

Kinh nghiệm của nhiều quốc gia Đông Á cho thấy, nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao trong nhiều thập niên của họ có nguyên nhân một phần là nhờ đã thực hiện chiến lược hướng ngoại. Việt Nam muốn phát triển nhanh nền kinh tế và khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên thiên nhiên cũng như tài nguyên con người thì không thể không ưu tiên cho xuất khẩu.

Ở Việt Nam xuất khẩu có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế và xây dựng CNXH. Việc mở rộng xuất khẩu là phương tiện thúc đẩy cho sự phát triển kinh tế nhằm tăng thu nhập ngoại tệ cho nguồn tài chính, cho nhu cầu xã hội cũng như tạo cơ sở cho sự phát triển các cơ sở hạ tầng, khuyến khích việc sản xuất trong nước. Vai trò này đã được Đảng nhận thức rất lớn và được nhấn mạnh từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI năm 1996 "xuất khẩu là một trong 3 chương trình cốt lõi của nhiệm vụ kinh tế xã hội không những có ý nghĩa sống còn đối với tình hình trước mắt mà còn là điều kiện ban đầu không thể thiếu được để triển khai công nghiệp hoá xã hội chủ nghĩa.

Để khắc phục nguy cơ tụt hậu về kinh tế và thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế xã hội. Đại hội Đảng lần thứ VIII đã khẳng định và nhất quán thực hiện "chiến lược hướng về xuất khẩu từ nay đến năm 2005". Đã có nhiều hội nghị thảo luận và nhiều bài viết về vấn đề này, tuy nhiên mỗi bài viết lại đề cập đến một khía cạnh khác nhau, chưa nêu lên được toàn cảnh trong quá trình thực hiện. Để góp phần làm sáng tỏ vấn đề, tôi xin mạnh dạn lựa chọn đề tài: ***"Chiến lược hướng về xuất khẩu của Việt Nam từ nay đến năm 2005"***.

Trong bài viết này tôi xin đề cập tới những vấn đề chung nhất, nổi bật nhất, đồng thời cố gắng tiếp cận tới đa tính toàn diện. Nhưng vì đây là một đề tài lớn là phức tạp, khả năng có hạn nên không tránh khỏi những sai sót. Kính mong được sự góp ý kiến bổ sung của các thầy cô giáo và những ai quan tâm đề tài này.

I- TỔNG QUAN VỀ CHIẾN LƯỢC HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU

Thực tiễn lịch sử đã chỉ rõ để thủ tiêu tình trạng lạc hậu về kinh tế - xã hội, khai thác tối ưu các nguồn lực và lợi thế, bảo đảm nhịp độ tăng trưởng nhanh và ổn định, mỗi nước xác định cơ cấu kinh tế hợp lý trang bị kỹ thuật ngày càng hiện đại do các ngành kinh tế. Ở nước ta đang phát triển quá trình Eý gắn liền với quá trình công nghiệp hoá.

Vậy công nghiệp hoá như thế nào để phát triển kinh tế - xã hội của một đất nước.

1- Chiến lược phát triển kinh tế của các nước

a- Chiến lược phát triển

Hiện nay, ngoài một số Ứt nước đang phát triển đã cất cánh và đang tiến tới sự trưởng thành một cách ổn định, phần lớn các nước đang phát triển vẫn chưa thoát khỏi các "vng luẩn quẩn" của lạc hậu đói nghèo và chậm phát triển về kinh tế và xã hội. Các nước này đang mày m tìm kiếm phương hướng và giải pháp dài hạn trong việc thực hiện quá trình công nghiệp hoá nhằm nhanh chóng giải quyết các vấn đề kinh tế xã hội bức xúc. Việc xác định chiến lược công nghiệp hoá theo kiểu nào đó là nhiệm vụ tiền đề phức tạp. Nếu quan niệm vấn đề một cách giản dị thì xác định mô hình chiến lược về công nghiệp hoá đi đôi phải xác định được hệ thống các quan điểm phát triển, các phương hướng dài hạn phát triển kinh tế xã hội những giải pháp then chốt thực hiện mục tiêu và phương hướng đã định nhằm đưa đất nước đến trạng thái tương lai Eý.

Trong khoa học kinh tế hiện đại có nhiều cách tiếp cận chiến lược công nghiệp hoá. Bản thân công nghiệp là một quá trình nhiều mặt, bởi vậy "chiến lược" thực hiện cũng phải thể hiện tính toàn diện và tổng hợp của quá trình này. Từ thực tiễn của nhiều nước, đặc biệt là những nước đang phát triển đã thực hiện thành công quá trình công nghiệp hoá. Người ta đã khái quát thành hai loại mô hình chiến lược công nghiệp hoá theo nội dung trọng tâm của mỗi mô hình "chiến lược thay thế nhập khẩu", "chiến lược hướng về xuất khẩu". Đây là hai mô hình được áp dụng thành công trong việc thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các nước đó.

b- Chiến lược thay thế nhập khẩu.

Về mặt lịch sử, chiến lược này được các nước đi tiên phong trong công nghiệp hoá thực hiện từ cuối thế kỷ 18 đến thế kỷ 19, thông qua việc lập hàng rào bảo hộ sản xuất trong nước, chống lại sự cạnh tranh của hàng ngoại nhập. Tư tưởng cơ bản của chiến lược này là mỗi nước đang phát triển cần phát triển mạnh mẽ việc sản xuất các hàng hoá, đặc biệt là hàng tiêu dùng, để thay thế các hàng hoá xưa nay vẫn phải nhập khẩu từ các nước tư bản phát triển. Sự phát triển như vậy sẽ mang lại tác dụng nhiều mặt: khai thác nguồn lực sẵn có để thoả mãn nhu cầu cơ bản và cần thiết trong nước, mở rộng thị trường phát triển sản xuất hàng hoá, tạo thêm việc làm góp phần giải quyết các vấn đề xã hội bức xúc, tiết kiệm ngoại tệ. Tuy nhiên, chiến lược này không đi đến "đóng cửa" hoàn toàn nền kinh tế nhưng đã chứa đựng một số nhược điểm và hạn chế sau:

Một là: Với yêu cầu sản xuất chỉ để tiêu dùng trong nước, các nhà sản xuất không được tiếp xúc với thị trường bên ngoài, hàng hoá không được đánh giá kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn quốc tế, nên không có sức Đp buộc phải cải tiến kỹ thuật và công nghệ, hợp lý hoá sản xuất bồi dưỡng tay nghề nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm. Do đó cả quy mô lẫn trình độ sản xuất không có động lực để mở rộng, phát triển. Ở Malaysia thời kỳ công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu (1960 - 1970) ngành khai khoáng dận chân tại chỗ chỉ chiếm 6% trong GDP. Ngành chế tạo chỉ tăng 4%(1), ở Philipin chiến lược thay thế nhập khẩu không làm giảm sự phụ thuộc vào bên ngoài, trái lại càng phụ thuộc nhiều hơn về máy móc thiết bị, nguyên liệu và sản phẩm trung gian. Do đó GDP bình quân đầu người liên tục giảm từ 250 đôla năm 1969 xuống 230 đôla năm 1970(2)

Hai là: Công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu tất yếu đưa đến cơ cấu kinh tế mở rộng, bao gồm nhiều ngành nghề. Với cơ cấu mở rộng đất nước không tập trung được nhân tài, vật lực vốn cñ hạn chế vào những ngành mà trong nước có điều kiện phát huy lợi thế so sánh với các nước khác trên thế giới. Mặt khác thị trường trong nước bị bão hòa và trở nên chật hẹp so với khả năng phát triển của sản xuất.

Những cơ sở sản xuất dựa trên kỹ thuật, công nghệ mới, có công suất lớn do quá trình công nghiệp hoá tạo ra đã không phát huy được hiệu quả. Ở Thái Lan qua 4 kế hoạch 5 năm (từ năm 1961 đến 1981) mục tiêu của chiến lược công nghiệp hoá thay thế nhập khẩu không thực hiện được mà ngày càng phụ thuộc vào nhập khẩu, nhập siêu ngày càng lớn 12,08 tỷ bñ năm 1976 lên 25,83 tỷ bñ năm 1978.

Ba là: Việc thay thế nhập khẩu những mặt hàng trong nước có thể sản xuất được với bất cứ giá nào vì mục đích hạn chế nhập khẩu, tiết kiệm ngoại tệ đã đưa đến tình trạng có những sản phẩm, sản xuất ra đạt hiệu quả thấp, gây lãng phí lao động sống và lao động vật hoá trong nước so với sản phẩm nếu được nhập khẩu. Đối với sản phẩm do cơ sở sản xuất của nước ngoài đầu tư, các nhà đầu tư nước ngoài thu được lợi nhuận siêu ngạch và người dân trong nước phải chịu mức giá cao hơn mức giá quốc tế.

Ba là: Việc lập hàng rào bảo hộ sản xuất trong nước và chính sách chợ giúp cho sản xuất hàng hoá thay thế nhập khẩu thường đưa đến tâm lý ỷ lại, chờ đợi trong sản xuất và độc quyền trong buôn bán. Việc đẩy mạnh sản xuất hàng hoá thay thế nhập khẩu có mục đích tiết kiệm ngoại tệ, dành số ngoại tệ cñ hạn hẹp vào việc nhập khẩu thiết bị kỹ thuật là đúng hướng. Song do nhấn mạnh một chiều và thái quá đối với việc thay thế nhập khẩu, không chú trọng đến đầu tư cho những sản phẩm xuất khẩu nên khả năng tham gia của những sản phẩm trong nước ra thị trường ngoài nước vốn đã yếu lại càng yếu thêm và do đó nguồn ngoại tệ vốn đã Ứt ỏi ở những nước đang phát triển lại càng căng thẳng thêm trước yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa.

Những hạn chế nói trên khiến cho việc thực hiện mục tiêu thay thế nhập khẩu không đạt được theo ý muốn. Các nguồn lực trong nước không được khai thác và sử dụng có hiệu quả, nền kinh tế phải đối mặt với cuộc khủng hoảng trong cân cân thanh toán; nhập siêu, nợ nước ngoài. Trình độ kỹ thuật và công nghệ; thiếu vốn đầu tư; năng lực quản lý yếu kém... là những trở ngại lớn cho việc đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hoá đất nước.

c- Chiến lược hướng về xuất khẩu

Trong điều kiện thế giới ngày nay, tất cả các nước ở những mức độ khác nhau đều được cuốn hút vào quá trình phân công lao động quốc tế và tham gia vào hoạt động thương mại quốc tế. Để thực hiện hướng ngoại, nghĩa là phát triển sản xuất trong nước với thị trường quốc tế là trọng tâm, phải phát huy được lợi thế tương đối của đất nước so với các bạn hàng. Luận thuyết lợi thế tương đối của D.Ricardo đưa ra từ năm 1817 vẫn được coi là cơ sở lý luận xuất phát của chiến lược hướng về xuất khẩu mà các nước đang phát triển thực hiện rộng rãi từ đầu những năm 60 của thế kỷ này.

Từ tương cơ bản của chiến lược này là phát triển các ngành sản xuất sản phẩm chủ yếu phục vụ xuất khẩu, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh của đất nước.

Thông thường các nước phát triển tập trung vào phát triển các ngành khai thác và sản xuất sản phẩm thô xuất khẩu sang các nước công nghiệp phát triển. Sự phát triển này trong giai đoạn nhất định đã tạo điều kiện phát triển kinh tế, giải quyết những vấn đề kinh tế - xã hội cấp thiết của đất nước. Tuy nhiên việc tập trung phát triển các ngành này gặp một số trở ngại:

- Cần sản phẩm thô trên thị trường quốc tế tăng chậm.
- Điều kiện mậu dịch bất lợi: giá nguyên liệu thô giảm hoặc tăng chậm, giá sản phẩm chế biến tăng nhanh.
- Sự phát triển các ngành này trong nhiều trường hợp phụ thuộc vào sự đầu tư của các nước công nghiệp phát triển.

Sự tập trung quá mức vào một ngành ở một nước lại dẫn đến toàn bộ nền kinh tế phụ thuộc vào sự biến động của ngành ấy. Đó là điều mà các nhà kinh tế học đã đúc rút thành "sự bất lợi của chuyên môn hoá quá hẹp".

Các ngành kinh tế sử dụng nhiều lao động sống (như dệt, may mặc, lắp ráp các sản phẩm cơ khí và điện tử...) cũng được chú ý phát triển nhằm khai thác lợi thế về nhân công.

Sự phát triển có kết quả những ngành này sẽ tạo nên những điều kiện thuận lợi cho sự phát triển các ngành kinh tế khác và giải toả những căng thẳng về kinh tế - xã hội của đất nước. Trong giai đoạn tiếp theo kế thừa những kết quả này, các ngành chế biến được chú trọng nhiều hơn, tỷ trọng sản xuất và xuất khẩu sản phẩm thô giảm dần.

Giai đoạn phát triển thứ ba gắn liền với quá trình "cất cánh" và "trưởng thành" của đất nước. Các ngành sản xuất sản phẩm chế biến và các ngành sản xuất các sản phẩm có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao sẽ giữ vị trí trọng yếu trong đóng góp vào xuất khẩu.

Sự thành công của mô hình chiến lược hướng ngoại phụ thuộc nhiều vào một loạt chính sách kinh tế vĩ mô của Chính phủ. Những chính sách chủ yếu đó là:

- Chính sách tỷ giá hối đoái linh hoạt bám sát sự biến động tỷ giá trên thị trường quốc tế và tỷ giá ở nước bạn hàng.
- Chính sách khuyến khích và trợ giúp xuất khẩu.
- Chính sách khuyến khích và bảo hộ đầu tư nước ngoài, khắc phục những yếu kém về vốn, kỹ thuật, kỹ năng quản lý và kỹ thuật thâm nhập thị trường quốc tế.
- Thành lập và quản lý các khu chế xuất, phát triển một cách tập trung các cơ sở sản xuất hoặc dịch vụ của các chủ đầu tư trong nước và ngoài nước.

Trong những năm 70 và 80 của thế kỷ này, một số nước đã đặc biệt thành công trong việc thực hiện chiến lược hướng ngoại: Tốc độ tăng trưởng nhanh và khá ổn định; cơ cấu kinh tế thay đổi năng động địa vị kinh tế trên thị trường thế giới được cải thiện rõ rệt. Bởi vậy mô hình chiến lược này có sức hấp dẫn cao với nhiều nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

2. Mục tiêu của chiến lược hướng về xuất khẩu.

Ở Việt Nam, công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu đã được đề cập từ Đại hội toàn quốc lần thứ VI của Đảng Cộng sản Việt Nam (tháng 12/1986). Văn kiện hội nghị Trung ương lần thứ 7 (khoá VII) của Đảng đã xác định mô hình chiến lược công nghiệp hoá hướng mạnh về xuất khẩu kết hợp với thay thế nhập khẩu một số mặt hàng trong nước sản xuất có hiệu quả. Đến đại hội VIII, Đảng ta đã khẳng định đức khoáng đường lối chiến lược "xây dựng nền kinh tế hướng về xuất khẩu", chiến lược hướng về xuất khẩu nhằm gắn sản xuất và nền kinh tế trong nước với các hoạt động của nền kinh tế thế giới, nối kết các nền kinh tế quốc gia với nhau và tạo ra một không gian kinh tế rộng lớn hơn nhờ liên kết và buôn bán quốc tế.

Chiến lược hướng về xuất khẩu nhằm tăng kim ngạch xuất khẩu nhanh hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế. Ưu nghĩa quan trọng của xuất khẩu không chỉ ở chỗ tạo ra ngoại tệ để nhập khẩu mà còn có những tác dụng sau:

- Khai thác ưu thế sản xuất khối lượng lớn thì mới có giá rẻ, ở đây cần thấy rằng sản xuất khối lượng lớn không cùng nghĩa với quy mô lớn.
- Buộc các ngành kinh tế, các cơ sở sản xuất kinh doanh phải đổi mới công nghệ tiếp thu kỹ thuật mới, phát huy lợi thế của nước đi sau để đi tắt vào kỹ thuật, công nghệ tiên tiến nhất (công nghệ nào thế giới đã giải quyết rồi thì học, tiếp thu ngay, bỏ qua các bước tuần tự để đi thẳng vào công nghệ hiện đại).

Ngay từ đầu của quá trình công nghiệp hoá hướng về xuất khẩu là phải nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá sản xuất trong nước. Đây vừa là yêu cầu của việc thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu nhưng cũng là khó khăn lớn nhất của các doanh nghiệp nước ta hiện nay.

- Chiến lược hướng về xuất khẩu là hệ quả vừa là tác nhân nhằm đảm bảo sự thắng lợi cho tiến trình tự do hoá thương mại của Việt Nam trong quan hệ cạnh tranh và hợp tác kinh tế với các nước trong khu vực cũng như các nước khác trên thế giới.

- Chiến lược hướng về xuất khẩu nhằm tận dụng nguồn vốn của nước ngoài có tính đến kinh nghiệm của các nước đi trước.

3. Tính tất yếu của việc chuyển sang chiến lược hướng về xuất khẩu của Việt Nam.

Hơn 30 năm qua sự nghiệp công nghiệp hoá đất nước mặc dù đạt được những tiến bộ đáng kể nhưng Việt Nam vẫn còn là nước nghèo và lạc hậu. Trong khi đó các nước NIC và ASEAN lại đạt được sự phát triển "thần kỳ", "năng động" trong sự công nghiệp hoá đất nước. Điều đó cho thấy rõ nguy cơ tụt hậu kinh tế ngày càng sâu và xa hơn của Việt Nam.

Để thoát khỏi nguy cơ tụt hậu đó, dĩ nhiên, nền kinh tế nước ta phải tăng trưởng thực tế cao hơn so với các nước khác. Đồng thời phải duy trì tốc độ cao hơn đó liên tục nhiều năm. Nói khác đi nền kinh tế Việt Nam phải tạo ra sự "thần kỳ" mới hơn cả sự "thần kỳ" mà các nền kinh tế Đông Á đã tạo ra 3 - 4 thập niên trước đây.

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy trong điều kiện hiện đại, muốn tăng trưởng nhanh lâu bền cần tạo ra một động lực mạnh là tăng trưởng xuất khẩu. Các nước Đông Á sở dĩ vượt hẳn nhiều nước khác có cùng điểm xuất phát là do họ theo đuổi mô hình tăng trưởng dựa vào xuất khẩu trong nhiều năm liên tục. Nhưng cần lưu ý rằng chiến lược tăng trưởng xuất khẩu được thực thi ở đây là tăng trưởng xuất khẩu hàng chế tạo chứ không phải tăng trưởng xuất khẩu bất kỳ nào. Nigeria cũng theo mô hình tăng trưởng xuất khẩu nhưng đã chịu thất bại vì chủ yếu dựa vào xuất khẩu dầu thô.

Những điều nói trên gợi ý quan trọng về nguyên tắc lựa chọn chiến lược mô hình công nghiệp hoá cho quốc gia đi sau. Tuy nhiên không nên quên rằng so với thời đại của các "con rồng" trước đây điều kiện hiện nay của những nước đi sau như ta, đặc biệt là trong hoàn cảnh quốc tế đã nhiều biến đổi sâu sắc. Đó những lý do để khẳng định tính đúng đắn của việc lựa chọn đường lối tăng trưởng dựa vào xuất khẩu của Đảng và Nhà nước ta. Bên cạnh đó phải xem xét, đánh giá kỹ các điều kiện thực hiện đường lối đó. Chỉ trên cơ sở này mới có thể tìm kiếm được các chính sách và giải pháp phù hợp.

a- Hiệu quả kinh tế theo quy mô hay lợi suất tăng dần theo quy mô có nghĩa là hầu hết các hàng hoá được sản xuất ra đắt hơn khi sản xuất với số lượng nhỏ, và trở nên rẻ hơn khi quy mô sản xuất tăng lên.

Hiệu quả kinh tế theo quy mô rất quan trọng cho nền thương mại quốc tế của các nước nhỏ như Việt Nam. Phạm vi các hàng hoá mà theo đó họ có thể có được quy mô hiệu quả trong sản xuất bị giới hạn nhiều hơn so với các nước lớn. Điều này cho thấy tại sao các nước nhỏ như Việt Nam mở rộng thương mại hơn so với các nước lớn.

b- Khả năng chiếm dụng nguồn lực

Một lý do chủ yếu khác của việc hướng ngoại là ở chỗ các nước có những khả năng chiếm dụng khác nhau về nguồn lực. Tức là họ có những nguồn cung cấp khác nhau về cái mà nhà kinh tế gọi là "các yếu tố sản xuất".

Với một nguồn lực riêng lẻ tương đối phong phú của Việt Nam thì việc sản xuất ra các sản phẩm sử dụng nhiều loại nguồn lực cũng rẻ hơn. Do đó việc hướng tới xuất khẩu các sản phẩm này là một tất yếu khách quan.

4- Những thuận lợi và thách thức của Việt Nam trong việc thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu.

a- Thuận lợi:

Việc thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu đi hỏi phải thực hiện một cách bao quát, toàn diện và tổng hợp của nhiều vấn đề. Phải đánh giá điều kiện thuận lợi và khó khăn để thấy được khả năng của việc thực hiện, từ đó đưa ra các chính sách và biện pháp hợp lý nhằm tạo điều kiện thực hiện tốt hơn chiến lược.

Đối với nước ta hiện nay, việc đánh giá mặt thuận lợi trong việc thực hiện chiến lược là rất cần thiết nó vừa cho thấy tính đúng đắn của việc lựa chọn chiến lược và khả năng mang lại thành công của nó. Việc đánh giá các nguồn lực có lợi thế so sánh trong phát triển kinh tế đối ngoại của các nước ta sẽ cho thấy mặt thuận lợi của chiến lược về xuất khẩu.

+ Nguồn nhân lực: Đến năm 1998 dân số nước ta đã hơn 78 triệu người trong đó khoảng 50% là lực lượng lao động mỗi năm có khoảng trên 1 triệu thanh niên bước vào độ tuổi lao động. Giá lao động của một người Việt Nam rẻ. Điều đó tạo thuận lợi cho Việt Nam khi tham gia nhân công lao động quốc tế. Người Việt Nam có truyền thống lao động cần cù, có tinh thần vượt khó và đoàn kết cao, thông minh sáng tạo có khả năng nắm bắt khoa học kỹ thuật hiện đại và ứng dụng nó, có khả năng thích ứng với những tình huống phức tạp.

Như vậy nguồn nhân lực nước ta vừa có lợi thế về số lượng vừa đạt cả chất lượng khi thực hiện chiến lược phát triển kinh tế dựa trên xuất khẩu.

+ Nguồn tài nguyên thiên nhiên: Tài nguyên thiên nhiên nước ta đa dạng phong phú bao gồm đất đai, rừng, biển, nguồn nước, khoáng sản đủ loại, khí hậu (sức gió, ánh nắng, lượng mưa để có thể hình thành năng lượng tự nhiên). Có thể nói rằng với một phần tài nguyên như thế đất nước ta có điều kiện thuận lợi và tiềm năng để phát huy lợi thế của mình.