

S& chuyển đ&i đ&y r&i ro & B&c Kinh



*Dây chuyển s&n xu&t búp bê t&i m&t nhà máy đ& ch&i & Qu&ng Đông (t&nh t& l&i u ch&p năm 2007). Lao đ&ng giá r& nay không còn là l&i th& c&a Trung Qu&c.
REUTERS/Aly Song/Files*

Trung Qu&c, hi&n là n&cc có thu nh&p trung bình, mu&n trở thành qu&c gia thu nh&p cao t& nay cho đ&n năm 2030. Nh& v&y c&n ph&i có nh&ng c&i cách sâu s&c. Nh&ng c&i cách này có th& làm &nh h&ng đ&n l&i ích cá nhân, nh&t là các chính quy&n đ&a ph&ng và các công ty qu&c doanh.

Có th đây là m t trong các nguyên nhân khi n ông Ôn Gia B o nh n m nh t m quan tr ng c a c i cách chính tr , m t th thách lâu dài c a Trung Qu c.

Le Monde quan tâm đ n « S chuy n đ i đ y r i ro B c Kinh », qua bài vi t c a cây bút chuyên v kinh t Martin Worf.

Theo tác gi , thì tăng tr ng và đô th hóa nhanh chóng trong lúc t l sinh s n gi m đi, là các nguyên nhân khi n cho giá lao đ ng ở Trung Qu c tăng lên.

Trung Qu c b t đ u m t quá trình chuy n đ i khó khăn, v a ph i gi m tăng tr ng, v a ph i thay đ i cách v n hành. Đó là k t lu n mà tác gi rút ra t Di n đàn Phát tri n Trung Qu c, t ch c vào ngày 18/3 t i B c Kinh.

Chuy n đ i v chính tr c n ph i song hành v i chuy n đ i trong kinh t , và hai quá trình này có quan h t ng tác v i nhau theo nh ng đ ng th c ph c t p.

Tình hình kinh t t t đ p cho đ n nay, d i s lnh đ o c a đ ng C ng s n, không đ m b o đ c là k t qu trong t ng lai cũng tích c nh th .

Th t ng Ôn Gia B o cũng đã tuyên b hôm 14/3 : « Công cu c c i cách ở Trung Qu c đã đ t đ n giai đ o n quy t đ nh. N u không ti n hành c i cách c c u chính tr , thì không th hoàn thành tr n v n c i cách c c u kinh t .

Nh ng thành t u mà chúng ta đã đ t đ c có th b m t mát, các v n đ n i lên trong xã h i Trung Qu c không th đ c gi i quy t đ n n i đ n ch n, và m t bi k ch l ch s t ng t nh cu c Cách m ng văn hóa l i có th x y ra ».

Theo tác gi , các v n đ chính tr là r t quan tr ng, nh ng b n thân quá trình chuy n đ i kinh

t cũng h t s c khó khăn.

Trung Qu c đã đ t đ n cu i th i k mà các nhà kinh t g i là « tăng tr ng c ng th ng », v i ngu n cung lao đ ng và v n gia tăng ; và nay ph i h ng v « tăng tr ng m nh m » đ a trên vi c c i thi n k năng, k thu t. Đi u này đ n đ n vi c tăng tr ng s gi m h n so v i t l kho ng 10% hàng năm trong su t ba th p k qua. Các y u t gây ph c t p cho quá trình chuy n đ i là đ u t quá cao và s l thu c quá nhi u vào đ u t .

V mô hình phát tri n, đ a theo đ nh nghĩa c a gi i Nobel kinh t Arthur Lewis, thì Trung Qu c đ n dà không còn là m t đ t n c đ th a lao đ ng. Thu nh p m c ch đ ăn c a lao đ ng nông thôn đóng góp vào vi c duy trì l ng b ng trong các ngành tân ti n m c th p, giúp các ngành này thu đ c r t nhi u l i nhu n.

Khi các món l i t c này đ c tái đ u t , thì t l tăng tr ng trong các ngành hi n đ i và cho n n kinh t nói chung lên r t cao. Nh ng đ n m t lúc nào đó, lao đ ng nông nghi p tr nên hi m hoi, khi n giá thành trong các lãnh v c hi n đ i tăng lên. K t qu là kinh t chín mu i h n thì l i t c càng gi m đi, ti t ki m và đ u t cũng gi m.

Le Monde nh n đ nh, ba m i lăm năm tr c, Trung Qu c là đ t n c đ th a lao đ ng. Nh ng nay thì đã khác : n n kinh t bành tr ng g p 20 l n, h n phân n a dân s s ng đô th , và t l sinh s n th p. Ông Thái Ph ng, Vi n Hàn lâm Khoa h c Xã h i Trung Qu c nh n m nh : « Tình tr ng thi u h t lao đ ng đ c nh n th y tr c tiên t i vùng duyên h i năm 2004, đã lan r ng trên toàn qu c.

Năm 2011, các công ty s n xu t g p khó khăn ch a t ng th y trong vi c tuy n d ng », khi n l ng tăng và l i nhu n gi m.

Theo tác gi bài báo, thì nay Trung Qu c đã ti n đ n ngã r mà Lewis đã báo tr c. M t trong các h u qu là t l v n đ u t / lao đ ng tăng nhanh, còn l i nhu n t đ ng v n gi m. Trong khi đó tăng tr ng b n v ng c n ph i đ a trên vi c gia tăng t ng hi u su t, ch không ph i là tăng t l v n/ lao đ ng.

Khó khăn trong việc chuyển sang tăng trưởng dựa trên tiêu bản kỹ thuật, là một trong những nguyên nhân khiến nhu cầu đã bị lút vào « bảy thu nhập trung bình ». Trung Quốc, hiện là nước có thu nhập trung bình, muốn trở thành quốc gia thu nhập cao từ nay cho đến năm 2030. Nhờ vậy nên phải có những cải cách sâu sắc, đã được nêu ra trong bản báo cáo chung của Ngân hàng Thế giới và Trung tâm Nghiên cứu Phát triển của Hội đồng Nhà nước Trung Quốc.

Những cải cách này có thể làm ảnh hưởng đến lợi ích cá nhân, nhất là các chính quyền địa phương và các công ty quốc doanh. Có thể đây là một trong các nguyên nhân khiến ông Ôn Gia Bình nhìn nhận những tầm quan trọng của cải cách chính trị, một thách thức lâu dài của Trung Quốc.

Khi đi theo hướng này, kinh tế Trung Quốc có thể giảm sút năng lực. Bắc Kinh đã nhìn nhận mức tiêu tăng trưởng năm nay là 7,5% và 7% cho các kế hoạch năm năm. Tăng trưởng chậm lại, thì thị trường cũng giảm.

Tuy nhiên, nếu muốn thị trường đạt 50% so với tổng sản phẩm nội địa xu hướng còn 35% mà không gây ra xáo trộn, thì tiêu dùng phải tăng. Trong khi Trung Quốc không có nền kinh tế nào đang kích thích tiêu dùng, điều này gây khó khăn vì sao câu trả lời cho khủng hoảng của Bắc Kinh chỉ là tăng thêm đầu tư.

Trung Quốc đang đổ tư bản nhàn rỗi vào đầu tư trong lĩnh vực xây dựng : trong 13 năm gần đây, đầu tư vào nhà ở tăng mỗi năm 26%. Theo tác giả, thì không thể tiếp tục một thị trường tăng nhanh như thế.

Bài báo nhận định, Trung Quốc có khả năng đạt được thành công trong việc chuyển đổi sang mô hình tăng trưởng kinh tế khác, mà nhu cầu có thu nhập trung bình không làm được. Qua những thành tựu trong quá khứ, khó thể nói khác đi, những vấn đề đầu tiên là các nhà lãnh đạo Bắc Kinh không thể tha mãi với chính mình.

Mua hàng nội địa : Không dè dặt, trỗi dậy Trung Quốc

Cũng trên lĩnh vực kinh tế, Le Monde có bài viết mang tựa đề « Mua được sản phẩm « made in France » là một nghề thu hút ».

Bài báo nhận xét, tại Pháp, Đức, Mỹ, mua sắm hàng tẻ lòng yêu nước bằng cách mua sắm phẩm hoàn toàn sản xuất trong nước đã không hề dễ dàng. Người tiêu dùng Trung Quốc thì không có việc gì dễ hơn thế.

Ngày nay, cả ba nước ở Pháp thì có hai nước cho biết sản phẩm sang bản tiêu nhận ưu tiên để mua hàng Pháp, so với năm năm trước thì lúc này không phân biệt, nhưng việc đi mua kiếng là không phải trả tiền hơn quá 5%. Nhưng việc nhận ra được các món hàng « made in France » không phải dễ dàng, vì hiện nay có tiêu chuẩn thống nhất, trên các loại vỏ máy và rổu vang có ghi ý chỉ hàng sản xuất xứ.

Đi vào hàng nước thì thấy nhìn khắp dưới 2/3, mua hàng Pháp chỉ có cách học mua hàng giá rẻ, được bán trong các siêu thị để vào tập hợp, học mua hàng thật cao cấp.

Hàng đi mua gia đình hãy còn nhận nhận hiều có nhà máy tại Pháp và phân biệt giá trị tăng thêm là từ trong nước. Nhưng nếu mua mua mua quần áo « made in France » thì người tiêu dùng có nguy cơ gặp phải khó khăn, vì 95% quần áo bày bán tại Pháp được sản xuất từ nước ngoài.

Không thể nào tìm được một chiếc quần jean học bản vết nam sản xuất tại Pháp. Thời tiết đi mua thì không có sự chênh lệch nào khác ngoài hàng tại châu Á.

Về xe cộ, chỉ có xe gắn máy hiều Peugeot còn tập hợp trong nước, xe hơi thì phải mua hàng kiếng xe như của Peugeot, Citroën, Renault, các loại xe lớn đều được ráp ở Trung Âu hay Thái Nhĩ Kỳ, vì giá thành sản xuất chênh lệch 1.300 euro. Tuy nhiên đi mua an toàn là đáng kể, hợp số, bộ truyền động đều là hàng Pháp.

Tại Đức, tiêu chí để được xem là hàng Đức là « giai đoạn chuyển đổi quan trọng nhất » được thực hiện tại đây, có nghĩa là một sản phẩm sản xuất 90% từ nước ngoài vẫn có thể được xem là Made in Germany. Hiện có một trang web giúp người tiêu dùng nhận ra các nhận hiều ghi ít nhất phân biệt sản xuất tại Đức.

Về trang phục, các nhãn hiệu nổi tiếng như Adidas, Puma, Hugo Boss đều đã dịch chuyển sản xuất ra nước ngoài từ lâu.

Giày dép thì còn vài hiệu làm tại Đức nhưng đa số dành cho người trên 50 tuổi. Về thực phẩm, học là mua thật giá rẻ học phải mua loại bio rất đắt tiền. Hàng điện tử gia đình có hiệu Miele nhưng giá đắt gấp đôi. Xe hơi nổi tiếng Porsche Cayenne thì tuy đắt nhưng sản xuất tại Leipzig nhưng lắp ráp tại Slovakia.

Tại Hoa Kỳ, các nhãn hiệu nổi tiếng như t-shirt ng đ&c sản xuất tại nước ngoài. Quần jean Levis may tại Pakistan, giày Converse sản xuất tại Việt Nam, áo thun tr&ng đ&i h&c New York bày bán trong cửa hàng chính thức có xuất xứ từ Cộng hòa Dominica. Không thể nào gian dối, vì theo luật thì quần áo phải « hoàn toàn hay hiệu như toàn bộ sản xuất tại Mỹ mới đ&c tr&ng nhãn hiệu « made in USA ».

Tuy vậy, tập đoàn Nike tuy làm việc với 900 nhà sản xuất tại Trung Quốc, Việt Nam, Indonesia, nhưng vẫn thu đ&ng 23.000 lao đ&ng tại Mỹ cho hiệu « Nike air » dành cho trẻ em. Chắc có lãnh vực xe hơi là liên quan: kiểu xe Chevrolet Sonic này đ&c sản xuất tại Mỹ thay vì Hàn Quốc, góp phần giúp công nghiệp Hoa Kỳ tăng trưởng.

Người tiêu dùng với các nước phát triển, ở Trung Quốc, hiệu như tất cả các mặt hàng tiêu dùng đều made in China, kể cả các món hàng xa xỉ.

Trên 30% hàng dệt may xuất khẩu trên thế giới là cửa Trung Quốc, thực phẩm thì hoàn toàn nội địa, đồ gỗ và điện tử gia đình đa số là hàng trong nước. Các món hàng đắt tiền như iPhone cửa Apple tuy với kiểu từ California nhưng lắp ráp ở Thâm Quyển, xe hơi Audi design tại Đức nhưng quy đ&nh cửa Bắc Kinh buộc phải liên doanh với mặt đ&i tác Trung Quốc, nên đ&c lắp ráp tại Tr&ng Xuân.

Pháp : Vũ khí và thực cửa tên sát thủ không đúng « chu&n » Al Qaida

Quay lại với nước Pháp, nhật báo Le Figaro cho rằng các loại vũ khí tìm đ&c trong căn h& và chiếc xe hơi cửa tên sát nhân Mohamed Merad cho thấy rõ tập nh&p, không phù hợp với Hồi

giáo c&c đoạn v&n thích súng tr&ng và ch&t n&. tuy h&n t& nh&n là chi&n binh thánh chi&n.

Trong b&y kh&u súng đ&c t&ch thu, có ba kh&u Colt 45 bán t& đ&ng th&ng đ&c b&n gi&t m&n s& đ&ng, bán lén lút v&i giá t& 3.000 đ&n 4.500 euro, g&p đôi, g&p ba giá chính th&c. M&t kh&u liên thanh Sten cũ k&, bên c&nh kh&u Uzi hi&n đ&i, súng l&c Colt Python đ&t ti&n, m&t kh&u súng tr&ng thu&c lo&i « c& đ&i ».

Có th& đoán r&ng Mohamed Merah đã mua t&t c& cùng m&t lúc, t& m&t « nhà buôn s& ». Ho&c là h&n đã đ&n đ&n « lên đ&i », sau khi ti&p c&n đ&c gi&i anh ch& trong nhà tù.

Còn v& lá th& và đ&n video đ&c g&i đ&n chi nhánh kênh truy&n hình Al Jazeera t&i Pháp, thì cũng không « chu&n », vì th& không vi&t b&ng ti&ng & R&p và mang đ&u &n Al Qaida nh& truy&n th&ng.

B&u c& : T&a chính báo Pháp

Trong mùa b&u c&, trang nh&t các nh&t báo Pháp chú tr&ng tình hình trong n&c. Nh&t báo cánh t& Libération đ&t ra v&n đ&, chính sách văn hóa s& nh& th& nào n&u ông François Hollande b&c vào đ&n Elysée, và nh&n đ&nh : « Văn hóa, vùng đ&t còn hoang khai cho cánh t& ».

Nh&t báo công giáo La Croix phân tích m&t trong nh&ng ch& đ& tranh cãi trong các chi&n đ&ch tranh c& T&ng th&ng Pháp năm nay, đó là « Có nên tăng thu& hay không ? ».

T& báo c&ng s&n L'Humanité thì dành cho « Ti&ng nói c&a các khu ph& nghèo », v&i các bài phóng s& t&i các khu ngo&i ô bình dân, cho bi&t gi&i tr& n&i đây luôn m& &c m&t cu&c s&ng t&i i sáng h&n.

Nh&t báo cánh h&u Le Figaro chú tr&ng đ&n « Cu&c đi&u tra v& kho vũ khí h&ng n&ng c&a Mohamed Merah », tên sát nhân & Toulouse đã gi&t h&i b&y ng&i, làm ch&n đ&ng c& n&c Pháp tu&n qua.

Chỉ có Le Monde nhìn sang châu Phi: « Sénégal bu&c ông Wade v& h&u ».

T& báo nh&n đ&nh, lá phi&u c&a ng&&i dân Sénégal đã khi&n v& T&ng th&ng 86 tu&i nh&ng v&n mu&n t&i v& thêm m&t nhi&m k& th& ba đã ph&i l&i b&&c, nh&&ng ch& cho dân ch&.