

## MỘT SỐ Ý KIẾN BÀN VỀ NHỮNG NHÂN TỐ VĂN HÓA CẢN TRỞ QUAN HỆ KINH TẾ GIỮA VIỆT NAM VÀ CHÂU ÂU

PGS.TS. Nguyễn Huy Oánh  
*Khoa Kinh tế chính trị*  
*Học viện CTQG Hồ Chí Minh*

Để phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta, việc mở rộng thị trường là một trong những vấn đề quan trọng hàng đầu. Thị trường rộng mở sẽ giúp chúng ta tiêu thụ sản phẩm hàng hóa làm ra, nhập khẩu công nghệ mới và những tư liệu sản xuất, tư liệu tiêu dùng cần thiết. Thị trường rộng mở còn giúp chúng ta tìm ra những đối tác mới, thu hút được các nguồn vốn, công nghệ, kinh nghiệm tổ chức quản lý nhằm khai thác có hiệu quả tài nguyên thiên nhiên của nước ta, mang lại lợi ích cho cả đôi bên. Vì vậy những năm thực hiện đổi mới vừa qua là những năm chúng ta tìm mọi cách mở rộng thị trường.

Châu Âu là một trong những thị trường hấp dẫn mà Nhà nước ta đặc biệt chú trọng. Liên minh Châu Âu (EU) là một tổ chức liên kết kinh tế ở trình độ cao - liên minh tiền tệ - với đồng tiền chung (đồng Euro). Hiện nay tổ chức này bao gồm 25 nước thành viên, có số dân 455 triệu người, có tổng GDP khoảng 8,2 nghìn tỷ USD, là liên minh kinh tế đứng thứ hai trên thế giới sau khối NAFTA (dân số 378 triệu người và tổng GDP khoảng 11,4 nghìn tỷ USD). EU là một thị trường lớn và

ổn định: xuất khẩu 1.612,2 tỷ USD, đứng hàng đầu thế giới, nhập khẩu 1.581 tỷ USD, đứng thứ nhì thế giới. Từ khi Việt Nam và EU thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức năm 1990 và ký hiệp định khung hợp tác ngày 17/07/1995, quan hệ Việt Nam với EU mới có điều kiện phát triển.

Tuy nhiên, muốn mở rộng được thị trường, chúng ta sẽ phải gỡ bỏ nhiều rào cản từ phía bên ngoài và cả từ phía bên trong. Những rào cản này cũng bao gồm nhiều mặt: kinh tế, chính trị, văn hóa... Bài nghiên cứu này muốn góp phần đề cập đến *những rào cản về mặt văn hóa gắn chặt với vấn đề kinh tế*, ảnh hưởng đến mở rộng thị trường thể hiện ở các mặt như: Trình độ cán bộ làm kinh tế nói chung và kinh tế đối ngoại nói riêng; Trình độ hiểu biết nhu cầu, thị hiếu của bạn hàng; Trình độ giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc trong sản phẩm hàng hóa sản xuất ra để chinh phục thị trường châu Âu; Nhất là bản lĩnh văn hóa để tiếp thu những yếu tố tiến bộ trong quá trình mở rộng quan hệ Việt Nam - Châu Âu với tinh thần "gạn đục khơi trong".

Chúng tôi cho rằng, trên các mặt đó, *văn hoá là nội lực để thu hút nguồn lực từ bên ngoài, vì vậy nó cũng là phương tiện, là động lực để phát triển kinh tế.* Khi nội lực còn yếu thì khó có thể hấp thu được nguồn lực từ bên ngoài. Lịch sử của Việt Nam khi mới tiếp xúc với phương Tây đã cung cấp một bài học phản diện. Những đề xuất của Nguyễn Trường Tộ, của Bùi Viện đã không được xem xét nghiêm túc để có giải pháp hợp lý. Bỏ lỡ cơ hội là do nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân nội lực văn hoá, nên không tiêu hoá được những yếu tố mới của một nền văn minh mới.

Việt Nam có một truyền thống mà nhà ngoại giao Pháp Clôđơ Palazôli đã có nhận xét (được nhà văn hoá Hữu Ngọc trích trong cuốn Phác thảo chân dung văn hoá Pháp. NXB Thế giới. H.1997, tr. 470) là: *bao giờ cũng tiếp thu ảnh hưởng của nước ngoài qua một quá trình chuyển hoá và thích nghi, những yếu tố ngoại lai tích lũy một cách uyển chuyển, luôn luôn kèm theo những nét dân tộc cơ bản không xoá bỏ được.* Như vậy là chúng ta có nội lực văn hóa truyền thống mạnh mẽ, nếu biết cách phát huy thì khi thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đất nước ta sẽ không bị các nền văn hóa khác biệt gây ảnh hưởng xấu. Tuy nhiên, khi chúng ta muốn hội nhập, đặc biệt là hội nhập kinh tế quốc tế, một quốc gia như Việt Nam không phải chỉ cần có nội lực về văn hoá truyền thống. Chúng ta cần có thêm nội lực văn hóa phù hợp với thời đại ngày nay. Có như vậy mới có thể tiếp nhận, chuyển hoá nguồn lực từ bên ngoài thành lợi ích và sức mạnh của bản thân mình.

Nhìn vào thực tế của Việt Nam, những nhân tố “nội lực văn hoá” còn nhiều bất cập:

+ *Trước hết*, nói về đội ngũ cán bộ khoa học công nghệ. Đến nay, cả nước có 1,3 triệu người tốt nghiệp đại học (trong đó có khoảng 10 ngàn người trên đại học). Đây thực sự là vốn quý của đất nước. Tuy nhiên, nếu phân tích kỹ, thấy có nhiều vấn đề:

- *Một*, số cán bộ làm việc trong lĩnh vực nghiên cứu và triển khai (R&D- một chỉ tiêu nói lên tính ứng dụng của một nền khoa học) mới đạt tỷ lệ 4 người/10.000 dân. Tỷ lệ này tuy cao hơn Ấn Độ (1,1), Thái Lan (2,5), Trung Quốc (2,5) và tương đương Malaixia (4), nhưng hãy còn thấp xa so với Hàn Quốc (47), Nhật Bản (81) và kém đúng 100 lần so với Singapore, (400)

- *Hai*, việc phân bố số cán bộ trên cho các khu vực công việc chưa hợp lý, nên hiệu quả sử dụng thấp. Theo Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường, có 63,7% lực lượng cán bộ làm việc trong các cơ quan hành chính sự nghiệp và chỉ có 32,7% làm việc trong các ngành sản xuất kinh tế. Chỉ tiêu này thấp hơn tất cả các nước trong khu vực (Thái Lan 58,2%, Hàn Quốc 48%, Nhật Bản 64,4%, Singapore 44%). Trong số cán bộ có trình độ trên đại học thì có tới 94% tập trung ở các trường đại học, các cơ quan trung ương và hai thành phố lớn Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh.

- *Ba*, trong số cán bộ có chuyên môn nông - lâm - nghiệp thì 89% làm việc ở các cơ quan trung ương, chỉ có 9% làm việc ở cấp thành phố và cấp tỉnh, 1,8% ở cấp huyện, còn ở cấp xã hầu như không có. Với

một nước kinh tế còn dựa nhiều vào nông nghiệp thì điều trên là rất không hợp lý.

• *Bốn*, sự phân bố cán bộ khoa học trên các địa bàn cũng không đáp ứng nhu cầu công việc. Cụ thể: số cán bộ khoa học ở Hà Nội chiếm 19,2%, ở thành phố Hồ Chí Minh chiếm 14%, còn ở Cao Bằng chỉ có 0,6%, Sơn La 0,47%, Kiên Giang 0,4%, Lai Châu thậm chí chỉ có 0,27%! (Báo Lao động ngày 12/2/2001)

Như vậy, cán bộ đã ít, lại phân bố không hợp lý, nên sử dụng rõ ràng là không hiệu quả.

+ *Thứ hai*, tuy truyền thống của Việt Nam là tiếp thu văn hoá nước ngoài qua quá trình chuyển hoá và thích nghi, nhưng không phải dễ dàng. Nguyên nhân là vì Việt Nam còn thiếu nội lực (những số liệu nêu trên phần nào đã chứng tỏ) và cũng còn vì đây là hai nền văn hoá có nhiều khác biệt. Văn hoá phương Tây, như nhà văn hoá Hữu Ngọc đã tổng kết, bao gồm ba yếu tố: chủ nghĩa nhân văn cổ Hy Lạp - La Mã, yếu tố Do Thái - Ki Tô giáo, chủ nghĩa duy lý và khoa học. (Hữu Ngọc. *Hồ sơ văn hoá Mỹ*. NXB Thế giới. Hà Nội, 2000, tr.190-195). Bản sắc đó phản ánh trên nhiều mặt của cuộc sống, mà ở mặt kinh tế thể hiện rất rõ, ảnh hưởng lớn đến quan hệ kinh tế của châu Âu với các quốc gia khác, trong đó có Việt Nam. Bản sắc văn hoá phương Tây thể hiện trong nhu cầu sinh hoạt, thị hiếu tiêu dùng, triết lý sống mang sắc thái riêng biệt, đòi hỏi các nhà doanh nghiệp Việt Nam phải tìm hiểu kỹ lưỡng, đầy đủ thì mới có thể đưa hàng hoá Việt Nam thâm nhập vào thị trường rất hấp dẫn

nhưng cũng rất khó tính này. Một ví dụ: Hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam rất đẹp nhưng lại mang bản sắc văn hoá Việt Nam với những nhu cầu, thị hiếu, triết lý sống của Việt Nam. Nếu cứ theo nếp sản xuất cũ cho thị trường trong nước thì rất khó xuất khẩu sang thị trường châu Âu. Điều này hiện chúng ta làm còn chưa tốt. Ngành du lịch cũng như vậy. Du lịch là một ngành kinh tế đầy tiềm năng của Việt Nam. Muốn phát triển ngành du lịch, một mặt phải biết khai thác những nét văn hoá độc đáo, mang bản sắc văn hoá Việt Nam để gây sự hấp dẫn, mới lạ nhằm thu hút du khách châu Âu, nhưng mặt khác, lại phải hiểu nhu cầu sinh hoạt của du khách để thoả mãn tối đa đòi hỏi của họ. Điều này chúng ta cũng còn thiếu nhiều điều kiện.

Cũng có thể nêu thêm những ví dụ về quan hệ giữa những chủ doanh nghiệp người nước ngoài (Hàn Quốc, Đài Loan...) với công nhân Việt Nam ở trong các xí nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Nhiều hành vi của chủ doanh nghiệp đối với công nhân Việt Nam bị công nhân Việt Nam coi là thô bạo, vi phạm luật pháp của Việt Nam và căng thẳng đã nổ ra. Nhưng khi đi sâu vào tìm hiểu, một số trường hợp chỉ là sự khác biệt về văn hóa. Trong những trường hợp này, nếu tạo điều kiện hiểu biết văn hóa của nhau thì chắc sẽ không xảy ra những căng thẳng không đáng có, mà những căng thẳng này nhiều khi đe dọa sự thành bại của một chiến lược kinh tế!

Nhà văn hoá Phan Ngọc, trong cuốn sách nổi tiếng của ông (*Bản sắc văn hoá*

Việt Nam), thông qua ví dụ muốn phát triển hàng hoá nghệ thuật sơn mài của Việt Nam, nêu ra các điều kiện cần có:

- *Một*, điểm xuất phát thuộc về bản sắc dân tộc. Đó là nghề sơn mài đã có từ lâu ở Việt Nam. Những người thợ dân gian đã làm sơn mài trên đồ thờ cúng và câu đối treo trong nhà.

- *Hai*, phải có những nghệ sĩ giàu tính tự hào dân tộc, có tài năng lớn, am hiểu thấu đáo văn hoá Đông Tây, dùng tài năng của mình nâng nghề làm sơn mài thành nghệ thuật sơn mài, sáng tác những bức tranh nổi tiếng bằng sơn mài.

- *Ba*, phải có sự tham gia của khoa học kỹ thuật. Điều kiện này, nhà văn hoá Phan Ngọc cho là cực kỳ quan trọng, bởi vì phải có sự tham gia của khoa học kỹ thuật mới làm cho tranh sơn mài nhiều màu sắc hơn, bền vững với thời gian trước ảnh hưởng của thời tiết châu Âu.

Chúng ta có thể phục hồi, phát triển nhiều hàng hoá truyền thống của Việt Nam như nem rán, áo dài phụ nữ... theo hướng này như nhà văn hoá Phan Ngọc nói: "Chúng ta đang bước vào thời đại mới. Mọi cái đều phải cấu trúc hoá lại mới ăn khớp với nó. Phải có sự kết hợp cái bản địa với cái mới, có thể ngoại lai, mới tạo được những đồ vật thích hợp với thế giới". Chúng tôi cũng tán thành quan điểm của Phan Ngọc là sự kết hợp đó không phải là theo kiểu "bình cũ rượu mới" hoặc kiểu "bình mới rượu cũ". Cái bản sắc phải trải qua một quá trình lấp ghép để hoà đúc vào cái mới để trở thành một cái rất Việt Nam, không Tàu, không

Tây nhưng lại rất mới, phù hợp với thời đại. (Xem *bản sắc văn hoá Việt Nam*. Phan Ngọc. NXB Văn hoá - Thông tin, H.1998, tr.531-535).

Những điều kiện thứ hai và thứ ba là những cản trở, khó khăn trước mắt mà chúng ta phải có nhiều thời gian, đầu tư nhiều công sức mới có thể đáp ứng được. Nghĩa là, *phải có nội lực văn hoá mạnh* mới hội nhập và mở rộng quan hệ với châu Âu nói riêng, thế giới nói chung.

### **Một số ý kiến đề xuất khắc phục những nhân tố cản trở về mặt văn hóa**

Những nhân tố cản trở quan hệ Việt Nam - Châu Âu về mặt văn hóa là có thật. Đảng và Nhà nước ta đã thấy được điều đó và đã có nhiều cố gắng khắc phục từng bước trên tinh thần mở rộng quan hệ, khai thác mọi mặt thuận lợi nhờ mở rộng quan hệ, để thúc đẩy đất nước Việt Nam phát triển.

*Về đường lối chính trị.* Với đường lối đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ đối ngoại, với phương châm "*Việt Nam là bạn với tất cả các nước trong cộng đồng thế giới, phấn đấu vì hoà bình, độc lập và phát triển*", chúng ta đã có quan hệ bình thường với hầu hết các nước trên thế giới, kể cả những quốc gia đã từng thù nghịch Việt Nam như Mỹ. Vì vậy, cho đến nay Đảng và Nhà nước ta đã có quan hệ ngoại thương với 170 nước và vùng lãnh thổ. Tin rằng với tính nguyên tắc trong quan điểm, lập trường và tính mềm dẻo, uyển chuyển trong xử lý từng trường hợp cụ thể của Đảng và Nhà nước ta, cộng với những thành công trong sự nghiệp chấn hưng đất nước khiến những đối tác khi

quan hệ với ta sẽ có lợi, do đó dù không thiện chí cũng không thể cố tình không quan hệ với Việt Nam. Nhờ vậy chúng ta sẽ vượt qua những trở ngại về mặt chính trị để đến với nhau về văn hóa và kinh tế, bởi vì việc mở rộng quan hệ sẽ giúp hiểu biết hơn về nền văn hóa của nhau, sẽ có nhiều cơ hội làm ăn với nhau về mặt kinh tế.

*Về mặt kinh tế và văn hoá.* Chúng tôi đặt liên *kinh tế* và *văn hoá* trong mục đề xuất những giải pháp khắc phục những nhân tố cản trở quan hệ Việt Nam - Châu Âu là vì hai vấn đề này gắn bó với nhau, rất khó tách riêng. Theo chúng tôi, mấy vấn đề sau đây cần được đẩy mạnh trong quá trình khắc phục những nhân tố cản trở quan hệ Việt Nam - Châu Âu:

*Thứ nhất*, khuyến khích, đẩy mạnh các doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế hoạt động để huy động mọi nguồn lực phát triển đất nước. Sự hoạt động của các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế sẽ khơi dậy nhiều khả năng mới cho việc tăng cường quan hệ Việt Nam - Châu Âu, đó là sự nảy sinh nhu cầu vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý và nhu cầu mua vật tư, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm... *mà việc đáp ứng nhu cầu đó sẽ tăng cường quan hệ giữa hai phía.* Đó là nhu cầu phát triển sản xuất kinh doanh sẽ, *đòi hỏi và lựa chọn được đội ngũ các nhà doanh nghiệp giỏi.* Họ sẽ là nhân tố phá bỏ mọi cản trở, không ngừng học hỏi để có đủ năng lực tìm kiếm và mở rộng thị trường, thúc đẩy sự gắn kết quan hệ hai bên. Ăngghen đã chẳng từng nói rằng: Khi nhu cầu thực tế đòi hỏi thì khoa học sẽ phát triển

hơn hàng chục trường đại học đó sao? Vì thế, cần hoàn chỉnh Luật Doanh nghiệp trên tinh thần thông thoáng để tạo những điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động.

*Thứ hai*, vấn đề *cán bộ* trở thành một vấn đề cực kỳ quan trọng, nếu như không nói là quyết định, cho việc khắc phục rào cản. Như trên đã nói, vấn đề *cán bộ* nằm trong lĩnh vực kinh tế - văn hoá. Chúng ta rất thiếu các loại *cán bộ* sau đây:

- *Các chuyên gia* (bao gồm cả chuyên gia khoa học nhân văn và khoa học kỹ thuật) có trình độ cao, am hiểu sâu sắc văn hoá Đông - Tây, am hiểu thấu đáo khoa học kỹ thuật. Đây là lực lượng có thể *thâu nạp* (theo lối *vượt gộp* như nhà văn hoá Phan Ngọc nói), có nghĩa là thu nạp văn hoá phương Tây để làm giàu, phát triển văn hoá Việt Nam hoặc để “hiện đại hoá văn hoá Việt Nam” nhằm truyền bá sang phương Tây. Thiếu đội ngũ đầu đàn này, sự hội nhập văn sẽ diễn ra vì xu thế hội nhập là không thể đảo ngược, nhưng *chậm chạp hơn nhiều và chúng ta sẽ thiệt thòi hơn nhiều.* Để có đội ngũ ưu tú này, phải có quyết sách táo bạo bao gồm các việc như: cần có những chính sách đãi ngộ thoả đáng trước mắt; Đồng thời phải có chiến lược đào tạo, bồi dưỡng khẩn trương bằng nhiều con đường kể cả việc dành vốn đầu tư (nhà nước, doanh nghiệp và cá nhân), gửi đi đào tạo ở những nước có trình độ khoa học kỹ thuật tiên tiến như Mỹ và các nước Tây Âu. Mặt khác, việc bố trí, sử dụng đội ngũ này sau khi được đào tạo

cũng cần được cân nhắc để có thể mang lại hiệu quả cao.

- Một đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp giỏi về kiến thức kinh tế, ngoại ngữ, thấu hiểu luật pháp và thông lệ quốc tế. Chính đội ngũ các nhà quản lý doanh nghiệp này sẽ là lực lượng tiếp thị, thúc đẩy nhanh chóng sự hội nhập, mang lại lợi ích cho doanh nghiệp của họ và cho đất nước trong quá trình hội nhập. Để đào tạo bồi dưỡng đội ngũ này cũng cần sự quyết tâm và táo bạo từ phía nhà nước.

*Thứ ba, đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn mà một trong những vấn đề cần được chú ý là phát triển các làng nghề truyền thống.*

Chúng ta đều biết rằng, nếu không công nghiệp hoá, hiện đại hoá thì mọi sản phẩm chúng ta làm ra sẽ ít về số lượng, không tốt về chất lượng, nghèo nàn về chủng loại, giá thành cao, không thể cạnh tranh được trên thị trường thế giới. Nghĩa là, về mặt kinh tế, chúng ta rất khó hội nhập. Do đó, Đảng ta đã xác định công nghiệp hoá, hiện đại hoá là nhiệm vụ trung tâm trong suốt thời kỳ quá độ lên CNXH ở Việt Nam và đã xây dựng đường lối, bước đi rất cụ thể. Vì vậy, ở đây chúng tôi chỉ đề xuất những giải pháp nâng cao năng lực kinh tế - văn hóa để hội nhập nhanh trong điều kiện chúng ta chưa hoàn thành cơ bản sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

Một là, nhanh chóng đổi mới bộ giống cây, giống con mới để có năng suất cao và chất lượng tốt nhằm tăng sức cạnh tranh của

hàng Việt Nam trên thị trường thế giới. Chúng ta có lợi thế về nông nghiệp nhiệt đới, chúng ta lại có tiềm năng đất đai để trồng trọt, chăn nuôi. Nhưng đi lên từ nền kinh tế nông nghiệp hàng hoá không phát triển, hệ thống giống cây, giống con chưa được chọn lọc, lai tạo một cách khoa học, thiếu công nghệ chế biến trình độ cao nên không có hiệu quả. Phải tập trung sức trong một thời gian ngắn tạo ra bộ giống cây, con mới có năng suất cao, chất lượng tốt, phù hợp điều kiện của Việt Nam cùng hệ thống công nghiệp chế biến để đáp ứng nhu cầu đòi hỏi của thị trường thế giới. Có như vậy mới hy vọng nhanh chóng có nông sản xuất khẩu có sức cạnh tranh cao.

Hai là, xây dựng nhanh hệ thống công nghiệp chế biến, trọng tâm là chế biến nông, lâm, hải sản. Công nghiệp chế biến được coi là thị trường trực tiếp của nông nghiệp do nó bao tiêu sản phẩm tươi sống - đầu ra cho nông nghiệp, đồng thời công nghệ chế biến ở trình độ cao mới tạo ra sản phẩm hàng hóa phù hợp với thị hiếu của thị trường thế giới. Vì thế, công nghiệp chế biến có vai trò rất quan trọng cho sự phát triển của nông nghiệp và cho hàng nông sản xuất khẩu. Tiếc thay, hiện nay các doanh nghiệp cơ khí, các ngành hoá chất bảo quản chưa thấy hết vai trò đó để đầu tư nghiên cứu, sản xuất.

Thực ra trong các giải pháp mà Chính phủ và các ngành nêu ra đã có những giải pháp này, nhưng tiến độ thực hiện chúng tôi chưa thấy hết vai trò quan trọng, cấp bách của hai vấn đề nêu trên, do đó chúng tôi xin mạnh dạn nhắc lại./.