

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG Ở NHỮNG VÙNG CHẬM PHÁT TRIỂN

Phan Huy Đường*

Kinh tế học cho rằng, thị trường là sự biểu hiện thu gọn của một quá trình mà thông qua đó quyết định của các gia đình về tiêu dùng cái gì?; quyết định của các công ty về sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? sản xuất bao nhiêu? và các quyết định của người lao động về việc làm cho ai? trong bao lâu? đều được dung hoà bằng sự điều chỉnh giá cả của hàng hoá và giá cả sức lao động.

Kinh tế thị trường được coi là sản phẩm của văn minh nhân loại. Kinh tế thị trường là phương thức tổ chức hay cơ chế vận hành của nền kinh tế, trong đó quá trình phân phối tài nguyên, lao động và lợi ích vật chất đều dựa trên cơ sở các quan hệ cung-cầu thị trường và do các quy luật của trao đổi và lưu thông hàng hoá chi phối. Ngày nay, các nước tiến hành hiện đại hoá hay tăng tốc đều chủ trương phát triển nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của Nhà nước. Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định đúng mô hình kinh tế tổng quát của Việt Nam trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội là nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Nhìn lại hơn 20 năm tiến hành công cuộc đổi mới ở Việt Nam và sự chuyển đổi nền kinh tế của một số nước trong khu vực, có thể nói kết quả trên đây là cả một quá trình phát triển không ngừng của tư duy nhận thức: từ không thừa nhận đến thừa nhận sản xuất hàng hoá; từ thừa nhận sản xuất hàng hoá có giới hạn đến thừa nhận phải ra

sức phát triển sản xuất hàng hoá; từ thừa nhận kinh tế hàng hoá có kế hoạch đến thừa nhận kinh tế hàng hoá có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa; và hiện nay là phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Có thể khẳng định rằng, đây là những bước đột phá quan trọng trong nhận thức luận về chủ nghĩa xã hội hiện thực nói chung và phát triển kinh tế - xã hội nói riêng. Càng đi sâu tổng kết thực tiễn càng thấy rõ, cho tới nay, thị trường là một phương thức vận hành nền kinh tế có tính năng động cao, phát huy được tính sáng tạo của con người. Nó vừa là kết quả, vừa là động lực thúc đẩy quá trình phân công lao động xã hội, làm tăng nhanh năng suất lao động xã hội.

Xét từ góc độ sản xuất hàng hoá, phát triển kinh tế thị trường không chỉ là một quá trình phá bỏ tính chất khép kín, đóng cửa của một quốc gia để mở rộng giao lưu buôn bán với các quốc gia khác, mà còn là quá trình khai hoá những mảng, những khu vực lạc hậu của một quốc gia, một nền kinh tế đang trong tình trạng tự cung tự cấp, kinh tế tự nhiên. Đối với một đất nước đang phát triển theo định hướng xã hội chủ nghĩa như nước ta thì việc tạo những điều kiện cần thiết để thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội các vùng chậm phát triển không chỉ là

* Phan Huy Đường, Phó giáo sư, Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

góp phần làm tăng năng lực cho sự phát triển đất nước, mà còn có một ý nghĩa nhân văn lớn hơn là làm thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các vùng trong cả nước.

Đối với đồng bào những vùng lạc hậu, kém phát triển, đặc biệt là ở miền núi, tiến nhanh đến kinh tế thị trường là con đường tối ưu để nâng cao đời sống, tiến kịp với các khu vực khác của nền kinh tế. Tuy nhiên, phát triển kinh tế thị trường ở những nơi này gặp phải những khó khăn, thách thức không nhỏ.

Quan niệm khá phổ biến cho rằng, chuyên môn hoá, phân công lao động xã hội là điều kiện phát sinh, phát triển của thị trường. Điều đó đúng nhưng chưa đủ. Chúng ta không thể giáo điều rằng, để phát triển thị trường chỉ cần chuyên môn hoá sản xuất, mỗi người sản xuất một loại sản phẩm. Bởi vì, điều đó chưa giải thích được tại sao hàng nghìn năm loài người đã tồn tại và không làm được như vậy trong nền kinh tế cộng đồng và nền kinh tế tự nhiên; tại sao hiện nay chúng ta muốn phát triển kinh tế thị trường ở những vùng sâu, vùng xa lại đang gặp phải những khó khăn nhất định; chúng ta không thể vội vàng tiến hành chuyên môn hoá sản xuất đối với số đông bào ở những vùng kém phát triển này để có được bước tiến nào đó trong quá trình đi lên sản xuất hàng hoá? Cho nên, thực chất vấn đề phải chăng là ở chỗ, chuyên môn hoá để đi đến sản xuất hàng hoá là chuyên môn hoá giữa những những người sản xuất độc lập, tách rời, mỗi người làm một thứ sản phẩm, và để đáp ứng nhu cầu xã hội thì phải có sự trao đổi hàng hoá và từ đó hình thành thị trường. Mỗi cá nhân, mỗi người sản xuất luôn tự biết mình phải làm gì, làm như thế nào là tốt nhất trong những điều kiện có sẵn. Nguyên tắc hoạt động sản xuất là phải mang lại lợi ích, thu phải lớn hơn chi, đã thúc đẩy con người dần dần từ bỏ lối sản xuất cũ để vươn lên lối sản xuất mới theo hướng chuyên môn hoá và trao đổi sản phẩm hàng hoá. Chính điều này mới là khâu quyết định dẫn dắt hàng triệu người ở những vùng sâu, vùng xa đi lên sản xuất hàng hoá.

Trong nền kinh tế tự nhiên, mọi gia đình nông dân đều trồng trọt, chăn nuôi và phát triển tiểu thủ công nghiệp để đáp ứng các nhu cầu trong gia đình, không hề tính toán đến khấu hao những công cụ cần thiết để tiến hành sản xuất. Nếu tự sản xuất cho tiêu dùng gia đình, người sản xuất có năng suất thấp nhưng bù lại chi phí trao đổi bằng không, vì họ không trao đổi sản phẩm. Khi tham gia vào chuyên môn hoá, sản xuất để bán, năng suất lao động sẽ cao hơn, nhưng mức cao lên thêm đó cũng phải được đặt lên bàn cân để so sánh với việc người sản xuất phải mất chi phí cho tư liệu sản xuất, chi phí cho trao đổi. Hay nói cách khác, người sản xuất tiếp nhận chuyên môn hoá chừng nào có lợi. Chuyên môn hoá sản xuất dẫn dắt họ đi tới thị trường từ thấp đến cao khi lợi ích tăng thêm do quá trình đó lớn hơn chi phí trao đổi phát sinh. Có nhiều yếu tố tác động đến quan hệ so sánh "lợi ích - chi phí", trong đó chủ yếu là các chi phí về tư liệu sản xuất, phương tiện lưu thông, cơ sở hạ tầng... Tạo điều kiện sản xuất và lưu thông thuận lợi nhằm giảm bớt chi phí sản xuất, tăng lợi nhuận cho người lao động ở vùng sâu, vùng xa là vấn đề có ý nghĩa to lớn góp phần phát triển kinh tế thị trường ở những nơi này.

Để đẩy nhanh nhịp độ phát triển kinh tế thị trường vùng sâu, vùng xa, cần triển khai một số giải pháp sau:

Một là, khắc phục khó khăn, tháo gỡ những cản trở và tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho phát triển sản xuất nông nghiệp, nông thôn, nhất là đối với đồng bào ở miền núi.

Đây là một mảng lớn liên quan đến gần 80% dân số, sinh sống và hoạt động trên một diện tích rộng lớn của đất nước. Để thúc đẩy các hoạt động kinh doanh ở nông thôn phát triển nhanh và đa dạng hơn, trong những năm tới, cần tiếp tục tháo gỡ những cản trở hiện tại, đồng thời bổ sung những thiếu hụt về các biện pháp khuyến khích, từ đó tạo ra môi trường mang tính hấp dẫn, cởi mở, thu hút các hộ và doanh nghiệp bỏ vốn đầu tư phát triển kinh doanh lâu dài với quy mô ngày một lớn.

Môi trường pháp lý có tác động trực tiếp tới các hoạt động sản xuất - kinh doanh đang diễn ra và gián tiếp tác động đến các hoạt động sản xuất - kinh doanh đang chuẩn bị hình thành. Kết quả của nhiều nghiên cứu cho thấy, điểm nổi cộm nhất hiện nay là các văn bản pháp lý hiện hành chưa tác động nhiều đến môi trường kinh doanh, nói cách khác là chưa phát huy được vai trò thúc đẩy hoạt động kinh doanh ở nông thôn theo mục tiêu mà các văn bản đó đặt ra... Chẳng hạn sau “khoản 100” tiếp đó “khoản 10”, đến nay kinh tế hộ gia đình ở nông thôn chưa có được những chính sách cần thiết để tiếp tục đi lên. Trong lúc đó, nếu theo Luật Hợp tác xã thì không phải hộ nào cũng đủ điều kiện để tham gia hợp tác xã, theo Luật Doanh nghiệp thì kinh tế hộ gia đình cũng chưa vươn tới được đến doanh nghiệp. Vì vậy, trong những năm tới, cần phải làm cho các văn bản pháp quy đã, đang và sẽ có hiệu lực phát huy tác động của mình mạnh mẽ hơn ở các vùng nông thôn.

Phương hướng chung để cải thiện môi trường kinh tế là Nhà nước tạo các cơ hội rộng rãi bình đẳng, cởi mở cho mọi loại hình hộ kinh doanh, doanh nghiệp được tiếp cận các nguồn lực vật chất và kỹ thuật, công nghệ do Nhà nước và xã hội tạo ra để cùng phát triển kinh doanh trên địa bàn nông thôn. Lấy tiêu chuẩn hiệu quả làm thước đo và điều kiện để lựa chọn, ưu tiên về mặt thời gian, quy mô nguồn lực có thể tiếp cận. Thực tế cho thấy, tình hình tiếp cận các nguồn lực của các hộ và doanh nghiệp ở nông thôn còn nhiều hạn chế và bất cập. Vì vậy, cần hoàn thiện và điều chỉnh các biện pháp phân bổ nguồn lực theo nhiều cách khác nhau, tùy thuộc vào tính đặc thù của nguồn lực mà hộ kinh doanh và doanh nghiệp cần được tiếp cận.

Nông thôn Việt Nam vốn có truyền thống văn hoá cộng đồng từ hàng ngàn năm nay, trong điều kiện chuyển sang kinh tế hàng hoá hiện nay có nhiều yếu tố tác động tích cực song cũng có nhiều yếu tố tác động tiêu cực, hạn chế phát triển kinh doanh. ở đây, các giải pháp cụ thể nên tập trung vào hai nhóm chính, *nhóm thứ nhất* nhằm tạo môi

trường văn hóa - xã hội thuận lợi cho phát triển sản xuất, kinh doanh, *nhóm thứ hai* nhằm duy trì sự cân bằng và hài hoà, đảm bảo cho đời sống của người dân nông thôn không bị tác động xấu, tác động phát sinh bởi sự phát triển mạnh các hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Hai là, đầu tư thoả đáng để phát triển cơ sở hạ tầng cho những vùng nông thôn, miền núi.

Như trên đã phân tích, khâu mấu chốt hiện nay có thể dẫn dắt tuyệt đại đa số đồng bào vùng ngoại vi đi lên sản xuất hàng hoá là phải làm sao để giảm nhanh các chi phí cho khâu lưu thông, trao đổi hàng hoá. Những năm qua, Chương trình mục tiêu 135 trước đây (nay là Chương trình 661) nhằm đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, nhất là đường giao thông nông thôn cho các xã đặc biệt khó khăn, đã có những tác dụng tích cực. Tuy vậy, một số địa phương ban hành các chính sách ưu tiên theo phương thức huy động vốn đối ứng, đại thể là Nhà nước sẽ đầu tư 1 tỉ đồng cho xây dựng đường giao thông nông thôn nếu địa phương huy động được 10 triệu đồng (đối ứng chỉ 1%). Nhưng, nhu cầu đường xá khu vực miền núi nhiều hơn, địa hình lại hiểm trở, khó khăn hơn; trong khi đó, đời sống đồng bào vùng ngoại vi lại khó khăn hơn, nên việc huy động được 10 triệu đồng trong dân cư là khó có tính khả thi. Bởi vậy, cũng khó có được 1 tỉ đồng của Trung ương để đầu tư xây dựng hạ tầng giao thông. Cuối cùng, phần thiệt thòi cũng hoàn toàn thuộc về những vùng khó khăn của đất nước. Trong khi đồng bào miền xuôi, đời sống nhân dân cao hơn, tất yếu sẽ chiếm được nhiều ưu thế hơn. Như vậy, mục tiêu đề ra của chính sách không tương thích với kết quả đạt được, do chưa tiên lượng hết các tình huống và các yếu tố phát sinh trong thực tế cuộc sống.

Ba là, đề cao và phát huy tinh thần tự lực, tự cường, ý chí vươn lên của đồng bào vùng ngoại vi.

Đây là vấn đề quyết định đến hiệu quả cuối cùng của mọi sự nỗ lực chung của xã

hội. Các nguồn lực đầu tư cho vùng ngoại vi có đem lại hiệu quả thực sự hay không, khâu quyết định lại do khả năng tiếp thu, năng lực nội tại của đồng bào. Chẳng hạn, Nhà nước đã đầu tư không ít tiền bạc để đưa đồng bào dân tộc xuống núi, định canh, định cư nhưng phương thức canh tác mới lại chưa thấm sâu vào người dân, chưa đủ sức hấp dẫn để họ từ bỏ phương thức làm ăn cũ. Rút cuộc, họ vẫn duy trì lối du canh, du cư (cũng là một kiểu sản xuất - canh tác có chi phí sản xuất thấp nhất). Nhiều thất bại khác như chương trình làm bể chứa nước sạch, giếng nước sạch, đều có nguyên nhân chủ quan và khách quan, nhưng suy đến cùng vẫn là ở tính chất không đồng bộ của các biện pháp hỗ trợ và khó tiếp thu đối với đồng bào. Trong khi đó, nếu chỉ dừng lại ở sự cứu tế, ban phát một cách quan liêu, thì mọi của cải đổ vào đây như “muối bỏ biển”, không thể đảm bảo đem lại hiệu quả một cách bền vững.

Bốn là, cần có một nội dung môn học đặc thù, có tính chất hướng nghiệp và thiết thực hơn cho học sinh miền núi.

Thực tế đang có tình trạng một học sinh tốt nghiệp phổ thông trung học trở về địa phương đã không phát huy được kiến thức của mình, do cây lúa, cây ngô ở miền núi có kỹ thuật gieo trồng khác với miền xuôi, nhất là với chương trình đào tạo chung đã được học. Đó là chưa nói đến nhận thức của người dân về những phép tính kinh tế đơn giản trong quá trình sản xuất và trao đổi hàng hoá, cũng như cách tiếp cận riêng của họ về lời lỗ trong kinh doanh... Hiệu quả của sự phối hợp để đào tạo cán bộ nguồn cho các dân tộc thiểu số sao cho vừa đảm bảo tính chất kế thừa, vừa phát huy được vai trò là cầu nối giữa các dân tộc có sự khác nhau về ngôn ngữ và văn hoá, phụ thuộc vào việc tăng cường tính chất thực tiễn của các chương trình đào tạo gắn với nhu cầu của từng đối tượng học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đinh Văn Ân và Lê Xuân Bá (Đồng chủ biên), (2005), *Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội.
- Adam Smith, *Nghiên cứu nguồn gốc bản chất sự giàu có của các dân tộc*.
- Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, *Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá thời kỳ 2001 - 2010*.
- C. Mác - Ph. Ăng-ghe-n, toàn tập, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, 2005.
- Phan Huy Đường (1995), *Cơ chế thị trường và sự vận dụng ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
- Phan Huy Đường (2002), “Một số vấn đề về thị trường nông nghiệp”, *Tạp chí Nông nghiệp và phát triển nông thôn*, Số 11/ 2002.
- Phan Huy Đường (2005), *Tiêu thụ nông sản phẩm Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế*, Nhà xuất bản Lao động Xã hội, Hà Nội.
- Phan Huy Đường (2008), *Vai trò hợp tác xã đối với việc tiêu thụ hàng nông sản trong điều kiện Việt Nam là thành viên của tổ chức thương mại thế giới*, Báo cáo Hội thảo khoa học Quốc gia: Tư tưởng Hồ Chí Minh về Hợp tác xã: những vấn đề lý luận và thực tiễn. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- *Nghị quyết Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành TW Khoá X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- *Văn kiện hội nghị lần thứ V*, Ban chấp hành TW khoá IX, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 4/ 2002.
- *Văn kiện Đại hội Đại biểu Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ IX và X*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2001 và 2005.