

**BỘ GIAO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**

ĐỒ TRỌNG HIẾU

**NGHIÊN CỨU CƠ SỞ KHOA HỌC PHÁT TRIỂN
SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM**

**CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ THƯƠNG MẠI
MÃ SỐ: 62340121**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

GS.TS. HOÀNG ĐỨC THÂN

HÀ NỘI - 2017

LỜI CAM ĐOAN

Tôi đã đọc và hiểu về các hành vi, vi phạm sự trung thực trong học thuật. Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng nghiên cứu này do tôi tự thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Xác nhận của người hướng dẫn

Nghiên cứu sinh

GS. TS. Hoàng Đức Thân

Đỗ Trọng Hiếu

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình nghiên cứu luận án, tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình và tạo điều kiện thuận lợi của thầy giáo hướng dẫn, đồng nghiệp, người thân trong gia đình và bạn bè.

Xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc tới GS.TS. Hoàng Đức Thân đã nhiệt tình, tâm huyết hướng dẫn trong suốt quá trình tôi thực hiện luận án.

Xin cảm ơn quý thầy, cô trong Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân đã giúp đỡ và có những góp ý để luận án được hoàn thành tốt hơn.

Xin cảm ơn các cán bộ, chuyên gia và những nhà khoa học đã giúp đỡ tôi có những thông tin cần thiết cho việc phân tích, đánh giá và hoàn thiện luận án.

Tác giả luận án

Đỗ Trọng Hiếu

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

DANH MỤC CÁC BẢNG

DANH MỤC CÁC HÌNH

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	5
1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu.....	5
1.1.1. Các công trình nghiên cứu về mô hình hoạt động và đặc điểm của Sở giao dịch hàng hóa	5
1.1.2. Các công trình nghiên cứu về điều kiện hình thành và phát triển của Sở giao dịch hàng hóa	9
1.2. Phương pháp nghiên cứu.....	13
1.2.1. Giác độ nghiên cứu	13
1.2.2. Phương pháp nghiên cứu	13
1.2.3. Phương pháp phỏng vấn	15
1.2.4. Phương pháp khảo sát	15
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ	17
2.1. Lý luận chung về Sở giao dịch hàng hóa	17
2.1.1. Khái niệm và mô hình tổ chức Sở giao dịch hàng hóa	17
2.1.2. Đặc điểm mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa.....	23
2.1.3. Vai trò của Sở giao dịch hàng hóa	24
2.1.4. Khái niệm về phát triển Sở giao dịch hàng hóa.....	27
2.2. Những điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa.....	28
2.2.1. Điều kiện về thể chế, kinh tế vĩ mô.....	28
2.2.2. Điều kiện về mặt hàng giao dịch	31
2.2.3. Điều kiện về hợp đồng giao dịch	32
2.2.4. Điều kiện về cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật.....	35
2.3. Kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới và bài học cho Việt Nam	35
2.3.1. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ	36
2.3.2. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc	40
2.3.3. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Malaysia.....	47
2.3.4. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam.....	51
CHƯƠNG 3: CƠ SỞ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM.....	54
3.1. Thực trạng điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam .	54

3.1.1. Thực trạng thể chế, kinh tế vĩ mô cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	54
3.1.2. Thực trạng về mặt hàng giao dịch.....	60
3.1.3. Thực trạng về hợp đồng giao dịch	74
3.1.4. Thực trạng cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật.....	78
3.2. Thực trạng tổ chức hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam ..	81
3.2.1. Thực trạng tổ chức hoạt động của Trung tâm giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột .	81
3.2.2. Thực trạng tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam	86
3.3. Kết quả khảo sát thực trạng về giao dịch hàng hoá phái sinh và Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	95
3.3.1. Phân tích kết quả khảo sát về thực trạng giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam.....	95
3.3.2. Phân tích kết quả khảo sát thực trạng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	101
3.4. Đánh giá cơ sở thực tiễn cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	103
3.4.1. Những cơ sở thực tiễn tích cực cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	103
3.4.2. Những cơ sở thực tiễn hạn chế sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	105
3.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế phát triển Sở giao dịch hàng hóa.....	107
CHƯƠNG 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP VẬN DỤNG CƠ SỞ KHOA HỌC PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM	110
4.1. Dự báo bối cảnh ảnh hưởng đến phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam .	110
4.1.1. Dự báo bối cảnh quốc tế ảnh hưởng đến phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	110
4.1.2. Dự báo bối cảnh trong nước ảnh hưởng đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.....	112
4.2. Quan điểm và phương hướng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam...	116
4.2.1. Quan điểm phát triển Sở giao dịch hàng hóa.....	116
4.2.2. Phương hướng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.....	117
4.3. Giải pháp vận dụng cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam..	118
4.3.1. Hoàn thiện thể chế, kinh tế vĩ mô cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam	118
4.3.2. Bảo đảm khối lượng và chất lượng hàng hoá giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa.....	123
4.3.3. Bảo đảm sự tham gia của các tổ chức tài chính và kết nối thanh toán quốc gia..	125
4.3.4. Bảo đảm thành công của các hợp đồng giao dịch.....	126
4.3.5. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật	130
4.3.6. Thu hút đầu tư nước ngoài tham gia phát triển Sở giao dịch hàng hóa	134
KẾT LUẬN	135
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

1. Tiếng Việt

TT	Chữ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
1	BỘ NN&PTNN	Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
2	BCEC	Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột
3	ĐBSCL	Đồng bằng Sông Cửu Long
4	ĐBSH	Đồng bằng Sông Hồng
5	Nghị định 158	Nghị định số 158/2006/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa
6	Nghị định 185	Nghị định số 185/2013/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
7	TCVN	Tiêu chuẩn Việt Nam
8	SGDHH	Sở giao dịch hàng hoá

2. Tiếng Anh

TT	Chữ viết tắt	Đầy đủ tiếng Anh	Nghĩa đầy đủ
1	CBOT	Chicago Board of Trade	Sở giao dịch Chicago
2	C-Com	Central Japan Commodity Exchange	Sở giao dịch hàng hóa Trung ương Nhật Bản
3	CDA	Commodity Derivaties Act	Luật phái sinh hàng hoá Nhật Bản
4	CFA	China Futures Asociation	Hiệp hội thị trường tương lai Trung Quốc
5	CFTC	U.S. Commodity Futures Trading Commission	Ủy ban giao dịch hàng hoá tương lai Hoa Kỳ

TT	Chữ viết tắt	Đầy đủ tiếng Anh	Nghĩa đầy đủ
6	CME	Commodity Mercantile Exchange	Sở giao dịch hàng hóa CME
7	CMX	Chicago Mercantile Exchange	Sở giao dịch Chicago
8	COMMEX	Commodity and Monetary Exchange of Malaysia	Sở giao dịch hàng hóa và tiền tệ Malaysia
9	CSRC	China Securities Regulatory Commission	Ủy ban điều tiết chứng khoán Trung Quốc
10	DCE	DaLian Commodity Exchange	Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên
11	DCR	Clearing and Risk	Phòng thanh toán bù trừ và quản trị rủi ro
12	DMO	Department of Market Oversight	Phòng giám sát thị trường
13	DOE	Department of Enforcement	Phòng cưỡng chế thi hành
14	DSIO	Department of Dealer and Intermediary Oversight	Phòng giám sát trung gian
15	FIEA	Financial Instruments and Exchange Act	Luật các công cụ và giao dịch tài chính Nhật Bản
16	ITU	Kuala Lumpur Commodity Exchange	SGDHH Kuala Lumpur
17	KLCE	Kuala Lumpur Options and Financial Futures Exchange	Sở giao dịch tài chính và quyền chọn Kuala Lumpur
18	KLOFFE	Kuala Lumpur Securities Exchange	Sở giao dịch chứng khoán Kuala Lumpur
19	KLSE	Ministry of Economy, Trade and Industry	Bộ Kinh tế, Công nghiệp và Thương mại Nhật Bản
20	METI	National Futures Association	Hiệp hội giao dịch hàng hoá Hoa Kỳ
21	NFA	New York Mercantile Exchange	Sở giao dịch hàng hóa New York
22	OTC	Over The Counter	Thị trường phi tập trung
23	SEC	Securities and Exchange Commission	Ủy ban Chứng khoán và Hối đoái Hoa Kỳ
24	ITU	International Telecommunication Union	Liên minh Viễn thông Quốc tế
25	WEF	World Economic Forum	Diễn đàn Kinh tế Thế giới
26	WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1.	Danh sách Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ.....	38
Bảng 2.2.	Kết quả giao dịch của Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên.....	41
Bảng 2.3.	Danh mục xếp hạng Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc.....	44
Bảng 3.1.	Tăng trưởng kinh tế Việt Nam theo kỳ 5 năm và năm 2016.....	58
Bảng 3.2.	Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản giai đoạn 2011-2016.....	59
Bảng 3.3.	Quy mô sản xuất và sản lượng lúa gạo của Việt Nam.....	60
Bảng 3.4.	Điều kiện canh tác lúa gạo của Việt Nam.....	61
Bảng 3.5.	Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo từ năm 2011-2016.....	62
Bảng 3.6.	Tình hình sản xuất cà phê của Việt Nam từ năm 2011-2016.....	65
Bảng 3.7.	Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ năm 2011-2016.....	66
Bảng 3.8.	Tình hình sản xuất cao su của Việt Nam từ năm 2011-2015.....	67
Bảng 3.9.	Tình hình xuất khẩu cao su của Việt Nam từ năm 2011-2016.....	69
Bảng 3.10.	Sản xuất hồ tiêu của Việt Nam từ năm 2011-2016.....	70
Bảng 3.11.	Xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam từ năm 2011-2016.....	72
Bảng 3.12.	Danh mục sản phẩm giao dịch do VNX niêm yết.....	75
Bảng 3.13.	Tiêu chuẩn cà phê do BCEC niêm yết.....	76
Bảng 3.14.	Tiêu chuẩn cà phê Robusta do VNX niêm yết.....	77
Bảng 3.15.	Tiêu chuẩn thép cuộn cán nóng do VNX niêm yết.....	78
Bảng 3.16.	Lưu lượng hàng hoá qua các phương thức vận tải.....	80
Bảng 3.17.	Lịch hoạt động và thời gian giao dịch của BCEC.....	86
Bảng 3.18.	Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý II/2011.....	89
Bảng 3.19.	Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý III/2011.....	90
Bảng 3.20.	Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý IV/2011.....	92
Bảng 3.21.	Tổng hợp kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX.....	94

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 2.1.	Quá trình hình thành, phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới.....	18
Hình 2.2.	Mô hình hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa.....	22
Hình 2.3.	Mô hình tổ chức quản lý Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ.....	39
Hình 2.4.	Sơ đồ tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên.....	40
Hình 2.5.	Tổ chức quản lý Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc.....	44
Hình 2.6.	Mô hình tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa Bursa Malaysia.....	48
Hình 2.7.	Mô hình tổ chức giao dịch của Sở giao dịch hàng hóa Bursa.....	50
Hình 3.1.	Chuỗi giá trị lúa gạo ở Việt Nam.....	62
Hình 3.2.	Diễn biến giá gạo Việt Nam tại An Giang, Cần Thơ năm 2015.....	63
Hình 3.3.	Giá gạo xuất khẩu 5% tằm và 25% tằm của Việt Nam năm 2015.....	64
Hình 3.4.	Kênh tiêu thụ cà phê tại Việt Nam.....	65
Hình 3.5.	Biến động giá cà phê trong nước năm 2014 và năm 2015.....	66
Hình 3.6.	Chênh lệch giá trong nước và thế giới của cà phê Robusta.....	67
Hình 3.7.	Giá chào bán cao su xuất khẩu của Việt Nam theo tháng năm 2015.....	70
Hình 3.8.	Giá hồ tiêu theo tháng tại Bình Phước trong năm 2016.....	73
Hình 3.9.	Giá trung bình hồ tiêu xuất khẩu năm 2014 và 2015.....	73
Hình 3.10.	Hoạt động thương mại của doanh nghiệp có ứng dụng công nghệ thông tin tại Việt Nam.....	79
Hình 3.11.	Mô hình hoạt động của BCEC.....	82
Hình 3.12.	Sơ đồ tổ chức của BCEC.....	83
Hình 3.13.	Khối lượng giao dịch khớp lệnh của BCEC.....	84
Hình 3.14.	Tổng giá trị giao dịch khớp lệnh của BCEC.....	85
Hình 3.15.	Mô hình phối hợp hoạt động giao dịch qua VNX.....	87
Hình 3.16.	Mô hình cơ cấu tổ chức của VNX.....	88
Hình 3.17.	Kết quả giao dịch cà phê Robusta trên VNX Quý III/2011.....	90
Hình 3.18.	Kết quả giao dịch cà phê Arabica trên VNX Quý III/2011.....	91
Hình 3.19.	Kết quả giao dịch cao su RSS3 trên VNX Quý III/2011.....	91
Hình 3.20.	Mục đích tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh.....	96
Hình 3.21.	Mặt hàng giao dịch phái sinh tại Việt Nam.....	97
Hình 3.22.	Tỷ lệ tổ chức cung cấp sản phẩm phái sinh cho doanh nghiệp tại Việt Nam..	98
Hình 3.23.	Khó khăn từ bên ngoài khi thực hiện giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam.....	100
Hình 3.24.	Khó khăn từ doanh nghiệp khi giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.....	102
Hình 3.25.	Khó khăn từ hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.....	102
Hình 3.26.	Các yếu tố tác động đến giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam ...	103

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài

Sở giao dịch hàng hóa là loại hình tổ chức kinh tế được hình thành từ lâu và phát triển mạnh mẽ ở nhiều nước trên thế giới. Quá trình hình thành Sở giao dịch hàng hóa đều gắn với sản xuất và lưu thông hàng hóa ở trong nước và quốc tế. Sở giao dịch hàng hóa đóng vai trò lớn đối với nền kinh tế nói chung, đối với thị trường các mặt hàng được giao dịch nói riêng. Xu hướng phát triển của Sở giao dịch hàng hóa không chỉ bó hẹp trong phạm vi một quốc gia mà còn mở rộng hoạt động trên phạm vi toàn cầu, có tác động mạnh đến thị trường hàng hóa và các thị trường liên quan. Ngày nay, Sở giao dịch hàng hóa ảnh hưởng lớn đối với thương mại toàn cầu có vai trò quyết định trong việc điều tiết dòng lưu chuyển hàng hoá quốc tế, xác định và phát tín hiệu giá hàng hoá trên thị trường quốc tế. Đồng thời, thông qua các chỉ số về khối lượng, giá và xu hướng giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa, các quốc gia liên quan có những điều chỉnh chính sách kịp thời nhằm bám sát diễn biến của thị trường hàng hoá.

Việt Nam có đặc điểm địa lý, khí hậu thuận lợi để sản xuất khối lượng lớn các mặt hàng nông sản, có vai trò lớn trong chuỗi cung ứng toàn cầu nhiều mặt hàng như gạo, cà phê Robusta, cao su, hạt tiêu, hạt điều,... dưới tác động của việc mở cửa thị trường theo các cam kết quốc tế đến thị trường các mặt hàng nông sản của Việt Nam rất lớn. Trong bối cảnh, xu thế hầu hết các lĩnh vực kinh tế-xã hội đang và sẽ chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghệ 4.0 dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam là cơ hội và xu thế tất yếu để không những hỗ trợ ngành sản xuất phát triển mà còn giúp nền kinh tế giảm thiểu rủi ro, tăng cường huy động vốn đầu tư và phát triển hệ thống cơ sở vật chất.

Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam manh nha hình thành từ năm 2004, chính thức xuất hiện từ năm 2011 nhưng được thành lập theo quyết định hành chính hoặc hình thành chưa đáp ứng các điều kiện bảo đảm cơ bản, thiếu các cơ sở khoa học về sự hình thành và phát triển của Sở giao dịch hàng hóa. Thực tế, khi tổ chức thực hiện giao dịch hàng hóa phái sinh, các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam gặp nhiều khó khăn, hoạt động không ổn định, giao dịch trầm lắng, tính thanh khoản của các giao dịch hàng hóa niêm yết thấp. Chúng ta có thể điểm qua một số Sàn giao dịch hàng hoá ra đời nhưng nhanh chóng dừng hoạt động trong thời gian ngắn như:

- Sàn giao dịch hạt điều do Hiệp hội điều Việt Nam của Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh mở cửa vào tháng 3 năm 2002 và ngừng hoạt động sau một phiên giao dịch đầu tiên.

- Trung tâm giao dịch thủy sản Cần Giờ (Cangio ATC) được hình thành từ tháng 5 năm 2002, hoạt động chưa được 6 tháng.

- Sàn giao dịch đường của Công ty cổ phần Giao dịch hàng hóa Sài Gòn Thương Tín thành lập tháng 3 năm 2010 đi vào hoạt động được 8 tháng.

- Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam (VNX) hoạt động được 15 tháng từ tháng 3 năm 2011 đến tháng 8 năm 2012, hiện nay đang dừng hoạt động.

- Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Mê Thuật tổ chức hoạt động giao dịch cà phê phái sinh được 19 tháng, hiện nay đang thực hiện cơ cấu lại tổ chức, kêu gọi các nhà đầu tư, đáp ứng yêu cầu về pháp lý để tiếp tục hoạt động.

Sở giao dịch hàng hóa được hình thành và phát triển trong từng giai đoạn có bối cảnh kinh tế, chính trị và xã hội khác nhau, nhưng đều chịu sự tác động của một số điều kiện cơ bản, mang tính nguyên lý, khách quan. Tuy nhiên, tại Việt Nam Sở giao dịch hàng hóa phát triển còn thiếu cơ sở khoa học khách quan, thiếu định hướng và còn mang nặng tính mệnh lệnh hành chính. Mặc dù, nhận thức về vị trí và vai trò của Sở giao dịch hàng hóa đối với nền kinh tế đã được nhìn nhận nhưng dường như Việt Nam đang lúng túng trong việc định hướng phát triển và đưa ra các giải pháp cụ thể dựa trên cơ sở nghiên cứu khoa học, bài bản.

Vì những lý do nêu trên, nghiên cứu cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa có ý nghĩa cấp thiết về lý luận và thực tiễn phù hợp với điều kiện kinh tế-xã hội ở Việt Nam. Luận án sẽ đi sâu nghiên cứu cơ sở lý luận về mô hình tổ chức hoạt động, các điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa, thông qua tổng kết các công trình nghiên cứu trước đây và nghiên cứu kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa của một số quốc gia. Trên cơ sở phân tích, đánh giá từng điều kiện bảo đảm cho sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa và thực trạng tổ chức hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, tác giả đưa ra các giải pháp phù hợp gắn với bối cảnh phát triển kinh tế và xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong thời gian tới.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn, Luận án đề xuất phương hướng và giải pháp vận dụng cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Trên cơ sở mục tiêu tổng quát như trên, Luận án có những nhiệm vụ cụ thể như sau:

+ Nghiên cứu cơ sở lý luận về Sở giao dịch hàng hóa bao gồm mô hình tổ chức hoạt động và điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

+ Nghiên cứu sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa của một số nước có tính chất điển hình và rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

+ Phân tích thực trạng cơ sở phát triển và tổ chức hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam. Qua phân tích, Luận án khái quát đánh giá cơ sở thực tiễn cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

+ Đề xuất phương hướng và giải pháp vận dụng cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

- Nghiên cứu cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn về mô hình tổ chức hoạt động và điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

- Mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi nội dung: Nghiên cứu cơ sở lý luận bao gồm cơ sở hình thành, mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa; đặc điểm giao dịch hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa; những điều kiện bảo đảm cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa. Nghiên cứu cơ sở thực tiễn tại Việt Nam về các điều kiện bảo đảm phát triển và thực trạng mô hình hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam. Tập trung nghiên cứu Sở giao dịch hàng hóa thực hiện giao dịch phái sinh hàng hóa các mặt hàng nông sản như gạo, cà phê, cao su, hồ tiêu.

- Phạm vi không gian: Nghiên cứu sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

- Phạm vi thời gian: Nghiên cứu thực trạng các điều kiện bảo đảm và hoạt động giao dịch của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam từ năm 2011 đến năm 2016; kiến nghị giải pháp đến năm 2020 tầm nhìn đến 2030.

4. Những điểm mới của luận án

- Hệ thống hóa và bổ sung cơ sở lý luận về phát triển Sở giao dịch hàng hóa. Hoàn thiện khung lý thuyết về Sở giao dịch hàng hóa. Trong đó, đã nghiên cứu mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa, chỉ rõ các điều kiện bảo đảm cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa và kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới. Luận án chỉ ra sự khác biệt mang tính đặc điểm giữa mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa với mua bán hàng hóa thông thường.

- Tổng quát hoá các điều kiện đảm bảo sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa; phát hiện ra yếu tố mới nằm trong nhóm điều kiện về hợp đồng giao dịch nhằm bảo

đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, đó là yếu tố sự liên thông, liên kết với Sở giao dịch hàng hóa nước ngoài hoặc thị trường giao dịch hàng hóa phái sinh nước ngoài.

- Phân tích các điều kiện bảo đảm cho sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, mối liên hệ giữa các điều kiện với sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa.

- Khẳng định Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam cần phải hoạt động dưới hình thức doanh nghiệp chứ không phải đơn vị sự nghiệp có thu.

- Luận án đã đưa ra các giải pháp đồng bộ và kiến nghị được đề xuất có tính khả thi, giúp các cơ quan quản lý nhà nước và các Sở giao dịch hàng hóa thực thi trong thời gian tới nhằm đáp ứng yêu cầu khách quan để xây dựng thành công loại hình kinh tế này. Một số kiến nghị cụ thể đối với từng lĩnh vực, từng cơ quan cũng được đưa ra nhằm tạo ra một hệ thống các giải pháp toàn diện từ vi mô đến vĩ mô, góp phần phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

5. Kết cấu luận án

Ngoài phần mở đầu và kết luận, Luận án có bốn chương, cụ thể:

Chương 1: Tổng quan các công trình khoa học và phương pháp nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý luận và kinh nghiệm quốc tế về phát triển Sở giao dịch hàng hóa

Chương 3: Cơ sở thực tiễn phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Chương 4: Phương hướng và giải pháp vận dụng cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu

1.1.1. Các công trình nghiên cứu về mô hình hoạt động và đặc điểm của Sở giao dịch hàng hóa

- Nghiên cứu về mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa:

Nordier (2013), trong nghiên cứu “Vai trò của hệ thống chứng chỉ kho hàng: Nghiên cứu điển hình tại Sở giao dịch hàng hóa nông sản Malawian”, dưới góc độ nghiên cứu vai trò của các đơn vị cấu thành Sở giao dịch hàng hóa, đã chỉ ra vai trò của hệ thống chứng nhận kho là một yếu tố thành công của Sở giao dịch hàng hóa. Nghiên cứu tập trung trả lời câu hỏi làm thế nào để xây dựng thành công hệ thống chứng nhận kho thông qua kiểm định ba mô hình về phát triển Sở giao dịch hàng hóa với bối cảnh tại các nước Châu Phi và nhận dạng những thành tố khác nhau cần thiết nhằm giảm tỷ lệ thất bại, qua đó, rút ra 3 yếu tố chính giúp Sở giao dịch hàng hóa thành công, đó là tài chính, bảo hiểm và khung khổ pháp lý.

Belozertsev, Rutten & Hollinger (2011), trong nghiên cứu “Sở giao dịch hàng hóa tại Châu Âu và Trung Á” đã tập trung tìm hiểu nhằm cải thiện các công cụ quản lý rủi ro và bàn luận phương thức đưa ra các công cụ quản lý rủi ro do Sở giao dịch hàng hóa cung cấp. Để đánh giá mức độ phát triển của Sở giao dịch hàng hóa, nghiên cứu phân tích các chức năng của Sở giao dịch hàng hóa đối với nền kinh tế, bao gồm: (i) quản lý rủi ro về giá (ii) giảm rủi ro đối ứng (iii) tăng tính minh bạch về giá (iv) giảm rủi ro liên quan đến giá trị thế chấp (v) chứng nhận chất lượng hàng hoá (vi) cung cấp công cụ gia nhập thị trường vốn thông qua nghiệp vụ repos. Nghiên cứu cũng chỉ ra các quan niệm sai lầm tại một số quốc gia về Sở giao dịch hàng hóa như coi Sở giao dịch hàng hóa là “một địa điểm được tổ chức để giao dịch và trao đổi hàng hoá thật”; nhận định giao nhận hàng hoá thật không quan trọng đối với một Sở giao dịch hàng hoá phái sinh; Chính phủ cần đi đầu trong việc phát triển Sở giao dịch hàng hóa; Có rất nhiều vấn đề ở thị trường hàng hoá vật chất mà Sở giao dịch hàng hóa không có tác dụng quản lý rủi ro về giá; Sở giao dịch hàng hóa không nên hoạt động vì lợi nhuận nhằm đảm bảo phục vụ lợi ích của cộng đồng ở diện rộng và không chỉ dành cho chủ sở hữu. Nghiên cứu chỉ ra yếu tố thành công của Chính phủ khi ra các quy định giúp tạo ra sự linh hoạt và cân

bằng ba xung đột lợi ích đó là lợi ích của khách hàng, lợi ích của Chính phủ và lợi ích của Sở giao dịch hàng hóa. Đối với thành công của Sở giao dịch hàng hóa, nghiên cứu nhấn mạnh đến chất lượng của con người liên quan và năng lực của những người tham gia và các bên hỗ trợ khác. Nhân viên Sở giao dịch, các thành viên của Sở giao dịch và khách hàng cần được đào tạo và huấn luyện nhằm có được những ý tưởng hiểu biết chung về chức năng của thị trường giao dịch tương lai đi kèm với những kỹ thuật hiện đại hơn.

Sitko & Jayne (2011), trong tài liệu “Những cản trở để phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Châu Phi: Nghiên cứu tại ZAMACE” đã nghiên cứu từ góc độ những khó khăn, vướng mắc của Sở giao dịch hàng hóa trong quá trình hoạt động, với bối cảnh Sở giao dịch hàng hóa nông sản của một số quốc gia tại Châu Phi được hỗ trợ của Chính phủ nhằm giải quyết những vấn đề hạn chế của thị trường lương thực. Mặc dù, nhận được sự hỗ trợ ổn định của các nhà tài trợ và kể cả của Chính phủ, Sở giao dịch hàng hóa ở một số quốc gia tại Châu Phi vẫn gặp nhiều khó khăn và phát triển còn hạn chế. Nghiên cứu đã đưa ra 6 yếu tố tác động đến khối lượng giao dịch thấp trên Sở giao dịch hàng hóa. *Thứ nhất*, rủi ro cao khi không tuân thủ theo hợp đồng và chưa phát triển việc thỏa thuận nhằm hạn chế hiện tượng phá vỡ hợp đồng và hành vi đầu cơ thông qua Sở giao dịch hàng hóa. *Thứ hai*, xung đột lợi ích giữa người giao dịch và người môi giới do dịch vụ môi giới chưa phát triển. *Thứ ba*, mối quan hệ giữa dung lượng thị trường và chi phí tham gia giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa. *Thứ tư*, mối quan hệ giữa sự lôi kéo thị trường và dung lượng thị trường nhỏ. *Thứ năm*, sự yếu kém của các thể chế tài chính khi cam kết tham gia Sở giao dịch hàng hóa. *Thứ sáu*, không thể dự báo được sự can thiệp của Chính phủ đến thị trường giao dịch hàng hóa thông qua các công cụ như cấm vận thương mại, thay đổi thuế quan. Nghiên cứu của Sitko & Jayne (2011) mới giải quyết được vấn đề là chỉ ra các nguyên nhân khiến lượng giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa thấp và đưa ra các giải pháp, khuyến nghị để khắc phục những hạn chế nêu trên.

- Về hướng nghiên cứu về yếu tố thành công đối với hợp đồng hàng hóa phái sinh của Sở giao dịch hàng hóa và thị trường giao dịch hàng hóa kỳ hạn, có một số công trình điển hình tập trung nghiên cứu như sau:

+ Corkish (1997), trong báo cáo “Những yếu tố quyết định thành công của đổi mới tài chính: phân tích thực tiễn từ sự thành công của công cụ phái sinh tương lai tại LIFFE” đã chỉ ra sự thành công của hợp đồng niêm yết trên Sở giao dịch hàng hóa và mối quan hệ giữa khối lượng giao dịch và quy mô thị trường. Trong đó, chứng minh sự thay đổi dung lượng thị trường có tác động tích cực đến sự tăng trưởng khối lượng giao dịch tương lai. Các hợp đồng hàng hóa phái sinh có khả năng thành công cao khi

có một thị trường giao ngay lớn. Tuy nhiên, kết quả của công trình không hỗ trợ cho việc chỉ ra biến động thị trường giao ngay là điều kiện cần thiết để có được một hợp đồng thành công. Đồng thời, Nghiên cứu đã kiểm định và chỉ ra lợi thế của hợp đồng ra trước và hợp đồng khi đưa ra niềm yết sẽ thành công hơn khi không có sự cạnh tranh của hợp đồng khác. Tuy nhiên, có những trường hợp nhận định trên không đúng khi đánh giá hợp đồng phái sinh ở trong nước và hợp đồng phái sinh ở nước ngoài. Black (1986), trong nghiên cứu “Thành công và thất bại của hợp đồng tương lai: Lý thuyết và thực tiễn” đã chứng minh hợp đồng trong điều kiện thị trường giao dịch giao ngay lớn và có giá biến động dường như đã làm cho hợp đồng thành công hơn. Tashijan (1995), trong bài viết “Thiết lập hợp đồng tương lai tối ưu” đã đi sâu phân tích vai trò của yếu tố cạnh tranh đối với một hợp đồng hàng hoá phái sinh thành công. Theo đó, hợp đồng phái sinh dường như bị tác động bởi sự cạnh tranh của các hợp đồng hiện hữu, đồng thời, chỉ ra rằng khi hai hợp đồng có các đặc trưng tương đồng sẽ có một hợp đồng đạt được khối lượng giao dịch lớn và nhận định trước tiên nên tìm kiếm nhóm nhà đầu tư dám chấp nhận rủi ro và chi phí để đạt được mức bảo hiểm rủi ro về giá kỳ vọng. Các nghiên cứu đã liệt kê ở trên đều nhận định tính hiệu quả về bảo hiểm rủi ro của hợp đồng là điều kiện tiên quyết quan trọng đối với thành công của thị trường.

+ Đối với nội dung đo lường tính thanh khoản của hợp đồng phái sinh, Black (1986) đã sử dụng dung lượng thị trường là tiêu thức đo lường tính thanh khoản như là đại diện bởi khối lượng hợp đồng trung bình. Chordia & Subrahmanyam (2000), trong bài viết “Hoạt động giao dịch và Thanh khoản thị trường” cho rằng tính thanh khoản tăng thu hút các nhà đầu tư là do kết quả của số lượng giao dịch trên thị trường. Các nghiên cứu trên cũng đưa ra nhận định tính thanh khoản của thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh là kết quả chứ không phải là nguyên nhân của thành công đối với Sở giao dịch hàng hoá.

+ Về mô hình đánh giá sự thành công hoặc thất bại của hợp đồng phái sinh Black (1986) đã tiếp cận nghiên cứu thị trường chéo để chỉ ra sự thành công của thị trường và xây dựng mô hình nhằm dự đoán thành công của các hợp đồng thông qua sử dụng mẫu 19 tỷ lệ lợi nhuận của hợp đồng tương lai từ các Sở giao dịch phái sinh ở Hoa Kỳ. Biến phụ thuộc là khối lượng giao dịch, các biến độc lập bao gồm: mối quan hệ giữa rủi ro phần dư của bảo hiểm chéo và tự bảo hiểm đối với hàng hoá; tính thanh khoản thị trường của thị trường hàng hoá chéo; thị trường tiền mặt dành cho hàng hoá và quy mô của thị trường tiền mặt dành cho hàng hoá. Sau đó, Brorsen & Fofana (2001) đã mở rộng mô hình của Black và bổ sung các yếu tố, bao gồm: (i) Sự liên kết theo chiều dọc (ii) Sự quan tâm của người mua và hoạt động của thị trường

giao dịch giao ngay (iii) các mặt hàng không giao dịch trên thị trường tương lai. Mô hình cụ thể của Brorsen & Fofana (2001) đưa ra gồm các yếu tố sau:

(1). Hợp đồng tự bảo hiểm rủi ro có hiệu quả trong việc giảm rủi ro hơn so với hợp đồng bảo hiểm rủi ro chéo hiện có.

(2). Giá giao ngay phải có biến động để tạo ra nhu cầu bảo hiểm rủi ro giá và đầu cơ.

(3). Chi phí thanh khoản của việc sử dụng thị trường tương lai không được cao hơn quá nhiều so với chi phí thanh khoản của việc sử dụng thị trường tương lai bảo hiểm rủi ro chéo đang có.

(4). Thị trường giao ngay phải đủ lớn nhằm thu hút số lượng lớn người tham gia thị trường tương lai là các nhà bảo hiểm rủi ro hoặc nhà đầu cơ.

(5). Kênh tiêu thụ không có liên kết dọc hoặc tập trung ở mức cao.

(6). Thị trường giao ngay phải có các hoạt động giao dịch thường xuyên.

(7). Hàng hóa giao dịch phải đồng nhất hoặc có hệ thống tiêu chuẩn tốt

Cách thức tiếp cận của Brorsen và Fofana theo hướng phân tích các ước lượng tác động của yếu tố 1 và yếu tố 7 trên khối lượng và số dư trên thị trường tương lai. Hầu hết các yếu tố được kỳ vọng có tác động đến sự thành công thị trường tương lai đều không dễ dàng đo lường và do dữ liệu công bố không đầy đủ nên Brorsen & Fofana đã sử dụng các dữ liệu điều tra và phương pháp tiếp cận Delphi.- Nghiên cứu về tác động của Sở giao dịch hàng hóa:

UNCTAD (2009), trong nghiên cứu “Phát huy vai trò của Sở giao dịch hàng hóa trong các thị trường mới nổi” đã chỉ ra những tác động của Sở giao dịch hàng hóa đối với phát triển của một quốc gia trên nhằm giúp các nước đang phát triển xây dựng các mục tiêu và giám sát quá trình phát triển Sở giao dịch hàng hóa. Nghiên cứu trên đã nghiên cứu tình huống của các quốc gia thông qua đánh giá, so sánh Sở giao dịch hàng hóa nông sản tại 5 quốc gia đang phát triển. Nghiên cứu chỉ ra vị trí, vai trò của Sở giao dịch hàng hóa thông qua đó đưa ra các chỉ số đánh giá các tác động tích cực cũng như tiêu cực của Sở giao dịch hàng hóa đối với người nông dân (với 37 giả thuyết) và đối với ngành mặt hàng hoặc tổng thể nền kinh tế (với 44 giả thuyết). Nghiên cứu xác định phát triển Sở giao dịch hàng hóa được tiếp cận dưới hai mục tiêu giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế và được xác định ở ba lĩnh vực ưu tiên bao gồm: (i) Thúc đẩy cơ hội (ii) Hỗ trợ quyền tham gia của người nghèo (iii) Đề cao sự an toàn. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xác định, phân tích và đánh giá những tác động của Sở

giao dịch hàng hóa đối với việc phát triển của một quốc gia trên các khía cạnh phát triển, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế với sự tham gia tập trung vào lĩnh vực nông nghiệp và nông dân. Nghiên cứu kết hợp hai phương pháp nhằm đánh giá các tác động của Sở giao dịch hàng hóa, bao gồm: đánh giá ở góc độ vĩ mô về sự phát triển nông nghiệp, giao dịch nổi bật và môi trường pháp quy; sau đó đánh giá có hệ thống và phân tích các tác động ở cấp độ vi mô và vĩ mô của từng Sở giao dịch hàng hóa. Vì vậy, có thể đánh giá nghiên cứu đã đưa ra được các mục tiêu, định hướng phát triển của Sở giao dịch hàng hóa, cụ thể là tại các nước đang phát triển.

Morgan (2000), tại Báo cáo “Thị trường hàng hoá tương lai tại các quốc gia kém phát triển: Đánh giá và viễn cảnh” với mục tiêu nghiên cứu thị trường giao dịch hàng hóa tương lai tại các nước đang phát triển, đã đánh giá tổng quan thị trường giao dịch tương lai tại các nước kém phát triển, qua đó đưa ra được những khuyến nghị giúp giảm tác động của các biến động giá đối với thị trường các mặt hàng cơ sở.

1.1.2. Các công trình nghiên cứu về điều kiện hình thành và phát triển của Sở giao dịch hàng hóa

Trên góc độ tìm hiểu về thị trường hàng hoá giao sau, Nguyễn Văn Nam (2004), trong Đề tài khoa học cấp Bộ “Nghiên cứu điều kiện hình thành sàn giao dịch nông sản tại Việt Nam” đã nghiên cứu cơ sở khoa học và thực tiễn để hình thành thị trường hàng hóa giao sau của Việt Nam, bước đầu Đề tài đã chuyển hoá một số khái niệm, kiến thức ban đầu và sơ khai về thị trường giao dịch hàng hoá giao sau nói chung và Sở giao dịch hàng hóa nói riêng tại Việt Nam. Đề tài được thực hiện trong bối cảnh Việt Nam chưa có đơn vị, tổ chức thực hiện hoạt động giao dịch hàng hoá giao sau, cũng như chưa có văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa, vì vậy, nghiên cứu còn có một số hạn chế như sau: Cơ sở khoa học chưa thực sự đủ độ tin cậy, các luận cứ, luận điểm chưa rõ khi tác giả căn cứ vào yếu tố thị trường một số hàng hoá nông sản của Việt Nam (chủ yếu đề cập đến nhân tố sản lượng của những hàng hoá được đánh giá là có thế mạnh của Việt Nam) để đưa ra các mô hình về Sở giao dịch hàng hóa cho Việt Nam; chưa xây dựng được hệ thống các yếu tố chủ yếu để hình thành và phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam; một số thuật ngữ chưa thực sự gắn liền với bản chất của cơ cấu, tổ chức và hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa cũng như đối với hoạt động giao dịch hàng hoá giao sau.

Nguyễn Thị Yến (2011), trong Luận án Tiến sỹ “Pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam” đã đứng trên góc độ khoa học pháp lý để nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động mua bán hàng

hóa qua Sở giao dịch hàng hóa và pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Luận án đã phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam trong quan hệ so sánh với pháp luật của một số nước trên thế giới; Đề xuất các định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam. Vì vậy, Luận án tập trung nghiên cứu yếu tố pháp lý tác động đến sự phát và nghiên cứu pháp luật thực định về mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa trong tương quan so sánh với pháp luật một số nước, qua đó chỉ ra những điểm phù hợp cũng như những bất cập, hạn chế của pháp luật hiện hành nhằm đưa ra định hướng và các giải pháp cụ thể hoàn thiện pháp luật điều chỉnh hoạt động này. Cách tiếp cận trên của Luận án chỉ nghiên cứu một phần về cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa nằm trong yếu tố môi trường kinh tế vĩ mô và những vấn đề lý luận về mua bán hàng hóa và pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Tuy nhiên, Luận án mới dừng ở mức nghiên cứu hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa, trong đó đối tượng của hoạt động này là hàng hóa mang những đặc trưng cơ bản phù hợp với giao dịch hàng hoá tương lai và các công cụ tài chính phái sinh từ các giao dịch hàng hoá vật chất.

Cùng đứng trên góc độ tiếp cận từ môi trường kinh tế Bảo Trung (2009), trong Luận án Tiến sỹ “Phát triển thể chế giao dịch nông sản ở Việt Nam” đã tập trung nghiên cứu các hình thức và thể chế giao dịch nông sản thông qua các quan hệ giao dịch giữa các chủ thể tham gia vào quá trình kinh doanh nông sản; nghiên cứu thể chế của các hình thức giao dịch nông sản được trên những khía cạnh: cấu trúc tổ chức, cơ chế vận hành và những điều kiện vật chất để phát triển. Tác giả đã nghiên cứu thể chế giao dịch hàng hóa nông sản tại Việt Nam, theo đó, đề cập thể chế giao dịch hàng hóa nông sản giao sau thông qua Sở giao dịch hàng hóa và đưa ra một số yếu tố tác động đến giao dịch nông sản giao sau như: trình độ, kiến thức của các đối tượng tham gia giao dịch; điều kiện cơ sở vật chất; cơ chế quản lý. Vì vậy, nghiên cứu của Bảo Trung chưa đề cập được đầy đủ các yếu tố tác động đến sự phát triển của giao dịch hàng hoá giao sau nói chung và sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa nói riêng. Ngoài ra, các yếu tố được đưa ra chưa được kiểm chứng trên cơ sở thực tiễn của Việt Nam.

Cùng hướng nghiên cứu về điều kiện phát triển thị trường, Nguyễn Lương Thanh (2009) trong Luận án Tiến sỹ nghiên cứu sự hình thành thị trường hàng hoá giao sau cho một số nông sản của Việt Nam đã chỉ ra bản chất của thị trường giao sau và đưa ra các điều kiện để hình thành thị trường hàng hoá giao sau, bao gồm 6 điều kiện cơ bản: (i) Trình độ phát triển của cơ chế thị trường (ii) Sự phát triển của sản xuất

hàng hoá nông sản (iii) Sự phát triển của thị trường nông sản giao ngay (iv) Trình độ phát triển của doanh nghiệp (v) Khung khổ pháp lý đối với thị trường hàng hoá giao sau (vi) Cơ sở vật chất kỹ thuật và trình độ nhận thức của các thành phần tham gia thị trường. Các điều kiện được đề cập nêu trên dù tương đối đầy đủ, tuy nhiên, thực tế tại Việt Nam và một số nước có nền kinh tế đang phát triển, điều kiện để thị trường giao sau phát triển còn cần có một thị trường tài chính mạnh, đặc biệt là sự tham gia của các trung gian tài chính đủ tiềm lực. Ngoài ra, điều kiện về sản xuất hàng hoá trong nghiên cứu trùng lặp với điều kiện phát triển của thị trường nông sản giao ngay. Do, sản xuất hàng hoá phát triển là điều kiện cần để phát triển thị trường nông sản giao ngay.

Lê Huy Khôi (2012), trong Đề tài khoa học cấp Bộ “Nghiên cứu các sàn giao dịch hàng hoá nông sản trên thế giới và kiến nghị các điều kiện áp dụng vào Việt Nam” trên góc độ nghiên cứu điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa nông sản đã hệ thống tương đối đầy đủ cơ sở lý luận về Sở giao dịch hàng hóa, tìm hiểu mô hình và kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại một số quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ về phát triển Sở giao dịch nông sản. Một số kết quả của Đề tài đạt được như sau:

Đã đưa ra được một số giải pháp, kiến nghị khá sát với thực tế, đó là: *Thứ nhất, về mô hình tổ chức*: cần có sự hậu thuẫn mạnh mẽ của Chính phủ; phải trải qua một quá trình lâu dài và cần có sự cẩn trọng nhất định để thị trường phát triển lành mạnh, vững chắc; phải hoạch định một chiến lược phát triển các sàn giao dịch nông sản một cách cụ thể, bài bản; quản lý nhà nước đối với các Sàn giao dịch nông sản phải trên cơ sở tạo thuận lợi, và hỗ trợ, đặc biệt là hỗ trợ xây dựng được đội ngũ cán bộ quản lý, các chuyên gia có trình độ chuyên sâu về thị trường. *Thứ hai, về phương thức vận hành*: Sàn giao dịch nông sản phải được toàn cầu hóa, quốc tế hóa và ứng dụng mạnh mẽ thương mại điện tử; cần phải thực thi những giải pháp cụ thể cho từng phương thức giao dịch trên sàn.

Về góc độ phân tích yếu tố tác động đến sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa, đề tài đã đưa ra các điều kiện phát triển các Sàn giao dịch hàng hoá nông sản tại Việt Nam, bao gồm: (i) thể chế chính sách; (ii) cơ sở hạ tầng kỹ thuật (cơ sở hạ tầng về tài chính, tín dụng; cơ sở hạ tầng về trang thiết bị phục vụ sàn); (iii) về nguồn nhân lực. Đề tài mới chỉ dừng lại ở mức độ nêu hiện trạng các yếu tố tác động, còn thiếu các thành phần của các yếu tố đã nêu và các yếu tố khác như: sự phát triển của ngành hàng; trung gian tài chính mạnh (không chỉ có thành tố cơ sở hạ tầng về tài chính, tín dụng); sự khác biệt về hợp đồng kỳ hạn (sản phẩm của Sở giao dịch hàng hóa); sự tham gia tích cực của các đối tượng tham gia (người nông dân, nhà đầu tư, nhà làm thương mại,...) và cơ cấu hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa. Đồng thời, các yếu tố tác giả đưa ra chưa được kiểm chứng và đánh giá mức độ tác động dựa trên cơ sở khoa

học vững chắc. Đề tài đã đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các Sàn giao dịch hàng hoá nông sản gắn liền với các điều kiện phát triển đã nêu ở trên. Vì vậy, các giải pháp đưa ra trong Đề tài còn thiếu và chưa được toàn diện.

Trên góc độ nghiên cứu các yếu tố thành công của Sở giao dịch hàng hóa, có thể đưa ra một số công trình điển hình như sau:

+ Shim, E (2006), trong nghiên cứu “Các yếu tố thành công của thị trường nông sản tương lai tại các quốc gia đang phát triển và những tác động đến các Sở giao dịch hàng hóa đang và sắp hoạt động tại các quốc gia đang phát triển” đã giới thiệu mô hình các yếu tố thành công của Sở giao dịch hàng hóa nông sản ở các nước đang phát triển với 8 yếu tố chính bao gồm: (i) Sự ổn định của kinh tế vĩ mô (ii) Hợp đồng niêm yết có sự khác biệt so với các hợp đồng hiện hữu (iii) Thị trường hàng hóa giao dịch đủ lớn hoặc hội nhập vào thị trường trong khu vực (iv) Có sự sẵn sàng tham gia của các đối tượng liên quan (v) Mức độ liên kết dọc của ngành thấp (vi) Định hướng xuất khẩu của hàng hoá (vii) Có các tổ chức tài chính trung gian mạnh (viii) Thiết lập các đơn vị mang tính thể chế (các quy định, trung tâm thanh toán bù trừ tốt). Đồng thời, (Shim, 2006) đã sử dụng phương pháp định tính để kiểm định các yếu tố trên đối với các từng quốc gia, bao gồm Ấn Độ, Nam Phi, Malaysia, Brazil, Argentina, Indonesia và Thái Lan.

+ Cùng cách tiếp cận của Shim.E (2006), Shahidur Rashid, Winter-Nelson & Garcia (2010), trong công trình nghiên cứu “Mục đích và tiềm năng đối với các SGDHH tại các nền kinh tế Châu Phi” chỉ ra 3 điều kiện để phát triển Sở giao dịch bao gồm: (i) Môi trường pháp luật và kinh tế; (ii) Điều kiện về hàng hoá; (iii) Điều kiện về hợp đồng. Trong đó, đối với *điều kiện về môi trường pháp luật, kinh tế*, có 6 yếu tố đã được nêu và đánh giá, đó là: (i) Cơ sở hạ tầng; (ii) Cơ sở pháp lý và quy định của SGDHH; (iii) Sự ổn định kinh tế vĩ mô; (iv) Lĩnh vực tài chính và thương mại phát triển; (v) Sự can thiệp về chính sách đối với biến động giá; (vi) Tổ chức và quy mô sản xuất nông nghiệp. Đối với *điều kiện về hàng hoá* có 4 yếu tố: (i) Hàng hoá có thể bảo quản được; (ii) Hàng hoá đồng nhất về tiêu chuẩn hoá; (iii) Thị trường hàng hoá giao ngay lớn và sôi động; (iv) Giá hàng hoá trên thị trường giao ngay có biến động. Đối với *điều kiện về hợp đồng* có 2 yếu tố: (i) Thu hút các đối tượng tham gia thị trường; (ii) Ngăn chặn sự lôi kéo và cân bằng lợi ích.

Có thể nhận thấy rằng, hai công trình nghiên cứu trên có một số hạn chế như sau: Do việc thực hiện đánh giá các điều kiện và yếu tố phát triển Sở giao dịch hàng hóa ở nhiều quốc gia, với một số giả thuyết và yếu tố chưa được kiểm định nên các kết luận đưa ra của nghiên cứu chưa được toàn diện. Đồng thời, trong hai nghiên cứu trên, mô hình nghiên cứu chưa đưa ra một số yếu tố tác động đến sự phát triển của Sở giao dịch hàng

hóa, cụ thể là: sự tác động của các hợp đồng niêm yết tại các Sở giao dịch hàng hóa của các nước phát triển và yếu tố về cơ cấu tổ chức cũng như các đối tượng tham gia các hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa.

Trên cơ sở nghiên cứu các công trình về phát triển Sở giao dịch hàng hóa, tác giả tiếp cận Sở giao dịch hàng hóa dưới góc nhìn là tổ chức kinh tế hoạt động chịu sự tác động của các yếu tố ngoại sinh như: (i) môi trường pháp lý và kinh tế; (ii) điều kiện về mặt hàng giao dịch bao gồm năng lực sản xuất và thị trường mặt hàng giao dịch; (iii) điều kiện về cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật. Yếu tố nội sinh đó là điều kiện đảm bảo sự thành công của hợp đồng giao dịch. Trong đó, sự liên kết, liên thông với thị trường quốc tế của hợp đồng niêm yết được luận án chỉ ra sẽ là nhân tố mới tác động đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

Để đánh giá sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam, tác giả căn cứ vai trò của Sở giao dịch hàng hóa đối với nền kinh tế thể hiện qua việc phân tích về sự tăng trưởng của quy mô, đặc biệt là tập trung phân tích sự phát triển về chất lượng của các Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam, thể hiện qua các chức năng chủ yếu của Sở giao dịch hàng hóa, bao gồm: chức năng cốt lõi của Sở giao dịch hàng hóa như sau: (i) Phát hiện giá; (ii) Quản lý rủi ro về giá; (iii) Kênh đầu tư và chức năng mở rộng như sau: (i) Hỗ trợ thương mại vật chất (ii) Hỗ trợ về tài chính (iii) Phát triển thị trường. Tuy nhiên, do hoạt động giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam mới bước đầu được tổ chức và thời gian hoạt động trong thời gian hơn 1 năm. Vì vậy, để đánh giá sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, tác giả sẽ tập trung phân tích, đánh giá 2 chỉ tiêu cơ bản sau: (i) Sự tham gia của các đối tượng liên quan; (ii) khối lượng và số lượng giao dịch hàng hóa phái sinh.

1.2. Phương pháp nghiên cứu

1.2.1. Giác độ nghiên cứu

- Nghiên cứu ở giác độ vĩ mô nền kinh tế quốc dân. Cơ sở khoa học cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa được hình thành từ nghiên cứu cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn.

- Nghiên cứu Sở giao dịch hàng hóa đối với giao dịch hàng hóa phái sinh.

1.2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Luận án sử dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử để xem xét quá trình hình thành và phát triển của Sở giao dịch hàng hóa.

- Luận án sử dụng phương pháp phân tích và tổng hợp, phương pháp đối chiếu so sánh; phương pháp toán thống kê; phương pháp mô hình để phân tích, đánh giá các tư liệu và số liệu thứ cấp.

- Luận án được sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xây dựng cơ sở khoa học về phát triển Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam, thông qua 3 bước là nghiên cứu tổng quan lý thuyết, nghiên cứu định tính sơ bộ và nghiên cứu định tính chính thức. Nghiên cứu định tính sơ bộ nhằm nhận dạng và phân loại các loại hình Sở giao dịch hàng hóa và những yếu tố tác động đến sự hình thành và phát triển Sở giao dịch hàng hóa đã hoạt động ở Việt Nam. Nghiên cứu định tính chính thức nhằm tổng quát hóa các hiện tượng, sự vật, quá trình để tìm ra bản chất, đặc trưng của các loại hình Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam. Thông qua nghiên cứu thực địa, nghiên cứu bằng phương pháp nghiên cứu khảo sát và phỏng vấn, luận án sẽ mô phỏng thế giới thực các loại hình Sở giao dịch hàng hóa về mô hình hoạt động, cơ chế tương tác giữa các chủ thể tham gia vào quá trình giao dịch trong điều kiện, bối cảnh môi trường kinh tế, pháp lý cụ thể có tính lịch sử và các yếu tố như mặt hàng giao dịch, hợp đồng giao dịch có tác động đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

Quy trình nghiên cứu

Bước 1: Tổng quan lý thuyết

Nghiên cứu lý thuyết được áp dụng nhằm hệ thống hóa và tìm khoảng trống lý thuyết có liên quan đến phát triển Sở giao dịch hàng hóa. Trong đó, các điều kiện đảm bảo phát triển Sở giao dịch hàng hóa được đưa ra dựa trên các công trình nghiên cứu có liên quan đến sự hình thành và thành công của Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới. Những điều kiện bảo đảm sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa được phát hiện, lý giải, sắp xếp một cách khoa học phù hợp với đặc điểm, tính chất của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, qua đó hình thành mô hình nghiên cứu của Luận án.

Bước 2: Nghiên cứu định tính sơ bộ

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện dựa trên mô hình nghiên cứu đề xuất, gắn chặt với mục tiêu nghiên cứu. Để phù hợp với bối cảnh phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, bảng hỏi phỏng vấn chuyên sâu được thực hiện đối với 2 chuyên gia, 2 nhà quản lý Sở giao dịch hàng hóa và 5 nhà quản lý nhà nước trong lĩnh vực. Bảng phỏng vấn chuyên sâu tập trung 2 nội dung: Thứ nhất, đánh giá tình hình hoạt động Sở giao dịch hàng hóa trong thời gian quan; Thứ hai, đánh giá mức độ phát triển và các yếu tố tác động đến sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa. Kết quả của phỏng vấn chuyên sâu giúp nhận diện thực trạng phát triển, rút gọn và bổ sung một số điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

Bước 3: Nghiên cứu định tính chính thức

Thông qua cơ sở dữ liệu thứ cấp và số liệu báo cáo hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, Luận án đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả, mô hình hóa, tiếp cận hệ thống để phân tích đánh giá thực trạng, điều kiện đảm bảo sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

Trên cơ sở mô hình nghiên cứu được đưa ra, tác giả sử dụng các nguồn dữ liệu thứ cấp thu thập được để đánh giá điều kiện đảm bảo phát triển Sở giao dịch hàng hóa. Đồng thời, một số điều kiện được phát hiện và kiểm định thông qua 152 phiếu điều tra các doanh nghiệp đã từng giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam.

1.2.3. Phương pháp phỏng vấn

Phương pháp phỏng vấn được thực hiện trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ dựa trên mô hình nghiên cứu đề xuất, gắn chặt với mục tiêu nghiên cứu.

- Đối tượng khảo sát:

+ Cán bộ quản lý, nhân viên của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

+ Cán bộ quản lý nhà nước ở cấp Trung ương và một số nhà nghiên cứu trong các lĩnh vực có liên quan.

- Nội dung phỏng vấn chuyên sâu tập trung vào 2 nội dung:

+ Đánh giá mức độ phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, trong đó nhấn mạnh đến mô hình tổ chức hoạt động, các sản phẩm của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

+ Phát hiện, đánh giá mức độ quan trọng của các điều kiện đảm bảo cho sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

- Kết quả:

Thực hiện phỏng vấn 11 đối tượng, trong đó cán bộ quản lý Sở giao dịch hàng hóa là 2; cán bộ quản lý nhà nước là 5; chuyên gia nghiên cứu là 4.

- Phương pháp xử lý: Bám sát vào các điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa, các phiếu phỏng vấn được dữ liệu hóa qua bảng Excel vào từng nhóm điều kiện. Đồng thời, trong quá trình phỏng vấn khi phát hiện ra những yếu tố mới, tác giả tập trung dành thời gian trao đổi và hỏi sâu nhằm khẳng định tính chắc chắn của yếu tố có tính mới tại Việt Nam.

1.2.4. Phương pháp khảo sát

- Đối tượng khảo sát:

Các doanh nghiệp đã từng tham gia giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa hoặc đã từng sử dụng công cụ hàng hoá phái sinh thông qua các kênh giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa ở nước ngoài, ngân hàng thương mại của Việt Nam.

- Nội dung phiếu khảo sát:

+ Tập trung đánh giá tình hình sử dụng công cụ giao dịch phái sinh hàng hoá thông qua các tiêu chí về lĩnh vực kinh doanh, sự hiểu hiểu về giao dịch hàng hoá phái sinh, những khó khăn có liên quan và sự cảm nhận, đánh giá mức độ phát triển thị trường.

+ Đánh giá mức độ phát triển Sở giao dịch hàng hóa và thị trường giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam, trong đó nhấn mạnh đến các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường giao dịch hàng hóa phái sinh.

+ Phát hiện, đánh giá mức độ quan trọng của các điều kiện đảm bảo cho sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

- Kết quả:

Thu về được 152 phiếu trong số 450 phiếu đã phát ra và được thu thập trực tiếp, qua đường email và bưu điện của các doanh nghiệp đã sử dụng công cụ phái sinh hàng hóa.

- Phương pháp xử lý kết quả: Sử dụng phần mềm SPSS để tổng hợp, xử lý và phân tích kết quả khảo sát.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ

2.1. Lý luận chung về Sở giao dịch hàng hóa

2.1.1. Khái niệm và mô hình tổ chức Sở giao dịch hàng hóa

Lịch sử hình thành của Sở giao dịch hàng hóa gắn liền với hình thức giao dịch hàng hóa kỳ hạn, sau đó từng bước phát triển dưới sự tác động của quy mô sản xuất, các hình thái kinh tế và đặc biệt là sự phát triển đột phá trong lĩnh vực khoa học công nghệ.

Giao dịch hàng hóa kỳ hạn được hình thành từ hơn 10 nghìn năm trước khi hàng hóa và dịch vụ được tiến hành trao đổi. Trong giai đoạn đầu, hoạt động trao đổi hàng hóa gặp nhiều khó khăn do thời điểm thu hoạch có sự chênh lệch lớn trong năm, giải pháp được đưa ra là lấy những hàng hóa có thể lưu trữ thời gian lâu như rượu vang, ngũ cốc làm vật trung gian để trao đổi và có thể coi những mặt hàng này có công năng như tiền tệ. Tuy nhiên, về tính chất người ta đã sử dụng hàng hóa để đổi lấy thỏa thuận nhận một lượng hàng hóa trong tương lai, đây là hình thái ban đầu của hợp đồng hàng hóa kỳ hạn. Khoảng 8 nghìn năm trước Công nguyên, người Sumer sinh sống tại Trung Đông đã sử dụng thê đất cùng lọ đất để thay thế rượu vang làm hợp đồng thỏa thuận ung cấp một lượng hàng hóa vào một ngày đã được ấn định với giá cả và ngày cũng được ấn định.

Thời kỳ cổ đại, người Athen đã đưa ra hợp đồng vận chuyển thương mại tương tự như hợp đồng kỳ hạn. Các thương gia Châu Âu đã phát triển chứng thư hội chợ (fair letter) để thanh toán tại hội chợ thương mại như Hội chợ Champagne và Brie của Pháp.

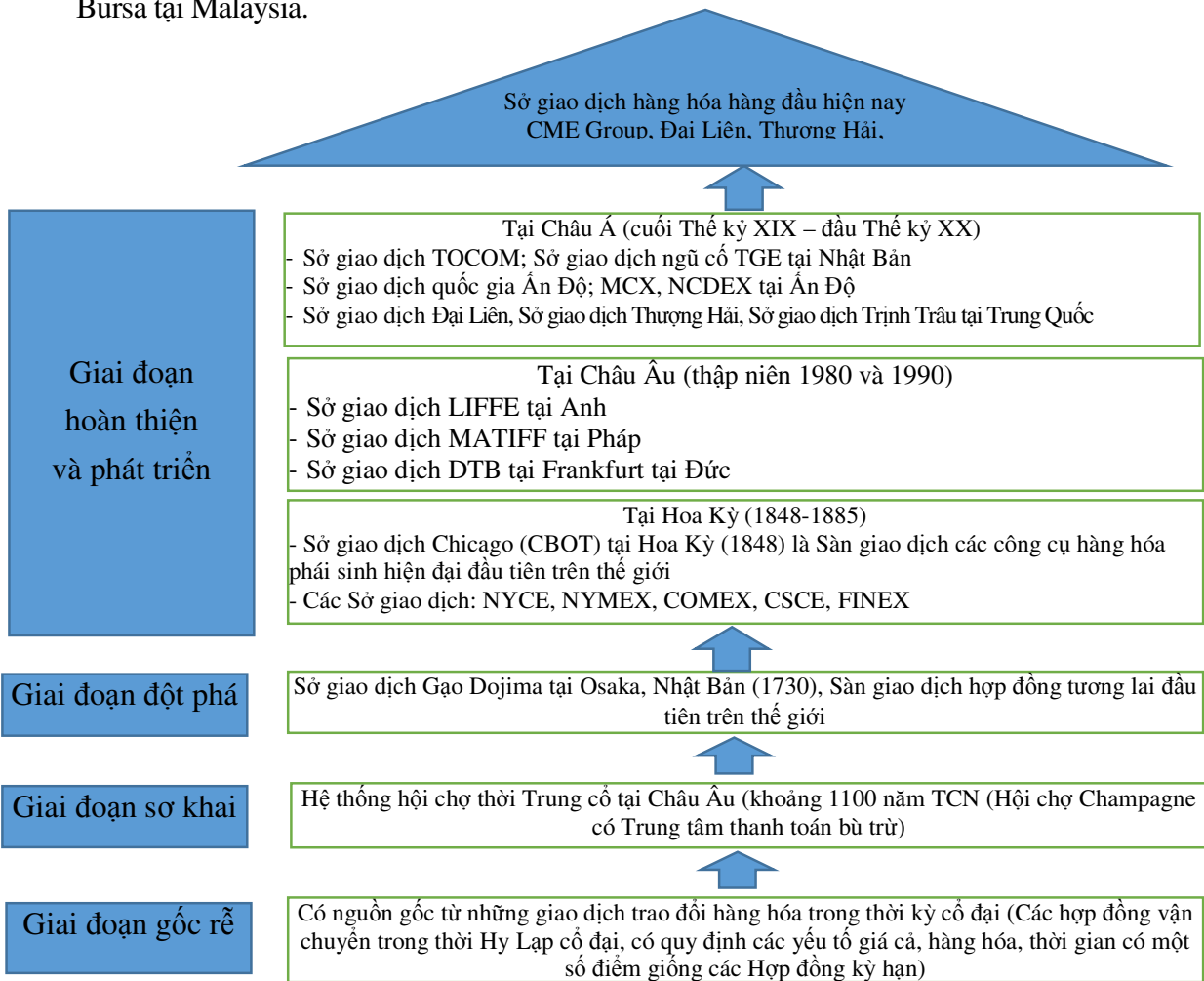
Vào khoảng những năm 1700, tại Osaka Nhật Bản các thương nhân mang gạo đến bán đấu giá. Bên thắng thầu tại cuộc đấu giá gạo sẽ nhận được một chứng thư, khi họ nộp chứng thư và tiền thì sẽ được nhận gạo. Các chứng thư gạo này về sau được phép chuyển nhượng và dần dần hình thành thị trường giao dịch chứng thư. Năm 1730, thị trường giao dịch chứng thư gạo được sự hỗ trợ của Chính phủ thành lập một tổ chức như Sở giao dịch hàng hóa với các đơn vị như trung tâm thanh toán chịu trách nhiệm thanh toán cho các thương nhân có chứng thư.

Như vậy, Nhật Bản là quốc gia thành lập Sở giao dịch hàng hóa đầu tiên trên thế giới. Tuy nhiên, nơi hình thành, đánh dấu sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa lại là Hoa Kỳ. Năm 1848, Sở giao dịch hàng hóa Chicago (CBOT) được thành lập và tiến hành giao dịch các công cụ hàng hóa phái sinh do 82 thương nhân buôn ngũ cốc ở thị trấn nhỏ Midwestern. CBOT được coi là một trung tâm mua bán nơi mà những người nông dân và các thương nhân gặp gỡ để đổi tiền lấy việc giao ngay những loại hàng hoá nông sản như

lúa mì. Trên cơ sở những quy định do CBOT thiết lập từ việc đánh giá, cân loại lúa mì, và lưu trữ, bảo quản lúa mì chưa được giao dịch, đến việc đấu giá, và giải quyết những tranh chấp diễn ra. Trong giai đoạn đầu CBOT tổ chức giao dịch các mặt hàng ngũ cốc, sản phẩm phẩm đông lạnh, tiếp theo là giao dịch về chứng khoán, ngoại tệ và vàng.

Tại Châu Âu, các Sở giao dịch hàng hóa được hình thành và phát triển trong giai đoạn từ năm 1980 đến 1990, trong đó có thể kể đến như Sở giao dịch LIFFE của Anh (thành lập năm 1982), Sàn giao dịch Matif của Pháp (thành lập năm 1986), Sở giao dịch DTB của Đức (thành lập năm 1990).

Tại Châu Á, các Sở giao dịch hàng hóa được thành lập từ cuối thế kỷ 19 sau đó chững lại và thực sự phát triển vào cuối thế kỷ 20. Các quốc gia ở Châu Á có Sở giao dịch hàng hóa phát triển gồm: Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia với một số Sở giao dịch hàng hóa tiêu biểu như: Sở giao dịch TOMCOM tại Nhật Bản, Sở giao dịch quốc gia NCDEX tại Ấn Độ, Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên tại Trung Quốc, Sở giao dịch hàng hóa Bursa tại Malaysia.



Hình 2.1. Quá trình hình thành, phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới

Nguồn: Deutsche Borse Group (2008)

Ở một số quốc gia đang phát triển khác, Sở giao dịch hàng hóa có phạm vi hoạt động rộng hơn với mục tiêu khuyến khích các hoạt động giao dịch trong ngành hàng. Các giao dịch này sử dụng các công cụ khác biệt với công cụ hàng hoá phái sinh ví dụ như: các giao dịch giao ngay khi thực hiện giao hàng trực tiếp, hợp đồng kỳ hạn trên cơ sở chứng chỉ kho hàng hoặc giao dịch các thoả thuận mua lại sản phẩm của nông dân với mục đích đầu tư vốn.

Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới hiện nay chủ yếu giao dịch các sản phẩm nông sản và các loại nguyên liệu thô khác (lúa mì, lúa mạch, đường, ngô, bông, cà phê, sản phẩm sữa, dầu mỏ, các loại kim loại,...) và các hợp đồng phái sinh dựa trên các mặt hàng trên. Thông thường không có nhiều hàng hoá vật chất được giao dịch nhưng các hợp đồng được tiêu chuẩn hoá chặt chẽ về cả chất lượng và các điều kiện thương mại gắn với từng mặt hàng cụ thể. Các hợp đồng niêm yết trên Sở giao dịch bao gồm giá giao ngay, kỳ hạn, tương lai và quyền chọn. Các sản phẩm với tính chất phức tạp khác có thể bao gồm tỷ lệ lãi suất, các chỉ số môi trường, hợp đồng hoán đổi (Swaps) hoặc hợp đồng vận chuyển (Hull, J.C, 1998).

Như vậy, Sở giao dịch hàng hóa phát triển có tính lịch sử, các loại hình Sở giao dịch hàng hóa có thể được phân loại theo nhiều tiêu chí (các mặt hàng giao dịch, quy mô hoạt động, các sản phẩm giao dịch, công nghệ giao dịch,...). Một là, theo tính chất của quá trình giao dịch hàng hóa, Sở giao dịch hàng hóa được chia ra bao gồm: Sở giao dịch hàng hóa giao ngay và Sở giao dịch hàng hóa phái sinh. Hai là, theo đối tượng hàng hoá giao dịch, Sở giao dịch hàng hóa bao gồm: Sở giao dịch hàng hóa nông sản và Sở giao dịch hàng hóa công nghiệp.

Mặc dù đã có quá trình lịch sử ra đời và phát triển lâu dài, khái niệm Sở giao dịch hàng hóa không phải chỉ duy nhất và thống nhất chung. Mỗi một giai đoạn phát triển, thậm chí mỗi quốc gia lại có khái niệm khác về Sở giao dịch hàng hóa.

- Khái niệm Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ được tiếp nối, kế thừa từ các văn bản quy phạm pháp luật khác như Luật Sở Chứng khoán năm 1934, các quy định về Sở giao dịch hàng hóa bao gồm:

Sở giao dịch hàng hóa (Board of Trade) là bất kỳ sở giao dịch được tổ chức hoặc các cơ sở giao dịch khác. Trong đó, khái niệm “sở giao dịch” được hiểu là bất kỳ tổ chức, hiệp hội hoặc nhóm người kể cả được đăng ký hoặc chưa đăng ký thực hiện, duy trì hoặc cung cấp một địa điểm hoặc cơ sở vật chất nhằm làm cầu nối giữa người mua và người bán chứng khoán hoặc làm những chức năng tương tự như sở giao dịch cổ phiếu, bao gồm cả địa điểm và cơ sở hỗ trợ.

- Theo Luật Giao dịch hàng hóa của Tại Nhật Bản, Sở giao dịch hàng hóa quy

định là công ty cổ phần thực hiện mở các thị trường cần thiết để thực hiện các giao dịch tương lai của hàng hóa hoặc các chỉ số hàng hóa khi có được giấy phép hoạt động. Như vậy, Sở giao dịch hàng hóa tại Nhật Bản phải được các cơ quan chức năng sẽ thực hiện cấp phép hoạt động, thông qua điều lệ, quy tắc thị trường, nguyên tắc của hợp đồng môi giới, nguyên tắc giải quyết tranh chấp, các quy tắc hoạt động của Ủy ban giám sát giao dịch thị trường. Đồng thời, Sở giao dịch hàng hóa tại Nhật Bản phải đáp ứng một số điều kiện như sau:

+ Là công ty cổ phần, hoặc là công ty cổ phần ở nước ngoài có văn phòng tại Nhật Bản, hoặc là các doanh nghiệp khác được quy định theo văn bản riêng.

+ Phải có năng lực tài chính để đảm bảo hoạt động kinh doanh hàng hóa phái sinh và triển vọng kinh doanh sản phẩm này phải khả quan. Tài sản ròng của các công ty này phải đảm bảo không nhỏ hơn 100 triệu yên.

+ Công ty phải có đủ hiểu biết và kinh nghiệm để đảm bảo hoạt động kinh doanh sản phẩm hàng hóa phái sinh một cách công bằng và tuân thủ các quy định pháp luật, đồng thời phải được sự tín nhiệm của xã hội. Ngoài ra, các công ty này phải có cơ chế bảo vệ khách hàng.

Khái niệm Sở giao dịch hàng hóa bắt đầu được đề cập đến khoảng 10 năm nay ở Việt Nam sau khi có những nghiên cứu về các phương thức hoạt động giao dịch hàng hoá nông sản hiện đại, trong đó có phương thức giao dịch hàng hoá giao sau vốn là một trong những đặc trưng và tiền đề để phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

Theo Đại từ điển kinh tế thị trường: “Sở giao dịch hàng hóa là một hình thức thị trường đặc biệt, thực hiện việc mua bán quy mô lớn, theo mẫu và quy cách hàng hoá” (Nguyễn Hữu Quỳnh, 1998). Sở giao dịch hàng hóa có đặc điểm như sau: Giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa không có hàng hoá bán ra, mà chỉ mua bán hàng hoá theo mẫu và quy cách; đối tượng giao dịch không phải là những hàng hoá khác nhau nhiều, mà thường là những hàng hoá cùng chất lượng, quy cách. Việc giao dịch ở Sở giao dịch hàng hóa được thực hiện chủ yếu theo giao dịch kỳ hạn, sau khi thành giá, qua một thời gian nhất định mới giao hàng cho người mua. Tại Sở giao dịch hàng hóa, việc mua bán thường không gắn liền với việc di chuyển thực tế của hàng hoá, mà chỉ là mua bán quyền sở hữu hàng hoá. Do đó, Sở giao dịch hàng hóa mở rộng và đẩy mạnh hoạt động của thị trường, đồng thời tạo điều kiện cho hoạt động đầu cơ của các nhà tài chính.

Đứng về góc độ pháp lý của Việt Nam, Sở giao dịch hàng hóa được quy định tại Nghị định số 158/2006/NĐ-CP ngày 28 tháng 12 năm 2006 của Chính phủ hướng dẫn thi hành Luật Thương mại 2005, theo đó: “Sở giao dịch hàng hóa là pháp nhân được

thành lập và hoạt động dưới hình thức Công ty trách nhiệm hữu hạn, Công ty cổ phần theo quy định của Luật Doanh nghiệp và quy định của Nghị định này”.

Theo tác giả Nguyễn Lương Thanh, tại Luận án Tiến sỹ, đã định nghĩa “Sở giao dịch hàng hóa là một loại thị trường đặc biệt được tổ chức tại một địa điểm vào những khoảng thời gian nhất định theo chu kỳ, tại đó thông qua những người môi giới người ta tiến hành mua bán các loại hàng hóa với số lượng lớn và đại bộ phận là mua bán không nhằm đầu cơ để hưởng chênh lệch giá” (Nguyễn Lương Thanh, 2009).

Xét trên tất cả các khía cạnh của các khái niệm về Sở giao dịch hàng hóa đã được đề cập ở trên, có thể nhận thấy Sở giao dịch hàng hóa có những nét đặc trưng để nhận diện như sau: (i) Là một tổ chức có quy mô; (ii) Thiết lập, vận hành hệ thống nhằm kết nối các đối tượng tham gia giao dịch, trao đổi các hợp đồng được tiêu chuẩn hoá về khối lượng, chất lượng, thời gian và địa điểm giao hàng hoá.

Trong Luận án, Sở giao dịch hàng hóa được định nghĩa như sau: *Sở giao dịch hàng hóa là doanh nghiệp thực hiện kết nối các đối tượng tham gia giao dịch mua bán hàng hóa được tiêu chuẩn hóa theo hợp đồng tương lai.*

Hợp đồng tương lai giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa là hợp đồng giữa hai bên mua và bán một hàng hóa nhất định được chuẩn hóa về khối lượng và chất lượng với giá giao dịch được thống nhất tại ngày hôm nay nhưng thời gian giao hàng và thanh toán sẽ thực hiện vào một ngày cụ thể trong tương lai được quy định tại hợp đồng. Giao dịch hàng hóa tương lai phải thực hiện thông qua Sở giao dịch hàng hóa theo mẫu hợp đồng tương lai của Sở giao dịch hàng hóa.

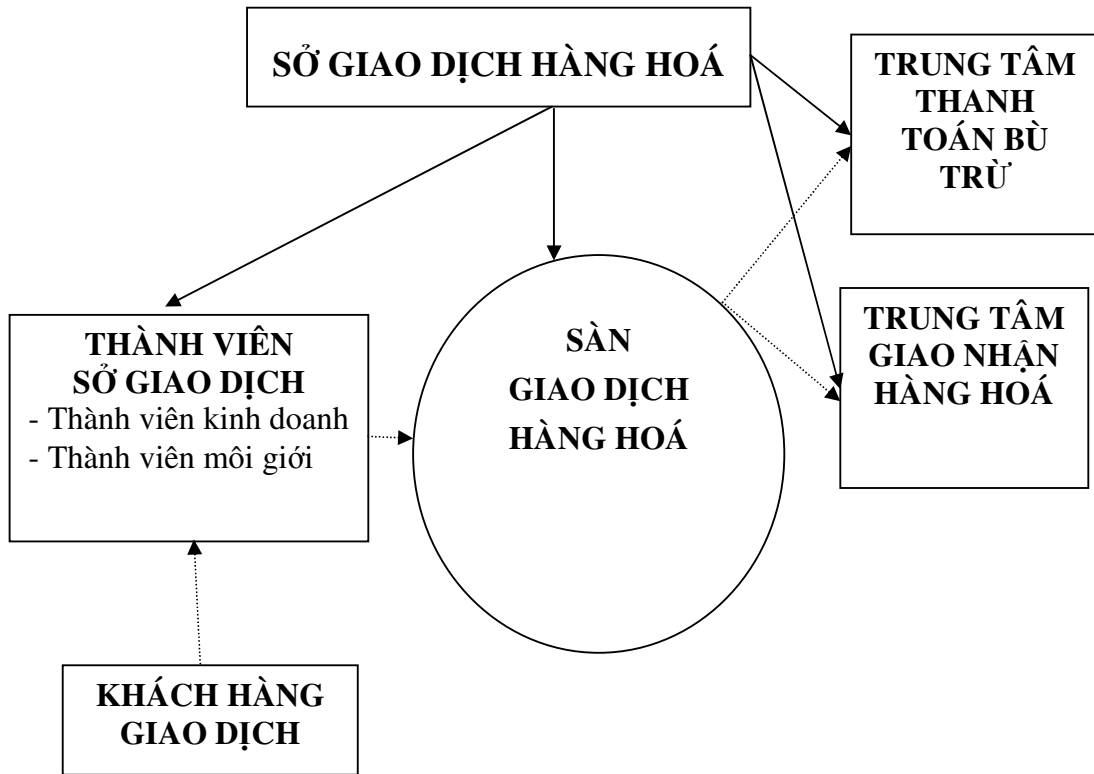
Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới hoạt động dưới hai mô hình, gồm: Sở giao dịch hàng hóa hoạt động dưới hình thức phi lợi nhuận và Sở giao dịch hàng hóa hoạt động vì mục đích lợi nhuận.

Mô hình Sở giao dịch hàng hóa phi lợi nhuận có cơ cấu tổ chức các bộ phận phục vụ hoạt động giao dịch. Tuy nhiên, các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa là những người góp vốn, sở hữu thành lập để phục vụ cho những mục đích giao dịch của chính những thành viên này. Vì vậy, những thành viên sáng lập Sở giao dịch hàng hóa có quyền quyết định hoặc biểu quyết những vấn đề quan trọng liên quan đến Sở giao dịch hàng hóa. Thông thường, mô hình Sở giao dịch hàng hóa phi lợi nhuận được xây dựng và hình thành khi có sự tham gia của Nhà nước là một trong những thành viên chính.

Mô hình Sở giao dịch hàng hóa vì mục đích lợi nhuận được thành lập như một

công ty đại chúng với sự tham gia góp vốn của nhiều đối tượng tham gia sở hữu. Mô hình này hoạt động nhằm cung cấp các sản phẩm phục vụ các giao dịch phái sinh hàng hoá, dịch vụ giao nhận kho hàng, dịch vụ thanh toán bù trừ, dịch vụ tài chính,... thu phí của các khách hàng giao dịch và sử dụng dịch vụ. Mô hình Sở giao dịch hàng hóa hoạt động vì mục đích lợi nhuận có ưu điểm chính là năng động, đi sát với nhu cầu thực sự của các đối tượng tham gia giao dịch, qua đó tạo ra được các sản phẩm giao dịch có tính ưu việt, có tính cạnh tranh cao.

Mô hình Sở giao dịch hàng hóa có khác nhau nhưng cơ cấu tổ chức hoạt động không có sự khác biệt. Để vận hành một SGDHH, về cơ bản cần một số bộ phận chính như sau:



Hình 2.2. Mô hình hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa

Sàn giao dịch hàng hoá: là nơi khách hàng thực hiện giao dịch thông qua lệnh giao dịch được Sở giao dịch hàng hóa công bố công khai, minh bạch để khớp lệnh đặt mua và đặt bán của khách hàng được khớp lệnh và có xác nhận giao dịch. Sàn giao dịch hàng hoá phổ biến hiện nay là sàn giao dịch đấu giá trực tiếp công khai (Open outcry) và sàn giao dịch điện tử (electronic trading floor).

Trung tâm thanh toán bù trừ: là bộ phận không thể thiếu đối với hoạt động giao dịch hàng hóa tương lai, Sở giao dịch hàng hóa phải đóng giao dịch thông qua Trung

tâm thanh toán bù trừ tại thời điểm cuối mỗi phiên giao dịch. Sở giao dịch hàng hóa phải đặt cọc với Trung tâm thanh toán bù trừ một số tiền (theo yêu cầu của Trung tâm thanh toán bù trừ) đủ để cân bằng thanh toán. Trung tâm thanh toán bù trừ thay mặt các Sở giao dịch hàng hóa để hoàn thành nghĩa vụ thanh toán mua bán đối với các hợp đồng giao dịch hàng hóa.

Trung tâm giao nhận hàng hoá: là bộ phận thực hiện lưu giữ, bảo quản và giao nhận hàng hoá cho các hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa. Trung tâm giao nhận hàng hoá còn có nhiệm vụ kiểm định, bảo đảm chất lượng hàng hoá theo đúng tiêu chuẩn quy định tại các hợp đồng niêm yết. Trung tâm giao nhận hàng hoá là nơi phát hành chứng chỉ kho hàng, nơi khách hàng gửi hàng và được giao chứng chỉ có giá trị được đảm bảo.

2.1.2. Đặc điểm mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa

Mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa có nhiều đặc điểm khác biệt với hoạt động mua bán hàng hoá thông thường. Đặc điểm mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa như sau:

Một là, mua bán hàng hoá thông qua các hợp đồng phái sinh được niêm yết trên Sàn giao dịch hàng hoá.

Giao dịch hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa, người mua, người bán không trực tiếp giao dịch. Các khách hàng đặt lệnh mua hoặc lệnh bán và chuyển lên Sàn giao dịch thông qua thành viên môi giới hoặc thành viên kinh doanh của Sở giao dịch hàng hóa. Vì vậy, mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa có sự khác biệt cơ bản với hoạt động mua bán trên thị trường giao ngay. Sở giao dịch hàng hóa sẽ là đơn vị chịu trách nhiệm cuối cùng về tất cả dịch vụ mà Sở cung cấp và có quyền thu phí dịch vụ, từ việc nhận lệnh, khớp lệnh đến việc giao hàng, thanh toán hay thanh khoản theo ngày.

Hai là, mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa là hoạt động giao dịch hàng hóa tương lai.

Khi khớp lệnh trên Sàn giao dịch, hàng hóa vật chất sẽ được chuyển giao cho người mua vào một thời điểm ấn định trong tương lai theo quy định và hợp đồng mẫu giao dịch của Sở giao dịch hàng hóa. Mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa là hoạt động giao dịch tại thời điểm hiện tại nhưng quyền và nghĩa vụ phát sinh vào thời điểm tương lai. Người bán chưa giao hàng cho người mua, người mua chưa cần quan tâm đến sự hiện hữu của hàng hóa. Vì vậy, ngay thời điểm đó, người bán chưa phải chuyển giao quyền sở hữu hàng hóa cho người mua và người mua cũng chưa phải thanh toán giá trị lô hàng cho người bán.

Ba là, mua bán các mặt hàng có sự biến động lớn về giá, chất lượng được tiêu chuẩn hoá, số lượng giao dịch lớn.

Trên cơ sở đáp ứng những tiêu chí về mặt hàng nêu trên, Sở giao dịch hàng hóa xây dựng các sản phẩm giao dịch hàng hoá phái sinh, thể hiện bằng các hợp đồng mẫu thông qua các hợp đồng tương lai, hợp đồng quyền chọn hoặc hợp đồng hoán đổi, từ đây có thể phát sinh các giao dịch hàng hoá vật chất. Do vậy, hàng hóa giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa trước hết là hàng hóa thực, thông thường là nguyên liệu đầu vào phục vụ cho hoạt động sản xuất, chế biến, xuất khẩu, nhập khẩu...

Bốn là, mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa được thiết lập thông qua các thành viên hoặc giữa các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa thông qua hoạt động tự doanh.

Trước khi thiết lập quan hệ giao dịch hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa, khách hàng sử dụng dịch vụ thông qua hình thức môi giới hoặc ủy thác mua bán hàng hóa theo quy định của từng quốc gia. Khi khách hàng đáp ứng các yêu cầu theo quy định của Sở giao dịch hàng hóa, khách hàng sử dụng dịch vụ trực tiếp với thành viên kinh doanh của Sở giao dịch hàng hóa hoặc thông qua thành viên môi giới. Thành viên môi giới có thể trực tiếp hoặc thông qua một hoặc một vài chủ thể trung gian để chuyển lệnh giao dịch của khách hàng đến thành viên kinh doanh của Sở giao dịch hàng hóa. Như vậy, khi thực hiện sử dụng dịch vụ, giao dịch hàng hóa của khách hàng sẽ được các chủ thể chuyển lên Sở giao dịch hàng hóa để khớp lệnh, qua đó đáp ứng nhu cầu giao dịch của khách hàng nhằm tìm kiếm lợi nhuận. Các chủ thể thực cung cấp dịch vụ gồm: thành viên kinh doanh, thành viên môi giới và Sở giao dịch hàng hóa được hưởng phí giao dịch khi giao dịch của khách hàng được khớp lệnh.

Năm là, mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa theo quy định của luật pháp và của Sở giao dịch hàng hóa.

Hoạt động mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa diễn ra thông qua các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa cùng với sự hỗ trợ của các đơn vị chức năng trực thuộc. Với mục tiêu đảm bảo các giao dịch nhanh chóng, an toàn và bảo đảm lợi ích cho khách hàng, Sở giao dịch hàng hóa đặt ra các quy định rất chặt chẽ, yêu cầu các bên tham gia giao dịch nghiêm túc tuân thủ. Những quy định này nằm trong khuôn khổ pháp luật và theo khung pháp luật quy định mà từng Sở giao dịch hàng hóa áp dụng đối với khách hàng có nhu cầu giao dịch. Như vậy, khách hàng tham gia giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa ngoài việc phải tuân thủ luật pháp chung còn phải tuân thủ các quy định do Sở giao dịch hàng hóa thiết lập.

2.1.3. Vai trò của Sở giao dịch hàng hóa

2.1.3.1. Xác định và điều tiết giá trên thị trường hàng hoá

Xác định giá là cơ chế thông qua đó giá phản ánh các thông tin về thị trường. Các mức giá được thiết lập trên thị trường mở, qua đó phản ánh chính xác thực tế cung cầu đối với thị trường hàng hoá trên cả thị trường giao ngay theo phương thức giao hàng ngay và trên thị trường kỳ hạn và tương lai theo phương thức giao hàng trong tương lai. Lợi ích của việc phát hiện giá có được từ quá trình thiết lập giá hiệu quả hơn, từ nguồn cung lớn và dựa trên thông tin thị trường chính xác hơn.

2.1.3.2. Quản lý được rủi ro về giá

Sở giao dịch hàng hóa có thể cung cấp các giải pháp quản lý rủi ro về giá bằng cách đưa ra các sản phẩm giao dịch hàng hoá tương lai và các hợp đồng quyền chọn. Những công cụ này sẽ giải quyết được bất cập của thị trường khi Nhà nước không trực tiếp can thiệp vào các hoạt động kinh doanh và khi các đối tượng tham gia thị trường phải đối mặt với những biến động của giá ngày càng phức tạp.

Việc sử dụng các công cụ liên kết hàng hoá giúp hạn chế rủi ro giá các mặt hàng có thể mang lại sự ổn định hơn và cho phép hoạt động đầu tư sản xuất dài hạn và tăng khả năng sản xuất với rủi ro cao hơn nhưng mang lại lợi ích cao hơn. Mặc dù, thực tế về dài hạn sẽ có sự sụt giá của các mặt hàng, khả năng ngăn chặn sự vận động của giá trong ngắn hạn mang lại cho người sản xuất nông nghiệp có tầm nhìn nhằm điều chỉnh việc sản xuất và phân tán các rủi ro sẵn có.

2.1.3.3. Kênh đầu tư của nền kinh tế

Trong những năm gần đây, thị trường giao dịch hàng hoá phát sinh qua Sở giao dịch hàng hóa đã có tốc độ tăng trưởng đáng kể. Đóng góp sự tăng trưởng trên là do việc thu hút các đối tượng tham gia thị trường hàng hoá vật chất. Tuy nhiên, các nhà đầu tư tham gia thị trường với khối lượng lớn hơn nhờ việc giá hàng hoá tăng và sự không ổn định của thị trường.

Sở giao dịch hàng hóa tạo ra nhiều lợi ích, là địa điểm được tổ chức dành cho hoạt động đầu tư. Thứ nhất, trung tâm thanh toán bù trừ của Sở giao dịch hàng hóa hoạt động như một đối tác dành cho tất cả giao dịch, giảm rủi ro vỡ nợ và tạo ra môi trường đầu tư an toàn và tin cậy. Thứ hai, các quy định của Sở giao dịch hàng hóa, luật định và thủ tục của Chính phủ kết hợp với những người xây dựng quy định và các đơn vị trung gian cung cấp một nền tảng pháp lý, theo đó các hoạt động đầu tư có thể tăng lên và các tranh chấp có thể được hoà giải, xử lý. Thứ ba, lợi ích của hoạt động đầu tư tạo ra tính thanh khoản giúp hoạt động bảo hiểm rủi ro đạt hiệu quả.

2.1.3.4. Hỗ trợ giao dịch hàng hoá vật chất

Các đối tượng tham gia thị trường mới hoặc chưa có kinh nghiệm tham gia thị

trường thường đối mặt với ba yếu tố không chắc chắn: (i) Có thể thực hiện mua hoặc bán hàng hoá khi cần; (ii) Đối tác có thực hiện đầy đủ các điều khoản trong hợp đồng (iii) Hàng hoá khi nhận có đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng theo yêu cầu. Sở giao dịch hàng hóa có thể đáp ứng các yếu tố trên như là một phương án cuối của kênh giao hàng. Mặc dù, phần lớn các hợp đồng tương lai thường không dẫn đến giao hàng hoá vật chất, nhưng năng lực thực hiện giao hàng hoá của Sở giao dịch hàng hóa sẽ đảm bảo các đối tượng tham gia thị trường có một kênh để thực hiện mua bán hàng hoá vật chất. Hơn nữa, Sở giao dịch hàng hóa được coi là trung tâm của các đối tượng tham gia thị trường sẽ đưa ra các điều kiện cụ thể tại hợp đồng niêm yết, do vậy, sẽ tạo niềm tin cho các đối tượng tham gia thị trường khi thực hiện giao dịch.

2.1.3.5. Hỗ trợ tài chính cho các đối tượng tham gia giao dịch

Chứng chỉ gửi hàng được sử dụng như là một loại ký quỹ là mô hình dễ dàng ứng dụng nhất để thu hút nguồn tài chính để thực hiện giao dịch. Chứng chỉ kho hàng mang lại cho các nhà tài chính khoản ký quỹ an toàn với tính thanh khoản cao. Sở giao dịch hàng hóa cung cấp cho các nhà tài chính cơ chế để xác định giá trị khoản ký quỹ nhằm thực hiện bảo hiểm rủi ro do sự biến đổi về giá trị và làm tăng tính thanh khoản của khoản ký quỹ. Sở giao dịch hàng hóa có thể tăng mức độ an toàn trong quá trình xử lý thông qua việc định giá đối với hàng hoá vật chất được lưu giữ. Các yếu tố phụ thuộc trong mô hình này bao gồm khả năng giao dịch của chứng chỉ kho, hệ thống các đơn vị quản lý kho hàng và ký quỹ đáng tin cậy và sự chấp nhận ngân hàng tham gia thị trường hàng hoá tương lai.

Một phương thức để lựa chọn khác đó là Sở giao dịch hàng hóa có thể hỗ trợ các nhà sản xuất tiếp cận trực tiếp tài chính hàng hoá thông qua các nhà đầu tư tại thị trường vốn. Công cụ là các thoả thuận được mua lại trao đổi, giao dịch và thường gọi là “repos”.

Phương thức thứ ba để các đối tượng tham gia kinh doanh hàng hoá nhằm tìm kiếm nguồn tài chính thông qua nghiệp vụ arbitrage giao ngay. Việc sử dụng nghiệp vụ arbitrage giao ngay sẽ thiết lập lại giá ở mức được cân bằng bởi các yếu tố cơ bản của thị trường.

Cuối cùng, có nhiều cách để tạo mối liên hệ giữa tài chính và quản lý rủi ro về giá trong các thoả thuận tài chính, cũng như trong các hợp đồng giao dịch hàng hoá vật chất. Cách thức thứ nhất là mối liên kết giữa điều kiện thanh toán các khoản vay nợ của người sản xuất hàng hoá với giá của một hàng hoá cụ thể có sử dụng các công cụ

phái sinh. Trong trường hợp giá giảm, người sản xuất sẽ trả lãi ít hơn và ngược lại. Cách thức thứ hai là khi người xuất khẩu và người mua thoả thuận mức giá cố định đối với một khối lượng hàng hoá định sẵn.

2.1.3.6. Hỗ trợ phát triển thị trường hàng hóa

Sở giao dịch hàng hóa tạo ra thị trường mà tại đây nhiều người mua và người bán giao dịch qua các hợp đồng niêm yết bởi Sở giao dịch hàng hóa. Điều này giúp tiết giảm chi phí tìm kiếm khách hàng là người mua hoặc người bán. Vai trò của trên còn được phát huy trong bối cảnh thực hiện các giao dịch quốc tế. Chi phí thực hiện giao dịch mua bán quốc tế có xu hướng lớn hơn so với mua bán trong nước và chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố như khoảng cách, thông tin bất đối xứng, các hàng rào thuế quan, sự khác biệt tập quán kinh doanh, ngôn ngữ và văn hoá. Vì vậy, Sở giao dịch hàng hóa đóng vai trò là một trung tâm để tiến hành giao dịch xuyên biên giới, thiết lập liên kết giữa các đối tượng tham gia ngành hàng có môi trường pháp lý khác nhau, qua đó khuyến khích giao dịch quốc tế.

2.1.4. Khái niệm về phát triển Sở giao dịch hàng hóa

Phát triển được định nghĩa trong từ điển Oxford như sau: “Sự gia tăng dần của một sự vật theo hướng tiên bộ hơn, mạnh hơn...”.

Trong Từ điển Bách khoa của Việt Nam, phát triển được định nghĩa: “Phạm trù triết học chỉ ra tính chất của những biến đổi đang diễn ra trong thế giới. Phát triển là một thuộc tính của vật chất. Mọi sự vật và hiện tượng của hiện thực không tồn tại trong trạng thái khác nhau từ khi xuất hiện đến lúc tiêu vong,... nguồn gốc của phát triển là sự thống nhất và đấu tranh giữa các mặt đối lập”.

Quan điểm về sự phát triển là vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn. Phát triển là trường hợp đặc biệt của sự đặc biệt của sự vận động và trong sự phát triển sẽ nảy sinh những tính quy định quy định mới, cao hơn về chất, nhờ đó, làm cho cơ cấu tổ chức, phương thức tồn tại và vận động của sự việc, hiện tượng cùng chức năng của nó ngày càng hoàn thiện hơn.

Như vậy, phát triển Sở giao dịch hàng hóa được hiểu là sự thống nhất giữa sự biến đổi về lượng với sự biến đổi về chất trong quá trình phát triển. Nghiên cứu sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa có nhiệm vụ chỉ ra được nguồn gốc và động lực bên trong của loại hình tổ chức kinh tế này. Điều này có nghĩa là phải tìm ra và biết cách giải quyết mâu thuẫn, phải xác định xu hướng phát triển của Sở giao dịch hàng hóa.

Khái niệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa nhất thiết phải phản ánh được các nội dung cơ bản sau:

- Sự tăng lên về quy mô: Quy mô của Sở giao dịch hàng hóa phản ánh không chỉ đơn giản thông qua số lượng Sở giao dịch hàng hóa được thành lập mà còn một số chỉ tiêu thể hiện qua dung lượng thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh, bao gồm: số lượng và mức độ đang dạng của các loại hình khách hàng tham gia giao dịch; số lượng hợp đồng niêm yết trên thị trường; khối lượng và giá trị giao dịch; số lượng và quy mô của các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa; quy mô của Trung tâm giao nhận hàng hoá và Trung tâm thanh toán bù trừ.

- Sự phát triển về chất lượng: Chất lượng của Sở giao dịch hàng hóa không chỉ đơn giản là hiệu quả kinh tế tài chính (khi Sở giao dịch hàng hóa được coi là tổ chức kinh tế hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận) mà còn bao gồm các chỉ tiêu phản ánh mức độ tác động đến hỗ trợ, thúc đẩy phát triển ngành hàng và nền phát triển kinh tế, bao gồm: xác định và điều tiết giá các mặt hàng giao dịch trên thị trường (cả thị trường giao ngay và thị trường hàng hoá tương lai); thu hút được nguồn vốn của nền kinh tế tham gia đầu tư, giao dịch; có tác động đến sự phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế và hành vi giao dịch của các đối tượng kinh doanh ngành hàng.

2.2. Những điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa

2.2.1. Điều kiện về thể chế, kinh tế vĩ mô

Sở giao dịch hàng hóa phát triển dựa trên hệ thống pháp lý phù hợp, thể hiện ở ba lĩnh vực sau: (1) Hệ thống quy định về Sở giao dịch hàng hóa và các đối tượng liên quan đến hoạt động giao dịch hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa; (2) Hệ thống đảm bảo quyền và nghĩa vụ về tuân thủ theo hợp đồng; (3) Quản lý nhà nước đối với các hoạt động liên quan đến giao dịch hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa.

Hệ thống luật pháp và các quy định được đưa ra phải đảm bảo việc tuân thủ hợp đồng và hệ thống quản lý kho hàng không phát hành nhiều chứng nhận cho một lô hàng đơn lẻ. Đối với các hợp đồng tương lai, những người tham gia tin tưởng các hợp đồng được đảm bảo về tính pháp lý và các điều khoản về nghĩa vụ sẽ được thực hiện.

Pháp luật điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa đóng vai trò quan trọng trong pháp luật về mua bán hàng hóa nói riêng và pháp luật thương mại nói chung. Tùy từng quốc gia pháp luật điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa có thể được quy định khác nhau. Ở một số nước, pháp luật điều chỉnh Sở giao dịch hàng hóa được

quy định trong nhiều văn bản thuộc hệ thống pháp luật thương mại mà nền tảng là Luật Sở giao dịch hàng hóa hoặc Luật giao dịch hàng hoá phái sinh. Theo đó, các nhóm quy phạm pháp luật đặc thù liên quan đến hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa được ghi nhận trong Luật mua bán hàng hóa tương lai và các văn bản hướng dẫn thi hành; ngoài ra, những vấn đề chung về quan hệ tài sản, hợp đồng... được quy định trong các văn bản pháp luật chung về dân sự, thương mại. Pháp luật điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa bao gồm các nhóm quy phạm về: Sở giao dịch hàng hóa; các chủ thể tham gia giao dịch; các hợp đồng có liên quan đến hoạt động giao dịch; quản lý Nhà nước đối các hoạt động giao dịch; giải quyết tranh chấp phát sinh từ hoạt động giao dịch hàng hóa; chế tài áp dụng đối với những hành vi vi phạm khi thực hiện giao dịch.

Như vậy, pháp luật điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa bao gồm đầy đủ các nhóm quy phạm, từ các quy phạm về nội dung hoạt động đến các quy phạm về thủ tục giải quyết tranh chấp và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật. Đây là cách quy định được áp dụng ở những nước mà luật pháp không phân chia thành các ngành luật độc lập, do vậy, chế định pháp luật điều chỉnh một hoạt động thương mại cụ thể bao gồm tất cả các nhóm quy phạm điều chỉnh các quan hệ phát sinh từ hoạt động đó.

Ở một số nước, pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa được quy định trong nhiều văn bản pháp luật thuộc các lĩnh vực luật khác nhau. Theo cách này, Luật mua bán hàng hóa tương lai hay Luật về Sở giao dịch hàng hóa chỉ quy định những vấn đề liên quan đến nội dung của quan hệ giao dịch hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Cách quy định này có ưu điểm là tạo ra sự chuyên sâu trong việc điều chỉnh các khía cạnh đặc thù của mỗi quan hệ, nhưng lại có nhược điểm là làm cho luật pháp điều chỉnh về từng hoạt động thương mại chuyên biệt trở nên không đầy đủ và khiến việc áp dụng pháp luật trở nên khó khăn và ít hiệu quả hơn.

Vì vậy, để Sở giao dịch hàng hóa phát triển, pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa cần phải đảm bảo các quy định rõ ràng, minh bạch bám sát bản chất hoạt động giao dịch hàng hoá của Sở giao dịch hàng hóa, điều chỉnh các hoạt động của các đối tượng tham gia thống nhất. Đồng thời, pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa cần thiết lập hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước hoạt động hiệu quả, một mặt giúp phát hiện ngăn chặn các hành vi vi phạm trong quá trình hoạt động, giao dịch hàng hoá, mặt khác thiết lập cơ chế, chính sách hỗ trợ và phát triển các hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh nói chung và phát triển Sở giao dịch hàng hóa nói riêng.

Sở giao dịch hàng hóa và giao dịch hàng hoá tương lai không thể vận hành

ổn định và phát triển khi thiếu chính sách tốt về kinh tế vĩ mô. Ổn định kinh tế vĩ mô đòi hỏi duy trì và kiểm soát hợp lý những biến động về các chỉ số đo lường thực trạng phát triển của nền kinh tế, chẳng hạn như tỷ lệ tăng trưởng kinh tế, lạm phát, tỷ giá và lãi suất.

Tăng trưởng kinh tế ảnh hưởng tới thu nhập của người dân và tác động đến nhu cầu tiêu thụ hàng hóa nông sản cơ bản. Như vậy, tăng trưởng kinh tế khiến giá cả của các mặt hàng có sự biến động, thúc đẩy nhu cầu bảo hiểm rủi ro về giá và thu hút các nhà đầu tư tài chính tham gia giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa.

Đối với hàng hóa cơ bản như các mặt hàng nông sản, lạm phát vừa là nguyên nhân vừa là hệ quả. Lạm phát tăng cao khiến chi phí đầu vào phục vụ cho sản xuất như chi phí phân bón, chi phí lãi vay, chi phí nhân công... tăng lên, từ đó phản ánh vào giá hàng hóa nông sản. Giá cả hàng hóa nông sản tăng ảnh hưởng đến chi phí sinh hoạt của người dân và góp phần khiến lạm phát tăng lên. Ở góc độ khác, lạm phát tăng khiến các tài sản tài chính như tiền mặt, cổ phiếu và trái phiếu bị ảnh hưởng và giảm giá. Nhà đầu tư có xu hướng đầu tư vào các loại hàng hóa có tính bảo toàn vốn và chống lại lạm phát như vàng, dầu mỏ và hàng hóa nông sản... Nhu cầu lớn sẽ khiến giá hàng hóa cơ bản tăng lên. Do đó, hàng hóa cơ bản đóng vai trò như là một công cụ giúp đa dạng hóa các kênh đầu tư.

Sự biến động của tỷ giá hối đoái ảnh hưởng tới giá giao dịch của tất cả các loại hàng hóa nông sản, bao gồm cả giá cà phê và cao su. Tỷ giá hối đoái liên quan tới giá của hàng hóa xuất khẩu, các sản phẩm thay thế, nguyên liệu thô và các loại biến phí khác. Cho rằng sự dịch chuyển của tỷ giá hối đoái có thể làm thay đổi giá nội địa của các quốc gia, do đó ảnh hưởng tới sản xuất, tiêu dùng và giao dịch hàng hóa (Liefert & Persuad, 2009).

Lãi suất có ảnh hưởng đáng kể ảnh hưởng lên thị trường hàng hóa nông sản nói chung bằng việc ảnh hưởng lên chi phí lưu kho, quyết định đầu tư (đất đai, nhà máy và đầu vào) và ảnh hưởng lên rủi ro kinh doanh tổng thể. Lãi suất tăng khiến chi phí sản xuất tăng và ảnh hưởng đến lợi nhuận của người sản xuất. Do đó quy mô sản xuất có xu hướng bị thu hẹp, tuy nhiên giá cả tại một số thời điểm sẽ khó tăng do lãi suất cao làm nhà đầu tư có xu hướng nắm giữ các tài sản có tính thanh khoản cao hơn như trái phiếu, cổ phiếu do đó nhu cầu đầu tư hàng hóa cơ bản sẽ giảm.

Sở giao dịch hàng hóa phát triển bền vững cần dựa trên nền tảng hệ thống thương mại phát triển ổn định, được thể hiện thông qua các chỉ số đo lường về mức

độ lưu thông hàng hoá, giá trị xuất nhập khẩu (độ mở của nền kinh tế trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế) cũng như các sự phát triển về năng lực và số lượng các thương nhân tham gia hoạt động thương mại. Các yếu tố nêu trên vừa là môi trường hỗ trợ, thúc đẩy vừa là khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ do Sở giao dịch hàng hóa cung cấp.

2.2.2. Điều kiện về mặt hàng giao dịch

2.2.2.1. Mặt hàng được sản xuất liên tục và có thể dự trữ

Một mặt hàng được giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa khi người mua và người bán được đảm bảo về sự sẵn có của các thông tin cụ thể về chủng loại hàng hoá được niêm yết bao gồm cả ngày và địa điểm giao hàng. Giai đoạn đầu, thị trường giao dịch hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa phát triển chỉ với những mặt hàng có thể lưu kho được như mặt hàng ngũ cốc, cà phê, bông sợi và kim loại. Thời gian sau, cùng sự cải tiến công nghệ trong bảo quản, nhiều mặt hàng như nước ép trái cây và thịt gia súc không đáp ứng được điều kiện về lưu kho, nay có thể được đưa lên giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa. Những hàng hoá dễ hỏng nhưng đáp ứng được yêu cầu sản xuất liên tục cũng có thể giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa mà không cần chú trọng đến khả năng lưu kho. Những hàng hoá được sản xuất liên tục có thể giao dịch trên thị trường hàng hoá tương lai khi được cung cấp các thông tin đầy đủ, sẵn có nhằm đáp ứng đòi hỏi về tính minh bạch của thị trường. Công nghệ sản xuất, bảo quản hiện đại có tác động đến yếu tố vụ mùa đối với nhiều mặt hàng, điều này cho phép mở rộng các diện mặt hàng có thể thực hiện giao dịch hàng hoá tương lai.

Do vậy, tác động trên đặt ra vấn đề nhất thiết phải nâng cao năng lực hệ thống kho dành cho các mặt hàng nông sản tại các quốc gia đang phát triển nếu muốn phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

2.2.2.2. Hàng hoá phải được tiêu chuẩn hoá

Mặt hàng để giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa phải đáp ứng các tiêu chuẩn và phẩm cấp theo thông lệ quốc tế hoặc của một tổ chức có uy tín. Với những mặt hàng đã được tiêu chuẩn hóa, các hợp đồng hàng hoá tương lai có thể đưa ra những đặc điểm cụ thể và cho phép chuẩn hoá mức chiết khấu khi các chi tiết của hợp đồng không đáp ứng được thời điểm giao hàng. Các mẫu của cùng một mặt hàng có thể khác nhau xét về tiêu chuẩn cụ thể như: độ ẩm, tạp chất, tiêu chuẩn an toàn và nhiều đặc điểm khác. Nhiều quốc gia đang phát triển đưa ra các tiêu chuẩn đối với một số

mặt hàng xuất khẩu chủ lực và có tổ chức thực hiện hoạt động đấu giá đối với các mặt hàng này. Sở giao dịch hàng hóa bất kể là giao dịch giao ngay hay giao dịch những công cụ phức tạp hơn như các hợp đồng tương lai hay quyền chọn thì đều cần có các hợp đồng tiêu chuẩn với những hàng hoá đã được chuẩn hoá. Do vậy, đây cũng được xem như là một trong những điều kiện quan trọng nhất để hình thành và phát triển Sở giao dịch hàng hóa.

2.2.1.3. Thị trường hàng hoá giao ngay lớn

Mặt hàng giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa có khả năng thành công khi thị trường giao ngay của mặt hàng đó lớn xét về khía cạnh giá trị giao dịch và số lượng các đối tượng tham gia. Giá trị giao dịch càng lớn sẽ càng thu hút được sự tham gia của nhiều đối tượng, điều này làm tăng khả năng thành công của giao dịch đối với bất cứ loại hình hợp đồng hàng hoá tương lai nào và tăng giá trị giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa. Hơn nữa, số lượng giao dịch lớn là yêu cầu nhất thiết để đảm bảo bảo mức phí thu được để bù đắp chi phí hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa. Số lượng lớn người tham gia thị trường cũng làm hạn chế các hành vi như thông đồng và lũng loạn thị trường, làm tăng giá trị kỳ vọng của các giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa. Cuối cùng, tại một thị trường hàng hoá giao ngay lớn và sôi động sẽ cung cấp nhiều thông tin liên quan để các thương nhân có thể tự phân tích và ra quyết định khi thực hiện giao dịch. Sở giao dịch hàng hóa căn cứ trên các thông tin trên các thị trường này sẽ xây dựng các hợp đồng giao dịch và thông báo giá chào đáp ứng nhu cầu của các đối tượng tham gia giao dịch.

2.1.1.4. Giá cả hàng hoá phải có biến động và không bị kiểm soát

Một trong những mục tiêu của các khách hàng tham gia thị trường hàng hoá tương lai nhằm kiểm soát sự rủi ro về giá, theo đó, giá hàng hoá tại thị trường giao ngay có sự biến động lớn là một yêu cầu cơ bản để Sở giao dịch hàng hóa xử lý. Khi giá hàng hoá bị kiểm soát hay tồn tại thị trường độc quyền, các hợp đồng tương lai đối với những mặt hàng này thường không thu hút được sự tham gia của các đối tượng tham gia giao dịch. Giá cả có thể có sự chênh lệch do yếu tố không đồng nhất về cơ sở hạ tầng hoặc thông tin bất đối xứng, mà cả hai yếu tố trên đều là nguyên nhân chính tạo ra sự thất bại của thị trường. Một hệ thống thông tin hiệu quả về giá nhằm hỗ trợ, giúp việc dễ dự đoán, tiên lượng được sự biến động giá trên thị trường giao ngay là một tiền đề để SGDHH hoạt động có hiệu quả và phát triển.

2.2.3. Điều kiện về hợp đồng giao dịch

2.2.3.1. Thu hút các đối tượng tham gia giao dịch

Sở giao dịch hàng hóa chỉ có thể hoạt động hiệu quả khi đưa ra được những hợp đồng niêm yết các mặt hàng thu hút được các đối tượng trên thị trường tham gia giao dịch. Ngay cả tại các quốc gia Sở giao dịch hàng hóa đã phát triển nhưng hầu hết các hợp đồng hàng hoá tương lai không thành công khi không thu hút được các đối tượng tham gia giao dịch. Sở giao dịch hàng hóa được thành lập và thành công khi có các hợp đồng giao dịch thu hút các đối tượng tham gia. Tuy nhiên, nếu một Sở giao dịch hàng hóa mới thành lập không đưa ra được các hợp đồng thu hút các khách hàng thì Sở giao dịch hàng hóa này chắc chắn không thể tiếp tục hoạt động được..

Như đã phân tích các điều kiện ở trên, mức độ tham gia giao dịch là một trong những nhân tố có tác động đến sự thành công của Sở giao dịch hàng hóa. Nhân tố mức độ tham gia giao dịch phụ thuộc vào một số yếu tố, trong đó có yếu tố về hợp đồng hàng hoá tương lai. Theo đó, hợp đồng hàng hoá tương lai phải thu hút được các đối tượng tham gia như: nhà môi giới, người có nhu cầu bảo hiểm rủi ro về giá và các nhà đầu cơ nhằm tạo ra lượng giao dịch lớn. Một thị trường hàng hoá giao ngay lớn đồng nghĩa với việc có lượng lớn và đông đảo nhà môi giới, người có nhu cầu bảo hiểm rủi ro về giá và các nhà đầu cơ. Tuy nhiên, việc thu hút hay không các đối tượng nêu trên tham gia giao dịch lại bị tác động bởi những điều khoản cụ thể tại các hợp đồng niêm yết. Từng nhóm các đối tượng tham gia giao dịch có vai trò riêng nhằm hỗ trợ Sở giao dịch hàng hóa hoạt động và phát triển. Một hợp đồng giao dịch hàng hoá tương lai cần có 3 đặc điểm chủ yếu sau:

Thứ nhất, có sự liên quan chặt chẽ giữa các điều khoản của hợp đồng hàng hoá tương lai với giao dịch hàng hoá vật chất.

Thứ hai, có các rủi ro cơ bản nhỏ.

Thứ ba, hợp đồng niêm yết với số lượng giao dịch hợp lý.

Nếu hợp đồng tương lai không có những điều khoản rõ ràng tương thích với thị trường hàng hoá vật chất thì những rủi ro cơ bản sẽ không thể đo lường được, do đó, hợp đồng hàng hoá tương lai sẽ giảm giá trị đối với hoạt động bảo hiểm rủi ro về giá. Như vậy, hợp đồng hàng hoá tương lai cần được xác định phù hợp với các đặc điểm thị trường hàng hoá giao ngay. Hơn nữa, các yếu tố tác động đến rủi ro cơ sở và sự biến động giá của mặt hàng cần được xét đến nội dung chi tiết của hợp đồng niêm yết. Khi tỷ lệ lãi suất, chi phí kho hàng và chi phí vận chuyển chưa xác định được cụ thể thì khó có thể đưa ra các điều khoản chi tiết của hợp đồng niêm yết để thu hút người

mua và người bán tham gia. Cuối cùng, số lượng và chất lượng của các hợp đồng được tiêu chuẩn hoá phải phù hợp với các khách hàng giao dịch, giúp hợp đồng được niêm yết có thể thay thế và sử dụng khi thực hiện ký quỹ tại hệ thống ngân hàng. Thậm chí khi hợp đồng không trực tiếp kết nối với thị trường tài chính thì số lượng và các điều khoản chi tiết của hợp đồng cũng phải được xem xét với năng lực và các mục tiêu của các khách hàng tham gia giao dịch.

2.2.2.3. Ngăn cản sự lũng loạn và cân bằng lợi ích của các đối tượng tham gia

Một hợp đồng hàng hoá tương lai sẽ không thành công khi dành nhiều lợi thế cho một nhóm đối tượng tham gia thị trường so với nhóm đối tượng khác. (Gray, R, 1966) đã kết luận rằng những hợp đồng mang quá nhiều lợi thế cho người mua hoặc người bán sẽ làm mất cân bằng, khiến cho hợp đồng gặp thất bại hoặc cần phải chỉnh sửa. Nói chung, những hợp đồng giao dịch cho phép có sự linh hoạt thông qua việc quy định chi tiết về những khoản phí hoặc chiết khấu dựa trên cơ sở về chất lượng, địa điểm giao hàng và một số yếu tố khác sẽ hỗ trợ việc cân bằng lợi ích và ngăn cản sự lũng loạn. Quy định chi tiết các khoản chiết khấu hợp lý chỉ có thể thực hiện khi có sự tìm hiểu những thông tin từ thị trường giao ngay gồm cả những chi phí giao dịch. Nghiên cứu của (Black, G.D, 1986) và (B. Wade Brorsen, N'Zue F. Fofana, 2001), chỉ ra rằng một thị trường hàng hoá giao ngay sôi động là điều kiện ban đầu tạo ra sự thành công cho một hợp đồng giao dịch mới. Một thị trường sôi động sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc thiết lập ra các điều khoản của hợp đồng cân bằng và giúp đưa ra đánh giá rõ ràng về rủi ro cơ bản.

2.2.3.3. Sự liên kết, liên thông với thị trường quốc tế

Hợp đồng hàng hoá phái sinh của Sở giao dịch hàng hóa không chỉ hướng tới khách hàng trong một quốc gia cụ thể mà còn có tính liên thông trên thị trường khu vực và toàn cầu. Do vậy, để đảm bảo một hợp đồng thành công cần tính đến yếu tố liên thông quốc tế không chỉ đối với thị trường hàng hoá vật chất đơn thuần mà còn các yếu tố khác có tác động như thị trường hàng hoá khác như tài chính, sự phát triển của khoa học công nghệ.

Các quốc gia mới nổi đang thực hiện chính sách mở cửa, nền kinh tế sẽ ngày càng hội nhập sâu rộng với kinh tế khu vực và thế giới. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tạo ra áp lực cạnh tranh bắt buộc doanh nghiệp trong nước thay đổi phương thức kinh doanh để thích nghi với những yêu cầu của thị trường. Liên thông hàng hoá giữa thị trường trong nước với thị trường thế giới sẽ được đẩy nhanh về tốc

độ và khối lượng giao dịch, tạo cơ hội cho khách hàng lựa chọn hàng hóa phù hợp với nhu cầu đa dạng của mình. Hàng hóa, dịch vụ kinh doanh trên thị trường trong nước tất yếu sẽ có sự liên thông với thị trường khu vực và quốc tế theo nguyên tắc “bình thông nhau”.

Như vậy, các hợp đồng giao dịch hàng hoá phái sinh của đưa ra chịu sự tác động của yếu tố liên kết, liên thông của hàng hoá giao dịch, cũng như chính bản thân sản phẩm niêm yết của các Sở giao dịch hàng hóa trong nước phải có sự khác biệt với các hợp đồng giao dịch của các Sở giao dịch hàng hóa quốc tế hoặc có đảm bảo yếu tố có thể liên kết, liên thông giữa các Sở giao dịch hàng hóa.

2.2.4. Điều kiện về cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật

Cơ sở hạ tầng thông tin và giao thông rất quan trọng đối với việc phát huy chức năng của Sở giao dịch hàng hóa. Trước tiên, giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa yêu cầu một hệ thống thông tin có thể cung cấp cho khách hàng thông tin trên thị trường hàng hoá giao ngay nhằm giúp họ có thể ước lượng được các yếu tố cơ bản của thị trường, bao gồm các yếu tố cung cầu, giá cả và các đối tượng tham gia thị trường. Hệ thống thông tin cần được xây dựng đảm bảo các đối tượng tham gia có cơ hội tiếp nhận thông tin kịp thời, chính xác, đảm bảo sự tin cậy cao, đồng thời, trên cơ sở các thông tin có yếu tố lịch sử để đưa ra các dự báo bám sát xu hướng, diễn biến của thị trường trong nước cũng như thị trường trên thế giới.

Sở giao dịch hàng hóa cũng cần được hỗ trợ bởi một hệ thống cơ sở giao thông và phân phối thiết thực, do vậy địa điểm giao hàng cần được cụ thể hoá tại hợp đồng niêm yết. Hơn nữa, chi phí giao dịch phải ổn định để các khách hàng giao dịch có thể tiên lượng chính xác mức chênh lệch giữa giá của hợp đồng tương lai và giá giao ngay.

Cơ sở hạ tầng không chỉ hỗ trợ Sở giao dịch hàng hóa mà nó còn có vai trò kết nối các thị trường hàng hoá giao ngay khi Sở giao dịch hàng hóa hoạt động có hiệu quả. Ngoài ra, cơ sở hạ tầng thông tin sẽ đảm bảo các thông tin luôn sẵn có về chất lượng sản phẩm, số lượng, chủng loại và giá ở tất cả các thị trường có liên quan trên thị trường hàng hoá giao ngay. Khi thông tin không đầy đủ, hoạt động phát hiện giá trên thị trường giao ngay sẽ không còn đáng tin cậy và rủi ro về giá sẽ không thể kiểm soát được tại Sở giao dịch hàng hóa. Sự thiếu hụt về cơ sở hạ tầng là yếu tố cản trở phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại các quốc gia được nghiên cứu. Những quốc gia khác thành công trong việc phát triển Sở giao dịch hàng hóa thường có cơ sở hạ tầng về thông tin và giao thông phát triển hơn so với các nước ít thành công.

2.3. Kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới và bài học cho

Việt Nam

2.3.1. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

2.3.1.1. Mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

** Mô hình tổ chức hoạt động*

Sở giao dịch hàng hóa Chicago (CBOT) là một trong những Sở giao dịch hàng hóa sôi động nhất trên thế giới với trên 3.600 thành viên giao dịch và có hơn 50 sản phẩm giao dịch quyền chọn và tương lai. Số lượng giao dịch bình quân mỗi năm qua CBOT là hơn 200 triệu hợp đồng (Hồ Thúy Ngọc, Đào Trung Kiên, 2013).

CBOT hoạt động như là một doanh nghiệp phi lợi nhuận được điều hành bởi các thành viên và Ban giám đốc. Các giao dịch được thực hiện thông qua hệ thống đấu giá mở, là nơi người giao dịch giao dịch trực tiếp tại Sàn giao dịch. CBOT sử dụng hệ thống giao dịch điện tử từ cuối những năm 90 của thế kỷ trước. Các giao dịch thông qua hệ thống đấu giá mở đã sụt giảm và chủ yếu được sử dụng cho các giao dịch các sản phẩm quyền chọn do đặc tính biến động nhanh và phức tạp đòi hỏi có sự tham gia của các thành viên giao dịch.

Những năm đầu của thế kỷ 21, CBOT quyết định chuyển đổi sang hình thức doanh nghiệp hoạt động theo mục tiêu lợi nhuận với hai hệ thống giao dịch riêng biệt, một là sử dụng hệ thống điện tử và phần còn lại giữ hệ thống giao dịch đấu giá mở. Công việc tái thiết này đã gặp phải nhiều khó khăn trong tiến hành đàm phán và tranh chấp giữa CBOT và các Sở giao dịch hàng hóa khác tại Chicago (Sở giao dịch quyền chọn Chicago-CBOX và Sở giao dịch Chicago-CMX) và cũng đến từ một số thành viên và ban điều hành của CBOT. Trong năm 2001, CBOT đã đi trước một bước khi thiết lập mạng lưới thông qua việc liên thông với các Sở giao dịch của Đức, Thụy Sĩ (Eurex) thông qua hệ thống điện tử.

** Tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa Chicago*

CBOT phát triển là trung tâm giao dịch đối với thị trường mặt hàng ngũ cốc ở khu vực Trung tây Hoa Kỳ là trung tâm tài chính trong những năm 1970, đặc biệt đây là thị trường sôi động về trao đổi trái phiếu Chính phủ Hoa Kỳ. Đến năm 1981, hợp đồng giao dịch trái phiếu chính phủ được giao dịch sôi động nhất ở Hoa Kỳ, do vậy, CBOT đã liên tục mở rộng cơ sở vật chất nhằm đáp ứng quy mô giao dịch. Năm 1984, CBOT cung cấp sản phẩm quyền chọn đối với mặt hàng đậu tương. CBOT cũng đã kết hợp các mặt hàng năng lượng khi giao dịch đồng thời đối với sản phẩm xăng dầu và dầu thô tương mại. Mặc dù thị trường chứng khoán sụp đổ trong tháng 10 năm 1987 nhưng CBOT vẫn hoạt động và đây là Sở giao

dịch duy nhất không phải đóng cửa do khủng hoảng.

Mặc dù đạt được vị trí cao trên thị trường tài chính thế giới, CBOT không tránh khỏi sai phạm về những hành vi lôi kéo và lũng loạn thị trường. Năm 1980, CBOT phải gánh chịu một trong những rắc rối tồi tệ nhất khi nhiều giao dịch viên làm việc tại Sở giao dịch hàng hóa Chicago (CME) đã bị bắt sau khi cơ quan điều tra liên bang Hoa Kỳ (FDI) phát hiện sai phạm. Nhiều giao dịch viên đã bị buộc tội lừa dối, lôi kéo khách hàng vi phạm luật chống gian lận của liên bang.

CBOT thiết lập kỷ lục đối với số lượng hợp đồng được giao dịch trong năm 1994, và bắt đầu xây dựng một Sàn giao dịch lớn trong năm 1995. Cùng thời gian này, CBOT bắt đầu dịch vụ thông tin thị trường trên cơ sở internet. Trong năm 1996, CBOT giới thiệu Sàn giao dịch điện tử.

Đến tháng 10 năm 1998, CBOT sử dụng hệ thống giao dịch điện tử, đồng thời liên kết với Eurex để xây dựng Sàn giao dịch điện tử sử dụng chung cho cả hai Sở. Trong khi đó, Sở giao dịch tại Pháp (MATIF) quyết định thử nghiệm khi sử dụng cả hai hệ thống giao dịch và một tuần sau hệ thống giao dịch mở đã dừng hoạt động.

Đến tháng 01 năm 1999, các thành viên của CBOT đã bỏ phiếu bác bỏ việc liên kết với Eurex và 6 tháng sau các thành viên đồng ý kế hoạch nhằm thay thế hệ thống giao dịch điện tử. Tiếp theo, CBOT đã phải đối mặt với vấn đề số lượng giao dịch sụt giảm và bắt đầu phải cắt giảm ngân sách và nhân viên. Tổng số lượng giao dịch giảm từ 280 triệu hợp đồng trong năm 1998 xuống còn 254 triệu hợp đồng trong năm 1999. Trong khi đó, Eurex đạt 379 triệu hợp đồng giao dịch trong năm 1999, vượt qua CBOT khá xa.

2.3.1.2. Quá trình phát triển và tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

** Quá trình phát triển*

Quá trình phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Hoa Kỳ bắt đầu từ cuối thế kỷ 19 khi các thương nhân thực hiện các hoạt động mua bán theo phương thức tương tự như giao dịch hàng hoá kỳ hạn.

Tháng 3 năm 1848 Sở giao dịch Chicago (CBOT) là SGDHH đầu tiên của Hoa Kỳ được thành lập, hoạt động như một Sở giao dịch nông sản với quy mô nhỏ, các mặt hàng nông sản được giao dịch chủ yếu là ngô, lúa mì, yến mạch và đậu tương.

Sở giao dịch hàng hóa New York (NYMEX) và Sở giao dịch hàng hóa Chicago (CBOT) của Hoa Kỳ là 2 SGDHH lớn nhất thế giới giao dịch các mặt hàng như: năng lượng, kim loại, nông sản mua bán trực tiếp trên Sở hoặc thông qua hệ thống giao dịch

điện tử.

Ngày 22 tháng 8 năm 2008, NYMEX, CBOT và CME được sáp nhập với tên gọi mới là CME Group. Việc sáp nhập giữa các sàn lớn nhằm mục đích cắt giảm chi phí và tăng tốc độ thực hiện giao dịch. SGDHH mới sau sáp nhập đã tạo thành một thị trường giao dịch sản phẩm hàng hoá phái sinh có tính thanh khoản cao hơn, mang lại lợi ích nhiều hơn cho cả các nhà đầu tư. CME Group sở hữu và điều hành các giao dịch phái sinh và tương lai ở thành phố Chicago và New York trên nền tảng kinh doanh trực tuyến.

Bảng 2.1. Danh sách Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

TT	Tên SGDHH	Viết tắt	Địa điểm	Các sản phẩm giao dịch
1	Sở Giao dịch Chicago (thuộc CME Group)	CBOT	Chicago	Ngũ cốc, kim loại, Ethanol, trái phiếu, chỉ số cổ phiếu
2	SGDHH Chicago (thuộc CME Group)	CME	Chicago	Thịt, tiền tệ, chỉ số cổ phiếu
3	Sở Giao dịch HedgeStreet		California	Năng lượng, kim loại
4	Sở Giao dịch HoustonStreet		New Hampshire	Dầu thô, sản phẩm chung cất
5	Sở Giao dịch Liên lục địa	ICE	Atlanta	Năng lượng, nhiên liệu sinh học, chỉ số thời tiết
6	Sở Giao dịch Kansas City	KCBT	Kansas City	Nông nghiệp
7	Sở Giao dịch bông sợi Memphis		Memphis	Nông nghiệp
8	Sở Giao dịch ngũ cốc Minneapolis	MGEX	Minneapolis	Nông nghiệp
9	SGDHH New York	NYMEX	New York	Năng lượng, kim loại quý, kim loại công nghiệp
10	Sở Giao dịch tương lai U.S	USFE	Chicago	Năng lượng

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

* Tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

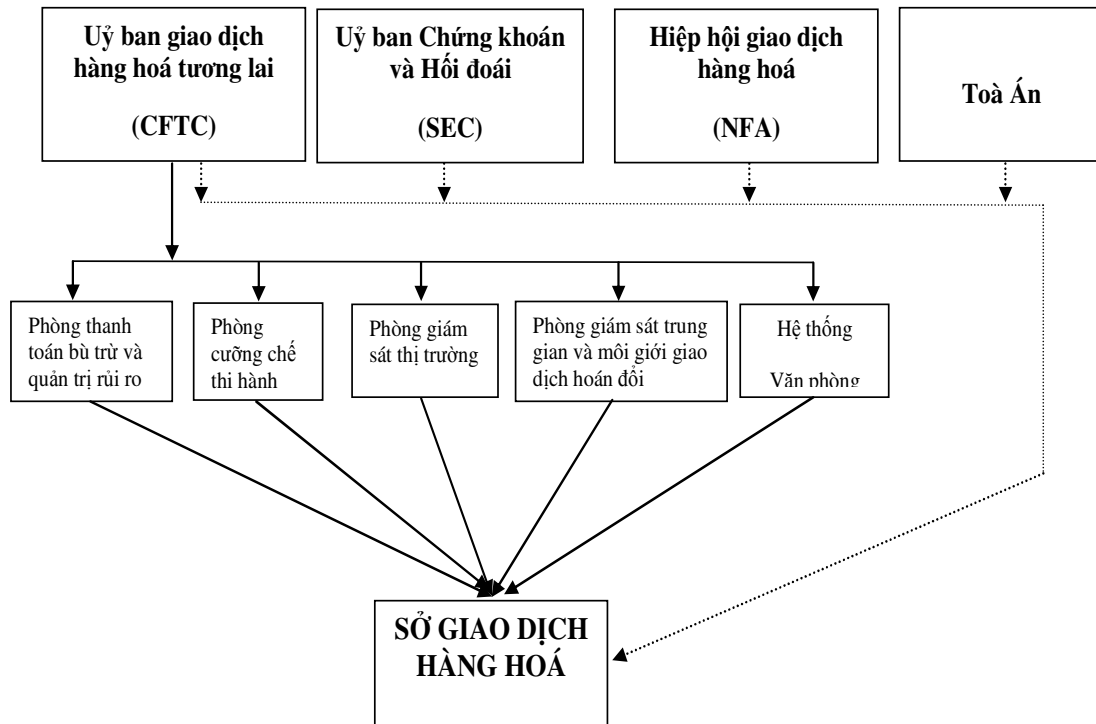
Năm 1974, Hoa Kỳ thành lập Ủy ban giao dịch hàng hoá tương lai (CFTC), một cơ quan độc lập của Chính phủ có mục tiêu quản lý các hợp đồng tương lai và quyền chọn. CFTC là cơ quan có quyền lực giám sát các hành vi gian lận, lừa đảo và thực hiện nhiệm vụ triển khai, áp dụng luật đối với các tổ chức giao dịch hợp đồng tương lai và quyền chọn. Phạm vi quy định cũng được mở rộng đối với các hợp đồng tài chính, chẳng hạn như giao dịch tương lai với tỷ lệ lãi suất và giấy chứng nhận tài sản

thể chấp.

Luật Giao dịch kỳ hạn năm 1982 sửa đổi Luật Kinh doanh hàng hóa kỳ hạn năm 1974 đã công nhận tính pháp lý của hoạt động kinh doanh hợp đồng quyền chọn đối với hàng hóa nông sản, đồng thời làm rõ phạm vi quyền hạn của CFTC và Ủy ban Chứng khoán và Hối đoái- Securities and Exchange Commission (SEC). Đến năm 2000, Quốc hội Hoa Kỳ thông qua Luật Hiện đại hóa thị trường hàng hóa kỳ hạn (Commodity Futures Modernization Act of 2000), theo đó, tái ủy quyền cho CFTC trong vòng 5 năm và dỡ bỏ lệnh cấm kéo dài 18 năm đối với hoạt động kinh doanh hợp đồng chứng khoán kỳ hạn.

Ngày 11 tháng 8 năm 2009, Cục Dự trữ Liên bang đệ trình Nghị viện Dự án về Đạo luật về thị trường sản phẩm phái sinh giao dịch không chính thức 2009 (Over-the-counter derivatives Act 2009). Theo đó, thị trường các sản phẩm phái sinh giao dịch OTC lần đầu tiên sẽ được thể chế hóa toàn diện.

Năm 2010, Luật Sở giao dịch hàng hóa được sửa đổi nhằm thiết lập một khung toàn diện, quy định mới cho các giao dịch hoán đổi và giao dịch hoán đổi bảo mật nhằm giảm thiểu rủi ro, tăng tính minh bạch và thúc đẩy thị trường toàn vẹn trong hệ thống tài chính (The United States of American, 2012).



Hình 2.3. Mô hình tổ chức quản lý Sở giao dịch hàng hóa tại Hoa Kỳ

Nguồn: www.cftc.gov

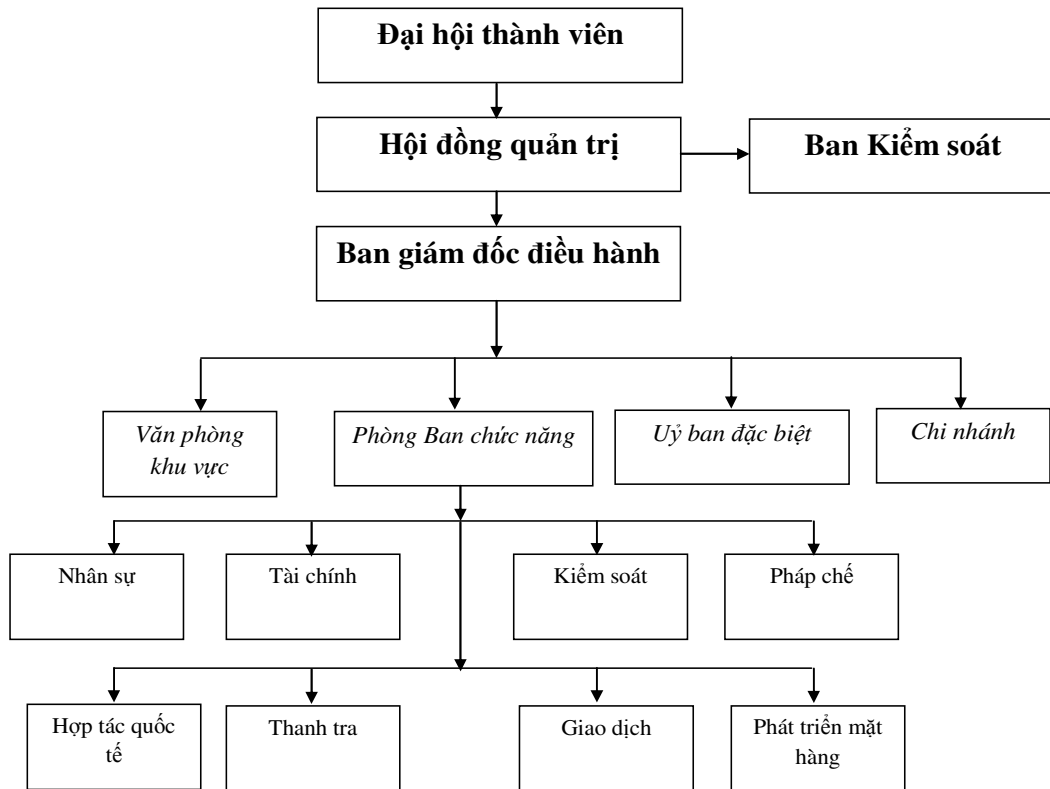
2.3.2. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc

2.3.2.1. Mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Trung Quốc

* Mô hình tổ chức

Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên (DCE) được thành lập bởi Ủy ban điều tiết chứng khoán Trung Quốc (CSRC) vào tháng 3 năm 1993. DCE là tổ chức hoạt động phi lợi nhuận thuộc sở hữu của các thành viên của DCE, chịu sự giám sát, quản trị của CSRC.

DCE tổ chức giao dịch hàng hoá tương lai lần đầu tiên vào tháng 11 năm 1993, bao gồm các mặt hàng: đậu tương, ngô, khô đậu tương, đậu xanh, đậu đỏ và gạo.



Hình 2.4. Sơ đồ tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên

(1). Đại hội thành viên:

Đại hội thành viên của DCE giữ nhiệm vụ quan trọng của DCE, bao gồm tất cả các thành viên, có những quyền hạn và nghĩa vụ như: kiểm tra, thông qua các quy tắc giao dịch; bầu cử và thay thế thành viên của Hội đồng quản trị; xem xét, phê duyệt kế hoạch ngân sách của DCE; thảo luận, kiểm tra sử dụng Quỹ dự trữ rủi ro.

(2). Hội đồng quản trị:

Hội đồng quản trị là cơ quan thường trực của Đại hội thành viên và chịu trách nhiệm trước Đại hội thành viên.

Các thành viên Hội đồng quản trị được đề cử bởi hội đồng quản trị hoặc được ít nhất 1 trong 5 thành viên đề cử và được bầu thông qua nhiều phiên.

(3). Ban Giám đốc điều hành:

DCE có một Tổng giám đốc điều hành và một số Phó Tổng giám đốc được bổ nhiệm bởi CSRC. Nhiệm kỳ của Tổng giám đốc là 3 năm và không được giữ liên tục trong hơn 2 nhiệm kỳ.

* Tổ chức hoạt động

Hiện nay, DCE niêm yết với 15 hợp đồng giao dịch 14 mặt hàng (trong đó mặt hàng đậu tương có 2 hợp đồng). Số lượng giao dịch lớn nhất dành cho mặt hàng khô đậu tương (trong năm 2015 giao dịch trên 500 triệu hợp đồng), tiếp đến là mặt hàng quặng thép (trong năm 2015 giao dịch trên 400 triệu hợp đồng).

Bảng 2.2. Kết quả giao dịch của Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên

Đơn vị: tỷ Nhân dân tệ

Năm	Số lượng hợp đồng	Giá trị giao dịch	Mức tăng trưởng (%)
2010	806.335.502	41.705,91	10,79
2011	578.094.000	33.751,2	-28,31
2012	1.266.085.952	66.642,2	119,01
2013	1.401.001.554	94.305,5	10,66
2014	1.539.274.082	82.988,9	9,87

Nguồn: Dalian Commodity Exchange (2014)

Để quản lý các giao dịch hàng hoá tương lai và ngăn chặn rủi ro kịp thời, DCE thực hiện các hệ thống: ký quỹ; quỹ ngăn ngừa rủi ro; thanh toán hàng ngày; giá giới hạn; giao hàng thực tế; hàng rào kiểm tra và phê duyệt; phổ biến thông tin; hệ thống mã hoá nhà đầu tư; giới hạn vị thế đầu cơ; báo cáo kinh doanh; thanh lý bắt buộc; cấm thâm nhập thị trường.

Hoạt động giao dịch của DCE được thực hiện thông qua các thành viên.

Các thành viên DCE bao gồm hai loại: thành viên là các công ty môi giới và các thành viên không phải là công ty môi giới.

Các thành viên của DCE là doanh nghiệp được sự chấp thuận của CSRC và tuân thủ theo các quy định pháp luật có liên quan.

Các thành viên của DCE là doanh nghiệp được có đăng ký kinh doanh, được DCE chấp thuận và phải tuân thủ các quy tắc và thủ tục kinh doanh của DCE.

2.3.2.2. *Phát triển và tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Trung Quốc*

* Quá trình phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Trung Quốc

Trước năm 1993, các Sở giao dịch hàng hóa tại Trung Quốc tự do kinh doanh. Tháng 10 năm 1921, Trung Quốc đã có hơn 140 Sở giao dịch hàng hóa tại các thành phố lớn như Thượng Hải, Hán Khẩu, Thiên Tân, Quảng Châu, Nam Kinh... Sự bùng nổ của các Sở giao dịch hàng hóa trong bối cảnh chưa có các quy định quản lý cụ thể đối với hoạt động giao dịch hàng hóa đã dẫn đến các Sở giao dịch hàng hóa nhanh chóng đối mặt với khó khăn. Tính riêng trong tháng 11 năm 1921 đã có đến 88 Sở giao dịch hàng hóa phải đóng cửa. Đến tháng 3 năm 1922, chỉ 12 Sở còn hoạt động giao dịch tại Thượng Hải (UNCTAD, 2009). Tháng 7 năm 1952, Sở giao dịch hàng hóa tại thành phố Thiên Tân là Sở giao dịch hàng hóa cuối cùng của Trung Quốc cũng đã ngừng hoạt động.

Đến năm 1990, thị trường giao dịch hàng hóa tương lai của Trung Quốc bắt đầu được tái thiết. Năm 1993, khi Trung Quốc chuyển nhanh từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế định hướng thị trường. Thị trường giao dịch hàng hóa tương lai tại Trung Quốc đã phát triển nhanh chóng. Thời điểm sôi động nhất có hơn 40 SGDHH được thành lập với 300 công ty môi giới và 400 công ty thành viên của các Sở giao dịch. Nhiều SGDHH niêm yết cùng loại sản phẩm, 7 Sở giao dịch niêm yết mặt hàng đường, 15 Sở giao dịch niêm yết sản phẩm thép, 9 SGDHH niêm yết mặt hàng đồng và nhôm và 8 Sở giao dịch niêm yết mặt hàng khí. Tuy nhiên, những hàng hóa chủ yếu được giao dịch lại là các mặt hàng nông sản như lúa mì, ngô và đậu tương. Đây là giai đoạn, hoạt động giao dịch hàng hoá tương lai tại Trung Quốc phát triển tự phát. Vì vậy, đã xảy ra tình trạng lũng đoạn, thao túng thị trường và cạnh tranh không lành mạnh gây ảnh hưởng xấu cho môi trường kinh doanh.

Từ năm 1993 đến năm 2000, Trung Quốc đã tiến hành công cuộc tái thiết và cải tổ thị trường giao dịch hàng hóa tương lai theo hướng chuẩn mực hơn dựa trên các quy

định và hoàn thiện khung pháp lý. CSRC đã ban hành các quy định thắt chặt hoạt động giao dịch hàng hóa tương lai, giám sát các hoạt động giao dịch bất hợp pháp và thu hẹp số lượng các mặt hàng được phép giao dịch.

Năm 1995, được sự chấp thuận của Quốc vụ viện, CSRC chỉ cho phép 15 SGDHH hoạt động thí điểm.

Năm 1998 đến năm 2000, số lượng các SGDHH tiếp tục được điều chỉnh, các công ty môi giới bị kiểm soát thông qua việc cấm độc quyền kinh doanh, điều chỉnh, chuẩn hóa tỷ lệ ký quỹ và thắt chặt các giao dịch hàng hoá tương lai qua SGDHH ở nước ngoài.

Sau quá trình tái thiết thị trường giao dịch hàng hóa tương lai, Trung Quốc hiện có 3 Sở giao dịch hoạt động độc lập, bao gồm: Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên, Sở giao dịch tương lai Thượng Hải và Sở giao dịch hàng hóa Trịnh Châu.

Từ năm 2000, thị trường giao dịch hàng hoá tương lai tại các SGDHH tại Trung Quốc phục hồi đà tăng trưởng đều đặn hàng năm. Ba Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc là những SGDHH đứng đầu thế giới tính theo số lượng và giá trị giao dịch, cụ thể: Sở giao dịch tương lai Thượng Hải thứ 4, Sở giao dịch hàng hóa Đại Liên thứ 3, Sở giao dịch hàng hóa Trịnh Châu thứ 5 đã nâng cao vai trò của định giá hàng hóa của Trung Quốc trên thị trường quốc tế.

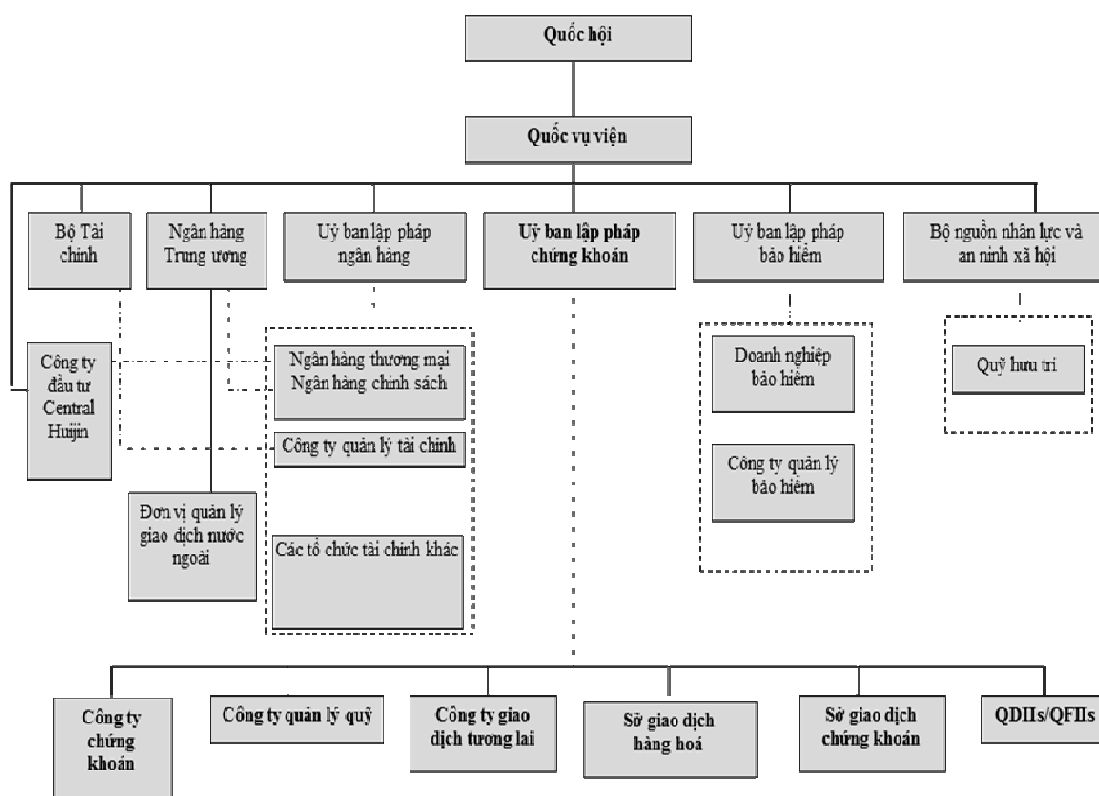
Bảng 2.3. Danh mục xếp hạng Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc

2013	2012	SGDHH	2012	2013	Tăng trưởng (%)	Thị phần (%)
3	2	Dalian Commodity Exchange	633.042.976	700.500.777	10,66	17,3
4	5	Shanghai Futures Exchange	365.329.379	642.473.980	75,86	15,87
5	6	Zhengzhou Commodity Exchange	347.091.533	525.299.023	51,34	12,97

Nguồn: Báo cáo thị trường giao dịch tương lai Trung Quốc 2013

* Tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Trung Quốc

Cơ cấu tổ chức quản lý nhà nước về Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc là một bộ phận trong hệ thống quản lý về tài chính, ngân hàng, bảo hiểm được thể hiện tổng thể dưới hình sau:

**Hình 2.5. Tổ chức quản lý Sở giao dịch hàng hóa của Trung Quốc**

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Cơ quan quản lý nhà nước về Sở giao dịch hàng hóa và các hoạt động giao dịch hàng hoá tương lai tại Trung Quốc bao gồm các tổ chức chính sau:

- Ủy ban Quản lý Chứng khoán Trung Quốc (CSCR): CSCR là cơ quan trực thuộc Quốc vụ viện có chức năng quản lý tập trung.

CRSC bao gồm 2 Ban giám sát khu vực I và khu vực II. Khu vực I theo dõi các hoạt động giao dịch nông sản, Khu vực II theo dõi các hoạt động giao dịch kỳ hạn các mặt hàng khoáng sản, dầu, tài chính.....

- Hiệp hội Thị trường tương lai Trung Quốc (CFA): CFA là tổ chức tự nguyện của ngành hàng thực hiện quản lý trên phạm vi toàn quốc, hoạt động phi lợi nhuận. CFA chịu sự giám sát của CSCR và các tổ chức môi giới, đơn vị trung gian bắt buộc phải tham gia CFA.

- Sở giao dịch hàng hóa là nơi giám sát các hoạt động giao dịch, thực hiện nhiệm vụ thanh toán bù trừ và bảo đảm hợp đồng được thực hiện. SGDHH phải đảm bảo các yêu cầu: được thành lập theo Luật công ty Trung Quốc; Vốn điều lệ trên 30 triệu NDT; Đáp ứng các quy định về quy chế quản lý do CRSC chấp thuận và phê duyệt.

Quy định pháp lý đầu tiên của Trung Quốc điều chỉnh hoạt động giao dịch hàng hoá tương lai được tính từ tháng 10 năm 1929 với việc ban hành Luật Thương mại, tiếp theo là các quy định về quản lý hoạt động của SGDHH vào tháng 01 năm 1930.

Tháng 11 năm 1993, Ủy ban Quản lý Chứng khoán Trung Quốc được Quốc vụ viện giao chức năng quản lý thị trường hàng hoá tương lai thông qua bản Thông báo “Kiên quyết kiềm chế sự phát triển hỗn loạn của thị trường tương lai”.

Năm 1994, Chính phủ Trung Quốc ban hành lệnh cấm các công ty môi giới giao dịch tương lai tham gia hoạt động môi giới giao dịch hàng hóa ra nước ngoài cũng như kinh doanh ngoại hối.

Cuối năm 1995, CSRC đã cấp giấy phép hoạt động kinh doanh môi giới giao dịch hàng hóa tương lai cho 330 công ty.

Tháng 8 năm 1998, Quốc vụ viện Trung Quốc ban hành Thông báo về việc sắp xếp và chuẩn hóa lại thị trường hàng hóa tương lai. Tiếp đó, tháng 6 năm 1999, Quốc vụ viện ban hành Pháp lệnh Giám sát giao dịch tương lai tạm thời và các quy định liên quan đến hoạt động giao dịch, công ty môi giới và các đối tượng liên quan đến giao dịch hàng hóa tương lai.

Tháng 12 năm 1999, những hành vi vi phạm liên quan đến hoạt động giao dịch hàng hóa tương lai đã được đưa vào Bộ luật Hình sự sửa đổi của Trung Quốc.

Tháng 12 năm 2000, Hiệp hội thị trường tương lai Trung Quốc đã được thành lập với mục đích thúc đẩy thị trường giao dịch hàng hóa tương lai phát triển.

Năm 2007, cùng với “Quy chế Quản lý thị trường tương lai”, Ủy ban Quản lý Chứng khoán Trung Quốc đã ban hành hàng loạt các biện pháp quản lý đồng bộ nhằm tạo nền móng cho việc phát triển thị trường tương lai theo hướng chuẩn mực. Tháng 3/2007, ba quy chế quan trọng về thị trường tương lai đã được công bố bởi Quốc vụ viện Trung Quốc và Ủy ban Quản lý chứng khoán Trung Quốc, có hiệu lực vào tháng 4 năm 2007. Các quy chế mới được xem như là Bộ Quy chế mới cho thị trường tương lai. Ngoài ra, các điều lệ và quy định thi hành liên quan khác hiện đã và đang chuẩn bị được ban hành bởi các cơ quan có thẩm quyền của Chính phủ Trung Quốc. Theo Bộ Quy chế mới, danh mục các hợp đồng tương lai được mở rộng bao gồm các hợp đồng hàng hóa, hợp đồng tài chính tương lai và hợp đồng quyền chọn.

Tháng 10 năm 2007, Bảng danh mục các ngành công nghiệp hướng dẫn cho các nhà đầu tư nước ngoài đã được cập nhật và ban hành, có hiệu lực từ ngày 01 tháng 12 năm 2007. Theo đó, nhà đầu tư nước ngoài được cho phép tham gia đầu tư vào các công ty tương lai tại Trung Quốc với những đối tác Trung Quốc, tuy nhiên những đối tác Trung Quốc phải nắm giữ số cổ phần chi phối tại các công ty tương lai.

- Trung Quốc không quy định điều kiện, tiêu chuẩn chung cho tất cả các doanh nghiệp tham gia giao dịch hàng hóa kỳ hạn ở nước ngoài. CSRC xét duyệt cấp phép cho từng doanh nghiệp dựa trên cơ sở đặc thù của từng lĩnh vực, ngành hàng. Mỗi một doanh nghiệp chỉ được phép tham gia giao dịch một số mặt hàng nhất định theo phê duyệt của Ủy ban Chứng khoán.

- Các doanh nghiệp được phép tham gia là các doanh nghiệp nhà nước hàng đầu của Trung Quốc, có quy mô rất lớn, tham gia giao dịch hàng hóa kỳ hạn ở nước ngoài chỉ nhằm bảo hiểm rủi ro về giá và góp phần đảm bảo nguồn cung các mặt hàng Trung Quốc có nhu cầu và nhập khẩu nhiều. Doanh nghiệp chỉ được phép thực hiện nghiệp vụ giao dịch kỳ hạn cho chính mình (tự doanh), không được đứng ra môi giới, nhận lệnh và giao dịch cho bất kỳ tổ chức, cá nhân, nhà đầu tư khác.

- Do các doanh nghiệp được phép tham gia đều thuộc diện 100% vốn nhà nước nên việc phân giao và sử dụng vốn cho mua bán hàng hóa kỳ hạn đầu

tiên phải do Ủy ban Quản lý vốn của Trung Quốc quản lý, phê duyệt. Trên cơ sở đó, UBCK phân giao hạn mức giao dịch trong một năm với từng doanh nghiệp, căn cứ trên nhu cầu thực tế, tình hình thị trường, nguồn ngoại tệ và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp trong các năm trước đó. Doanh nghiệp không được phép giao dịch quá hạn mức đã được CSRC phân giao trong năm. Nhằm mục tiêu quản lý ngoại hối, việc thanh toán, chuyển ngoại hối phải thực hiện thông qua Ngân hàng được Chính phủ Trung Quốc cho phép hoạt động trong lĩnh vực thanh toán quốc tế.

2.3.3. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Malaysia

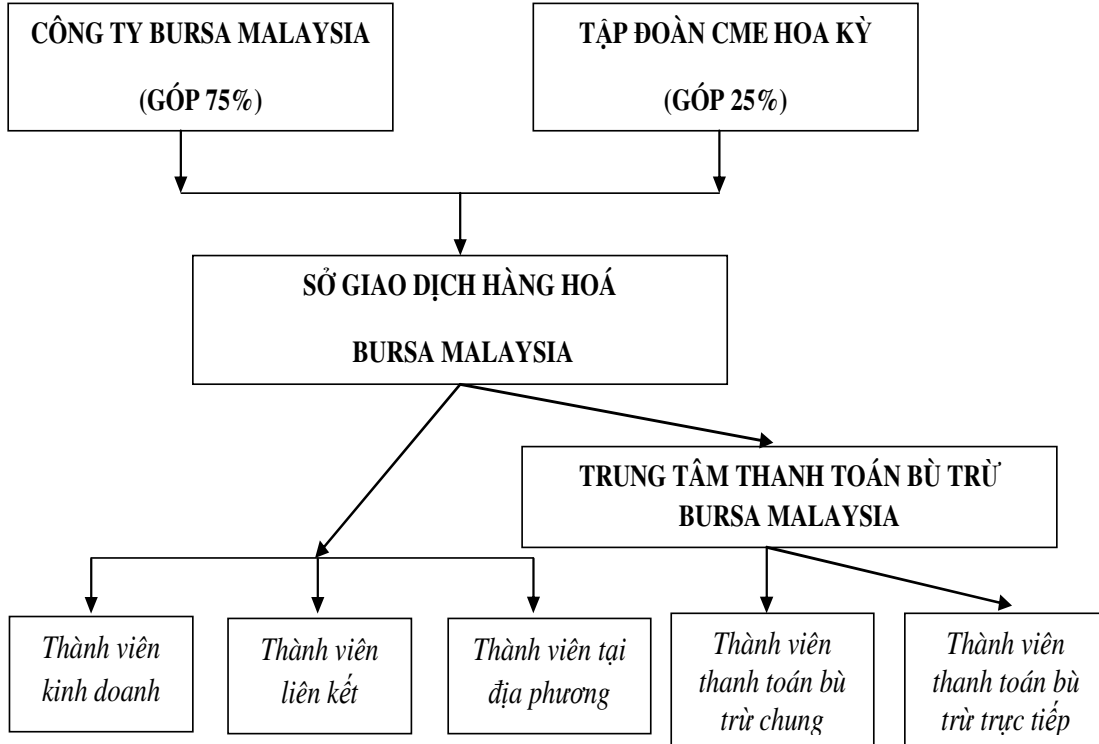
2.3.3.1. Mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Malaysia

**** Mô hình tổ chức***

Bursa Malaysia được thành lập và chịu sự quản lý chặt chẽ bởi Bộ Tài chính thông qua Ủy ban chứng khoán. Bursa Malaysia được Bộ Tài chính cấp phép thành lập theo hình thức công ty cổ phần, trong đó 20% vốn do Chính phủ sở hữu, 20% vốn tự sở hữu của Bursa và 60% vốn còn lại được huy động từ các cổ đông. Đối với tổ chức sở hữu không quá 20% cổ phiếu phổ thông và không quá 5% cổ phiếu phổ thông đối với cá nhân (Vụ Pháp chế - Bộ Công Thương, 2013).

Bursa Malaysia nắm giữ 100% vốn chủ sở hữu của 7 đơn vị trực thuộc, ngoại trừ Công ty phái sinh (derivatives) Bursa (75% vốn chủ sở hữu thuộc Bursa Malaysia, và 25% là cổ phần nước ngoài: Sở giao dịch Chicago - CME).

Đến nay, giao dịch hàng hóa phái sinh tại Malaysia đứng đầu thế giới về sản phẩm dầu cò thô.



Hình 2.6. Mô hình tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa Bursa Malaysia

Nguồn: Tổng hợp từ SGDHH Bursa Malaysia

* Tổ chức hoạt động

Sở giao dịch hàng hóa Bursa Malaysia hoạt động thông qua các thành viên gồm thành viên kinh doanh, thành viên liên kết, thành viên tại địa phương.

Các thành viên kinh doanh có thể bao gồm cả thực hiện chức năng môi giới giao dịch, có quyền hoạt động tự doanh, tiến hành giao dịch cho các khách hàng, được cấp phép bởi Ủy ban chứng khoán SC. Các thành viên liên kết không bao gồm chức năng môi giới, có quyền thực hiện giao dịch thông qua thành viên kinh doanh. Các thành viên liên kết không cần phải được cấp phép như các thành viên kinh doanh, tuy nhiên vẫn phải đăng ký tư cách thành viên với Bursa Malaysia. Các thành viên địa phương độc lập về thanh toán đối với thành viên kinh doanh, có quyền thực hiện hoạt động tự doanh, phải đăng ký tư cách thành viên với Bursa Malaysia. Ngoài các thành viên trên còn có các đại diện đã đăng ký được cấp phép bởi Ủy ban chứng khoán, phải đăng ký tư cách thành viên với Bursa Malaysia.

Hoạt động thanh toán bù trừ được thực hiện thông qua các thành viên của Trung tâm thanh toán bù trừ bao gồm thành viên thanh toán bù trừ chung và các thành viên

thanh toán bù trừ trực tiếp. Thành viên thanh toán bù trừ chung bao gồm cả chức năng của một nhà môi giới giao dịch. Thành viên thanh toán bù trừ trực tiếp không có chức năng của một nhà môi giới giao dịch.

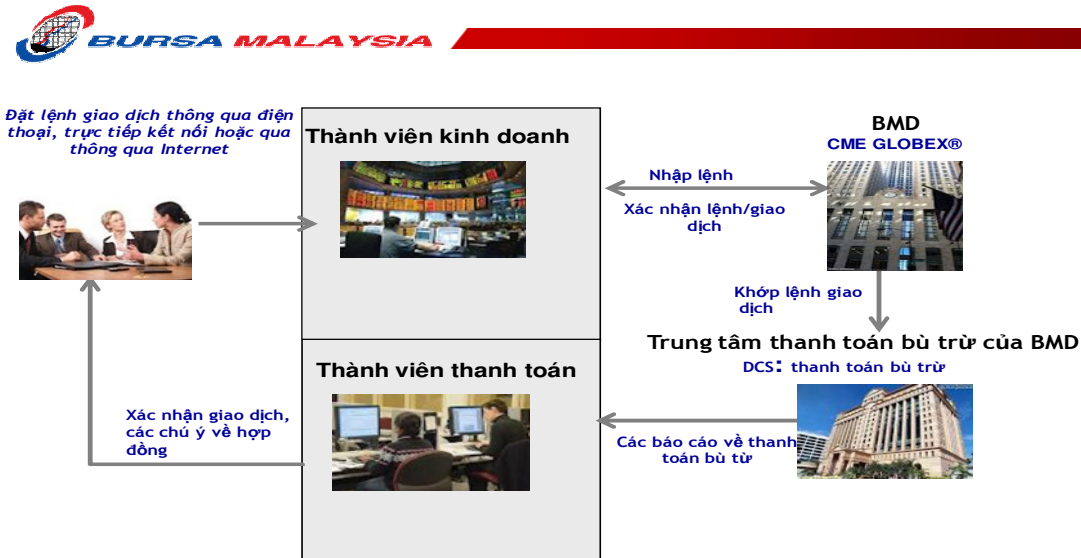
2.3.2.2. *Phát triển và tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Malaysia*

* Quá trình phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Malaysia

Tại Malaysia, Sở giao dịch hàng hóa Kuala Lumpur (KLCE) được thành lập vào tháng 7 năm 1980 là SGDHH đầu tiên ở khu vực Đông Nam Á thực hiện giao dịch mặt hàng dầu cọ trên sàn giao dịch sử dụng hệ thống đấu giá mở. Các hợp đồng hàng hoá được niêm yết qua KLCE bao gồm cao su, các loại có nguồn gốc từ cọ, thiếc, coca, các loại dầu có nguồn gốc từ cọ.

Tháng 12 năm 1995, Sở giao dịch tài chính và quyền chọn Kuala Lumpur (KLOFFE) được thành lập nhằm giao dịch các hợp đồng tương lai về chỉ số chứng khoán trên sàn giao dịch điện tử. Tháng 5 năm 1996, Sở giao dịch tiền tệ Malaysia (MME) được lập ra như là một chi nhánh của KLCE nhằm hỗ trợ giao dịch hợp đồng tương lai về Lãi suất liên ngân hàng Kuala Lumpur niêm yết kỳ hạn 3 tháng. Tháng 12 năm 1998, KLCE sáp nhập MME thành SGDHH và tiền tệ Malaysia (COMMEX) với nhiều chủng loại sản phẩm niêm yết. Tháng 01 năm 1999, Sở giao dịch chứng khoán Kuala Lumpur (KLSE) thu nhận KLOFFE là một chi nhánh của KLSE. Đến năm 2001, KLOFFE và COMMEX đã sáp nhập để hình thành Sở giao dịch phái sinh Malaysia (MDEX) là một sở giao dịch tích hợp các sản phẩm phái sinh về hàng hoá, tỷ lệ lãi suất và chỉ số chứng khoán tương lai. Qua quá trình hình thành, sáp nhập các tổ chức nêu trên có thể thấy MDEX là chi nhánh của KLSE và giao dịch tại sàn đấu giá mở của FCPO sang sàn giao dịch điện tử của KLOFFE (Vụ Pháp chế - Bộ Công Thương, 2013).

Năm 2004, MDEX được đổi tên thành Bursa Malaysia Derivatives. Theo bố trí tổ chức như trên, KLSE là công ty cổ phần giới hạn bởi các cổ phiếu sở hữu bởi 64 thành viên và sở hữu 100 các chi nhánh là đơn vị là sở giao dịch, trong đó có Sở giao dịch Bursa (Bursa Malaysia Derivatives).



Hình 2.7. Mô hình tổ chức giao dịch của Sở giao dịch hàng hóa Bursa

Nguồn: Điều lệ hoạt động của SGDHH Bursa

Hiện nay, Sở giao dịch hàng hóa Bursa giao dịch 8 hợp đồng tương lai, trong đó hợp đồng hàng hoá dầu cọ chiếm trên 50% khối lượng giao dịch kể từ khi sát nhập và hợp nhất. Sở giao dịch hàng hóa Bursa cung cấp giá tham chiếu cho ngành dầu cọ trên thế giới và được coi là một trong những SGDHH tại các nước đang phát triển mở cửa cho các đối tượng người nước ngoài. Mặc dù, Sở giao dịch Bursa trong thời gian qua đã cố gắng phát triển các hợp đồng hàng hoá tương lai và các hợp đồng mới như quyền chọn nhưng đều không thành công.

* Tạo lập điều kiện phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Malaysia

Ủy ban chứng khoán Malaysia được thành lập ngày 01 tháng 3 năm 1993 theo Luật Ủy ban chứng khoán, là một tổ chức tự trang trải chi phí có chức năng điều tra và thi hành thông qua việc báo cáo Bộ trưởng Bộ Tài chính. Trong những năm 1990, quy định thị trường vốn tại Malaysia phải đối mặt với phát triển nhanh chóng của các SGDHH. Đến năm 1997, Chính phủ Malaysia quyết định hợp nhất văn bản và đưa ra Luật ngành tương lai. Do vậy, Luật giao dịch hàng hoá năm 1985 được phản ánh và có chức năng của hai cơ quan quản lý được hợp nhất thành Ủy ban chứng khoán hoạt động dưới quyền của Bộ Tài chính Malaysia.

Sự thay đổi cơ cấu tổ chức từ năm 2001 bao gồm việc sáp nhập tất cả các đơn vị vào KLSE và kết quả của việc sát nhập của KLSE với sự ra đời của Bursa Malaysia đã thất bại theo Kế hoạch thị trường vốn của Chính phủ Malaysia. Kế hoạch thị trường

vốn được công bố năm 1999 và thực hiện năm 2001, được thiết kế toàn diện nhằm phát triển các thị trường vốn của Malaysia trong dài hạn. Kế hoạch này đã đưa ra 152 khuyến nghị bao trùm 11 lĩnh vực, một trong số đó là thị trường phái sinh.

Điểm mạnh của Sở giao dịch Bursa là một điểm chuẩn giao dịch đối với đầu cơ có được là đã tạo một môi trường pháp lý hỗ trợ trong hoạt động. Thị trường được mở và gia nhập đối với các đối tượng tham gia ở nước ngoài. Chức năng kiểm soát thị trường được tập trung phần lớn tại trung tâm thanh toán bù trừ hoạt động như là một đơn vị tự kiểm soát đầu tiên. Ngoài ra, Ủy ban chứng khoán hoạt động là một đơn vị dựa trên nguyên tắc cơ bản là chính sách quy định, nó tập trung vào nâng cao các nguyên tắc nhằm bảo vệ nhà đầu tư, quản lý rủi ro thị trường và tuân thủ nội bộ.

2.3.4. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam

2.3.4.1. Bài học thành công

Trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại một số quốc gia trên thế giới, có thể khái quát một số bài học có thể áp dụng cho Việt Nam như sau:

Một là, để phát triển Sở giao dịch hàng hóa, các giao dịch cần gắn với nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất lớn.

Hàng hoá giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa ở giai đoạn đầu đều xuất phát từ những hàng hoá nông sản gắn với nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất. Các giao dịch trên cơ sở được phát triển từ giao dịch hàng hoá kỳ hạn sau đó phát triển thêm các giao dịch phái sinh khác như giao dịch quyền chọn và giao dịch hoán đổi. Do vậy, để phát triển ổn định, bền vững đối với SGDHH cũng như hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh không thể nóng vội, đốt cháy giai đoạn mà cần có những bước đi chắc chắn, đi từ nền tảng của nhu cầu lớn về giao dịch hàng hoá thật, tiếp đến là phát triển cơ sở vật chất phục vụ giao dịch hàng hoá kỳ hạn (kho hàng, công nghệ thông tin, trung tâm thanh toán bù trừ, trung tâm giao nhận hàng hoá, ...).

Để phát triển giao dịch hàng hoá phái sinh sôi động, ngoài yếu tố khách quan là giá các mặt hàng giao dịch phải có biến động lớn (phát sinh nhu cầu bảo hiểm rủi ro), yếu tố quy mô sản xuất và giao dịch lớn của mặt hàng là quyết định. Vì vậy, cần có một nền sản xuất lớn đối với các mặt hàng giao dịch.

Hai là, chủ động tiếp nhận công nghệ quản lý Sở giao dịch hàng hóa tiên tiến.

Xu hướng sáp nhập giữa các Sở giao dịch hàng hóa tại các nước đang diễn ra phổ biến nhằm cắt giảm chi phí giao dịch, tận dụng cơ sở vật chất, mạng lưới khách

hàng của nhau và tăng tốc độ thực hiện các giao dịch, nâng cao chất lượng phục vụ các đối tượng tham gia giao dịch. Xu hướng này đã tạo ra một thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh có tính thanh khoản cao hơn và mang lại nhiều lợi ích hơn cho các nhà đầu tư. Do vậy, Việt Nam cần có định hướng rõ ràng trong việc liên doanh, liên kết trong việc tổ chức hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh cũng như thiết lập các SGDHH có sự tham gia liên doanh (góp vốn), liên kết (niêm yết chéo, sử dụng cơ sở hạ tầng của nhau). Đồng thời, cần liên tục nghiên cứu, thúc đẩy hợp tác giữa các SGDHH của các quốc gia trên thế giới nhằm phát huy lợi thế về công nghệ, thị trường và cơ sở hạ tầng vật chất của các bên tham gia hợp tác.

Ba là, nâng cao năng lực tham gia của các đối tượng giao dịch hàng hoá phái sinh.

Học tập kinh nghiệm của Trung Quốc và Malaysia, các hiệp hội tại Việt Nam cần hỗ trợ tuyên truyền về lợi ích khi tham gia giao dịch, hướng dẫn và huấn luyện nghiệp vụ hoạt động giao dịch qua SGDHH đến các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, chế biến mặt hàng nông sản nhằm định giá chuẩn cho thị trường Việt Nam. Mặt khác, theo kinh nghiệm thành công của Hiệp hội dầu cọ Malaysia MPOB, các hiệp hội ngành nghề tại Việt Nam cũng nên tập trung vào việc nghiên cứu áp dụng các ưu điểm của sản phẩm giao dịch để thu hút được các đối tác đầu tư trên SGDHH.

Bốn là, nâng cao năng lực của các Sở giao dịch hàng hóa.

Sở giao dịch cần nâng cao năng lực về cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng, hệ thống công nghệ thông tin để nâng cao khả năng cạnh tranh, cung cấp cho các khách hàng các sản phẩm tiện ích, vượt trội so với các sản phẩm truyền thống. Đồng thời, với năng lực của cơ sở hạ tầng như trung tâm hàng hoá (cung cấp các dịch vụ gửi, giao nhận và phát hành chứng chỉ gửi hàng) các sản phẩm của SGDHH sẽ mang lại lợi ích không chỉ đối với khách hàng mà còn hỗ trợ phát triển các ngành liên quan của nền kinh tế như giao nhận, nâng cao tiêu chuẩn hàng hoá, tăng sức cạnh tranh của các sản phẩm sản xuất trong nước.

Từ kinh nghiệm thực tế và qua tìm hiểu nghiệp vụ các bộ phận của các SGDHH cho thấy, để phát triển được thì không thể tách rời và đứt quãng hoạt động tại bộ phận trong Sở, tất cả các bộ phận cần có sự điều phối, phối hợp chặt chẽ như một thể thống nhất.

2.3.4.2. Bài học không thành công

Thứ nhất, thiếu sự kiểm soát, định hướng của Nhà nước

Kinh nghiệm từ các nước đã được trình bày ở trên cho thấy, dù đáp ứng đầy đủ các điều kiện để phát triển SGDHH nhưng thiếu sự can thiệp của Nhà nước đều xảy ra

hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh, sự thao túng và lũng loạn thị trường của các đối tượng tham gia. Vì vậy, các nước đều có giai đoạn hoạt động của các SGDHH bị ngưng trệ và gây tổn thất cho các đối tượng tham gia cũng như ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế.

Các Sở giao dịch hàng hóa giai đoạn đầu phát triển thường mang tính tự phát, thiếu sự định hướng và thiếu kiểm soát của Nhà nước đối với các hành vi thao túng thị trường, lôi kéo và lừa dối khách hàng của các thành viên kinh doanh cũng như từ các nhân viên giao dịch của Sở giao dịch.

Thứ hai, không đưa ra được các sản phẩm giao dịch phù hợp với thị trường.

Một trong những sai lầm của Sở giao dịch hàng hóa khi đưa ra các sản phẩm giao dịch có mặt hàng trùng lặp với các sản phẩm phái sinh đã có giao dịch trên thị trường khiến rủi ro tài chính tăng cao. Một số SGDHH đưa ra các sản phẩm giao dịch khi chưa có nghiên cứu đầy đủ các yếu tố cấu thành một hợp đồng thành công như nhu cầu giao dịch của khách hàng, quy mô, tiêu chuẩn hàng hoá giao dịch,... Do vậy, các sản phẩm giao dịch trên SGDHH cần phải được đa dạng, đồng thời kết hợp với các sản phẩm tài chính phái sinh và khai thác.

Thứ ba, không bắt kịp, áp dụng hiệu quả tiến trình phát triển của khoa học công nghệ.

Sở giao dịch hàng hóa cần nắm bắt và tận dụng trình độ phát triển của khoa học công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh, cụ thể: cạnh tranh về tốc độ giao dịch, hạn chế các rủi ro trong giao dịch như rò rỉ thông tin thông tin giao dịch, rủi ro tài khoản khách hàng; nâng cao khả năng giao hàng hoá vật chất, đảm bảo chất lượng, thời gian giao hàng đúng thời gian, đúng địa điểm khi có giao dịch hàng hoá vật chất.

CHƯƠNG 3

CƠ SỞ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM

3.1. Thực trạng điều kiện bảo đảm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

3.1.1. Thực trạng thể chế, kinh tế vĩ mô cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

3.1.1.1. Thực trạng thể chế về Sở giao dịch hàng hóa

a) Thực trạng hệ thống văn bản pháp lý

Sở giao dịch hàng hóa được điều chỉnh bởi Luật Thương mại 2005 (Mục 3 Chương II); Nghị định số 158/2006/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa; Thông tư số 03/2009/TT-BCT hướng dẫn hồ sơ, trình tự, thủ tục cấp giấy phép thành lập và quy định chế độ báo cáo của Sở giao dịch hàng hóa; Quyết định số 4361/QĐ-BCT về việc công bố Danh mục hàng hoá được phép giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa; Thông tư số 38/2013/TT-BCT quy định về giải pháp công nghệ và yêu cầu kỹ thuật trong hoạt động mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa.

Các văn bản pháp luật nêu trên quy định đầy đủ các nhóm quy phạm, bao gồm quy định về: Sở giao dịch hàng hóa; các chủ thể tham gia giao dịch; quản lý Nhà nước đối với hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa; giải quyết tranh chấp phát sinh từ hoạt động mua bán hàng hóa; chế tài áp dụng đối với hành vi vi phạm khi thực hiện hoạt động mua bán, bao gồm chế tài dân sự, chế tài hành chính, chế tài hình sự.

Như vậy, pháp luật điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa đầy đủ, từ các quy phạm về nội dung hoạt động đến các quy phạm về thủ tục giải quyết tranh chấp và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật. Tuy nhiên, việc áp dụng pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam hiện nay mang tính linh hoạt, ngoài áp dụng các văn bản điều chỉnh trực tiếp bằng Nghị định số 158/2009/NĐ-CP, giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa được điều chỉnh gián tiếp bởi các quy định pháp luật khác như Luật Thương mại 2005 điều chỉnh trong hoạt động mua bán hàng hóa trong trường hợp phát sinh giao dịch hàng hoá thực; Luật Dân sự 2005 và Luật Thương mại 2005 khi điều chỉnh thời điểm xác định quyền sở hữu đối với đối tượng của hợp đồng và chuyển quyền sở hữu; hoạt động ủy quyền khi tham gia hoạt động mua bán hàng hóa qua SGDHH. Các văn bản pháp luật điều chỉnh nêu trên chủ yếu áp dụng đối với các hoạt

động mua bán hàng hóa thông thường (giao dịch hàng hóa thực), do đó, với những tính chất, đặc điểm khác biệt của giao dịch hàng hóa qua SGDHH, những quy định nói trên khi áp dụng đã có sự bất hợp lý nhất định.

Chương III Luật Thương mại 2005 và Nghị định số 158/2006/NĐ-CP quy định tính pháp lý, cơ cấu tổ chức và các hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa và của các bộ phận chức năng, cụ thể:

- Về hình thức tổ chức: Sở giao dịch hàng hóa được tổ chức dưới hai hình thức doanh nghiệp: (i) công ty cổ phần hoặc (ii) công ty trách nhiệm hữu hạn; Điều kiện thành lập gồm: (i) bằng cấp và kinh nghiệm người quản lý SGDHH; (ii) vốn pháp định và (iii) điều lệ hoạt động.

- Về tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa:

+ Thành viên Sở giao dịch hàng hóa gồm 02 loại: thành viên kinh doanh và thành viên môi giới. Điều kiện đối với các thành viên: (i) là doanh nghiệp; (ii) vốn pháp định; (iii) bằng cấp và kinh nghiệm người quản lý; (iv) các điều kiện khác theo quy định của SGDHH.

+ Các bộ phận khác của Sở giao dịch hàng hóa: Trung tâm thanh toán; trung tâm giao nhận hàng hóa; quyền và nghĩa vụ của các bộ phận nêu trên.

- Về hoạt động mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa có quy định về ký quỹ, mặt hàng giao dịch, thời gian giao dịch, hạn mức giao dịch, phương thức giao dịch, phương thức thực hiện hợp đồng; Ủy thác mua bán hàng hóa qua SGDHH. Thực tế, một hợp đồng giao dịch trên SGDHH được chuyển nhượng giữa các khách hàng thông qua lệnh mua - bán có thể diễn ra nhiều lần trong ngày. Bên cạnh đó, trong trường hợp giá trên sàn thay đổi, người nắm giữ hợp đồng có thể thu được một khoản lợi nhuận hoặc bị lỗ sau khi thanh toán bù trừ vào cuối phiên giao dịch mỗi ngày. Tuy nhiên, hiện tại pháp luật về thuế chưa có quy định đối với thu nhập từ hoạt động chuyển nhượng hoặc thu nhập từ thanh toán bù trừ nêu trên.

Đối với giao dịch đến tháng đáo hạn hợp đồng mà các bên thực hiện việc giao nhận hàng thực kể cả đối với việc giao dịch trên SGDHH. Khi bên mua nhận hàng, việc giao nhận sẽ được thực hiện thông qua trung tâm giao nhận của SGDHH và tài liệu, văn bản xác nhận việc giao dịch được thực hiện có thể được thể hiện dưới dạng thông báo, xác nhận của SGDHH. Tuy nhiên, tài liệu, văn bản xác nhận này chưa được pháp luật quy định có giá trị tương đương như hợp đồng thương mại để các bên có thể thực hiện hoạt động xuất nhập khẩu (đối với giao dịch qua Sở giao dịch nước ngoài) cũng như hoạt động mua bán trong nước.

- Về mặt hàng giao dịch: Theo quy định tại Quyết định số 4361/QĐ-BCT của Bộ trưởng Bộ Công Thương, các mặt hàng được phép giao dịch trên SGDHH là cà phê, cao su và thép. Tuy nhiên, căn cứ cho phép bổ sung mặt hàng cũng như quy trình lựa chọn mặt hàng giao dịch trên SGDHH chưa được làm rõ về căn cứ của việc chọn mặt hàng giao dịch và chưa thể hiện chính sách, quan điểm, định hướng cho việc lựa chọn mặt hàng được niêm yết.

- Về giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa ở nước ngoài: Nghị định số 158/2006/NĐ-CP đề cập quyền hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa ở nước ngoài, theo đó thương nhân Việt Nam được quyền hoạt động mua bán hàng hóa qua SGDHH ở nước ngoài theo lộ trình và điều kiện do Bộ Công Thương quy định. Tuy nhiên, tổ chức, cá nhân bao gồm nhà đầu tư nước ngoài không được quy định rõ là đối tượng điều chỉnh. Do vậy, đối tượng này chưa tham gia trên SGDHH tại Việt Nam với mọi tư cách: thành lập, quản lý Sở; thành viên của Sở; khách hàng giao dịch trên Sở.

Đồng thời, Bộ Công Thương chưa ban hành lộ trình, điều kiện thương nhân tham gia giao dịch trên SGDHH ở nước ngoài nhưng trên thực tế, một số ngân hàng thương mại đã triển khai hoạt động này với tư cách là nhà môi giới trên cơ sở chấp thuận của Ngân hàng nhà nước. Điều 105 Luật Các tổ chức tín dụng quy định ngân hàng thương mại được kinh doanh, cung ứng dịch vụ ngoại hối và sản phẩm phái sinh. Theo đó, sau khi Ngân hàng Nhà nước chấp thuận, ngân hàng thương mại được kinh doanh, cung ứng dịch vụ cho khách hàng ở trong nước và nước ngoài các sản phẩm phái sinh về tỷ giá, lãi suất, ngoại hối, tiền tệ và tài sản tài chính khác. Tuy nhiên, sản phẩm phái sinh mà ngân hàng đang thực hiện trên SGDHH ở nước ngoài là phái sinh hàng hóa, không thuộc phái sinh tài chính và do đó không áp dụng Luật Các tổ chức tín dụng.

b) Thực trạng tổ chức quản lý nhà nước

Theo quy định của Luật Thương mại 2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành, nhiệm vụ, quyền hạn của các đơn vị như sau:

- Bộ Công Thương: chịu trách nhiệm chung trước Chính phủ về quản lý hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa và quy định lộ trình, điều kiện và phạm vi của thương nhân Việt Nam tham gia hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa ở nước ngoài.

- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: có trách nhiệm hướng dẫn chế độ thanh toán trong hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa; quy định cụ thể điều kiện hoạt động của Trung tâm thanh toán.

- Bộ Tài chính: có trách nhiệm hướng dẫn các chế độ về thuế, phí, lệ phí đối với hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa; phối hợp với Bộ Thương mại trong việc thẩm tra năng lực tài chính của các sáng lập viên của Sở giao dịch hàng hóa;

- Bộ Kế hoạch và Đầu tư: có trách nhiệm phối hợp với Bộ Thương mại trong việc thẩm tra tính khả thi của việc thành lập Sở giao dịch hàng hóa.

- Bộ Công Thương đã thành lập đơn vị chuyên trách theo dõi và thực hiện nội dung quản lý hoạt động của SGDHH theo Quyết định số 4248/QĐ-BCT của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Đề án “Tăng cường công tác quản lý nhà nước đối với Sở giao dịch hàng hóa”.

Hiện tại, Bộ Công Thương thực hiện chức năng quản lý hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa theo cơ chế phối hợp, như sau:

- Đối với công tác thẩm tra và cấp phép thành lập Sở giao dịch hàng hóa: Bộ Công Thương tiến hành thông qua cơ chế thành lập Hội đồng thẩm tra hồ sơ các điều kiện thành lập với các thành viên là đại diện của Bộ Công Thương, Ngân hàng nhà nước, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính.

- Đối với công tác quản lý, thanh tra, kiểm tra hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa: Bộ Công Thương giao cho Vụ Thị trường trong nước (Phòng quản lý hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa) là đơn vị đầu mối chịu trách nhiệm chính, phối hợp với Cục Xuất nhập khẩu, Cục Quản lý thị trường, Vụ Pháp chế và Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin triển khai, thực hiện kiểm tra theo định kỳ 6 tháng và 1 năm tình hình hoạt động và thực thi pháp luật trong lĩnh vực mua bán hàng hóa qua SGDHH.

3.1.1.2. Thực trạng kinh tế vĩ mô giai đoạn năm 2011-2016

Kinh tế Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2016 đối mặt với nhiều khó khăn do những vấn đề nội tại của nền kinh tế và chịu tác động của suy thoái kinh tế toàn cầu.

Hai năm 2011-2012, tăng trưởng kinh tế liên tiếp sụt giảm, từ mức 6,42% năm 2010 xuống còn 6,24% trong năm 2011 và 5,25% trong năm 2012. Từ năm 2013 cho đến năm 2015, Chính phủ đã có những chính sách tháo gỡ khó khăn cùng với sự phục hồi kinh tế thế giới, kinh tế Việt Nam đã có cải thiện, đạt mức tăng trưởng đột phá trong năm 2015 là 6,68%.

Tính chung cả giai đoạn 2011-2015, tăng trưởng kinh tế của Việt Nam đạt 5,91%, thấp hơn so với mức 6,32% của giai đoạn 2006-2010 và phục hồi chậm so với một số nước trong khu vực trong giai đoạn hậu khủng hoảng.

Mức tăng trưởng năm 2016 thấp hơn mức tăng 6,68% của năm 2015 do bối cảnh kinh tế thế giới không thuận lợi, bối cảnh trong nước chịu sự ảnh hưởng của thời tiết, môi trường biến đổi biến phức tạp.

Bảng 3.1. Tăng trưởng kinh tế Việt Nam theo kỳ 5 năm và năm 2016

Giai đoạn	Đơn vị	2001-2005	2006-2010	2011-2015	Năm 2016
Tăng trưởng chung	%	6,9	6,32	5,91	6,21
Công nghiệp, xây dựng	%	8,7	6,38	6,92	7,57
Nông, lâm, thủy sản	%	3,9	3,53	3,05	1,36
Dịch vụ	%	7,0	7,64	6,32	6,98

Nguồn: Tổng Cục Thống kê và tổng hợp của tác giả

Từ năm 2011, Ngân hàng Nhà nước thực hiện hàng loạt các biện pháp chính sách tiền tệ thắt chặt như kiểm soát tín dụng (về lượng và định hướng dòng vốn); hạn chế cung tiền; kiểm soát tăng lãi suất; đưa ra các biện pháp, chính sách quản lý ngoại hối nhằm giảm áp lực tỷ giá và mức độ chênh lệch giữa thị trường chính thức và thị trường tự do. Yêu cầu kiểm chế mức lạm phát trên 18% năm 2011 được Chính phủ đặt ra và coi là mục tiêu chính sách hàng đầu nhằm kiểm chế lạm phát, bình ổn kinh tế. Giai đoạn năm 2011 – 2012, mặc dù tốc độ tăng trưởng chưa thể phục hồi mạnh nhưng chỉ trong vòng chưa đầy 2 năm, kinh tế Việt Nam đã ổn định trở lại. Lạm phát giảm từ mức 18,1% năm 2011 xuống mức 6,81% năm 2012, cán cân thương mại thặng dư trở lại, tỷ giá ổn định, mặt bằng lãi suất bắt đầu ổn định và giảm dần.

Năm 2013 đánh dấu sự phục hồi tăng trưởng kinh tế Việt Nam với mức tăng trưởng GDP đạt 5,42%, cao hơn so với năm 2012, lạm phát tiếp tục giảm xuống mức 6,04% so với 2012. Năm 2013 là một năm bản lề của chính sách tài khóa tiền tệ kể từ khi Ngân hàng Nhà nước quy định việc mua, bán ngoại tệ của Tập đoàn kinh tế, Tổng công ty nhà nước. Trên cơ sở kiểm chế được lạm phát và ổn định tình hình kinh tế vĩ mô, Ngân hàng Nhà nước bắt đầu áp dụng chính sách tiền tệ nới lỏng thận trọng, tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trở lại.

Cuối năm 2013, tăng trưởng tín dụng của Việt Nam đạt trên 12,51%, tăng mạnh so với mức 5% của năm 2012. Năm 2014 đạt mức 13% và 2015 tăng trưởng tín dụng đạt 17,29%. Ngân hàng Nhà nước dần dần giảm các mức lãi suất điều hành. Trong đó, lãi suất tái chiết khấu đã giảm xuống 4,5% từ mức 7% của năm 2012, lãi suất tái cấp vốn giảm về 6,5% từ mức 9% của năm 2012 theo Quyết định số 496/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước. Lãi suất bình quân liên ngân hàng kì hạn 6 tháng giảm xuống mức 5,4% từ mức cao nhất 15% của năm 2011.

Diễn biến tỷ giá và thị trường vàng trong nước được điều hành ổn định, dự trữ ngoại hối tăng trở lại từ năm 2012, đạt hơn 30 tỷ USD vào cuối năm 2014. Giai đoạn năm 2013 – 2015 thị trường trái phiếu chính phủ tương đối thành công nhờ sự ổn định của hệ thống ngân hàng và các thị trường đầu tư khác.

Năm 2015, kinh tế Việt Nam phục hồi vững chắc nhưng ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố từ bên ngoài. GDP năm 2015 tăng trưởng 6,68%, cao nhất trong 5 năm, lạm phát ở mức 0,6%. Cán cân thương mại vẫn thâm hụt nhưng nguyên nhân chính từ hoạt động của khối FDI. Điểm đáng lo ngại là nợ công tiếp tục tăng cao và thâm hụt ngân sách vẫn ở mức trên 5% trong năm 2015. Thanh khoản hệ thống ngân hàng ổn định, tạo nền tảng tốt cho mặt bằng lãi suất giảm nhẹ, tăng trưởng tín dụng 2015 đạt 17,29% mức phục hồi cao nhất trong giai đoạn năm 2011 – 2015. Tỷ giá tham chiếu năm 2015 tăng 3%, biên độ tối đa tăng từ 3% lên 5%, Ngân hàng Nhà nước sẵn sàng cung ngoại tệ để bình ổn trước khi có những thay đổi về phương pháp tính tỷ giá vào đầu năm 2016.

Bảng 3.2. Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản giai đoạn 2011-2016

Năm	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tăng trưởng GDP	%	6,24	5,25	5,42	5,98	6,68	6,21
Lạm phát	%	18,1	6,81	6,04	1,84	0,6	1,83
Cán cân thương mại	Tỷ USD	-9,84	0,78	0,01	2,14	-3,54	-1,8
Thâm hụt NSNN	%/GDP	4,4	5,36	6,27	5,69	5,0	5,74
Nợ công	%/GDP	50,1	50,8	54,2	60,3	61,3	63,7

Nguồn: Tổng Cục Thống kê và tổng hợp của tác giả

Về hợp tác kinh tế quốc tế: Giai đoạn 2011-2015 Việt Nam chủ động hội nhập sâu vào kinh tế quốc tế với hàng loạt hiệp định thương mại tự do được ký kết. Việc

chính thức ký kết Hiệp định Thương mại tự do với Liên minh Hải quan và Hiệp định với Hàn Quốc là hai dấu mốc quan trọng của Việt Nam trong hội nhập. Việt Nam cũng kết thúc đàm phán và đạt được các thỏa thuận trong Hiệp định FTA với Liên minh châu Âu và ký kết Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Cuối năm 2015, việc hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN đưa Việt Nam hội nhập sâu hơn trong khu vực. Những FTA mà Việt Nam tham gia đàm phán, ký kết chiếm tỷ lệ lớn trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Như vậy, Việt Nam đã có quan hệ sâu rộng với 45 nước đối tác, chiếm tới 65% GDP và 50% thương mại của thế giới và sẽ thúc đẩy các dòng tiền và hàng hóa luân chuyển thuận lợi giữa Việt Nam và các đối tác. Bối cảnh hợp tác kinh tế trong thời gian qua sẽ tạo tiền đề cho Việt Nam tạo ra cơ hội được về đầu tư và thương mại, thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế trong tất cả các lĩnh vực.

3.1.2. Thực trạng về mặt hàng gạo

3.1.2.1. Thực trạng sản xuất, tiêu chuẩn chất lượng, thị trường và biến động giá mặt hàng gạo

a) Thực trạng sản xuất mặt hàng gạo

Việt Nam có tổng diện tích trồng lúa gạo lên tới 7,8 triệu ha và sản xuất 3 mùa vụ chính trong năm. Sản xuất lúa tại Việt Nam khá manh mún và có sự khác biệt rõ giữa sản xuất tự cung tự cấp và sản xuất lúa hàng hóa. Từ năm 2000, vùng đồng bằng sông Cửu Long chiếm 2/3 tăng trưởng sản lượng lúa toàn quốc. Năm 2008 có 1,4 triệu hộ trồng lúa, trong đó 2/3 lượng thặng dư lúa hàng hóa ròng do 20% hộ có quy mô lớn nhất tạo ra (tức là những hộ có quy mô ruộng đất trung bình 2,74 ha). Khoảng 85% thặng dư được tạo ra bởi nhóm 40% các hộ lớn nhất. Hầu hết lúa xuất khẩu được sản xuất bởi 300.000 hộ trong tổng số 9 triệu hộ sản xuất lúa (Trần Công Thắng, 2015).

Bảng 3.3 Quy mô sản xuất và sản lượng lúa gạo của Việt Nam

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Diện tích trồng lúa	Ha	7.655	7.761	7.902	7.813	7.835	7.790
2	Sản lượng lúa	Tấn	42.398	43.737	44.039	44.974	45.105	43.609
3	Xuất khẩu gạo	Tấn	7.112	8.015	6.653	6.311	6.587	4.836

Nguồn: Tổng Cục Thống kê và Bộ NN&PTNT

Đồng bằng Sông Hồng (ĐBSH) có quy mô sản xuất hộ trồng lúa nhỏ nhất, với 98% hộ trồng lúa có diện tích dưới 0,5ha, tại ĐBSCL quy mô sản xuất trung bình của hộ trồng lúa là 1ha/hộ, 38,4% hộ sản xuất dưới 0,5ha; 48,2% hộ từ 0,5-2ha và 13,4% hộ có diện tích trên 2ha.

Bảng 3.4. Điều kiện canh tác lúa gạo của Việt Nam

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Quy mô
1.	Số hộ trồng lúa	triệu	9,3
2.	Diện tích canh tác trung bình	ha	0,85
3.	Số mảnh ruộng trung bình/hộ	mảnh	4,7
4.	Khoảng cách đến nơi canh tác	Km	4,7

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

b. Thực trạng tiêu chuẩn, bảo quản gạo Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam có 16 TCVN về gạo và 46 tiêu chuẩn liên quan đã được công bố và áp dụng. Nhìn chung, tiêu chuẩn về gạo của Việt Nam khá đầy đủ, đồng bộ. Tuy nhiên, các tiêu chuẩn hiện có chưa thực sự theo kịp theo tiêu chuẩn của một số quốc gia có thể mạnh về lúa gạo như Thái Lan, Nhật Bản, do vậy chưa đáp ứng được yêu cầu quản lý và hỗ trợ xuất khẩu bền vững.

Trong khâu bảo quản, tính đến năm 2014, tổng tích lượng kho chứa lúa gạo cả nước đạt 5,38 triệu tấn, trong đó 4,36 triệu tấn kho chứa gạo và 1,02 triệu tấn kho chứa lúa, chủ yếu đặt tại ĐBSCL. Doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu xây dựng kho dự trữ gạo có quy mô nhỏ để đáp ứng nhu cầu khi nhận được đơn hàng.

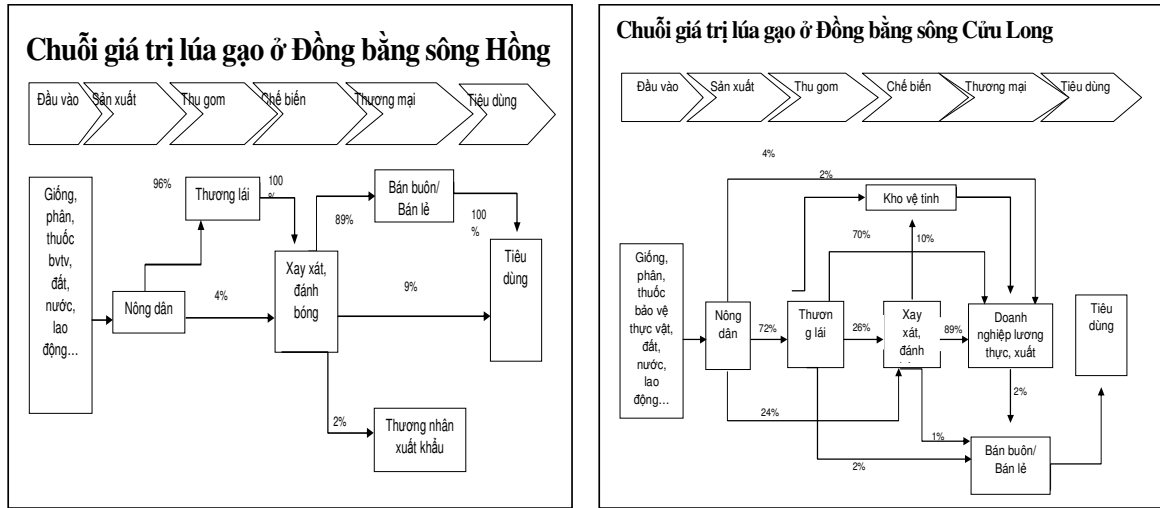
Công nghệ sấy, xay sát, đóng gói của Việt Nam đạt trình độ khu vực và được sử dụng phổ biến tại thị trường nội địa. Tuy nhiên, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch cao, chất lượng gạo của Việt Nam thấp do quy trình chế biến gạo Việt Nam chưa hiệu quả. Tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch gạo của Việt Nam hiện là 13,7%, so với Thái Lan là 6,1-9,1%, Ấn Độ là 6%.

c) Thực trạng thị trường gạo của Việt Nam

- Thực trạng thị trường gạo trong nước

Hoạt động lưu thông mặt hàng gạo trong nước của Việt Nam được phân chia theo hai khu vực sản xuất chính của Việt Nam, gồm khu vực ĐBSH và khu vực ĐBSCL.

Sơ đồ dưới đây trình bày chuỗi giá trị lúa gạo theo lượng lúa gạo hàng hóa của ĐBSH và ĐBSCL



Hình 3.1. Chuỗi giá trị lúa gạo ở Việt Nam

Nguồn: Trần Công Thắng, 2015

- Thực trạng thị trường xuất khẩu mặt hàng gạo của Việt Nam

Từ năm 2011, lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam trung bình từ 6,6 đến 8 triệu tấn/năm, kim ngạch đạt từ 2,92 - 3,67 tỷ USD. Năm 2015, Việt Nam xuất khẩu 6,7 triệu tấn gạo, đạt 2,85 tỷ USD, tăng 5,8% về khối lượng nhưng giảm 2,9% về giá trị so với năm 2014.

Chủng loại gạo xuất khẩu chính của Việt Nam trong năm 2015 là gạo trắng 5% tám chiếm gần 1 nửa số lượng gạo xuất khẩu (47,56%). Gạo thơm chiếm 25% tổng lượng gạo xuất khẩu.

Loại gạo chất lượng thấp 25% tám đã giảm, đạt 5% trong tổng lượng gạo xuất khẩu. Gạo trắng 25% tám tăng tỷ trọng, đạt 16,05% tỷ trọng gạo xuất khẩu. Gạo nếp chiếm tỷ trọng thấp, chủ yếu xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc vào các tháng cuối năm.

Bảng 3.5. Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
Số lượng	triệu tấn	7,11	8,01	6,59	6,38	6,7	4,836
Kim ngạch	tỷ USD	3,66	3,67	2,92	2,96	2,85	2,172

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Kênh xuất khẩu gạo tại Việt Nam phổ biến như sau:

(1) Kênh thị trường xuất khẩu gạo tại ĐBSH

Kênh thứ nhất: Nông dân => Thương lái => Xay xát => Thương nhân xuất khẩu.

Kênh thứ hai: Nông dân => Xay xát => Thương nhân xuất khẩu

(2) Kênh thị trường xuất khẩu gạo tại ĐBSCL

Kênh thứ nhất: Nông dân => Doanh nghiệp lương thực, xuất khẩu

Kênh thứ hai: Nông dân => Xay xát, đánh bóng => Doanh nghiệp lương thực, xuất khẩu.

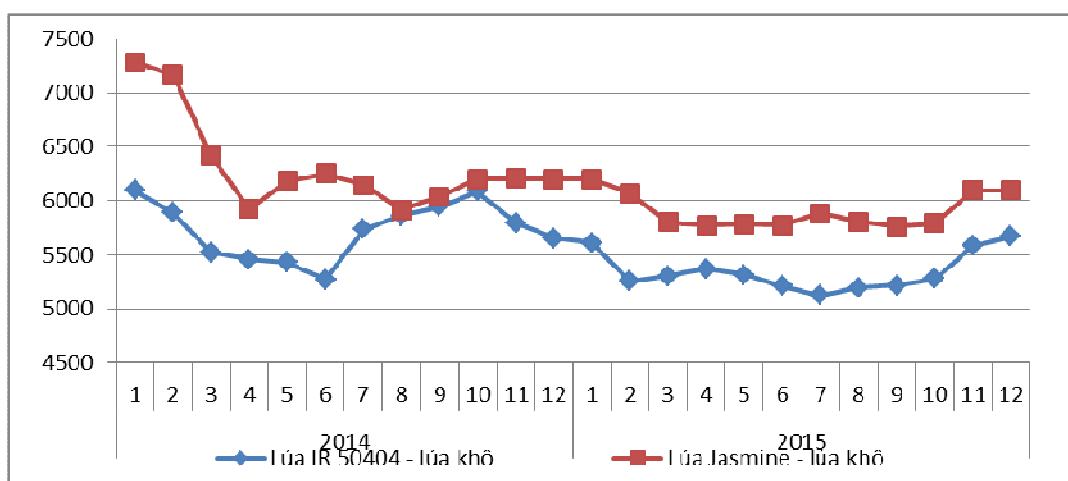
Kênh thứ ba: Nông dân => Thương lái => Xay xát, đánh bóng => Doanh nghiệp lương thực, xuất khẩu.

d) Giá mặt hàng gạo của Việt Nam

- Diễn biến giá gạo nội địa của Việt Nam

Trong năm 2015, giá lúa tại các tỉnh ĐBSCL tăng từ 700 – 800 đ/kg. Có những thời điểm giá lúa xuống thấp vào tháng 2, 4, 6 và 7, xuống mức 4.000 – 4.100 đ/kg do thiếu hợp đồng xuất khẩu mới, khiến doanh nghiệp xuất khẩu thu mua chậm chạp do lượng hàng trong kho còn nhiều. So với năm 2014, năm 2015 lúa IR50404 tại An Giang tăng trung bình 400 đ/kg, từ 4.600 đ/kg lên 5.000 đ/kg (lúa tươi); lúa tẻ thường tại Kiên Giang tăng 300 đ/kg, từ 5.600 đ/kg lên 5.900 đ/kg (lúa khô).

Đơn vị: VNĐ/kg



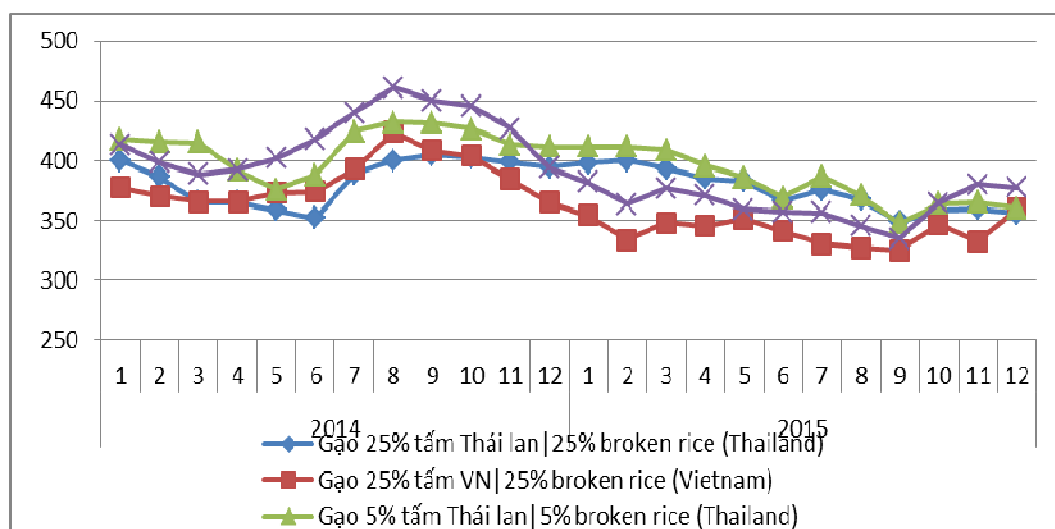
Hình 3.2. Diễn biến giá gạo Việt Nam tại An Giang, Cần Thơ năm 2015

Nguồn: Agroinfo

- Diễn biến giá gạo xuất khẩu Việt Nam năm 2015

Trong năm 2015, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam giảm và duy trì mức giá thấp đến hết tháng 9 trước khi tăng lại vào các tháng cuối năm. Giá gạo xuất khẩu bình quân năm 2015 đạt 425,83 USD/tấn, giảm 8,05% so với năm 2014. Xuất khẩu gạo loại cao cấp, đặc biệt là gạo thơm tăng nhanh năm 2015 nhờ nhu cầu tăng cao từ thị trường châu Phi và châu Âu.

Đơn vị: USD/tấn



Hình 3.3. Giá gạo xuất khẩu 5% tằm và 25% tằm của Việt Nam năm 2015

Nguồn: Agroinfo và tính toán từ số liệu của Tổng Cục Hải quan

3.2.1.2. Thực trạng sản xuất, tiêu chuẩn chất lượng, thị trường và biến động giá mặt hàng cà phê

a) Thực trạng sản xuất mặt hàng cà phê

Diện tích trồng cà phê của Việt Nam các năm gần đây từ 2014 đến năm 2016 khoảng 660.000 ha đứng thứ 3 trên thế giới, sản lượng 1.644 nghìn tấn. Việt Nam là nước sản xuất cà phê Robusta lớn nhất trên thế giới nhưng phải đối mặt với nguy cơ giảm sản lượng trong 5-10 năm tới do diện tích cây già cỗi tăng nhanh.

Năng suất cà phê của Việt Nam cao nhất thế giới do được trồng có mật độ, tỷ lệ bón phân, lượng nước sử dụng cao, đặc biệt là thời gian khai thác rút ngắn từ trên 20 năm xuống 12 - 15 năm.

Bảng 3.6. Tình hình sản xuất cà phê của Việt Nam từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Diện tích	nghìn ha	586,2	623,0	637,0	641,7	665,5	662,2
Sản lượng	nghìn tấn	1.276,6	1.260,4	1326,6	1.395,6	1.644	1.595,9
Năng suất	tấn/ha	2,1778	2,0231	2,0826	2,1748	2,47	2,41

Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả

b) Thực trạng tiêu chuẩn, bảo quản mặt hàng cà phê

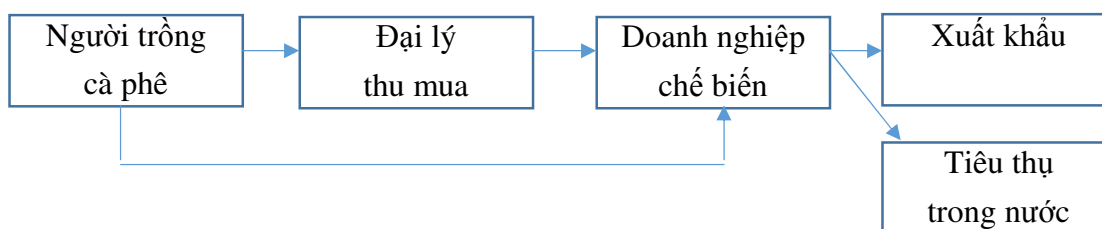
Việt Nam hiện có 38 tiêu chuẩn TCVN đối với mặt hàng cà phê đã được công bố và đang áp dụng. Ngoài ra có 03 tiêu chuẩn đã có kế hoạch xây dựng gồm: Tiêu chuẩn về chất lượng cà phê hòa tan, tiêu chuẩn về quy phạm thực hành chế biến cà phê bột, cà phê hòa tan. Như vậy, đến hết năm 2017, sau khi hoàn thành xây dựng các tiêu chuẩn mới nêu trên, hệ thống tiêu chuẩn cà phê sẽ được hoàn thiện và đồng bộ, đáp ứng nhu cầu quản lý.

Hiện nay, cà phê nhân Việt Nam được thực hiện theo TCVN 4193:2014 thay thế TCVN 4193:2005 được áp dụng cho: cà phê chè (Arabica) và cà phê vối (Robusta). Theo đó, các yêu cầu kỹ thuật bao gồm: Phân hạng chất lượng cà phê nhân; Màu sắc; Mùi; Độ ẩm; Tỷ lệ lẫn cà phê khác loại cho phép có trong từng hạng cà phê; Tỷ lệ khối lượng khuyết tật (nhân lỗi, tạp chất) tối đa cho phép đối với từng hạng cà phê; Tỷ lệ khối lượng tối đa cho phép đối với một số khuyết tật; Tỷ lệ khối lượng tối thiểu trên sàng lỗ tròn quy định đối với từng hạng cà phê.

c) Thực trạng thị trường cà phê của Việt Nam

- Thực trạng thị trường cà phê trong nước

Lượng cà phê nhân tiêu thụ trong nước chiếm tỷ trọng nhỏ so với tổng sản lượng cà phê của cả nước. Tuy nhiên, tỷ trọng cà phê tiêu thụ nội địa đã tăng từ 5 – 7% năm 2010 lên trên 10% trong năm 2015 và có khả năng đạt 15% vào năm 2020.



Hình 3.4. Kênh tiêu thụ cà phê tại Việt Nam

Nguồn: IPSARD điều tra thực địa năm 2015

Kênh tiêu thụ cà phê tại Việt Nam có sự tham gia của 5 đối tượng, bao gồm: Nông dân, đại lý thu mua, doanh nghiệp chế biến có thể xuất khẩu trực tiếp hoặc thông qua nhà xuất khẩu khác, các cửa hàng hoặc đại lý tiêu thụ cà phê trong nước.

- Thực trạng xuất khẩu cà phê

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam giai đoạn 2011-2016 có biến động lớn về sản lượng và giá trị. Năm 2015, xuất khẩu cà phê đạt 1.342 nghìn tấn đạt 2.674 triệu USD, giảm 21,6% về khối lượng và giảm 24,8% về giá trị so năm 2014. Đến năm 2016, lượng cà phê xuất khẩu tăng cao nhất trong giai đoạn năm 2011-2016, đạt 1.782 nghìn tấn với giá trị xuất khẩu là 3.336 triệu USD.

Bảng 3.7. Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ năm 2011-2016

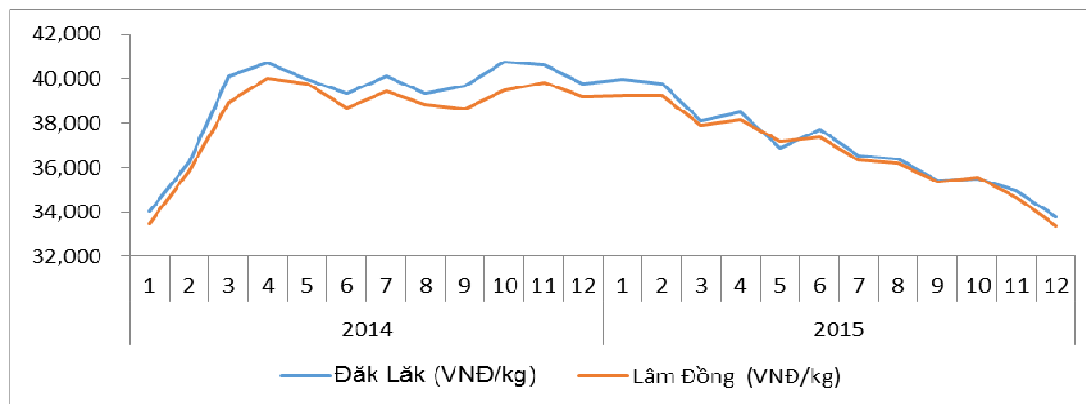
Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sản lượng	nghìn tấn	1.257	1.372	1.308	1.691	1.342	1.782
Giá trị	triệu USD	2.752	3.673	2.740	3.557	2.674	3.336

Nguồn: Bộ NN&PTNT

d) Giá mặt hàng giá cà phê của Việt Nam

- Giá cà phê nội địa

Trong năm 2015, giá cà phê nội địa tại Đắk Lắk và Lâm Đồng liên tục giảm. Mức giá cao nhất rơi vào tháng 1 và tháng 2, ở mức khoảng 39.500-40.000đ/kg, sau đó giảm liên tục trong 10 tháng tiếp theo. Theo thông lệ, vào tháng 6-7 tháng hàng năm là giai đoạn giá tăng do thị trường khan hiếm hàng và từ tháng 10, nguồn cung được bổ sung, cùng lượng hàng tồn kho sẽ là yếu tố tác động khiến giá cà phê không tăng trở lại trong đầu năm.

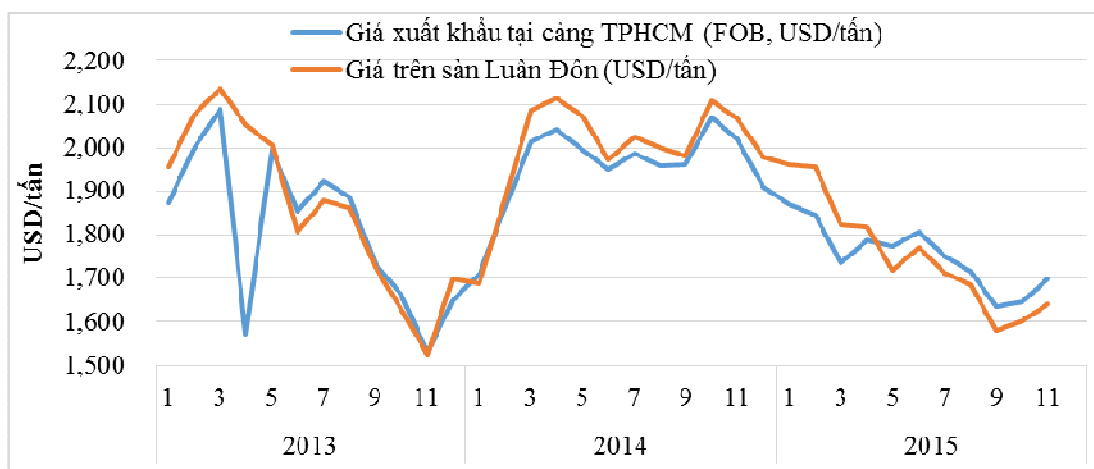


Hình 3.5. Biến động giá cà phê trong nước năm 2014 và năm 2015

Nguồn: Agroinfo

- Giá cà phê xuất khẩu

Trong mùa vụ 2014 và 2015, giá cà phê xuất khẩu FOB của Việt Nam và giá trên sàn London đã gia tăng sự chênh lệch, 5 tháng đầu năm giá thế giới thường cao hơn giá FOB tại Tp Hồ Chí Minh, nhưng những tháng cuối năm giá cà phê London thấp hơn cho dù xu hướng thay đổi của giá theo cùng chiều. Như vậy, giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam không chỉ phụ thuộc vào sự thay đổi của giá thế giới.



Hình 3.6. Chênh lệch giá trong nước và thế giới của cà phê Robusta

Nguồn: Agroinfo

3.1.2.3. Thực trạng sản xuất, lưu thông mặt hàng cao su

a) Thực trạng sản xuất mặt hàng cao su của Việt Nam

Năm 2016, Việt Nam đứng thứ 5 thế giới về diện tích trồng cao su đạt 976,4 nghìn ha, giảm 0,9% so với mức 981 nghìn ha của năm 2015. Việt Nam đứng sau Thái Lan (2,8 triệu ha), Indonesia (3,5 triệu ha), Trung Quốc (1,1 triệu ha), Malaysia (1,05 triệu ha).

Bảng 3.8. Tình hình sản xuất cao su của Việt Nam từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Diện tích	nghìn ha	801,6	917,9	958,8	977,7	981	976,4
Sản lượng	nghìn tấn	789,3	877,1	946,9	953,7	1.017	1.032,1
Năng suất thực tế	tấn/ha	1,716	1,720	1,728	1,692	1,695	1,69

Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả

Giai đoạn năm 2005 – 2016, tăng trưởng sản lượng cao su Việt Nam đạt bình quân 8,4%/năm. Tuy nhiên, trong 6 năm từ năm 2011 – 2016 chỉ đạt 5,8%/năm. Giai

đoạn năm 2011- 2016, sản lượng cao su về số tuyệt đối tăng đều hàng năm do diện tích khai thác cao su tiếp tục được nâng lên.

Năng suất cao mủ của Việt Nam tăng bình quân 3,4%/năm và giữ ổn định 1,72 tấn/ha kể từ năm 2009, đứng thứ hai trên thế giới sau Ấn Độ với 1,8 tấn/ha và cao hơn nhiều so với mức năng suất trung bình toàn cầu 1,114 tấn/ha (IPSARD, 2013).

b) Thực trạng tiêu chuẩn mặt hàng cao su của Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam đã chuyển đổi, xây dựng mới và ban hành được 78 TCVN về cao su và sản phẩm cao su theo quy định của Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật. Nhìn chung, hệ thống tiêu chuẩn về cao su khá đầy đủ và đồng bộ. Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 3769:2004 và TCVN 6314:2013 về chất lượng nguyên liệu cao su thiên nhiên trong sản xuất và xuất khẩu được đánh giá là tương đương với các nước tiên tiến.

Tuy nhiên, đặc điểm ngành cao su thiên nhiên của Việt Nam là khu vực tiêu diện chiếm tỷ trọng đến 47% tổng diện tích cao su cả nước. Sản phẩm cao su từ khu vực này không đảm bảo, tuân thủ các quy định về tiêu chuẩn trong chế biến và chất lượng sản phẩm cao su. Nhiều trường hợp, bên nhập khẩu không yêu cầu chứng nhận chất lượng thì một số doanh nghiệp sẵn sàng bỏ kiểm định chất lượng. Do vậy, dẫn đến chất lượng cao su của Việt Nam không đảm bảo.

c) Thực trạng thị trường cao su của Việt Nam

- Thực trạng thị trường cao su nội địa

Trong giai đoạn năm 2011-2015, mức tiêu thụ cao su thiên nhiên của Việt Nam tăng trưởng đạt 12,6%/năm, đạt khoảng 135.000 tấn/năm, tỷ lệ tiêu thụ cao su trong nước so với sản lượng khai thác đạt 17%, chủ yếu dùng cho sản xuất sắm lốp, găng tay y tế, gôỉ nệm.

Cao su tiêu thụ trong nước phần lớn thông qua mua bán giữa doanh nghiệp sản xuất cao su thiên nhiên và các công ty thương mại, sau đó xuất khẩu. Nhu cầu cao su dùng chế biến của Việt Nam tập trung ở vùng Đông Nam Bộ với 106/147 doanh nghiệp chế biến cao su có quy mô chế biến từ 1.000 tấn SP/năm trở lên, chiếm 72,1% số doanh nghiệp chế biến cao su cả nước.

Cơ cấu sản phẩm cao su hiện tại của Việt Nam chủ yếu là cao su mủ cốm (84,7%), cao su xông khói chiếm 4,2%, cao su HH và Creps khoảng 11,1%.

- Thực trạng về xuất khẩu, nhập khẩu cao su của Việt Nam

Trong những năm gần đây, khối lượng cao su của Việt Nam xuất khẩu được duy trì nhưng trị giá liên tục giảm mạnh. Năm 2011, ngành cao su Việt Nam phát triển thuận lợi nhất khi xuất khẩu khoảng 800 nghìn tấn nhưng trị giá vượt trên 3.200 triệu USD, với giá trung bình 4.000 USD/tấn. Tuy nhiên, từ năm 2012, giá cao su liên tục giảm, tiếp tục kéo dài đến hết năm 2015.

Năm 2015, xuất khẩu cao su của Việt Nam đạt trên 1.143 nghìn tấn, tăng 7,2% so với cùng kỳ, nhưng trị giá giảm 13,6%, đạt 1,358 tỷ USD. Như vậy, giá cao su xuất khẩu trung bình chỉ ở khoảng 1.346 USD/tấn, giảm 19,4% so với năm 2014 và thấp hơn rất nhiều so với năm 2011.

Năm 2016, khối lượng xuất khẩu cao su của Việt Nam đạt 1,26 triệu tấn và 1,67 tỷ USD, tăng 10,6% về khối lượng và tăng 9% về giá trị so với năm 2015.

Bảng 3.9. Tình hình xuất khẩu cao su của Việt Nam từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sản lượng	nghìn tấn	816, 3	1.023,1	1.073,9	1.066,5	1.143,4	1.260
Giá trị	triệu USD	3.233,8	2.859,8	2.486,4	1.780,6	1.538,6	1,66

Nguồn: Tổng Cục Hải quan

Việt Nam xuất khẩu cao su đến trên 70 thị trường, trong đó, Trung Quốc là thị trường lớn nhất với 499.089 tấn, chiếm thị phần 49,16%, đạt giá trị 680,5 triệu USD, tiếp theo là thị trường Malaysia đạt 152.379 tấn chiếm 15,01% với giá trị 205,2 triệu USD và các thị trường Ấn Độ, Hoa Kỳ, Hàn Quốc.

Việt Nam xuất khẩu chủ yếu là mủ cao su và cao su ở dạng sơ chế. Loại cao su như SVR10, SVR20, RSS và Crepe là những chủng loại được ưa chuộng trên thế giới nhưng Việt Nam chỉ sản xuất được với khối lượng hạn chế.

- Thực trạng về nhập khẩu cao su

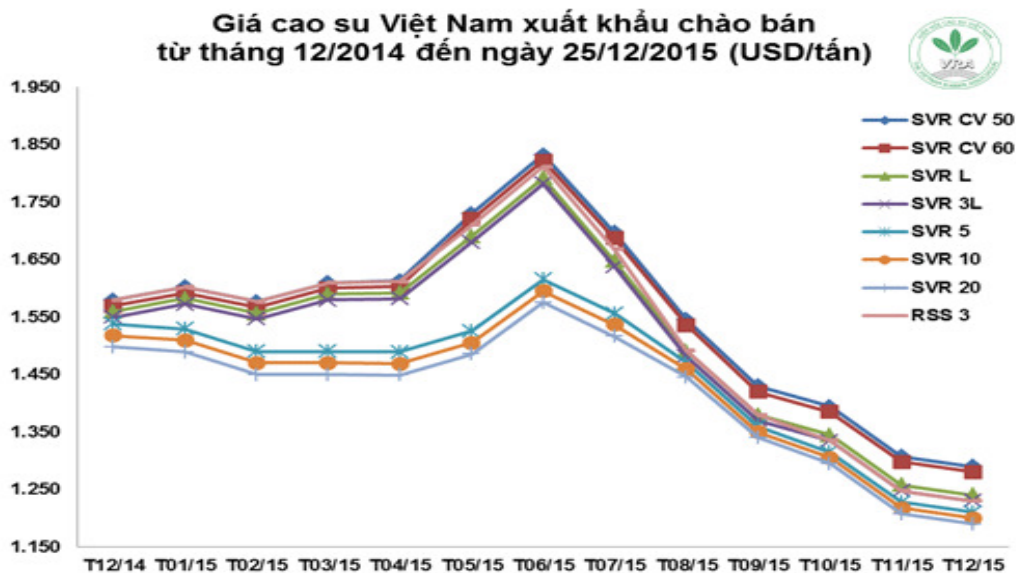
Việt Nam nhập khẩu nhiều cao su thiên nhiên. Năm 2016, nhập khẩu 433 nghìn tấn, đạt 6685 triệu USD, tăng 10,9% về khối lượng và tăng 6,9% về giá trị so với năm 2015. Thị trường nhập khẩu cao su chủ yếu là Hàn Quốc (chiếm 20%), Nhật Bản (chiếm 15,9%) và Campuchia (chiếm 11,6%).

d) Giá mặt hàng cao su tại Việt Nam

Theo số liệu của Hiệp hội cao su Việt Nam (VRA), trong tháng 12/2015, từ ngày 01–25/12, giá SVR 3L của Việt Nam xuất khẩu chào bán đạt trung bình 1.230

USD/tấn, giảm 18 USD/tấn (-1,4%) so với mức trung bình trong tháng 11/2015, và giảm 320 USD/tấn (-20,6%) so với tháng 12/2014.

Đơn vị: USD/tấn



Hình 3.7. Giá chào bán cao su xuất khẩu của Việt Nam theo tháng năm 2015

Nguồn: Hiệp hội cao su Việt Nam

3.1.2.4. Thực trạng sản xuất, lưu thông mặt hàng hồ tiêu

a) Thực trạng sản xuất mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam

Diện tích gieo trồng hồ tiêu của Việt Nam đạt mức 124,5 nghìn ha trong năm 2016, tăng 22,5% so với năm 2015, tốc độ tăng trong cả giai đoạn gần đây là trên 9%/năm. Sản lượng hồ tiêu Việt Nam năm 2016 tiếp tục tăng trưởng với tốc độ 9,4% so với năm 2015, đạt mức 193,3 nghìn tấn liên tục chiếm khoảng 32% sản lượng hồ tiêu trên thế giới.

Bảng 3.10. Sản xuất hồ tiêu của Việt Nam từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Diện tích	nghìn ha	45,0	48,2	69	85,6	101,6	124,5
Sản lượng	nghìn tấn	112,0	116,0	130,4	151,6	176,8	193,3
Năng suất	tấn/ha	2,49	2,4	1,89	1,77	1,74	1,56

Nguồn: Bộ NN&PTNT

Năng suất mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam trong năm 2016 đạt trung bình 1,56 tấn/ha, giảm 10,3% so với mức trung bình 1,74 tấn/ha trong năm 2015. Đây cũng là mức năng suất thấp nhất tính từ năm 2008 cho đến nay.

b) Thực trạng tiêu chuẩn mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam có 05 TCVN về hạt tiêu đã được ban hành và áp dụng, tuy nhiên một số tiêu chuẩn đã được công bố quá lâu nên có một số quy định đã lạc hậu, cần rà soát, điều chỉnh. Tiêu chuẩn chất lượng mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam thương được sử dụng hiện nay là TCVN 7036-2002 đối với loại tiêu đen và TCVN 7037-2002 đối với loại tiêu trắng. Theo đó, các yêu cầu kỹ thuật đối với từng loại tiêu, bao gồm: Yêu cầu về cảm quan; Yêu cầu về lý - hóa; Yêu cầu vi sinh vật.

Tuy nhiên, trên 95% lượng hồ tiêu xuất khẩu của Việt Nam theo tiêu chuẩn FAQ, có dung trọng từ 500-550g/lít, độ ẩm từ 13 -13,5% và tạp chất từ 0,5 -1%. Lượng xuất khẩu theo tiêu chuẩn ASTA chiếm tỷ lệ không đáng kể.

c) Thực trạng thị trường mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam

- Thực trạng thị trường mặt hàng hồ tiêu nội địa

Việt Nam giữ vị trí sản xuất hồ tiêu lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, nhu cầu hồ tiêu nội địa của Việt Nam ở mức thấp, chỉ khoảng 6% tổng sản lượng sản xuất hàng năm, còn lại 94% để xuất khẩu.

Các đối tượng tham gia kênh tiêu thụ hồ tiêu nội địa, bao gồm: (1)Người cung cấp giống, yếu tố đầu vào; (2)Người trồng hồ tiêu; (3)Thương lái thu gom; (4)Doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu, (5)Nhà bán lẻ; (6)Người tiêu dùng.

Kênh tiêu thụ hồ tiêu Việt Nam gồm: kênh tiêu thụ nội địa và kênh xuất khẩu, trong đó, kênh xuất khẩu chiếm vai trò quan trọng. Nhu cầu hồ tiêu nội địa của Việt Nam ở mức thấp, chiếm khoảng 5-10% tổng sản lượng sản xuất hàng năm.

Hiện nay, doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đều mua hồ tiêu từ thương lái, chiếm khoảng 80% tổng khối lượng hồ tiêu được giao dịch. Vì vậy, doanh nghiệp khó kiểm soát nguồn gốc, quy trình kỹ thuật trồng tiêu, chủng loại tiêu... để đảm bảo chất lượng.

- Thực trạng thị trường xuất nhập khẩu hồ tiêu của Việt Nam

Trước khi xuất khẩu, hồ tiêu được đưa đến các cơ sở chế biến để tiến hành sơ chế. Hoạt động chế biến dành cho xuất khẩu hồ tiêu Việt Nam chủ yếu hai thành phẩm chính là hồ tiêu đen và hồ tiêu trắng chưa xay. Chủng loại hồ tiêu xay chỉ chiếm tỷ lệ khoảng 12% tổng sản phẩm hồ tiêu.

+ Về xuất khẩu:

Từ năm 2000, Việt Nam chiếm trên 50% lượng xuất khẩu hồ tiêu trên toàn cầu và hiện diện trên 100 thị trường. Tuy sản lượng xuất khẩu có giảm nhưng Việt Nam điều tiết được cung-cầu thị trường hồ tiêu thế giới.

Năm 2016, Việt Nam xuất khẩu 177 nghìn tấn hồ tiêu đạt 1,42 triệu USD, tăng 34,3% về khối lượng và tăng 12,9% về giá trị so với năm 2015.

Bảng 3.11. Xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam từ năm 2011-2016

Chỉ tiêu	Đơn vị	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lượng xuất khẩu	nghìn tấn	124	117	134	155	135	177
Giá trị	triệu USD	732	793	899	1,201	1,261	1,42

Nguồn: Bộ NN&PTNT

+ Về nhập khẩu

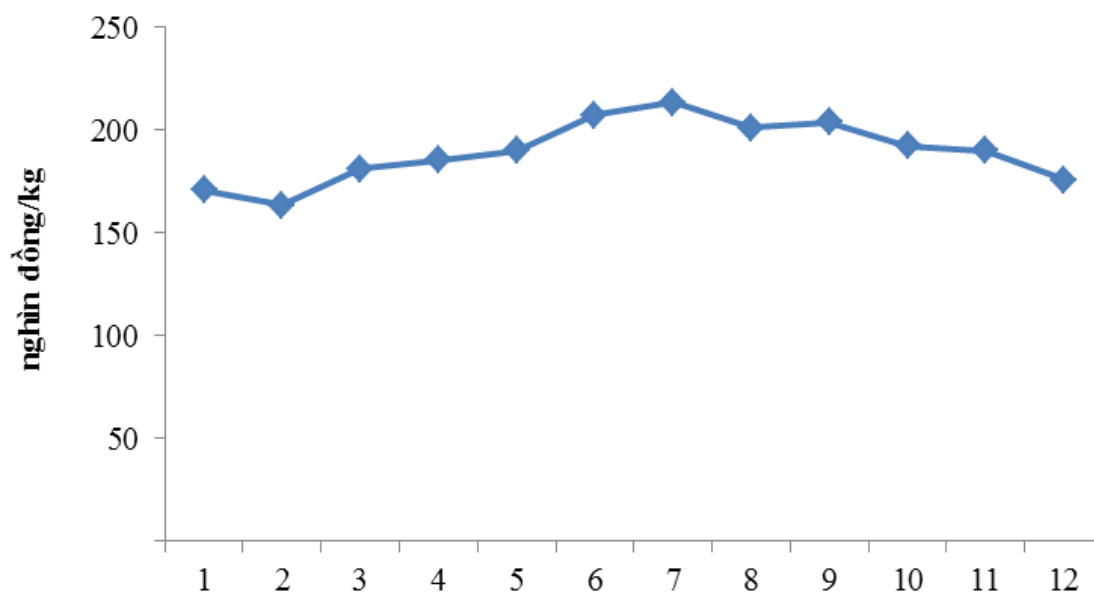
Kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của Việt Nam trong 10 tháng đầu năm 2016 đạt 68,3 triệu USD, giảm 61% so với cùng kỳ năm 2015.

Hồ tiêu đen chưa xay mã HS 09041120 được nhập khẩu nhiều nhất với 59,1 triệu USD, chiếm 86,6 % tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu trong kỳ. Xu hướng nhập khẩu nhiều hồ tiêu đen loại này vẫn giữ nguyên như những năm trước, tuy nhiên, với mức tỷ trọng cao hơn.

d) Giá mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam

- Biến động giá hồ tiêu trong nước

Trong năm 2016, hồ tiêu tại Bình Phước đạt trung bình 159.300 đồng/kg, thấp hơn so với năm trước. Đầu năm 2016, mức giá hồ tiêu đạt 168.800 đồng/kg, tuy nhiên bước sang tháng 2 năm 2016, có xu hướng giảm nhẹ và liên tục tăng cho đến tháng 7 năm 2016, đạt mốc trung bình cao nhất là 173.900 đồng/kg. Tiếp đó, giá có xu hướng giảm mạnh, cho đến tháng 12/2016, mức giá chỉ còn 149.500 đồng/kg, thấp hơn nhiều so với giá đầu năm.

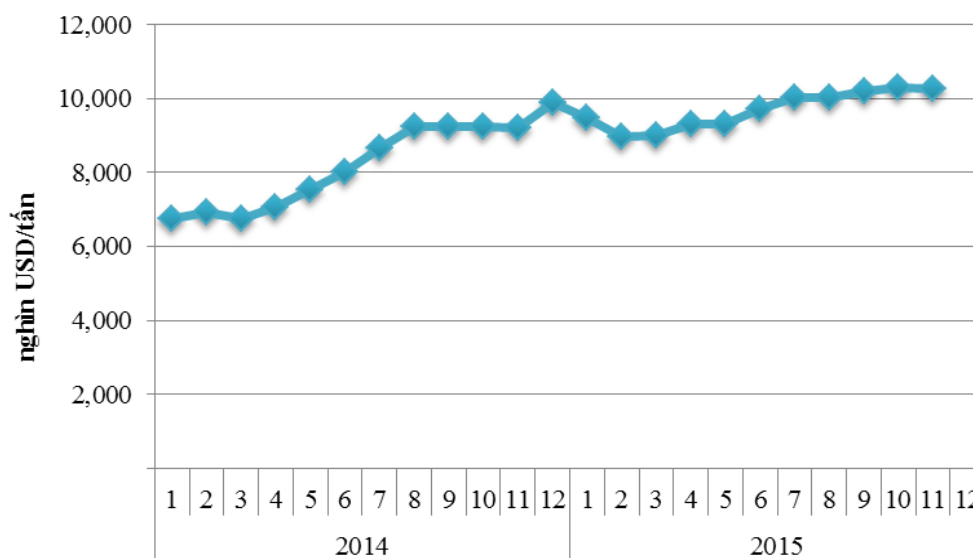


Hình 3.8. Giá hồ tiêu theo tháng tại Bình Phước trong năm 2016

Nguồn: Agroinfo

- Biến động giá hồ tiêu xuất khẩu

Giá xuất khẩu trung bình năm 2015 mặt hàng hồ tiêu của Việt Nam là 9,699 nghìn USD/tấn, tăng so với mức trung bình 8,206 nghìn USD/tấn của năm 2014.



Hình 3.9. Giá trung bình hồ tiêu xuất khẩu năm 2014 và 2015

Nguồn: Tổng Cục Hải quan

3.1.3. *Thực trạng về hợp đồng giao dịch*

Hợp đồng giao dịch hàng hoá phái sinh của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam hoạt động theo Luật Thương mại 2005 đối với 3 mặt hàng, bao gồm: cà phê được niêm yết tại BCEC và VNX; cao su và thép được niêm yết tại VNX. Những hợp đồng hàng hoá phái sinh tại Việt Nam được giao dịch trong khoảng thời gian ngắn và hiện đã tạm dừng giao dịch. Do vậy, để phân tích thực trạng về hợp đồng giao dịch hàng hoá phái sinh, tác giả sẽ đi sâu đánh giá đối với từng hợp đồng của từng SGDHH.

3.1.3.1. *Hợp đồng cà phê phái sinh của BCEC*

Tháng 3 năm 2011, BCEC cùng các đơn vị ủy thác chính thức giới thiệu hợp đồng cà phê phái sinh giao dịch trên Sàn giao dịch cà phê nhằm phục vụ nhu cầu đa dạng về giao dịch hàng hóa, tăng tính thanh khoản của thị trường, thúc đẩy phát triển thị trường cà phê.

Hợp đồng cà phê phái sinh của BCEC quy định chi tiết các điều khoản để có nghĩa vụ tuân thủ và về quản trị rủi ro giao dịch, bao gồm:

a) Chính sách ký quỹ

- Ký quỹ giao dịch hợp đồng cà phê tương lai chưa đến hạn giao hàng: Mức ký quỹ giao dịch và duy trì trong suốt thời gian nắm giữ hợp đồng mở là 9.000.000 VND/lô (1 lô có khối lượng 2 tấn).

- Ký quỹ giao dịch hợp đồng cà phê tương lai khi đến hạn giao hàng: Bắt đầu từ ngày Thông báo đầu tiên, mức ký quỹ giao dịch là 27.000.000 VND/lô (1 lô có khối lượng 2 tấn).

- Ký quỹ đảm bảo tư cách Thành viên môi giới tối thiểu là 1.000.000.000 VND (Một tỷ đồng).

- Ký quỹ đảm bảo tư cách thành viên đối với Thành viên kinh doanh tối thiểu là 5.000.000.000 VND (Năm tỷ đồng).

- Thời hạn bổ sung ký quỹ:

+ Đối với Thành viên kinh doanh/Khách hàng: mọi trường hợp thiếu ký quỹ để duy trì trạng thái hợp đồng mở phải bổ sung số ký quỹ bị thiếu trong vòng hai ngày làm việc kể từ khi đóng cửa phiên giao dịch có phát sinh thiếu.

+ Thành viên kinh doanh, Thành viên môi giới phải bổ sung ký quỹ đảm bảo tư

cách thành viên ngay trước khi bắt đầu phiên giao dịch tương lai kế tiếp thời điểm phát sinh thiếu.

- Tài sản ký quỹ: tiền Đồng Việt Nam.

b) Hạn mức trạng thái hợp đồng mở

- Hạn mức trạng thái hợp đồng mở tối đa của toàn bộ thị trường tại một thời điểm là 250.000 lô, tương đương 50% sản lượng cà phê ước tính của Việt Nam theo Thông cáo báo chí của Tổng cục thống kê Việt Nam.

- Tại một thời điểm, bất kỳ Thành viên kinh doanh/Khách hàng của Thành viên môi giới không được nắm giữ quá 10% tổng hạn mức trạng thái mở của cả thị trường, tương đương 25.000 lô (hai mươi lăm nghìn lô).

3.1.3.2. Hợp đồng giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX

a. Sản phẩm giao dịch

VNX đã xây dựng nhiều sản phẩm giao dịch và tổ chức giao dịch linh hoạt phù hợp với nhiều đối tượng nhà đầu tư.

Bảng 3.12. Danh mục sản phẩm giao dịch do VNX niêm yết

Sản phẩm	Khối lượng hợp đồng	Ký hiệu hợp đồng	Thời gian giao dịch
Cao su RSS3	Loại 100 kg	mVRSS3	Đợt 1: 7h00 – 13h30 Đợt 2: 15h00 – 17h00
	Loại 1.000 kg	VRSS3	
	5.000 kg	VTRB	
Cà phê Robusta	100 kg	mVRC	16h00 – 0h30 hôm sau
	1.000 kg	VRC	
	10.000 kg	VLRC	
Cà phê Arabica	100 kg	mVIAC	15h30 – 2h00 hôm sau
	1.000 kg	VIAC	
	37.500 pounds	KC	
Thép cuộn cán nóng	5.000 kg	VNHRC	7h00 – 4h15 hôm sau

Nguồn: Báo cáo hoạt động của VNX

b. Hệ thống quản lý giao dịch sản phẩm của VNX

Để đảm bảo hoạt động giao dịch qua VNX an toàn, hiệu quả, bảo vệ quyền và lợi ích của nhà đầu tư, VNX đã xây dựng Quy chế giám sát giao dịch hàng hóa đảm bảo các tiêu chí như:

- Quy định giám sát: khối lượng giao dịch; tài khoản giao dịch; tiền ký quỹ
- Quy định kiểm soát thị trường trong trường hợp bất thường
- Quy định kiểm soát thị trường trong trường hợp khẩn cấp
- Kiểm soát thị trường trong trường hợp giao dịch sai sót

3.1.3.3. Thực trạng về tiêu chuẩn hàng hoá trong hợp đồng niêm yết của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

a) Tiêu chuẩn chất lượng cà phê niêm yết của BCEC

Bảng 3.13. Tiêu chuẩn cà phê do BCEC niêm yết

Loại	Mã hàng	Tiêu chuẩn chất lượng
Loại 1	R1A	Đen vỡ không quá 2%, tạp chất không quá 0.5%, độ ẩm 12.5%. Kích cỡ hạt tối thiểu 90%/S18 và 99%/S16. Giá thanh toán: Giá hạch toán + chênh lệch. Chênh lệch = 3.54% * giá hạch toán +50 đ/kg (Chi phí chế biến)
	R1B	Đen vỡ không quá 0.4% (Đen: 0.1%, vỡ: 0.3%), tạp chất không quá 0.1%, độ ẩm 12.5%. Kích cỡ hạt tối thiểu 90%/S16 và 99%/S13. Giá thanh toán: Giá hạch toán + chênh lệch. Chênh lệch = 4.91% * giá hạch toán +217 đ/kg (Chi phí chế biến)
	R1C	Đen vỡ không quá 2%, tạp chất không quá 0.5%, độ ẩm 12.5%. Kích cỡ hạt tối thiểu 90%/S16 và 99%/S13. Giá thanh toán: Giá hạch toán + chênh lệch. Chênh lệch = 2.74% * giá hạch toán +50 đ/kg (Chi phí chế biến)
Loại 2	R2A	Đen vỡ không quá 3%, tạp chất không quá 0.5%, độ ẩm 12.5%. Kích cỡ hạt tối thiểu 90%/S13. Giá thanh toán: Giá hạch toán + chênh lệch. Chênh lệch = 2.24% * giá hạch toán +50 đ/kg (Chi phí chế biến)
	R2B	Đen vỡ không quá 5%, tạp chất không quá 1.0%, độ ẩm 13%, Kích cỡ hạt tối thiểu 90%/S13. Giá thanh toán: Bằng giá hạch toán.

Nguồn: BCEC

b) Tiêu chuẩn chất lượng các mặt hàng niêm yết của VNX

- Tiêu chuẩn chất lượng cao su RSS3

Tiêu chuẩn chất lượng cao su RSS3 được xác định trên các chuẩn mực ngành, chuẩn mực quốc gia và ISO. Thông số kỹ thuật của cao su RSS3 sẽ được trung tâm kiểm định của VNX hoặc do VNX chỉ định đánh giá, xác nhận và tính toán dung sai cho phù hợp với điều kiện thực tế và theo quy định của VNX.

- Tiêu chuẩn chất lượng cà phê Robusta

Bảng 3.14. Tiêu chuẩn cà phê Robusta do VNX niêm yết

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Tiêu chuẩn
1	Trọng lượng mẫu	Gr	300
2	Tỷ lệ tối đa hạt hỏng/trọng lượng	%	3,0
3	Tỷ lệ tối đa tạp chất/trọng lượng	%	0,50
4	Độ ẩm tối đa	%	12,50
5	Loại sàng	%	Tối thiểu 90 đối với sàng 14 Tối thiểu 96 đối với sàng 12

Nguồn: Báo cáo hoạt động của VNX

Tiêu chuẩn chất lượng của cà phê Robusta được xác định dựa trên các chuẩn mực ngành, chuẩn mực quốc gia và ISO. Thông số kỹ thuật của cà phê Robusta được trung tâm kiểm định của VNX hoặc do VNX chỉ định đánh giá, xác nhận và tính toán dung sai cho phù hợp với điều kiện thực tế và theo quy định của VNX.

- Tiêu chuẩn chất lượng cà phê Arabica

+ Loại cà phê giao dịch phải không hơn 9 đến 23 lỗi trên mẫu 300 gram. Số lượng mẫu đạt 50% trên sàng 15, thêm vào đó không vượt quá 5% số lượng mẫu trên sàng dưới 14. Không có lỗi pha thử và tối đa trong 5 lần pha thử được phép.

+ Tiêu chuẩn chất lượng của cà phê Arabica được xác định dựa trên các chuẩn mực ngành, chuẩn mực quốc gia và chuẩn mực ISO quy định. Thông số kỹ thuật của

cà phê Arabica sẽ được trung tâm kiểm định của VNX hoặc do VNX chỉ định đánh giá, xác nhận và tính toán dung sai cho phù hợp với điều kiện thực tế và theo quy định của VNX.

- *Tiêu chuẩn chất lượng thép cuộn cán nóng*

Bảng 3.15. Tiêu chuẩn thép cuộn cán nóng do VNX niêm yết

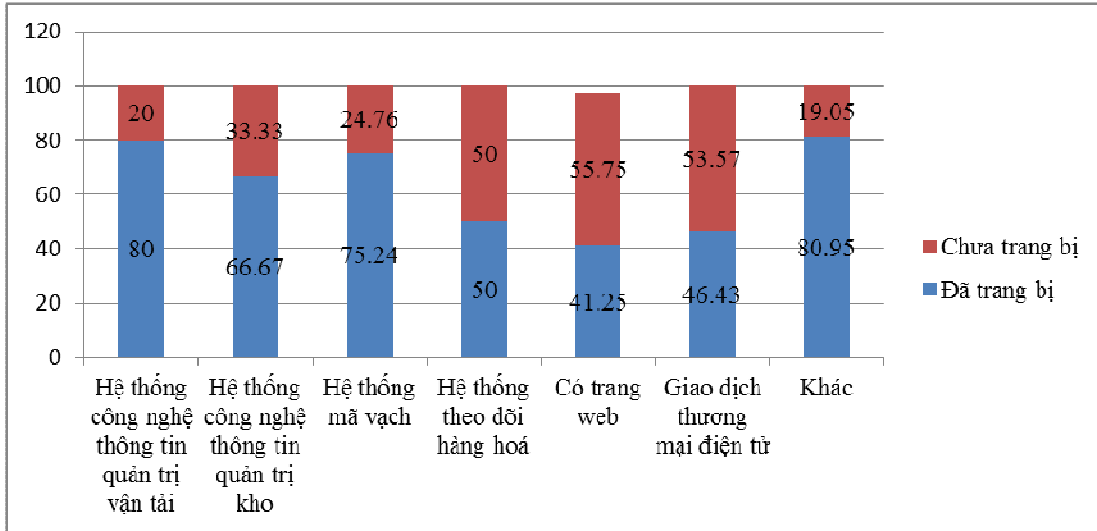
Mác thép	Quy cách	Dung sai	Tính cơ lý			Thành phần hóa học				Trọng lượng (tấn/cuộn)
			Độ bền kéo (N/m ²)	Lượng giãn dài (%)		C	Mn	P	S	
SPHC, SPHT1	Dày: 1,2 đến 2,9mm Rộng: 1000mm, 1219mm, 1250mm	Dày: +0 đến +0,07 mm Rộng: +20 mm		1,2 - 1,6 mm	1,6 - 3,2 mm					
			270 min	27 min	29 min	0,15 Max	0,6 Max	0,05 Max	0,05 Max	

Nguồn: Báo cáo hoạt động của VNX

3.1.4. Thực trạng cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật

3.1.4.1. Thực trạng về cơ sở hạ tầng thông tin

Sở giao dịch hàng hóa ngoài việc xây dựng Sàn giao dịch để thu hút các nhà đầu tư tham gia giao dịch, đặt lệnh trực tiếp, hoạt động giao dịch chủ yếu được thực hiện thông qua hệ thống cơ sở thương mại điện tử. Vì vậy, Việt Nam cần phát triển hạ tầng công nghệ thông tin thích hợp, đáp ứng các yêu cầu cho hệ thống giao dịch thương mại điện tử cả về phần cứng, đường truyền để tiếp nhận các lệnh giao dịch, đáp ứng cho hoạt động thanh toán bù trừ và bảo đảm tốt cho yêu cầu quản lý rủi ro. Để thực hiện được điều này, Sở giao dịch hàng hóa phải chọn các nhà cung cấp hệ thống giao dịch hàng hoá có tiềm lực và kinh nghiệm. Sở giao dịch hàng hóa có thể ứng dụng và nhận chuyển giao công nghệ của các SGDHH khác trên thế giới, đặc biệt từ SGDHH của các nước phát triển trên thế giới. Đồng thời, nhằm bắt kịp xu hướng phát triển thương mại, chủ động tham gia hội nhập với khu vực và thế giới, Sở giao dịch hàng hóa cần đáp ứng điều kiện về cơ sở hạ tầng để có thể kết nối, hợp tác và thực hiện yết chéo với các SGDHH trên thế giới.



Hình 3.10. Hoạt động thương mại của doanh nghiệp có ứng dụng công nghệ thông tin tại Việt Nam

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của Logistics của Viện nghiên cứu Kinh tế và phát triển - Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Hiện nay, việc sử dụng internet để khai thác phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh tại các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng phổ biến. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, 100% doanh nghiệp có kết nối internet, trên 40% có website riêng và có khoảng 15% có tham gia hoạt động thương mại điện tử. Năm 2016, có 13% doanh nghiệp tham gia khảo sát triển khai kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử. Tỷ lệ này hầu như không thay đổi so với năm 2015 (Bộ Công Thương, 2017).

Chỉ số phát triển Công nghệ thông tin- truyền thông của Việt Nam xếp thứ 88/157, đứng ở vị trí thứ 4 khu vực Đông Nam Á và đứng 14/28 nước châu Á - Thái Bình Dương. Việt Nam tiếp tục được ITU đánh giá về ứng dụng Công nghệ thông tin với thứ hạng 83/155 năm 2013 (Liên minh Viễn thông Quốc tế, 2013).

Báo cáo Công nghệ thông tin toàn cầu của Diễn đàn Kinh tế Thế giới công bố thứ hạng chỉ số sẵn sàng kết nối NRI của Việt Nam năm 2013 đạt 84 trên 148 nước, giữ nguyên so với năm 2012. Giá cước viễn thông, Internet của Việt Nam gần như thấp nhất thế giới, được xếp hạng 8 trên 148. Theo đánh giá tại Sách trắng về thông tin và truyền thông năm 2014 do Bộ Thông tin và truyền thông đưa ra hạ tầng công nghệ thông tin của Việt Nam đã được cải thiện qua các năm từ năm 2009 đến năm 2012.

3.1.4.2. Thực trạng về hạ tầng giao thông và thương mại

Hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông phục vụ thương mại có tác động đến hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa chủ yếu là hệ thống kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu

bao gồm những điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật đảm bảo cho quá trình vận chuyển và giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu. Trong đó, phần lớn kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu được sử dụng, khai thác để cung cấp dịch vụ logistics. Hệ thống kết cấu hạ tầng xuất nhập khẩu thường gắn liền với phương thức vận chuyển và giao nhận hàng hoá. Ở Việt Nam, phương thức vận chuyển và giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu có đủ các phương thức gồm: vận tải đường biển, vận tải đường bộ, vận tải đường sắt và vận tải đường không.

Bảng 3.16. Lưu lượng hàng hoá qua các phương thức vận tải

Phương thức	Đơn vị	2011	2012	2013	2014
Vận tải đường biển	nghìn tấn	63.904,5	61.694,2	58.701,6	56.100,0
Vận tải đường bộ	nghìn tấn	654.127,1	717.905,7	763.790,0	819.900,0
Vận tải đường sông	nghìn tấn	160.164,5	174.385,4	181.212,7	186.200,0
Vận tải đường sắt	nghìn tấn	7.285,1	6.952,1	6.525,9	7.179,0
Vận tải đường hàng không	nghìn tấn	200,3	191,0	183,7	202,0
Tổng	nghìn tấn	885.681,5	96.1128,4	1.010.414	1.069.581

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Hệ thống kinh doanh dịch vụ logistics của Việt Nam đang được hình thành và phát triển. Tính đến cuối năm 2014 có khoảng 1.200 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics, 6 trung tâm logistics do các doanh nghiệp đầu tư và trực tiếp quản lý. Trung tâm logistics ở Việt Nam mới phát triển từ năm 2008, được thiết lập chủ yếu tại các khu công nghiệp đặt tại khu vực miền Nam và bắt đầu có các trung tâm hoạt động tại một số trung tâm kinh tế tại miền Bắc và miền Trung. Trung tâm logistics của Việt Nam được đánh giá có quy mô khá nhỏ, phổ biến diện tích ở dưới 10ha và mục đích hoạt động là đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp sản xuất tại khu công nghiệp. Như vậy, hệ thống kinh doanh dịch vụ logistics của Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển, cung cấp dịch vụ ở quy mô một ngành hoặc cho một vùng kinh tế.

Hệ thống kho hàng hoá của Việt Nam được xây dựng từ thời kỳ kế hoạch hóa tập trung đã được nâng cấp, cải tạo hoặc chuyển đổi công năng sử dụng. Trong quá trình cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước, hệ thống kho hàng hoá này đã được chuyển giao cho các doanh nghiệp chuyên hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh kho bãi và vận chuyển. Hệ thống kho của Việt Nam được hình thành và phát triển với nhiều loại hình, trong đó loại hình kho hàng hoá gắn với các trung tâm thương mại, siêu thị và chợ đầu mối ngày càng được chú trọng và phát triển. Loại hình kho hàng

hoá này được xây dựng tập trung tại các tỉnh/thành có tốc độ đô thị hoá cao như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Hải Phòng hoặc các vùng sản xuất hàng hóa tập trung. Tính đến năm 2014, Việt Nam có khoảng 3.153.400 m² kho phục vụ thương mại và tăng so với năm 2007 là 61% (khoảng 1.958.600 m²).

3.2. Thực trạng tổ chức hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Từ năm 2002, Việt Nam bắt đầu có xu hướng nâng cấp hoạt động giao dịch hàng hóa của một số chợ nông sản đầu mối để tạo ra thị trường có quy mô lớn, tập trung hơn. Đầu tiên là sự ra đời Sàn giao dịch hạt điều, tiếp theo lần lượt là Trung tâm giao dịch Thủy sản Cần Giờ; Sàn giao dịch thép Sacombank; Sàn giao dịch đường Sacom-STE. Năm 2006, Chính phủ ban hành Nghị định số 158/2006/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Trên cơ sở Nghị định số 158/2006/NĐ-CP, Bộ Công Thương cấp giấy phép thành lập Sở Giao dịch hàng hóa Triệu Phong (sau đổi tên thành Sở Giao dịch hàng hóa Việt Nam) tháng 9 năm 2010. Tháng 3 năm 2011, Trung tâm Giao dịch cà phê Buôn Mê Thuột (BCEC) được Thủ tướng Chính phủ cho phép thực hiện mô hình thí điểm tổ chức giao dịch kỳ hạn mặt hàng cà phê trong 1 năm và tiếp tục được gia hạn hoạt động đến ngày 31 tháng 12 năm 2012. Tuy nhiên, từ năm 2013 đến nay, giao dịch hàng hoá phái sinh của các SGDHH của Việt Nam đã tạm dừng.

Như vậy, hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam diễn ra trong thời gian rất ngắn. Đối với SGDHH Việt Nam (VNX) hoạt động được 15 tháng (từ tháng 3/2011 đến tháng 8/2012). Đối với Trung tâm Giao dịch cà phê Buôn Mê Thuột (BCEC) có 19 tháng thực hiện giao dịch hàng hoá phái sinh (từ tháng 3/2011 đến tháng 12/2012).

3.2.1. Thực trạng tổ chức hoạt động của Trung tâm giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột

3.2.1.1. Cơ sở thành lập, chức năng của BCEC

Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột (BCEC) được thành lập từ năm 2006 theo Quyết định của UBND tỉnh Đắk Lắk nhằm hình thành thị trường giao dịch tập trung mặt hàng cà phê với phương thức giao dịch đấu giá khớp lệnh cho các hộ sản xuất cà phê, thương nhân thu mua, chế biến, các doanh nghiệp kinh doanh, xuất, nhập khẩu và nhà đầu tư tài chính và phối hợp với các đơn vị ủy thác tổ chức các hoạt động dịch vụ liên quan như cung cấp thông tin, dịch vụ kiểm định, chế biến, tái chế, ký gửi hàng hóa, tín dụng, ủy thác giao dịch,...

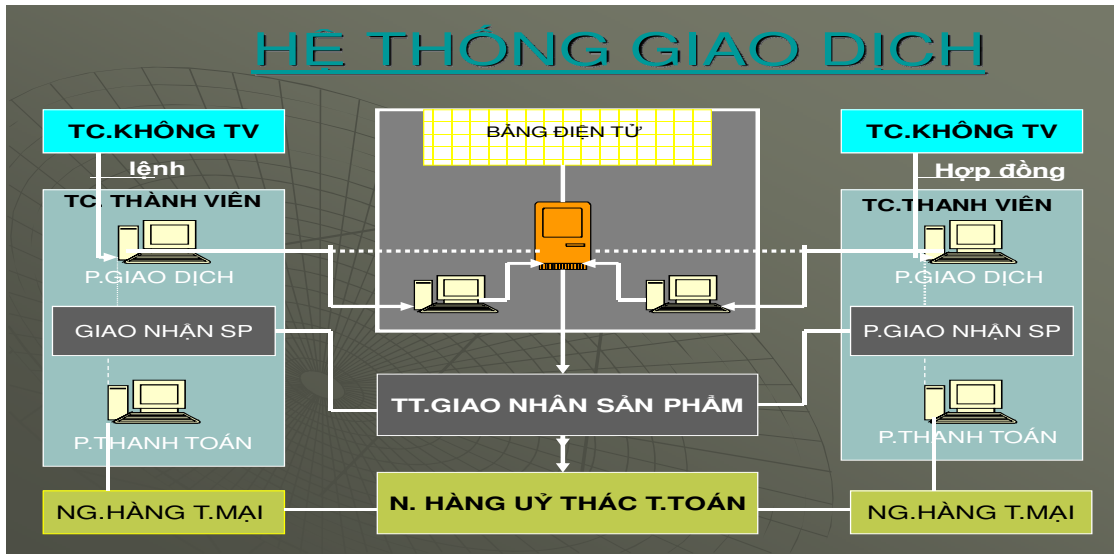
BCEC là đơn vị sự nghiệp có thu, có tư cách pháp nhân, con dấu và tài khoản riêng. Chức năng, nhiệm vụ của BCEC thực hiện theo quy chế do UBND tỉnh Đắk Lắk giao, cụ thể:

- Thiết lập, quản lý và điều hành hệ thống giao dịch, giao nhận sản phẩm và thanh toán.
- Quản lý và phát triển các tổ chức thành viên.
- Kiểm định chất lượng sản phẩm, đảm bảo hàng hoá giao nhận tuân thủ đúng theo hợp đồng giao dịch.
- Quản lý, giám sát hoạt động thanh toán vốn cho các bên giao dịch.
- Cung cấp thông tin về thị trường cà phê trong nước và thế giới.
- Giám sát hoạt động giao dịch, bảo đảm một thị trường giao dịch an toàn, công bằng, công khai, hiệu quả.
- Thu phí giao dịch và các loại phí khác theo quy định của pháp luật hiện hành.
- Triển khai phổ biến kiến thức, đào tạo nhân lực cho các tổ chức thành viên.
- Hòa giải, xử lý hoặc kiến nghị cấp có thẩm quyền xử lý các tranh chấp giữa các chủ thể tham gia thị trường giao dịch.

BCEC được hỗ trợ của Cơ quan Phát triển Pháp thông qua Dự án có số vốn là 836.000 Euro với các hạng mục hỗ trợ chuyên gia quốc tế, tư vấn Luật, đào tạo trong và ngoài nước, cung cấp phần mềm đấu giá khớp lệnh IComex,...

2.2.1.2. Mô hình hoạt động và cơ cấu tổ chức của BCEC

a) Mô hình hoạt động của BCEC



Hình 3.11. Mô hình hoạt động của BCEC

Nguồn: BCEC

- *Sàn giao dịch*: BCEC thiết lập hệ thống phần mềm giao dịch trong đó thực hiện việc khớp lệnh các lệnh giao ngay, giao sau, ... trang bị các hệ thống máy tính, chỗ ngồi, bảng điện tử đáp ứng nhu cầu trên 100 khách hàng trực tiếp đến giao dịch tại Sàn giao dịch (Trung tâm giao dịch Cà phê Ban Mê Thuật, 2013).

- *Trung tâm giao nhận sản phẩm*: BCEC có tổng kho diện tích 8.000m², có thể chứa 15.000 tấn cà phê nhân cùng xưởng chế biến với công suất 150.000 tấn/năm nhằm đáp ứng nhu cầu ký gửi hàng hoá của người sản xuất. BCEC phối hợp cùng Techcombank, Tập đoàn Cà phê Thái Hòa và Công ty Giám định Hàng hóa CafeControl cung cấp dịch vụ gửi, kiểm định chất lượng, chế biến cà phê; cung cấp tín dụng cho khách hàng ký gửi,... việc quản lý kho hàng, tổ chức vận hành hệ thống kho và nhà máy chế biến cà phê thô cho người có hàng, người nông dân đưa cà phê đến ký gửi tại kho của BCEC cho Tập đoàn cà phê Thái Hòa. Công ty Giám định hàng hóa Cafecontrol thực hiện kiểm định chất lượng để chứng thư hàng gửi kho.

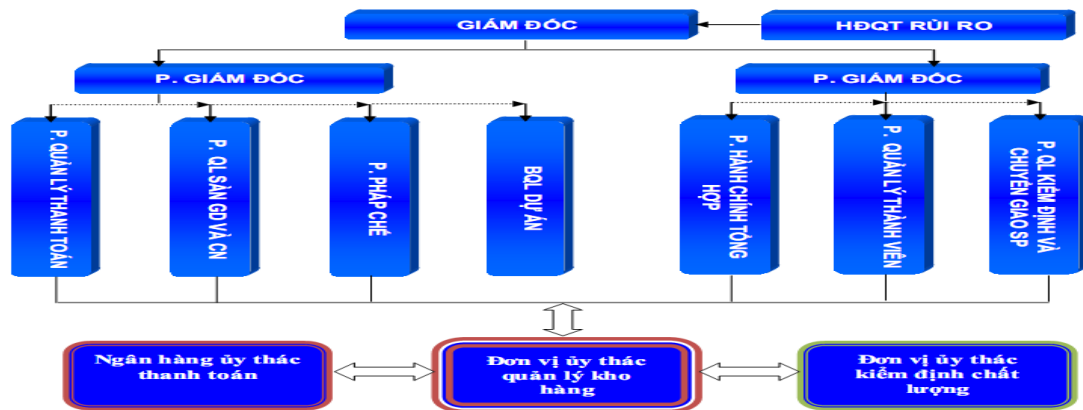
- *Ngân hàng uỷ thác thanh toán*: Techcombank thực hiện uỷ thác thanh toán cho các giao dịch, bao gồm mở và quản lý tài khoản của thành viên, lưu ký chứng thư hàng gửi kho, vị thế giao dịch của khách hàng.

b) Cơ cấu tổ chức của BCEC

BCEC được tổ chức và hoạt động theo Quy chế tổ chức và hoạt động theo quyết định của UBND tỉnh Đắk Lắk.

Giám đốc là người điều hành mọi hoạt động của Trung tâm và 02 Phó Giám đốc giúp việc cho Giám đốc.

BCEC có bộ máy tổ chức với các phòng chức năng theo hình 2.12



Hình 3.12. Sơ đồ tổ chức của BCEC

Nguồn: Báo cáo của BCEC

3.2.1.3. Kết quả hoạt động giao dịch của BCEC

- Về phát triển các thành viên của BCEC

Trong giai đoạn thí điểm mô hình tổ chức giao dịch hợp đồng cà phê kỳ hạn từ tháng 3/2011 đến tháng 12/2012, BCEC đã kết nạp được 90 thành viên, trong đó:

Thành viên đăng ký bán: 63 thành viên

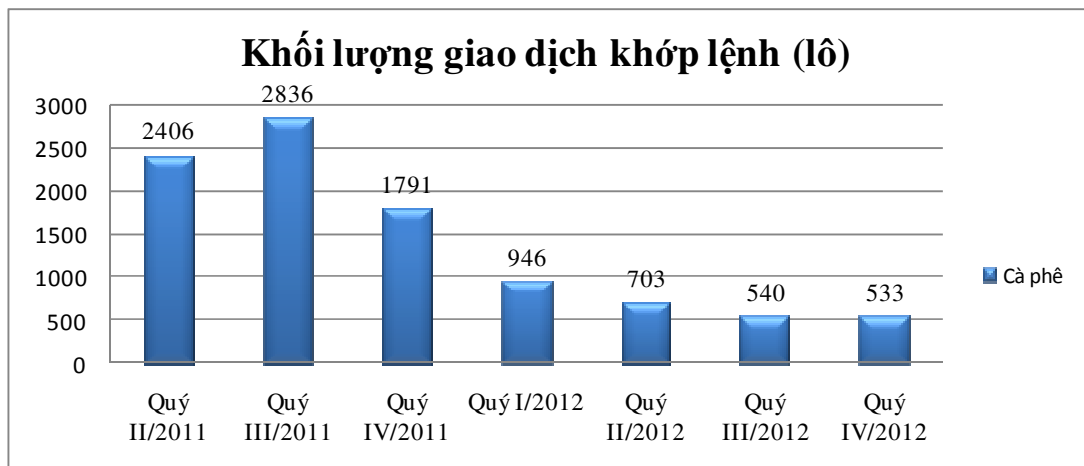
Thành viên kinh doanh: 23 thành viên

Thành viên môi giới: 04 thành viên

- Về khối lượng giao dịch khớp lệnh

Với điều kiện về cơ sở vật chất, trang thiết bị, các hệ thống quy định, quy trình nghiệp vụ và công nghệ đầy đủ, BCEC có thể đáp ứng được nhu cầu giao dịch ở quy mô lớn. Mặc dù, được sự hỗ trợ của cơ quan quản lý nhà nước và tài trợ của Cơ quan phát triển Pháp cùng sự phối hợp từ các đơn vị tư vấn, các công ty phát triển hệ thống công nghệ (FSS, Seatech...) và các đơn vị phối hợp (Techcombank, Thái Hòa, Cafecontrol,...) nhưng kết quả giao dịch của BCEC đạt được chưa được cao.

Hoạt động giao dịch cà phê phái sinh của BCEC giai đoạn đầu niêm yết trên Sàn giao dịch đạt được kết quả khả quan, số lượng khách hàng tham gia và khối lượng giao dịch khớp lệnh tăng đều. Tuy nhiên, bắt đầu từ Quý IV năm 2011 giao dịch bắt đầu có chiều hướng giảm.



Hình 3.13. Khối lượng giao dịch khớp lệnh của BCEC

Nguồn: Báo cáo hoạt động giao dịch của BCEC

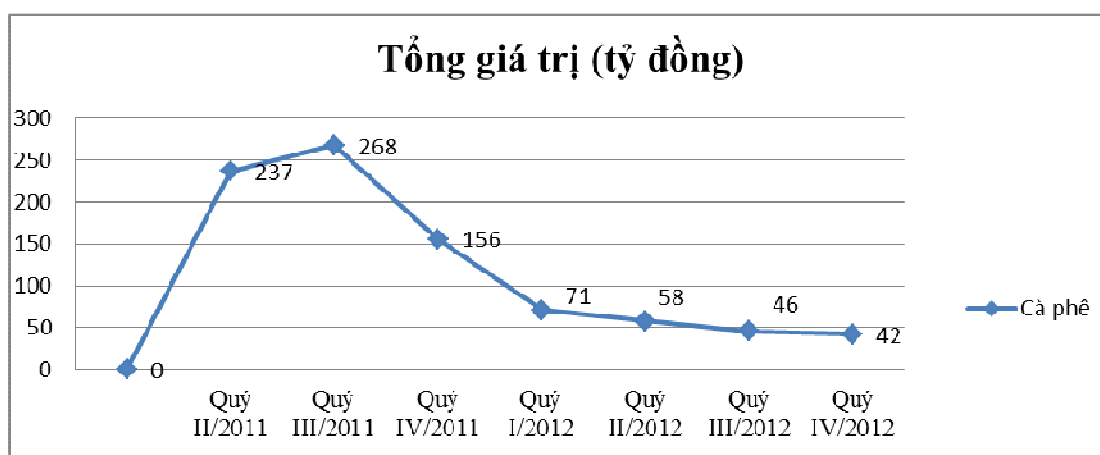
Trong năm 2011, giao dịch cà phê kỳ hạn do các thành viên môi giới của BCEC tạo lập đạt được kết quả khả quan với tổng số lô giao dịch khớp lệnh là 7.033 lot, tương đương 14.066 tấn. Trong đó, nổi bật là kết quả đạt được của Quý III năm 2011

với khối lượng khớp lệnh của mặt hàng cà phê lên tới 2.836 lot. Trong năm 2012, giao dịch cà phê kỳ hạn của BCEC có bước chuyển biến, tổng số giao dịch khớp lệnh đạt 2.722 lot, tương đương 5.444 tấn.

- Về giá trị giao dịch

Năm 2011, tổng giá trị giao dịch cà phê của BCEC đạt 661 tỷ đồng, trong đó tổng giá trị của Quý III đạt ở mức cao nhất lên tới 268 tỷ đồng.

Giá trị giao dịch mặt hàng cà phê trong năm 2012 đã giảm, đạt mức 218 tỷ đồng. Theo biểu đồ trên, giá trị của mặt hàng cà phê tăng không đồng đều theo từng quý, điều đó cho thấy hoạt động giao dịch cà phê tại BCEC có nhiều biến động.



Hình 3.14. Tổng giá trị giao dịch khớp lệnh của BCEC

Nguồn: Báo cáo hoạt động giao dịch của BCEC

Trong thời gian tiến hành giao dịch thí điểm không có bất kỳ hợp đồng mở trạng thái nào rơi vào mức bị xử lý theo quy định của BCEC. Đến ngày giao dịch cuối cùng, tất cả các hợp đồng mở trạng thái đều được tất toán vào cuối phiên giao dịch, cũng không phát sinh hoạt động giao nhận hàng trên tháng giao hàng.

- Thông tin giao dịch

BCEC thực hiện công bố thông tin giao dịch hàng ngày trên website của: BCEC, thành viên, đối tác của BCEC với các nội dung như sau:

+ Kết quả giao dịch: số lệnh đặt mua/ bán, số lệnh khớp mua/ bán, số lượng khớp, tổng giá trị khớp, giá cao nhất, giá thấp nhất, giá mở cửa, giá đóng cửa, chênh lệch, tổng khối lượng hợp đồng mở.

+ Niêm yết hợp đồng: ký hiệu hợp đồng niêm yết, tháng giao hàng, ngày thông báo đầu tiên, ngày giao dịch cuối cùng.

Kết thúc phiên giao dịch, Trung tâm gửi đến các Thành viên kết quả giao dịch và các thông tin khác (thiếu ký quỹ, ngày Thông báo đầu tiên...) trong ngày qua đường email và văn bản.

Thông tin tổng hợp giao dịch được Trung tâm đăng tin trên website của Trung tâm tại địa chỉ: www.bcec.vn

Bảng 3.17. Lịch hoạt động và thời gian giao dịch của Bcec

TT	Thời gian giao dịch	Công bố	Thực hiện
1	Ngày giao dịch	Từ thứ Hai đến thứ Sáu, trừ các ngày nghỉ theo quy định của Bộ luật lao động	Trung tâm đã nghỉ giao dịch vào các ngày lễ theo quy định của Bộ luật lao động
2	Phiên giao dịch	01	01
3	Thời gian khớp lệnh giao dịch	14h00 – 17h00	14h00 – 17h00
4	Giờ mở cửa, đóng cửa của ngày giao dịch	14h00 – 17h00	14h00 – 17h00

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động của Bcec

3.2.2. Thực trạng tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam

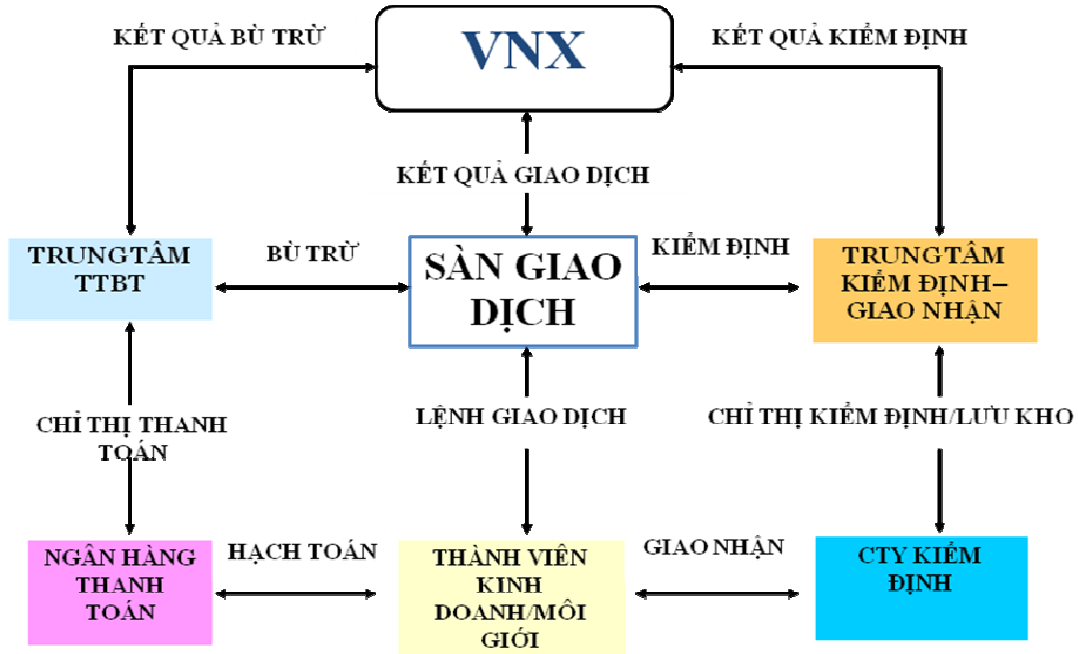
3.2.2.1. Cơ sở thành lập, chức năng của VNX

Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam (VNX) là SGDHH đầu tiên tại Việt Nam được Bộ Công Thương cấp Giấy phép theo số 4596/GP-BCT ngày 01 tháng 9 năm 2010 theo Luật Thương mại 2005. VNX có trụ sở chính và Sàn giao dịch hàng hoá tại Thành phố Hồ Chí Minh, nơi tập trung nhiều nhà đầu tư tài chính có nhu cầu tìm kiếm lợi nhuận nhờ sự biến động giá và các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu cà phê lớn có nhu cầu bảo hiểm rủi ro về giá.

VNX có chức năng giúp doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa và nền kinh tế có thêm công cụ tài chính giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa như biến động giá của mặt hàng nông sản và thép.

3.2.2.2. Mô hình hoạt động và cơ cấu tổ chức của VNX

a) Mô hình hoạt động giao dịch của VNX



Hình 3.15. Mô hình phối hợp hoạt động giao dịch qua VNX

Nguồn: Báo cáo hoạt động của VNX

- Thành viên kinh doanh/môi giới:

+ *Thành viên kinh doanh*: là các doanh nghiệp đáp ứng các điều kiện và được VNX công nhận làm thành viên kinh doanh, được phép ký nhiều hợp đồng hợp tác kinh doanh với nhiều thành viên môi giới.

+ *Thành viên môi giới*: là các doanh nghiệp đáp ứng các điều kiện và được VNX công nhận làm thành viên môi giới, chỉ được phép hợp tác kinh doanh giao dịch hàng hoá với một thành viên kinh doanh.

+ *Thành viên giao dịch*: là thành viên kinh doanh theo quy định của VNX, chỉ có chức năng tự doanh.

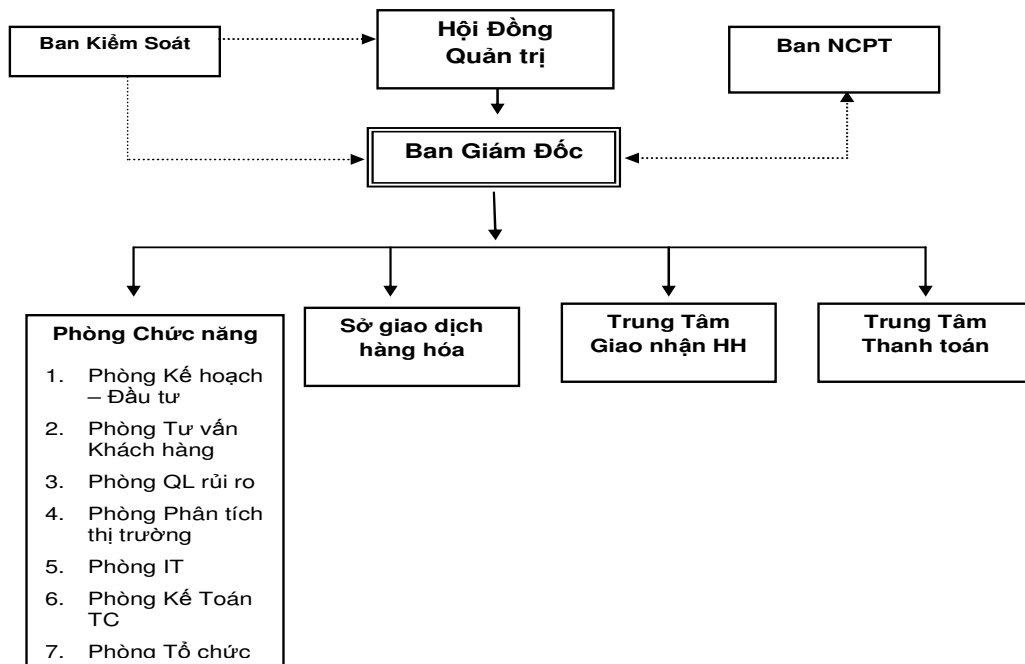
- Sàn giao dịch hàng hoá: Sàn giao dịch hàng hoá là nơi để các khách hàng thực hiện các giao dịch mua - bán hàng hóa, được tổ chức hình thức giao dịch tại Sàn và giao dịch thông qua hệ thống giao dịch điện tử trực tuyến.

- Trung tâm thanh toán: Trung tâm thanh toán thực hiện chức năng cung cấp dịch vụ thanh toán trong hoạt động mua bán hàng hoá của VNX. Trung tâm thanh toán của VNX không tổ chức theo mô hình bộ phận trực thuộc mà ủy quyền cho Ngân hàng thương mại thực hiện.

- Trung tâm giao nhận hàng hoá: Trung tâm giao nhận hàng hoá thực hiện chức năng lưu giữ, bảo quản và giao nhận hàng hoá cho các hoạt động mua bán hàng hoá của VNX. Trung tâm giao nhận hàng hoá của VNX được tổ chức kết hợp giữa Bộ phận trực thuộc bao gồm Ban quản lý và hệ thống kho của VNX, đồng thời kết hợp uỷ quyền cho một số đối tác đáp ứng đủ điều kiện.

b) Cơ cấu tổ chức của VNX

VNX tổ chức các đơn vị chức năng theo mô hình quy định tại Nghị định số 158/2006/NĐ-CP và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp. Cụ thể mô hình quản lý của VNX như sau :



Hình 3.16. Mô hình cơ cấu tổ chức của VNX

Nguồn: Báo cáo của VNX

3.2.2.3. Kết quả hoạt động giao dịch của VNX

Thời gian tổ chức giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX không dài từ tháng 4 năm 2011 đến tháng 8 năm 2012. Do vậy, để đánh giá kết quả hoạt động của VNX và phản ứng của thị trường, tác giả phân tích kết quả giao dịch theo từng Quý và tập trung phân tích kết quả giao dịch trong những tháng VNX những động thái nhằm phát triển thị trường.

a) Kết quả giao dịch Quý II năm 2011

VNX đưa ra thị trường các hợp đồng tương lai của 2 mặt hàng là cà phê Robusta và cao su RSS3 với khối lượng giao dịch cho mỗi hợp đồng là 1 lot tương ứng 5 tấn.

Bảng 3.18. Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý II/2011

Tháng	Hợp đồng cà phê Robusta		Hợp đồng cao su RSS3		Tổng	
	Khối lượng (lot, 5 tấn)	Giá trị (1.000VND)	Khối lượng (lot, 5 tấn)	Giá trị (1.000VND)	Khối lượng (lot, 5 tấn)	Giá trị (1.000VND)
T4	92	38.499.380	84	38.478.184	176	76.977.564
T5	167	59.144.690	85	41.090.640	252	100.235.330
T6	169	20.265.130	98	51.681.660	267	71.946.790
Tổng	428	117.909.200	267	131.250.484	695	249.159.684

Nguồn: Báo cáo hoạt động của VNX

- Đối với mặt hàng cà phê Robusta: Khối lượng giao dịch khớp lệnh thông qua VNX trong tháng 4,5 và 6 lần lượt đạt 92 lot, 166 lot và 170 lot. Khối lượng khớp lệnh bình quân đạt khoảng 7 lot/phiên. Tổng giá trị giao dịch đạt 118 tỷ đồng, giá khớp lệnh dao động xung quanh mức 54 – 55 triệu đồng/tấn, tức ở khoảng 270 – 275 triệu đồng/hợp đồng.

- Đối với các hợp đồng cao su RSS3: tổng khối lượng giao dịch đạt 267 lot, tương đương 1.333 tấn cao su. Khối lượng giao dịch giữa các tháng không biến động nhiều, bình quân đạt khoảng 5 lot/phiên. Tổng giá trị giao dịch trong Quý II đạt 131,2 tỷ đồng. Mức giá khớp lệnh bình quân khoảng 98 – 100 triệu đồng/tấn, tức ở khoảng 490 – 500 triệu đồng/hợp đồng.

b) Kết quả giao dịch Quý III năm 2011

Bắt đầu từ tháng 7 năm 2011, VNX đã sửa đổi, bổ sung một số hợp đồng giao dịch, quy định khối lượng giao dịch mỗi hợp đồng là 1 lot tương ứng với 1 tấn (mức cũ là 5 tấn/hợp đồng); Bổ sung các hợp đồng tương lai cà phê Arabica. Như vậy, VNX đã niêm yết 4 hợp đồng: cà phê Robusta (mã hợp đồng: VRC), cà phê Arabica (mã hợp đồng: VIAC), cao su RSS3 (mã hợp đồng: RSS3), thép cuộn cán nóng (mã hợp đồng VNHRC).

VNX phối hợp cùng các thành viên kinh doanh tổ chức hội thảo giới thiệu và áp dụng các chương trình miễn, giảm phí giao dịch đã hỗ trợ và thu hút các nhà đầu tư

tham gia giao dịch. Kết quả thể hiện rõ về số lượng tài khoản đăng ký giao dịch và khối lượng giao dịch đã tăng.

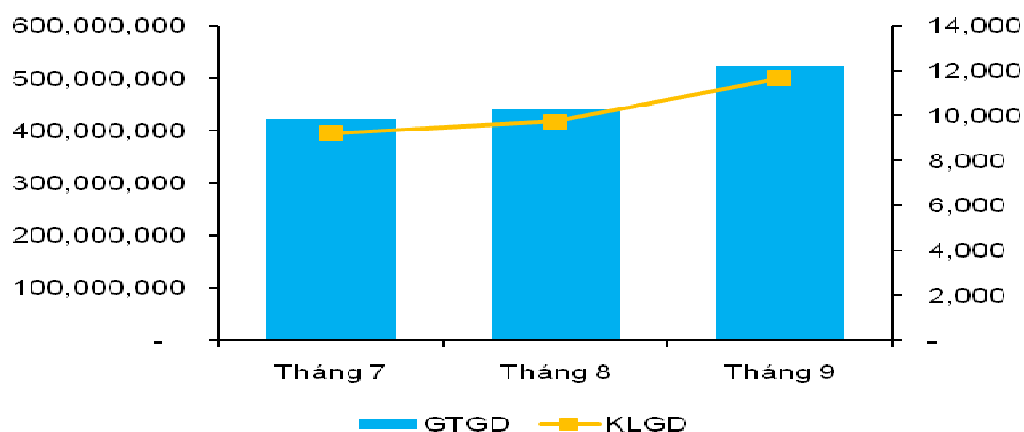
Bảng 3.19. Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý III/2011

Tháng	Hợp đồng cà phê Robusta		Hợp đồng cà phê Arabica		Hợp đồng cao su RSS3		Tổng	
	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị
T7	9.208	422.118.209	5.471	667.593.326	9.348	828984658	24.028	1.918.696.193
T8	9.734	440.281.034	5.015	608.280.180	9.134	811668694	23.883	1.860.229.908
T9	11.671	522.594.497	8.256	1.000.458.574	9.526	851813386	29.452	2.374.866.457
Tổng	30.613	1.384.993.740	18.742	2.276.332.080	28.008	2.492.466.738	93.537	7.329.143.469

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của VNX

- Hợp đồng cà phê Robusta: khối lượng giao dịch đạt 30.613 lot (30.613 tấn), giá trị 1.385 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt khoảng 510 lot/phiên. Mức giá khớp lệnh từ 44 – 45 triệu đồng/tấn. Tăng trưởng khối lượng giao dịch và giá trị giao dịch tháng 8 so với tháng 7 lần lượt là 5,7% và 4,3%.

Đơn vị: 1.000 đồng và tấn

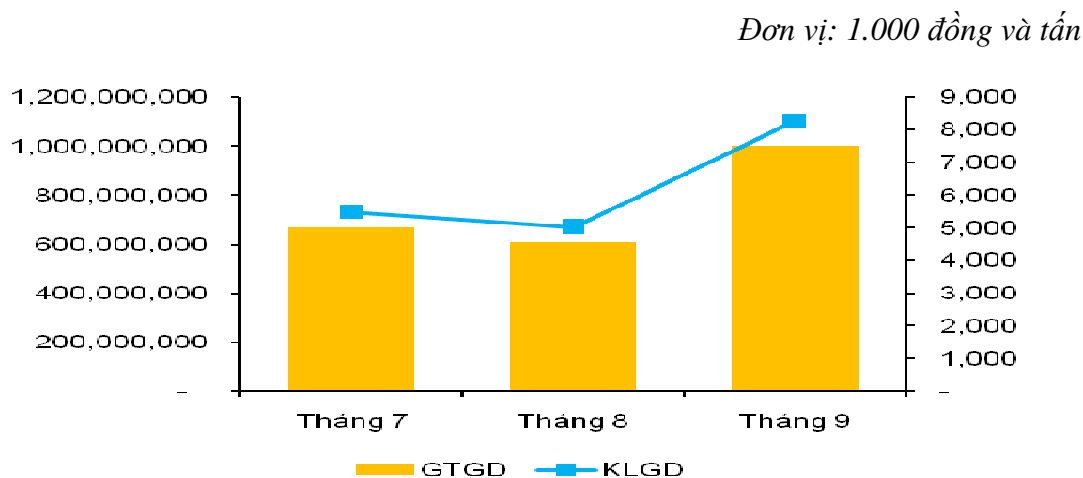


Hình 3.17. Kết quả giao dịch cà phê Robusta trên VNX Quý III/2011

Nguồn: Báo cáo hoạt động Quý III năm 2011 của VNX

- Hợp đồng cà phê Arabica: khối lượng giao dịch đạt 18.742 lot (18.742 tấn), giá trị 2.276 tỷ đồng. Khối lượng khớp lệnh bình quân đạt 312 lot/phiên, mức giá khớp

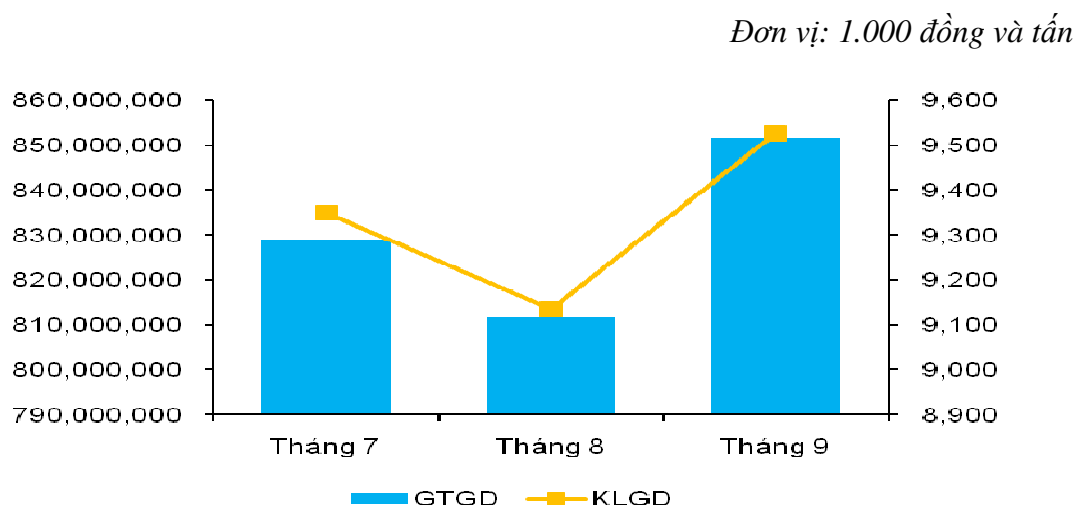
lệnh từ 120 – 122 triệu đồng/tấn. Trong tháng 8, khối lượng giao dịch giảm so với tháng 7 (giảm 8%). Tuy nhiên, bước sang tháng 9 khối lượng giao dịch đã tăng trở lại, đạt 8.256 lot, tăng 65% về khối lượng và tăng 64% về giá trị.



Hình 3.18. Kết quả giao dịch cà phê Arabica trên VNX Quý III/2011

Nguồn: Báo cáo hoạt động Quý III năm 2011 của VNX

- Hợp đồng cao su RSS3: khối lượng giao dịch đạt 28.008 lot, giá trị 2.492 tỷ đồng, khối lượng khớp lệnh bình quân đạt 467 lot/phiên.



Hình 3.19. Kết quả giao dịch cao su RSS3 trên VNX Quý III/2011

Nguồn: Báo cáo hoạt động Quý III năm 2011 của VNX

c) Kết quả giao dịch Quý IV năm 2011

Kết quả giao dịch đã sụt giảm về khối lượng giao dịch, do từ tháng 10 năm 2011, VNX bắt đầu thu phí giao dịch, không áp dụng các chương trình hỗ trợ, khuyến mại.

VNX tập trung hướng đến khách hàng là doanh nghiệp đã làm giảm số lượng các nhà đầu tư cá nhân tham gia. Kết quả giao dịch của các nhà đầu tư cá nhân không khả quan do chưa bắt kịp xu hướng, phương thức chốt lời, cắt lỗ. Đồng thời, giá nhiều hàng hóa trên thị trường thế giới có biến động mạnh ảnh hưởng đến giá trong nước khiến nhiều tài khoản của nhà đầu tư bị thiệt hại.

Bảng 3.20. Kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX Quý IV/2011

Tháng	Hợp đồng cà phê Robusta		Hợp đồng cà phê Arabica		Hợp đồng cao su RSS3		Tổng	
	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị	Khối lượng (lot, 1 tấn)	Giá trị
T10	2.623	99.409.346	1.898	171.278.954	2.142	163.099.600	6.662	433.787.900
T11	889	25.667.646	1.076	72.479.888	2.615	135.205.613	458	233.353.147
T12	1.249	30.862.163	1.113	107.717.329	1.875	120.470.688	4.237	259.050.180
Tổng	4.761	155.939.155	4.087	351.476.171	6.632	418.775.901	11.357	926.191.227

Nguồn: Tổng hợp báo cáo của VNX

- Hợp đồng cà phê Robusta: khối lượng giao dịch chỉ đạt 4.761lot, tương đương 155,94 tỷ đồng, bằng 15,5% về khối lượng và 11,2% về giá trị so với Quý III/2011.

- Hợp đồng cà phê Arabica: khối lượng giao dịch đạt 4.087 lot, tương đương 351,47 tỷ đồng, chỉ bằng 22% về khối lượng và 15% về giá trị so với Quý III/2011.

- Hợp đồng cao su RSS3: khối lượng giao dịch đạt 6.632 lot, tương đương 418,7 tỷ đồng, bằng 23% về khối lượng và 17% về giá trị so với Quý III/2011.

Trước tình hình giao dịch có chiều hướng sụt giảm, VNX đã thay đổi chi tiết hợp đồng và phần mềm giao dịch. Theo đó, VNX đưa ra thị trường 3 nhóm hợp đồng giao dịch, phân loại theo tiêu chuẩn hợp đồng, đối với 3 mặt hàng là cà phê Robusta, cà phê Arabica và cao su RSS3 bao gồm:

- Hợp đồng theo chuẩn VNX 1 lô 1.000kg để thu hút đối tượng nhà đầu tư cá nhân từ các lĩnh vực chứng khoán, bất động sản, vàng,...

- Hợp đồng lô nhỏ chuẩn VNX 1 lot 100kg cho đối tượng mới tham gia tìm hiểu thị trường, sinh viên.

- Hợp đồng theo chuẩn quốc tế lô 5.000kg, 10.000kg và 37300pounds cho đối tượng là các doanh nghiệp.

d) Kết quả giao dịch Quý I năm 2012

Hợp đồng giao dịch theo chuẩn VNX: khối lượng giao dịch của hợp đồng cà phê Robusta đạt 1.099 lot, giá trị 44,094 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 13 lot/phiên. Khối lượng giao dịch của hợp đồng cà phê Arabica đạt 1.323 lot, giá trị 135,57 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 39 lot/phiên. Khối lượng giao dịch của hợp đồng cao su RSS3 đạt 2.303 lot, giá trị 186,87 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 38 lot/phiên.

Hợp đồng giao dịch lô nhỏ theo chuẩn VNX: khối lượng giao dịch cà phê Robusta đạt 1.274 lot, giá trị 5,279 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 21 lot/phiên. Đối với hợp đồng Arabica lô nhỏ: khối lượng giao đạt 2.372 lot, giá trị 22,408 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 39 lot/phiên. Đối với hợp đồng cao su RSS3 lô nhỏ: khối lượng giao dịch đạt 3.759 lot, giá trị 31,596 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 62 lot/phiên.

Hợp đồng giao dịch theo chuẩn quốc tế: khối lượng giao dịch hợp đồng cà phê Robusta đạt 19 lot, giá trị 3,447 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân 1lot/phiên. Đối với hợp đồng cà phê Arabica: Khối lượng đạt 33 lot, giá trị 56,895 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân 1 lot/phiên. Đối với hợp đồng cao su RSS3: khối lượng đạt 111 lot, giá trị 43,531 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân 2 lot/phiên.

e) Kết quả giao dịch Quý II năm 2012

Hợp đồng giao dịch theo chuẩn VNX: khối lượng giao dịch của hợp đồng cà phê Robusta đạt 1.710 lot, giá trị 72,939 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 20 lot/phiên. Khối lượng giao dịch của hợp đồng cà phê Arabica đạt 537 lot, giá trị 43,032 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 6 lot/phiên. Khối lượng giao dịch của hợp đồng cao su RSS3 đạt 2.724 lot, giá trị 196,578 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân đạt 45 lot/phiên.

- Hợp đồng giao dịch theo chuẩn quốc tế: khối lượng giao dịch hợp đồng cao su RSS3: khối lượng đạt 40 lot, giá trị 3,253 tỷ đồng, khớp lệnh bình quân gần 2 lot/phiên.

Bảng 3.21. Tổng hợp kết quả giao dịch hàng hoá phái sinh của VNX

Thời gian	Mặt hàng	Khối lượng khớp lệnh(lô)	Tổng giá trị(tỷ)	
Quý I/2011	Cà phê	Robusta (VRC)	92	18,2
		Arabica (VIAC)		
	Cao su	RSS3	136	49
	Thép			
Quý II/2011	Cà phê	Robusta (VRC)	428	140,4
		Arabica (VIAC)		
	Cao su	RSS3	266	97
	Thép			
Quý III/2011	Cà phê	Robusta (VRC)	30.613	1.385
		Arabica (VIAC)	18.742	2.276
	Cao su	RSS3	28.008	2.492
	Thép			
Quý IV/2011	Cà phê	Robusta (VRC)	4.761	154
		Arabica (VIAC)	4.087	350
	Cao su	RSS3	6.632	418
	Thép			
Quý I/2012	Cà phê	Robusta (VRC)	4.102	129
		Arabica (VIAC)	4.265	257
	Cao su	RSS3	8.938	461
	Thép			
Quý II/2012	Cà phê	Robusta (VRC)	1.710	72
		Arabica (VIAC)	537	43
	Cao su	RSS3	2.724	196
	Thép			
Tổng cộng	Cà phê	Robusta (VRC)	41.706	1.740
		Arabica (VIAC)	4.802	300
	Cao su	RSS3	46704	3.567
	Thép		0	0

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của VNX

Như vậy, trong năm 2011 khối lượng khớp lệnh các loại hợp đồng tại VNX do mới đi vào hoạt động nên chưa được cao. Khối lượng giao dịch mặt hàng cà phê đạt 92 lot trong Quý I và 428 lot trong Quý II và mặt hàng cao su đạt 136 lot và 266 lot. Tuy nhiên, đến Quý III, khối lượng khớp lệnh các loại hợp đồng của hai mặt hàng cà phê và cao su đã có bước chuyển biến rõ rệt khi khách hàng đã từng bước làm quen với hoạt động mua bán hàng hoá phái sinh với tổng khối lượng khớp lệnh của mặt hàng cà phê Robusta (VRC) đạt 30.613 (lot), cà phê Arabica (VIAC) đạt 18.742 (lot), và Cao su (RSS3) đạt 28.008 (lot).

Năm 2012, hoạt động giao dịch tại VNX có dấu hiệu trầm lắng, đặc biệt là trong Quý II năm 2012 khi kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn khó khăn, đa số các nhà đầu tư chưa thấy rõ xu hướng chính sách điều hành kinh tế vĩ mô, khiến tâm lý của các nhà đầu tư là giữ tiền mặt chưa muốn đầu tư. Bên cạnh đó, tín dụng thắt chặt, lãi suất cho vay cao cũng là một trong những khó khăn ảnh hưởng đến hoạt động đầu tư của thị trường hiện nay.

3.3. Kết quả khảo sát thực trạng về giao dịch hàng hoá phái sinh và Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

3.3.1. Phân tích kết quả khảo sát về thực trạng giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam

Công cụ hàng hoá phái sinh được chính thức đưa vào Việt Nam từ năm 2005 với sự tham gia của Ngân hàng Techcombank với vai trò là nhà môi giới thứ cấp, tiếp theo là Ngân hàng BIDV tham gia vào năm 2006. Hiện nay, tại Việt Nam có 9 Ngân hàng thương mại được phép giao dịch hàng hoá tương lai trực tiếp với các SGDHH nước ngoài. Ngân hàng thương mại của Việt Nam hoạt động với phương thức là trung gian môi giới chuyển lệnh của khách hàng tới thành viên môi giới hoặc sàn giao dịch của các Sở giao dịch tại nước ngoài. Hệ thống giao dịch điện tử của các ngân hàng được kết nối với các đối tác nước ngoài dựa trên các phần mềm chuyên dụng giao dịch hàng hoá phái sinh.

Như vậy, việc sử dụng công cụ hàng hoá phái sinh tại Việt Nam được thực hiện qua hai kênh: (i) qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam; (ii) qua Ngân hàng thương mại của Việt Nam giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa của nước ngoài.

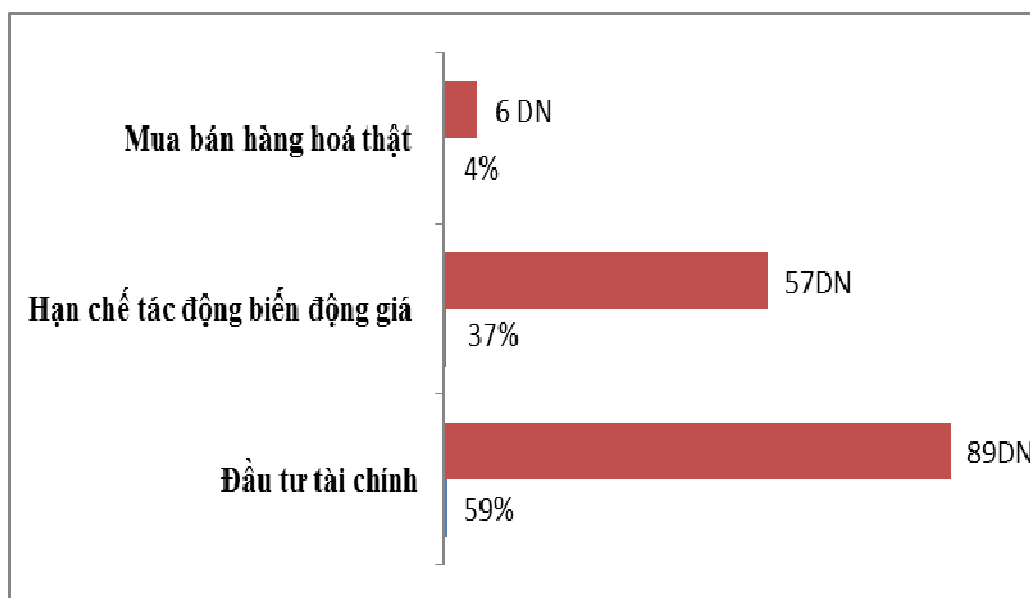
Nhằm đánh giá hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam, Luận án đã tiến hành khảo sát các doanh nghiệp đã và đang sử dụng công cụ giao dịch hàng hoá phái sinh. Những doanh nghiệp điều tra được lấy ngẫu nhiên từ danh sách các khách hàng của VNX, BCEC và Techcombank.

Phiếu điều tra được gửi tới trên 400 doanh nghiệp thuộc danh sách khách hàng của các đơn vị nêu trên. Qua quá trình tiếp nhận, chọn lọc, làm sạch số liệu, tác giả đã tổng hợp được 152 phiếu.

Như vậy, tổng số doanh nghiệp được điều tra là 152, hoạt động lần lượt ở trong các lĩnh vực như sau: doanh nghiệp sản xuất là 13 (chiếm 9%), doanh nghiệp hoạt động mua bán hàng hoá là 25 (chiếm 16%), doanh nghiệp xuất nhập khẩu là 41 (chiếm 27%), doanh nghiệp đầu tư tài chính là 71 (chiếm 47%) và hoạt động trong lĩnh vực khác là 2 (chiếm 1%).

- Thực trạng mục đích tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh

Mục đích tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh của doanh nghiệp được điều tra chỉ ra nhu cầu, mong muốn đạt được lợi ích, bao gồm: là một kênh đầu tư tài chính; hạn chế tác động biến động giá của các mặt hàng giao dịch; là một kênh để mua hoặc bán hàng hoá vật chất.



Hình 3.20. Mục đích tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

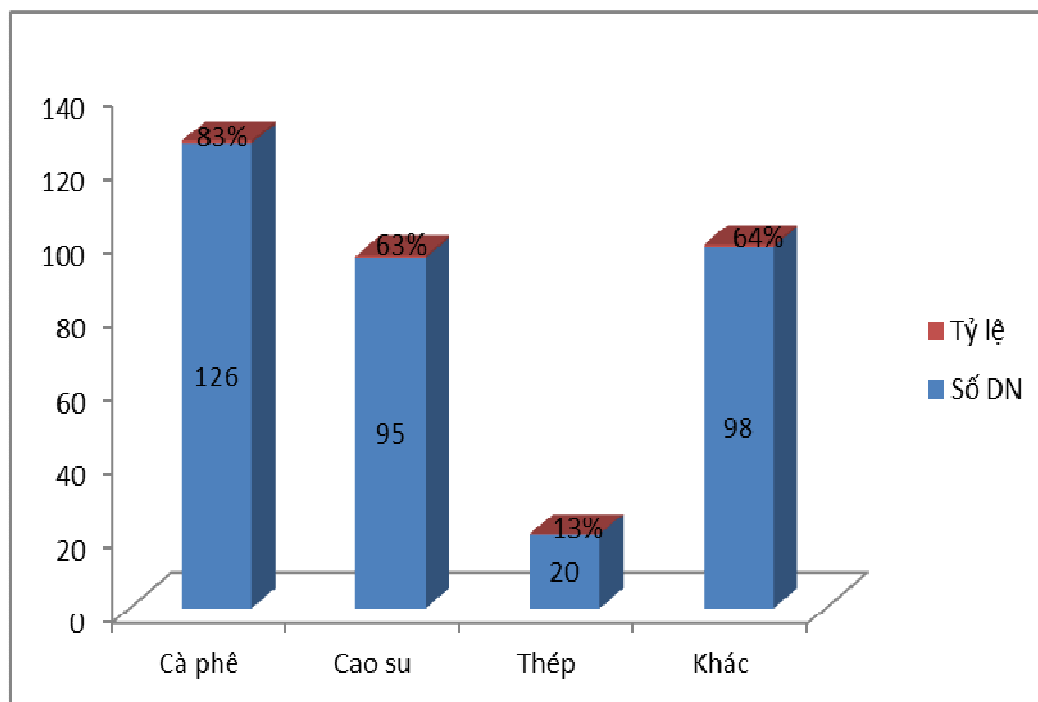
Theo kết quả điều tra, mục đích đầu tư tài chính chiếm tỷ lệ lớn nhất, đạt 59%, tiếp theo là nhằm hạn chế tác động của biến động giá đạt trên 37% và để mua bán hàng hoá thật là 4%. Như vậy, nhu cầu sử dụng các công cụ giao dịch hàng hoá phái sinh tập trung với 2 mục tiêu là đầu tư tài chính và bảo hiểm rủi ro về giá đến từ các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực đầu tư tài chính và xuất nhập khẩu. Đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và thương mại hàng hoá có mục đích chủ yếu là hạn chế biến động về giá.

- Thực trạng về sản phẩm hàng hoá phái sinh

Các sản phẩm giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam được giao dịch bao gồm: giao dịch hàng hoá kỳ hạn và giao dịch hàng hoá tương lai là hai sản phẩm được cả 3 đối tượng là các Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam, Ngân hàng thương mại của Việt Nam và Sở giao dịch hàng hóa nước ngoài cung cấp; giao dịch quyền chọn và giao dịch hoán đổi chủ yếu giao dịch do các khách hàng tự sử dụng các sản phẩm do SGDHH nước ngoài và một phần nhỏ từ các ngân hàng thương mại của Việt Nam.

Theo số liệu điều tra sản phẩm giao dịch hàng hoá tương lai được sử dụng nhiều nhất với 143 doanh nghiệp có sử dụng, chiếm 86%, tiếp theo là sản phẩm giao dịch hàng hoá kỳ hạn là 21 doanh nghiệp, chiếm gần 13%.

Hàng hoá giao dịch được thiết lập tại bảng hỏi tập trung vào 3 mặt hàng được phép giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam gồm cà phê, cao su và thép. Đồng thời, để đánh giá nhu cầu giao dịch các hàng hoá khác tại các Ngân hàng thương mại của Việt Nam và qua các kênh khác, bảng hỏi đưa ra lựa chọn mở để doanh nghiệp cung cấp thông tin.



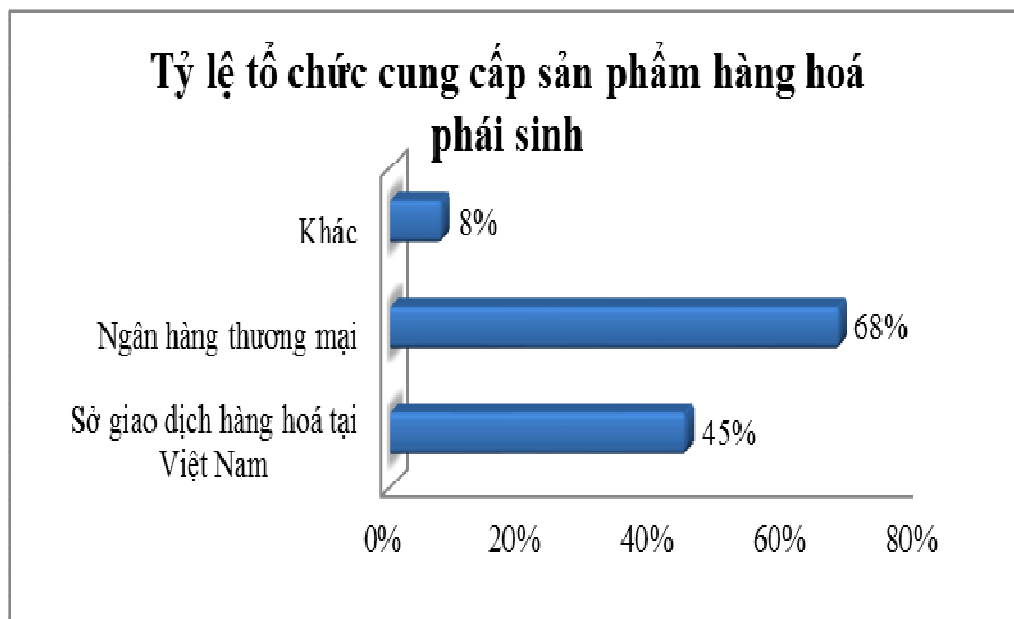
Hình 3.21. Mặt hàng giao dịch phái sinh tại Việt Nam

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Kết quả cho thấy các sản phẩm phái sinh mặt hàng cà phê được giao dịch nhiều nhất với 126 doanh nghiệp giao dịch, tiếp đến là mặt hàng cao su với 95 doanh nghiệp.

Các mặt hàng khác chiếm tỷ lệ tương đối lớn số doanh nghiệp có giao dịch. Theo ghi nhận tại phiếu điều tra, các mặt hàng này chủ yếu tập trung vào các mặt hàng nông sản như hồ tiêu, hạt điều và dầu thô có số lượng doanh nghiệp giao dịch là 98 doanh nghiệp.

Hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh của Việt Nam được thực hiện thông qua 3 kênh chính gồm: kênh giao dịch do các Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam tổ chức, kênh giao dịch do Sở giao dịch hàng hóa nước ngoài được thực hiện qua các ngân hàng thương mại (được coi như đối tượng môi giới, kiểm soát dòng tiền và thu theo phí giao dịch) và qua các kênh phi chính thức khác như các thông qua phần mềm giao dịch của nước ngoài hoặc của một số tổ chức tài chính trong nước. Như vậy, các doanh nghiệp có thể cùng lúc thực hiện giao dịch theo cả 3 kênh nêu trên. Theo số liệu điều tra, các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thông qua ngân hàng thương mại chiếm tỷ lệ lớn với 103/152, tiếp đến là qua SGDHH của Việt Nam là 68/208, còn lại là qua các kênh phi chính thức khác là 12/208. Đồng thời, kết quả này phù hợp với tỷ lệ câu trả lời về đối tượng tác động khi ra quyết định tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh.



Hình 3.22. Tỷ lệ tổ chức cung cấp sản phẩm phái sinh cho doanh nghiệp tại Việt Nam

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra của tác giả

Ngân hàng thương mại của Việt Nam là đối tượng có tác động nhiều nhất đến quyết định tham gia, một phần do hoạt động của doanh nghiệp gắn liền với các sản phẩm dịch vụ do ngân hàng thương mại cung cấp, một phần là các ngân hàng cung cấp đa dạng các sản phẩm giao dịch hàng hoá phái sinh của nhiều SGDHH lớn trên thế

giới. Như vậy, với lợi thế về tính thanh khoản và đa dạng về chủng loại sản phẩm, kênh giao dịch hàng hoá phái sinh thông qua các ngân hàng thương mại đã chiếm thị phần lớn trên thị trường tại Việt Nam.

- Thực trạng đối tượng tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh

+ Về kiến thức, nghiệp vụ giao dịch

Mức độ hiểu biết về giao dịch hàng hoá phái sinh của doanh nghiệp được điều tra được đánh giá ở góc độ doanh nghiệp tự cảm nhận, đây là chỉ số mang tính chất cảm quan do giao dịch hàng hoá phái sinh là nghiệp vụ mới, phức tạp đối với đa số doanh nghiệp và cán bộ chuyên môn. Vì vậy, kết quả điều tra được phân bố tương đối đồng đều, cụ thể tỷ lệ theo từng mức như sau: hiểu rất rõ, hiểu rõ, bình thường, không hiểu lắm, hoàn toàn không hiểu lần lượt đạt tỷ lệ 14%, 23%, 31%, 25% và 7%.

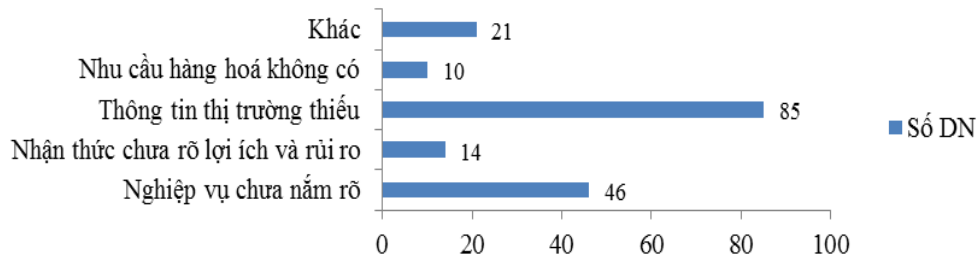
+ Về hiệu quả tham gia giao dịch

Trong tổng số 152 doanh nghiệp được hỏi về việc đánh giá hiệu quả khi tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh, tỷ lệ chia đều cho 3 mức từ đạt, bình thường và không hiệu quả. Tính hiệu quả được hiểu không chỉ có tiêu chí lỗ, lãi trên tài khoản giao dịch của doanh nghiệp mà còn được đánh giá dựa trên mục tiêu của doanh nghiệp khi sử dụng công cụ hàng hoá phái sinh. Kết quả điều tra cho thấy các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và mua bán hàng hoá có tỷ lệ đánh giá hiệu quả thấp hơn nhiều so với các doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu. Điều này một phần được lý giải khi đánh giá những khó khăn của doanh nghiệp khi tham gia giao dịch do tự bản thân doanh nghiệp đánh giá. Tỷ lệ số doanh nghiệp chưa nắm được nghiệp vụ đến từ lĩnh vực sản xuất và mua bán hàng hoá cao, cụ thể tỷ lệ doanh nghiệp sản xuất là 10/13 và doanh nghiệp mua bán hàng hoá là 12/25. Một điểm cần lưu ý đó là doanh nghiệp cảm nhận khó khăn từ việc thiếu thông tin về thị trường hàng hoá vật chất, trong đó gồm thông tin về cung, cầu, giá cả và những yếu tố tác động đến thị trường trong tương lai. Hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam phụ thuộc nhiều vào thị trường quốc tế không chỉ bị tác động từ thị trường các mặt hàng cơ sở mà còn phụ thuộc vào xu hướng dòng đầu tư trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam gặp một số trở ngại như chênh lệch múi giờ giao dịch, khả năng sử dụng ngoại ngữ, tiếp nhận thông tin bị làm nhiễu và trễ so với các khách hàng quốc tế,... cùng với khả năng thu thập, xử lý và phân tích thông tin còn hạn chế.

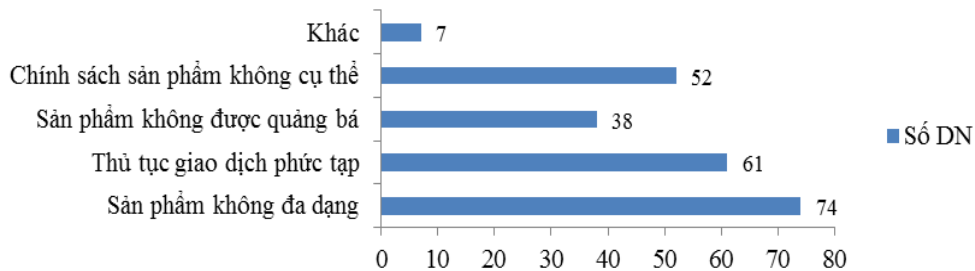
+ Về khó khăn khi tham gia giao dịch

Hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh của các doanh nghiệp điều tra gặp khó khăn từ chính từ các đơn vị cung cấp. Kết quả của phiếu điều tra sẽ giúp trả lời câu hỏi tại sao tính thanh khoản không cao của các hợp đồng giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam nói chung và của SGDHH của Việt Nam nói riêng.

Khó khăn từ doanh nghiệp khi giao dịch



Khó khăn từ bên ngoài của doanh nghiệp khi giao dịch



Hình 3.23. Khó khăn từ bên ngoài khi thực hiện giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra của tác giả

Thứ nhất, các sản phẩm hàng hoá phái sinh trên thị trường Việt Nam không đa dạng, với 74/152 doanh nghiệp được điều tra. Do vậy, các doanh nghiệp tại Việt Nam không có nhiều lựa chọn để sử dụng linh hoạt và hiệu quả các sản phẩm và công cụ từ nghiệp vụ hàng hoá phái sinh mang lại.

Thứ hai, các thủ tục từ lúc bắt đầu đăng ký đến khi kết thúc chu trình giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam bị đánh giá là phức tạp, khó để doanh nghiệp tiếp cận và thực hiện, với 61/152 doanh nghiệp trả lời.

Thứ ba, chính sách đối với các sản phẩm giao dịch hàng hoá phái sinh chưa được hiệu quả, với kết quả của 52/152 doanh nghiệp điều tra. Chính sách phát triển sản

phẩm chưa rõ ràng, thiếu tập trung vào một số sản phẩm cốt lõi, đánh đúng vào nhu cầu thiết thực của khách hàng. Hoạt động xúc tiến, quảng bá sản phẩm hàng hoá phái sinh tại Việt Nam chưa bài bản, chưa thu hút và cung cấp thông tin đầy đủ sự ưu việt của sản phẩm đến được với đối tượng có nhu cầu thực sự.

3.3.2. Phân tích kết quả khảo sát thực trạng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Để đánh giá thực trạng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, tác giả lọc số liệu từ các phiếu điều tra của các doanh nghiệp có giao dịch hàng hoá phái sinh qua SGDHH. Theo đó, trong tổng số 152 doanh nghiệp điều tra có 68 doanh nghiệp có hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh do các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam cung cấp.

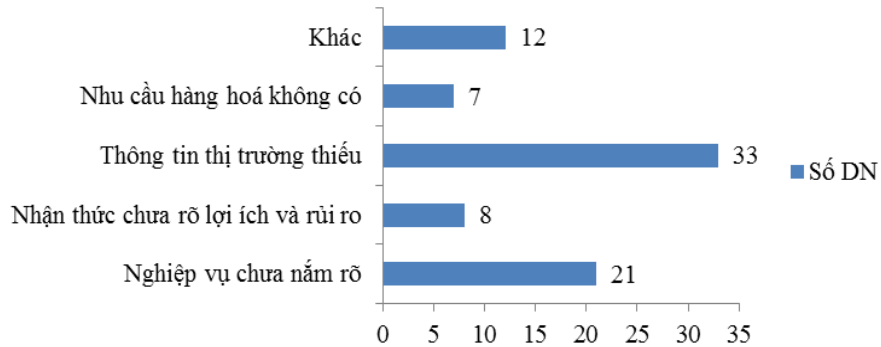
- Mức độ đạt hiệu quả và phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Theo kết quả điều tra, các doanh nghiệp giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa đạt được kết quả khả quan với 49 doanh nghiệp đạt mức hiệu quả cao và bình thường, chỉ có 19 doanh nghiệp đánh giá là không đạt hiệu quả khi giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa. Tuy nhiên, các doanh nghiệp đánh giá mức độ phát triển của SGDHH tại Việt Nam chưa cao với tỷ lệ đánh giá từ mức trung bình trở xuống là 60/68 doanh nghiệp.

- Những vướng mắc khi giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Tương tự như các doanh nghiệp được điều tra, tỷ lệ các yếu tố mà doanh nghiệp có giao dịch hàng hoá phái sinh qua SGDHH gặp phải có sự tương đồng. Trong đó, tỷ lệ đánh giá gặp khó khăn từ thông tin thị trường tại Việt Nam thiếu chiếm đa số là 33/68. Hiện nay, thông tin phản ánh đầy đủ, khoa học và có thể đưa ra xu hướng đối với cả thị trường hàng hoá vật chất và thị trường hàng hoá phái sinh tại Việt Nam chưa được cung cấp cho khách hàng kịp thời và minh bạch. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến niềm tin vào thị trường của các khách hàng của SGDHH mà còn tác động đến kết quả hoạt động của SGDHH. Yếu tố nắm rõ nghiệp vụ giao dịch hàng hoá phái sinh cũng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động giao dịch của doanh nghiệp với tỷ lệ khá cao là 21/68. Đặc thù giao dịch phái sinh hàng hoá có công cụ và phương thức giao dịch gần như tương đồng với giao dịch chứng khoán. Tuy nhiên, để thực hiện tốt giao dịch hàng hoá phái sinh, khách hàng cần được trang bị đầy đủ từ kiến thức liên quan đến hoạt động kinh doanh mặt hàng vật chất đến các nghiệp vụ giao dịch phái sinh trên SGDHH. Bản thân các doanh nghiệp khi giao dịch cũng chưa nắm rõ ngay cả các thuật ngữ chuyên ngành như mở, đóng trạng thái, vù trừ vị thế, giá thanh toán, giá giao dịch,...

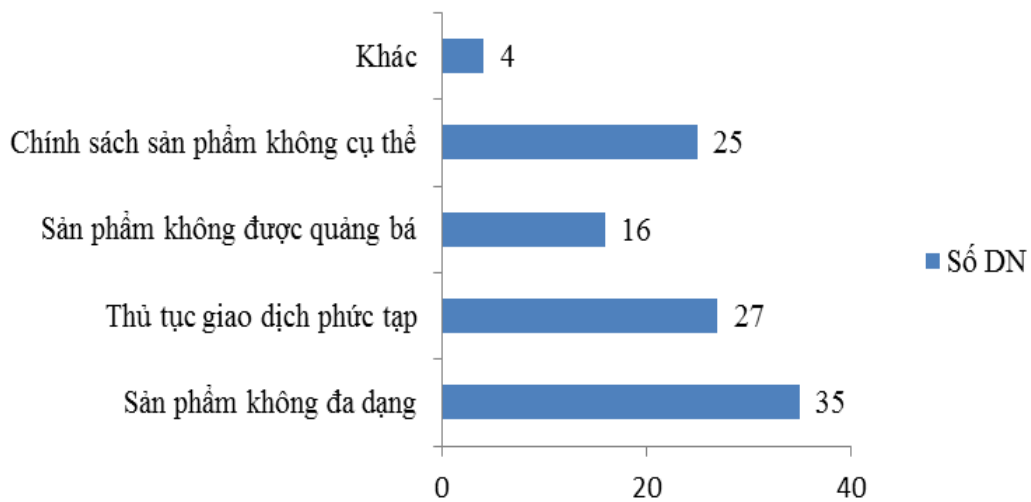
Khó khăn khi giao dịch của doanh nghiệp



Hình 3.24. Khó khăn từ doanh nghiệp khi giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam bị hạn chế về mặt hàng giao dịch bao gồm cà phê, cao su và thép. Đồng thời, các sản phẩm giao dịch hàng hoá phái sinh được giới thiệu chủ yếu có sự khác biệt về khối lượng của hợp đồng niêm yết. Do vậy, doanh nghiệp không có nhiều lựa chọn về sản phẩm để phù hợp với nhu cầu giao dịch. Kết quả điều tra cho thấy đánh giá sản phẩm của SGDHH tại Việt Nam không đa dạng với tỷ lệ là 35/68, tiếp theo là các yếu tố gây ra khó khăn cho doanh nghiệp là thủ tục giao dịch phức tạp, chính sách sản phẩm không cụ thể, sản phẩm không được quảng bá rộng rãi với tỷ lệ lần lượt là 27/68, 25/68 và 16/68.

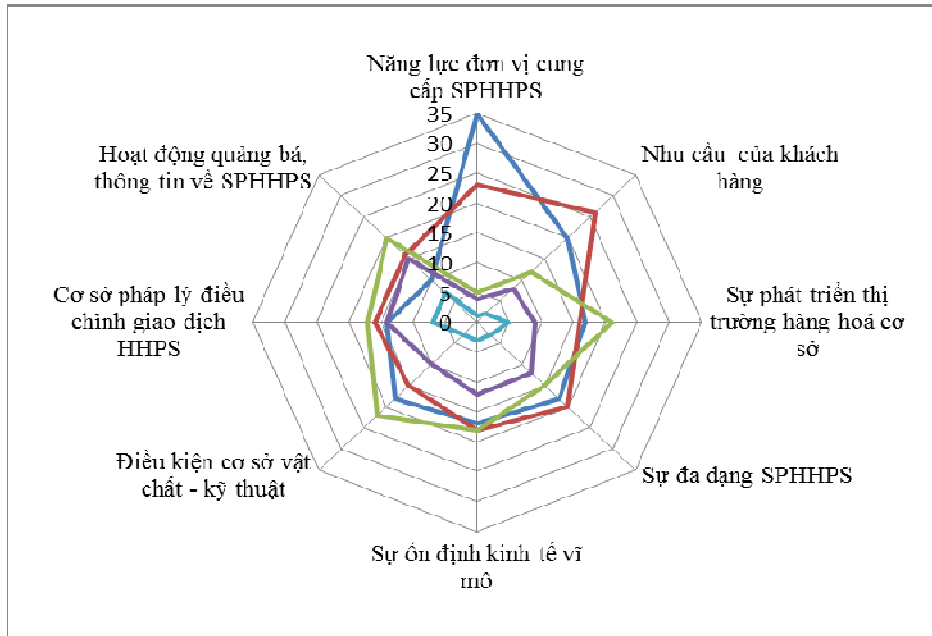


Hình 3.25. Khó khăn từ hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

- Những yếu tố tác động đến phát triển giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam

Trong quá trình tiến hành xây dựng bảng hỏi và tiến hành điều tra, tác giả đã thực hiện các buổi phỏng vấn với các đối tượng liên quan đến hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh qua SGDHH, bao gồm lãnh đạo của các SGDHH tại Việt Nam, các nhà quản lý nhà nước và một số nhà nghiên cứu liên quan. Qua đó, tác giả đã liệt kê 8 yếu tố được đề cập và tiến hành điều tra các doanh nghiệp, trong đó có 68 doanh nghiệp đã thực hiện giao dịch hàng hoá phái sinh qua SGDHH của Việt Nam.



Hình 3.26. Các yếu tố tác động đến giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Theo kết quả điều tra, yếu tố năng lực đơn vị cung cấp sản phẩm hàng hoá phái sinh được đánh giá là quan trọng nhất. Các yếu tố về nhu cầu của khách hàng, sự phát triển thị trường hàng hoá cơ sở, sự đa dạng sản phẩm hàng hoá phái sinh, ổn định kinh tế vĩ mô và điều kiện cơ sở vật chất được đánh giá ở mức độ quan trọng tương đương nhau và cuối cùng là nhóm yếu tố về cơ sở pháp lý và hoạt động quảng bá, truyền thông về sản phẩm hàng hoá phái sinh.

3.4. Đánh giá cơ sở thực tiễn cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

3.4.1. Những cơ sở thực tiễn tích cực cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Một là, Thể chế kinh tế vĩ mô cho Sở giao dịch hàng hóa đã được hình thành

- Hệ thống văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tương đối đầy đủ bao gồm các quy định về nội dung hoạt động đến các thủ tục

giải quyết tranh chấp và xử lý các hành vi vi phạm. Các cơ quan quản lý hoạt động của SGDHH đã được thành lập với sự tham gia phối hợp của các Bộ/Ngành liên quan.

- Kinh tế vĩ mô của Việt Nam giai đoạn năm 2011-2015 phát triển ổn định, tiếp tục đà tăng trưởng phục hồi trong các ngành, lĩnh vực quan trọng. Lạm phát đã giữ ở mức thấp và lần đầu tiên trong vòng 10 năm qua và thấp hơn mức tăng trưởng kinh tế. Cán cân thương mại chuyển biến tích cực, duy trì trạng thái thặng dư trong 3 năm liên tiếp. Lãi suất có xu hướng giảm và tăng trưởng tín dụng có xu hướng tăng.

Hai là, Một số mặt hàng nông sản hàng hoá có quy mô đủ lớn cho giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa

Việt Nam có thế mạnh về sản xuất nông nghiệp với nhiều mặt hàng nông sản như gạo, cà phê, cao su và hồ tiêu có thể cung cấp ra thị trường sản lượng lớn, liên tục. Các mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam có vai trò quan trọng, tác động đến cung cầu và giá cả trên thị trường hàng hóa nông sản trên thế giới.

Ba là, Một số hợp đồng giao dịch đã được thiết lập khá linh hoạt

Trong quá trình tổ chức giao dịch, một số hợp đồng niêm yết đã từng bước được thiết lập và điều chỉnh phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng, giúp tăng tính thanh khoản của những hợp đồng lô nhỏ có số lượng giao dịch lớn và khách hàng đã chấp nhận với các quy chuẩn đưa ra. Hợp đồng giao dịch có tiêu chuẩn, khối lượng, điều kiện giao dịch có sự tương đồng với một số hợp đồng của các Sở giao dịch lớn trên thế giới.

Bốn là, Cơ sở hạ tầng thông tin đã có những bước phát triển tốt trong giai đoạn 2011-2015

Việt Nam đứng 102 trong 167 quốc gia về Chỉ số phát triển công nghệ thông tin và truyền thông (Chỉ số IDI) trong năm 2015. Chỉ số IDI đánh giá tốc độ phát triển công nghệ thông tin và truyền thông của các quốc gia được lựa chọn dựa trên 3 nhóm chỉ số gồm: (i) mức độ phổ cập ICT gồm các tiêu chí như tỷ lệ điện thoại cố định, di động, băng thông Internet và tỷ lệ máy tính; (ii) mức độ sử dụng ICT gồm các tiêu chí như tỷ lệ người dùng Internet, số thuê bao Internet, thuê bao băng rộng di động; (iii) các kỹ năng ICT có tiêu chí như tỷ lệ người trưởng thành biết chữ, tỷ lệ phổ cập phổ thông trung học.

3.4.2. Những cơ sở thực tiễn hạn chế sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Một là, Cơ sở pháp lý về Sở giao dịch hàng hóa thiếu tính hệ thống, đồng bộ, chưa phù hợp với sự phát triển của thực tiễn.

- Hệ thống pháp luật chưa tập trung, phân tán ở nhiều văn bản khác nhau và chưa thực sự phù hợp với thực tiễn.

- Thiếu quy định cụ thể điều chỉnh giao dịch qua SGDHH như lệ phí, phí, hoạt động thanh toán, đặc biệt là về điều kiện đối với Trung tâm thanh toán dẫn đến SGDHH có thể gặp rủi ro trong hoạt động. Quy định pháp lý chưa tạo điều kiện để mở rộng mặt hàng giao dịch

- Thiếu quy định rõ ràng về hoạt động giao dịch qua SGDHH ở nước ngoài, thuế và tính pháp lý của hợp đồng niêm yết.

Hai là, Một số yếu tố của kinh tế vĩ mô của Việt Nam chưa vững chắc.

- Tăng trưởng kinh tế còn ở mức khiêm tốn, chất lượng tăng trưởng còn hạn chế. Lãi suất cho vay bị đẩy lên cao, tác động đến cơ hội tiếp cận nguồn vốn vay hiệu quả, lòng tin của nhà đầu tư vào môi trường đầu tư kinh doanh.

- Thâm hụt thương mại lớn, chủ yếu là thâm hụt với Trung Quốc trong khi mức dự trữ ngoại tệ thấp so với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, tạo nguy cơ bất ổn cho nền kinh tế.

Ba là, Các mặt hàng nông sản chưa đáp ứng được về quy mô và tiêu chuẩn chất lượng để giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa.

Sản phẩm nông sản của Việt Nam chủ yếu được sản xuất ở quy mô nhỏ lẻ, phân tán, manh mún và chất lượng sản phẩm không đồng đều. Hoạt động sơ chế bảo quản vẫn tiến hành thủ công là chính, công nghệ bảo quản và phương tiện vận chuyển còn thiếu, lạc dẫn đến chất lượng sản phẩm thấp, giá thành và tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch cao. Một số mặt hàng của Việt Nam khi xuất khẩu có chất lượng không đảm bảo, tỷ lệ bị loại cao, giá bị áp mức giá thấp hơn so cùng loại trên thế giới. Nhiều tiêu chuẩn chất lượng của Việt Nam đưa ra vẫn ở mức thấp, không phù hợp và không được công nhận theo thông lệ quốc tế.

Bốn là, Hợp đồng hàng hoá phái sinh của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam chưa có những điều khoản rõ ràng, tương thích với thị trường hàng hoá giao ngay và liên thông quốc tế.

Hợp đồng giao dịch chưa phù hợp với các khách hàng là những người sản xuất, người có nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất. Hợp đồng của các SGDHH của Việt

Nam đưa ra chưa có chức năng để thay thế và sử dụng được khi thực hiện ký quỹ tại ngân hàng.

Mục đích của hợp đồng đưa ra chủ yếu phục vụ các đối tượng là các nhà đầu cơ, doanh nghiệp kinh doanh tài chính, số lượng nhà đầu tư cá nhân chiếm tỷ lệ rất nhỏ.

Hợp đồng hàng hoá phái sinh của SGDHH chịu sự cạnh tranh của một số ngân hàng trong nước đang hoạt động môi giới giao dịch hàng hoá cho các SGDHH nước ngoài.

Thiếu sự liên thông, hội nhập với thị trường quốc tế. Giao dịch hàng hóa phái sinh có tính toàn cầu rất lớn, cần thiết phải có sự liên thông, liên kết của thị trường không chỉ phạm vi ở một quốc gia, một nền kinh tế mà còn trên phạm vi quốc tế.

Thứ năm, cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật chưa bảo đảm

Về hạ tầng thông tin: hệ thống thông tin chưa đầy đủ, không đáp ứng được yêu cầu cơ bản của khách hàng tham gia giao dịch. Các SGDHH tại Việt Nam chưa xây dựng được hệ thống thông tin cũng như phối hợp với các tổ chức trong nước có uy tín, đảm bảo công tác thu thập, xử lý thông tin liên quan đến hoạt động sản xuất và kinh doanh hàng hóa nông sản và chưa có các tổ chức làm chức năng thu thập thông tin một cách đầy đủ, khoa học và dự báo xu hướng thị trường.

Về hạ tầng giao thông: Việt Nam hiện đều quá tải chưa có sự kết nối giữa các cụm kinh tế với và kết nối tới các cửa ngõ thương mại lớn. Chất lượng đường bộ ở mức thấp, cơ sở hạ tầng đường sắt cũng như đường thủy nội địa còn kém phát triển và thiếu sự cân bằng trong cung - cầu đối với dịch vụ hạ tầng cảng biển nước sâu.

Về hạ tầng thương mại: Hệ thống hạ tầng thương mại còn chưa đáp ứng được yêu cầu và tốc độ tăng trưởng thương mại nông sản. Hệ thống kho bảo quản, bãi trung chuyển, chợ đầu mối nông sản còn thiếu và chưa phát huy hết hiệu quả đầu tư; phương tiện vận chuyển không đảm bảo chất lượng, thiếu phương tiện bảo quản mát; bao bì sơ sài, lạc hậu.

Thứ sáu, Mô hình tổ chức Sở giao dịch hàng hóa chưa hợp lý và tổ chức hoạt động giao dịch yếu

Mô hình tổ chức theo mô hình đơn vị sự nghiệp có thu, còn mang nặng tính hành chính và thiếu một số đơn vị chức năng tạo của SGDHH. SGDHH chưa tập trung thiết lập đầy đủ các đơn vị chức năng như Trung tâm thanh toán bù trừ và Trung tâm giao nhận hàng hoá. Do vậy, hoạt động thanh toán bù trừ, quản trị rủi ro trong giao dịch

chưa được đảm bảo. Đồng thời, không chủ động được trong việc đáp ứng các nhu cầu giao nhận hàng hóa vật chất.

Hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh không thực chất: Hoạt động giao dịch phái sinh hàng hoá tại BCEC thực chất là hoạt động giao dịch giữa một số khách hàng của thành viên môi giới, chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp và các nhà đầu tư và khách hàng có nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất. Điều này dẫn đến tâm lý mất niềm tin của các đối tượng có nhu cầu giao dịch khi đặt lệnh trên sàn nhưng không có lệnh đối ứng để khớp lệnh và tất toán.

Quy trình phối hợp, hợp tác giữa các đơn vị như Trung tâm thanh toán và Trung tâm giao nhận hàng hoá hoặc giữa các đơn vị với nhau chưa gắn kết, liên thông với nhau; việc xử lý, tháo gỡ những vướng mắc trong quá trình triển khai công việc còn chậm, lúng túng.

3.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế phát triển Sở giao dịch hàng hóa

Những cơ sở thực tiễn hạn chế phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam do những nguyên nhân chủ yếu sau đây:

Một là, Sự nhận thức chưa đầy đủ, chưa thống nhất về Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam.

Hiểu biết của cán bộ quản lý nhà nước cả từ cấp trung ương đến địa phương về mô hình tổ chức hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa và hoạt động giao dịch hàng hóa phái sinh hầu như chưa thống nhất và đầy đủ.

Khách hàng, nhà đầu tư và hộ nông dân chưa hiểu rõ lợi ích từ việc tham gia giao dịch trên SGDHH; nghiệp vụ giao dịch hàng hóa phái sinh chưa nắm vững; thủ tục tiếp nhận, đăng ký gửi hàng, cấp chứng thư gửi kho, lưu ký chứng thư để vay vốn tại ngân hàng ủy thác, đặt lệnh chào bán,... còn phức tạp so với các phương thức mua bán, ký gửi truyền thống. Những thuật ngữ liên quan tới hàng hóa phái sinh như hợp đồng tương lai, giao dịch ký quỹ, mở trạng thái, đóng trạng thái, bù trừ vị thế... còn xa lạ với nhà đầu tư trong nước. Do đó, nhà đầu tư chưa nhiệt tình tham gia kênh đầu tư hàng hoá phái sinh, chỉ dừng ở mức độ quan sát, tìm hiểu thị trường.

Hai là, Thiếu sự bảo lãnh của các tổ chức tài chính.

Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam đã có hợp tác với các tổ chức tín dụng trong nước. Tuy nhiên, sự phối hợp còn khá lỏng lẻo, chưa phát huy được vai trò hỗ trợ tài chính bảo lãnh giao dịch và chứng chỉ gửi hàng. Ngân hàng thương mại chưa thực hiện

hiểu quả vai trò bảo đảm cho sự tuần hoàn của hệ thống thanh toán cho Sở giao dịch hàng hóa, thông qua hoạt động tài trợ tín dụng cho nhà đầu tư mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa, tài trợ tín dụng cho hàng hóa lưu ký tại Sở giao dịch hàng hóa .

Ba là, Phương thức sản xuất nông sản nhỏ lẻ và thiếu hệ thống chế biến, bảo quản sau thu hoạch.

Quy mô sản xuất nông nghiệp nhỏ, đất canh tác bị phân tán, số thửa canh tác nhiều. Sản xuất nông nghiệp tại Việt Nam ở quy mô nhỏ gây nhiều khó khăn trong ứng dụng công nghệ mới và tiến hành cơ giới hóa sản xuất. Sản xuất mặt hàng nông sản không tuân thủ theo quy hoạch, do vậy nhà nước gặp nhiều khó khăn trong quản lý và hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp; kế hoạch mùa vụ sản xuất không tập trung nên dễ có tình trạng nguồn cung thay đổi gây nên khủng hoảng thừa hoặc thiếu cục bộ. Sản phẩm nông nghiệp Việt Nam thường kém cạnh tranh hơn về chất lượng và giá cả so với các mặt hàng của các nước khác trên thế giới. Chất lượng các mặt hàng nông sản Việt Nam không cao, không đáp ứng được yêu cầu khắt khe của các thị trường lớn về tiêu chuẩn chất lượng, dư lượng các chất cấm đảm bảo an toàn thực phẩm.

Bốn là, Quản trị tại các Sở giao dịch hàng hóa yếu.

Mô hình quản trị của Sở giao dịch hàng hóa không phù hợp với xu hướng phát triển Sở giao dịch hàng hóa, mang nặng tính hành chính. Điển hình như đội ngũ cán bộ, nhân viên của BCEC chủ yếu lấy từ nguồn cán bộ nhà nước, chủ yếu làm công tác quản lý nhà nước mang nặng tính hành chính. Kiến thức, trình độ chuyên môn, chưa chuyên sâu, không qua môi trường đào tạo bài bản và trải nghiệm thực tế trong lĩnh vực quản lý, vận hành sàn giao dịch hàng hóa nông sản.

Vận hành hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa chịu sự ảnh hưởng mô hình hoạt động của các Sàn giao dịch chứng khoán. Do nhân sự của VNX hầu hết là những quản lý, nhân viên đã từng tham gia vào những lĩnh vực tài chính, đầu tư như ngân hàng, chứng khoán, kinh doanh vàng, bất động sản, ngoại hối nên trình độ chuyên môn chuyên sâu về giao dịch hàng hóa phái sinh còn rất hạn chế.

Năm là, Chưa có sự tham gia đầu tư, giao dịch và liên kết giao dịch của nước ngoài.

Một trong những nguyên nhân khiến SGDHH không phát triển là do chưa phát huy được nguồn lực từ yếu tố nước ngoài. Theo đó, khi luồng vốn nước ngoài tham gia thị trường (kênh trực tiếp và kênh gián tiếp) sẽ làm tăng khả năng thanh toán và hiệu

suất của thị trường vốn nội địa. Một thị trường vốn với khả năng thanh toán và hiệu suất cao sẽ cho phép các nguồn lực được sử dụng một cách hiệu quả và dung lượng vốn của thị trường sẽ cao, giúp thị trường thanh khoản hơn, thúc đẩy các nhà đầu tư rót thêm vốn vào giúp cho thị trường giao dịch phát triển. Khi thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh, tính thanh khoản tăng, rủi ro thanh toán giảm, các khoản đầu tư dài hạn trở nên hấp dẫn hơn, cho phép các nhà đầu tư lựa chọn hàng hoá phái sinh như là một hình thức đầu tư hấp dẫn hơn gửi tiết kiệm ngân hàng, từ đó dòng vốn cho nền kinh tế được tăng trưởng với chi phí thấp hơn và năng lực sản xuất theo đó cũng được phát triển. Đồng thời, với sự tham gia của các nhà đầu tư nước ngoài sẽ giúp cải thiện chất lượng dịch vụ, sản phẩm, công nghệ trong giao dịch hàng hoá phái sinh. Tuy nhiên, tại Việt Nam chưa có sự tham gia của nước ngoài vào lĩnh vực giao dịch hàng hoá phái sinh và SGDHH dưới bất cứ hình thức nào.

CHƯƠNG 4

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP VẬN DỤNG CƠ SỞ KHOA HỌC PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM

4.1. Dự báo bối cảnh ảnh hưởng đến phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

4.1.1. Dự báo bối cảnh quốc tế ảnh hưởng đến phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Tăng trưởng kinh tế toàn cầu được dự đoán đạt khoảng 3,2%/năm trong giai đoạn từ năm 2025 - 2035, trong đó hội nhập thương mại, đô thị hoá và tiến bộ công nghệ sẽ là lực đẩy chính. Sự trỗi dậy của Trung Quốc, Ấn Độ và các nước ASEAN diễn ra đồng thời với vị thế giảm sút tương đối của Hoa Kỳ, châu Âu và Nhật Bản sẽ là những sự dịch chuyển dễ thấy nhất trong cơ cấu kinh tế toàn cầu trong vài thập kỷ tới. Trung Quốc chắc chắn chiếm vị trí trung tâm trong tiến trình này và dự đoán Trung Quốc sẽ trở thành nền kinh tế lớn nhất thế giới vào năm 2032. Phần lớn các dự báo đều cho thấy kinh tế thế giới tiếp tục phục hồi nhưng chưa vững chắc. Nền kinh tế lớn nhất thế giới, Hoa Kỳ được dự báo sẽ có những bước tiến mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt tới 2,8 - 3,0%, Nhật Bản và một số nước châu Âu đang có những bước tiến chậm hơn với mức tăng trưởng xấp xỉ 1%. Các nền kinh tế mới nổi sẽ đối mặt với những thách thức lớn hơn. Kinh tế Trung Quốc dự kiến tăng trưởng dưới 8% (từ 7,3% đến 7,5%). Ấn Độ cũng như các nước ASEAN sẽ đạt mức tăng trưởng 5 - 6%. Mặc dù, kinh tế thế giới sẽ còn gặp những rủi ro nhưng triển vọng trong trung hạn nền kinh tế thế giới dần thoát khỏi tiêu cực của khủng hoảng và nhiều khả năng sẽ trở lại đà tăng ổn định trong thời gian tới. Đây là yếu tố tác động tích cực đến nền kinh tế Việt Nam, cụ thể là trong lĩnh vực thương mại, trong đó có thương mại các mặt hàng giao dịch trên SGDHH.

Xu thế liên kết và tự do hóa thương mại sẽ tiếp tục giữ vai trò chủ đạo cho dù các tranh chấp vẫn có thể xảy ra, các rào cản kỹ thuật vẫn có thể được áp dụng trong các mối quan hệ thương mại song phương tại những thời điểm nhất định. Cộng đồng ASEAN, Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương, hiệp định thương mại tự do với EU và với các đối tác lớn khác sẽ tạo ra những thuận lợi và cơ hội phát triển mới cùng với nhiều thách thức, khó khăn và áp lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

Dưới tác động của quá trình toàn cầu hoá hiện nay, khi các nước khó đạt được đồng thuận trong vòng đàm phán trong khuôn khổ WTO thì các hiệp định thương mại tự

do thể hệ mới song phương hoặc đa phương (FTA) phát triển mạnh mẽ và đóng vai trò tích cực trong liên kết kinh tế thế giới và khu vực trong giai đoạn từ nay đến năm 2025. Điều này sẽ giúp các nước đang phát triển có nhiều cơ hội tiếp cận thị trường, song song với đó, cơ cấu thương mại quốc tế cũng có sự thay đổi. Sự thay đổi diễn ra theo chiều hướng gia tăng tỷ trọng trao đổi các sản phẩm công nghiệp, chế tạo và có kỹ thuật cao; giảm tỷ trọng các sản phẩm sơ chế. Trao đổi thương mại dịch vụ ngày càng gia tăng không chỉ giữa các nước công nghiệp phát triển với các nước đang phát triển và giữa các nước đang phát triển với nhau mà sự gia tăng trong nội bộ ngành, giữa các ngành trở nên phổ biến. Đối với những mặt hàng nông sản, thuế nhập khẩu sẽ được giảm, hạn ngạch và ràng buộc thuế quan sẽ bị loại bỏ dần. Tuy nhiên, trợ cấp và bảo hộ sản xuất nông nghiệp của các nước phát triển vẫn là trở ngại lớn đối với các nước đang phát triển dựa vào nông nghiệp và xuất khẩu nông sản.

Nhu cầu tiêu thụ các mặt hàng nông sản tiếp tục tăng đến năm 2024. Theo OECD/FAO, tiêu thụ nông sản vẫn tăng mạnh, nhưng kém hơn mức tăng trong thập kỷ vừa qua. Tiêu thụ hạt ngũ cốc, hạt có dầu, bông, sản phẩm chăn nuôi sẽ tăng mạnh nhất và đến chủ yếu từ các nước thu nhập thấp và trung bình (USDA). Sản lượng nông sản thế giới sẽ tăng nhanh hơn tốc độ tăng dân số do tốc độ tăng năng suất dựa trên khoa học công nghệ đạt sự tiến bộ. Đầu tư trong nông nghiệp sẽ giảm do tác động của giá nông sản trong thời gian qua. Số nước xuất khẩu nông sản sẽ giảm và số nước nhập khẩu nông sản sẽ tăng do tác động của môi trường, biến đổi khí hậu và chính sách. Xuống làm cho thương mại dễ bị tổn thương hơn trước các rủi ro thiên tai và chính sách.

OECD/FAO (2015) dự đoán vào năm 2024, mặt hàng tiêu thụ lớn nhất vẫn là ngũ cốc, đạt mức 390 triệu tấn, chủ yếu do nhu cầu sản xuất thức ăn chăn nuôi tăng (chiếm 70% ngũ cốc thô, gồm các loại ngũ cốc không phải gạo và lúa mì). Thương mại các mặt hàng ngũ cốc dự báo có mức tăng trưởng là 1,5%/năm, chỉ bằng ½ mức tăng trưởng của thập kỷ trước.

Gạo được dùng chủ yếu làm thức ăn cho người, cầu về gạo sẽ tăng chậm hơn các loại ngũ cốc thô khác, nhưng chỉ thấp hơn chút ít so với thập kỷ qua. Mức tiêu thụ sẽ vào khoảng 62,5 triệu tấn (13%), theo OECD/FAO hầu như toàn bộ lượng tăng tiêu thụ gạo đến từ các nước đang phát triển. Sản xuất gạo sẽ tăng 70 triệu tấn (14%) so với giai đoạn 2012–2014; trong đó 28% lượng tăng này đến từ các nước kém phát triển nhất và 69% đến từ các nước đang phát triển khác (OECD/FAO). Theo USDA, thương mại gạo sẽ tăng 1,8%/năm trong giai đoạn từ 2015–2016 đến 2024–2025, đạt khoảng 50 triệu tấn, tức là cao hơn 41% so với thập kỷ trước. Ngoài các nước xuất khẩu chính như Thái Lan, Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Mỹ thì Campuchia và Myanmar sẽ trở thành nước xuất khẩu

gạo lớn trong thời gian tới. Giá nông sản sẽ trong xu thế giảm nhẹ do nguồn cung dồi dào và nhu cầu tiêu dùng tăng thấp.

4.1.2. Dự báo bối cảnh trong nước ảnh hưởng đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

Trước bối cảnh có nhiều biến động về kinh tế trong thời gian tới sẽ có tác động đến sự hình thành và phát triển SGDHH tại Việt Nam, bao gồm: sự chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế, cải thiện môi trường kinh doanh, phát triển các ngành hàng có tiềm năng giao dịch phái sinh và xu hướng phát triển xuất nhập khẩu trong giai đoạn 2016-2020 và đến năm 2030.

Thứ nhất, Việt Nam thực hiện chuyển đổi mô hình tăng trưởng:

Đại hội XI của Đảng đã khẳng định: “Chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chủ yếu phát triển theo chiều rộng sang phát triển hợp lý giữ chiều rộng và chiều sâu, vừa mở rộng quy mô vừa chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính bền vững”.

Trong giai đoạn từ nay đến 2030, Việt Nam xác định một số nhiệm vụ để thực hiện thành công đổi mới mô hình tăng trưởng trong đó xác định các mục tiêu cần đạt được:

- Nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế, năng suất lao động và sức cạnh tranh của nền kinh tế, phát triển nhanh và bền vững toàn diện về cả kinh tế, xã hội và môi trường.

- Mô hình tăng trưởng cần được đổi mới theo hướng chú trọng và dựa vào ngày càng nhiều vào các yếu tố thúc đẩy năng suất lao động tăng, sử dụng hiệu quả hơn nữa các nguồn lực, đặc biệt là phát huy sự sáng tạo của nguồn nhân lực và áp dụng thành công các thành tựu về khoa học - công nghệ của thế giới.

- Tái cơ cấu nền kinh tế của Việt Nam, theo đó cần thực hiện đồng thời các giải pháp, cụ thể: tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, kinh tế vĩ mô được bảo đảm ổn định; các cân đối lớn của nền kinh tế được giữ vững; môi trường đầu tư kinh doanh cải thiện để tạo sự hấp dẫn, thuận lợi cho hoạt động khởi nghiệp, phát huy tính đổi mới, sáng tạo, nghiên cứu và triển khai ứng dụng khoa học - công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trọng dụng nhân tài. Nền nông nghiệp cần được cơ cấu lại và gắn với chương trình xây dựng nông thôn mới; tái cơ cấu đầu tư công nhằm đảm bảo và phát huy hiệu, lãng phí; thúc đẩy tiến trình cơ cấu lại doanh nghiệp nhà nước theo hướng nhà nước không nắm giữ những ngành, lĩnh vực mà xã hội có thể làm được; cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng, ngân sách nhà nước, nợ công và các đơn vị sự nghiệp công.

Thứ hai, Chiến lược phát triển nông nghiệp và một số mặt hàng nông sản

Nông nghiệp của Việt Nam sẽ phát triển hướng toàn diện theo hướng hiện đại, bền vững, nâng cao quy mô sản xuất hàng hóa trên cơ sở phát huy các lợi thế so sánh; áp dụng khoa học công nghệ để tăng năng suất, tăng chất lượng, đảm bảo tính hiệu quả và nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm nông nghiệp đáp ứng nhu cầu đa dạng trong nước và xuất khẩu; an ninh lương thực quốc gia cần được đảm bảo cả trước mắt và lâu dài; tăng cường hiệu quả sử dụng các nguồn tài nguyên, nguồn lực như đất, nguồn nước, lao động và nguồn vốn; thu nhập, đời sống của người sản xuất nông nghiệp không ngừng được nâng cao.

Định hướng phát triển đối với mặt hàng lúa gạo:

- Giữ quỹ đất lúa ổn định từ năm 2020 là 3,812 triệu ha, trong đó lúa nước 2 vụ trở lên là 3,2 triệu ha; áp dụng đồng bộ các biện pháp thâm canh tiên tiến để đạt sản lượng 41 - 43 triệu tấn năm 2020 và 44 triệu tấn năm 2030, đảm bảo an ninh lương thực và xuất khẩu.

- Về lĩnh vực chế biến lúa gạo: công suất chế biến công nghiệp đạt 25 triệu tấn/năm, đáp ứng nhu cầu chế biến 60% tổng sản lượng thóc; tỷ lệ gạo thu hồi đạt trên 68% và giảm tổn thất sau thu hoạch lúa còn 5-6%; chất lượng gạo xuất khẩu được cải thiện với các chỉ số cụ thể như: tỷ trọng gạo 5-10% tấm chiếm 70% sản lượng, tỷ lệ hạt trắng bạc không quá 4%, tỷ lệ hạt hư hỏng không quá 0,2%, hạt vàng không quá 0,2%.

Định hướng phát triển đối với mặt hàng cà phê:

- Diện tích trồng cà phê là 500 ngàn ha, trong đó dành cho loại cà phê chè khoảng 60 ngàn ha.

- Hoạt động chế biến cà phê: tăng tỷ lệ cà phê qua chế biến ở quy mô công nghiệp đạt 70% năm 2020; giảm tỷ lệ qua chế biến cà phê thóc, cà phê nhân xô ở quy mô hộ gia đình đạt 30% năm 2020. Tăng tỷ lệ cà phê chế biến ướt đạt 30% năm 2020. Mở rộng quy mô, công suất chế biến cà phê bột, cà phê hòa tan đạt 30.000 tấn năm 2020.

Định hướng phát triển đối với mặt hàng cao su:

- Sau năm 2015, trên cơ sở đánh giá hiệu quả của diện tích cao su đã được trồng và quỹ đất tại các vùng để xem xét điều chỉnh quy mô diện tích cao su phù hợp đáp ứng yêu cầu hiệu quả và tính bền vững.

- Chế biến cao su: Mục tiêu đến năm 2020 tổng công suất chế biến cao su đạt 1,3 triệu tấn mù khô/năm. Triển khai áp dụng công nghệ mới nhằm đạt cơ cấu sản

phẩm cao su theo các chỉ tiêu sau: có 40% sản lượng cao su là mủ côm SVR 3L, SVR 5L; 20% là mủ kem; khoảng 40% là mủ cao su kỹ thuật RSS, SR và SVR 10, SVR20 qua đó giá trị xuất khẩu được nâng lên. Nâng công suất chế biến cao su đạt 500.000 tấn mủ khô/năm. Quy mô nhà máy có công suất từ 6.000 - 20.000 tấn/năm đối với cao su đại điền và cao su tiểu điền công suất từ 1.200 - 1.500 tấn/năm đối với nhà máy cao su tiểu điền; tiếp tục nâng cấp, hoàn chỉnh thiết bị, đồng bộ hóa dây chuyền đối với những nhà máy đang hoạt động. Các nhà máy phải thực hiện nghiêm theo quy trình kỹ thuật, kiểm tra cao su xuất khẩu.

Đặt mục tiêu tỷ trọng sử dụng cao su trong nước đạt tối thiểu 30% thông qua việc đầu tư các nhà máy sản xuất săm, lốp ô tô, xe máy đến năm 2020.

Định hướng phát triển đối với mặt hàng hồ tiêu:

- Giữ ổn định diện tích trồng 50 nghìn ha, cụ thể tại các vùng trồng như Đông Nam Bộ là 26,8 nghìn ha, Tây Nguyên là 17,8 nghìn ha, Bắc Trung Bộ là 3,7 nghìn ha, duyên hải Nam Trung Bộ là 1,2 nghìn ha và Đồng bằng sông Cửu Long 500ha.

- Chế biến hồ tiêu: thực hiện kêu gọi sự tham gia tài chính nhằm nâng cấp, cải tạo các nhà máy chế biến giúp đảm bảo kỹ thuật chế biến tiên tiến đáp ứng yêu cầu chất lượng cao và bảo đảm an toàn thực phẩm. Mở rộng đầu tư nhằm tăng công suất chế biến tiêu trắng, góp phần nâng tỷ lệ tiêu trắng được chế biến lên 30% vào và nâng tỷ lệ chế biến tiêu nghiền bột lên 25% vào năm 2020.

Thứ ba, chiến lược xuất nhập khẩu của Việt Nam định hướng đến năm 2030

Theo nội dung Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030, mục tiêu chung đưa ra đến năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tăng gấp trên 3 lần năm 2010 và cán cân thương mại được cân bằng. Những mục tiêu cụ thể được đặt ra cụ thể:

- Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa bình quân 11 – 12%/năm trong thời kỳ 2011 – 2020, giai đoạn 2016 – 2020 tăng trưởng bình quân 11%/năm. Duy trì tốc độ tăng trưởng khoảng 10% thời kỳ 2021 – 2030.

- Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu thấp hơn tăng trưởng xuất khẩu; tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng hóa bình quân 10 – 11%/năm trong thời kỳ 2011 – 2020, trong đó; giai đoạn 2016 – 2020 tăng trưởng bình quân dưới 10%/năm.

- Giảm dần thâm hụt thương mại, kiểm soát nhập siêu và tiến tới cân bằng cán cân thương mại vào năm 2020; thặng dư thương mại thời kỳ 2021 – 2030.

Thứ tư, xu hướng phát triển thương mại trong nước

- Thương mại trong nước liên tục phát triển với tốc độ cao, đáp ứng được nhu cầu của sản xuất, phục vụ tiêu dùng, phát triển xuất khẩu; góp phần vào tăng trưởng chung của nền kinh tế và quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

- Cơ cấu nền thương mại biến đổi sâu sắc, từng bước tạo ra một thị trường ngày càng cạnh tranh và hoạt động thương mại ngày càng hiệu quả.

Sự phát triển nhanh của khu vực kinh tế tư nhân, cùng sự tham gia của các nhà đầu tư có vốn nước ngoài và quá trình cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước đã làm cho ngành thương mại thay đổi mạnh mẽ. Từ một nền thương mại chủ yếu do nhà nước độc quyền chuyển sang một nền thương mại nhiều thành phần, đa sở hữu. Nhờ đó từng bước tạo ra một thị trường ngày càng cạnh tranh, tạo ra nhiều hội ngày càng thuận tiện cho người tiêu dùng trong việc lựa chọn hàng hoá, hệ thống thương mại hoạt động ngày càng có hiệu quả.

- Có sự thay đổi tích cực trong các kênh tiêu thụ và phương thức mua hàng.

Chợ truyền thống tiếp tục phát huy vai trò quan trọng và có nhiều chuyển biến trong công tác đầu tư xây dựng và chuyển đổi mô hình quản lý chợ; Mô hình tổ chức kinh doanh phát triển đa dạng, xuất hiện nhiều phương thức kinh doanh tiên tiến, hiện đại; Hệ thống phân phối của doanh nghiệp có bước phát triển mới, sự liên kết giữa các doanh nghiệp để tạo ra hệ thống phân phối dần được hình thành.

Thứ năm, Những tác động của mở cửa và hội nhập kinh tế

Tác động của việc mở cửa thị trường theo các cam kết quốc tế đối với mặt hàng nông sản sẽ rất lớn, cụ thể: Đối với các cam kết WTO, sẽ không còn sức ép giảm thuế trong WTO đối với nông sản của Việt Nam, trừ việc phải mở rộng hạn ngạch thuế quan cho một số sản phẩm như đường, trứng gia cầm, muối ăn và lá thuốc lá. Đối với các cam kết FTA khu vực, nông sản của Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn, thách thức do mức độ mở cửa trong lĩnh vực này là sâu và rộng. Việt Nam đã gần như mở cửa hoàn toàn thị trường nông sản trong ATIGA. Thuế nhập khẩu của tất cả các mặt hàng nông sản bằng 0%, trừ một số trong danh mục nông sản nhạy cảm như đường mía, thịt và trứng gia cầm thương phẩm, thịt chế biến là 5%. Đối với FTA, nông nghiệp sẽ tiếp cận các thị trường rộng lớn như Trung Quốc, Ấn Độ, thị trường phát triển như Nhật, Hàn Quốc, Úc, New Zealand với mức độ mở cửa sâu rộng hơn, tạo điều kiện tăng trưởng xuất khẩu cho một số ngành hàng có lợi thế phát triển, có sức cạnh tranh cao như thuỷ sản, cây công nghiệp dài ngày, lúa gạo, đồ gỗ, sản... Tuy nhiên, các FTA cũng đem đến nhiều khó khăn, thách thức cho một số ngành hàng ít có lợi thế và khả năng cạnh tranh yếu như chăn nuôi, mía đường.

4.2. Quan điểm và phương hướng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

4.2.1. Quan điểm phát triển Sở giao dịch hàng hóa

Quan điểm 1. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa bảo đảm tính khách quan, tránh chủ quan, hành chính bao cấp.

Từ việc phân tích, đánh giá thất bại của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam trong thời gian qua có nguyên nhân từ yếu tố chủ quan, mang nặng tính hành chính nhà nước. Vì vậy, trong thời gian tới, để phát triển Sở giao dịch hàng hóa cần nhìn nhận thức đầy đủ về mô hình tổ chức hoạt động, vị trí và vai trò của Sở giao dịch hàng hóa trong nền kinh tế thị trường, phù hợp với thông lệ quốc tế, đáp ứng yêu cầu thực tiễn tại Việt Nam.

Quan điểm 2. Tập trung phát triển Sở giao dịch hàng hóa đối với các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam phù hợp với năng lực và trình độ sản xuất.

Phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam cần gắn với nhu cầu giao dịch các mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Sở giao dịch hàng hóa phải là kênh giao dịch hiệu quả để các chủ thể kinh doanh lựa chọn, quyết định sử dụng và xuất phát từ nhu cầu và lợi ích của chính chủ thể này. Do vậy, Sở giao dịch hàng hóa cần được xây dựng trên cơ sở đáp ứng các điều kiện cơ bản để hình thành và phát triển, phù hợp với trình độ của lực lượng sản xuất và phương thức sản xuất các mặt hàng giao dịch.

Quan điểm 3. Phát triển Sở giao dịch hàng hóa đảm bảo hài hoà lợi ích của các chủ thể tham gia giao dịch.

Trong nền kinh tế thị trường, đối tượng tham gia giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa rất đa dạng. Mỗi đối tượng có vị trí và vai trò khác nhau để đạt được mục đích tham gia. Sở giao dịch hàng hóa phát triển cần sự tham gia đa dạng của tất cả chủ thể kinh doanh trong ngành hàng và cả nhà đầu tư tài chính. Vì vậy, phát triển Sở giao dịch hàng hóa cần đảm bảo mang lại sự công bằng, bình đẳng và minh bạch cho tất cả các đối tượng tham gia giao dịch.

Nhà nước cần bảo vệ các đối tượng tham gia giao dịch có đầy đủ quyền về sở hữu đối với tài sản, tự do kinh doanh bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh và minh bạch, theo đúng luật chơi do Nhà nước đưa ra. Hình thành và phát triển các Sở giao dịch hàng hóa đảm bảo không nhằm mục đích loại bỏ chủ thể kinh doanh nào đó ra khỏi thị trường mà cần phải tạo điều kiện để các doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận các phương thức, kỹ

năng kinh doanh mới có hiệu quả, nâng cao năng lực tham gia giao dịch trên thị trường quốc tế.

Quan điểm 4. Tạo môi trường và điều kiện để có Sở giao dịch hàng hóa có khả năng hội nhập khu vực và quốc tế.

Phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam phải gắn các mục tiêu phát triển thương mại Việt Nam và định hướng phát triển các ngành hàng giao dịch trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Vì vậy, Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam phải hướng đến quy mô và phạm vi giao dịch ở tầm khu vực và thế giới.

4.2.2. Phương hướng phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

- Về mô hình tổ chức của Sở giao dịch hàng hóa: Phát triển Sở giao dịch hàng hóa theo mô hình doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ vì mục đích lợi nhuận. Sở giao dịch hàng hóa phải từng bước phát huy vai trò và chức năng hỗ trợ phát triển thị trường hàng hoá tại Việt Nam gắn liền với nhu cầu tăng cường năng lực cơ sở hạ tầng thương mại, kho bãi, vận tải. Sở giao dịch hàng hóa dần trở thành kênh thu hút tài chính cho nền kinh tế thông qua các hoạt động đầu tư, giao dịch và hỗ trợ tài chính cho các nhà đầu tư, doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực ngành hàng, đặc biệt là các hộ sản xuất nông sản của Việt Nam.

- Về quy mô của Sở giao dịch hàng hóa: Quy mô của Sở giao dịch hàng hóa phải phù hợp với quy mô của thị trường giao dịch hàng hoá vật chất và thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh. Hai loại hình thị trường trên có sự tham gia của các đối tượng với mục đích khác nhau nhưng cùng tồn tại trên cùng một địa điểm và có sự hỗ trợ cho nhau. Trong giai đoạn đầu, quy mô của Sở giao dịch hàng hóa.

- Về số lượng Sở giao dịch hàng hóa: Thành lập từ 3 đến 4 Sở giao dịch hàng hóa tại các địa bàn có lợi thế sẵn có, bao gồm: (1) gần nơi tập trung sản xuất các mặt hàng giao dịch, gắn liền với hệ thống kho chứa đảm bảo lưu trữ hàng hoá với số lớn, đảm bảo chất lượng được duy trì, đồng thời thuận tiện cho quá trình giao nhận trong nước và quốc tế; (2) trung tâm tài chính, kinh tế có nhiều nhà tài chính, quỹ đầu tư, khách hàng thường xuyên tham gia giao dịch các công cụ tài chính sẵn có hệ thống hạ tầng tài chính đảm bảo và hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin đảm bảo an toàn giao dịch.

- Về địa điểm đặt Sở giao dịch hàng hóa: Xây dựng Sở giao dịch hàng hóa trong giai đoạn đầu tại địa điểm gắn với nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất, kêu gọi đầu tư hệ thống kho hàng phù hợp với quy mô sản xuất, qua đó, tạo tiền đề phát triển hệ

thống chứng chỉ kho hàng. Trên cơ sở phát triển thành công chứng chỉ kho hàng, từng bước phát triển giao dịch hàng hoá kỳ hạn sau đó mới phát triển giao dịch hàng hoá phái sinh.

4.3. Giải pháp vận dụng cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

4.3.1. Hoàn thiện thể chế, kinh tế vĩ mô cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

4.3.1.1. Hoàn thiện thể chế về Sở giao dịch hàng hóa

a) Xây dựng hệ thống cơ quan quản lý nhà nước về Sở giao dịch hàng hóa

Về ngắn hạn, trong bối cảnh hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn, công tác quản lý nhà nước cần tập trung tạo lập, hoàn thiện một số điều kiện để hình thành và hỗ trợ phát triển Sở giao dịch hàng hóa, Việt Nam cần duy trì hoặc nâng cấp bộ phận chuyên trách thành một cơ quan cấp Vụ trực thuộc Bộ Công Thương.

Về dài hạn, khi thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh đã được thiết lập cơ bản và phát triển tốt, có thể tính đến 02 giải pháp về công tác tổ chức quản lý nhà nước đối với Sở giao dịch hàng hóa:

Thứ nhất, chuyển cơ quan chuyên trách cấp Vụ về Sở giao dịch hàng hóa vào Ủy ban chứng khoán của Việt Nam. Đây là bước đi phù hợp với quá trình phát triển Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới khi kết hợp hoạt động quản lý mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa và hoạt động giao dịch chứng khoán sẽ do một cơ quan quản lý chung. Do bản chất và đặc điểm của các công cụ giao dịch hàng hoá phái sinh và giao dịch chứng khoán cơ bản là không có nhiều khác biệt, có thể sử dụng các biện pháp quản lý gần như tương đồng với nhau.

Thứ hai, thiết lập một Ủy ban hoạt động độc lập trực thuộc Chính phủ tương tự như CFTC của Hoa Kỳ hoặc CSRC của Trung Quốc. Ủy ban được thành lập có đủ thẩm quyền để kiểm tra, giám sát toàn bộ hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa và hoạt động giao dịch của các đối tượng liên quan khi tham gia giao dịch trên thị trường hàng hoá phái sinh. Ủy ban sẽ có một số chức năng, thẩm quyền chính như chức năng điều tra độc lập; chức năng áp dụng các biện pháp chế tài hành chính (xử phạt tiền, thu hồi giấy phép, đình chỉ hoạt động...); Chức năng hỗ trợ, phối hợp chặt chẽ với cơ quan điều tra, viện kiểm sát trong điều tra, khởi tố vụ án hình sự liên quan đến gian lận thị trường.

b) Hoàn thiện hệ thống pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa

Như đã phân tích và đánh giá thực trạng hệ thống pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam, việc cần hoàn thiện hệ thống pháp luật về Sở giao dịch hàng hóa là tất yếu nhằm giải quyết hai vấn đề đó là: khắc phục những bất cập của quy định hiện hành và tạo hành lang pháp lý cho giải pháp thúc đẩy giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam. Trong đó, những nhóm quy định cần sửa đổi, bổ sung:

- Những quy định cần sửa đổi:

(i) quy định về điều kiện đối với Sở giao dịch hàng hóa, Trung tâm thanh toán bù trừ, Trung tâm giao nhận hàng hoá, Sàn giao dịch và các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa.

(ii) quy định về hợp đồng, mẫu tiêu chuẩn hợp đồng, hạn mức giao dịch, các mặt hàng giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa.

(iii) quy định về quyền và nghĩa vụ của thành viên cũng như cơ chế quản lý của nhà nước về kiểm soát tuân thủ đầy đủ điều kiện.

- Những quy định cần bổ sung:

(i) quy định về cơ chế kiểm soát năng lực tài chính, công nghệ của Sở giao dịch hàng hóa và các thành viên của Sở.

(ii) quy định điều kiện, quyền và nghĩa vụ của nhà đầu tư nước ngoài tham gia tổ chức, giao dịch hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa.

(iii) quy định điều kiện, quyền và nghĩa vụ của đơn vị tổ chức, nhà đầu tư trong nước tham gia giao dịch hàng hoá phái sinh tại Sở giao dịch hàng hóa ở nước ngoài.

- Triển khai xây dựng chính sách dài hạn

+ Chính phủ cần tập trung chỉ đạo các Bộ, ngành liên quan trong việc triển khai xây dựng các chính sách, quy định trong việc quản lý và điều hành thị trường hàng hóa nói chung và các Sở giao dịch hàng hóa nói riêng, đặc biệt cần chú trọng đến xu thế liên kết, hợp tác của các thị trường, các sàn giao dịch để hình thành thị trường khu vực, thị trường liên thông quốc tế,... ngay từ bây giờ (các chính sách, quy định về thuế, thủ tục hải quan, kho ngoại quan, thanh lý hợp đồng bằng việc giao hàng tại các cảng biển, quản lý ký quỹ, thanh lý hợp đồng bằng tiền,...).

+ Chỉ đạo, định hướng cho các cơ quan chức năng nghiên cứu, triển khai xây dựng quy hoạch việc phát triển, hình thành các tổ chức có quy mô, có uy tín để thực hiện các dịch vụ, nghiệp vụ liên quan đến hoạt động giao dịch hàng hóa, sẵn sàng

thực hiện các nghiệp vụ không chỉ đối với các giao dịch tại các Sở giao dịch hàng hóa trong nước mà còn có khả năng cung ứng, thực hiện các dịch vụ, nghiệp vụ đối với các giao dịch được thực hiện trên các sàn giao dịch hàng hóa của khu vực và thế giới như: trung tâm quản lý ký quỹ và thanh toán bù trừ; các tổ chức, tập đoàn cung ứng dịch vụ logistics, giao nhận hàng hóa, kho ngoại quan, dịch vụ vận tải, cảng biển,... ở tầm quốc tế.

+ Chính phủ cần tập trung nghiên cứu, xây dựng các chính sách hỗ trợ và khuyến khích phát triển, sử dụng các công cụ giao dịch hàng hoá phái sinh, đặc biệt đối với các mặt hàng có nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất lớn, có sự biến động giá cao và coi đây như là một yêu cầu tất yếu của thị trường hàng hóa trong giai đoạn đầu hình thành và phát triển. Thị trường hàng hóa tập trung cần các công cụ của hợp đồng phái sinh để các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp có thể sử dụng để bảo hiểm giá, xác định và kế hoạch sản xuất kinh doanh, đầu tư tài chính nhằm tìm kiếm lợi nhuận bằng các hợp đồng phái sinh trên sàn giao dịch. Như đã phân tích ở trên, giao dịch giao ngay và giao dịch phái sinh có mối quan hệ mật thiết, tương hỗ lẫn nhau để cùng phát triển.

+ Chính phủ cần đưa ra định hướng, mô hình phát triển cho Việt Nam thông qua tổng kết, đánh giá thực trạng hoạt động mua bán hàng hoá phái sinh và hoạt động Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam. Trong đó, cần tập trung nghiên cứu tổng thể bao gồm: điều kiện thực tiễn của Việt Nam về nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, công nghệ; môi trường pháp lý, các điều kiện cần thiết khác để có thể kết nối, liên thông với các sàn giao dịch hàng hóa quốc tế; tạo thị trường cho xuất khẩu, tiêu thụ, hoạt động phái sinh hàng hoá cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước thông qua Sở giao dịch hàng hóa và liên kết thị trường khu vực; xác định lộ trình, các giai đoạn phát triển thị trường giao dịch hàng hóa phái sinh, các điều kiện cần thiết cho phép các dòng vốn từ bên ngoài tham gia đầu tư vào thị trường trong nước và ngược lại. Trước mắt, Bộ Công Thương cần ban hành quy định mới về giao dịch hàng hóa phù hợp với tình hình kinh tế hội nhập sâu rộng như hiện nay. Trong đó cần quan tâm việc tham gia của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam và nhà đầu tư Việt Nam mua bán ra nước ngoài vì giao dịch hàng hóa trong nước luôn có tính liên thông với quốc tế. Ngoài ra đơn vị quản lý nhà nước đối với hoạt động giao dịch hàng hóa cần có cơ chế hoạt động độc lập để giám sát chặt chẽ và kịp thời.

+ Chính phủ cần có các chính sách ưu đãi về thuế, thủ tục,... để giúp Sở giao dịch hàng hóa và các thành viên, người sản xuất, nhà kinh doanh và nhà đầu tư có những thuận lợi ban đầu khi tham gia giao dịch hàng hóa như thị trường chứng khoán những năm đầu tiên. Trước mắt, Bộ Tài chính cần ban hành quy định về thuế (đặc biệt

là thuế thu nhập cá nhân), phí, chứng từ mua bán và đi đường,... trong giao dịch hàng hóa nhằm tạo thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân tham gia mua bán qua Sở, tránh tình trạng ép giá, tranh chấp,... trong giao dịch truyền thống. Đối với Ngân hàng Nhà nước cần ban hành quy định về thanh toán trong giao dịch hàng hóa, đặc biệt là hoạt động đầu tư của nhà đầu tư nước ngoài khi tham gia mua bán, chuyển tiền ký quỹ, lợi nhuận,... như hiện nay đang áp dụng với thị trường chứng khoán.

4.3.1.1. Giải pháp phát triển ổn định kinh tế vĩ mô

- Việt Nam cần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường đồng bộ theo hướng hiện đại trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Thực hiện chính sách tiền tệ linh hoạt, mục tiêu kiểm soát mức lạm phát 3% vào năm 2020. Tiến hành điều chỉnh lãi suất linh hoạt theo chỉ số lạm phát và điều hành tỷ giá theo tín hiệu thị trường, tăng mức dự trữ ngoại hối của nhà nước. Quản lý có hiệu quả cán cân thu chi ngân sách nhà nước, chống thất thu, giảm nợ đọng thuế. Tuân thủ đầy đủ quy luật của kinh tế thị trường và xây dựng lộ trình các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế. Xây dựng môi trường kinh doanh cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, minh bạch. Đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô cùng các chỉ số cân đối khác của nền kinh tế thông qua giải pháp kết hợp hiệu chính sách tiền tệ, chính sách tài khóa và các chính sách khác. Nhà nước cần nhanh chóng kiểm soát chặt chẽ, cơ cấu lại, sử dụng hiệu quả nợ công và bảo đảm các giới hạn nợ công, nợ Chính phủ, nợ quốc gia. Đồng thời, tăng cường quản lý, sử dụng hiệu quả vốn vay và giảm dần vay bảo lãnh Chính phủ, vay để cho vay lại và kiểm soát chặt lại các khoản vay có nguồn gốc từ ngân sách.

- Thực hiện tái cơ cấu nền kinh tế, trọng tâm là cơ cấu lại các ngành sản xuất, dịch vụ phù hợp với các vùng; thúc đẩy cơ cấu lại và điều chỉnh chiến lược phát triển doanh nghiệp; tăng nhanh giá trị nội địa, giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp và của cả nền kinh tế. Củng cố, phát huy vị thế của những hàng hóa có thế mạnh trên thị trường quốc tế, hướng đến việc trở thành thị trường định giá, tạo mức giá chuẩn cho các loại hàng hóa thế mạnh của Việt Nam.

- Đảm bảo sự ổn định các cán cân lớn, hướng tới mục tiêu cán cân thương mại không bị thâm hụt. Chủ động xây dựng mục tiêu, lộ trình, giải pháp nhằm hạn chế tình trạng mất cân đối thương mại đối với một số nước có quan hệ thương mại lớn. Tập trung cải thiện môi trường đầu tư-kinh doanh, trong đó cần áp dụng nhiều hình thức để thu hút đa dạng các nguồn đầu tư, tạo sức hấp dẫn để huy động và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực của tất cả các thành phần kinh tế. Khuyến khích đầu tư vào các ngành hoạt động trong lĩnh vực công nghệ cao và các giải pháp đổi mới công

nghệ, chế tạo sản phẩm mới. Thúc đẩy tham gia và tăng hiệu quả vào những khâu, công đoạn có hàm lượng khoa học, giá trị gia tăng cao.

- Phát triển đa dạng các ngành, nghề tạo nhiều việc làm, thu nhập; khuyến khích, tạo điều kiện để người lao động có điều kiện học tập, nâng cao trình độ chuyên môn, tay nghề. Phát huy tiềm lực khoa học và công nghệ của đất nước, không ngừng nâng cao năng suất lao động. Tăng cường liên kết, khai thác, phát huy thế mạnh của từng vùng; tạo điều kiện cho phát triển và phát huy vai trò đầu tàu của các vùng kinh tế trọng điểm, tạo sức lan tỏa cho các vùng khác.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp trong nước thông qua các chương trình hỗ trợ trong trung và dài hạn. Hướng tới việc xây dựng được nhiều sản phẩm, dịch vụ gắn với thương hiệu quốc gia, tăng tính cạnh tranh trên thị trường trong nước cũng như thị trường quốc tế.

- Đẩy mạnh khâu đột phá chiến lược trong xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ. Nâng cao chất lượng quy hoạch xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội, bảo đảm hiệu quả tổng hợp, tổng thể của nền kinh tế. Đặc biệt, chú trọng phát triển mạng lưới giao thông, thủy lợi, thông tin, truyền thông, giáo dục, môi trường nhằm phát triển kinh tế. Xây dựng hệ thống các tuyến đường bộ, đường cao tốc, đường sắt Bắc - Nam và nâng cấp các tuyến đường sắt hiện có, đường thủy nội địa và ven biển. Kêu gọi, thu hút và chính sách ưu tiên vốn đầu tư cho kết cấu hạ tầng giao thông tại các vùng khó khăn, vùng sâu vùng xa và vùng đặc biệt khó khăn.

- Tăng cường tiềm lực khoa học, công nghệ. Tập trung nghiên cứu, ban hành các cơ chế mới có tính chất đột phá. Khuyến khích các hoạt động nghiên cứu khoa học và cải tiến kỹ thuật, áp dụng khoa học, công nghệ mới vào thực tiễn sản xuất để tăng giá trị của sản phẩm, đáp ứng nhu cầu của thị trường. Tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất cho tất cả các thành phần kinh tế chủ động nghiên cứu phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ vào phát triển kinh tế. Hỗ trợ nhập khẩu công nghệ nguồn, công nghệ cao và kiểm soát chặt chẽ việc nhập khẩu công nghệ. Thực hiện cơ chế đặt hàng, đấu thầu, khoán kinh phí theo kết quả đầu ra và công khai, minh bạch chi phí, kết quả nghiên cứu.

- Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước. Nâng cao chất lượng chính sách, pháp luật gắn với các nhu cầu bức thiết, thực tế của hoạt động kinh doanh trong từng lĩnh vực, từng ngành hàng. Đảm bảo, chính sách, pháp luật đáp ứng được yêu cầu minh bạch, dễ tiếp cận, rõ bỏ mọi trói buộc cho người dân và doanh nghiệp phát huy

quyền tự do kinh doanh. Hoàn thiện cải cách thủ tục hành chính thông qua việc thực hiện công khai, minh bạch từng thủ tục hành chính.

4.3.2. Bảo đảm khối lượng và chất lượng hàng hoá giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa

Để bảo đảm sản lượng và chất lượng mặt hàng nông sản của Việt Nam, đáp ứng yêu cầu khối lượng và tiêu chuẩn hoá chất lượng đối với những mặt hàng giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa, thời gian tới Việt Nam cần tập trung các giải pháp sau:

Thứ nhất, tăng năng suất và nâng cao chất lượng sản phẩm để cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Trước hết, cần phải cải tạo, phát triển các loại giống có năng suất cao và áp dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật và tổ chức lại sản xuất để tăng quy mô sản lượng, đủ nguồn cung cấp cho thị trường với khối lượng đơn hàng nông sản lớn. Thúc đẩy nhanh việc cơ giới hóa, hiện đại hóa các công cụ sản xuất nông nghiệp. Đồng thời, mặt hàng nông sản cần được quy hoạch và sản xuất theo vùng nguyên liệu gắn liền với các cơ sở chế biến nông sản. Phát triển đa dạng các mô hình tổ chức, sản xuất kinh doanh nông nghiệp, có thể kêu gọi sự tham gia của nông dân thông qua hình thức góp vốn bằng quyền sử dụng đất nông nghiệp hoặc tham gia loại hình hợp tác xã kiểu mới, từ đó đẩy nhanh quá trình tích tụ đất nông nghiệp và tạo ra vùng sản xuất nông nghiệp lớn.

Hoạt động kêu gọi đầu tư cả nước ngoài và trong nước vào lĩnh vực nông nghiệp trong thời gian qua chưa được chú trọng. Vì vậy, trong thời gian tới Nhà nước cần tập trung xây dựng những chính sách thu hút nguồn vốn đầu tư vào hoạt động sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là có chế độ ưu đãi đặc biệt với hoạt động đầu tư nông nghiệp có hàm lượng công nghệ cao.

Hoạt động đầu tư nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực nông nghiệp cần được đầu tư và nâng cao chất lượng để chủ động và tăng năng suất chất lượng sản phẩm nông nghiệp. Trong đó, trước mắt tập trung nghiên cứu về giống cây trồng và vật nuôi, những giống có gen chuyển đổi thích nghi với điều kiện canh tác đa dạng của Việt Nam và áp dụng công nghệ sau thu hoạch phù hợp đặc điểm của chủng loại sản phẩm và vùng canh tác.

Thứ hai, có giải pháp xử lý những hạn chế nhằm đưa sản phẩm nông sản của Việt Nam giữ vững thị trường trong nước và từng bước thâm nhập thị trường quốc tế.

Xây dựng giải pháp đồng bộ về kỹ thuật và kinh tế để sản phẩm nông sản phù hợp với nhu cầu của thị trường. Nghiên cứu, xác định sản phẩm chủng loại nông sản, thị trường xuất khẩu chủ yếu.

Thiết lập tiêu chí để xây dựng danh mục hàng hóa nông sản xuất khẩu. Qua đó, đưa ra được chủng loại nông sản đáp ứng tốt nhu cầu thị trường thế giới mà các nước trong khu vực không có hoặc chưa chú ý sản xuất nhằm giảm bớt áp lực cạnh tranh, áp dụng khoa học - kỹ thuật để tăng tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm.

Thứ ba, xây dựng và phát triển thương hiệu cho các mặt hàng nông sản Việt Nam. Để thực hiện được giải pháp này, quan trọng nhất là chất lượng của nông sản phải bảo đảm theo đúng yêu cầu thị hiếu tiêu dùng của thị trường. Tạo điều kiện, cơ chế chính sách để hình thành các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh nông sản có quy mô lớn gắn với việc thiết lập chuỗi cung ứng nông sản hiệu quả. Những giải pháp trên sẽ là cơ sở để xây dựng thành công thương hiệu nông sản của Việt Nam.

Thứ tư, chú trọng và thực hiện có hiệu quả công tác thông tin thị trường.

Xây dựng thí điểm các cụm thông tin thị trường ở các vùng chuyên canh, tập trung sản xuất và có sản lượng hàng hoá lớn. Đồng thời, gắn hoạt động của các cụm thông tin với hoạt động của các tổ chức khuyến nông, hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp. Tăng cường việc theo dõi, nghiên cứu thị trường quốc tế, thông tin kịp thời cho các doanh nghiệp và nông dân.

Nâng cao hiệu quả hoạt động của các trang điện tử chuyên ngành nông sản cũng như website của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông sản. Tăng cường hoạt động hợp tác quốc tế, kêu gọi trợ giúp kỹ thuật xây dựng của các tổ chức quốc tế như FAO, World Bank,... để nâng cao năng lực xúc tiến thương mại đối với hàng nông sản.

Khuyến khích tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại hội chợ nông sản trong nước và quốc tế của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh mặt hàng nông sản.

Cuối cùng, chính sách hỗ trợ của Chính phủ nhằm xóa đói giảm nghèo và giúp đỡ nông dân trong phát triển sản xuất nông sản có quy mô lớn cần tiếp tục được duy trì, cụ thể chính sách khuyến khích nông dân, sản xuất theo quy hoạch; hỗ trợ phương thức mua bán sản phẩm cho doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thông qua hợp đồng, hỗ trợ tín dụng cho nông dân thiết bị, máy móc phục vụ cho hoạt động sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản nông sản giúp nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Đối với mặt hàng nông sản, phần lớn lượng giao dịch nông sản là giao ngay trên thị trường truyền thống của Việt Nam là các mặt hàng chưa qua chế biến, tiêu chuẩn chất lượng không đồng nhất. Đây là sản phẩm mà nông dân và những người thu mua có sẵn và

muốn bán và những công ty chế biến, các nhà xuất khẩu có nhu cầu. Vì vậy, giao dịch giao ngay mặt hàng nông sản chưa qua chế biến nhưng cần phải được tiêu chuẩn hoá phù hợp với sự đa dạng về chất lượng là một hướng các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam cần nghiên cứu, xây dựng nhằm tạo ra các sản phẩm giao dịch phù hợp. Cho phép giao dịch giao ngay những mặt hàng chưa qua chế biến vừa khắc phục tình trạng khan hiếm giao dịch trên thị trường hàng thật của Sở giao dịch hàng hóa và một thị trường hàng vật chất sôi động là cơ sở để thị trường kỳ hạn do Sở giao dịch hàng hóa tổ chức có tính thanh khoản cao.

4.3.3. Bảo đảm sự tham gia của các tổ chức tài chính và kết nối thanh toán quốc gia

- Sở giao dịch hàng hóa hoạt động có hiệu quả cần có sự hợp tác chặt chẽ và cân xứng giữa Sở giao dịch hàng hóa và các tổ chức tài chính. Trước mắt cần phát huy vai trò của các tổ chức tài chính như ngân hàng thương mại, các quỹ đầu tư tài chính trong các hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa, bao gồm:

+ Quản lý tài khoản đầu tư, tài khoản ký quỹ, quản lý tài sản ký quỹ của các thành viên kinh doanh, thành viên môi giới và nhà đầu tư.

+ Thực hiện thanh toán bù trừ cho các giao dịch của thành viên của Sở giao dịch hàng hóa và nhà đầu tư.

+ Theo dõi, đánh giá trạng thái, vị thế giao dịch của các nhà đầu tư từ đó có thể ngăn ngừa rủi ro thanh toán.

+ Giám sát, đánh giá khả năng thực hiện hợp đồng, ngăn ngừa rủi ro vi phạm hợp đồng của các bên tham gia giao dịch.

+ Tài trợ tín dụng cho các nhà đầu tư tham gia giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa, tài trợ tín dụng cho hàng hóa lưu ký tại Trung tâm giao nhận hàng hóa của Sở giao dịch hàng hóa.

- Sở giao dịch hàng hóa hoạt động có hiệu quả, đảm bảo sự tin cậy, thuận tiện trong quá trình hoạt động thanh toán cần tham gia hệ thống kết nối thanh toán quốc gia. Để tạo thuận lợi cho nhà đầu tư, khách hàng của Sở giao dịch hàng hóa, cần có giải pháp khuyến khích các ngân hàng thực hiện: (i) mở rộng khả năng tiếp cận dịch vụ thanh toán, mở tài khoản qua các chi nhánh và mạng lưới ngân hàng điện tử; (ii) kết nối liên thông hệ thống thanh toán của Sở giao dịch hàng hóa với hệ thống quản lý tài khoản của từng ngân hàng.

4.3.4. Bảo đảm thành công của các hợp đồng giao dịch

4.3.4.1. Thiết lập, sử dụng các hợp đồng giao dịch thành công

- Xây dựng hợp đồng giao dịch hàng hoá phải sinh tương thích với thị trường hàng hoá giao ngay

Sở giao dịch hàng hóa cần tổ chức nghiên cứu, điều tra, khảo sát nhu cầu của các khách hàng tiềm năng, tham vấn ý kiến của các cơ quan Bộ, ngành Trung ương, các hiệp hội ngành hàng, chuyên gia trong nước và quốc tế, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nông sản, các tổ chức tài chính,... nhằm xác định và hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ do Sở giao dịch hàng hoá cung cấp phù hợp quy mô thị trường, phạm vi hoạt động và có tính đến định hướng phát triển ở tầm khu vực và thế giới. Sau một thời gian giới thiệu các hợp đồng giao dịch, cần có sự theo dõi, khảo sát, thăm dò thị trường, thu thập các thông tin phản hồi từ phía người nông dân, doanh nghiệp, nhà đầu tư,... qua đó có những điều chỉnh kịp thời để ngày càng hoàn thiện các hợp đồng niêm yết phù hợp với nhu cầu và năng lực tham gia của khách hàng.

Người sản xuất các mặt hàng nông sản của Việt Nam vẫn còn chưa bắt kịp với cách thức giao dịch hiện đại do các Sở giao dịch hàng hóa thực hiện. Vì vậy, để các hợp đồng giao dịch đạt hiệu quả, các Sở giao dịch hàng hóa cần tăng cường công tác truyền thông đến người nông dân, nhà sản xuất hiểu và biết được ích lợi lâu dài khi sử dụng dịch vụ và tham gia giao dịch tại Sở giao dịch hàng hóa. Đồng thời, mở rộng địa bàn phục vụ cung cấp tín dụng của các đối tác ngân hàng để tăng khả năng cạnh tranh của các sản phẩm, dịch vụ do các Sở giao dịch hàng hóa cung cấp so với các hình thức mua bán, giao dịch truyền thống.

- Xây dựng hợp đồng giao dịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng

Thuyết phục các nhà đầu tư, các doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng niêm yết trên Sở giao dịch hàng hóa tham gia giao dịch cũng là một ưu tiên cần thực hiện. Các doanh nghiệp cần nhận thức được vấn đề Sở giao dịch hàng hóa chỉ là nơi hỗ trợ các giao dịch mua bán chứ không phải là đối thủ cạnh tranh trong thu mua hàng hoá của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp lớn đa phần có hệ thống thu mua, chế biến sản phẩm của riêng mình nên cần thuyết phục họ hợp tác với Sở giao dịch hàng hóa vừa mang lại lợi ích chung, vừa gia tăng khả năng cạnh tranh của Sở giao dịch hàng hóa tạo điều kiện mở rộng địa bàn phục vụ.

Vai trò của giao dịch hàng hoá phải sinh trong việc hoàn chỉnh và phát triển thị trường hàng hóa được phát huy khi có sự tham gia đầy đủ của các loại hình nhà đầu tư. Khi lượng vốn lớn được thu hút vào thị trường giao dịch hàng hoá sẽ tạo tính thanh

khoản cao, góp phần thúc đẩy hoạt động mua bán hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hoá tăng trưởng, tạo mức giá chuẩn đối với thị trường hàng hoá vật chất, giúp người nông dân, nhà sản xuất tránh được các rủi ro, thiệt thòi, bị ép giá trong việc bán sản phẩm, đặc biệt là vào thời điểm thu hoạch các mặt hàng nông sản.

Hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh là một phương thức giao dịch tương đối phức tạp, với bản chất là một thị trường tài chính-hàng hoá, cần có một hệ thống các quy định ràng buộc chặt chẽ nhằm quản lý tốt và ngăn ngừa được các rủi ro đối với tất cả các bên từ đơn vị tổ chức, vận hành hệ thống cho đến các doanh nghiệp, cá nhân tham gia. Chính vì vậy cần liên tục đào tạo, hướng dẫn cho các thành phần tham gia cũng như công tác vận hành, quản lý, giám sát giao dịch đối với đội ngũ cán bộ, nhân viên của Sở giao dịch hàng hoá, bên cạnh đó cần có sự chuẩn bị sẵn sàng cho việc phát triển hoạt động liên kết, hợp tác với các tổ chức quốc tế. Việc đào tạo nên triển khai với nhiều hình thức: đào tạo tập trung, đào tạo tại chỗ cho các thành viên; cử cán bộ nghiên cứu, học tập; phối hợp, liên kết với các tổ chức chuyên nghiệp, các chuyên gia về tài chính, về sản giao dịch,... tổ chức các chương trình đào tạo theo mức độ phát triển của thị trường,...

- Tăng tính thanh khoản của hợp đồng giao dịch

Tính thanh khoản của hợp đồng giao dịch có mối quan hệ mật thiết tới các nhà tạo lập thị trường. Thanh khoản được hiểu là mức độ một tài sản có thể được mua hoặc bán trên thị trường mà không tác động đến giá trên thị trường tài sản đó. Một mặt hàng đạt mức thanh khoản cao có đặc trưng là số lượng giao dịch lớn. Nói cách khác, tính thanh khoản của giao dịch là khả năng chuyển mặt hàng giao dịch thành tiền mặt nhanh chóng. Một tổ chức thực hiện hoạt động tạo lập thị trường đối với một hay nhiều loại hàng hoá giao dịch có nghĩa là tổ chức đó sẽ thực hiện các kỹ thuật để đảm bảo duy trì tính thanh khoản cao đối với những loại hàng hoá đó. Từ đó, nhà tạo lập thị trường tại Sở giao dịch hàng hoá chính là những thành viên tham gia trên thị trường mua bán hoạt động theo phương thức khớp giá, thực hiện các chức năng đặt các lệnh chào mua, chào bán. Họ chính là các thành viên giao dịch của Sở giao dịch hàng hoá. Các nhà tạo lập thị trường làm cho thị trường có tính thanh khoản cao bằng cách thường xuyên tham gia đặt lệnh mua hoặc bán, qua đó thị trường luôn luôn tồn tại hai chiều mua và bán liên tục.

Chú trọng việc xây dựng và phát triển các nhà tạo lập thị trường, phát triển thêm thành viên môi giới. Qua thành viên môi giới, Sở giao dịch hàng hoá có thể mở rộng mạng lưới hơn rất nhiều lần so với việc tự liên hệ trực tiếp với các khách hàng cũng như khách hàng tiềm năng. Hiệu quả các chương trình tuyên truyền và các hoạt động tiếp thị tăng lên khi các nhà môi giới tham gia trực tiếp vào các hoạt động này.

Vai trò tạo lập thị trường sẽ do các thành viên kinh doanh xúc tiến và được các cổ đông hỗ trợ ưu đãi: miễn phí giao dịch trong giai đoạn tạo lập thị trường, hỗ trợ thanh toán khi đến hạn.... Khoảng 3 đến 4 thành viên kinh doanh trong giai đoạn đầu sẽ chấp nhận rủi ro nắm giữ một khối lượng hợp đồng một mặt hàng giao dịch nhất định tại Sở giao dịch hàng hóa. Nhà tạo lập thị trường sẽ cạnh tranh trên thị trường để nhận được lệnh đặt từ phía khách hàng bằng cách cảnh báo các mức giá chào mua, chào bán đối với một khối lượng chắc chắn có thể giao dịch của loại hàng hóa nhất định. Khi nhận được lệnh đặt từ phía các khách hàng, họ sẽ ngay lập tức bán những loại hàng hóa mà họ nắm giữ tại kho hàng hoặc tìm kiếm một lệnh đối ứng phù hợp. Toàn bộ quá trình này dự kiến diễn ra trong khoảng vài giây.

Tính thanh khoản của hợp đồng giao dịch trên thị trường quyết định tính hấp dẫn và hiệu quả của việc giao dịch hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa. Các nhà tạo lập thị trường trong giai đoạn đầu sẽ chịu trách nhiệm về tính thanh khoản cho hoạt động mua bán tại Sở giao dịch hàng hóa. Cụ thể, các nhà tạo lập này thực hiện mua đi bán lại để tạo cung cầu tại Sở giao dịch, thực hiện ưu tiên đặt lệnh đối ứng với các lệnh của khách hàng thông thường và các kỹ thuật khác nhằm tạo thanh khoản giao dịch và thu hút nhà đầu tư giao dịch.

Ngoài ra, với vai trò nhà tạo lập thị trường, khi 1 thành viên không đáp ứng được lệnh đặt của nhà đầu tư (như không đủ vốn hoặc đủ hàng), các thành viên khác sẽ thực hiện hỗ trợ thanh khoản. Trong các trường hợp đặc biệt, Sở giao dịch sẽ phải hỗ trợ đảm bảo thanh toán cho hợp đồng đã ký kết giữa thành viên kinh doanh là nhà tạo lập thị trường và khách hàng.

Nhà tạo lập thị trường tại Sở giao dịch phải thực hiện hai công việc để đáp ứng các lệnh từ phía nhà đầu tư. Do yêu cầu phải liên tục chào mua và chào bán, các nhà tạo lập thị trường được hỗ trợ cùng tham gia, việc cạnh tranh để thu hút khách hàng đặt lệnh khi đã nhận được lệnh từ phía nhà đầu tư, các nhà tạo lập thị trường sẽ thực hiện một trong hai việc:

+ Nhà tạo lập thị trường có thể đóng vai trò đối tác trong giao dịch, có nghĩa là nếu lệnh đặt đến là lệnh mua thì đơn vị này sẽ bán các hàng hóa giao dịch tương ứng niêm yết trên Sở giao dịch tương ứng có ‘trong kho’ của họ. Còn nếu lệnh đặt đến là lệnh bán thì họ sẽ tiến hành mua khối lượng hàng hóa mà nhà đầu tư muốn bán. Lệnh mua hay bán mà nhà tạo lập thị trường nhận chính là lệnh đáp lại các chào mua, chào bán mà nhà tạo lập thị trường đã yết ra trên thị trường.

+ Trong trường hợp lệnh đặt mua đến nhưng nhà tạo lập thị trường không đủ số hàng hóa đặt mua trong tài khoản hoặc kho của mình, hoặc lệnh đặt bán đến nhưng

nhà tạo lập thị trường không đủ khả năng mua toàn bộ số lượng hàng hóa đặt bán của khách hàng thì để đảm bảo giao dịch, nhà tạo lập thị trường của Sở giao dịch sẽ phải tìm một lệnh đối ứng khác tại các Sở giao dịch hàng hóa khác thỏa mãn toàn bộ hoặc một phần khối lượng khách hàng đặt ra. Vai trò của các đầu mối hàng hóa tại kho hoặc đầu mối tập trung nắm giữ hàng hóa của Sở giao dịch hàng hóa trong trường hợp này là rất quan trọng. Nhà tạo lập thị trường có thể trực tiếp mua hoặc bán hoặc có thể chuyển tiếp một lệnh mua hoặc bán của một nhà đầu tư khác mà họ nhận được sang để đối ứng. Cơ chế này được thực hiện rất nhanh chóng thông qua hệ thống công nghệ cơ sở của Sở giao dịch hàng hóa.

Trong giai đoạn bắt đầu đi vào hoạt động, Sở giao dịch hàng hóa nên dựa trên mối quan hệ của các cổ đông sáng lập để tìm kiếm những thành viên kinh doanh và môi giới tiềm năng, xây dựng chính sách cụ thể để thu hút và tạo ưu đãi cho các công ty làm thành viên kinh doanh thông qua các biện pháp như:

- + Miễn hoặc giảm phí trở thành thành viên và phí giao dịch.
- + Miễn hoặc giảm phí lưu kho hàng hóa hoặc hỗ trợ tìm nguồn hàng cho các thành viên kinh doanh để thực hiện các hợp đồng thanh toán đến hạn.
- + Đối với thành viên kinh doanh là doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa cần tạo điều kiện giới thiệu để thành viên này tiếp cận các gói vay ưu đãi phục vụ sản xuất kinh doanh.
- + Xây dựng một số chính sách ưu đãi đối với các thành viên môi giới giai đoạn đầu để mở rộng mạng lưới khách hàng giao dịch trên Sàn giao dịch như giảm phí, hỗ trợ đào tạo, quảng bá,... ngoài ra, cần khuyến khích các thành viên kinh doanh, thành viên môi giới trong việc giới thiệu các thành viên mới với những chính sách như ưu đãi về phí.
- + Sở giao dịch hàng hóa cần giải quyết vấn đề về niêm yết giá, chất lượng hàng hóa, khối lượng giao dịch, thời điểm mua bán, thời điểm tìm lệnh đối ứng khả năng kiếm được lệnh đối ứng nhanh nhất và rẻ nhất là một bài toán hàng đầu được giải quyết đối với nhà tạo lập thị trường tại Sở giao dịch hàng hóa. Nhà tạo lập thị trường trách nhiệm liên tục yết các chào mua và chào bán với khoảng chênh lệch thích hợp và tiến hành giao dịch với đồng thời những lệnh thị trường và lệnh giới hạn của nhà tạo lập thị trường khác và nhà đầu tư. Giá đặt mua (đặt bán) của nhà tạo lập thị trường không được cao hơn (thấp hơn) giá đặt bán (đặt mua) của tất cả các công ty giao dịch khách trên thị trường. Các nhà tạo lập thị trường không phải trả bất kỳ loại phí giao dịch nào, hơn nữa họ có quyền chỉ đặt chào mua hoặc chào bán trên một phía của thị trường để thu hút

khách hàng, điều này cũng giúp cho nhà tạo lập thị trường của SGDHH có thể hạn chế được các rủi ro khi rơi vào các tình trạng mất cân bằng số lượng hàng hóa trong kho một cách bị động.

- Tăng cường liên thông, liên kết của hợp đồng giao dịch: Theo nguyên tắc quản trị rủi ro trong hoạt động đầu tư, Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam để tổ chức được thị trường này một cách an toàn cần có cơ chế bù trừ vị thế, liên thông với thị trường thế giới để có thể cân đối được lực mua – bán trong nước. Điều này vừa đảm bảo công tác quản trị rủi ro trong hoạt động giao dịch, vừa giúp thị trường trong nước có mối liên kết chặt chẽ hơn với thị trường thế giới.

4.3.4.2. Tăng cường nhận thức về Sở giao dịch hàng hóa

Giao dịch hàng hóa phái sinh là kênh đầu tư mới tại Việt Nam, nhà đầu tư trong nước mới quen tham gia vào các kênh đầu tư truyền thống như chứng khoán, bất động sản, vàng hay ngoại tệ. Do vậy, Nhà nước và các Sở giao dịch hàng hóa cần có các chương trình phổ biến kiến thức cơ bản về hoạt động mua bán hàng hoá phái sinh nói riêng và vai trò thiết thực của Sở giao dịch hàng hóa nói chung. Đối với từng đối tượng tham gia khác nhau, cần có nội dung và chương trình phổ biến khác nhau để vận dụng phù hợp với nhu cầu và mục đích của từng đối tượng. Ngoài ra, cần có sự lồng ghép kiến thức, nội dung về giao dịch hàng hoá phái sinh vào các chương trình đào tạo tại các trường đại học chuyên ngành kinh tế. Trước mắt, đưa nội dung Sở giao dịch hàng hóa và giao dịch hàng hoá phái sinh thành các chuyên đề hoặc sinh hoạt ngoại khoá. Về lâu dài, cần xây dựng được giáo trình chuyên ngành đào tạo riêng để đáp ứng nhu cầu tăng lên trong thời gian tới.

4.3.5. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật

Xây dựng và hình thành các cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật gắn với hoạt động của Sở giao dịch hàng hóa để hỗ trợ hoạt động giao dịch có hiệu quả. Ngay cả khi Sở giao dịch hàng hóa được thiết lập theo chuẩn quốc tế nhưng nếu các điều kiện, yếu tố và môi trường liên quan như hệ thống giao thông vận tải, hạ tầng công nghệ thông tin viễn thông, hệ thống pháp luật,... không được đầu tư tương xứng sẽ gây cản trở cho quá trình kinh doanh và phát triển. Phát triển hệ thống giao thông thuận lợi phục vụ hoạt động giao nhận hàng hóa, phát triển công nghệ thông tin nhằm cung cấp dịch vụ an toàn, nhanh chóng cho các khách hàng trong nước và quốc tế, hoàn thiện hệ thống thể chế, tạo hành lang pháp luật để các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia đầu tư, kinh doanh thuận lợi,... là những yếu tố hỗ trợ Sở giao dịch hàng hóa hoạt động có hiệu quả. Để đạt được các yêu cầu trên, cần thực hiện các giải pháp chủ yếu sau:

- Giải pháp hoàn thiện thể chế luật pháp về phát triển hạ tầng: Hành lang pháp lý bao gồm các quy định phát luật minh bạch và rõ ràng, sự quan tâm của Nhà nước trong đầu tư cơ sở hạ tầng,... là những điều kiện quan trọng để phát triển dịch vụ giao thông vận tải, thông tin và hệ thống hạ tầng thương mại. Điều này đòi hỏi cơ chế, chính sách về phát triển hạ tầng kỹ thuật cần tiếp tục được nghiên cứu, bổ sung và hoàn thiện theo hướng đảm bảo sự kết hợp thống nhất, đồng bộ giữa các ngành, các văn bản pháp luật, vừa phù hợp với trình độ phát triển của Việt Nam và phù hợp với thông lệ quốc tế. Các quy định pháp lý cần được xây dựng theo hướng khuyến khích, ưu đãi, tạo thuận lợi, bảo vệ lợi ích cho cả chủ thể kinh doanh cũng như khách hàng sử dụng.

Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp quy liên quan đến phát triển hệ thống giao thông vận tải, thông tin và hạ tầng thương mại như ban hành văn bản quy định, giải thích và cụ thể hóa các khái niệm, các tiêu chuẩn đối với hệ thống hạ tầng thông tin và hệ thống hạ tầng kho bãi; về pháp nhân hoạt động; quy định liên quan đến vận chuyển hàng hóa nội địa, xuất nhập khẩu; chính sách hỗ trợ thương mại điện tử,... Sớm bổ sung, hoàn thiện các điều luật liên quan đến hệ thống kho bãi, vận tải (trong Luật Thương mại 2005). Từ đó, điều chỉnh, bổ sung kịp thời Nghị định số 140/2007/NĐ-CP ngày 5 tháng 9 năm 2007 của Chính phủ cho phù hợp với thực tế hoạt động logistics của nước ta hiện nay trong điều kiện hội nhập quốc tế. Bổ sung và ban hành chính sách thu hút vốn và khuyến khích đầu tư xây dựng hạ tầng giao thông, thông tin và hệ thống kho bãi.

Tổ chức kiểm tra, rà soát nhằm bãi bỏ các thủ tục không cần thiết, cản trở quá trình phát triển hạ tầng và cung cấp dịch vụ logistics.

- Về hạ tầng công nghệ thông tin: Phát triển cơ sở hạ tầng thông tin để phục vụ nền kinh tế nói chung và hoạt động giao dịch hàng hoá của Sở giao dịch hàng hóa nói riêng nhằm hiện đại hóa việc kết nối thông tin liên lạc giữa Sàn giao dịch hàng hoá, Trung tâm thanh toán bù trừ và Trung tâm kho bãi của Sở giao dịch hàng hóa với khách hàng trong nước và trên thế giới. Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ cho sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa bao gồm: Hệ thống phần cứng và hệ thống giao dịch phục vụ hệ thống đặt lệnh, thanh toán bù trừ giữa các tài khoản và chuyển giao hàng hoá.

Trước hết, cần đẩy nhanh việc thiết lập hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử - công nghệ an toàn đối với hoạt động giao dịch hàng hoá qua Sở giao dịch hàng hóa. Thiết lập hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử giữa Sở giao dịch hàng hóa, Sàn giao dịch hàng hoá, Trung tâm thanh toán bù trừ, Trung tâm giao nhận hàng hoá với các thành viên của Sở giao dịch hàng hóa và khách hàng giao dịch,... Đảm bảo tuân thủ đầy đủ các quy định tại Thông tư số 38/2013/TT-BCT, cụ thể: đối với hệ thống máy chủ, hạ tầng

mạng, yêu cầu về đảm bảo an toàn an ninh thông tin; đối với phần mềm ứng dụng đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật về thị trường mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa và phù hợp với điều kiện hoạt động, yêu cầu quản lý nghiệp vụ trên Sở giao dịch hàng hóa. Các Sở giao dịch cần cân nhắc lựa chọn hệ thống phần mềm chuyên dụng phổ biến trên thế giới như Patsystems hay Meta Trader, các bên liên quan sẽ nhanh chóng cập nhật thông tin cần thiết về hàng hóa, trạng thái giao dịch, vị thế giao dịch, trạng thái tài khoản, phương thức và thủ tục giao nhận hàng hoá ..., đáp ứng kịp thời nhu cầu, hạn chế tối đa chi phí về thời gian và tài chính của khách hàng.

Để đảm bảo hệ thống mạng lưới giao dịch điện tử an toàn, ổn định, Chính phủ cần có kế hoạch đẩy mạnh hiện đại hóa hệ thống truyền dẫn, gia tăng tốc độ đường truyền, nâng cao công suất của băng thông để thông tin được truyền đi nhanh chóng, tạo điều kiện cho các đơn vị sản xuất kinh doanh thực hiện các nghiệp vụ một cách thông suốt. Thúc đẩy và phát triển công nghệ thông tin, chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử trong thương mại, để tận dụng ưu thế của công nghệ thông tin nhằm mang lại năng suất lao động cao, tiết kiệm chi phí...

Phát triển giao dịch hàng hoá phái sinh cần gắn với sự phát triển của thương mại điện tử và quản trị chuỗi cung ứng an toàn và thân thiện tại Việt Nam. Vì vậy, Chính phủ cần sớm ban hành các văn bản pháp lý để hỗ trợ cho thương mại điện tử phát triển nhằm tạo điều kiện nền tảng cho hoạt động giao dịch phái sinh hàng hoá do Sở giao dịch hàng hóa cung cấp được tiến hành thuận lợi.

- *Về hạ tầng giao thông*: Nâng cao chất lượng hệ thống giao thông vận tải hiện có, ưu tiên huy động các nguồn lực để xây dựng hệ thống đường cao tốc, đường sắt tốc độ cao có lưu lượng giao thông lớn trên hành lang Bắc - Nam, Đông -Tây. Hiện đại hóa hệ thống nhà ga, bến cảng, kho bãi, phát triển các tuyến giao thông với các nước láng giềng, đường xuyên Á,... đảm bảo kết nối thuận tiện giữa các kho hàng hoá với nhau, giữa các trung tâm sản xuất hàng hoá và thị trường tiêu thụ, với điểm tập kết, phát luồng hàng hoá. Nâng cấp, phát triển hệ thống giao thông tới các trung tâm giao nhận, kho bãi, cảng hàng không, cảng đường sắt,... ở khu vực cửa khẩu và biên giới.

+ Về phát triển hệ thống đường bộ: Mở rộng và xây dựng mới các tuyến quốc lộ có nhu cầu vận tải lớn, xây dựng hệ thống đường bộ cao tốc; các tuyến đường bộ đối ngoại đạt tiêu chuẩn khu vực; phát triển hệ thống đường tỉnh để thực hiện vai trò đường gom cho các tuyến quốc lộ, cao tốc và đảm bảo giao thông đến các cửa ngõ biên giới.

+ Về phát triển hệ thống đường sắt: hoàn thành cải tạo, nâng cấp các tuyến đường sắt hiện có đạt tiêu chuẩn kỹ thuật đường sắt quốc gia và khu vực; xây dựng mới các tuyến đường sắt tốc độ cao, các tuyến đường sắt nội – ngoại ô tại các đô thị lớn, trước

hết là ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, nâng cấp cải tạo nhà ga, xây dựng đường sắt kết nối tới các trung tâm kho bãi ở quy mô lớn.

+ Về phát triển hệ thống giao thông biển: xây dựng và phát triển hệ thống cảng biển quốc gia, bao gồm cảng trung chuyển, cảng cửa ngõ quốc tế, cảng nước sâu có khả năng tiếp nhận tàu container tại các vùng kinh tế trọng điểm. Cải tạo, xây dựng và phát triển hệ thống cảng cạn, kết nối với các trung tâm kho bãi và cảng biển, dịch vụ hậu cần sau cảng..., đảm nhận việc cung ứng hàng hóa nhập khẩu vào, đồng thời vận chuyển, thông quan hàng hóa xuất khẩu ra từ các trung tâm kho bãi.

+ Tạo điều kiện để hiện đại hóa dịch vụ kho bãi cho phù hợp với xu thế của thế giới, tự động hóa thiết bị bốc xếp, tăng cường bến bãi làm hàng... bảo đảm cung cấp các dịch vụ giao nhận, vận tải, đóng gói, sửa chữa, dán nhãn, ký mã hiệu, thu gom hàng hóa có hiệu quả...

- Về hạ tầng thương mại:

+ Đối với các trung tâm kho bãi cần có chính sách ưu đãi cụ thể đối với các doanh nghiệp trong nước, nhất là các doanh nghiệp đã có nhiều kinh nghiệm vận hành, khai thác sử dụng như: ưu đãi trong việc bố trí quỹ đất, hỗ trợ giải phóng mặt bằng, ưu đãi về thuế, thu tục hải quan,... Bên cạnh đó, cũng cần giám sát hoạt động của các trung tâm này một cách chặt chẽ và hiệu quả bằng các quy định của pháp luật trong suốt quá trình kinh doanh, đặc biệt là các vấn đề về môi trường, đãi ngộ người lao động, nghĩa vụ tài chính,...

+ Thực hiện ưu tiên đầu tư: Đối với các trung tâm kho bãi thuộc danh mục các dự án ưu tiên đầu tư từ nay đến năm 2020, Chính phủ xem xét áp dụng một số chính sách ưu tiên sau:

(i) Ưu tiên bố trí quỹ đất xây dựng và có biện pháp hỗ trợ kinh phí giải phóng mặt bằng, đồng thời có kế hoạch đầu tư các loại kết cấu hạ tầng khác như hạ tầng giao thông, hạ tầng công nghệ thông tin, hạ tầng điện nước,...

(ii) Giảm 50% tiền thuê đất trong 5 năm đầu. Tạo điều kiện thông thoáng, đơn giản hóa các thủ tục hành chính trong quá trình cấp phép đầu tư cũng như trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Tùy trường hợp cụ thể, xem xét giảm hoặc miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 5 hoặc 10 năm đầu hoạt động.

(iii) Tạo điều kiện để doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh dịch vụ kho bãi tiếp cận với các ứng dụng công nghệ thông tin trong quá trình giải quyết các thủ tục hành chính.

(iv) Hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư xây dựng trung tâm kho bãi trong việc đào tạo hoặc liên kết đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng.

4.3.6. Thu hút đầu tư nước ngoài tham gia phát triển Sở giao dịch hàng hóa

Trước mắt, khi chưa có quy định cụ thể về việc tham gia của các nhà đầu tư và khách hàng có yếu tố nước ngoài, Chính phủ cần có cơ chế thí điểm cho phép Sở giao dịch hàng hóa tìm kiếm đối tác để liên kết, hợp tác, kêu gọi đầu tư thành lập Sở giao dịch hàng hóa có quy mô khu vực, có thể liên thông với các Sở giao dịch hàng hóa lớn của thế giới. Như vậy, Việt Nam sẽ kết nối được thị trường sản xuất xuất khẩu các mặt hàng cà phê, hồ tiêu và các mặt hàng nông sản khác với thị trường tài chính và thị trường tiêu dùng, nhập khẩu quốc tế.

Để giúp cho thị trường hàng hóa Việt Nam phát triển ổn định và bền vững, cũng như thị trường chứng khoán đã từng thực hiện, thị trường hàng hóa Việt Nam cần có sự tham gia của nhà đầu tư nước ngoài giúp thu hút dòng vốn vào thị trường gia tăng, từ đó tăng thanh khoản và thu hút các nhà đầu tư trong nước tham gia vào thị trường, nhằm hạn chế rủi ro cho doanh nghiệp và giúp thị trường phát triển. Khi lực lượng nhà đầu tư nước ngoài tham gia ngày càng đông, thanh khoản ngày càng gia tăng, việc xác lập giá cả giao dịch trên thị trường ổn định và chính xác, từ đó tạo cơ sở cho các doanh nghiệp Việt Nam và nhà đầu tư Việt Nam tham gia giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam.

Nghiên cứu, xây dựng và ban hành các cơ chế cho phép một số sàn giao dịch nước ngoài tham gia là cổ động chiến lược nhằm tăng khả năng cạnh tranh; đa dạng hóa các hoạt động; tiếp cận với các phương pháp quản lý, vận hành, công nghệ hiện đại; tăng khả năng ngăn ngừa và quản lý rủi ro; hướng đến việc hình thành liên kết thị trường khu vực và thế giới;... Khi có sự tham gia của các nhà đầu tư nước ngoài cùng với những ưu thế của giao dịch hàng hóa phái sinh, người sản xuất, nhà xuất khẩu khi giao dịch mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam không chịu tác động bởi tỷ giá ngoại hối, tính thanh khoản cao, giá cả chính xác và ổn định. Do vậy, các nhà sản xuất sẽ có ý thức nâng cao chất lượng hàng hóa, chủ động trong các giao dịch mà không bị lệ thuộc vào các doanh nghiệp thu mua nước ngoài. Khi nhà sản xuất, các doanh nghiệp Việt Nam tham gia giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, các nhà thu mua nước ngoài sẽ chọn lựa phương thức giao dịch qua Sở giao dịch hàng hóa. Như vậy, việc tham gia mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam sẽ hạn chế các doanh nghiệp nước ngoài lách luật để thu mua nguyên liệu từ nông dân.

KẾT LUẬN

Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam mới bước đầu hình thành và hoạt động trong thời gian ngắn nhưng cơ cấu tổ chức và mô hình hoạt động được thiết lập tương đối đầy đủ các bộ phận tương đồng với các mô hình của các Sở giao dịch hàng hóa trên thế giới. Tuy nhiên, hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam trong thời gian qua gặp nhiều khó khăn và đang trong giai đoạn sắp xếp, ổn định cơ cấu nhằm tìm hướng phát triển.

Để có cơ sở đề xuất các giải pháp phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam bảo đảm tính khả thi, tránh đưa ra các giải pháp mang tính chất áp đặt, chủ quan duy ý chí, Luận án đã đi sâu đánh giá thực trạng của từng điều kiện bảo đảm cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa từ đó có nhận định cụ thể về những điều kiện cần hoàn thiện. Đồng thời, Luận án đã phân tích thực trạng tổ chức, kết quả hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam và chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu của từng Sở giao dịch hàng hóa.

Thực trạng hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam chưa mang lại hiệu quả kinh tế như mong đợi, có nhiều nguyên nhân. Một trong những nguyên nhân đã được phân tích ở trên đó là việc tổ chức bộ máy hoạt động, chưa phát huy tính đồng bộ và hiệu quả của các bộ phận cấu thành của một Sở giao dịch hàng hóa như, cụ thể: tổ chức hoạt động của Sàn giao dịch điện tử; hỗ trợ hoạt động gửi hàng thông qua hệ thống chứng chỉ kho hàng chưa được coi trọng; bộ phận nghiên cứu, tìm hiểu nhu cầu thị trường chưa đưa ra được các sản phẩm giao dịch đủ hấp dẫn các thành phần thị trường tham gia.

Sau quá trình nghiên cứu, Luận án đã giải quyết được những vấn đề cụ thể như sau:

- Đã hệ thống hoá cơ sở lý thuyết về Sở giao dịch hàng hóa, bao gồm: khái niệm, mô hình tổ chức và vai trò của Sở giao dịch hàng hóa; chỉ ra sự khác biệt mang tính đặc điểm giữa mua bán qua Sở giao dịch hàng hóa so với mua bán hàng hoá thông thường; tổng quát hoá các điều kiện đảm bảo sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa.

- Về cơ sở lý luận, Luận án đã chỉ ra những điều kiện còn thiếu, chưa đảm bảo để phát triển Sở giao dịch hàng hóa trong một nền kinh tế chuyển đổi đó là điều kiện liên kết, liên thông với thị trường nước ngoài. Trong bối cảnh toàn cầu hoá, hội nhập kinh tế quốc tế, không chỉ thị trường những mặt hàng giao dịch trên Sở giao dịch hàng hóa bị tác động mạnh mà cả những hợp đồng giao dịch phái sinh đang hiện hữu

trên thị trường quốc tế. Do vậy, yếu tố liên kết, liên thông với nước ngoài được chỉ ra có tác động đến sự phát triển của Sở giao dịch hàng hóa.

- Đã đưa ra những bài học kinh nghiệm trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại các quốc gia đảm bảo tính đa dạng và phù hợp với Việt Nam, cụ thể: kinh nghiệm của Hoa Kỳ là nước có lịch sử phát triển Sở giao dịch hàng hóa lâu đời; học tập kinh nghiệm của Trung Quốc có nhiều tương đồng đặc điểm về môi trường chính trị, mô hình phát triển kinh tế; đối với Malaysia là quốc gia có thế mạnh về mặt hàng giao dịch là dầu cọ tương tự như Việt Nam có thế mạnh về cà phê Robusta.

- Đã phân tích, đánh giá thực trạng cơ sở thực tiễn phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam bao gồm điều kiện bảo đảm phát triển và thực trạng tổ chức hoạt động của các Sở giao dịch hàng hóa. Đây là cơ sở để Luận án đưa ra nhận định về mức độ phát triển và cơ sở thực tiễn cho phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam trong thời gian tới.

- Đã đưa ra được dự báo về bối cảnh tác động của bối cảnh thế giới và xu hướng phát triển kinh tế của Việt Nam đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa của Việt Nam. Đồng thời, trên cơ sở quan điểm phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, Luận án đã đưa ra các giải pháp tương đối đồng bộ và kiến nghị được đề xuất có tính khả thi, giúp các cơ quan quản lý nhà nước và các Sở giao dịch hàng hóa thực thi trong thời gian tới nhằm đáp ứng yêu cầu khách quan để xây dựng thành công loại hình kinh tế này trong thời gian tới. Một số kiến nghị cụ thể đối với từng lĩnh vực, từng cơ quan cũng được đưa ra nhằm tạo ra một hệ thống các giải pháp toàn diện từ vi mô đến vĩ mô góp phần phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam trong thời gian tới để mang lại hiệu quả chung cho nền kinh tế.

Mặc dù tác giả đã cố gắng, tập trung hết sức trong quá trình nghiên cứu, tuy nhiên, Luận án vẫn không thể tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót. Do vậy, khi thời gian cho phép, số liệu hoạt động giao dịch hàng hóa phái sinh tại Việt Nam đủ dài, tác giả sẽ có nhiều cơ hội xử lý những vấn đề hạn chế có tính “khoảng trống” trong nghiên cứu trong thời gian tới. Tác giả rất mong nhận được những đóng góp quý báu của các nhà khoa học, nhà quản lý và các độc giả quan tâm đến lĩnh vực Sở giao dịch hàng hóa để có thể học hỏi và hoàn thiện đề tài nghiên cứu.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. B. Wade Brorsen, N'Zue F. Fofana (2001), 'Success and Failure of Agricultural Futures Contracts. Journal of Agribusiness', Fall 2001: tr. 129-145.
2. Bảo Trung (2009), Phát triển thể chế giao dịch nông sản ở Việt Nam, Luận án Tiến sỹ, Đại học Kinh tế Hồ Chí Minh.
3. Belozertsev, A., Rutten, L., & Hollinger, F. (2011). Commodity exchanges in Europe and Central Asia. FAO.
4. Black, G.D (1986), 'Success and Failure of Futures Contracts: Theory and Empirical Evidence', Monograph Series in Finance and Economics.
5. Bộ Công Thương (2017), Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2017, Hà Nội.
6. Bộ Công Thương (2009), Thông tư số 03/2009/TT-BCT hướng dẫn hồ sơ, trình tự, thủ tục cấp giấy phép thành lập và quy định chế độ báo cáo của sở giao dịch hàng hóa, Hà Nội.
7. Bộ Công Thương (2013), Thông tư số 38/2013/TT-BCT quy định về giải pháp công nghệ và yêu cầu kỹ thuật trong hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở Giao dịch hàng hóa, Hà Nội.
8. Bollman, G., Thompson (2003), 'What killed the diammonium phosphate futures contract?', Review of Agricultural Economics, 25: tr. 483-505.
9. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2006), Nghị định số 158/2006/NĐ-CP ngày 28/12/2006 về quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá qua SGDHH, Hà Nội.
10. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2013), Nghị định số 185/2013/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Hà Nội.
11. Chordia, T., Roll, R., & Subrahmanyam, A. (2000). Market Liquidity and Trading Activity Journal of Finance, 56(2), 501 - 503.
12. Corkish. (1997). The determinants of successful financial innovation: an empirical analysis of futures innovation on LIFFE. Bank of England.
13. Cục Chế biến Thương mại Nông Lâm Thủy sản và Nghề muối (2014), "Báo cáo tình hình sản xuất, chế biến, tiêu thụ cà phê", Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.

14. Cục Chế biến Thương mại Nông Lâm Thủy sản và Nghề muối (2014), “Báo cáo tình hình sản xuất, tiêu thụ ngành hàng hồ tiêu”, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.
15. Deutsche Borse Group (2008), ‘The Global Derivatitves Market- An Introduction’. White Paper, 28 May 2008.
16. Dalian Commodity Exchange (2014), ‘Rules and Regulations Of Dalian Commodity Exchange’, Dailian.
17. Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2013), “Báo cáo Công nghệ thông tin toàn cầu”.
18. Đỗ Hà Nam (2016), Diện mạo xuất khẩu nông sản 5 năm tới, wesbsite: <http://www.baomoi.com/dien-mao-xuat-khau-nong-san-5-namtoi/c/18353031.epi>.
19. Đỗ Trọng Hiếu (2013), “Nghiên cứu về mô hình quản lý của Trung Quốc đối với hoạt động mua bán hàng hoá qua SGDHH nước ngoài và thực trạng phát triển, hoạt động của SGDHH Trịnh Châu - Trung Quốc”, Bộ Công Thương, Hà Nội.
20. FAO Investment Centre (2011), 'Commodity exchanges in Europe and Central Asia A means for management of price risk', Report No. 5, Rome, Italy
21. Garcia, Leuthold (2004), Implied Transaction Costs in Agricultural Futures Markets.
22. Gideon Onumah (2009), 'Promoting Agricultural Commodity Exchanges in Ghana and Nigeria: A Review Report', UNCTAD, Geneva, Switzerland.
23. Gray, R (1966), ‘Why does futures trading succeed or fail: an analysis of selected commodities in Futures Trading Seminar’.
24. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam. (2016), "Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2015", Hà Nội.
25. Hồ Thúy Ngọc, Đào Trung Kiên (2013), “Nghiên cứu kinh nghiệm luật các nước về SGDHH”, Bộ Công Thương, Hà Nội.
26. Hollinger, F., Rutton, L. & Kiriakov K. (2009), 'The use of warehouse receipt finance in agriculture in transition countries', FAO, Rome, Italy.
27. Hull, J.C (1998), ‘Introduction to Futures and Options markets’, Prentice Hall.
28. Hull, J.C (2009), ‘Options, futures, and other derivatives’, 7 ed, Pearson education international.
29. Ian Coxhead và các cộng sự. (2010), “Thúc đẩy tăng năng suất nông nghiệp và thu nhập nông thôn tại Việt Nam: bài học kinh nghiệm từ khu vực”, Báo cáo số 7, Quỹ châu Á.

30. Japan (2009), 'Commodity Futures and Exchange Act'.
31. Jayne, T.S., D. Mather, and E Mghenyi (2006), 'Smallholder farming under increasingly difficult circumstances: Policy and public investment priorities for Africa', Michigan State University International Development: Michigan State University.
32. Leonela Santana-Boado. (2011), 'Seminar on sharing experiences in IDB countries: UNCTAD's role in the area of Commodity Exchanges', Special Unit on Commodity, UNCTAD, Ankara, Turkey.
33. Liên minh Viễn thông Quốc tế (2013), "Báo cáo đánh giá về xã hội thông tin".
34. Morgan, C.W (2000), 'Commodity Futures Markets in LDCs: A Review and Prospects', Centre for Research in Economic Development and International Trade, University of Nottingham.
35. Nguyễn Hữu Quỳnh (1998), "Đại Từ điển Kinh tế thị trường", Viện Nghiên cứu và Phổ biến tri thức bách khoa, Hà Nội.
36. Lê Huy Khôi (2012), Nghiên cứu các sàn giao dịch hàng hóa nông sản trên thế giới và kiến nghị các điều kiện áp dụng vào Việt Nam, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội.
37. Nguyễn Lương Thanh (2009), "Sự hình thành thị trường hàng hóa giao sau cho một số nông sản ở Việt Nam", Đại học Khoa học xã hội và nhân văn.
38. Nguyễn Minh Sơn (2010), "Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế", LATS, Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
39. Nguyễn Thị Yến (2011), Pháp luật điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hoá qua SGDHH ở Việt Nam, Luận án Tiến Sĩ, Đại học Luật Hà Nội.
40. Nguyễn Văn Nam (2004), Nghiên cứu điều kiện hình thành sàn giao dịch nông sản tại Việt Nam, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội.
41. Nguyễn Văn Sơn (2013), "Bàn về việc hoàn thiện chuỗi cung ứng gạo xuất khẩu của Việt Nam, Hậu cần vận tải hàng hải Việt Nam năm 2013", tham luận trình bày tại Hội thảo Hậu cần vận tải hàng hải Việt Nam năm 2013, Thành phố Hồ Chí Minh.
42. Nordier, A (2013). The Role of a Warehouse Receipt System: A Case Study of The Malawian Agricultural Commodity Exchange (Msc Agricultural Economics), Petorial, South Afica.
43. Quốc Hội nước CHXHCN Việt Nam (2005), "Luật Thương mại 2005", Hà Nội.
44. Rena S. Miller (2013), 'The Commodity Futures Trading Commission: Background and Current Issues', Analyst in Financial Economics.

45. Rena S. Miller (2013), 'The Commodity Futures Trading Commission: Background and Current Issues', Analyst in Financial Economics.
46. SGDHH Việt Nam (2011), “Tiêu chuẩn hàng hoá giao dịch tại SGDHH Việt Nam”, SGDHH Việt Nam, Thành phố Hồ Chí Minh.
47. SGDHH Việt Nam (2012), “Báo cáo hoạt động của SGDHH Việt Nam năm 2011”, SGDHH Việt Nam, Thành phố Hồ Chí Minh.
48. SGDHH Việt Nam (2012), “Hướng dẫn nghiệp vụ giao dịch hàng hoá phái sinh trong Giới thiệu kiến thức giao dịch hàng hoá qua SGDHH Việt Nam”, Thành phố Hồ Chí Minh.
49. Shahidur Rashid, A.W.-N, Philip Garcia (2010), ‘Purpose and Potential for Commodity Exchanges in African Economies’, International Food Policy Research.
50. Shim, E. (2006). Success Factors of Agricultural Futures Markets in Developing Countries and Their Implication on Existing and New Local Exchanges in Developing Countries. TUFTS
51. Sitko, N.J. and T.S. Jayne (2011), ‘Constraints to the Development of Commodity Exchanges in Africa: A Case Study of ZAMACE’.
52. Tashijan, E. (1995). Optimal Futures Contract Design. Quarterly Review of Economics and Finance.
53. The United States of American (2012), ‘Commodity exchange act’, W. Kluwer, Editor, Washington DC.
54. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2013), “Đề án tái cơ cấu trong nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững”, Hà Nội.
55. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2013), “Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn”, Hà Nội.
56. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2013), “Quyết định số 68/2013/QĐ-TTg về Chính sách hỗ trợ giảm tổn thất trong nông nghiệp”, Hà Nội.
57. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2015), “Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Hà Nội.
58. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam. (2015), “Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics trên địa bàn cả nước đến 2020, định hướng đến năm 2030”, Hà Nội.
59. Trần Công Thắng (2015), “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị trong ngành lúa gạo và thịt lợn”, Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn, Hà Nội.
60. Trung Kiên (2016), "Tăng cường chế biến sâu hàng nông sản", website: <http://tnnn.hoinongdan.org.vn/sitepages/news/1093/41196/can-tang-cuong-che-bien-sau-hang-nong-san>.

61. Trung tâm giao dịch Cà phê Ban Mê Thuột (2011, 2012, 2013), “Báo cáo đánh giá tình hình hoạt động năm 2011, 2012, 2013”, Đắk Lắk.
62. Trung tâm giao dịch Cà phê Ban Mê Thuột. (2013), “Sàn giao dịch Cà phê, hàng hoá nông sản tại Việt Nam - Điều kiện phát triển”, Đắk Lắk.
63. Trung tâm giao dịch Cà phê Ban Mê Thuột. (2013), “Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột - Hoạt động, định hướng phát triển và các kiến nghị giải pháp”, Đắk Lắk.
64. Trung tâm thông tin-tư liệu. (2012), "Thay đổi mô hình tăng trưởng", Viện Quản lý kinh tế trung ương, Hà Nội
65. UNCTAD (2009), ‘Development Impacts of Commodity Exchanges in Emerging Markets’, New York and Geneva.
66. Ủy Ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk (2014), “Đề án thành lập Công ty cổ phần trên cơ sở chuyển đổi Trung tâm giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột”, Đắk Lắk.
67. Viện chiến lược phát triển (2011), "Chiến lược phát triển kinh tế giai đoạn 2011-2020", Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hà Nội.
68. Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2013), “Báo cáo thường niên ngành hồ tiêu Việt Nam năm 2013 và triển vọng năm 2014”, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.
69. Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2013), “Báo cáo tổng hợp nghiên cứu Chính sách về Chương trình Phát triển cây cao su ở các tỉnh miền núi phía Bắc”, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.
70. Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2014), “Báo cáo ngành cao su thiên nhiên năm 2014 và triển vọng 2015”, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.
71. Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2014), “Triển vọng ngành hàng Cà phê Việt Nam năm 2014/2015”, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hà Nội.
72. Viện nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (2016), "Dự báo kinh tế-xã hội Việt Nam giai đoạn 2016-2020", Bài thảo luận chính sách CS 09, Đại học Kinh tế, Đại học quốc gia Hà Nội, Hà Nội
73. Vụ Pháp chế - Bộ Công Thương (2013), “Báo cáo kết quả khảo sát tại Malaysia”, Hà Nội.
74. WFE(World Federation of exchanges- WFE) (2015), “Derivatives market survey 2014”, (trích dẫn: WFE 2015)
75. World Bank và Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2016), "Việt Nam 2035 Hướng tới Thịnh vượng, Sáng tạo, Công bằng và Dân chủ",.
76. World Economic Forum (2016), 'The Global Competitiveness Report', 2016-2017, Geneva

Phụ lục 1**DANH SÁCH DOANH NGHIỆP THAM GIA ĐIỀU TRA**

STT	Doanh nghiệp	Địa chỉ
1	Chi nhánh Cty SX-XNK Tổng hợp Hà Nội	43D/27 Hồ Văn Huê, P9, Q. Phú Nhuận, Tp Hồ Chí Minh
2	Công ty CP Kinh Bắc	115 Hùng Vương, Khu 11, Thị trấn Di Linh, Lâm Đồng
3	Công ty TNHH NN MTV XNK&ĐT Hà Nội	41 Ngô Quyền, P. Hàng Bài, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
4	Doanh nghiệp tư nhân TM Minh Bình	Thôn 6A, Xã Hoà An, H. Krong păk, Đắk Lắk
5	Tổng Công ty Cà phê Việt Nam	240 Nguyễn Đình Chính, P11, Q. Phú Nhuận, Tp Hồ Chí Minh
6	Công ty cổ phần XNK An Phúc Đắk Nông	KCN Tâm Thắng, H. Cư Jut, Đắk Nông
7	Công ty TNHH MTV TM Cà phê Phương Vy	181/43/5A, Phan Đăng Lưu, P1, Q. Phú Nhuận, Tp Hồ Chí Minh
8	Doanh nghiệp tư nhân Hoàng Nhung	Thôn 6, Lộc An, Bảo Lâm, Lâm Đồng
9	Công ty cổ phần Thanh Bình	KP8, P. Long Bình, Tp Biên Hoà, Đồng Nai
10	Công ty cổ phần ĐT XNK Đắk Lắk	228, Hoàng Diệu, Tp Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk
11	Công ty CP Tập Đoàn Thái Hoà Việt Nam	352 đường Giải phóng, P. Phương Liệt, Q. Thanh Xuân, Hà Nội
12	Công ty thực phẩm Miền Bắc	122 Định Công, Q. Hoàng Mai, Hà Nội
13	Công ty TNHH Tư vấn ĐT An Vạn Phát	E16, KP1, P. Bửu Long, Tp. Biên Hoà, Đồng Nai
14	Công ty CP XNK Intimex	61 Nguyễn Văn Giai, P.Đakao, Q1, Tp Hồ Chí Minh
15	Công ty TNHH Song Hải	Thôn Tân Hiệp, Xã Tân Văn, H. Lâm Hà, Lâm Đồng
16	Công ty CP Á Châu Tài Nguyên	Số 37 Hoàng Văn Thụ, P15, Q. Phú Nhuận, Tp Hồ Chí Minh
17	Doanh nghiệp tư nhân Loan Bằng	283 Nguyễn Huệ, Thị trấn Đăk Đoa, Huyện Đăk Đoa, Gia Lai
18	Công ty CP Vật tư DV Nông Lâm Nghiệp Kon Tum	302 Phan Đình Phùng, T. Kon Tum, Kon Tum
19	Công ty TNHH Anh Minh	L7-L8 Ngô Quyền, Tp. Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk
20	Công ty Cà phê Phước An	Km26, QL 26, H KrongPak, Đắk Lắk
21	Công ty TNHH SXTMXDDV VT Minh Chí	52A, Đồng Xoài, P13, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
22	Công ty CP XNK Cà phê Đức Nguyên	Km13- QL 27, H. Kronganna, Đắk Lắk
23	Công ty CP ĐT TM Bông Sợi Việt	Lầu 10, số 10 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Q1, Tp Hồ Chí Minh
24	Công ty TNHH Dệt Hà Nam	Xã Châu Sơn, TP Phủ Lý, Hà Nam
25	Công ty TNHH Diễm Phúc	666, ấp Bình Phước, xã Bình Khánh, H. Cần Giò, Tp Hồ Chí Minh

26	Công ty TNHH MTV XNK 2/9 Đaklak	23, Đường Ngô Quyền, P. Thắng Lợi, Tp. Buôn Ma Thuột
27	Công ty TNHH Thái Hoà- Quảng Trị	Cụm CN, TT. Lao Bảo, H. Hướng Hoá, Quảng Trị
28	Công ty TNHH MTV KD Nông sản Tín Nghĩa	Km (1+900), QL 51, P. Long Bình Tân, TP Biên Hoà, Đồng Nai
29	Công ty TNHH Louis Dreyfus commodities Việt Nam	Loô A11, Khu CN Trà Đa, Tp. Pleiku, Gia Lai
30	Công ty TNHH TM Nam Nguyệt	Thôn 2, Xã Eatu, H. Cư Kuin, Đắk Lắk
31	Công ty CP ĐT TM Hồng Phúc	Lầu 8, Số 68 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Q1, Tp Hồ Chí Minh
32	Công ty TNHH Trường Ngân	Lầu 2, P 23, 121 Nguyễn Bình Khiêm, P. Đakao, Q1, Tp Hồ Chí Minh
33	Doanh nghiệp tư nhân TM Thanh Quang	Thôn Đoàn Kết, Xã Eamut, H Eakar, Đắk Lắk
34	Công ty TNHH Ngọc Hùng	Số 156, Đường Giải Phóng, TT EaDrang, H. EaHleo, Đắk Lắk
35	Công ty TNHH Ánh Dương	Km 14, QL 14, Cuor Dang, Cụm Gar, Đắk Lắk
36	Chi nhánh Cty TNHH Tân Thuận Gia Lai	Số 13, ngõ 200, Phố An Đa, Q. Ngô Quyền, Hải Phòng
37	Công ty TNHH MTV TCT Tín Nghĩa	96, Hà Huy Giáp, P.Quyết Thắng, Tp. Biên Hoà, Đồng Nai
38	Công ty TNHH SX TM Lê Hà Việt	19/4 Lam Sơn, P 5, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
39	Công ty CP XNK Intimex Tai Mỹ Phước	Lô đất D-8E-CN Mỹ Phước 3, H. Bến Cát, Bình Dương
40	Công ty CP ĐT&XNK Cà phê Tây Nguyên	Km7, QL 27, xã Hoà Thắng, Tp. Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk
41	Công ty TNHH SXTM&DV Duy Tân	456 KP Nguyễn Trãi, TT Lái Thiêu, H. Thuận An, Bình Dương
42	Công ty TNHH SX &TM Cát Quế	Đội 1, xã Cát Quế, H. Hoài Đức, Hà Nội
43	Công ty TNHH Cát An Thịnh	65 Hoà Hưng, P 12, Q.10, Tp Hồ Chí Minh
44	Công ty CP Cà phê An Giang	Đường số 4, KCN Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai
45	Công ty CP DV Thuận Phát	43/10 Phan Xích Long, P3, Q. Phú Nhuận, Tp.Hồ Chí Minh
46	Công ty CP TM Địa ốc Việt	Số 35 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
47	Công ty TNHH Hoàng Đạt	ĐT 741, Ấp 2, Xã Tiến Hưng, TX Đồng Xoài, Bình Phước
48	Công ty TNHH MTV Huy và Anh em	258/1 Điện Biên Phủ, P7, Q3, Tp Hồ Chí Minh
49	Công ty TNHH Vĩnh Hiệp	404 Lê Duẩn, P Thắng Lợi, Pleiku, Gia Lai

50	Công ty TNHH TMDV SX Hàng hoá Phương Đông	485/28/19 Quang Trung, P10, Q. Gò Vấp, Tp. Hồ Chí Minh
51	Công ty TNHH MTV Hữu Thịnh	128 Huỳnh Thúc Kháng, Tp Pleiku, Gia Lai
52	Công ty TNHH Thịnh Hào	5/4 An Hiệp, Liên Hiệp, Đức Trọng, Lâm Đồng
53	Công ty TNHH TM DV An Mỹ	68 Nguyễn Văn Cừ, P. Lộc Sơn, Tp. Bảo Lộc, Lâm Đồng
54	Công ty TNHH MTV Hoàng Lê	Số 1, Đoàn Thị Điểm, P.Diên Hồng, Pleiku, Gia Lai
55	Doanh nghiệp tư nhân Thái Bình	439 Lê Duẩn, Tp Pleiku, Gia Lai
56	Doanh nghiệp tư nhân Đức Quang	Số 15 Vạn Kiếp, P 8, Tp. Đà Lạt, Lâm Đồng
57	Công ty TNHH Hải Thành	Thôn Liên Trung, xã Tân Hà, H. Lâm Hà, Lâm Đồng
58	Công ty CP C.M.L	45 Nguyễn Trọng Lợi, P 4, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
59	Doanh nghiệp tư nhân thơm lịch	Thôn Liên Trung, xã Tân Hà, H. Lâm Hà, Lâm Đồng
60	Doanh nghiệp tư nhân Ngọc Thúy	Thôn 3, xã Lộc An, H. Bảo Lâm, Lâm Đồng
61	Công ty TNHH MTV TM Hưng Phúc Gia Thành	155 Huỳnh Văn Bánh, P12, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
62	Công ty TNHH TMDV Nam Hoà Lợi	740/6 Sư Vạn Hạnh, P12, Q10, Tp. Hồ Chí Minh
63	Công ty TNHH Cà phê Hoàng Thiên	Thôn 8, xã Tân Châu, Huyện Di Linh, Lâm Đồng
64	Công ty TNHH TMDV Nông sản Bắc Hà	23/4 đường D2, Cư xá Văn Thánh Bắc, P 25, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
65	Công ty TNHH MTV Gia Vị Hương Việt	TK 17/8, Nguyễn Cảnh Chân, P. Cầu Kho, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
66	Công ty CP Kho vận Petec	63 Đào Duy Anh, P 9, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
67	Công ty CP ĐT&XNK An Phong Đăk Nông	Thôn 10, xã Quảng Tín, Huyện Đăk R'láp, Đăk Nông
68	Công ty CP Môi giới TM Châu Á	số 193 Đinh Tiên Hoàng, P. Đakao, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
69	Công ty CP Thương Phú	Km19, Thôn Cọp, xã Hướng Phùng, H. Hướng Hoá, Quảng Trị
70	Doanh nghiệp tư nhân Thủy Dương Thịnh	Thôn Đức Hà, xã Tân Văn, H. Lâm Hà, Lâm Đồng
71	Công ty CP XNK Nam Phong	109 Cộng hoà, P12, Q.Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
72	Công ty TNHH Quốc tế Song Hỷ Gia Lai	114 A Trường Chinh, Pleiku, Gia Lai
73	Công ty TNHH Nguyên hương Vina	Số A26, đường Trần Lê, P 4, Tp. Đà Lạt, Lâm Đồng
74	Công ty TNHH TM Hoàng Dũng	737 Lê Hồng Phong, P12, Q 10, Tp. Hồ Chí Minh

75	Công ty TNHH Hoa Sen	174/13 Điện Biên Phủ, P17, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
76	Công ty TNHH TMQT Tài Nguyên Việt	Lầu 3, Số 26, Trần Quý Khoách, P. Tân Định, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
77	Công ty TNHH MTV Trường Anh	Km8, tỉnh lộ 7, Vĩnh Long, Vĩnh Linh, Quảng Trị
78	Công ty TNHH TM Ánh Sáng	41A, Nguyễn Phi Khanh, P. Tân Định, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
79	Công ty TNHH MTV XNK Phú An	67 Lê Trung Nghĩa, P12, Q.Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
80	Công ty CP Chế biến thực phẩm Hoàng Long	37 Lê Hồng Phong, Tp. Vinh, Nghệ An
81	Doanh nghiệp tư nhân Hồng Thanh	Cầu số 4, ấp Đồng Sến, xã Định An, H. Dầu Tiếng, Bình Dương
82	Công ty TNHH TM VIC	Cụm CN Vĩnh Nhiệm, Hải Phòng
83	Công ty TNHH TM DTK	P 1A, T7, Số 9 Đào Duy Anh, Q. Đống Đa, Hà Nội
84	Công ty TNHH An Phú Linh	Số 94A, Ngõ Quan Nhân, Trung Hoà, Cầu Giấy, Hà Nội
85	Công ty CP TM&DV Miền Núi	317, đường Trần Hưng Đạo, xã Sù Ngòi, Tp. Hoà Bình
86	Công ty CP Vinacommodities	tầng 3, khách sạn Sofitel Plaza Hà Nội, số 1, đường Thanh Niên, Hà Nội
87	Công ty CP QMC	Số 434 Trần Khát Chân, P. Phố Huế, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
88	Doanh nghiệp tư nhân thực phẩm Đức Việt	365 Đường Nam Dư, P. Trần Phú, Q. Hoàng Mai, Hà Nội
89	Công ty CP Phát triển Công nghệ Nông Thôn	Xã Lạc Hồng, Huyện Văn Lâm, Hưng Yên
90	Công ty TNHH Nông sản Việt Mỹ	Số 15, Lô D1, KĐT M Đại Kim, Định Công, Hoàng Mai, Hà Nội
91	Công ty CP SXKD XNK Lam Sơn Thái Bình	Cụm CN Đông La, Đông Hưng, Thái Bình
92	Công ty TNHH Phú Đạt	Cụm CN Đông La, Đông Hưng, Thái Bình
93	Công ty TNHH SX&TM Bình Nguyên	Xóm Đoàn Kết, thôn Đàn Viên, Cao Viên, Thanh Oai, Hà Nội
94	Công ty TNHH BF Commodities	Số 1/31/189 Hoàng Hoa Thám, Ba Đình, Hà Nội
95	Công ty CP Phát triển Nhân lực & TM Việt Nam	Tầng 6, TTTM Vinaconex, số 8, Quang Trung, Hà Đông, Hà Nội
96	Công ty TNHH SX TM & ĐT Anh Dũng	Số 42, tổ 48, P. Nghĩa Tân, Q. Cầu Giấy, Hà Nội
97	Công ty CP SNC	Phòng 2001, Tòa nhà 101 Láng Hạ, Hà Nội

98	Công ty TNHH Vật Liệu điện Thiên Phong	Số 3, E6, ngõ 4, Phương Mai, Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
99	Công ty TNHH TM&ĐT Gia Kim	573/2 Sư Vạn Hạnh, P12, Q10, Tp. Hồ Chí Minh
100	Công ty Tập đoàn KS&TM VQB	26 Nguyễn Văn Ngọc, Q. Ba Đình, Hà Nội
101	Công ty TNHH Tân Việt Hà	12, Tổ 47, Nguyễn Chí Thanh, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, Hà Nội
102	Công ty CP Khoáng sản Đông Dương	P 1102, Toà nhà HAREC, 4A Láng Hạ, Hà Nội
103	TCT Khoáng sản Vinacomin-Cty TNHH MTV	562 đường Nguyễn Văn Cừ, P.Gia Thụy, Q. Long Biên, Hà Nội
104	Công ty CP Kim loại màu Ngọc Sơn	Số nhà 12, Lô 6, KĐT Đền Lừ 1, P. Hoàng Văn Thụ, Q. Hoàng Mai, Hà Nội
105	Công ty CP khoáng sản C&T	P1805B, Hà Thành Plaza, 102 Thái Thịnh, Hà Nội
106	Công ty TNHH Sao Kim	32 Trần Nhân Trung, P13, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
107	Công ty CP ĐT&DV XNK Miền Bắc	Thôn Đồng Nhân, xã Hải Bối, Đông Anh, Hà Nội
108	Công ty TNHH Đông Vũ	Nhà số 10, Khu BT II, Bắc Linh Đàm, Đại Kim, Hà Nội
109	Công ty CP TM&ĐT Tương lai	126, Nguyễn Thị Minh Khai, P6, Q3, Tp. Hồ Chí Minh
110	Công ty TNHH MTV Minh Đào	21F/1 Phan Bội, Tổ 11, P. An Hải Bắc, Q. Sơn Trà, Tp Đà Nẵng
111	Công ty CP Nam Vàng	652 Nguyễn Văn Cừ, P.Gia Thụy, Q. Long Biên, Tp. Hà Nội
112	Công ty CP V&M	15, đường Ngọc Hồi, P. Hoàng Liệt, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
113	Công ty TNHH SX&TM Hoàng Đăng	8, Nguyễn Đức Cảnh, P. Tương Mai, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
114	Công ty TNHH Xuân Lộc Thọ	362 Trần Khát Chân, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
115	Công ty TNHH XNK Vật liệu mới&Thiết bị công nghiệp Việt Nam	P302, T3, Toà nhà Thăng Long, 105 Láng Hạ, Hà Nội
116	Công ty TNHH G-H	56, Lô A, Tổ 100, Hoàng Cầu, Hà Nội
117	Công ty CP Kim loại Việt Nam	100 Nguyễn Du, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội
118	Công ty CP TM&ĐT Bách Việt	90 Thân Nhân Trung, P13, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
119	Công ty TNHH Hoá chất Ngọc Việt	89, Ngõ Hoà Bình, Khâm Thiên, Hà Nội
120	Công ty TNHH XNK EVA	KCN Gia LỄ, xã Đông Mỗ, Tp. Thái Nguyên
121	Công ty CP ĐT&PT Thiên Nam	KCN Đồng An, H. Thuận An, Bình Dương

122	Công ty TNHH AP Commodities	P0.36, Lầu 4, Centec Tower, 72-74 Nguyễn Thị Mi, P6, Q 3, Hồ Chí Minh
123	Công ty CP lọc hoá dầu Nam Việt	Cao ốc YOCO, 41 Nguyễn T Minh Khai, P.Bến Nghé, Q1, Tp. Hồ Chí Minh
124	Công ty thép Việt Tiến	38, Đức Giang, Long Biên, Hà Nội
125	Công ty XNK Cường Anh	131, Ngõ 2, Khương Trung, Q.Thanh Xuân, Hà Nội
126	Công ty TNHH Hoa Nguyên	Làng A, xã Gào, Tp. Pleiku, Gia Lai
127	Công ty TNHH TM Nam Nguyệt	Thôn 2, EaKtur, CuwKuin, Đắk Lắk
128	Công Ty cổ phần Thanh Bình	Khu phố 8, P.Long Bình, Tp Biên Hòa, Đồng Nai
129	Công ty TNHH thương mại Trúc Tâm	197-199 Trần Hưng Đạo, Tx.Buôn Hồ, Đắk Lắk
130	Công ty cổ phần cà phê An Giang	Đường số 4, KCN Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai
131	Doanh nghiệp TN SX-TM-DV Thiên Thành Phát	Thôn 4, xã Krông Buk, Huyện Krông Pak, Đắk Lắk
132	Công ty cổ phần JOC Việt Nam	25/125 Trung kính, Trung Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội
133	Công ty TNHH Olam	Lô C6, Khu tiểu thủ công nghiệp, Tp.Buôn ma Thuột
134	Công ty TNHH cà phê Vĩnh An	32, Xô Viết Nghệ Tĩnh, P.19, quận Bình Thạnh, Tp.Hồ Chí Minh
135	Công ty Amajaro Việt Nam	Số 6, KCN Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai
136	Công ty Cổ phần Bông Vải & KDTH Miền Đông	Đường số 9, KCN Biên Hòa I, Tp.Biên Hòa, Đồng Nai
137	Công ty CP hỗ trợ PT CN DETECH	15B Phạm Hùng, Mỹ Đình, Từ Liêm, Hà Nội
138	Công ty TNHH MTV Cao su Krông Buk	Xã Ea Hồ, Huyện Krông Năng, Đắk Lắk
139	Công ty TNHH MTV Cao su Phú Riêng	xã Phú Riêng, huyện Phú Riêng, tỉnh Bình Phước
140	Công ty TNHH MTV Cao su Bình Long	QL 13, Phường Hưng Chiến, TX Bình Long, tỉnh Bình Phước
141	Công ty CP Cao su Đồng Phú	Xã Thuận Phú, Huyện Đồng Phú, Tỉnh Bình Phước
142	Công ty TNHH MTV Cao su Lộc Ninh	Khu phố Ninh Thuận, thị trấn Lộc Ninh, huyện Lộc Ninh, tỉnh Bình Phước
143	Công ty TNHH MTV Cao su Dầu Tiếng	khu phố 2, thị trấn Dầu Tiếng, huyện Dầu Tiếng, tỉnh Bình Dương
144	Công ty CP Cao su Phước Hòa	Xã Phước Hòa – Huyện Phú Giáo – Tỉnh Bình Dương
145	Công ty CP Cao su Tây Ninh	Xã Hiệp Thạnh, Huyện Gò Dầu, Tỉnh Tây Ninh
146	Công ty CP Cao su Tân Biên	Tô 2, Ấp Thạnh Phú, Xã Tân Hiệp, Huyện Tân Châu, Tỉnh Tây Ninh
147	Công ty TNHH MTV tổng công ty Cao Su Đồng Nai	Ấp Trung Tâm - Xã Xuân Lập - Thị Xã Long Khánh - Tỉnh Đồng Nai
148	Công ty CP Cao su Bà Rịa	Quốc lộ 56, xã Bình Ba, huyện Châu Đức, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu

149	Công ty TNHH MTV Cao su Bình Thuận	KP9, TT Đức Tài, huyện Đức Linh, tỉnh Bình Thuận
150	Công ty CP Thép SAMCHAI	Số 152 Nguyễn Sỹ Sách, Phường 15, Q.Tân Bình, TPHCM
151	Công ty TNHH TM CB Thực Phẩm Tiên Du	354/15, Lý Thường Kiệt, P.14, Q.10, Tp. Hồ Chí Minh
152	Công ty TNHH MTVSX-TM Đông Phương	2516B Ba Tơ, P7, Q.8, Tp. Hồ Chí Minh

Phục lục 2

DANH SÁCH CHUYÊN GIA THAM GIA PHÒNG VẤN

STT	Họ và tên	Chức vụ, nơi công tác
1	Võ Văn Quyền	Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương
2	Dương Duy Hưng	Vụ trưởng Vụ Kế hoạch, Bộ Công Thương
3	Phạm Đình Thường	Phó Vụ trưởng Vụ Pháp chế, Bộ Công Thương
4	Nguyễn Phương Dung	Trưởng phòng, Phòng Quản lý hoạt động Sở giao dịch hàng hóa, Bộ Công Thương
5	Phan Hữu Việt Đức	Phó Trưởng phòng, Phòng Quản lý hoạt động Sở giao dịch hàng hóa, Bộ Công Thương
6	Đình Văn Thành	PGS.Tiến sỹ Kinh tế, Viện Nghiên cứu Thương mại, Bộ Công Thương
7	Nguyễn Huy Khôi	Tiến sỹ Kinh tế, Viện Nghiên cứu Thương mại, Bộ Công Thương
8	Đình Xuân Cường	Tiến sỹ, Phó Chủ nhiệm Khoa Tài chính- Ngân hàng, Đại học Quốc gia Hà Nội
9	Phạm Hữu Thìn	Tiến sỹ, Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương
10	Nguyễn Duy Phương	Tổng giám đốc Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam
11	Võ Thanh Châu	Giám đốc Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột

**BẢNG HỎI PHỎNG VẤN CHUYÊN GIA,
LÃNH ĐẠO SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
VIỆN THƯƠNG MẠI VÀ KINH TẾ QUỐC TẾ

**ĐỀ TÀI: NGHIÊN CỨU CƠ SỞ KHOA HỌC PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH
HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM**

BẢNG PHỎNG VẤN

Tôi là: Đỗ Trọng Hiếu, đang là Nghiên cứu sinh khóa 33 của trường Đại học Kinh tế quốc dân. Hiện tôi đang thực hiện nghiên cứu đề tài: Nghiên cứu cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam. Trong nội dung của đề tài, tôi muốn tìm hiểu về tình hình hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam trong thời gian qua, những nhận định về các yếu tố tác động để qua đó có những giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh và phát triển Sở giao dịch hàng hoá trong thời gian tới.

Tôi rất mong Ông/Bà dành khoảng 30-45 phút quý báu để trao đổi một số vấn đề về phát triển Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam. Kết quả của buổi trao đổi sẽ giúp tôi hoàn thành được phần nội dung quan trọng trong luận án tiến sỹ của mình. Xin trân trọng cảm ơn!

Tất cả thông tin trong phiếu điều tra này sẽ chỉ sử dụng vào mục đích nghiên cứu trong khuôn khổ nội dung của luận án tiến sỹ của tôi. Tôi cam kết không công khai cụ thể các thông tin mà anh chị cung cấp và không sử dụng kết quả của bài phỏng vấn vào mục đích nào khác.

THÔNG TIN CHUNG:

1. Tên doanh nghiệp (hoặc cá nhân):
2. Địa chỉ:
3. Số điện thoại/Fax:
4. Họ và tên người trả lời:
5. Chức vụ:
6. Số điện thoại.....Địa chỉ email:

I. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA SỞ GIAO DỊCH HÀNG HOÁ

1. Theo Ông/Bà, Sở giao dịch hàng hoá cần thiết có các bộ phận chức năng nào sau đây?

- Sàn giao dịch hàng hoá
- Trung tâm thanh toán bù trừ
- Trung tâm giao nhận hàng hoá
- Thành viên kinh doanh/thành viên môi giới

Ngoài ra, Sở giao dịch hàng hoá cần thêm bộ phận nào để hoàn thiện mô hình Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam hay không?

Nếu có, xin cho biết cụ thể.....

2. Sản phẩm của Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam cần chú trọng hoạt động có hiệu quả và phát triển trong thời gian tới.

- Giao ngay
- Kỳ hạn
- Tương lai
- Quyền chọn

Ông/Bà có đề xuất thêm một số sản phẩm khác hay không?

Nếu có, xin cho biết cụ thể.....

3. Khó khăn của Sở giao dịch hàng hoá gặp phải trong thời gian vừa qua có phải là các yếu tố dưới đây không?

- Môi trường pháp lý và kinh tế
- Mặt hàng giao dịch
- Sản phẩm cung cấp của Sở giao dịch hàng hoá
- Cơ sở vật chất, kỹ thuật

Khách hàng

Ngoài ra, Ông/Bà thấy còn yếu tố nào cần bổ sung.....

4. Ông/Bà nhận định về phương hướng phát triển Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam trong thời gian tới

.....
.....

.....

.....

.....

.....

.....

II. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ PHÁT TRIỂN CỦA SỞ GIAO DỊCH HÀNG HÓA

1. Ông/Bà đánh giá **Sở giao dịch hàng hóa** tại Việt Nam đang phát triển ở mức độ nào?

- Hoàn toàn chưa hình thành
- Đã hình thành và đang phát triển ở mức thấp
- Phát triển mức trung bình
- Phát triển mức cao

2. Ông/Bà vui lòng **lý giải** rõ hơn về câu trả lời trên:

3. Ông/Bà đánh giá **mức độ quan trọng** của các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam?

Các yếu tố	Rất quan trọng Bình thường Không quan trọng				
	1	2	3	4	5
Năng lực Sở giao dịch hàng hoá/Ngân hàng cung cấp dịch vụ	1	2	3	4	5
Nhu cầu sử dụng của các khách hàng	1	2	3	4	5
Sự phát triển của thị trường hàng hoá cơ sở	1	2	3	4	5
Sự đa dạng sản phẩm hàng hoá phái sinh	1	2	3	4	5
Sự ổn định kinh tế (ổn định lãi suất, lạm phát, tốc độ tăng trưởng kinh tế)	1	2	3	4	5
Điều kiện về cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật, các phần mềm chuyên dụng	1	2	3	4	5
Cơ sở pháp lý điều chỉnh giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam	1	2	3	4	5

Hoạt động quảng bá, thông tin cho khách hàng về sản phẩm hàng hoá phái sinh	1	2	3	4	5
Khác:					

Ông/Bà tin vào **khả năng phát triển** của Sở giao dịch hàng hóa tại Việt Nam

- Rất tin tưởng
- Tin tưởng
- Không tin tưởng lắm
- Vẫn còn hoài nghi
- Hoàn toàn không tin tưởng

Ông/Bà vui lòng lý giải rõ hơn về câu trả lời trên:

Để có thể phát triển Sở giao dịch hàng hóa ở Việt Nam, Ông/Bà có đề xuất/kiến nghị gì?

PHIẾU KHẢO SÁT
DÀNH CHO CÁC DOANH NGHIỆP THAM GIA GIAO DỊCH HÀNG HOÁ
PHÁI SINH

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
VIỆN THƯƠNG MẠI VÀ KINH TẾ QUỐC TẾ

ĐỀ TÀI: NGHIÊN CỨU CƠ SỞ KHOA HỌC PHÁT TRIỂN SỞ GIAO DỊCH
HÀNG HOÁ TẠI VIỆT NAM

PHIẾU KHẢO SÁT

Tôi là: Đỗ Trọng Hiếu, đang là Nghiên cứu sinh khóa 33 của trường Đại học Kinh tế quốc dân. Hiện tôi đang thực hiện nghiên cứu đề tài: Nghiên cứu cơ sở khoa học phát triển Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam. Trong nội dung của đề tài, tôi muốn tìm hiểu về tình hình hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam trong thời gian qua, những nhận định về các yếu tố tác động để qua đó có những giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động giao dịch hàng hoá phái sinh và phát triển Sở giao dịch hàng hoá trong thời gian tới.

Tôi rất mong Anh/Chị dành khoảng 10-15 phút quý báu để trả lời vào phiếu khảo sát. Kết quả các phiếu khảo sát sẽ giúp tôi hoàn thành được phần nội dung quan trọng trong luận án tiến sỹ của mình. Xin trân trọng cảm ơn!

Tất cả thông tin trong phiếu điều tra này sẽ chỉ sử dụng vào mục đích nghiên cứu trong khuôn khổ nội dung của luận án tiến sỹ của tôi. Tôi cam kết không công khai cụ thể các thông tin mà anh chị cung cấp và không sử dụng kết quả của phiếu khảo sát vào mục đích nào khác.

THÔNG TIN CHUNG:

7. Tên doanh nghiệp (hoặc cá nhân):

8. Địa chỉ:

9. Số điện thoại/Fax:

10. Họ và tên người trả lời:

11. Chức vụ:

12. Số điện thoại.....Địa chỉ email:

I. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ PHÁI SINH

1. Lĩnh vực **kinh doanh chủ yếu**:

- Sản xuất
- Mua bán hàng hoá
- Xuất nhập khẩu
- Đầu tư tài chính
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):

2. Anh/chị **đã từng sử dụng** nghiệp vụ phái sinh hàng hoá?

- chưa sử dụng
- đã sử dụng

3. **Mức độ hiểu biết** của doanh nghiệp anh/chị về các giao dịch hàng hoá phái sinh:

- Hiểu rất rõ
- Hiểu rõ
- Bình thường
- Không hiểu lắm
- Hoàn toàn không hiểu

4. **Mục đích tham gia** giao dịch hàng hoá phái sinh là gì

- Đầu tư tài chính
- Hạn chế rủi ro khi giá biến động
- Mua bán hàng hoá thật
- Khác.....

5. Anh/chị **sử dụng** các công cụ hàng hoá phái sinh nào?

- Kỳ hạn
- Tương lai
- Quyền chọn
- Hoán đổi
- Khác:

6. **Hàng hóa giao dịch** của doanh nghiệp là gì?

- cà phê
- cao su
- thép
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):

7. Anh/chị đã thực hiện giao dịch hàng hoá phái sinh với **đối tác** nào?

- Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam
- Sở giao dịch hàng hoá tại nước ngoài (thông qua ngân hàng trong nước)
- Ngân hàng của Việt Nam
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):

8. Anh/chị **quyết định tham gia** giao dịch hàng hoá phái sinh là do:

- Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam thuyết phục
- Được ngân hàng tư vấn
- Tự nhận thức được lợi ích khi tham gia giao dịch
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):.....

9. Anh/ chị đạt được **hiệu quả khi tham gia** giao dịch hàng hoá phái sinh không?

- Đạt hiệu quả cao
- Bình thường
- Không hiệu quả
- Khác.....

10. Những **khó khăn** khi thực hiện giao dịch hàng hoá phái sinh:

a. *Khó khăn từ bản thân:*

- Chưa nắm rõ các nghiệp vụ giao dịch hàng hoá phái sinh
- Chưa nhận thức đầy đủ lợi ích và rủi ro khi giao dịch hàng hoá phái sinh
- Thiếu thông tin về thị trường hàng hoá vật chất
- Không có nhu cầu giao dịch hàng hoá vật chất
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):
-
-
-

b. *Khó khăn từ các đối tượng liên quan:*

- Không có nhiều lựa chọn về sản phẩm
- Thủ tục tiến hành giao dịch phức tạp
- Ngân hàng/Sở giao dịch hàng hoá chưa quan tâm đến hoạt động quảng bá sản phẩm hàng hoá phái sinh
- Ngân hàng/Sở giao dịch hàng hoá cung cấp không có chính sách/kế hoạch cụ thể về phát triển giao dịch hàng hoá phái sinh
- Khác (xin vui lòng ghi rõ):
-
-
-
-

II. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG

1. Anh/chị đánh giá **thị trường** giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam đang ở mức độ nào?

- Hoàn toàn chưa hình thành
- Đã hình thành và đang phát triển ở mức thấp
- Phát triển mức trung bình
- Phát triển mức cao

2. Anh/chị vui lòng **lý giải** rõ hơn về câu trả lời trên:

3. Anh/chị đánh giá **mức độ quan trọng** của các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường hàng hoá phái sinh tại Việt Nam?

Các yếu tố	Rất quan trọng Bình thường Không quan trọng				
	1	2	3	4	5
Năng lực Sở giao dịch hàng hoá/Ngân hàng cung cấp dịch vụ	1	2	3	4	5
Nhu cầu sử dụng của các khách hàng	1	2	3	4	5
Sự phát triển của thị trường hàng hoá cơ sở	1	2	3	4	5
Sự đa dạng sản phẩm hàng hoá phái sinh	1	2	3	4	5
Sự ổn định kinh tế (ổn định lãi suất, lạm phát, tốc độ tăng trưởng kinh tế)	1	2	3	4	5
Điều kiện về cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật, các phần mềm chuyên dụng	1	2	3	4	5
Cơ sở pháp lý điều chỉnh giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam	1	2	3	4	5
Hoạt động quảng bá, thông tin cho khách hàng về sản phẩm hàng hoá phái sinh	1	2	3	4	5
Khác:					

4. Anh/chị tin vào **khả năng phát triển** của các giao dịch phái sinh tại Việt Nam

Rất tin tưởng

Tin tưởng

Không tin tưởng lắm

Hoàn toàn không tin tưởng

Anh/chị vui lòng lý giải rõ hơn về câu trả lời trên:

.....

Để có thể phát triển thị trường phái sinh ở Việt Nam, anh/chị có đề xuất/kiến nghị gì?.....

.....

KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÁC DOANH NGHIỆP GIAO DỊCH HÀNG HOÁ PHÁI SINH TẠI VIỆT NAM

1. Mặt hàng và lĩnh vực Doanh nghiệp có giao dịch hàng hoá phái sinh

Mặt hàng	Lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp					
	DN Sản xuất	Mua bán hàng hoá	Xuất nhập khẩu	Đầu tư tài chính	Khác	Tổng
Cà phê	12	16	30	66	2	126
Cao su	2	10	12	70	1	95
Thép	2	3	3	11	1	20
Khác	0	8	24	64	2	98
Tổng	16	37	69	211	6	339

2. Kênh giao dịch hàng hoá phái sinh tại Việt Nam

Đơn vị tổ chức giao dịch hàng hoá phái sinh	Lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp					
	DN Sản xuất	Mua bán HH	Xuất nhập khẩu	Đầu tư tài chính	Khác	Tổng
SGDHH Việt Nam	8	9	17	23	0	57
SGDHH nước ngoài	5	8	22	21	0	56
Ngân hàng Việt Nam	10	16	23	37	0	86
Khác	0	0	4	3	2	9
Tổng	2	33	66	84	2	208

3. Đánh giá các yếu tố tác động đến sự phát triển thị trường giao dịch hàng hoá phái sinh

STT	Yếu tố	Mức độ đánh giá theo thang điểm từ 1 đến 5				
		1	2	3	4	5
1	Năng lực đơn vị cung cấp SPHHPS	77	48	19	7	1
2	Nhu cầu của khách hàng	44	51	33	20	4
3	Sự phát triển thị trường hàng hoá cơ sở	35	44	38	26	9
4	Sự đa dạng SPHHPS	51	38	34	22	7
5	Sự ổn định kinh tế vĩ mô	46	41	33	26	6
6	Điều kiện cơ sở vật chất - kỹ thuật	36	45	46	19	6
7	Cơ sở pháp lý điều chỉnh giao dịch HHPS	35	38	34	29	16
8	Hoạt động quảng bá, thông tin về SPHHPS	23	33	45	33	18
	Tổng	348	340	285	186	72

4. Hiệu quả giao dịch của doanh nghiệp qua Sở giao dịch hàng hoá

STT	Mức độ	Số DN
1	Đạt hiệu quả cao	25
2	Bình thường	24
3	Không hiệu quả	19
4	Khác	0

5. Đánh giá của doanh nghiệp về sự phát triển của Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam

STT	Mức độ phát triển	Số DN
1	Chưa có	3
2	Thấp	34
3	Trung bình	26
4	Cao	5

6. Những khó khăn của doanh nghiệp để giao dịch hàng hoá phái sinh

STT	Yếu tố khó khăn từ doanh nghiệp	Số DN
1	Nghiệp vụ chưa nắm rõ	21
2	Nhận thức chưa rõ lợi ích và rủi ro	8
3	Thông tin thị trường thiếu	33
4	Nhu cầu hàng hoá không có	7
5	Khác	12

7. Những khó khăn từ đối tượng liên quan khi giao dịch hàng hoá phái sinh

STT	Yếu tố khó khăn từ bên ngoài	Số DN
1	Sản phẩm không đa dạng	35
2	Thủ tục giao dịch phức tạp	27
3	Sản phẩm không được quảng bá	16
4	Chính sách sản phẩm không cụ thể	25
5	Khác	4

8. Đánh giá yếu tố tác động đến phát triển Sở giao dịch hàng hoá tại Việt Nam

STT	Yếu tố	Đánh giá theo thang điểm từ 1 đến 5 về mức độ quan trọng của các yếu tố				
		1	2	3	4	5
1	Năng lực đơn vị cung cấp SPHHPS	77	48	19	7	1
2	Nhu cầu của khách hàng	44	51	33	20	4
3	Sự phát triển thị trường hàng hoá cơ sở	35	44	38	26	9
4	Sự đa dạng SPHHPS	51	38	34	22	7
5	Sự ổn định kinh tế vĩ mô	46	41	33	26	6
6	Điều kiện cơ sở vật chất - kỹ thuật	36	45	46	19	6
7	Cơ sở pháp lý điều chỉnh giao dịch HHPS	35	38	34	29	16
8	Hoạt động quảng bá, thông tin về SPHHPS	23	33	45	33	18
	Tổng	348	340	285	186	72