

XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG – GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÀ NÂNG CAO THU NHẬP NÔNG HỘ

Hồ Thị Minh Hợp

1. KHÁI QUÁT CHUNG

“Làm gì để tăng thu nhập cho nông hộ?” là câu hỏi được đặt ra và cũng là một thách thức lớn đối với hầu hết mọi quốc gia. Câu hỏi này càng trở nên thách thức hơn đối với Việt Nam, một đất nước mà đối tượng nông dân chiếm trên 60% tổng dân số với hơn 53% lực lượng lao động trực tiếp tham gia vào sản xuất nông nghiệp trong bối cảnh nền nông nghiệp phát triển với tình trạng đơn lẻ, chưa hình thành được khu vực sản xuất hàng hoá, thiếu cơ sở hạ tầng, thiếu một mạng lưới đồng bộ và ổn định về hệ thống cung - cầu của thị trường.

Để tăng thu nhập, người nông dân cần một hệ thống giải pháp đồng bộ về chính sách phát triển, chính sách đầu tư, tổ chức sản xuất, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật và chính sách hỗ trợ nguồn vốn từ chính phủ, chính sách tiêu thụ sản phẩm. Tuy nhiên, trước hết bản thân mỗi nông hộ đều cần phải tự phát huy năng lực vốn có nhằm tăng diện tích đất, mở rộng quy mô sản xuất, khai thác phù hợp và tối đa mọi nguồn lực từ đất đai, tăng năng suất cây trồng, vật nuôi, chuyển hướng sang những sản phẩm nông nghiệp có giá trị, đa dạng hoá nguồn thu nhập. Dù vậy, với điều kiện về hiện trạng phát triển hiện nay của nông nghiệp, nông thôn Việt Nam, thị trường và xâm nhập thị trường là một trong những vấn đề hạn chế nhất để người nông dân có thể tiếp cận nhằm khai thác đem lại lợi ích cho họ.

Thị trường là một trong những yếu tố quan trọng cơ bản trong chiến lược sinh kế của hầu hết các hộ nông dân, bất kể giàu hay nghèo. Thị trường là nơi mà người sản xuất nói chung và người nông dân nói riêng mua các loại vật tư đầu vào và bán ra sản phẩm cây trồng, vật nuôi họ sản xuất được. Thị trường cũng là nơi mà người tiêu dùng mua lương thực, thực phẩm thiết yếu và các loại hàng hóa khác phục vụ cho cuộc sống của gia đình. Riêng trong nông nghiệp, mục tiêu của sản phẩm nông sản được sản xuất ra là đến được tay người tiêu dùng thông qua thương mại hoá. Và như vậy, thị trường được xem như một bước đi trung gian, để chuyển tải hàng hoá từ nhà sản xuất (ở đây là nông dân), trực tiếp hoặc gián tiếp, tới người tiêu dùng cuối cùng. Vì vậy, rất nhiều nông dân đã nhận ra rằng một trong những nguyên nhân làm cho bản thân nông hộ khó có thể cải thiện và nâng cao mức sống đó là họ phải đối mặt với một điều cực kỳ khó khăn: xâm nhập thị trường.

Ở những vùng nông thôn dân cư thưa thớt, vùng sâu, vùng xa cho thấy những khó khăn về cơ sở vật chất để nông dân có thể xâm nhập thị trường. Những trở ngại về phương tiện lưu thông, phương tiện liên lạc, hệ thống thông tin thị trường, phát triển tự phát, giới hạn trong kinh doanh và kỹ năng thương lượng, thiếu một tổ chức để có thể nâng cao sức mạnh thương lượng, mặc cả đã hạn chế khả năng tiếp cận thị trường của nông dân Việt Nam.

Để nâng cao khả năng xâm nhập thị trường cho nông dân, bên cạnh các giải pháp phát triển về cơ sở hạ tầng, hệ thống thông tin liên lạc, đào tạo nâng cao trình độ, xây dựng

khung pháp chế đầy đủ, hoàn thiện thì việc hình thành và phát triển nhóm nông hộ sản xuất, nâng cao mối liên kết giữa nhóm nông hộ với cơ sở thu mua, chế biến, công ty kinh doanh vật tư đầu vào thông qua hợp đồng tiêu thụ sản phẩm được xem là giải pháp tối ưu để có thể nâng cao sức cạnh tranh, nâng cao khả năng tiếp cận thị trường nhằm đem lại lợi ích trong sản xuất kinh doanh của người nông dân, cải thiện thu nhập nông hộ, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập và phát triển nông nghiệp Việt Nam hiện nay.

2. THU NHẬP NÔNG HỘ VÀ GIẢI PHÁP CHUNG

2.1 Tại sao phải tăng thu nhập nông hộ?

Sau hơn 20 năm thực hiện chính sách đổi mới, mở cửa nền kinh tế, mặc dù đã và đang đạt được nhiều thành tựu vượt bậc, được đánh giá như một con hổ trẻ đầy tiềm năng và sức sống trong phát triển kinh tế, Việt Nam vẫn là một trong những nước nghèo của thế giới với thu nhập bình quân đầu người trên 700.000đồng/tháng, tương ứng 620USD/năm. Con số này thấp hơn nhiều so với các nước đang phát triển trong cùng khu vực như Indonesia (1.280USD), Philippines (1.320USD) và Thái Lan (2.720USD).

Bảng 1. Cơ cấu thu nhập của hộ gia đình trong khu vực nông thôn*

Đơn vị tính: ngàn đồng

		Nguồn thu nhập								
		Tiền lương, tiền công	Nông nghiệp	Lâm nghiệp	Thủy sản	Công nghiệp	Xây dựng	Thương nghiệp	Dịch vụ	Khác
Nông thôn	378,09	98,14	132,53	6,05	19,99	20,43	1,45	30,45	14,45	54,60
%	100	25,96	35,05	1,60	5,29	5,40	0,38	8,05	3,82	14,45

*Thu nhập bình quân 1 nhân khẩu 1 tháng

Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

Số liệu bảng 1 cho thấy:

- Thu nhập bình quân đầu người sống trong khu vực nông thôn là 378.090đồng/tháng, bằng 48% mức thu nhập bình quân cả nước và chỉ cao hơn chuẩn nghèo của khu vực nông thôn 178.000 đồng, và 138.090 đồng của chuẩn nghèo ở khu vực thành thị;
- Thu nhập từ nông nghiệp của các gia đình trong khu vực nông thôn vẫn đóng vai trò quan trọng với hơn 35% trong tổng thu nhập của gia đình.

Các kết quả điều tra thống kê được thực hiện đã phản ánh rằng các hộ nghèo chủ yếu là nông dân tập trung ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, các dân tộc ít người, chiếm 90% tổng số hộ nghèo cả nước (Mai Ngọc Anh, 2006).

Như vậy, đối với một nước nghèo có hơn 60% dân số sống trong khu vực nông thôn, và hơn 53% lực lượng lao động hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, tăng thu nhập cho nông dân đồng nghĩa với việc tăng thu nhập cho xã hội. Tăng thu nhập cho nông dân là

một trong những điều kiện và yêu cầu tiên quyết của chính sách phát triển đất nước và là giải pháp cho phát triển bền vững trong thời điểm hiện nay.

2.2 Các giải pháp chung để tăng thu nhập nông hộ

Trong thời gian qua, sự tăng trưởng kinh tế mạnh của đất nước, thương mại nông nghiệp mà đặc biệt là xuất khẩu các mặt hàng nông nghiệp đã đem lại nhiều giá trị cao cho thu nhập quốc dân. Tuy nhiên nông nghiệp nông thôn Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều khó khăn thách thức mà đặc biệt là thu nhập của người nông dân vẫn còn thấp, chưa tương xứng với giá trị đích thực vốn có của nó.

Sự kiện Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới đầu năm 2007 đã và đang tác động mạnh đến tình hình sản xuất của nông nghiệp Việt Nam. Trong đó, nông dân là đối tượng chịu ảnh hưởng nhất theo cả hai chiều hướng tích cực và tiêu cực do việc cắt bỏ bảo hộ nông nghiệp trong thời gian ngắn nhằm đảm bảo những cam kết và thỏa thuận khi gia nhập WTO.

Để hạn chế những tác động tiêu cực nhằm nâng cao khả năng sản xuất và cải thiện thu nhập cho nông dân, cần thực hiện nhóm giải pháp sau:

Nhóm giải pháp tầm vĩ mô

Việc điều chỉnh chính sách hỗ trợ trực tiếp cho người sản xuất, tạo điều kiện cho nông dân phản ứng nhanh nhạy có hiệu quả, chính phủ cần chú trọng các chính sách về:

- *Chính sách đất đai:* Hiện nay, diện tích đất dành cho sản xuất nông nghiệp tính theo bình quân nông hộ là cực kỳ thấp. Phần đông các hộ nông dân ở Việt Nam có diện tích đất canh tác thấp hơn 1 ha, điều này đã hạn chế khả năng đầu tư thâm canh, đầu tư kỹ thuật tạo điều kiện khai thác tối đa nguồn lực đất đai. Bên cạnh đó, quá trình đô thị hoá diễn ra nhanh chóng đã khiến cho diện tích đất nông nghiệp ngày càng bị thu hẹp. Vì vậy, chính sách đất đai cần tập trung việc quy hoạch ổn định quy mô quỹ đất và tích tụ ruộng đất để khai thác lợi thế theo quy mô.
- *Chính sách về đầu tư:* Đặc biệt chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn, giao thông tạo điều kiện cho sản phẩm làm ra đến được thị trường tiêu thụ, giảm chi phí vận chuyển, tăng giá bán và tăng thu nhập cho nông dân.
- *Chính sách tín dụng:* Vốn đầu tư cho sản xuất luôn là một trong những vấn đề cơ bản của nông dân. Không phải nông dân nào cũng có đủ khả năng về vốn để đầu tư cho sản xuất của gia đình. Vì vậy, việc hình thành một chính sách tín dụng hợp lý, sẽ hỗ trợ nông dân rất lớn trong việc quyết định sản xuất theo quy mô nhằm đem lại hiệu quả cao.
- *Chính sách về thị trường và marketing sản phẩm nông nghiệp:* đây là một trong những chính sách cơ bản nhằm hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hoá.

Nhóm giải pháp tầm nông hộ

- Mở rộng quy mô sản xuất: tăng diện tích đất đai, đầu tư thâm canh;
- Chuyển hướng sản xuất những sản phẩm có giá trị thương mại cao;

- Đa dạng hóa các nguồn thu nhập, đặc biệt là thu nhập phi nông nghiệp;
- Tiếp cận và xâm nhập thị trường làm tăng khả năng trao đổi hàng hóa.

3. GIẢI PHÁP XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

3.1 Tầm quan trọng của xâm nhập thị trường (Tại sao thị trường làm tăng khả năng phát triển?)

Thị trường: gồm có người bán và người mua với những điều kiện đảm bảo để có thể giao thiệp được với nhau. Thị trường không nhất thiết phải có một địa điểm cụ thể, cho dù một số người vẫn hiểu thị trường theo khía cạnh này, nghĩa là phải có thị trường hàng hoá. Thị trường có thể là ở tầm địa phương, khu vực, quốc gia hay quốc tế. Một yêu cầu duy nhất về sự tồn tại của thị trường là phải có luồng cung và cầu để xác định giá thị trường thông qua giao tiếp giữa người mua và người bán (Cramer, 1997).

Xâm nhập thị trường: là việc nông dân có đủ đầy đủ thông tin, tiềm lực xã hội, tài chính, vật chất để mua vật tư đầu vào và bán sản phẩm nông nghiệp làm ra ở các khu vực có lợi cho họ. Nghĩa là người nông dân có đủ nguồn lực để có thể giao thiệp với người bán vật tư đầu vào phục vụ cho quá trình sản xuất của nông hộ, đồng thời họ cũng có đủ khả năng để tiếp cận và đàm phán với các nhà cơ sở thu mua để bán sản phẩm họ làm ra ở một mức có lợi (Kleih, 1999). Điều đó cho thấy điều kiện cơ bản nhất để xâm nhập thị trường nông nghiệp là có sự tồn tại của cầu cho các loại sản phẩm tiềm năng từ khu vực nông thôn.

Như vậy hậu quả đem lại của việc thiếu khả năng xâm nhập thị trường là lượng sản phẩm giao dịch mua vào và bán ra thấp, không đúng đối tượng mà người nông dân cần mua hoặc bán, từ đó sẽ dẫn đến:

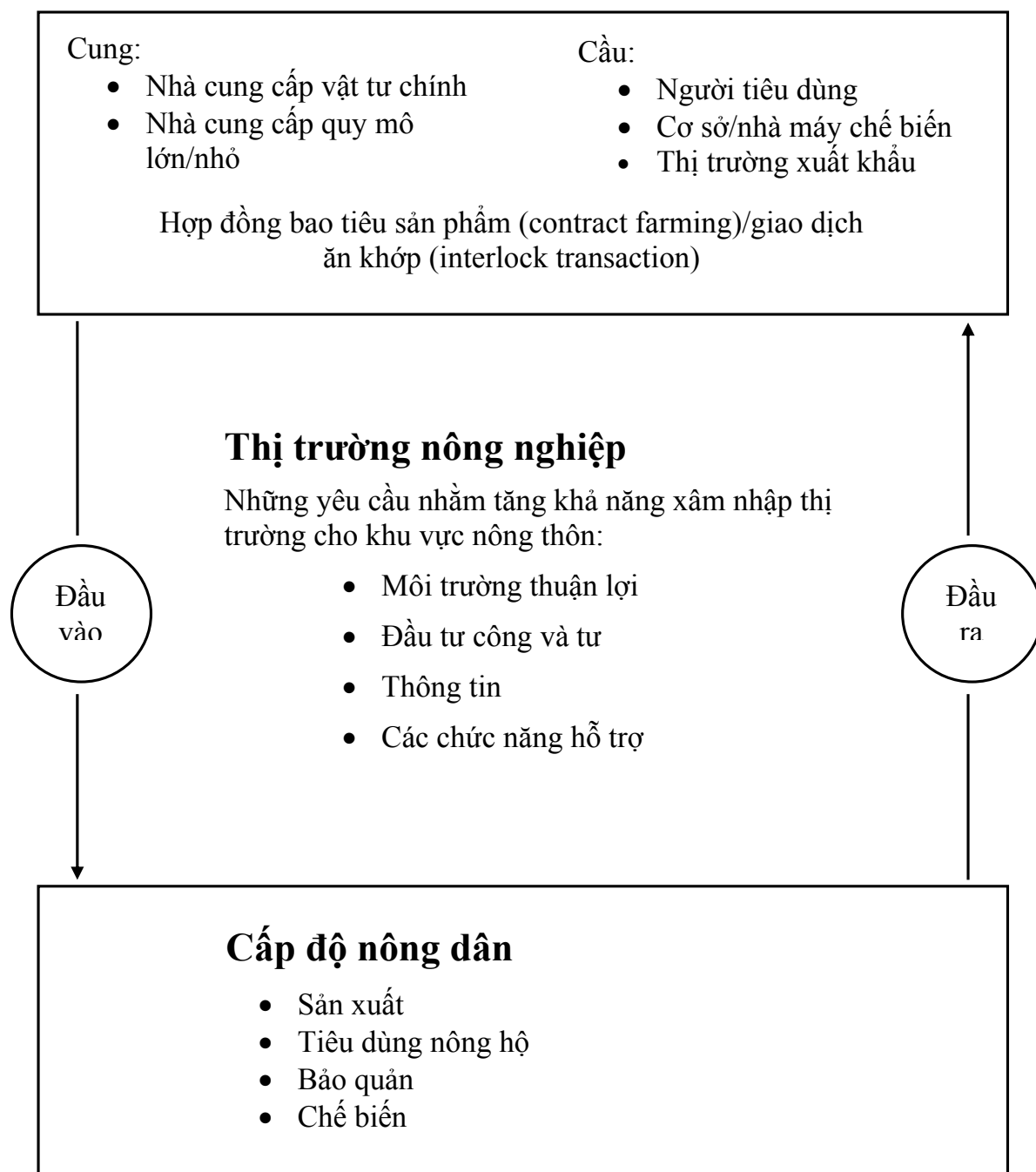
- Năng suất và sản lượng cây trồng vật nuôi thấp;
- Thu nhập nông hộ thấp;
- Nghèo đói, thiếu an toàn lương thực và khả năng tiếp cận với các dịch vụ cơ bản như y tế, giáo dục.

Hình 1 minh họa quy luật tự nhiên của dòng sản phẩm đầu vào và đầu ra, phương thức xâm nhập thị trường của nông dân và những yêu cầu cần phải được thực hiện nhằm nâng cao khả năng xâm nhập để nắm bắt cơ hội thị trường.

Hình 1 cho thấy:

- Xâm nhập thị trường không thể được thực hiện như một lĩnh vực đơn lẻ. Xâm nhập thị trường phải được nhìn nhận như một phần đầy đủ, trọn vẹn, không thể thiếu của hệ thống hàng hoá. Một mặt, người nông dân phải biết đâu là nơi họ bán sản phẩm trước khi bắt đầu hoạt động sản xuất. Mặt khác, nguồn cung đầy đủ, thích hợp và thoả đáng các khía cạnh chất lượng và số lượng là yêu cầu tiên quyết cho một hệ thống thị trường hiệu quả;
- Luồng cung và cầu về hàng hoá được trao đổi bằng các hợp đồng bao tiêu sản phẩm hoặc giao dịch ăn khớp giữa người mua (bên cầu) và người bán (bên cung) thông qua thị trường;

- Nâng cao sự liên kết giữa các mắt xích của hệ thống thị trường (chuỗi sản xuất), ở đây là nông dân và người kinh doanh, là một vấn đề cực kỳ quan trọng của xâm nhập thị trường. Bên cạnh đó, cải thiện hệ thống giao thông, luồng thông tin về sản phẩm, về thị trường là các yếu tố không thể thiếu nhằm đem có được sự liên kết hiệu quả và bền vững.



Hình 1. Quy luật lưu thông của đầu vào và đầu ra trong nông nghiệp với sự tham gia của nông dân

3.2 Trở ngại của nông dân khi xâm nhập thị trường

Toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại mang lại nhiều cơ hội để nông dân kết nối với thị trường nhưng đồng thời cũng đem lại nhiều rủi ro do tính cạnh tranh cao, dao động bất thường của giá cả, và về lâu dài sẽ làm giảm giá của các mặt hàng nông sản. Hơn nữa, nông dân sản xuất nhỏ không chỉ phải cạnh tranh với các đối thủ lớn có tiềm lực vốn, năng suất cao mà còn phải đối mặt với sự méo mó của thị trường do có sự can thiệp của nhà nước. Thị trường sẽ không tồn tại một giá danh nghĩa cố định. Thay vào đó, các mối quan hệ thương mại sẽ bị tác động bởi vô số người bán và người mua, và khi đó giá mua vật tư đầu vào và giá bán sản phẩm có sự thương thảo trong phạm vi rộng. Nông dân sống trong khu vực có điều kiện liên lạc tốt, chuyên sản xuất nông sản xuất khẩu sẽ có nhiều cơ hội do bối cảnh này mang lại. Tuy nhiên, phần lớn các đối tượng khác, đặc biệt là nông dân chuyên sản xuất nông sản cho các thị trường thiết yếu ở khu vực xa xôi, tiềm lực sinh thái nông nghiệp thấp sẽ phải đối mặt với nhiều khó khăn, đặc biệt là vấn đề xâm nhập thị trường xét trên ba trở ngại chính: phương tiện lưu thông kết nối thị trường, cơ cấu thị trường, và sự thiếu hụt về thông tin, tổ chức và kỹ năng của người sản xuất.

Phương tiện lưu thông kết nối thị trường (physical access to market): Khoảng cách đến thị trường, trong đó sự thiếu hụt phương tiện lưu thông dẫn đến thị trường, luôn là mối quan tâm trọng yếu để cộng đồng nông thôn thoát ra khỏi thế giới của những người nghèo. Sự thiếu hụt phương tiện lưu thông dẫn đến thị trường đã làm giảm khả năng của người sản xuất trong việc mua bán hàng hoá, và kết quả là chi phí vận chuyển và chi phí giao dịch tăng cao. Điều này dẫn đến việc hình thành các thị trường độc quyền, thiếu cạnh tranh. Chi phí vận chuyển cao cùng với trở ngại trong khâu bảo quản thường là nguyên nhân chính dẫn đến việc phụ nữ trong gia đình có xu hướng bán rau quả và nông sản dễ hư thối tại địa phương.

Xâm nhập thị trường khó khăn đã, đang và sẽ hạn chế cơ hội tăng thu nhập cho nông hộ. Khoảng cách xa xôi tới thị trường với sự kém phát triển của hệ thống giao thông làm giảm sự lựa chọn của nông dân mà kết quả là giới hạn cơ hội thị trường, giảm giá bán tại chỗ và chi phí vật tư đầu vào tăng. Ngược lại, phát triển cơ sở hạ tầng đóng vai trò hàng đầu trong việc hội nhập thị trường và làm cho hệ thống sản xuất hoạt động theo hướng hàng hoá hơn. Khi đó, xâm nhập thị trường đóng vai trò quyết định trong hệ thống sản xuất của nông hộ.

Cơ cấu thị trường (Market structure): Thị trường nông thôn được mô tả bởi các mối quan hệ không tương xứng giữa một bên là lượng lớn người sản xuất nhỏ/người tiêu dùng, với một bên là số ít đối tượng trung gian. Các mối quan hệ này được đánh giá là thiếu cạnh tranh, khó dự đoán, không ổn định và thiếu công bằng. Nông dân, những nhà sản xuất nhỏ thường gặp khó khăn trong tiếp cận thị trường và trở nên phụ thuộc vào thương lái, đối tượng đến tận địa phương để mua nông sản và bán vật tư đầu vào. Ở một số vùng sâu, vùng xa đi lại khó khăn, phần lớn thương lái không đến được và như vậy người sản xuất thường xuyên chỉ có cơ hội nhỏ cho thương lái đầu tiên tiếp cận được nông hộ. Điều này càng trở nên trầm trọng và bất lợi hơn cho nông dân khi thương lái vừa là người mua vừa là người cung cấp thông tin giá cả và các thông tin thị trường khác.

Hiện nay, ở một số nơi đã xuất hiện và phát triển nhanh hình thức bao tiêu sản phẩm (contract farming). Thông qua hình thức này người nông dân sản xuất nhỏ đã hình thành

nên một mối quan hệ thương mại quan trọng và chắc chắn hơn. Tuy nhiên, trong bối cảnh của sự độc quyền về năng lực chế biến, tín dụng, tiếp thị và kỹ thuật của các công ty kinh doanh nông sản, nông dân đã rơi vào mối quan hệ thương mại mà về cơ bản là thiếu công bằng. Nhiều kinh nghiệm thực tế cho thấy, một số trường hợp nông dân tham gia vào hợp đồng bao tiêu sản phẩm với công ty như người làm công thay vì là đối tác kinh doanh, và kết cục nông dân nhận được lượng thu nhập ròng thấp trong khi đó các công ty sẽ nhận được một lượng lớn giá trị cộng gộp do hợp đồng mang lại. Điều này tạo ra viễn cảnh của sự phát triển sản xuất mà không phát triển nông hộ.

Thiếu thông tin, tổ chức và kỹ năng của người sản xuất: Khi tham gia vào thị trường nông nghiệp, nhiều nông dân đã tự nhận thấy họ đang ở thế bất lợi. Rất nhiều nông dân thiếu hiểu biết về thị trường, về sự vận hành của thị trường và biến động giá cả; có ít thông tin về điều kiện thị trường, giá cả, yêu cầu chất lượng sản phẩm; thiếu một tổ chức thu mua mà thông qua đó họ có thể trao đổi ngang bằng với các đối tác lớn hơn, mạnh hơn; thiếu kinh nghiệm thương thảo trên thị trường và thiếu năng lực để có thể làm chủ và đủ khả năng tác động đến các điều kiện thương mại. Với việc thiếu năng lực, thiếu thông tin, không tổ chức, nông dân về cơ bản sẽ vừa không có kế hoạch cho một hệ thống sản xuất theo hướng hàng hoá vừa không thể đàm phán về giá bán và các điều kiện liên quan. Kết cục, sự thiếu kiến thức của nông dân làm cho họ luôn ở thế bị động hơn là chủ động trên thị trường, dễ dàng bị khai thác bởi các đối tác, và không nhận thấy hết giá trị sản phẩm làm ra.

Việc cung cấp thông tin thị trường về giá cả, chủng loại, chất lượng hàng hoá có thể giúp nông dân ra quyết định đúng đắn cho quá trình sản xuất của nông hộ và có được chiến lược phát triển sản xuất ổn định, hiệu quả. Các loại thông tin được cung cấp phải chú trọng đến thời gian, địa điểm cụ thể, chính xác, có giá trị và phải được chuyển tải bằng ngôn ngữ mà nông dân có thể hiểu được.

3.3 Giải pháp tăng khả năng xâm nhập thị trường của nông dân

Thực tế cho thấy rằng, ngay cả những nông dân ở vùng sâu, vùng xa, bằng cách này hay cách khác, đều có thể xâm nhập thị trường. Như vậy, vấn đề đặt ra không phải là kết nối nông dân với thị trường như thế nào mà là phải làm như thế nào để hỗ trợ nông dân tăng cao khả năng xâm nhập thị trường nhằm thu được nhiều lợi nhuận hơn.

Dựa trên các trở ngại như đã đề cập, bên cạnh việc hoàn thiện hệ thống thể chế và chính sách hỗ trợ liên quan ở cấp vĩ mô, các giải pháp sau được đề xuất để hỗ trợ nông dân xâm nhập thị trường tốt hơn:

Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và công nghệ: Cơ sở hạ tầng giao thông, liên lạc, và thị trường có vai trò quan trọng trong quá trình thu mua, trao đổi hàng hoá. Phát triển hệ thống giao thông vận tải có thể làm tăng lượng người tham gia vào thị trường, nhất là thương lái, đồng thời góp phần làm tăng khả năng cạnh tranh cho hàng nông sản của nông dân, đặc biệt là các mặt hàng dễ hư thối, hàng công kênh bằng việc giảm chi phí lưu thông trên đơn vị hàng hoá và giảm hư hao do rút ngắn thời gian vận chuyển. Bên cạnh đó, việc phát triển này còn giúp giảm chi phí sản xuất cho nông dân.

Động thái phát triển mạng lưới thương gia do sự phát triển cơ sở hạ tầng mang lại kết hợp với phát triển hệ thống tín dụng thương mại có thể làm tạo ra một môi trường nhiều tính cạnh tranh hơn, và đồng thời nâng cao vị thế thương thảo của nông dân.

Phát triển hệ thống thông tin liên lạc có thể làm tăng sức mạnh thương lượng của nông dân do giảm sai lệch thông tin hai chiều, giảm chi phí giao dịch và rủi ro do sai lệch thông tin mang lại.

Phát triển thiết bị công nghệ, đặc biệt là công nghệ sau thu hoạch nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm đặc biệt các mặt hàng xuất khẩu, đảm bảo yêu cầu về kỹ thuật là một trong những ưu tiên cơ bản để duy trì và tăng cao vị thế nông dân trong chuỗi sản xuất.

Phát triển hệ thống thông tin thị trường: Một hệ thống cung cấp thông tin thị trường hiệu quả có thể làm giảm chi phí giao dịch và góp phần giảm thiểu rủi ro sản xuất cho nông dân. Việc cung cấp thông tin chính xác, kịp thời, với những dự đoán, định hướng xu hướng tiêu dùng sẽ giúp nông dân quyết định chính xác quy mô sản xuất, chủng loại hàng hoá và thoả mãn các yêu cầu kỹ thuật liên quan. Thông tin về giá cả hàng hoá cũng giúp nông dân tăng khả năng mặc cả của chính họ trên thương trường.

Vấn đề đặt ra hiện nay là khả năng tiếp cận nguồn thông tin thị trường của nông dân còn hạn chế. Bên cạnh đó, việc tồn tại nhiều hệ thống thông tin độc lập, riêng lẻ, không chính thống đã tạo ra sự nhiễu tin mà nông dân khó có thể xác định được tính chính xác. Vì vậy, phương tiện truyền bá thông tin phải chú trọng đến khả năng tiếp nhận cao của nông dân, và thoả mãn được khối lượng lớn người có nhu cầu.

Phát triển các mối quan hệ thị trường theo chiều dọc: Quan điểm thương trường là chiến trường vẫn luôn luôn tồn tại. Tuy nhiên cải thiện và phát triển mối quan hệ giữa nông dân và đối tượng trung gian trong chuỗi giá trị sẽ phần nào làm giảm sự khắc nghiệt của cạnh tranh trên thương trường, làm chuyển hướng từ cạnh tranh để tồn tại thành cạnh tranh để phát triển.

Trong thị trường nông sản, mối quan hệ này được thể hiện bằng sự hợp tác giữa nông dân với thương lái; nông dân với nhà máy, cơ sở chế biến thông qua giao kèo hoặc hợp đồng sản xuất, tiêu thụ sản phẩm. Tuy nhiên, hình thức hợp đồng bao tiêu sản phẩm khó có thể thực hiện với các nông dân sản xuất nhỏ do khó thoả mãn các điều kiện về hợp đồng như tính pháp lý của ruộng đất mà họ sở hữu, diện tích canh tác tối thiểu, điều kiện về sức khoẻ người lao động. Ở một số trường hợp, trình độ học vấn và kinh nghiệm sản xuất là những hạn chế khó có thể vượt qua để ký kết hợp đồng giữa nông dân và đơn vị đối tác. Hơn nữa, các cơ sở thu mua chế biến thường muốn hợp tác với những người sản xuất lớn nhằm đảm bảo có được sản lượng đầu vào theo yêu cầu, giảm chi phí vận chuyển và chi phí quản lý đồng thời thuận tiện cho quá trình truy nguyên nguồn gốc sản phẩm khi cần. Như vậy, trong hình thức hợp tác này, từng nông dân đơn lẻ sẽ khó gặt hái thành công. Thay vào đó, sự kết hợp giữa nhóm sản xuất nông hộ với cơ sở sản xuất chế biến thông qua hợp đồng bao tiêu sản phẩm có thể làm tăng lợi nhuận cho cả hai phía đối tác, mà đặc biệt trên phương diện chi phí giao dịch giảm, trong đó nông dân chính là người hưởng lợi nhiều hơn từ việc tăng sức mạnh mặc cả và thương thảo của chính họ trong mối quan hệ này.

Hợp đồng bao tiêu sản phẩm giữa nhóm nông dân sản xuất và đơn vị thu mua có thể củng cố mối quan hệ thương mại nhằm đảm bảo sản lượng hàng hoá và tạo ra một môi trường sản xuất kinh doanh ổn định hơn cho những người nông dân sản xuất nhỏ (trên khía cạnh giá cả và sản lượng).

Hợp đồng bao tiêu sản phẩm có thể là một trong những phương thức hiệu quả giúp nông dân kết nối với thị trường bất kể sản phẩm họ làm ra phục vụ cho thị trường nội địa hay xuất khẩu. Tuy nhiên, thực tế cũng cho thấy: các loại hợp đồng này dường như không được phát triển nhiều ở thị trường của các nước đang phát triển do sự bất bình về giá cả và thiếu một khuôn khổ thể chế, pháp lý đi kèm để có thể ràng buộc hai bên thực hiện tốt nghĩa vụ hợp đồng.

Như vậy, hợp đồng bao tiêu sản phẩm chỉ có thể được vận hành được khi tồn tại một hệ thống pháp chế hoàn thiện, hợp lý, có hiệu quả để ngăn chặn những khả năng nhảy cảm của hợp đồng có thể xảy ra trong quá trình thực hiện, nhằm đảm bảo quyền lợi của hai bên ký kết. Bên cạnh đó, phát triển cơ sở hạ tầng về giao thông, liên lạc sẽ hỗ trợ cho người bán và người mua nhiều cơ hội gặp nhau hơn và phần nào làm cho mối quan hệ giữa hai bên đối tác diễn ra công bằng hơn.

Ký kết hợp đồng rất được các nhà quản lý khuyến khích phát triển do những lợi thế vốn có về mặt quản lý của hình thức này mang lại, trong đó đáng chú ý là việc kiểm soát được chất lượng hàng hoá, đảm bảo yêu cầu kỹ thuật khắt khe đối với những mặt hàng nông sản xuất khẩu.

Phát triển các mối quan hệ sản xuất theo chiều ngang (nhóm sản xuất nông hộ):

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại đang diễn ra trên thế giới, hội nhập kinh tế là hướng phát triển tất yếu của hầu hết tất cả các nền kinh tế trên toàn cầu, đặc biệt là các nước đang phát triển vốn có vai trò đóng góp lớn từ nông nghiệp. Quá trình hội nhập này sẽ kích thích các nền kinh tế phát triển sản xuất theo hướng hàng hoá. Để có thể phát triển nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hoá, thì mỗi bên tham gia trong chuỗi giá trị đều phải nâng cao năng lực và sức mạnh bằng cách hợp tác sản xuất để có thể đáp ứng được nhu cầu hiện tại.

Với bối cảnh đó, việc phát triển theo hướng đơn lẻ, cá nhân sẽ không mang lại kết quả lâu dài, bền vững, ngay cả đối với nông dân, đối tượng được cho là sản xuất độc lập, tự phát ở hầu hết các nước đang phát triển. Cách duy nhất để những nông dân sản xuất nhỏ có thể tham gia vào chuỗi giá trị một cách hiệu quả là phải phối hợp với nhau thành một khối tổ chức để tăng sức mạnh thương thảo trên thị trường, tăng khả năng đàm phán để mua sản phẩm đầu vào và bán sản phẩm đầu ra với giá hợp lý, đảm bảo quyền lợi của người họ.

Sản xuất theo hướng phối hợp lẫn nhau, hay còn gọi là nhóm sản xuất nông hộ, được xem như là một trong những chiến lược trọng yếu để nông dân nắm bắt và tận dụng các cơ hội kinh tế, cơ hội tham gia thị trường ở một tư thế mạnh hơn, ổn định và bền vững hơn. Việc hình thành các nhóm sản xuất này sẽ làm tăng khả năng thương lượng khi giao dịch mua bán của nông dân thông qua sự tăng trưởng về quy mô kinh tế và ứng dụng những dịch vụ mang tính định hướng thị trường như quản lý chất lượng sản phẩm, áp dụng tiến bộ kỹ thuật, cấp giấy chứng nhận hàng hoá, nhãn mác sản phẩm sản xuất ra.

Người nông dân tham gia vào nhóm có thể tăng sức mua để tiếp cận với những nguồn cung và thiết bị kỹ thuật tốt hơn, đồng thời thu được lợi nhuận cao hơn từ việc mở rộng quy mô sản xuất và nâng cao khả năng cạnh tranh theo nhóm.

Thông qua nhóm sản xuất, các thành viên có thể chia sẻ kinh nghiệm kỹ thuật, thông tin thị trường, khắc phục được bất lợi về quy mô sản xuất nhỏ, tăng năng suất lao động, giảm chi phí giao dịch và giảm chi phí sản xuất cho mỗi đơn vị sản phẩm đầu ra.

Một trong những nhân tố quyết định sự thành công của nhóm sản xuất này là khả năng tổ chức, lãnh đạo của thành viên trong nhóm. Việc hình thành nhóm dựa trên các yếu tố tương đồng về quyền lợi khi tham gia sẽ tác động lớn đến sự thành công của mô hình. Mỗi thành viên trong nhóm đều có những mối quan tâm giống và khác nhau, tuy nhiên khả năng hài hoà lợi ích này của lãnh đạo nhóm được xem như là chìa khoá cho sự thành công. Bên cạnh đó, việc tham gia thực sự của các thành viên và sự rõ ràng về quyền lợi cũng như nghĩa vụ của các bên tham gia sẽ góp phần làm tăng sức mạnh của nhóm.

3.3 Xâm nhập thị trường của nông dân Việt Nam

Khu vực nông nghiệp, nông thôn ở Việt Nam có vai trò quan trọng trong nền kinh tế của đất nước. Đây cũng là khu vực trọng điểm, quan trọng trong chiến lược giảm đói nghèo của quốc gia. Phát triển nông nghiệp đồng nghĩa với nâng cao đời sống người dân trong khu vực nông thôn, cải thiện điều kiện sống hiện tại. Tuy nhiên, tương tự như tình hình của hầu hết các nước đang phát triển, xâm nhập thị trường của nông dân Việt Nam vẫn còn hạn chế và là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng kém phát triển như hiện nay.

Yếu kém về cơ sở hạ tầng, phương tiện kết nối thị trường, hệ thống dịch vụ tín dụng, dịch vụ kỹ thuật nông nghiệp, trình độ hạn chế của người sản xuất và thiếu tổ chức là những trở ngại của nông dân Việt Nam khi tham gia xâm nhập thị trường.

Nhận thấy những hạn chế này, trong những năm gần đây, chính phủ Việt Nam đã ban hành những chính sách hỗ trợ, khuyến khích nông dân tham gia vào thị trường, phát triển sản xuất theo hướng hàng hoá. Trong đó, điển hình là quyết định 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng.

Thông qua quyết định này, chính quyền địa phương ở các tỉnh đã chú trọng thúc đẩy sự liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân như đề ra các chính sách liên kết bốn nhà, xây dựng và triển khai các đề án về tổ chức lại sản xuất, gắn với chế biến và thị trường tiêu thụ. Tuy nhiên, phương thức sản xuất theo hợp đồng nhìn chung vẫn còn chưa phổ biến đối với đa số nông dân Việt Nam.

Ngay cả đối với những hợp đồng đã được ký kết thì tỷ lệ thực hiện hợp đồng vẫn còn tương đối thấp. Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này là do động lực thị trường vẫn chưa đủ mạnh để thúc đẩy doanh nghiệp và nông dân thực sự tự nguyện liên kết với nhau. Tình trạng phổ biến cung lớn hơn cầu đã làm cho doanh nghiệp chưa phải chịu sức ép từ thị trường nông sản để buộc phải ký hợp đồng bao tiêu với nông dân nhằm tạo vùng nguyên liệu riêng để cạnh tranh, dẫn đến số lượng hợp đồng ký kết còn quá thấp so với năng lực sản xuất của nông dân. Bên cạnh đó, sự thiếu ổn định về thị trường tiêu thụ của

các doanh nghiệp đã gián tiếp hạ thấp giá cả từ phía người nông dân. Doanh nghiệp cũng như người nông dân chưa nhận thức đầy đủ yếu tố rủi ro trong giao dịch hợp đồng.

Quy mô sản xuất nhỏ và trình độ học vấn hạn chế của nông dân là một trong những khó khăn để nông hộ có thể tự tổ chức và liên kết với nhau để cùng sản xuất theo hợp đồng. Tình trạng phát triển sản xuất đơn lẻ tự phát như hiện nay sẽ không thể mang lại lợi ích lâu dài, bền vững cho nông dân Việt Nam.

Hình thành các nhóm nông hộ sản xuất nhỏ trong khu vực nông thôn nhằm nâng cao năng lực đàm phán, thương thảo, nâng cao sức mạnh thương trường và vị thế, vai trò của nông dân Việt Nam trong chuỗi giá trị là hướng ưu tiên cần khuyến khích hiện nay.

Sự kết hợp giữa nhóm sản xuất nông hộ và cơ sở thu mua, chế biến thông qua hợp đồng bao tiêu sản phẩm được xem là giải pháp tối ưu trong tình hình hiện nay ở Việt Nam. Hình thức này sẽ cải thiện năng lực cho người nông dân, đảm bảo quyền lợi và lợi ích, nâng cao thu nhập cho nông hộ, duy trì được tính năng động và sức mạnh thị trường nông sản Việt Nam. Đồng thời, kiểm soát được chất lượng sản phẩm sản xuất ra trong một chu trình sản xuất gần như khép kín.

Tài liệu tham khảo

Tài liệu tiếng Việt

Anh M. N. (2006). *Một số vấn đề về chính sách an sinh xã hội trong nông thôn Việt Nam*. Tạp chí Nghiên cứu kinh tế số 339, tháng 8 năm 2006.

Bradford P. (2005). *Cần thúc đẩy mô hình liên kết sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng giữa nông dân với doanh nghiệp*. Trung tâm Truyền thông trực tuyến ADB.

Niên giám thống kê (2005). Tổng cục thống kê.

Tài liệu tiếng Anh

Biénabe E., Le Coq J. F., Liagre L., Coronel C. (2004). *Linking farmers to agricultural products markets: lessons learned from literature and projects review*. Đại học Laval, Québec, Canada.

Cramer G. L., Jensen C. W., Southgate D. D. (1997). *Agricultural economics and agribusiness*. John Wiley & sons, Inc.

Kleih U., Odwongo W., Ndyashangaki C. (1999). *Community Access to Marketing Opportunities - Options for remote areas*. Cục Phát triển quốc tế, Vương quốc Anh (DFID).

IFAD (2003). *Promoting market access for the rural poor in order to achieve the millennium development goals*. Báo cáo tham luận bàn tròn tại kỳ họp kỷ niệm 25 năm thành lập Hội đồng quản trị Quỹ quốc tế về Phát triển Nông nghiệp (IFAD's Governing Council).