được với tiến trình hội nhập.

IV. NHỮNG TỒN TẠI VÀ NGUYÊN NHÂN LÀM HẠN CHẾ ĐẾN QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CNH, HĐH NGÀNH THƯƠNG MẠI

1. Những tồn tại

- Mô hình tổ chức thị trường và tổ chức thương mại của các doanh nghiệp thương mại còn nhiều lúng túng và bất hợp lý. Khâu tổ chức thị trường của nhà nước còn yếu, có thị trường còn bỏ ngõ chưa đánh giá đúng mức vai trò của thị trường trong nước nhất là ở vùng sâu vùng xa. Các biện pháp kích cầu ở thị trường nông thôn, miền núi, thành thị chưa tốt. Khâu tổ chức kinh doanh của các doanh nghiệp còn thể hiện chạy theo lợi nhuận đơn thuần, lợi nhuận trước mắt, chưa tính đến lâu dài. Nhiều doanh nghiệp không đứng ra ký kết hợp đồng, bao tiêu sản phẩm đối với nông dân nên làm cho thị trường không ổn định. Tỷ lệ mặt hàng do thương nghiệp nhà nước nắm và chi phối dần dần bị thu hẹp mà hiệu lực quản lý của nhà nước gặp nhiều khó khăn. Tốc độ đầu tư để xây dựng thương mại hiện đại, văn minh còn chậm.

- Việc thực hiện CNH, HĐH trong quản lý thương mại, quản lý thị trường còn nhiều hạn chế, hệ thống luật pháp cơ chế chính sách và các giải pháp về thị trường trong nước còn có chỗ chồng chéo, thiếu tính đồng bộ và thống nhất. Việc ban hành và thông qua luật cạnh tranh, luật chống độc quyền, luật quy định bản quyền, luật bảo đảm đăng ký nhãn mác, thương hiệu đang ở giai đoạn soạn thảo, chưa ban hành. Khâu điều hành, kiểm tra của nhà nước hết sức khó khăn, làm hạn chế đến tính năng động trong kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Việc áp dụng công nghệ hiện đại vào đảm nhận chức năng kiểm tra, quản lý đối với các hành vi thương mại của ta còn yếu nên tình trạng buôn lậu, trốn tránh các nghĩa vụ nộp thuế xuất hiện ở nhiều nơi, việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật hiện đại để kiểm tra đánh giá chất lượng hàng hoá, để phát hiện hàng giả, hành vi gian lận thương mại còn ít nên còn dễ xảy ra các hiện tượng tiêu cực trong thương mại. Làm thiệt hại đối với quyền lợi người tiêu dùng, làm giảm đến nguồn thu ngân sách làm ảnh hưởng đến văn minh trong thương mại.

2. Những nguyên nhân chủ yếu làm hạn chế đến quá trình CNH, HĐH trong thương mại như sau:

- Ngành Thương mại vận hành theo cơ chế mới được hơn 17 năm nên việc nhận thức về quan điểm phát triển, mục tiêu và nội dung phát triển thị trường thương mại XHCN theo tinh thần đổi mới chưa đầy đủ. Xu hướng vẫn trọng nông nên cơ cấu thương mại dịch vụ chiếm tỷ trọng chưa lớn so với cơ cấu kinh tế của cả nước.

- Việc thực hiện CNH, HĐH trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu, thay thế nhập khẩu còn chậm, chưa xây dựng được 1 số ngành kinh tế mũi nhọn có tính đột phá.

- Việc xác định lộ trình hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới ở các địa phương chưa rõ nét. Các địa phương chưa xây dựng được các chương trình xuất khẩu có bước đi táo bạo làm thay đổi hẳn cơ cấu kinh tế của địa phương mình.

- Việc điều hành vĩ mô đối với thị trường trong cả nước còn nhiều khó khăn, lúng túng, thực hiện quản lý nhà nước đối với những mặt hàng thiết yếu cho nhu cầu trong nước chưa vững chắc.

- Do điểm xuất phát kinh tế nước ta còn thấp, bình quân thu nhập đầu người còn thua xa so với các nước. Việt Nam được các nước và các tổ chức quốc tế xếp thứ 62/ 63 trong số 160 nước trên thế giới. Do vậy sức mua của dân thấp, việc đầu tư mở rộng sản xuất và lưu thông còn nhiều khó khăn làm cho thương mại phát triển còn chậm.

- Khâu dự báo, đón đầu về các hoạt động thương mại còn yếu, triển khai quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại, phát triển mặt hàng, phát triển nguồn nhân

lực còn nhiều lúng túng nên làm hạn chế đến việc áp dụng công nghệ chế biến, sản xuất, hiện đại hoá các hoạt động thương mại còn khó khăn làm hạn chế đến tốc độ phát triển thương mại so với nhiều nước trong khu vực.

Vai trò quản lý, dẫn đường để hoạt động thương mại phát triển theo cơ chế thị trường định hướng XHCN còn nhiều lúng túng. Bộ máy điều hành, cơ chế thực hiện quản lý nhà nước ở nhiều khâu còn chồng chéo chưa thực sự tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, cho các thành phần kinh tế hoạt động

Cho đến nay, Bộ Thương mại đã cùng với các địa phương thẩm định xong quy hoạch chiến lược phát triển thương mại của 61 tỉnh thành là cơ sở pháp lý để các địa phương triển khai phát triển.

Các địa phương đang xây dựng chương trình hành động để hội nhập vào nền kinh tế thế giới; chương trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu và hàng loạt chương trình kinh tế khác là tiền đề cho tiến hành CNH, HĐH thương mại. Tuy nhiên quá trình thực hiện CNH, HĐH trong thương mại còn nhiều khó khăn. Đầu tư của nhà nước cho các chương trình kinh tế chưa lớn, cơ chế, chính sách chưa đồng bộ nên làm hạn chế một phần đến quá trình CNH, HĐH trong thương mại.

Đối với thị trường ngoài nước, CNH, HĐH đất nước đã làm đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Tuy thời gian thực hiện hội nhập chưa dài, kinh nghiệm còn hạn chế, nhưng đã mang lại những bài học về thành tựu bước đầu đáng khích lệ.

Chúng ta đã đẩy lùi được chính sách bao vây cô lập, cấm vận của các thế lực thù địch, tạo dựng được môi trường quốc tế và khu vực thuận lợi cho công cuộc xây dựng và bảo vệ tổ quốc, nâng cao vị thế Việt Nam trên thị trường thế giới. Gia nhập ASEAN năm 1997, nộp đơn xin vào WTO; tham gia APEC, thực hiện cam kết AFTA năm 2006, đã ký nhiều Hiệp định Thương mại với các nước đặc biệt là Hiệp định Thương mại với EU; Hiệp định Thương mại Việt – Hoa Kỳ, ... đang đẩy nhanh tiến độ đàm phán song phương gia nhập WTO.

- CNH, HĐH thương mại đưa nước ta hội nhập nhanh vào nền kinh tế thế giới.

Chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế của ta đã được khẳng định trong nhiều nghị quyết của Đảng và trên thực tế bằng các chương trình hành động của Nhà nước. Tuy vậy, nhận thức hội nhập chưa được quán triệt đầy đủ đến các doanh nghiệp nên còn ảnh hưởng tới quá trình đề ra các chính sách và triển khai thực hiện ở các cấp. Nền kinh tế nước ta còn yếu, tư tưởng bảo hộ còn nặng nề, việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đổi mới cơ cấu quản lý và cải tiến công nghệ diễn ra chậm chạp. Nếu ta không đổi mới mạnh mẽ thì sẽ bị thua thiệt và tụt hậu xa hơn các nước trong khu vực.

- Chưa hình thành được một kế hoạch tổng thể và chương trình dài hạn cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa ngành Thương mại.

Ta chưa xây dựng được chiến lược CNH, HĐH ngành Thương mại, do đó CNH, HĐH còn dừng lại ở chương trình hành động của các doanh nghiệp, Bộ Thương mại mới làm tốt được chức năng quản lý, chưa làm tham mưu, chưa định hướng được kế hoạch phát triển của toàn ngành để thực hiện CNH, HĐH.

- Luật pháp, cơ chế chính sách quản lý kinh tế, quản lý thương mại của ta chưa hoàn chỉnh.

Luật pháp, chính sách là công cụ quan trọng để đảm bảo hội nhập thành công, tạo điều kiện cho kinh tế thương mại phát triển. Các hoạt động thương mại đang theo xu thế mới là tiến tới thuận lợi hơn, tự do hóa. Nhưng hệ thống pháp luật của ta chưa hoàn chỉnh, chưa đồng bộ, còn gây nhiều khó khăn cho chúng ta thực hiện các cam kết với các Tổ chức quốc tế. Trước tình hình đó, việc hoàn thiện hệ thống luật pháp, cơ chế chính sách sao cho phù hợp với thông lệ quốc tế là rất quan trọng và bức xúc.

Ta cần tìm ra các biện pháp để làm sao vừa đổi mới pháp luật, đổi mới cơ chế chính sách, vừa tranh thủ được các ưu đãi của các Tổ chức quốc tế và các nước để tiến hành CNH, HĐH thương mại.

- Các doanh nghiệp của ta còn yếu cả sản xuất, quản lý và khả năng cạnh tranh.

Doanh nghiệp của ta có quy mô nhỏ, yếu kém về 2 mặt cơ bản là quản lý kinh doanh và áp dụng công nghệ mới vào sản xuất hàng hoá. Kết quả là hàng hoá sản xuất ra chất lượng chưa tốt, giá thành cao, giảm sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

**BẢNG: KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ CÔNG NGHỆ NĂM 2002
CỦA MỘT SỐ ĐƠN VỊ TRỰC THUỘC BỘ THƯƠNG MẠI**

STT	Tên đơn vị	Doanh thu (Tr/đ)	Kim ngạch xuất khẩu (Tr/USD)	Kim ngạch nhập khẩu (Tr/USD)	Đầu tư đổi mới công nghệ (Tr/đ)	Nộp ngân sách (Tr/đ)	Công nợ (Tr/đ)	Lợi nhuận (Tr/đ)	Lương bình quân (VNĐ)
1	Cty XNK máy HN	132.000	0,5	14,5	6.100	5.129		210	1.000.000
2	Cty XNK Thiết kế dịch vụ XDTM	1.6500			560	360	1.420	150	1.200.000
3	Cty XNK với Lào	330.000	10,363	15,862		42.000		660	1.100.000
4	Cty XNK chuyên gia LĐ và KT	4.4563	2	2.614		8.860	15.800	310	1.598.000
5	Cty TM & Dvụ	370.000		17		3.8680			969.000
6	Cty Việt Thái	8.514	4,951	1,643	350	582		128	720.000
7	Cty in Thương mại	36.000		0,50	245	6.200	151	100	633.000
8	Cty hoá chất VLĐ & vật tư KHKT	230.000	0,33	2,73	1.200	13.200	31.500	500	1.200.000
9	Cty VSMM miền Bắc	211.200	3,80	4,6	1.567	1.243	22.000	1370	854.000
10	VP Cty máy & phụ tùng	558.000	4,20	22	6.089	36.000	210.289	15.000	2.000.000
11	VPTC Cty Xăng dầu VN	24.000.000	137	1.200		7.135.000	1.120.000	120.000	1.600.000
12	Cty XNK & KT bao bì	100.144	0,635	3,866	3.050	2.850	12.900	350	920.000
13	Cty XNK Mỹ nghệ Thăng Long	161.981	5,625	2,079		92	38.235	200	1.100.000
14	Cty XNK khoáng sản	250.000	2,6	13,9		32.000	15.000	750	1.500.000
15	Cty XNK Tạp phẩm	287.360	5,853	19,028	1.600	40.000		2.100	1.820.000
16	Cty XNK Thủ công Mỹ nghệ	235.000	6,5	15,7		14.000		1.600	1.650.000
17	Cty XNK Tổng hợp I	334.000	31,432	22.565		54.160	85.064	3.867	2.252.000

18	Cty XNK mây tre	135.000	11,77	4,384	430	8.000	35.412	1.500	1.000.000
19	Cty XNK TB Toàn bộ & KT	262.000	5,661	75,657		26.850	72.700	550	1.500.000
20	Cty XNK INTIMEX	1.500.000	54	26		115.780		2.772	1.200.000
21	Cty KD & SX vtr HH	10.000				147		6.269	700.000
22	Cty DL & xúc tiến TM	6.211				455		143	775.730
23	Cty kho vận & Dvụ TM	114.000							

Nguồn: Bộ Thương mại - 2002

CHƯƠNG III

MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM CÔNG NGHIỆP HÓA, HIỆN ĐẠI HÓA TRONG THƯƠNG MẠI THỜI KỲ TỚI 2010

I. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM THỜI KỲ TỚI NĂM 2010

1. Ảnh hưởng của sự phát triển kinh tế xã hội đến CNH, HĐH trong thương mại

Sự phát triển kinh tế – xã hội luôn tác động mạnh mẽ vào quá trình CNH, HĐH thương mại. Có nhiều chỉ tiêu để xác định ảnh hưởng đối với thương mại Việt Nam, trong đó, chỉ tiêu về GDP bình quân đầu người vẫn là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá mức sống của con người. Chúng ta CNH, HĐH thương mại trong điều kiện GDP bình quân đầu người mới đạt 400 USD. Mục tiêu cụ thể đến năm 2020 ít nhất tăng gấp đôi năm 2000. Nếu tốc độ phát triển dân số đến 2010 còn 1,1 – 1,2 % và nhịp độ tăng GDP bình quân 7,5% thì đến 2010 dự báo GDP bình quân đầu người sẽ đạt 700 – 750 USD, nước ta muốn thoát ra khỏi mức các nước kém phát triển thì nhịp độ tăng xuất khẩu gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP, tức là tăng 15-16% năm. Đạt được chỉ tiêu nêu trên, ngành Thương mại tiến hành về CNH, HĐH theo các bước vừa áp dụng bước đi tuần tự, vừa phải nhảy vọt, tận dụng mọi khả năng để đạt trình độ công nghệ tiên tiến, hiện đại đặc biệt là công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, tranh thủ ứng dụng ngày càng nhiều hơn và phổ biến hơn những thành tựu mới về khoa học và công nghệ vào hoạt động thương mại.

2. Ảnh hưởng của hội nhập kinh tế quốc tế đến CNH, HĐH

- Trong quan hệ với nước ngoài, Đảng ta xác định rõ chủ trương “gắn thị trường trong nước với thị trường thế giới, giải quyết tốt mối quan hệ giữa tiêu dùng trong nước với xuất khẩu”, gắn thị trường nội địa với thị trường quốc tế là một nội dung chủ yếu của hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực thương mại nhằm không ngừng nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả của các hoạt động thương mại. Văn kiện Đại hội IX đã nêu rõ chủ trương “Xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ đi đôi với hội nhập kinh tế quốc tế – Kết hợp nội lực với ngoại lực thành nguồn lực tổng hợp để phát triển đất nước”. Nói một cách khác, mục tiêu của hội nhập kinh tế quốc tế là để tạo thêm nguồn lực, tạo thành sức mạnh tổng hợp nhằm đẩy mạnh CNH, HĐH theo định hướng XHCN. Những nguồn lực ta tiếp cận được là tiền vốn, thiết bị, vật tư, thị trường, những tiến bộ khoa học và công nghệ, những kiến thức hiện đại về quản lý, những đối tác làm ăn, hợp tác ngày càng đa dạng.

Hiện nay, Mỹ là nước đang triệt để lợi dụng thế mạnh về kinh tế để biến kinh tế thế giới phát triển theo Mỹ. Mỹ muốn sử dụng toàn bộ sức mạnh kinh tế, khoa học, công nghệ để chi phối và áp đặt nền kinh tế thế giới. Đối phó với Mỹ, nhiều nước hoạt động bên ngoài, họ bắt tay với Mỹ nhưng bên trong vì lợi ích dân tộc họ phải tìm mọi cách liên kết với nhau để chống lại sự áp đặt của Mỹ. Các nước EU thống nhất sử dụng đồng tiền chung EURO (Liên minh EU có 545 triệu người với GDP hơn 10 nghìn tỉ USD). Khối NAFTA và các nước Nam Mỹ với GDP là 11.104 tỷ USD muốn thoát khỏi sự chi phối của Mỹ. Trung Quốc chính thức đề nghị tham gia AFTA tại phiên họp thượng đỉnh các nước ASEAN tháng 11/2001. Nhật Bản cũng tìm mọi cách muốn tham gia vào AFTA. Kinh tế thế giới đang là sự cọ xát tranh giành nhau rất quyết liệt. Mỹ có chiến lược biến thế giới thành 01 cực, dự kiến tăng chi phí quân sự vào năm 2005 là 388 tỷ USD, các nước EU có “kế hoạch điện tử Châu Âu”. Ấn Độ có “Chiến lược phát triển vượt bậc”. Nhật Bản có “Kế hoạch phục hồi kinh tế”. Trước tình hình phức tạp đó, ngày 27/11/2001, Bộ Chính trị ra Nghị quyết số 07 về “Hội nhập kinh tế quốc tế”. Thực hiện Nghị quyết này của Bộ Chính trị, ngày 14/03/2002, Chính phủ thông qua chương trình chiến lược phát triển hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế. Chiến lược này đề cập đến những vấn đề cơ bản sau đây:

Thứ nhất: Nước ta là thành viên chính thức của ASEAN, thực hiện cam kết AFTA do đó từ 1/6/2006, hầu hết các hàng nhập khẩu từ các nước ASEAN vào Việt Nam đều được giảm thuế từ 0 – 5 %. Tất nhiên hàng hoá của ta xuất khẩu đi các nước cũng được hưởng các mức thuế nêu trên. Tuy nhiên hàng hoá của ta xuất khẩu đi các nước ASEAN chưa nhiều, ngược lại hàng hoá từ nước ngoài nhập khẩu vào Việt Nam ngày càng nhiều, chất lượng tốt sẽ là thách thức rất lớn đối với hàng hoá của ta. Đứng trước yêu cầu của hội nhập ngày càng sâu sắc, các doanh nghiệp cần đẩy nhanh CNH, HĐH để nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm cạnh tranh với hàng hoá các nước. Để cạnh tranh được với hàng hoá nước ngoài, ngành Thương mại cần hiện đại hoá các công đoạn của quá trình lưu thông phân phối, bằng mọi biện pháp làm tăng thêm chất lượng hàng hoá, giảm chi phí, tăng sức cạnh tranh của hàng hoá, vấn đề này đòi hỏi các cán bộ thương mại, các nhân viên bán hàng am hiểu mặt hàng, thông thạo nghiệp vụ kinh doanh, toàn tâm, toàn lực phục vụ khách hàng. Cán bộ kinh doanh thương mại còn phải có kiến thức khoa học kỹ thuật, công nghệ cao... Nâng cao chất lượng phục vụ, giảm chi phí lưu thông, hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh của hàng hoá trên thị trường thế giới. Để hội nhập có hiệu quả, Bộ Thương mại sẽ cùng với các doanh nghiệp thương mại tạo mọi điều kiện, hoàn tất các thủ tục để đến năm 2005: 100% mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của ta xuất khẩu ra thị trường thế giới đều đăng ký nhãn hiệu hàng hóa.

Thứ hai: Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ ký kết, là Hiệp định tương đối toàn diện.

Thực hiện Hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ, thời gian sắp tới ta phải mở cửa thị trường cho 7 nhóm lĩnh vực dịch vụ gồm 53 phân ngành trong số 12 nhóm gồm 155 theo phân ngành của WTO, trong thời gian nhanh nhất là 3 năm ta phải cam kết giảm thuế đối với 224 mặt hàng trên tổng số 6337 mặt hàng của Mỹ. Đây cũng là một yêu cầu rất cao. Ta vừa mở được thị trường này nhưng đã gặp phải những tranh chấp phức tạp. Vụ kiện cá tra và cá Ba sa, Mỹ cho là ta bán phá giá. Tới đây, nhiều mặt hàng khác cũng gây khó khăn cho các doanh nghiệp của ta khi bước vào thị trường này.

Thứ ba: Trong kế hoạch 5 năm 2001 – 2005, chúng ta phấn đấu đạt tốc độ tăng tỷ trọng GDP là 7,5%. Để đạt tốc độ này ta cần 60 tỷ USD đầu tư trong đó 2/3 là huy động vốn trong nước. Huy động vốn từ đâu trong lúc nhiều doanh nghiệp nhà nước nợ nần kéo dài. Tổng số nợ lên đến 24% tổng doanh thu, nợ phải trả hiện nay 133% trong tổng số vốn của nhà nước tại các doanh nghiệp. Ta muốn hội nhập, doanh nghiệp thiếu vốn, không đủ sức để hiện đại hoá, để phát triển sản xuất do đó cần được huy động từ các nguồn vốn khác nhau. Hội nhập cũng đòi hỏi các doanh nghiệp thương mại đẩy nhanh CNH, HĐH.

Thứ tư: Ta CNH, HĐH trong khi các nhà máy của ta máy móc lạc hậu so với các nước trong khu vực từ 1- 2 thập kỷ nên để đẩy nhanh tiến độ hội nhập, các doanh nghiệp cần kết hợp tính ưu việt của hợp tác đa phương; song phương để làm cho hàng hoá Việt Nam bán được và phát huy những lợi thế của đất nước. Hội nhập là động lực để nâng cao chất lượng hàng hoá để tham gia vào thị trường hàng hoá thế giới.

Thứ năm: Ta hội nhập trong lúc lực lượng lao động nông nghiệp chiếm 70%, nguồn nhân lực có tay nghề rất thấp hầu hết là lao động thủ công. Ta muốn đưa lao động nông nghiệp còn 50% tức là đưa 20 % lao động đi sang lĩnh vực công nghiệp dịch vụ, đòi hỏi đẩy mạnh nâng cao nguồn nhân lực của các ngành. Hội nhập làm thay đổi cơ cấu lao động ở nước ta.

Thứ sáu: Các doanh nghiệp thương mại của ta chưa có chiến lược tiếp cận và chiếm lĩnh thị trường. Quỹ vốn về hàng hoá và các loại hình hoạt động dịch vụ thương mại của nước ta rất yếu ớt, 60 % số doanh nghiệp được điều tra đều trả lời họ chưa chuẩn bị cho hội nhập. Trước tình hình đó, hội nhập yêu cầu các doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch dài hạn và ngắn hạn để chủ động hội nhập.

Thứ bảy: Nguồn vật tư nguyên liệu để sản xuất hiện nay các doanh nghiệp

của ta chủ yếu phải nhập ngoại, giá thành cao khó cạnh tranh. Hội nhập sẽ tạo điều kiện để CNH, HĐH sản xuất trong nước.

Một nhân tố có ý nghĩa quyết định là đội ngũ cán bộ quản lý kinh tế, cán bộ kỹ thuật của ta còn quá thiếu, quá yếu. Hội nhập kinh tế đòi hỏi cán bộ thương mại có trình độ nghiệp vụ, chuyên môn cao, nhưng nước ta lại hổng hụt về lĩnh vực này.

3. Ảnh hưởng của kinh tế tri thức tới quá trình CNH, HĐH thương mại

Kinh tế tri thức ra đời là thể hiện đầu tư vô hình có hiệu quả (đầu tư cho con người) hay vô hình hoá các đầu vào của sản xuất đã được coi trọng. Đây là tiền đề quan trọng nhất để cho nền kinh tế phát triển với tốc độ cao. Tri thức của con người ra đời còn là kết quả của quá trình CNH, HĐH. Kinh tế tri thức ra đời sẽ thúc đẩy và làm thay đổi cơ cấu đầu tư nền kinh tế, nó làm chuyển hướng các yếu tố đầu vào của sản xuất từ các yếu tố hữu hình, lấy tài nguyên thiên nhiên làm chính, sang yếu tố vô hình lấy trí lực, tri thức và kỹ năng làm chính. Bước chuyển này có tác dụng làm giảm bớt tình trạng phụ thuộc quá nhiều vào nguồn lực tài nguyên thiên nhiên, khắc phục tình trạng khai thác kiệt quệ tài nguyên thiên nhiên, nhất là những nguồn tài nguyên không có khả năng tái sinh. Mặt khác, nó cũng làm giảm bớt tình trạng ô nhiễm môi trường và tăng cân bằng sinh thái.

Nền kinh tế tri thức là nền kinh tế kỹ thuật cao, kỹ thuật mới đóng góp cơ bản dẫn vào sự hình thành kinh tế tri thức ở các quốc gia.

Đối với các nước có nền kinh tế đang chuyển đổi như Việt Nam thì để phát triển kinh tế tri thức cần phải chuyển hướng công nghệ sao cho phù hợp, không nhất thiết đi tuần tự mà có những bước đi nhảy vọt vào các công nghệ mới theo phương châm "đi tắt, đón đầu" cần có sự điều chỉnh mạnh về cơ cấu kinh tế, đổi mới công nghệ và đào tạo nhân lực.

Nền kinh tế tri thức ra đời là để đáp ứng yêu cầu của sự gia tăng nhanh chóng của các ngành kỹ thuật cao với tư cách là trụ cột của nền kinh tế. Hơn nữa, nó còn gây ra tác động mạnh mẽ làm cho cơ cấu kinh tế và cơ cấu công nghệ của các ngành, các lĩnh vực khác phải thay đổi theo nó.

Trên cơ sở của nền kinh tế tri thức, các ngành kỹ thuật cao và kỹ thuật mới bản thân để sản xuất hàng hoá, đưa vào lưu thông được ứng dụng rộng rãi trong các lĩnh vực kinh tế khác. Vì vậy, việc nghiên cứu kiểu dáng, mẫu mã sao cho phù hợp với thị hiếu của khu vực thị trường là rất quan trọng nhằm đưa hàng hoá vào thâm nhập thị trường quốc tế.

- Trong nền kinh tế tri thức, yếu tố hàng đầu của sản xuất xã hội là nguồn nhân lực có trình độ trí tuệ cao và sản xuất ra tài sản trí tuệ. Với sự xuất hiện của

yếu tố mới này, việc khai thác và sử dụng tài nguyên được tiến hành một cách khoa học, hợp lý, tập trung và có hiệu quả cao. Ngoài ra, việc áp dụng tri thức và trí lực sẽ trở thành hướng chủ đạo nhất để tạo ra các sản phẩm mới.

- Trong nền kinh tế tri thức, nền tảng vật chất kỹ thuật phải được thay đổi hẳn so với nền kinh tế thị trường công nghiệp truyền thống. Trong đó các ngành kỹ thuật cao, kỹ thuật mới thực sự trở thành chỗ dựa cơ bản cho các ngành và toàn bộ nền kinh tế.

- Để vận hành nền kinh tế tri thức, các sản phẩm tri thức, sản phẩm kỹ thuật cao, kỹ thuật mới ... phải được tin học hoá. Có như vậy, tri thức mới thực sự trở thành hàng hoá đặc biệt phục vụ cho tiêu dùng xã hội.

Tổng hợp cả ba nội dung trên, người ta cho rằng, kinh tế tri thức là sự hoà nhập ở mức độ cao của tri thức và kinh tế. Chúng tác động qua lại vào nhau, đan xen lẫn nhau và thúc đẩy lẫn nhau phát triển. Đây là sự thống nhất cao của kinh tế tri thức.

Theo tài liệu của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) hiện nay, trên 50% giá trị tổng sản phẩm quốc nội của các nước thành viên OECD được hoàn thành trên cơ sở tri thức. Họ cũng cho rằng: kinh tế tri thức đã bắt đầu xuất hiện ở các nước phát triển và ở một số nước đang phát triển. Thế kỷ 21 là thế kỷ mà loài người sẽ bước sang thời đại kinh tế - xã hội hoàn toàn mới - thời đại kinh tế tri thức. Kinh tế tri thức thể hiện trong thương mại: người làm thương mại sẽ góp phần đắc lực làm cho hàng hoá phát triển phục vụ tốt cho con người được thể hiện: Sử dụng hàng hoá thuận lợi, chất lượng cao, bảo vệ sức khoẻ con người.

Như đã nêu ở trên, kinh tế tri thức có vai trò và tác động rất lớn đối với quá trình phát triển kinh tế của các quốc gia nói chung và các nước đang phát triển nói riêng, nhất là các nước đang tiến hành chuyển đổi cơ cấu kinh tế như Việt Nam. Nếu chỉ xét riêng tới quá trình CNH, HĐH trong thương mại, kinh tế tri thức sẽ có tác động rất lớn. Sự tác động của kinh tế tri thức đến quá trình CNH, HĐH thương mại được thể hiện bằng các điểm chính như sau:

a. Kinh tế tri thức tạo ra nhiều sản phẩm trí tuệ, sản phẩm có hàm lượng kỹ thuật và công nghệ cao để đưa vào lưu thông. Trên cơ sở này, người tiêu dùng sẽ có cơ hội để sử dụng và tiêu dùng những hàng hoá và dịch vụ có chất lượng cao.

Tuy nhiên, để đảm bảo lưu thông các sản phẩm một cách tốt nhất, ngành Thương mại cũng phải trang bị cho mình các phương tiện hiện đại như: hệ thống máy móc thiết bị để kiểm tra, kiểm soát chất lượng sản phẩm (máy cân, đo, thiết bị để xác định các chỉ tiêu kỹ thuật của sản phẩm, hệ thống kho tàng, bến bãi, sử dụng hàng loạt

các thiết bị hiện đại để bảo quản, vận chuyển hàng hoá. Tính toán sử dụng phương pháp tối ưu nhất để dự báo khả năng cung cấp của hàng hoá để phục vụ kịp thời nhu cầu của con người. Như vậy, trong nền kinh tế tri thức, ngành Thương mại phải tiến hành CNH, HĐH các công đoạn để phục vụ việc lưu thông hàng hoá trên thị trường.

Trong mối quan hệ này, kinh tế tri thức sẽ đòi hỏi và tạo điều kiện cho CNH, HĐH thương mại phát triển. Ngược lại CNH, HĐH trong thương mại cũng sẽ là tiền đề, là điều kiện cho tri thức phát triển để hướng tới đa dạng sản phẩm và có hàm lượng trí tuệ, công nghệ cao.

b. Trong nền kinh tế tri thức, các sản phẩm sản xuất ra đều mang tính tri thức cao, có kỹ thuật cao, kỹ thuật mới và được tin học hoá một cách cao độ. Nhờ có tin học hoá, các doanh nghiệp có thể nắm bắt thông tin thị trường một cách nhanh chóng với chi phí thấp và từ đó họ có thể phân tích một cách chính xác cơ hội thị trường, dung lượng hàng hoá (đặc biệt là các thị trường tiềm năng) để tăng cường các hoạt động đầu tư.

Để đáp ứng yêu cầu trên, quá trình CNH, HĐH trong thương mại phải đảm bảo xây dựng và phát triển hệ thống thông tin thương mại hiện đại (cả trong phạm vi nội bộ doanh nghiệp, cả ở phạm vi quốc gia cũng như quốc tế).

Như vậy, kinh tế tri thức đòi hỏi phải có một hệ thống thông tin hiện đại ở nhiều cấp độ khác nhau, tạo ra mạng lưới liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp với thị trường, giữa thị trường trong nước với thị trường quốc tế.

Hiện nay, sự gắn kết giữa các doanh nghiệp với thị trường quốc tế còn xuất hiện một phương thức kinh doanh mới mà người ta gọi là "Hệ thống thương mại điện tử". Thông qua phương thức kinh doanh "thương mại điện tử", tổng khối lượng hàng hoá lưu kho so với tổng số lượng hàng hoá tiêu thụ hàng năm của các quốc gia sẽ giảm đi một cách đáng kể. Thời gian lưu kho cũng giảm đi rõ rệt. Đây là hoạt động thương mại mới không gây ô nhiễm môi trường nên được nhiều quốc gia rất quan tâm và tăng cường đầu tư phát triển. Áp dụng rộng rãi thương mại điện tử còn là giải pháp tốt nhất để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá.

c. Kinh tế tri thức luôn tạo điều kiện cho khoa học - công nghệ hiện đại phát triển. Đây là thuận lợi lớn để các nước đang phát triển có điều kiện tiếp thu và ứng dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật mới, tạo những bước nhảy vọt về kinh tế và kỹ thuật cho toàn bộ nền kinh tế nói chung và cho phát triển thương mại nói riêng.

Để thực hiện CNH, HĐH trong thương mại, việc tiếp thu và ứng dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật tiến bộ trên thế giới là điều rất quan trọng và hết sức cần thiết. Trong xu thế hiện nay, việc ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại của

thế giới sẽ giúp cho các nước đang phát triển có được những bước tiến nhảy vọt để theo kịp các nước trên thế giới. Vì vậy, việc ứng dụng khoa học công nghệ mới, hiện đại để thực hiện CNH, HĐH trong thương mại nước ta cần được quan tâm giải quyết từ khâu đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật đến việc đầu tư cho công tác quản lý thương mại.

d. Kinh tế tri thức sẽ đẩy nhanh tốc độ quốc tế hoá của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp thương mại nói riêng. Kinh tế tri thức là nền kinh tế mà sản phẩm sản xuất ra mang tính trí tuệ và có hàm lượng khoa học công nghệ cao. Hơn thế, các sản phẩm trí tuệ là của nhân loại và được ứng dụng ở khắp các quốc gia ngày càng rộng rãi.

Chính vì vậy, mô hình tổ chức doanh nghiệp trong nền kinh tế tri thức cũng mang tính quốc tế cao độ. Biểu hiện cụ thể của nó là các doanh nghiệp có khả năng hoạt động ở nhiều quốc gia dưới dạng các công ty xuyên quốc gia và sản phẩm của nó được tiêu thụ ở khắp mọi nơi trên thế giới.

Trong nền kinh tế tri thức - việc thực hiện CNH, HĐH trong thương mại đang có nhiều cơ hội, kinh nghiệm của các nước cho chúng ta nhiều bài học về CNH, HĐH thương mại. Tuy nhiên, việc nắm bắt và tận dụng một cách linh hoạt những kiến thức về khoa học công nghệ hiện đại của thế giới, vận dụng phù hợp với điều kiện cụ thể của thương mại Việt Nam là rất quan trọng.

4. Ảnh hưởng của xây dựng cơ sở hạ tầng của cả nước đến CNH, HĐH thương mại

Cơ sở hạ tầng và dịch vụ GTVT ảnh hưởng rất lớn đối với các hoạt động thương mại trong phạm vi cả nước. Đề tài này chúng tôi tập trung đánh giá khái quát ảnh hưởng của đường bộ, đường sắt, đường biển, đường hàng không, đường sông tới quá trình CNH, HĐH ngành Thương mại.

GTVT sau 17 năm đổi mới đã có nhiều đóng góp rất quan trọng cho ngành Thương mại. Thể hiện cụ thể trong phát triển của ngành GTVT, bộ mặt GTVT của đất nước đã thay đổi. Đến nay ngành GTVT đã đầu tư 40 dự án lớn tổng trị giá 6 tỷ USD trong đó tỷ lệ đầu tư cho đường bộ là 72%; Đường hàng không 12%; Xây dựng hệ thống cảng 6%; Đường thủy 2%; Giao thông nông nghiệp 2%; Giao thông đô thị 3%. Tỷ lệ đầu tư GTVT bằng 1/4 tổng số vốn đầu tư phát triển, chiếm 1,8% GDP cả nước. Tuy vậy, so với mức đầu tư với các ngành kinh tế khác thì vẫn còn thấp, cần nâng lên tới 3% GDP. Cơ sở hạ tầng GTVT của nước ta vẫn còn xếp vào loại yếu kém so với các nước trong khu vực. Để đuổi kịp với các nước và phục vụ CNH, HĐH thương mại và hội nhập vào nền kinh tế thế giới cần đầu tư nhiều hơn

nữa cho phát triển GTVT, cải tạo và nâng cấp cơ sở hạ tầng hiện có, cải tiến dịch vụ vận tải hàng hoá thông suốt trong cả nước, tạo môi trường cạnh tranh với các hãng vận tải trong khu vực, cạnh tranh với các hiệp hội vận tải thế giới. Xây dựng cơ chế quản lý ngành GTVT sao cho có hiệu quả. Công tác quản lý hoạt động của ngành GTVT tập trung vào các lĩnh vực sau đây:

- Tập trung vào cơ chế bảo trì công trình GTVT.
- Tăng cường công tác quản lý thiết kế, kỹ thuật để đảm bảo công trình có chất lượng .
- Ứng dụng khoa học kỹ thuật vào quản lý công trình GTVT.
- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia để huy động được nhiều nguồn vốn.
- Vì tương lai phát triển của ngành GTVT nên Nhà nước sẵn sàng chấp nhận còn có lĩnh vực làm ăn thua lỗ, rất cần có sự hỗ trợ của nhà nước .

Về giao thông đường bộ ảnh hưởng phát triển thương mại: Đầu tư thêm đường cấp 3 xuống các trung tâm kinh tế huyện, đặc biệt là những huyện mới thành lập, mới tách ra còn đang yếu kém, việc tổ chức lưu thông hàng hoá ở các địa phương này còn nhiều khó khăn. Mở rộng được giao thông ở các vùng sâu, vùng xa sẽ làm cho thị trường hàng hoá nông thôn phát triển.

Phát triển hệ thống đường bộ còn khắc phục được tình trạng ùn tắc giao thông ở các thành phố lớn, cân đối cung cầu với các vùng kinh tế lớn.

Ảnh hưởng của phát triển đường sắt: Thực hiện CNH, HĐH là khắc phục đoạn đường yếu kém, khắc phục các đoạn đường cong, mở rộng bán kính, tăng độ dốc chạy tàu. Cải tạo, nâng cấp cầu cống có tuổi thọ cao (30 → 60 năm) để đảm bảo an toàn cho đường sắt.

Đưa thiết bị hệ thống thông tin vào phục vụ giao thông đường sắt.

Khôi phục các tuyến đường sắt trước đây đã có, mở các tuyến đường sắt mới ra các cảng mới, các khu công nghiệp đồng thời nghiên cứu để mở các tuyến đường sắt khác. Hiện tại nước ta mới đạt 0,95 km đường sắt /100 km²/ 25 000 người, vào loại thấp của thế giới. Nâng cao mức sử dụng đường sắt, đầu tư công nghệ cho ngành đường sắt, thu hút nhiều dự án ODA vào cải tạo, nâng cấp đường sắt, sử dụng mọi biện pháp nhằm tăng cường độ vận chuyển hàng hoá và giảm chi phí.

Phát triển vận tải đường biển: Cạnh tranh với các tổ chức vận tải quốc tế, bằng cách giảm chi phí, giảm thủ tục. Tổ chức nạo vét luồng lạch, thu hút đầu tư nước ngoài vào xây dựng hệ thống cảng biển, đặc biệt là cảng nước sâu, phát triển

dịch vụ cảng biển. Tăng trọng tải của các tàu chở hàng XNK, nâng cao thị phần vận tải hàng hoá của đội tàu Việt Nam, hiện đại hóa cảng biển.

Phát triển vận tải nội địa: Phát triển vận tải vùng đồng bằng là rất quan trọng, đồng thời nâng cao năng lực vận tải hàng hoá bằng đường sông. Ở Đồng bằng Sông Cửu Long, vận tải nội địa được quan tâm khai thác là cơ sở để hàng hoá thông suốt trong cả nước.

Đẩy mạnh vận tải hàng không: Phát triển 135 cảng hàng không, mở rộng và hiện đại hoá cho 18 sân bay. Hiện đại hoá trang thiết bị hệ thống điều khiển, kiểm tra chỉ huy cất hạ cánh. Hiện đại hoá 2 cụm cảng hàng không sân bay Nội Bài và sân bay Tân Sơn Nhất. Đưa năng lực vận chuyển hành khách từ 4 triệu lượt khách, 6000 tấn hàng hoá năm 2002 lên 8 triệu lượt khách và 1 triệu tấn hàng hoá năm 2010.

Phát triển giao thông nông thôn phục vụ cho các hoạt động thương mại

Xây dựng các tuyến đường giao thông phục vụ thông suốt trong cả nước với 606 xã. Để CNH, HĐH thương mại cần mở rộng và nâng cấp phát triển để đảm bảo lưu thông hàng hoá 2 chiều đến tận xã. Phát triển các dịch vụ bưu chính, viễn thông và các điểm văn hoá. Trên cơ sở đó sẽ xây dựng các trung tâm giao dịch, mua bán hàng hoá ở các cụm xã.

Ở các tỉnh có đường biên giới sẽ đẩy mạnh vận tải qua biên giới Việt Nam – Lào, Campuchia và Trung Quốc. Áp dụng phương thức mua bán hàng hoá thông qua các mạng thông tin, đáp ứng được yêu cầu của hội nhập.

Phát triển vận tải đa phương thức.

Mở rộng việc áp dụng hình thức vận tải đa phương thức. Hiện nay, phương thức vận tải này ta còn hạn chế về nhiều mặt, cần quan tâm phát triển, cần đưa một số đơn vị vào áp dụng phương thức vận tải này trong thời gian tới góp phần nâng cao tỷ lệ dịch vụ vận tải trong thương mại, cạnh tranh thắng lợi với các đơn vị vận tải quốc tế.

Các giải pháp chủ yếu để thực hiện CNH, HĐH giao thông vận tải phục vụ cho công cuộc CNH, HĐH thương mại.

- Sớm thành lập hệ thống bảo trì đường bộ, quy hoạch đường cao tốc trong tương lai, hình thành hệ thống giao thông giữa các khu công nghiệp, khu chế xuất góp phần đẩy nhanh lưu thông hàng hoá trong nước và quốc tế.

- Có chiến lược thu hút ODA trong GTVT để đẩy nhanh tiến độ phát triển GTVT phục vụ cho CNH, HĐH thương mại.

- Tăng cường sự tham gia của kinh tế tư nhân vào phát triển GTVT để đa dạng hoá sở hữu, thúc đẩy cạnh tranh, giảm cước phí trong thương mại.

- Thương mại hoá các cảng để khai thác các tiềm năng và lợi thế.

- Xây dựng các cảng nước sâu, cảng container để dễ hội nhập trong vận tải biển.
- Quy hoạch và tổ chức nâng cao hoạt động thương mại phục vụ cho chiến lược chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi, nâng cao quỹ hàng hoá quốc gia.
- Triển khai vận tải đa phương thức trên sân bay.
- Tăng cường đào tạo nguồn năng lực cho GTVT tiến tới hình thành các hãng tàu lớn các tập đoàn vận tải hàng hoá có uy tín trên thị trường thế giới.
- Chống độc quyền vận tải, nâng cao chất lượng phục vụ
- Xây dựng lộ trình giảm cước phí vận tải xuống mức thấp nhất tương đương với các nước khu vực.

Trên cơ sở thực hiện CNH, HĐH giao thông vận tải bằng một loạt các biện pháp nêu trên sẽ là tiền đề vững chắc cho thực hiện CNH, HĐH thương mại từ nay đến năm 2010.

5. Ảnh hưởng của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới quá trình thực hiện CNH, HĐH thương mại

Kể từ năm 1987 đến nay, thời điểm ban hành Luật đầu tư nước ngoài, trải qua nhiều lần được sửa đổi và bổ sung với phương châm là tạo nhiều điều kiện thông thoáng cho các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Tính đến 31.12.2002, nước ta đã thu hút được 3669 dự án với số vốn đăng ký hơn 39 tỷ USD. Vốn đầu tư nước ngoài ở nước ta đã được thực hiện bởi các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài với 2417 dự án chiếm 69,0%, doanh nghiệp liên doanh giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp nước ngoài với 1089 dự án, còn lại là các hình thức đầu tư khác xây dựng- vận hành - chuyển giao dưới dạng BOT. Các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài đã góp phần huy động vốn cho CNH, HĐH đất nước, tạo nên sự ổn định trong việc huy động vốn đầu tư cho các ngành, cho toàn xã hội trung bình đạt tới 25%. Đầu tư nước ngoài còn góp phần quan trọng cho tăng trưởng GDP. Tỷ trọng FDI trong cơ cấu GDP tăng từ 6,41% năm 1994 lên 13,26% năm 2000. Mở cửa thương mại và đầu tư đã góp phần quan trọng sản xuất hàng hoá phục vụ thị trường trong nước thúc đẩy các hoạt động dịch vụ phát triển và xuất khẩu, đáp ứng được những cân đối về hàng hoá trong cả nước đồng thời đẩy mạnh sản xuất hàng hoá thực hiện các chương trình xuất khẩu của đất nước. Hàng năm, kim ngạch xuất khẩu của các đơn vị đầu tư nước ngoài chiếm gần 50% kim ngạch xuất khẩu hàng hoá cả nước, tạo việc làm cho 35 vạn người. Quán triệt quan điểm của Đảng về khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài, tính đến nay nước ta đã có 64 dự án với tổng số vốn đăng ký là 52 triệu USD.

6. Ảnh hưởng của các chính sách kinh tế, tài chính, tiền tệ tín dụng tới CNH, HĐH trong thương mại

Sự ổn định của chính sách kinh tế vĩ mô đảm bảo cho sự phát triển thương mại. Chính sách kinh tế vĩ mô bao gồm chính sách thương mại quốc tế, chính sách tài chính, tiền tệ, tài chính tín dụng... trong đó chính sách thương mại quốc tế có vị trí quan trọng góp phần đẩy nhanh tiến trình CNH, HĐH thương mại. Chính sách thương mại quốc tế là một hệ thống các chính sách cụ thể và tổng hợp các biện pháp sử dụng các công cụ của nhà nước để định hướng các hoạt động thương mại. Nhiệm vụ chủ yếu của chính sách thương mại quốc tế là tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp trong nước mở rộng buôn bán với nước ngoài, góp phần bảo hộ hợp lý sản xuất trong nước, hạn chế cạnh tranh bất lợi cho doanh nghiệp trong nước. Để thực hiện CNH, HĐH thương mại yêu cầu chính sách kinh tế nước ta ổn định và phát triển theo xu hướng hội nhập quốc tế, quá trình hoàn thiện chính sách kinh tế phải phù hợp với thông lệ và các định chế thương mại khu vực và quốc tế, tạo điều kiện để phát triển kinh tế đất nước.

Chính sách tài chính, tiền tệ, tín dụng ngân hàng đều được đổi mới theo xu hướng tạo cho nền kinh tế tăng trưởng, đảm bảo an ninh tài chính ngân hàng. Bất kỳ động thái nào của ngân hàng Trung ương trong việc đưa ra các quyết sách về tiền tệ, ngân hàng đều gây ra các phản ứng tức thời tới các hoạt động kinh tế vĩ mô và vĩ mô trong nền kinh tế. Chính sách tiền tệ quốc gia đã góp phần quan trọng vào thực hiện các mục tiêu kinh tế – xã hội của nhà nước, chính sách tiền tệ quốc gia theo quan điểm mục tiêu phát triển kinh tế, tùy thuộc diễn biến kinh tế – xã hội để lựa chọn chính sách thích hợp. Trình độ hoạch định và điều hành chính sách tiền tệ của các ngân hàng Việt Nam ngày càng tăng lên thông qua việc phân tích diễn biến kinh tế – tiền tệ trong nước và quốc tế để có những quyết sách được chuẩn xác và kịp thời. Chính sách tiền tệ của ta vừa qua đã góp phần quan trọng làm ổn định và phát triển thương mại theo tinh thần CNH, HĐH.

II. NHỮNG NỘI DUNG, MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM CHỦ YẾU THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HOÁ TRONG THƯƠNG MẠI TRONG ĐIỀU KIỆN MỚI

1. Nội dung và mục tiêu CNH, HĐH trong thương mại đến năm 2010

1.1. Nội dung CNH, HĐH trong thương mại đến năm 2010

Nội dung CNH, HĐH trong thương mại đến năm 2010 là chuyển các hoạt động thương mại sang hoạt động bằng sử dụng kỹ thuật tiên tiến; áp dụng công nghệ hiện đại, cải cách các khâu của quá trình quản lý thương mại; tổ chức lưu thông hàng hoá thông suốt trên thị trường nội địa và tham gia vào thị trường thế

giới. Hiện đại hoá thương mại là biểu hiện khía cạnh vật chất – kỹ thuật, bằng hiện đại các khâu lưu thông, hiện đại hoá còn bao hàm cả phương diện quản lý thương mại và văn hoá xã hội; tri thức con người... Tóm lại, hiện đại hoá có nội dung rộng lớn là quá trình cải cách toàn diện các hoạt động thương mại để có trình độ thương mại cao.

Từ nay đến năm 2010, CNH, HĐH trong thương mại tập trung đổi mới các khâu cơ bản bao gồm nghiên cứu cơ bản về hàng hoá, hiện đại hoá sản xuất đồng thời có chiến lược sản phẩm đúng đắn. Trong kinh doanh hết sức chú ý đến nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng, đến vòng đời của sản phẩm, để có các quyết sách đúng đắn. Thường xuyên chuyển dịch cơ cấu của sản phẩm hàng hoá, không thể tự trôi mình vào một công thức cứng nhắc, một mẫu mã, một kiểu dáng mà bỏ lỡ nhiều sản phẩm khác, cần phát huy khả năng của mình để tạo ra nhiều lợi thế so sánh trong sản xuất, kinh doanh, thường xuyên hiện đại hoá các lĩnh vực hoạt động. Cần đầu tư vào các công đoạn của quá trình lưu thông hàng hoá để tìm mọi biện pháp giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh để tiêu thụ hàng hoá, từng bước chiếm lĩnh thị trường.

Phương thức CNH trong thương mại là:

- Sử dụng công nghệ thông tin hiện đại để nghiên cứu khách hàng, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu tình hình cung cầu về hàng hoá, khai thác triệt để các thông tin để dự báo xu hướng phát triển của thị trường hàng hoá. Đồng thời thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa việc áp dụng kết quả của công nghệ thông tin vào giao dịch, vào điều tra khảo sát thị trường, tính toán lưu lượng hàng hoá, thành thạo trong vận trù tính toán để đảm bảo cân đối hàng hoá theo quy luật của cung cầu, sử dụng nguyên vật liệu mới để sản xuất hàng hoá, nguyên vật liệu mới để thay thế sản phẩm.

- Áp dụng công nghệ sinh học để phát triển mặt hàng mới, sản phẩm mới.

- Sử dụng thương mại điện tử trong kinh doanh để đạt hiệu quả cao, hiện đại hoá trong việc áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật để đánh giá sản phẩm một cách chính xác như cân, đo, đong, đếm, phân loại ...

- Xây dựng tác phong công tác, tác phong lao động công nghiệp trong các hoạt động thương mại, Sử dụng công nghệ điện tử trong quản lý, trong bán hàng thoả mãn yêu cầu của khách hàng, hạn chế những yếu tố tiêu cực ...

- Bảo đảm tính bền vững của thương mại và môi trường. Thương mại là phục vụ, là khâu cuối cùng thể hiện rõ rệt nhất giá trị sử dụng của hàng hoá, mục tiêu phục vụ là con người, vì con người, do đó mọi hoạt động, mọi cố gắng của doanh nghiệp là thể hiện văn minh trong thương mại.

1.2. Mục tiêu của CNH, HĐH trong thương mại đến năm 2010

1.2.1- Mục tiêu tổng quát được xác định trong chiến lược thương mại đến 2010 là

- Phát triển thị trường, mở rộng giao lưu hàng hoá trên tất cả các vùng, đẩy mạnh xuất khẩu nhằm đáp ứng các nhu cầu của sự nghiệp CNH, HĐH. Thông qua việc tổ chức tốt thị trường và lưu thông hàng hoá làm cho thương mại thực sự là đòn bẩy thúc đẩy sản xuất, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, phân công lao động xã hội, góp phần ổn định giá cả, kiềm chế lạm phát. Thực hiện phân phối và phân phối lại thu nhập quốc dân một cách hợp lý, tăng tích lũy cho ngân sách, cải thiện đời sống nhân dân.

- Hoạt động của thương mại, trước hết là thương mại nhà nước phải hướng vào phục vụ các mục tiêu kinh tế - xã hội của đất nước trong từng thời kỳ. Phải coi trọng hiệu quả kinh tế và xã hội.

- Xây dựng ngành thương mại phát triển lành mạnh trong trật tự, kỷ cương, các thành phần kinh doanh theo đúng pháp luật. Thực hiện văn minh thương nghiệp, từng bước hiện đại các công trình thương mại, chuẩn bị mọi mặt cho hội nhập với thị trường khu vực và thế giới.

1.2.2- Mục tiêu cụ thể của CNH, HĐH thương mại

- Mở rộng và phát triển thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của sản xuất và đời sống nhân dân, chú trọng phát triển thị trường ở vùng nông thôn, vùng sâu và miền núi. Đối với thị trường trong nước, mục tiêu tăng giá trị hàng hoá bán ra, tăng bình quân từ 12 đến 16%. Tổng kim ngạch xuất khẩu tăng từ 14-16%, tổng kim ngạch nhập khẩu cũng tăng trưởng tương tự. CNH, HĐH trong xuất khẩu để đưa sản phẩm chế biến từ 20% năm trước 2000 lên 50-60% năm 2010. Tạo nhiều mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn, giá cả tiến tới đuổi kịp các nước trong khu vực. Tăng cường xuất khẩu mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp và khoáng sản, nhóm hàng công nghiệp nhẹ và nông lâm thủy hải sản. Đổi mới cơ cấu nhập khẩu phục vụ cho CNH, HĐH đất nước, tăng cường nhập khẩu công nghệ nguồn, nguyên vật liệu về sản xuất, chế biến để xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu hàng tiêu dùng.

- Khai thác tiếp tiềm năng của các thành phần kinh tế để mở rộng mạng lưới thương mại trên toàn quốc, củng cố và tìm mọi biện pháp để phát triển thương mại nhà nước, nâng cao vai trò của các doanh nghiệp ở những nơi thương nghiệp tư nhân hoạt động yếu ớt. Cung cấp đầy đủ những mặt hàng thiết yếu ở vùng sâu, vùng xa, vùng có thiên tai hay có rủi ro cần có sự hỗ trợ của thương mại nhà nước. Thương mại nhà nước nắm bán buôn, chi phối bán lẻ, củng cố và mở rộng mạng lưới thương nghiệp để mua bán sản phẩm hàng hoá của nông dân, từng bước tổ chức lại các mô hình HTX thương

ng nghiệp để góp phần làm ổn định thị trường ở nông thôn.

- Mở rộng hoạt động kinh tế đối ngoại, mở rộng quan hệ thương mại với hầu hết các nước, các châu lục, phát triển quan hệ hợp tác kinh tế với các tổ chức tài chính, tiền tệ quốc tế. tăng cường đàm phán đa phương, song phương để tìm ra những cơ hội tốt cho phát triển thương mại.

- Phát huy vai trò phát luồng hàng, khả năng định hướng và điều tiết thị trường xã hội ở các thị trường đô thị trọng điểm. Phát triển mạng lưới thương mại nông thôn, lấy chợ ở các cụm kinh tế, thương mại dịch vụ ở các thị tứ, thị trấn, hình thành các trung tâm giao dịch thương mại điện tử, hình thành sàn giao dịch hàng hoá, thị trường giao sau. Thương mại góp phần đẩy mạnh hoạt động của thị trường chứng khoán, thanh toán quốc tế theo các phương thức hiện đại.

- Xây dựng thể chế thị trường, từng bước đổi mới hệ thống chính sách và pháp luật đồng bộ phù hợp với điều kiện thị trường nhiều thành phần kinh tế, tự do kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng trước pháp luật. Nâng cao hiệu quả kinh doanh của toàn bộ thị trường xã hội, hạn chế các mặt trái của cơ chế thị trường, nhà nước quản lý mọi hoạt động thương mại bằng các công cụ quản lý và chính sách thương mại đã được đổi mới mạnh mẽ theo xu thế hội nhập và theo thông lệ quốc tế.

1.3. Các quan điểm CNH, HĐH thương mại Việt Nam đến năm 2010

Trên cơ sở mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể nêu trên, quan điểm về phát triển thương mại đến năm 2010 tóm tắt như sau:

- a- Mở rộng thị trường về quy mô và phạm vi hoạt động: Văn kiện Đại hội VII Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định: “thị trường có vai trò trực tiếp hướng dẫn các đơn vị kinh tế lựa chọn lĩnh vực hoạt động và phương án tổ chức sản xuất kinh doanh có hiệu quả”. Vấn đề này đòi hỏi phải có chuyển biến trong tư duy lý luận quan niệm thương nghiệp là bà nội trợ xã hội sang tư duy mới là thương mại tạo môi trường và điều kiện cho phát triển kinh tế hàng hoá, có vai trò trực tiếp hướng dẫn sản xuất là đặt vị thế của các hoạt động thương mại đúng chỗ của nó trong mô hình kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước. Hoạt động của kinh tế thị trường luôn gắn với diễn biến của thị trường trong nước và ngoài nước, việc phân tích, dự báo của các xu thế của thị trường sẽ tác động đến sản xuất và định hướng sản xuất theo nhu cầu của thị trường.

- b. Coi thị trường là một tổng thể thống nhất, không thể chia cắt theo địa giới hành chính, không thể chia cắt theo vùng, lãnh thổ, không thể chia cắt lĩnh vực kinh doanh, phải gắn hữu cơ với các loại hình thương mại dịch vụ, do đó việc thực hiện CNH, HĐH đều phải được quán triệt quan điểm nêu trên. Thị trường Việt Nam là

một thể thống nhất còn tham gia tích cực vào xu hướng khu vực hoá, toàn cầu hoá do đó CNH, HĐH là phải phát huy và khai thác hợp lý lợi thế so sánh trên các mặt nhằm tham gia tích cực vào thị trường thế giới.

c. Xây dựng cơ cấu thị trường với nhiều chủ thể tham gia và tự chủ kinh doanh theo pháp luật, thương nghiệp nhà nước tổ chức lại theo hướng tập trung và chuyên môn hoá cao ở một số ngành hàng và lĩnh vực quan trọng (vật tư chủ yếu, tiêu thụ nông sản, hàng chính sách xã hội) đóng vai trò ổn định và định hướng thị trường, thương nghiệp hợp tác xã được tổ chức theo các nguyên tắc tự nguyện, cùng góp vốn, cùng có lợi, quản lý dân chủ.

Cơ chế chính sách quản lý thương mại cần tạo ra sự bình đẳng cho mọi thành phần kinh tế. Phát huy được vai trò của các hiệp hội ngành hàng để định hướng hoạt động thị trường vào các mục tiêu kinh tế – xã hội của nhà nước. Thương nghiệp thị trường tư nhân đang chiếm tỷ trọng lớn 70-80% trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ, thu gom hàng hoá, dịch vụ với các hình thức kinh doanh đa dạng cần được CNH, HĐH ở một số khâu tổ chức thu mua, thanh toán, vận chuyển và bảo quản hàng hoá theo hướng hiện đại để đáp ứng được với sự nghiệp CNH, HĐH của đất nước.

d. Quan điểm hiệu quả kinh doanh, hiệu quả kinh tế với hiệu quả xã hội trong CNH, HĐH thương mại

CNH, HĐH thương mại là phải thể hiện hiệu quả rõ rệt, tức là thu được nhiều lợi nhuận. Lợi nhuận trong thương mại có được là dựa vào khả năng phát triển kinh doanh, giảm được các chi phí trong lưu thông, thực hiện quay vòng vốn nhanh và tăng được sức cạnh tranh của hàng hoá. Hiệu quả và lợi nhuận còn nhờ vào sự phát huy các lợi thế so sánh của hàng hoá, lợi thế này bao gồm cả lợi thế trong nước và lợi thế so với nước ngoài. Để lợi nhuận đóng vai trò động lực của hoạt động thương mại, khi tiến hành CNH, HĐH thương mại nhà nước phải xử lý thoả đáng các mối quan hệ về lợi ích, dành cho cơ sở phân lợi nhuận thích đáng nhằm kích thích người trực tiếp tạo ra lợi nhuận và có tích lũy để tái sản xuất mở rộng, để hiện đại hoá trong kinh doanh.

Hiệu quả kinh doanh phải gắn với hiệu quả xã hội tức hiệu quả phục vụ sản xuất và đời sống. CNH, HĐH thương mại để sản xuất, lưu thông hàng hoá với mục tiêu là phục vụ con người, tiến tới làm giảm thiểu các chỉ tiêu gây ảnh hưởng đến môi trường sinh thái, có tác động làm ảnh hưởng đến cuộc sống của mọi thành phần dân cư trong xã hội.

e. CNH, HĐH thương mại bằng các chính sách, công cụ kinh tế và những biện pháp hành chính khác. Thị trường nước ta đang trong quá trình phát triển, mới hình thành nên còn nhiều tiêu cực là điều tất yếu, CNH trong quản lý là làm sao có

hiệu lực và có hiệu quả để ngăn chặn và hạn chế mức độ các tiêu cực và lành mạnh hoá cho thị trường phát triển. Quản lý nhà nước đối với thị trường đòi hỏi phải vận dụng đồng bộ nhiều biện pháp:

- Củng cố thể chế chính trị từ vai trò các công cụ của thể chế đến phân cấp quản lý, cách thức điều hành của bộ máy nhà nước các cấp.

- + Hệ thống luật lệ được thường xuyên sửa đổi và bổ sung để tiến tới phù hợp với thông lệ quốc tế.

- + Hệ thống chính sách và cơ chế quản lý điều hành được nhất quán, tăng cường chức năng hướng dẫn cho các hoạt động thương mại phát triển tốt.

- + Áp dụng nghiêm ngặt các biện pháp xử phạt hành chính đối với các hành vi, hoạt động tiêu cực trong thương mại.

- CNH, HĐH thương mại làm cho thị trường thương mại phát triển theo hướng văn minh, hiện đại, giữ gìn bản sắc dân tộc và phát huy được truyền thống lịch sử của dân tộc.

Thương mại Việt Nam phấn đấu đến năm 2010, 2020 xây dựng ở một số thành phố lớn các trung tâm thương mại, siêu thị đạt trình độ quốc tế và khu vực. Đây là đòi hỏi khách quan của quá trình phát triển đi lên của đất nước. Trên cơ sở quy hoạch của ngành Thương mại đã được phê duyệt, xây dựng một số trung tâm thương mại và siêu thị được đề cập ở Chương II sẽ là cơ sở để hiện đại hoá ngành Thương mại, đáp ứng được với nhu cầu thông tin cho hoạt động thương mại ở thế kỷ 21 và làm cơ sở vật chất cho ngành Thương mại hội nhập với thương mại thế giới. Trong thương mại, văn minh và hiện đại không có mâu thuẫn và cũng không làm mất đi truyền thống, bản sắc dân tộc, đây là quan điểm và định hướng đúng đắn khi thực hiện CNH, HĐH của ngành thương mại. Việc áp dụng kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong các khâu lưu thông là thành tựu của nhân loại cần được sử dụng và phát huy triệt để cho các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng, chợ... song lại phục vụ cho con người. Trang phục và phong cách của các nhân viên bán hàng phải được thiết kế và đào tạo sao cho sử dụng thành thạo các trang thiết bị hiện đại trong kinh doanh, hạn chế được các tiêu cực của xã hội và không làm mai một bản sắc dân tộc.

Quán triệt được đầy đủ các quan điểm trên đây thì chắc rằng CNH, HĐH thương mại trong tình hình mới sẽ nhanh chóng đạt được các mục tiêu kinh tế của ngành thương mại.

1.4. Nhiệm vụ CNH, HĐH trong thương mại nước ta đến năm 2010 như sau

- Thực hiện CNH, HĐH trong thương mại là nâng cao chất lượng hàng hoá, đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, cạnh tranh được với hàng hoá của nước ngoài, chiếm lĩnh thị trường nội địa và đẩy mạnh xuất khẩu. Trên cơ sở kế hoạch kinh doanh của mình, các doanh nghiệp đi sâu nghiên cứu mặt hàng và nghiên cứu thị trường để đẩy mạnh bán hàng. Tích cực phát triển mặt hàng mới với công nghệ hiện đại, giá cả thấp để chiếm lĩnh được thị trường.

- Về xuất nhập khẩu, các đơn vị sẽ lựa chọn và áp dụng các phương thức kinh doanh tiên tiến phù hợp với thông lệ thế giới. Với xu thế hội nhập vào thị trường thế giới, ở từng khu vực thị trường sẽ tìm mọi biện pháp để xúc tiến thương mại, nâng dần thị phần hàng hoá của đơn vị mình trên thị trường thế giới. Chủ động đầu tư vào các khâu lưu thông, thực hiện liên doanh, liên kết với các tổ chức kinh tế trong nước và quốc tế để huy động vốn vào quá trình CNH, HĐH ở đơn vị.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh hàng hoá của doanh nghiệp trên thị trường trong nước và quốc tế. Phát triển những mặt hàng có chất lượng cao theo tiêu chuẩn ISO 9000, giá cả hợp lý, thâm nhập vào thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản ... Xây dựng và giữ vững được uy tín hàng hoá Việt Nam trên thị trường, nâng cao trình độ quản lý và nghiệp vụ kinh doanh hiện đại, tiến tới hình thành các doanh nghiệp lớn, tập đoàn kinh doanh thương mại lớn để có mặt trên thị trường quốc tế.

- Nâng cao năng lực quản lý tài chính, quản trị doanh nghiệp, chọn những phương thức bán hàng hiện đại trên thị trường nội địa, phương thức buôn bán theo thông lệ quốc tế mà các nước đang áp dụng để lưu thông trên thị trường ngoài nước. Giảm dần các thủ tục phiền hà, giảm chi phí dịch vụ để hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh trên thị trường thế giới. CNH, HĐH ở doanh nghiệp còn phải bảo toàn được vốn, phát triển vốn, thu hồi được công nợ, áp dụng chặt chẽ quy chế khoán quản trong kinh doanh, tạo ra nhiều động lực cho doanh nghiệp phát triển. Đổi mới mạnh mẽ quản trị doanh nghiệp để đáp ứng với hiện đại hoá thương mại.

CNH, HĐH gắn liền với tiết kiệm chi phí, đầu tư vào mở rộng kinh doanh, thực hiện đổi mới công nghệ, giảm chi phí sản xuất, kinh doanh, hạ giá thành sản phẩm.

- Doanh nghiệp thương mại còn phải coi trọng đầu tư phát triển để nâng cao năng lực cạnh tranh về mọi mặt. Nâng cao hiệu quả đầu tư, xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại, thực hiện liên doanh liên kết với các tổ chức trong và ngoài nước để bổ sung vốn cho kinh doanh. Trọng tâm đầu tư cần lựa chọn công nghệ, đầu tư có trọng điểm, không vay vốn ngắn hạn với lãi suất cao để phát triển công trình thương mại dài hạn, không liên hệ với những đối tác mà doanh nghiệp chưa nắm đầy đủ

thông tin để nhận lại những rủi ro về cho đơn vị.

- Hoàn thiện về tổ chức và cơ chế quản lý doanh nghiệp thương mại phục vụ cho tiến trình CNH, HĐH thương mại, tăng cường vai trò quản lý nhà nước bằng các văn bản pháp luật của nhà nước. Hiện đại hoá trong quản lý thương mại, áp dụng Thương mại điện tử trong quản lý và thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia. Tạo mọi điều kiện để các doanh nghiệp thương mại hội nhập vào thương mại thế giới.

Đổi mới cơ chế quản lý thương mại theo hướng tăng cường tự chủ về tài chính, đầu tư, quyết định nhân sự và lao động tiền lương để phát huy tính chủ động của doanh nghiệp và tính sáng tạo của Ban giám đốc, Hội đồng quản trị. Tiếp tục nghiên cứu thực hiện thí điểm mô hình Tổng công ty, công ty mẹ, công ty con, quy định quyền lợi, nghĩa vụ của các doanh nghiệp thành viên sau khi cổ phần hoá. Từng công ty giữ một phần chi phối và là thành viên của Tổng công ty trên một số lĩnh vực mang tính đặc thù của ngành Thương mại.

- Về phía Nhà nước sẽ tiếp tục sửa đổi một số chính sách về cổ phần hoá. Những chính sách chủ yếu tập trung vào đổi mới chính sách quy định giá trị của doanh nghiệp, lợi thế của doanh nghiệp, giá trị quyền sử dụng đất và các chính sách ưu đãi cho người có cổ phần trong doanh nghiệp thương mại, chính sách bán, hoàn trả, trả dần cho lao động cổ phần hoá ...

2. Bước đi của CNH, HĐH trong thương mại ở Việt Nam đến năm 2010

Bước đi của CNH, HĐH trong thương mại như sau:

Bước 1: CNH theo thứ tự từ các khâu hoạt động dịch vụ thủ công chủ yếu lao động bằng chân tay sang sử dụng máy móc, từ giao dịch thủ công sang giao dịch hiện đại mang tính nhanh nhạy thông qua các dữ liệu thông tin cập nhập, thông tin trên mạng, Internet.

Bước 2: Hoạt động trong thương mại kinh doanh theo tinh thần đổi mới từ máy móc chuyển sang áp dụng hiện đại hoá, tự động hoá kinh doanh ở một số khâu quan trọng. Lựa chọn một số cơ sở trọng điểm của ngành Thương mại để triển khai. Trên cơ sở những kết quả và kinh nghiệm đạt được ứng dụng tự động hoá cho các đơn vị khác.

Bước 3: Hoạt động thương mại từ thủ công chuyển sang hoạt động sử dụng trí tuệ cao trên cơ sở có lực lượng cán bộ quản lý, cán bộ kinh doanh được đào tạo cơ bản và có CSVCKT thương mại hiện đại. Thực hiện tự động hoá các hoạt động thương mại từ khâu sản xuất, chế biến, bao bì đóng gói, chuyên chở, bán hàng được sử dụng bằng mã vạch.

3. Các giai đoạn tiến hành CNH, HĐH trong thương mại:

Giai đoạn 1: Đây là giai đoạn chúng ta còn thiếu nhiều hàng hoá tiêu dùng, cung chưa đủ cầu. Đối với những mặt hàng thuộc nhóm sản xuất hàng tiêu dùng cần căn cứ vào nhu cầu trong nước để trang bị CSVCKT cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ để đẩy mạnh sản xuất hàng tiêu dùng. Theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư tính đến đầu năm 2001, cả nước có 100.000 doanh nghiệp tư nhân và 1,5 triệu hộ kinh doanh thương mại, thực hiện 70% là mua, bán hàng hoá. Do đó cần đổi mới mạnh mẽ các hoạt động thương mại, tạo hành lang pháp lý cho các doanh nghiệp thương mại, hoạt động mở rộng sản xuất hàng hoá, kinh doanh; tạo nhiều cơ hội và hướng dẫn cho hộ kinh doanh theo luật doanh nghiệp hiện hành. Mở rộng quyền kinh doanh thương mại, kinh doanh XNK, thương mại đầu tư để đẩy mạnh sản xuất hàng tiêu dùng, còn phải hướng dẫn vào xuất khẩu một số mặt hàng có hàm lượng kỹ thuật và công nghệ cao như máy móc thiết bị, vật liệu điện, điện tử, viễn thông, máy móc phục vụ GTVT phục vụ ngay cho qui trình hiện đại hoá của ngành Thương mại. Giai đoạn này theo chúng tôi kéo dài từ những năm 90 đến năm 2005.

Giai đoạn 2: Tập trung CNH, HĐH sản xuất hàng hoá sử dụng tài nguyên thiên nhiên, nông lâm hải sản nhằm giảm dần chi phí nguyên liệu, sử dụng trang thiết bị hiện đại với công nghệ tiên tiến để tăng năng suất lao động, tăng số lượng sản phẩm. Trên cơ sở đó, phát huy được lợi thế của công nghệ để tạo ra nhiều sản phẩm hàng hoá với giá thành thấp, đảm bảo môi trường bền vững cạnh tranh được với hàng hoá của các nước. Giai đoạn này từ năm 2005 – 2010.

Giai đoạn 3: Quá trình CNH, HĐH trong thương mại là tập trung giải quyết khâu dịch vụ hiện đại, có giá trị tăng cao hơn, sử dụng nhiều máy móc thông minh để kinh doanh và quản lý trong thương mại. Xây dựng Thương mại Việt Nam từng bước hội nhập vào thương mại thế giới. Đây là giai đoạn thể hiện CNH, HĐH rõ rệt nhất. Giai đoạn này từ 2010 – 2020.

III- NỘI DUNG CNH, HĐH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TỚI NĂM 2010

1. Hiện đại hoá hệ thống quản lý nhà nước về thương mại.

Trong tiến trình thực hiện CNH, HĐH thương mại và hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới, quản lý Nhà nước về thương mại được thể hiện bằng một loạt hệ thống pháp luật trong đó: Luật Thương mại, luật Doanh nghiệp, luật Công ty cổ phần, luật Đầu tư trong nước, luật Đầu tư nước ngoài và các văn bản dự luật tuy đã được sửa đổi nhưng trong quá trình tiến hành thấy còn bộc lộ nhiều chỗ cần được điều chỉnh để làm cơ sở quản lý các hoạt động thương mại. Hệ thống luật của nước ta còn thiếu nhiều điều khoản quan trọng, như Luật cạnh tranh, bán phá giá, quyền sở hữu trí tuệ... nội dung còn có chỗ chưa phù hợp với các nguyên tắc của WTO.

Vấn đề thực thi còn nhiều điều chưa thống nhất, Bộ Thương mại, các cơ quan chức năng cần khẩn trương đề xuất các biện pháp để sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với thông lệ quốc tế.

Trên cơ sở cơ chế chính sách điều hành xuất nhập khẩu: Chính sách khuyến khích đầu tư nước ngoài và chính sách thị trường trong nước đã được ban hành. Từ nay đến năm 2010, Bộ Thương mại sẽ tiếp tục hình thành đồng bộ hệ thống cơ chế chính sách phát triển thị trường và tạo môi trường pháp lý thuận lợi để khuyến khích các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động kinh doanh mở rộng mạng lưới hoạt động của các tổ chức, cá nhân thuộc các thành phần kinh tế. Thực hiện tốt vai trò nòng cốt và dẫn dắt của thị trường thương mại nhà nước. Hình thành và tổ chức tốt khâu lưu thông theo hướng gắn lưu thông với sản xuất, gắn hàng hoá với người tiêu dùng, bằng mọi biện pháp giảm các chi phí tới mức thấp nhất, tạo ra nhiều cơ hội để thương mại Việt Nam cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Bộ Thương mại và các cơ quan của Bộ sẽ cùng với đơn vị thuộc các Bộ, ngành khác đề xuất và áp dụng các biện pháp kiểm tra, giám sát để đưa mọi hoạt động thương mại đi vào kỷ cương theo hướng văn minh hiện đại, theo tinh thần CNH, HĐH. Tiến tới ngăn chặn các hiện tượng tiêu cực như: buôn lậu, gian lận thương mại, buôn bán hàng giả, hàng dỏm, hàng kém chất lượng nhằm làm lành mạnh các hoạt động thương mại, bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng. Đưa các hoạt động thương mại đi vào kỷ cương pháp luật.

Về quản lý kinh doanh, khắc phục những chỗ chưa bình đẳng về đối xử, để nhiều doanh nghiệp nhà nước còn có biểu hiện độc quyền ở một số lĩnh vực, bán với giá cao hơn so với mặt bằng giá chung, chất lượng dịch vụ thấp. Để khuyến khích các doanh nghiệp hoạt động không nên phân biệt doanh nghiệp Nhà nước và doanh nghiệp tư nhân, thực hiện bình đẳng cạnh tranh, bình đẳng trong vay vốn, bình đẳng trong hưởng thụ đối với các ưu đãi của Nhà nước. Trong quản lý thương mại ngăn ngừa và phát hiện sớm đối với các cá nhân hay tập thể lợi dụng chức năng quản lý Nhà nước thể hiện tính độc quyền, tham ô, hối lộ hoặc gây khó khăn cho doanh nghiệp thương mại khác, làm hạn chế đến tính năng động của doanh nghiệp. Thực hiện minh bạch hơn các chính sách và cơ chế vận hành để các doanh nghiệp thương mại yên tâm bỏ vốn vào kinh doanh, vào đầu tư phát triển.

CNH, HĐH thương mại còn đòi hỏi chính quyền địa phương hạn chế không can thiệp vào các hoạt động nội bộ của các doanh nghiệp, vừa không phù hợp với cơ chế thị trường, vừa làm hạn chế đến tính năng động, vai trò của cạnh tranh trong thương mại. Bộ Thương mại sẽ đề xuất với Nhà nước thực hiện các chính sách ưu đãi đối với các địa phương nhằm đẩy mạnh CNH, HĐH ngành Thương mại ở địa phương mình.

Trước những yếu kém trong quản lý thương mại ở các địa phương xin đề nghị Bộ Thương mại tập trung chỉ đạo để hướng tới tăng cường bộ máy quản lý thương mại ở cấp quận, huyện. Ở các nơi này hiện nay chưa có phòng thương mại, nên việc chỉ đạo, quản lý các hoạt động thương mại, quản lý hộ kinh doanh rất khó khăn làm hạn chế đến hiệu quả hoạt động thương mại ở địa bàn huyện xã. Do quản lý không nổi, nên việc thực hiện chức năng hướng dẫn tiêu thụ sản phẩm và thực hiện các chủ trương chính sách ở các địa phương chưa kịp thời. Tới đây, đề nghị Bộ Thương mại cùng với các địa phương xây dựng một vài mô hình hoạt động thương mại ở cấp huyện, xã sao cho có hiệu quả và thiết thực từ đó nhân rộng ra trong cả nước.

2. Đổi mới nội dung quy hoạch phát triển thương mại

Tính đến thời điểm hiện nay 61 tỉnh thành trong cả nước đã thực hiện quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2010, các tỉnh đang xây dựng chương trình hàng xuất khẩu, đang tiến hành quy hoạch các trung tâm thương mại, quy hoạch hệ thống chợ... trên cơ sở quy hoạch phát triển thương mại đã được phê duyệt. Sở Thương mại là cơ quan theo dõi và tham gia thẩm định các dự án phát triển thương mại của các doanh nghiệp. Sở Thương mại còn là cơ quan tham mưu giúp tỉnh quản lý các hoạt động thương mại ở địa phương mình. Về mặt tổng thể, phát triển kinh tế của cả nước theo tinh thần CNH, HĐH chúng ta đã quy hoạch được các tuyến, hành lang thương mại như: Xây dựng quy hoạch phát triển thương mại Đồng Bằng Sông Cửu Long, quy hoạch phát triển thương mại khu vực miền Đông Nam Bộ; Đã hình thành được các chợ đầu mối, trung tâm giao dịch hàng nông sản... Hành lang thương mại dọc tuyến đường 1 Bắc – Nam: tuyến đường 20 từ Đồng Nai lên Lâm Đồng; tuyến thương mại đường 27, 28 lên Tây Nguyên... Hành lang thương mại Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng. Đồng thời phát triển thương mại với 3 nước Cămpuchia, Lào, Trung Quốc thông qua các cửa khẩu quốc gia và quốc tế, hình thành đề án về thị trường giao sau, sàn giao dịch hàng hoá, chương trình xúc tiến xuất khẩu. Trên cơ sở các dự án và quy hoạch phát triển thương mại, Bộ Thương mại cần nhanh chóng ban hành và xây dựng các quy chế về hoạt động các loại hình thương mại nêu trên. Đồng thời triển khai quy hoạch phát triển kho xăng dầu, quy hoạch phát triển chi tiết các chợ trung tâm thương mại và quy hoạch phát triển thương mại trên tuyến đường Hồ Chí Minh, quy hoạch thương mại các tỉnh ven biển...

Từ nay đến năm 2010 các địa phương, các doanh nghiệp sẽ chủ động xây dựng kế hoạch kinh doanh, thực hiện CNH, HĐH thương mại để sẵn sàng hội nhập và cạnh tranh trên thị trường thế giới. Bộ Thương mại sẽ cùng với các ngành chức

năng chỉ đạo và cùng với các Sở Thương mại tạo mọi điều kiện để các địa phương, các doanh nghiệp thực hiện cam kết AFTA, chuẩn bị mọi mặt gia nhập WTO.

3. Xây dựng đội ngũ cán bộ thương mại có phẩm chất tốt, có tinh thần trách nhiệm cao, có kiến thức quản lý và năng lực kinh doanh thương mại.

Hoạt động thương mại trước yêu cầu của CNH, HĐH vừa qua còn bộc lộ rõ nhiều điểm yếu kém trong công tác chuẩn bị nguồn nhân lực ngành thương mại. Điểm lại số lượng cán bộ quản lý thương mại ở các cấp, đặc biệt là các tỉnh khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa rất thiếu cán bộ thương mại. Do thiếu những cán bộ kinh doanh giỏi nên rất hạn chế việc hướng dẫn, chỉ đạo và thực hiện để phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa, thiếu cán bộ thông thạo ngoại ngữ để làm phương tiện khi hội nhập với kinh tế khu vực và với thị trường thế giới. Hạn chế trong giao dịch, trong tiếp thị và xúc tiến thương mại gây khó khăn khi muốn nắm khả năng của các đối tác nước ngoài. Do trình độ cán bộ Thương mại hạn chế, chưa có khả năng cung cầu hàng hoá ở các địa phương xa xôi, chưa định hướng cho họ sản xuất hàng hoá để phát huy lợi thế của các địa phương, phát triển thương mại theo hướng văn minh hiện đại; Chưa có các giải pháp hiệu nghiệm giúp Nhà nước khắc phục sự chênh lệch giữa thương mại vùng sâu, vùng xa với các thành phố và đô thị.

Trước yêu cầu của hội nhập cũng như chuẩn bị nguồn nhân lực thương mại cho tương lai. Bộ Thương mại sẽ chỉ đạo cho các trường, các viện và các trung tâm tiến hành đào tạo cơ bản, đào tạo lại để đến năm 2010 có các nhà quản lý giỏi, có các nhà kinh doanh thành thạo nghiệp vụ, chuyên môn tốt đuổi kịp với cán bộ thương mại các nước. Có các chính sách khuyến khích cán bộ đào tạo, tự bồi dưỡng mình, tự lo kinh phí để đi đào tạo tại nước ngoài về phục vụ cho ngành – Thực hiện luân chuyển cán bộ quản lý từ Trung ương đến địa phương, từ địa phương lên Trung ương, từ quản lý xuống hoạt động ở doanh nghiệp sau đó lại về làm việc quản lý và ngược lại. Làm tốt việc này là tiền đề vững chắc cho nguồn nhân lực của ngành và là đòi hỏi bức xúc của CNH, HĐH nguồn nhân lực.

Xuất phát từ chức năng và nhiệm vụ của Bộ Thương mại và yêu cầu của hội nhập, đề xuất các biện pháp nhằm thu hút cán bộ của ngành như sau:

+ Tiếp tục làm tốt việc giáo dục tinh thần yêu ngành, yêu nghề của người làm thương mại và yêu cầu có bản lĩnh chính trị, trình độ chuyên môn ngày càng cao.

+ Cần chuẩn bị tốt cho đầu vào của ngành, chú ý đi đào tạo ở nước ngoài để có nhiều nhân tài, có doanh nhân giỏi.

+ Chủ động tìm kiếm các nguồn tài trợ và trợ giúp của các tổ chức quốc tế, khai thác tốt trên mạng để tổ chức cán bộ đi học, đi đào tạo bồi dưỡng.

+ Các cơ quan, đơn vị tạo điều kiện cho cán bộ đi học, đi đào tạo, động viên cụ thể bằng thời gian, hỗ trợ một phần học phí.

+ Chủ động quan hệ với các Bộ, các ngành để xin các chỉ tiêu đào tạo về cho ngành Thương mại.

+ Thông báo công khai đào tạo, có chính sách cán bộ rõ ràng nhằm thu hút nhiều cán bộ Thương mại.

+ Hợp tác với các nước về đào tạo, để trao đổi và học tập nghiệp vụ kinh doanh của nhau.

+ Thường xuyên thực hiện đào tạo lại, nâng cao trình độ cho cán bộ, xây dựng quy chế bắt buộc đối với cán bộ Thương mại là công chức nhà nước.

+ Vụ Tổ chức làm tham mưu đắc lực cho Bộ Thương mại về đào tạo nguồn nhân lực cho ngành, cho các thế hệ mai sau, tổ chức quy hoạch cán bộ, việc cất nhắc, đề bạt, luân chuyển cán bộ. Thường xuyên được đổi mới để tìm ra và phát hiện nhiều nhân tài cho cán bộ của ngành Thương mại.

4. Thực hiện CNH, HĐH xây dựng cơ sở hạ tầng trong thương mại

Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm (2001 - 2005) và tới năm 2010 ngành Thương mại đang đặt ra nhiều yêu cầu mới, các tỉnh, các địa phương đang triển khai thực hiện chiến lược xuất nhập khẩu, ổn định thị trường trong nước, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhà nước về thương mại để chủ động hội nhập và mở rộng thị trường xuất nhập khẩu. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại để hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nước, đào tạo, bồi dưỡng kiến thức mới cho các nguồn nhân lực để có kiến thức tham gia vào thị trường thế giới.

Từ nay đến 2010, còn 7 năm nữa kế hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng của Bộ xin đề xuất tập trung vào các công việc chính là:

Xây dựng trụ sở Bộ Thương mại sau khi đã giải phóng mặt bằng. Đây là nhiệm vụ khó khăn và phức tạp cần xử lý hàng loạt các mối quan hệ. Đồng thời trang bị lại thiết bị cho các cơ quan quản lý, điều hành thống nhất để nâng cao năng lực quản lý của Bộ, nâng cao năng lực hoạt động kinh doanh thương mại trước sự thay đổi nhanh chóng của khoa học kỹ thuật.

Trang thiết bị cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho hoạt động xúc tiến thương mại, thông tin, đào tạo cán bộ. Bộ Thương mại trên cơ sở có quy hoạch phát triển đề xuất với Nhà nước xem xét và cấp vốn cho đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Thương mại. Đồng thời về phía Bộ cũng sẽ đề xuất các biện pháp để huy động tối đa các nguồn vốn cho đầu tư phát triển, tạo ra cơ sở vật chất mới, phù hợp, đảm bảo cho

sự phát triển ổn định của ngành, phục vụ tốt cho tiến trình hội nhập với khu vực và thế giới. Trên cơ sở đó Bộ Thương mại đã lập kế hoạch đầu tư, xây dựng chương trình phát triển thương mại giai đoạn 2001 - 2005 như sau:

Sau khi tính toán cho thấy, nhu cầu vốn đầu tư và xây dựng 5 năm 2001 - 2005 phục vụ cho CNH, HĐH thương mại:

Tổng mức vốn	: 3.982.333 triệu đồng
Trong đó bao gồm	
- Vốn ngân sách Nhà nước	: 78.145 triệu đồng
- Vốn vay tín dụng Nhà nước	: 1.030.645 triệu đồng
- Vốn tự khai thác	: 2.873.543 triệu đồng

Trên cơ sở nhu cầu vốn như trên Bộ Thương Mại đăng ký nhu cầu đầu tư và xây dựng 5 năm 2001 - 2005. Cụ thể, năm 2001 nhu cầu về vốn là: 167.654 triệu đồng. phần lớn đầu tư vào mua tàu vận tải của Tổng công ty xăng dầu Việt Nam. còn lại phân bổ cho một số doanh nghiệp đầu tư phục vụ nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh.

Nguồn vốn tự bổ sung là nguồn vốn chủ yếu của Bộ Thương mại. Lâu nay nguồn vốn này được huy động từ các doanh nghiệp. Qua tài liệu thống kê năm 2000 đã huy động được 737.825 triệu đồng, tập trung vào các dự án của Tổng công ty xăng dầu Việt Nam và Công ty thương mại kỹ thuật và đầu tư PETEC để nâng cấp, cải tạo các kho cảng xăng dầu, hệ thống bán lẻ xăng dầu, các trang thiết bị kỹ thuật chuyên ngành để phục vụ kinh doanh có hiệu quả. Trước hết để thể hiện tinh thần CNH. HĐH của ngành hoàn thành dứt điểm các công trình, các dự án đã chuyển tiếp qua nhiều năm.

Nhu cầu đầu tư và xây dựng của Bộ 5 năm tới 2001 - 2005 là chương trình hành động của Bộ Thương mại thực hiện CNH. HĐH. Về vốn ngân sách dự kiến giai đoạn 2001 - 2005 thứ tự như sau:

Năm 2001 là 39.149 tỷ đồng; Năm 2002 là 19,555 tỷ đồng; Năm 2003 là 8,424 tỷ đồng, Năm 2004 là: 4,84 tỷ đồng và năm 2005 là 6,221 tỷ đồng. Dự báo năm 2010 là 5 tỷ đồng.

Vốn vay tín dụng cũng tương tự: 167,654 tỷ/2001; 192,04tỷ/2002; 412,00 tỷ/2004; 425/2005. Dự báo năm 2010 là 1000 tỷ đồng.

- Cải tạo và xây dựng cơ quan làm việc bao gồm văn phòng Sở, xây dựng các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ ở các địa bàn trên địa phương mình trên cơ sở

quy hoạch đã được UBND tỉnh phê duyệt. Nguồn vốn được huy động theo quy định của nhà nước. Ưu tiên cho các tỉnh mới được tách ra.

- Khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư, đổi mới công nghệ phục vụ cho CNH, HĐH thương mại nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường nội địa và thị trường thế giới. Các doanh nghiệp ngoài việc lo cho sản phẩm hàng có chất lượng cao, cần đầu tư cho thương hiệu hàng hoá của doanh nghiệp mình.

- Các địa phương cần đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật như nối mạng Internet, mở trang Web và tiếp cận với hệ thống thương mại điện tử trong hiện đại hoá và "Chính phủ điện tử" trong quản lý điều hành thương mại.

IV- PHƯƠNG THỨC CNH, HĐH TRONG THƯƠNG MẠI TRONG THỜI GIAN TỚI NĂM 2010

1. Áp dụng công nghệ thông tin vào quản lý và kinh doanh thương mại.

Mấy năm gần đây thông tin được áp dụng và là một phương thức có giá trị trong tất cả các quá trình hoạt động thương mại. Áp dụng công nghệ thông tin vào quản lý Nhà nước về thương mại đòi hỏi được cung cấp đầy đủ những thông tin về thương mại ở trong nước và quốc tế. Đồng thời xử lý kịp thời những vấn đề nảy sinh trong quá trình phát triển thương mại. Trong nhiều trường hợp thông tin còn có ý nghĩa hết sức quan trọng để xây dựng chiến lược, qui hoạch phát triển của ngành Thương mại. Trên cơ sở đó, Nhà nước ngăn chặn được những diễn biến xấu về thương mại có thể xảy ra, hạn chế đến mức tối thiểu về tổn thất về hàng hoá. Kinh nghiệm trong chỉ huy và điều hành các hoạt động thương mại của nhiều nước là dựa vào thông tin hai chiều để đưa ra những quyết định của Nhà nước về hoạt động thương mại.

Thông tin sẽ cung cấp về giá cả, về dự báo thị trường hàng hoá trong nước và quốc tế. Áp dụng phương thức này các doanh nghiệp cập nhập được đầy đủ thông tin đầu vào, đầu ra của hàng hoá.

Thông tin còn giúp cho nhà kinh doanh thương mại hiểu biết về tình hình sản xuất, kinh doanh các mặt hàng mà doanh nghiệp quan tâm, thông tin về người bán, người mua ở thị trường trong nước và ngoài nước.

Các doanh nghiệp đã biết khai thác tính ưu việt của điện tử, của tin học áp dụng trong kinh doanh.

Thông tin về cổ phần, về thị trường cổ phiếu, về chứng khoán giúp cho những người làm thương mại có cơ hội để mua vào, bán ra tăng thêm khả năng cạnh tranh của hàng hoá.

Trên cơ sở các thông tin đã được nối mạng, các thông tin đã được cập nhập, các doanh nghiệp cần lợi dụng tính ưu việt của công nghệ thông tin để quản lý, sử dụng “Chính phủ điện tử” để điều hành các hoạt động thương mại rộng rãi và rộng khắp đến các đơn vị, đến các nhà kinh doanh để cùng nhau xử lý việc mua bán trên thị trường.

2. Áp dụng thương mại điện tử vào các hoạt động thương mại

Thương mại điện tử (Electronic Commerce), một yếu tố hợp thành của “nền kinh tế số hoá”, là hình thái hoạt động thương mại bằng các phương pháp điện tử, là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện công nghệ điện tử, nói nôm na là không cần phải in ra giấy tờ trong các công đoạn của quá trình giao lưu thương mại. Có người còn gọi thương mại điện tử là thương mại không có giấy tờ.

Khái niệm “Thương mại điện tử” được quy định trong “Đạo luật mẫu về thương mại điện tử của Liên Hợp quốc” là mọi vấn đề nảy sinh ra từ mọi mối quan hệ mang tính chất thương mại dù có hay không có hợp đồng – các mối quan hệ thương mại bao gồm bất cứ giao dịch thương mại nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hoá hoặc dịch vụ, thoả thuận phân phối, đại diện hoặc đại lý thương mại, uỷ thác hoa hồng... Như vậy phạm vi thương mại điện tử rất rộng bao quát hầu hết các hình thái hoạt động kinh tế trong thương mại, không chỉ gồm buôn bán hàng hoá mà còn được ứng dụng trong các loại hình dịch vụ khác.

Các phương tiện điện tử được sử dụng trong thương mại điện tử là: máy điện thoại, máy FAX, truyền hình, hệ thống thiết bị công nghệ thanh toán điện tử, các mạng nội bộ (intranet), mạng ngoại bộ extranet, mạng toàn cầu Internet. Công cụ của Internet/web ngày càng phổ biến, mọi giao dịch thương mại điện tử với nước ngoài hầu như đều được sử dụng qua Internet, các mạng nội bộ, ngoại bộ nay cũng thường sử dụng công nghệ Internet.

Các hình thức hoạt động chủ yếu của giao dịch thương mại điện tử là: thư điện tử (email), thanh toán điện tử (electronic payment), trao đổi dữ liệu điện tử (electronic data interchange EDI)... Trong các hình thức trao đổi nêu trên, trao đổi dữ liệu điện tử là hình thức chủ yếu.

Thương mại điện tử mang lại nhiều lợi ích kinh tế như sau:

- Nhờ có thương mại điện tử, các nhà quản lý, các doanh nghiệp và các cá nhân có được thông tin phong phú về thị trường và các đối tác.

Chi phí văn phòng, bán hàng, giao dịch thương mại khác giảm hàng chục, hàng trăm lần.

Thông qua thương mại điện tử sẽ tạo dựng được mối quan hệ bạn hàng, gỡ gỡ các đối tác, rút ngắn được thời gian giao dịch...

- Giúp cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các nhà sản xuất có đầy đủ thông tin, phát hiện được nhu cầu của thị trường, rút ngắn được thời gian để sản xuất hàng hoá kịp thời, tạo ra nhiều sản phẩm mới. Trên quan điểm chiến lược lâu dài, việc thực hiện CNH, HĐH trong thương mại phải nhanh chóng đầu tư và ứng dụng thương mại điện tử trong phạm vi cả nước. Thương mại điện tử là ngành công nghệ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế quốc dân trong giai đoạn chuyển sang nền kinh tế thị trường với kinh tế số hoá, kinh tế tri thức thay dần kinh tế vật thể, xã hội thông tin. Trong điều kiện phát triển thương mại như nước ta, tuy thương mại được đánh giá là ngành phát triển nhanh, hội nhập tích cực nhưng như các phần trên đánh giá thương mại vẫn còn manh mún hoạt động đơn điệu còn kém xa so với các nước trong khu vực.

Thị trường nội địa với 80 triệu dân đòi hỏi ngành Thương mại đảm bảo cung cấp hàng hoá ổn định, giữ vững được quan hệ cung cầu là rất quan trọng. Với đặc điểm đất nước trải dài, nhiều vùng kinh tế phức tạp, giao thông đi lại khó khăn nếu không cung cấp đầy đủ thông tin, không dự báo tốt, sẽ không xử lý được những bất trắc về thương mại có thể xảy ra. Do đó cần áp dụng thương mại điện tử để đáp ứng được với cơ chế thị trường và hội nhập với thương mại thế giới. Trong chiến lược xuất khẩu đến năm 2010, Bộ Thương mại rất chú trọng phát triển thương mại điện tử, áp dụng thành tựu khoa học công nghệ vào quản lý thương mại và là phương tiện trợ giúp, xúc tiến thương mại nhằm phục vụ các doanh nghiệp có đầy đủ các thông tin để tham gia vào thị trường thế giới.

Nghiên cứu kinh nghiệm áp dụng thương mại điện tử của một số nước, Ban chủ nhiệm đề tài cho rằng, Bộ Thương mại cần khuyến khích các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế sử dụng, khai thác internet, qua thử nghiệm các doanh nghiệp thương mại mới thấy được giá trị của phương thức này. Hiện nay, Bộ Thương mại xác định thương mại điện tử là một chương trình tổng thể, cần quán triệt nhận thức và lợi ích của việc áp dụng thương mại điện tử đến các cấp quản lý và các doanh nghiệp thương mại. Nâng cao khả năng tiếp cận của các thành phần kinh tế trong thương mại với các phương tiện của thương mại điện tử. Đào tạo, bồi dưỡng cho các doanh nghiệp hiểu biết về kỹ thuật, về kỹ năng áp dụng thương mại điện tử trong kinh doanh. Thực hiện chương trình tổng thể về thương mại điện tử gồm 5 điểm chính:

- 1- Tập trung phát triển hạ tầng cơ sở cho thương mại điện tử kết nối với thương mại thế giới.
2. Xây dựng trung tâm thương mại điện tử của ngành Thương mại do Bộ

Thương mại chủ trì thống nhất quản lý và điều hành.

3. Khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử, coi đây là chiến lược phát triển của doanh nghiệp, kinh phí ban đầu được nhà nước khuyến khích và trợ giúp của Bộ Thương mại.
4. Xúc tiến các hoạt động để các cơ quan và doanh nghiệp ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong sản xuất và kinh doanh thương mại.
5. Sự kết hợp giữa hệ thống luật pháp và các chính sách của nhà nước về thương mại điện tử với các nước trong khu vực.

Bộ Thương mại triển khai chương trình thương mại điện tử trong bối cảnh các nước trong khu vực và thế giới đang triển khai. Môi trường áp dụng thương mại điện tử ở nước ta chưa hình thành đầy đủ, nhận thức về vấn đề này ở một số địa phương còn hạn chế nên Bộ Thương mại sẽ cùng với các cơ quan nghiên cứu khoa học, các trường tăng cường giáo dục, tuyên truyền để các nhà quản lý, doanh nghiệp hiểu biết về thương mại điện tử và áp dụng rộng rãi vào kinh doanh thương mại.

Bộ Thương mại đã được nhà nước phê duyệt 250 tỷ đồng đầu tư hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại điện tử trong phạm vi cả nước nhằm thực hiện CNH, HĐH ngành Thương mại. Trong kế hoạch phát triển thương mại điện tử tập trung chỉ đạo triển khai tốt việc đầu tư và sử dụng thương mại điện tử tại 3 trung tâm kinh tế lớn là khu vực Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng, sau đó nhân rộng trên phạm vi cả nước. Với nỗ lực của nhà nước, của ngành Thương mại và sự vươn lên của các doanh nghiệp, chắc chắn thương mại điện tử (chính phủ điện tử) sẽ phục vụ cho CNH, HĐH ngành Thương mại đến năm 2010.

3.CNH, HĐH thương mại và bảo đảm môi trường

Cuộc cách mạng khoa học và kỹ thuật trên thế giới đã làm cho con người tạo ra một lực lượng sản xuất và của cải vật chất khổng lồ, thì cũng chính con người cũng đang phá hủy môi trường thiên nhiên, phá vỡ cân bằng sinh thái rất nghiêm trọng. Tầng ôzôn bị thủng, rừng bị khai thác cạn kiệt, môi trường sống bị ô nhiễm nghiêm trọng và nạn khan hiếm nguồn nước ở nhiều khu vực trên thế giới đã đe dọa cuộc sống của chính con người. Thêm vào đó, sự bùng nổ dân số, cuộc sống ngày càng khá giả, hàng hóa tiêu xài ngày càng nhiều, con người ngày càng khôn ngoan hơn, lao động phức tạp hơn, máy móc thay thế lao động thủ công của con người khiến cho tình trạng thiếu việc làm tăng lên, thêm vào đó là sự mất cân bằng sinh thái đang đặt ra nhiều vấn đề kinh tế – xã hội ngày càng phức tạp. Các quốc gia ngày càng ý thức rõ hơn hậu quả nặng nề của các mô hình phát triển không tính đến các yếu tố nêu trên và hình thành tư duy mới, quan niệm mới về phát triển bền

vững, phát triển kinh tế phải gắn với bảo vệ môi trường và cân bằng sinh thái. Ở nước ta, nạn phá rừng tăng nhanh, diện tích rừng giảm sút gây hạn hán, xói mòn đất, màu, thay đổi khí hậu. Diện tích rừng trước đây chiếm 43% diện tích nay chỉ còn 19%. Dân số tập trung về đô thị ngày càng nhiều. Số người làm việc ở khu công nghiệp tăng lên. Hà Nội có 300 cơ sở sản xuất công nghiệp 61% nằm nội thành, TP Hồ Chí Minh có 680 cơ sở, 72% nằm ở nội thành. Công nghệ sản xuất của cơ sở cũ, kỹ thuật lạc hậu, hiệu quả sử dụng nguyên liệu thấp gây ô nhiễm nặng nguồn nước, ô nhiễm chất thải rắn và gây tiếng ồn lớn. Trước nguy cơ đe dọa về môi trường sinh thái ở 2 thành phố nêu trên, ngành Thương mại đang cần phải di dời các cơ sở sản xuất, chế biến hàng hoá chuyển dần ra khỏi nội thành, đảm bảo môi trường sinh thái trong sạch của các thành phố lớn.

Trước diễn biến phức tạp về thiên nhiên và sự hiểu biết khác nhau về môi trường sinh thái. Tổ Chức Thương mại thế giới đã có những chỉ tiêu nghiêm ngặt đối với các quốc gia khi tham gia vào thị trường thế giới. Vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm, và vấn đề sử dụng kháng sinh trong nuôi trồng thủy sản, tìm mọi cách để tăng năng suất, hạ giá thành hàng hoá, những tác động của hoạt động sản xuất, kinh doanh tới môi trường được quan tâm và có nhiều biện pháp đề ra nhằm hạn chế tiến tới loại bỏ những tác động tiêu cực đến môi trường làm ảnh hưởng đến sức khoẻ cộng đồng. Các nước đã áp dụng “nguyên tắc ngăn ngừa ô nhiễm” của OECD, áp dụng các quy định nghiêm ngặt về sử dụng nguyên liệu, công nghệ và quy trình sản xuất, qua đó cho phép loại bỏ ô nhiễm ngay trong quá trình sản xuất. Các quy định về tiêu chuẩn chất lượng ISO – 14.000 đã được nhiều nước và tổ chức quốc tế áp dụng. Đây là cơ sở của việc bảo đảm tính bền vững của thương mại và môi trường đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa thương mại. Với những lý lẽ phân tích nêu trên, trong quá trình CNH, HĐH thương mại sẽ tác động mạnh mẽ vào môi trường sinh thái, do đó cần quán triệt ảnh hưởng của quá trình sản xuất, lưu thông hàng hoá tới môi trường là rất quan trọng và cấp thiết. Làm tốt vấn đề này có nhiều cơ hội tốt để hàng hoá của ta hội nhập với thị trường thế giới.

4. CNH, HĐH thương mại trong việc xây dựng nền kinh tế hướng về xuất khẩu.

4.1 Về chuyển đổi cơ cấu mặt hàng xuất khẩu:

Nghiên cứu cơ cấu hàng hoá xuất khẩu của ta 17 năm trở lại đây đã có chuyển biến tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng hàng chế biến và chế tạo, xuất khẩu nguyên liệu thô từ chỗ chiếm 70% kim ngạch nay đã giảm xuống 50%, nhiều mặt hàng ta đã thực hiện là không xuất khẩu thô ra thị trường thế giới. Mặt hàng chế tạo, hàng công nghiệp, hàng chế biến sâu đã thay thế mặt hàng xuất khẩu thô

trước kia. Điều này thể hiện kết quả của công nghiệp hoá ở các doanh nghiệp nhờ hiện đại hoá mà đã cho ra đời một số mặt hàng xuất khẩu mới, chất lượng cao, tạo có được chỗ đứng trên thị trường, được nhiều bạn hàng biết đến và tiêu thụ tương đối ổn định. Các doanh nghiệp đã chú ý đến công tác bảo đảm môi trường, nghiên cứu kỹ hàng rào kỹ thuật để đảm bảo uy tín hàng hoá của mình trên thị trường quốc tế.

Để bảo đảm tính bền vững của môi trường các doanh nghiệp đã chú ý đến bao bì, mẫu mã, nhãn mác, xây dựng cho được thương hiệu, kiểu dáng của doanh nghiệp mình, khắc phục những hiện tượng gian lận thương mại làm ảnh hưởng đến uy tín hàng Việt Nam trên thị trường quốc tế.

4.2 Về chuyển đổi cơ cấu ngành hàng xuất khẩu:

Mấy năm gần đây, Bộ Thương mại đã giúp cho các tỉnh xây dựng chiến lược chuyển đổi cây con, chiến lược chuyển đổi cơ cấu kinh tế hướng về xuất khẩu. Các bộ, các ngành, các địa phương đã phát huy lợi thế so sánh của mình, tập trung phát triển các mặt hàng có tương lai. Mười lăm năm trước đây số lượng mặt hàng xuất khẩu đạt kim ngạch xuất khẩu 1 năm 100 triệu USD chỉ vven vẹn 5, 6 mặt hàng. Cơ cấu đơn điệu đứng đầu là dầu thô, thuỷ sản, gạo, cà phê, may mặc.... Quá trình đổi mới phương thức CNH, đưa khoa học kỹ thuật vào khai thác sản xuất các mặt hàng mà nước ta có nhiều lợi thế cạnh tranh. Hiện nay, cơ cấu hàng xuất khẩu của ta đã thay đổi cơ bản. Nhóm các mặt hàng xuất khẩu có giá trị cao đã tăng lên:

Năm 2003, dự kiến dầu thô đạt 3,7 tỷ USD; hàng may mặc đạt 3,6 tỷ USD; thuỷ sản đạt 2,3 tỷ USD; Gạo đạt 690 triệu USD; cà phê: 450 triệu USD; Cao su: 365 triệu USD; Rau quả: 200 tấn; Tiêu 105 tấn; điều 230 triệu USD.

BẢNG SỐ 2: CƠ CẤU XUẤT KHẨU NĂM 2003; DỰ KIẾN NĂM 2004

Cơ cấu xuất khẩu	2001		2002		2003		2004		2005	
	Thực hiện (trUSD)	Tỷ trọng (%)	thực hiện (trUSD)	tỷ trọng (%)	thực hiện (trUSD)	tỷ trọng (%)	Thực hiện (trUSD)	tỷ trọng (%)	thực hiện (trUSD)	tỷ trọng (%)
Nông, lâm, thuỷ sản	4.413	29,4	5.096	30,5	5.733	29,4	6.283	29	6.984	29
Công nghiệp nhẹ và TTCN	5.328	35,7	6.400	38,3	8.307	42,6	9.558	44	10.624	44,1
Công nghiệp nặng và khoáng sản	5.427	34,9	5.210	31,2	5.460	28	5.859	27	6.492	26,9

Nguồn: Bộ Thương mại 2003

5. Áp dụng phương thức thị trường hàng hoá giao sau để đẩy mạnh phát triển thương mại

Thị trường hàng hoá giao sau là phương thức giao dịch mới, thực hiện việc ký kết các hợp đồng về hàng hoá. Việc giao hàng và nhận tiền được diễn ra vào một ngày ấn định trong tương lai. Hợp đồng hàng hoá giao sau là một thoả thuận mang tính pháp lý giữa người mua và người bán trong đó yêu cầu người bán giao hàng cho người mua một số lượng và phẩm cấp quy định về một loại hàng hoá với giá cả đã được thoả thuận và được giao vào một thời điểm ấn định trong tương lai. Thị trường hàng hoá giao sau là thị trường mua bán và ký kết các hợp đồng cho nên để có thể duy trì sự ổn định của thị trường thì việc mua bán ký kết hợp đồng phải được diễn ra ở những nơi quy định của thị trường và được gọi là các sở giao dịch hàng hoá giao sau. Sở giao dịch hàng hoá giao sau như Sở giao dịch hàng hoá kỳ hạn. Sở giao dịch hàng hoá tự chọn là các trung tâm giao dịch của thị trường hàng hoá giao sau. Khách hàng trong thị trường hàng hoá giao sau ngày càng phong phú và đa dạng. Về lâu dài, nước ta sẽ phát triển phương thức giao dịch này để đáp ứng với sự phát triển của thị trường hàng hoá nông sản của nước ta.

6. Thực hiện tốt chức năng quản lý nhập khẩu trong thương mại

Từ khi thực hiện CNH, HĐH trong thương mại đến nay chưa năm nào ta xuất siêu, nhập siêu là hiện tượng phổ biến của các nước đang phát triển. Tỷ lệ nhập siêu của nước ta chưa đến mức phải báo động nhưng đến con số 3 tỷ USD/ 19,3 tỷ USD năm 2002 bằng 15% kim ngạch xuất khẩu. Cần tăng cường quản lý nhập khẩu giảm dần tỷ lệ nhập siêu, hạn chế nhập khẩu hàng tiêu dùng, hạn chế nhập xe máy, ô tô đã sử dụng và hạn chế nhập khẩu nguyên phụ liệu trong nước đã sản xuất được. Khuyến khích nhập khẩu công nghệ nguồn, công nghệ hiện đại. Hàng hoá nhập khẩu về cơ bản đáp ứng được nhu cầu của nền kinh tế đối với thiết bị công nghệ, nguyên vật liệu chính và hàng tiêu dùng thiết yếu. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực. Cơ cấu thị trường nhập khẩu có sự chuyển dịch sang các thị trường công nghệ nguồn, công nghệ cao. Việc áp dụng rộng rãi cơ chế đấu thầu trong mua sắm quốc tế đã hạn chế được những tiêu cực trong quản lý nhập khẩu.

7. Quyền sở hữu trí tuệ trong thực hiện CNH – HĐH thương mại

Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) xác định quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPS) đã thiết lập những tiêu chuẩn tối thiểu về việc bảo vệ một loạt các quyền sở hữu trí tuệ, xây dựng những thủ tục và biện pháp nhằm bắt buộc tuân theo. Xây dựng và mở rộng Công ước quốc tế về Quyền sở hữu trí tuệ đang tồn tại và điều chỉnh các hoạt động thương mại quốc tế. Hầu hết các thành viên của

WTO đều bị ràng buộc, áp dụng đầy đủ những điều khoản của Hiệp ước về TRIPS.

Nước ta ngày càng hội nhập sâu mà thương mại quốc tế, việc ký kết hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đảm bảo Quyền sở hữu trí tuệ TRIPS ngày càng nghiêm túc. Đây là tiền đề rất quan trọng để đàm phán gia nhập WTO. Thời gian vừa qua, nước ra đã nỗ lực đáng kể cải thiện khuôn khổ pháp lý về Sở hữu trí tuệ, tuy nhiên do thể chế thi hành còn yếu nên tác dụng của TRIPS chưa tốt, vấn đề đặt ra hiện nay là phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của TRIPS để bảo vệ quyền lợi cho hoạt động thương mại. Trên cơ sở cam kết về quyền sở hữu trí tuệ TRIPS trong Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ đòi hỏi chúng ta phải tuân thủ nghiêm ngặt những quy định của TRIPS. Do đặc điểm của nước ta, những thể chế tương ứng chưa được chuẩn bị tốt hay những điều khoản chi tiết vẫn chưa có. Trước tình hình đó, phương thức thực hiện TRIPS tới đây như sau:

- Tuyên truyền về TRIPS và cấp phát tài liệu pháp lý về TRIPS cho các nhà quản lý, các doanh nghiệp thương mại làm cho họ hiểu biết sâu về TRIPS, thảo luận đăng ký quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ những thiết kế và hoạ mạng trong các chương trình máy tính, việc biên soạn dữ liệu, lập trình cần được đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ.
- Thực hiện đơn giản hoá thủ tục hành chính về đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ.
- Nâng cấp cơ sở hạ tầng thương mại phục vụ cho quyền sở hữu trí tuệ (các doanh nghiệp đều được trang bị đầy đủ hệ thống máy vi tính, tham gia thương mại điện tử và tổ chức kiểm tra, giám sát quản lý quyền sở hữu trí tuệ).
- Các cơ quan quản lý quyền sở hữu trí tuệ tăng cường kiểm tra giám sát để hạn chế những vi phạm về quyền sở hữu trí tuệ bằng các biện pháp nâng cao trách nhiệm của cơ quan có chức năng quản lý, thiết lập ban bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.
- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng cho mọi người hiểu biết về TRIPS.
- Hợp tác và tăng cường mạng thông tin quốc tế để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ

V. NHỮNG Ý KIẾN ĐỀ XUẤT NHẪM CÔNG NGHIỆP HOÁ, HIỆN ĐẠI HOÁ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TỚI NĂM 2010

1. Nhóm các giải pháp nhằm hiện đại hoá quản lý nhà nước về thương mại

1.1- Để nâng cao năng lực quản lý nhà nước về thương mại, đáp ứng đối với yêu cầu của hội nhập. Bộ Thương mại cần bổ sung thêm chức năng quản lý nhà nước về Thương mại: Chức năng quản lý nhà nước trong việc sử dụng thương mại điện tử, chức năng phát triển và mở rộng thị trường, chức năng quản lý trong cạnh tranh, chống độc quyền, chức năng quản lý ngành hàng, chống bán phá giá, chức năng quản lý thương hiệu hàng hoá; Bổ sung thêm nội dung quản lý nhà nước của

các Sở Thương mại, kiện toàn tổ chức quản lý thương mại ở cấp quận, huyện...

1.2- Bộ Thương mại và các cơ quan quản lý xây dựng đề xuất với Nhà nước ban hành một loạt các văn bản bổ sung về sửa đổi pháp luật, văn bản hướng dẫn để đưa các hoạt động thương mại tới gần theo thông lệ quốc tế, sẵn sàng hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới. Trước hết là Luật thương mại sửa đổi, Luật cạnh tranh, Luật chống độc quyền, Pháp lệnh chống bán phá giá,...

1.3- Bộ Thương mại và các cơ quan quản lý nhà nước sử dụng tốt các thiết bị hiện đại để áp dụng vào các khâu quản lý: thông tin, thương mại điện tử, tự động hoá ở một số công đoạn trong quản lý thương mại và khoa học dự báo cho tương lai phát triển của ngành.

1.4- Bộ Thương mại đề xuất các biện pháp để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào kỹ thuật công nghệ để CNH, HĐH ở đơn vị. Huy động các nguồn vốn để đầu tư CSVCKT của doanh nghiệp, tự động hoá một số công đoạn để tăng chất lượng quản lý, tăng sản lượng hàng hoá, giảm chi phí thương mại, hạ giá thành sản phẩm, cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

1.5- Bộ Thương mại là cơ quan hướng dẫn, chỉ đạo cho các đơn vị, cho các địa phương ứng dụng KHKT vào CNH, HĐH thương mại thể hiện: hướng dẫn về quá trình lập dự án, trợ giúp về quy trình làm luận chứng Kinh tế kỹ thuật xây dựng các Trung tâm Thương mại, chợ, và xây dựng quy chế làm việc của các loại hình thương mại trong cả nước. Tập trung đầu tư một loạt các phương tiện để tự động hoá các khâu quản lý thương mại, kiểm tra, theo dõi, đánh giá chất lượng hàng hoá... bổ sung và hoàn chỉnh xây dựng chiến lược xuất khẩu, chiến lược nhập khẩu của ngành theo tiến trình CNH, HĐH.

1.6- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, phối hợp với Hiệp hội ngành hàng ở trong nước và quốc tế để mở rộng thị trường, tránh được các vụ, các hành động làm hạn chế đến quá trình lưu thông hàng hoá của ta. Triển khai các dự án: "Trung tâm ứng dụng và chuyển giao công nghệ về thương mại điện tử của Bộ Thương mại" đồng thời tìm mọi biện pháp để mở lại thị trường Irắc; chuẩn bị mọi điều kiện để gia nhập WTO đúng kế hoạch.

1.7- Các cơ quan quản lý nghiên cứu của Bộ Thương mại chủ động tiếp cận với các quy định và tiêu chuẩn về môi trường, về vệ sinh an toàn thực phẩm của các tổ chức thương mại thế giới để hướng dẫn, chỉ đạo cho các doanh nghiệp Việt Nam nắm được và thực hiện khi xuất khẩu hàng hoá của mình ra thị trường thế giới.

2. Nhóm các giải pháp thúc đẩy CNH, HĐH ở các doanh nghiệp thương mại

2.1- Từ nay đến 2005 và đến năm 2010 là thời kỳ tăng tốc CNH, HĐH, chuẩn bị mọi mặt về CSVCKT cho ngành Thương mại để trở thành nước công nghiệp năm 2020. Nhà nước, Bộ Thương mại tiếp tục tạo mọi điều kiện thuận lợi để

cho các doanh nghiệp thương mại thực hiện CNH, HĐH. Tình trạng chung của các doanh nghiệp thương mại đều ở dạng vừa và nhỏ do đó cần có các giải pháp để huy động vốn từ các nguồn khác nhau để đầu tư vào sản xuất, chế biến và lưu thông hàng hoá. Các doanh nghiệp cần dành một khoản chi phí nhất định cho công tác nghiên cứu chiến lược sản phẩm, nghiên cứu khoa học và tiếp nhận chuyển giao công nghệ để phục vụ kinh doanh ở đơn vị.

2.2- Các doanh nghiệp thương mại trên cơ sở để được cổ phần hoá, có các biện pháp thu hút các nhà đầu tư nước ngoài để phát triển sản xuất, đầu tư vào một số lĩnh vực thương mại, dịch vụ trong khuôn khổ các hiệp định song phương đã được ký kết nhằm đẩy nhanh tiến trình CNH, HĐH thương mại.

2.3- Đẩy mạnh triển khai các chương trình nâng cao chất lượng hàng hoá, phát triển thương hiệu quốc gia thương hiệu doanh nghiệp, nhãn hiệu hàng hoá để tăng khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam. Đồng thời, thực hiện tốt quy chế về dán nhãn hàng hoá nhằm hạn chế gian lận thương mại, chống sản xuất hàng giả. Thực hiện hiện đại hoá về bao bì, mẫu mã, sử dụng mã vạch để làm cơ sở cho hiện đại hoá - tự động hoá ở một loạt khâu bán hàng, tổ chức vận chuyển, lưu thông hàng hoá trong nước và quốc tế.

2.4- Đẩy nhanh xây dựng mô hình tổ chức trung tâm thương mại Việt Nam ở thị trường ngoài nước để xúc tiến bán hàng. Trước mắt tổ chức TTTM Việt Nam tại Liên bang Nga, tổ chức TTTM tại Đu Bai, ở thị trường Mỹ. Đây là những thị trường có điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội cũng như môi trường kinh doanh thuận lợi cho phát triển TTTM Việt Nam, đồng thời chuẩn bị các phương án để mở rộng hình thành của TTTM ở các khu vực thị trường mới.

2.5- Học tập kinh nghiệm hoạt động của các trung tâm thương mại, siêu thị liên doanh với nước ngoài ở Việt Nam để hình thành và xây dựng các mô hình hoạt động của các trung tâm thương mại, siêu thị ở 2 thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Từ kinh nghiệm hoạt động của các mô hình thương mại nêu trên sẽ phát triển lan rộng ra ở các thành phố khác trên cả nước.

KẾT LUẬN

Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ "*Xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH trong thương mại ở nước ta thời kỳ tới 2010*" mã số 2002.78-014 đã đề cập đến những vấn đề cơ bản về cơ sở lý luận và thực tiễn CNH, HĐH trong thương mại. Sau 17 năm đổi mới, thực hiện CNH, HĐH ngành Thương mại đã đạt những thành tựu rất quan trọng, hoạt động thương mại phát triển sôi động, hàng hoá lưu thông trên thị trường trong nước liên tục tăng với tốc độ cao, mặt hàng ngày càng phong phú, đa dạng với nhiều thành phần kinh tế tham gia; mở rộng thị trường xuất khẩu, tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế và chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng vào xuất khẩu, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế và chuyển dịch cơ cấu kinh tế hướng vào xuất khẩu.

Nước ta đã đổi mới mạnh mẽ hệ thống quản lý thương mại, sử dụng các công cụ quản lý hữu hiệu nhằm ổn định thị trường nội địa và đẩy mạnh xuất khẩu. Tham gia tích cực vào tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, đa dạng hoá các hoạt động kinh tế đối ngoại. Công khai và giảm bớt các hàng rào phi thuế quan để tạo môi trường cho các doanh nghiệp thương mại hoạt động.

Thường xuyên đổi mới luật và các văn bản dưới luật để tiến gần tới thông lệ quốc tế.

Về cơ chế chính sách và các công cụ quản lý vĩ mô của nhà nước trong lĩnh vực thương mại từng bước được đổi mới, tạo hành lang pháp lý phù hợp hơn cho hoạt động phát triển kinh tế và thương mại.

Thường xuyên ban hành các văn bản và cơ chế chính sách xuất nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp; thuế giá trị gia tăng; chú trọng hơn công tác hỗ trợ xuất khẩu; xúc tiến thương mại; quy định hỗ trợ sản xuất; chế biến hàng xuất khẩu; có quy chế hỗ trợ tín dụng xuất khẩu; thường xuất khẩu, hỗ trợ hoạt động phát triển thị trường, chi hoa hồng môi giới xuất khẩu; khuyến khích thu mua nông sản qua hợp đồng khâu trừ thuế GTGT đối với hàng nông, lâm, thuỷ sản.

Nội dung và phương thức CNH, HĐH của các doanh nghiệp thương mại đã thể hiện quan điểm hình thành thị trường thống nhất, thông thoáng, bảo vệ quyền lợi của các thành phần kinh tế, khai thác được tiềm năng lao động, vốn và kỹ thuật để phát triển thương mại. Thực hiện các phương thức kinh doanh, phương thức bán hàng mới với việc sử dụng CSVCKT hiện đại để giao dịch, bán hàng, để chuyên chở, bảo quản hàng hoá, xây dựng ngành thương mại phát triển hiện đại. Trong bối cảnh mới, tình hình kinh tế thế giới có những biến đổi nhanh chóng. Nội dung và phương thức CNH, HĐH thương mại nước ta bước đầu đã đạt được những thành tựu

rất quan trọng, đang là tiên đề tốt cho tiến trình hội nhập với nền kinh tế thế giới. Nội dung nghiên cứu của đề tài đã đóng góp quan trọng vào xác định nội dung và phương thức CNH, HĐH thương mại nước ta. Những kết luận và đánh giá sẽ là cơ sở để khắc phục những thiếu sót của chúng ta vừa qua.

Trong quá trình triển khai nghiên cứu đề tài này, chúng tôi nhận được sự giúp đỡ của các cấp, các ngành đặc biệt là Hội đồng khoa học Bộ, đã tạo mọi điều kiện cho đề tài triển khai nghiên cứu. Đây là đề tài có cơ sở lý luận và thực tiễn cao, chứa đựng nhiều nội dung phức tạp, do vậy, nội dung và hình thức trình bày còn có nhiều hạn chế nhất định. Ban chủ nhiệm đề tài đề xuất với Bộ Thương mại cần phải tiếp tục nghiên cứu, triển khai bổ sung các nội dung mới, các vấn đề phát sinh để phục vụ tốt cho quá trình thực hiện CNH, HĐH ngành Thương mại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1- Văn kiện và Nghị quyết Đảng Cộng sản Việt Nam
 - Văn kiện ĐH Đảng Cộng sản Việt Nam khoá VII.
 - Văn kiện ĐH Đảng Cộng sản Việt Nam khoá VIII.
 - Nghị quyết của BCH TW Đảng Cộng sản Việt Nam số 12 khoá VIII.
 - Nghị quyết của BCH TW 3 Đảng Cộng sản Việt Nam khoá IX.
 - Văn kiện ĐH Đảng Cộng sản Việt Nam khoá IX.
 - Nghị quyết 07 NQ/ TW 27/11/2001 của Bộ Chính trị “Về hội nhập kinh tế quốc tế”.
 - Tạp chí Cộng sản, số 2/1-2001.
 - Thông tin Tư tưởng lý luận, 3/2003.
- 2- *“Định hướng chuyển dịch cơ cấu thương mại Việt Nam trong quá trình CNH, HĐH và hội nhập vào hệ thống thương mại toàn cầu đến năm 2000”* - Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ; Mã số 96-78-03
- 3- *“Định hướng và giải pháp phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn”* - Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ; Mã số 2001 – 78 – 051
- 4- *Hoàn thiện các giải pháp nhằm đẩy nhanh tiến trình cổ phần hoá doanh nghiệp thương mại nhà nước* - Đề tài nghiên cứu cấp Bộ ; Mã số 2001.79. 005.
- 5- Bộ Kế hoạch và Đầu tư: Báo cáo Thương mại *“Tình hình thực hiện 10 năm 1990 – 2000 , Dự báo kế hoạch 2001 - 2010”*
- 6- *Đề án Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia* - Viện Quản lý Kinh tế Trung ương; 4/2003.
- 7- Các tài liệu tổng kết của Bộ Thương mại từ năm 1986 – 2002
- 8- *“Công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở Việt Nam. Lý luận và thực tiễn”*, Tập thể tác giả: GS, TS Nguyễn Trọng Chuẩn; PGS, TS Nguyễn Thế Nghĩa; PGS, TS Đặng Hữu Toàn, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội 2002.,.
- 9- *“Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam: Chính sách và định hướng phát triển”*, Trịnh Đức Chiêu, Viện Quản lý Kinh tế Trung ương.
- 10- *Kinh tế Việt Nam trước thế kỷ XXI, cơ hội và thách thức*, TS Nguyễn Minh Tú, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1998.
- 11- *“Những điều cần biết về Tổ chức Thương mại Thế giới và tiến trình gia nhập của Việt Nam”*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1998.
- 12- *Kinh tế Việt Nam – Thế giới 2003 – 2004*, Thời báo Kinh tế Việt Nam

PHỤ LỤC

BỘ THƯƠNG MẠI

NHU CẦU ĐẦU TƯ XÂY DỰNG NĂM 2003

(Biểu kèm văn bản số

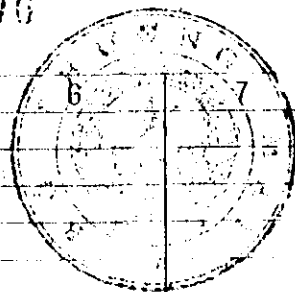
4196

TMĐT ngày 14 tháng 10 năm 2002)

Đơn vị : triệu đồng

ST T	TÊN CÔNG TRÌNH	Địa điểm XD	Khởi công hoàn thành	Tổng mức	Thi đến 31/12/2002		Kế hoạch đầu tư năm 2003			Ghi chú
					Tổng số	Vốn 2002	Tổng số	Xây lắp	Thiết bị	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
							2.520.995			
A	Tổng mức đầu tư									
I	Dự án thuộc vốn ngân sách cấp						100.495	51.541	20.333	
a	Dự án nhóm B						70.300	42.300	9.000	
1	Trường Cao đẳng kinh tế đối ngoại	TP.HCM	03-05	12.810	4.000	200	5.000	4.000		đã đủ T.tưc
2	Trường Đào tạo nghề thương mại	H. Dương	03-06	25.000			5.000	4.000		đang lập DA
3	Nhà làm việc VP Bộ Thương mại	Hà Nội	02-04	75.987	1.000	1.000	45.000	23.000	9.000	CTr. Ch.liếp
4	Văn phòng Cục Xúc tiến Th. mại	Hà Nội	03-04	22.300			15.300	11.300		đã đủ T.tưc
b	Dự án nhóm C						25.195	9.241	11.333	
1	Ký túc xá Tr. TH TM TW II	Dà Nẵng	2003	2.600			2.600	2.500		đã đủ T.tưc
2	Thư viện Tr. TH AU- KS và DL TW	H. Dương	2003	4.500			4.500	4.400		đang lập DA
3	Nhà TT D.tạo HTQT Tr. CB TM TW	Hà Nội	03-04	4.500			2.500	2.300		đang lập DA
4	Trung tâm Thông tin thương mại	Hà nội	02-03	20.595	5.000	5.000	15.595	41	11.333	C.Tr Ch.liếp
c	Dự án chuẩn bị đầu tư						5.000			
1	Trung tâm Hội chợ triển lãm Q.tế	Hà Nội					5.000			Cục XTIM
II	Dự án vay vốn Quỹ hỗ trợ ph.triển						692.000			
a	Công trình chuyên tiếp						130.000			
1	Nhà máy SX phụ tùng xe máy	Dà Nẵng	02-03	40.792	16.700	16.700	22.300			Cty TP&DTCN
2	Nhà máy sản xuất động cơ xe máy	Dà Nẵng	02-03	20.957	14.690	14.690	4.000			Cty DM&KTCN
3	Nhà máy CB tinh bột sản Thanh Hoá	Th. Hoá	02-03	53.422	30.000	30.000	18.400			Cty VITH T.H
4	XI Nghiệp KDTT Intimex	D. Nai	02-03	13.500	4.500	4.500	6.500			Cty XNK INT
5	XI nghiệp CB nông sản XK Intimex	B. Dương	02-03	14.500	5.000	5.000	7.000			Cty XNK INT
6	Kho thu mua CB&ĐQ nông sản	Sơn La	02-03	14.000	5.000	5.000	3.000			Cty IP M.Bắc

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7	Xưởng chế biến lạc xuất khẩu	TP. HCM	02-03	12.500	1.000	1.000	4.200			Cty THPT
8	Nhà máy CB tinh bột sắn Intimex	Nghệ An	02-03	63.202	10.000	10.000	30.000			Cty XNK INT
9	Nhà máy CB tinh bột sắn Huế	T.T. Huế	02-03	56.200	5.000	5.000	31.000			Cty TP&DTCN
10	HM SX gia công hàng dệt may XK	H. Phòng	02-03	10.000	4.000	4.000	4.000			Cty Dm H. Phg
b	Công trình khởi công mới						562.000			
1	Nhà máy SX Tinh bột sắn Quảng Trị	Q. Trị	2003	58.500			40.000			Cty TP&DTCN
2	Nâng công suất NM TBSắn Q. Nam	Q. Nam	2003	15.000			10.000			Cty TP&DTCN
3	Nhà máy SX D. cơ P. lung xe máy	V. Phúc	03-04	110.037			50.000			Cty XNK INT
4	XN CB nông sản XK Hưng Đông	Nghệ An	2003	7.500			6.000			Cty XNK INT
5	NM CB thủy sản xuất khẩu Intimex	Nghệ An	03-04	35.000			10.000			Cty XNK INT
6	NM CB thủy sản xuất khẩu Intimex	H. Phòng	03-04	24.000			10.000			Cty XNK INT
8	Nhà máy CB tinh bột sắn XK	Gia Lai	03-04	56.000			30.000			Cty DM HIP
9	Nhà máy CB tinh bột sắn XK	Q. Bình	03-04	55.000			30.000			Cty VLDDCKK
10	Mở rộng quy mô HM SX cấp điện XK	Hà Nội	03-05	70.000			10.000			Cty VLDDCKK
11	Nhà máy CB lâm sản xuất khẩu	Q. Ngãi	2003	6.500			5.000			Cty XL&VLXD
12	Nhà máy CB hoa quả xuất khẩu	H. Phòng	2003	7.500			6.500			Cty XL&VLXD
13	Dự án trồng rừng	Q. Ngãi	2003	6.500			6.000			Cty XL&VLXD
14	Nhà máy CB gỗ xuất khẩu	D. Nẵng	03-04	30.000			15.000			Cty DM&KTCN
15	Cơ sở thu mua, CB&B quản NSXK	Hà Tây	2003	8.000			7.000			Cty TPMBắc
16	Cơ sở thu mua, CB&B quản NSXK	B. Ninh	03-04	30.000			25.000			Cty TPMBắc
17	Cơ sở thu mua, CB&B quản NSXK	Nghệ An	2003	8.000			7.000			Cty TPMBắc
18	Cơ sở thu mua, CB&B quản NSXK	Th. Hoà	2003	8.000			7.000			Cty TPMBắc
19	Cơ sở thu mua, CB&B quản NSXK	B. Định	03-04	30.000			25.000			Cty TPMBắc
20	Cơ sở chế biến lương thực	A. Giang	03-04	20.000			10.000			Cty TPMBắc
21	Kho B. Quản NSHPXK	M. Cái	2003	16.000			14.000			Cty TPMBắc
22	Nâng cấp, đổi mới CN XN CB gỗ XK	Hà Nội	03-04	35.390			10.000			Cty VLXD&LS
23	XN Kim khí xuất khẩu	Hà Nội	2003	7.300			5.000			Cty VLXD&LS
24	Xí nghiệp chế biến hạt điều xuất khẩu	k. Hoà	2003	5.000			4.000			Cty XNK TH 3
25	Xí nghiệp sản xuất bao bì xuất khẩu	Hà Nội	03-04	33.700			15.000			CTSX&XNKBB
26	Trung tâm Xúc tiến xuất nhập khẩu	H. Phòng	03-04	17.000			10.000			Cty HCVLDP
27	Mở rộng NM cơ khí động cơ Daehan	D. Nẵng	2003	17.000			13.000			Cty DM&KTCN



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
28	Nhà máy chế biến gỗ xuất khẩu	D.Năng	03-04	30.000			15.000			Cty DM&KTCN
29	DA NM Lắp ráp xe tải KAMAZ CKD	D.Năng	03-04	95.645			30.000			TCT M&P.lg
30	Mở rộng xưởng song mây XK	D.Năng	2003	5.000			4.000			TCT M&P.lg
31	NM SX bao PP xuất khẩu	H.Dương	03-05	115.470			70.000			TCT M&P.lg
32	DA NM cao su xuất khẩu MACHINO	B.Phước	2003	32.360			12.500			TCT M&P.lg
33	XN SX GC Chiến NS T.phẩm	TP.HCM	2003	3.000			3.000			Cty TPDVTH
34	DA xí nghiệp CB hạt điều XK	TP.HCM	2003	3.000			3.000			Cty B.hoá II
35	Nhà máy CB tinh bột sắn X.khẩu	Gia Lai	03-04	55.000			30.000			Cty DM II.Phg
36	DA DTSX D.cơ P.Txe máy &SPnhựa	H.Phòng	2003	15.690			8.000			Cty DM H.Phg
37	DA xí nghiệp may XK Bình Quới	TP HCM	2003	7.100			6.000			CIXNKIITCN
III	Dự án vay vốn Ngân hàng ĐT Ph.Tr						738.500			
1	Xây dựng kho dầumôi	N.Trang	2003	600.000	100.000	100.000	500.000			TCTy Xăng dầu
2	Tổng kho B.bán H.hoá Miền Trung	Nghệ An	2003	7.000			6.500			Cty XNK INT
3	Trung tâm thương mại Nghệ An	Nghệ An	03-05	110.000			30.000			Cty XNK INT
4	Trung tâm thương mại Cửa Nam	Hà Nội	03-04	50.000			25.000			Cty XNK INT
5	Siêu thị Hào Nam	Hà Nội	2003	7.000			6.500			Cty XNK INT
6	Tổng kho B.bán H.hoá Miền Bắc	Hà Nội	2003	7.000			6.500			Cty XNK INT
7	Chung cư cao tầng & DV, siêu thị	Hà Nội	03-04	60.000			55.000			Cty XNK INT
8	Kết cấu hạ tầng & K doanh nhà	H.Phòng	03-04	30.000			15.000			CtyXL&VLXD V
9	Toà cao ốc làm việc	D.Năng	03-04	30.000			15.000			Cty DM&KTCN
10	Trung tâm thương mại 11 tầng	H.Phòng	03-04	30.000			10.000			Cty DM II.Phg
11	TT thương mại và DV Ngọc Khánh	Hà Nội	2003	11.000			10.000			TCT M&P.lg
12	TT TM & DV Móng Cái	Q.Ninh	2003	13.000			8.500			TCT M&P.lg
14	Dây chuyền chế biến gỗ	Hà Nội	2003	5.000			4.500			CTSXB&HXK
15	Các XN may mặc		2003	5.000			5.000			Cty VS MM MB
16	DVTHA XN bao bì carton sóng	N.Dịnh	03-04	22.250	1.000	1.000	10.000			Cty VTTH HNN
17	DA XN BB nhựa phức hợp	N.Dịnh	03-04	13.480			6.000			Cty VTTH HNN
18	XN SX hàng thủ công mỹ nghệ	B.Dương	2003	4.000			4.000			Cty XNK IP
19	Nhà chung cư và siêu thị cao tầng	Hà Nội	03-04	25.000			13.000			CTTP&BIILD
20	ĐT XD XN vận tải hàng hoá	Hà Nội	2003	8.000			8.000			Cty NIS I

4196

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
IV	Vốn tự bổ sung và vay khác						990.000			
1	Tổng công ty xăng dầu Việt Nam		2003	781.000			731.000			
2	Công ty TM Kỹ thuật và Đtr Petec		2003	140.000			90.000			
3	Công ty Điện máy Hải phòng		2003	30.000			20.000			
4	Công ty Hoá chất VL.điện Hải Phòng		2003	14.000			14.000			
5	Công ty Kho vận & DVTM		2003	14.000			14.000			
6	Công ty Xuất nhập khẩu TCMN		2003	31.000			16.000			
7	Công ty Giao nhận kho vận N.thương		2003	39.000			39.000			TP HCMinh
8	Công ty Điện máy xe đạp xe máy		2003	8.000			8.000			
9	Công ty Giao nhận kho vận N.thương		2003	6.500			6.500			
10	Công ty XNK máy tre Việt Nam		2003	5.600			4.500			
11	Các công ty khác		2003	47.000			47.000			

NIHU CẦU ĐT&XD 5 NĂM 2001-2005

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Tên công trình	Địa điểm xây dựng	Năng lực thiết kế	Tổng mức đầu tư	Dự kiến kế hoạch đầu tư xây dựng các năm					Ghi chú
					2001	2002	2003	2004	2005	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
	Vốn NS				39 149	19 550	8 424	4 801	6 221	
1	Trụ sở Bộ Thương mại	Hà nội	5000m	20 000	15 000	5 000				
2	Trường THAU&KS	Hải Dương	4 728m	8 756	2 776	1 460	1 228	1 435	1 860	
3	Viện NCTM	Hà Nội	846m		600	1 000	1 000	1 000	1 000	
4	Trường THPT II	Đà Nẵng	1 460m	3 000	700	2 300				
5	Trường THPT IV	Thái Nguyên		1 500	1 100	400				
6	Trường Đt nghề T M	Hải Dương			6 500	1 000	1 000	1 000	2 000	
7	TR.CĐKT ĐN	TP HCM		12 820	6 000	5 000	1 820			
8	TTTTTM	Hà Nội		4 044	1 673	687	566	566	561	
9	Tr.CĐ KTKT-TM	Hà Tây		6 971	2 050	1 203	1 310	800	800	
10	Cục QLCLHH&DL	Hà Nội		5 600	2 600	1 500	1 500			
11	QH PTTM hệ thống				150					

	cấp huyện									
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
	Vốn vay tín dụng				167 654	192 000	4 000	412 000	255 000	
1	Đội tàu VT biển	TCT X D		390 000		190 000		200 000		
2	Đội tàu VT LPG	nt		117 000	117 000					
3	ĐA kho ng.quan	nt	200 000 m	200 000				100 000	100 000	
4	Nhà máy CB condensat	nt	250000 T/n	250 000				100 000	150 000	
5	CTy ĐM TP HCM						1 000	8 000		
6	CTy XNK với Lào				9 850					
7	CTy KD&SXVTHH				2 000					
8	CTy VSMM MB				3 532	2 000	3 000	4 000	5 000	
9	CTy Packsimex				1 000					
10	CTy VTTH T.Hoá				15 172					XNSX tỉnh bột sản TH
11	CTy VLXD - LS				20 000					XNSX vắn MDF
	Vốn tự bổ sung				737 825	596 095	644 303	442 570	492 750	
1	TCty Xăng dầu				494 700	457 000	431 500	368 000	414 000	
2	Cty Petec				119 525	56 695	66 535	18 500	23 000	
3	Cty ĐM TP HCM				28 000		3 000	5 000		
4	Cty XNK với Lào				2 000	2 250				

5	Cty XNK TCMN				2 000	22 000	32 000			
6	Cty KD&SXVTHH				700	500				
7	Cty HCVLĐ HP				300	300	1 000			
8	Cty GNKVNT				12 000	8 000	8 000	10 000	10 000	
9	Cty VTTH N.Tỉnh				900	1 200				
10	Cty VLĐ&DCKK				2 700	3 200	500			
11	TCT M&PT				16 100	15 700	26 800	1 800	1 200	
12	Cty DVĐT XNKTH Đồng Tháp Mười				1 200	950	1 050	1 120	1 050	
13	Cty ĐM H.Phòng				700	1 300	2 100	3 150	3 900	
14	Các đơn vị khác				55 000	27 000	32 000	35 000	39 600	

Nguồn: Vụ Đầu tư - Bộ Thương mại

THỰC TRẠNG CHỢ CẢ NƯỚC

Cả nước có: 5361 chợ; diện tích: 9113235 m²

Trong đó:

(Đơn vị: chợ)

Thành phố, thị xã	566
Nông thôn	4795

Chợ phát luồng	83
Chợ bán lẻ	5278
Chợ kinh doanh tổng hợp	5334
Chợ chuyên doanh	27
Chợ phiên	416
Chợ hàng ngày	4975

Diện tích trung bình 1 chợ: 1699,9 m²

THỰC TRẠNG HỆ THỐNG CHỢ, SIÊU THỊ, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI 2 THÀNH PHỐ HÀ NỘI VÀ TP HỒ CHÍ MINH

	HÀ NỘI	TP HỒ CHÍ MINH
Trung tâm thương mại	4	28
Siêu thị	32	38
Cửa hàng tự chọn	257	186
Tổng cộng	293	252

Nguồn: Bộ Kế hoạch và đầu tư - 11/2001

SỨC CHỨA HIỆN TẠI XĂNG DẦU

Đơn vị: m³

Miền núi Trung du Bắc Bộ	24.856
Vùng công nghiệp Bắc Bộ Quảng Ninh, Hải Phòng, Hà Nội	246 725
Vùng đồng bằng sông Hồng	39 325
Vùng khu IV cũ	37 325
Duyên hải miền Trung	170 155
Vùng Tây Nguyên	4 675
Đồng bằng sông Cửu Long	56 587
<u>Tổng cộng</u>	<u>1050.794</u>

Định hướng năm 2010 phát triển thêm 236.900 m³

*Nguồn: Dự án Quy hoạch tổng thể ngành Thương mại
Việt Nam đến năm 2010*

BẢNG TỔNG HỢP NHU CẦU XÂY DỰNG NGÀNH XĂNG DẦU VIỆT NAM 2001 - 2005

Dự trữ vốn:

Xây dựng, nâng cấp 15 cảng xăng dầu cả nước từ Quảng Ninh - Năm Căn.

Dự trữ vốn: 3416 tỷ đồng (Tương đương 310,565 triệu USD)

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CSVCKT NGÀNH XĂNG DẦU

2006 - 2010

Xây dựng, nâng cấp xăng dầu từ Hải Phòng đến Đồng Tháp: 22 hạng mục công trình.

Dự trữ vốn: 3639, 390 tỷ VNĐ (Tương đương 330,354 triệu USD)

CÁC DỰ ÁN TỰ ĐỘNG HOÁ THƯƠNG MẠI ĐẾN NĂM 2000

1. Trong lĩnh vực xăng dầu có 11 dự án

- Nội dung:**
- Tự động hoá hệ thống đo lường.
 - Tự động hoá pha chế dầu nhờn
 - Tự động hoá thu nhận xăng dầu tại khu vực I, II, III thuộc Tổng công ty Xăng dầu Việt Nam.
 - Tự động hoá đo bồn, đo bể chứa xăng dầu.
 - Tự động hoá xuất khẩu xăng dầu ở các Tổng kho.

2. Tự động hoá lĩnh vực bao bì:

- Tự động hoá sản xuất bao bì vẽ mã vạch, nhãn mác.
- Tự động hoá sản xuất carton sóng và công nghệ in PLEX chất lượng cao.
- Tự động hoá dây chuyền sản xuất ép nhũ nóng trên bao bì giấy, nhãn mác cao cấp.
- Tự động hoá trong kiểm tra bao bì chất dẻo.
- Tự động hoá bao bì in nhãn mác màu chìm để chống hàng giả.

3. Tự động hoá trong lĩnh vực kinh doanh thương mại

- Tự động hoá nhà máy chế biến gạo xuất khẩu Tân Thanh, Long An.
- Siêu thị bán hàng tự động.
 - + Bán hàng qua mã vạch.
 - + Tự động thông tin báo cáo.
 - + Đặt hàng qua dịch vụ.

**THỰC TRẠNG VÀ DỰ BÁO KHỐI LƯỢNG HÀNG HOÁ BÁN RA
TRONG CÁC VÙNG KINH TẾ CẢ NƯỚC ĐẾN 2010**

Đơn vị: 1000 tấn

Các vùng kinh tế	1995	2000	2010
Cả nước	36.700	68.000	137.000
Đồng bằng Bắc Bộ	5.400	7.700	16.600
Tây Bắc	1.100	1.700	4.300
Đồng bằng sông Hồng	8.900	22.000	12.500
Bắc Trung Bộ	4.200	6.000	12.800
Duyên hải Nam Trung Bộ	2.600	4.000	8.000
Tây Nguyên	1.700	2.600	5.400
Đồng Nam Bộ	7.000	15.200	30.000
Đồng bằng sông Cửu Long	5.800	8800	17400

GIÁ TRỊ HÀNG HOÁ TIÊU THỤ CÁC VÙNG KINH TẾ

(Thực trạng và dự báo)

Năm	Đơn vị	Trị giá
1995	tỷ đồng	165
2000	tỷ đồng	557
Dự báo 2010	tỷ đồng	4898

Nguồn: Dự án Quy hoạch tổng thể ngành Thương mại Việt Nam đến năm 2010

:KHỐI LƯỢNG HÀNG HOÁ
QUA CÁC KHO THƯƠNG MẠI ĐẦU MỐI 4 THÀNH PHỐ LỚN

(Thực trạng và dự báo)

Đơn vị: 1000 tấn

Năm	Tổng cộng	Hà Nội	Hải Phòng	Đà Nẵng	Hồ Chí Minh
1995	9.600	3.360	1.248	767	4.224
2000	15.200	5.320	1.824	1.368	6.688
2010	24.500	8.820	2.695	2.450	10.535

DỰ BÁO KIM NGẠCH XUẤT – NHẬP KHẨU ĐẾN NĂM 2010

Đơn vị: triệu USD

3.1 - DỰ BÁO KIM NGẠCH XUẤT KHẨU ĐẾN NĂM 2010

Năm	Tốc độ tăng trưởng (%/ năm)	Kim ngạch xuất khẩu	Dân số (triệu người)	Bình quân (USD người)
1995	30,74	5.300	74,2	71,43
1996	28,00	7.000	75,7	87,19
1997	"	8.900	77,3	109,96
1998	"	10.900	78,8	130,32
1999	"	14.000	80,3	174,35
2000	"	18.000	81,8	220,05
1996-2000	"	58.000		
2001-2010	24,00	706.000		
2010	"	154.700	92,4	1.674

3.2- DỰ BÁO KIM NGẠCH NHẬP KHẨU ĐẾN NĂM 2010

Năm	Tốc độ tăng trưởng (%/ năm)	Kim ngạch nhập khẩu	
		Tổng trị giá	T.đó DN có ĐTN
1995	28,73	7.500	2.000
1996	24,00	11.000	2.600
1997	24,00	13.000	3.300
1998	24,00	14.300	3.800
1999	24,00	17.700	4.600
2000	24,00	22.000	5.400
1996-2000	20,00	74.900	19.700
2001-2010	20,00	684.900	-
2010	20,00	136.200	-

Nguồn: Bộ Thương mại – năm 2000