

# Vùng kinh tế trọng điểm ĐBSCL - đánh thức tiềm năng phát triển thương mại - Phần 2

9/10/2011



## **VIETRADE - Thời vận mới**

Những năm gần đây, việc nâng cấp, xây mới sân bay quốc tế, cảng biển, bến sông tâm cỡ, những cây cầu hiện đại, khởi công đường hành lang ven biển phía Nam,... đã tạo sung lực mới để con tàu kinh tế Vùng KTTĐ vừa rời vạch xuất phát vào đà tăng tốc. Vì vậy, càng phải đánh thức tiềm năng với nhịp độ cao để vùng này xứng danh là một trong những vùng KTTĐ của cả nước trong tiến trình hội nhập và phát triển.

Mục tiêu đặt ra cho Vùng ĐBSCL trong thời kỳ mới là: Xây dựng vùng trở thành trung tâm lớn về sản xuất lúa gạo, nuôi trồng, đánh bắt và chế biến thủy sản, đóng góp lớn vào xuất khẩu nông thủy sản của cả nước, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong chuyển giao công nghệ sinh học, cung cấp giống, các dịch vụ kỹ thuật, chế biến và xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp cho cả đồng bằng sông Cửu Long.

Trên cơ sở đó, về mặt thương mại cần chú trọng: Xuất khẩu giai đoạn 2011-2020 phải có được mức tăng bằng và cao hơn mức tăng bình quân của cả nước, kim ngạch bình quân theo đầu người cũng được cải thiện tương tự, nhưng phải nâng cao uy tín thương hiệu bằng chất lượng cao, đảm bảo các chuẩn mực quốc tế, có giá trị gia tăng cao.

Xuất khẩu gạo phải hài hòa với an ninh lương thực quốc gia, với tỷ lệ gạo chất lượng cao ngày càng tăng. Xuất khẩu thủy sản phải gắn liền với yêu cầu phát triển bền vững.

Kết hợp phát triển chiều rộng với chiều sâu hoạt động thương mại-dịch vụ thị trường nội tỉnh để cùng với xuất khẩu góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát, bảo đảm an sinh xã hội.

***Để đạt được những mục tiêu trên, trước hết phải tính tới các giải pháp từ gốc tác động trực tiếp đến phát triển thương mại, bao gồm:***

- Ưu tiên xây mới, bảo dưỡng, nâng cấp hạ tầng để kết nối các khu vực kinh tế, thương mại-dịch vụ.

- Đảm bảo cung ứng năng lượng, vật tư, nguyên, phụ liệu cho sản xuất, chế biến nông thủy sản, nhất là ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Áp dụng những tiến bộ mới về công nghệ sinh học.

- Hợp tác giữa 4 tỉnh/thành phố trong vùng, giữa vùng với toàn khu vực ĐBSCL, với Thành phố Hồ Chí Minh; hợp tác với các cơ quan quản lý, các cơ sở khoa học để hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư, phát triển công nghệ hiện đại, năng suất cao, chế biến sâu, bảo quản tiên tiến để sản phẩm có chất lượng tốt, sạch, tinh xảo, giá trị gia tăng cao, nhất là hàng xuất khẩu; thực hiện thái loại công nghệ lạc hậu.

- Xây dựng Cần Thơ xứng đáng là “Tây Đô”. An Giang khẳng định ưu thế về cá tra, cá ba sa. Cà Mau tập trung vào con tôm. Giúp Kiên Giang tạo dựng cơ đồ đảo Phú Quốc như kỳ vọng.

- Quy hoạch mỗi địa phương trong vùng để toàn khu vực ĐBSCL có khoảng một triệu ha lúa đặc sản.

- Củng cố, phát triển làng nghề, tận dụng nguyên liệu, lao động tại chỗ. Doanh nghiệp trong làng nghề cần làm hạt nhân quy tụ các hộ cá thể vệ tinh, sản phẩm của mỗi làng có thương hiệu đặc trưng. Tôn vinh nghề nhân, truyền nghề, khôi phục, duy trì nghề truyền thống, phát triển nghề mới,...

- Sản xuất, chế biến đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm phải kết hợp với bảo vệ môi trường bằng công nghệ mới với các hóa chất lành tính. Tận dụng các phụ phẩm chế tác thành sản phẩm mới. Di dời các cơ sở gây ô nhiễm môi trường hiện nằm xen kẽ các khu dân cư vào khu công nghiệp, khu chế xuất.

- Nâng cao trình độ tay nghề sản xuất, chế biến, nghiệp vụ thương mại-dịch vụ, nhất là nông dân ở các vùng quê đang chuyển dịch cơ cấu. Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý, chuyên gia kỹ thuật về các lĩnh vực có thế mạnh trong vùng.



*Trên nền tảng đó, nhóm giải pháp về lĩnh*

***vực thương mại cần phải:***

- Không ngừng đổi mới tổ chức hoạt động xuất khẩu, vừa chú trọng các sản phẩm hiện có vừa tạo ra các mặt hàng mới. Thực hiện việc kinh doanh một số mặt hàng chủ lực theo cơ chế “kinh doanh có điều kiện” để thu gọn đầu mối tạo ra những doanh nghiệp xuất khẩu quy mô lớn, thương hiệu uy tín, đáp ứng các đơn hàng dài hạn của khách hàng tiềm năng.

- Phát triển thị trường xuất khẩu, kết nối bạn hàng, mở thị trường mới. Trong đó chú trọng các thị trường láng giềng như Campuchia, Thái Lan, Lào, Trung Quốc, và vươn tới thị trường xa, cao cấp.

- Huy động mọi lực lượng từ các cơ quan pháp lý, vận động hành lang, đến thông tin-truyền thông để cảnh báo về các rào cản thương mại đối với hàng xuất khẩu, hỗ trợ giải quyết khi có các tranh chấp phát sinh;

- Tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại. Các địa phương tự tổ chức, liên minh tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại trong địa phương, trong vùng, trong khu vực. Tập trung nguồn lực nâng cao tầm vóc của Hội chợ Nông nghiệp Quốc tế Cần Thơ. Chính sách mới về việc xây dựng và thực hiện Chương trình Xúc tiến Thương mại Quốc gia từ năm 2011 có nét mới là bao quát cả 3 lĩnh vực xuất khẩu-thị trường nội địa-khu vực biên giới, miền núi, hải đảo, đã mở ra triển vọng cho việc thực hiện ý tưởng trên. Theo đó, xúc tiến thương mại sẽ hỗ trợ: phát triển hệ thống phân phối; xây dựng và cung cấp thông tin; tổ chức các hoạt động giao nhận, vận chuyển; nâng cao năng lực cho thương nhân tham gia hoạt trên các địa bàn; tuyên truyền, quảng bá, tiêu thụ hàng hóa,... Chương trình thương hiệu quốc gia từ năm 2011 trở đi cần hỗ trợ việc xây dựng và bảo vệ các thương hiệu cho những sản phẩm chủ lực của vùng.

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống phân phối, nâng cấp và phát triển mạng lưới bán lẻ hàng hóa; tích cực đưa hàng Việt về nông thôn, vùng dân tộc ít người, ra các đảo, vào các khu công nghiệp, mở rộng diện bán hàng ổn định giá, để cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” có hiệu quả đích thực; theo dõi diễn biến cung cầu hàng hóa, giá cả, thị trường, giữ vững các cân đối lớn, nhất

là các vật tư, nguyên liệu, hàng hóa tiêu dùng thiết yếu; tăng cường quản lý thị trường.

- Các hiệp hội ngành hàng như: Hiệp hội Lương thực, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản, Hiệp hội Trái cây,... làm đầu mối hỗ trợ các doanh nghiệp thành viên trong vùng củng cố, phát triển hợp tác có hiệu quả từ đầu vào đến đầu ra.

- Kết hợp xúc tiến thương mại với xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư. Bốn địa phương trong vùng ở mức độ khác nhau là điểm hẹn hấp dẫn với các “sản phẩm” du lịch về nguồn, du lịch sinh thái, du lịch biển đảo. Vì thế cần tăng cường thu hút nhiều khách du lịch, nhất là những du khách đến từ các nền kinh tế mạnh góp phần thúc đẩy, phát triển thương mại, thu hút đầu tư.

**- Nguyễn Thành Biên**

*Nguyên Thứ trưởng Bộ Công Thương -*