

Năm 1995, mặc dù bị thiên tai tàn phá nặng nề, nhưng tổng sản lượng lương thực ước đạt 27,5 triệu tấn, tăng 3% do tăng sản lượng lúa. Xuất khẩu gạo khoảng 2,4 triệu tấn, thủy sản 600 triệu USD. Đã có sự chuyển dịch trong cơ cấu nông nghiệp, chăn nuôi đã bắt đầu phát triển, các ngành nghề cũng tăng dần, khơi dậy nhiều làng nghề truyền thống, đời sống của nông dân bước đầu được cải thiện.

Tình hình phát triển thị trường nông thôn nước ta hiện nay có ảnh hưởng rất quan trọng đối với việc phát triển nông nghiệp nước ta. Với 80% dân số và 75% lao động ở nông thôn, thì đây là thị trường tiêu thụ to lớn cũng là nơi cung cấp cho thị trường trong và ngoài nước một khối lượng lớn sản phẩm từ nông nghiệp.

Nghị quyết đại hội

thôn cung cấp cho thị trường trong và ngoài nước. Như vậy rõ ràng thị trường nông thôn có một vị trí hết sức quan trọng và cần thiết. Hiện nay nước ta đang chuyển sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của nhà nước, thì sự phát triển thị trường nông thôn có tác dụng thúc đẩy phát triển sản xuất hàng hóa và tiêu dùng sản phẩm. Những năm gần đây, đã từng bước hình thành thị trường nông thôn và nó đã đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển sản xuất nông sản hàng hóa. Tuy nhiên thị trường nông thôn nước ta vẫn còn nghèo nàn, chưa phát triển. Trước hết là dân số đông, nghèo, một lao động nông nghiệp chỉ tạo ra được 200-250USD sản phẩm. Gần 20% trong số hơn 11 triệu hộ nông dân còn đói nghèo, nên sức mua bị hạn chế. Sức mua đó lại phụ

tinh phía Bắc (309.000đ) và miền núi (chỉ đạt 160.000đ). Tỉnh An Giang là tỉnh có mức lưu chuyển cao nhất trong cả vùng ĐBSCL cũng chỉ đạt 1.170.000đ/người/năm (1992) (1). Ở miền Nam đạt 610.000đ/năm và cao hơn miền Bắc gấp 2 lần, cao hơn miền Trung khoảng 1,5-1,7 lần. Một số tỉnh dân thiếu rất nhiều mặt hàng tiêu dùng thiết yếu (quần áo, thực phẩm, giấy, bát, thuốc chữa bệnh...), nhưng thu nhập quá thấp nên mặc dù có nhu cầu, nhưng thiếu khả năng thanh toán. Số còn khả năng thanh toán là rất thấp, chỉ chiếm 18% hộ nông dân với 19,7% dân số (2). Cơ cấu mặt hàng của thị trường này cũng rất đa dạng và phong phú, nhưng số lượng hạn chế và chất lượng thấp. Tỷ trọng các mặt hàng còn mất cân đối.

nhập khẩu. Trong 4 năm (1990-1993) chỉ số tăng giá chung của hàng hóa và dịch vụ tính gộp là 156,4%, nhưng chỉ số tăng giá của hàng lương thực chỉ tăng 141,0%-thấp hơn chỉ số tăng giá chung 15,4% tức là sau 4 năm, trị giá bán thực tế của mặt hàng lương thực đã giảm 15,4%. Điều đó cũng có nghĩa là: trong quan hệ trao đổi giữa hàng lương thực và hàng công nghệ phẩm, người nông dân đã chịu mất 30,5% sau 4 năm (3). Mặc dù vào những tháng đầu của năm 1995, chỉ số giá lương thực, thực phẩm có tăng nhanh hơn hàng công nghệ phẩm và dịch vụ lương thực tăng 17,8%, thực phẩm tăng 18,3%, giá các loại hàng không phải lương thực, thực phẩm tăng 5,0% (trong sáu tháng đầu năm 1995). Bên cạnh đó thị trường phát triển không đồng đều. Hoạt động thương nghiệp chỉ diễn ra ở những vùng đồng bằng, thị trấn, thị tứ; ở những vùng cao, vùng núi hầu như không có thị trường. Tư nhân chỉ đầu tư vào hoạt động mua đi bán lại hoặc đầu cơ, chứ chưa chú trọng vào sản xuất. Nạn buôn lậu và hàng giả, kể cả sản xuất và tiêu thụ, là khá phổ biến. Quy mô buôn lậu ước tính bằng 10% mức lưu chuyển hàng hóa trên thị trường (4). Các thành phần kinh tế tham gia vào thị trường nông thôn ít. Hầu như các nhà đầu tư tư nhân ít quan tâm đến thị trường nông thôn xa xôi, hẻo lánh, thương nghiệp quốc doanh còn bỏ trống nhiều chỗ. Hợp tác xã mua bán hầu như tan rã hoàn toàn... Các đơn vị tham gia kinh doanh thì chạy theo lợi nhuận trước mắt, chỉ chạy theo mua gom hàng xuất khẩu mà không đầu tư lại để phát triển sản xuất các mặt hàng xuất khẩu hoặc tiêu thụ trong nước. Ở nông thôn, hộ nông dân là chủ thể sản xuất. Họ hoàn toàn chủ động quyết định về hoạt động sản xuất của họ từ sản xuất đến tiêu thụ. Như vậy người nông dân đều muốn vươn lên bằng khả năng của mình và sự hỗ trợ của nhà

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG NHÀM GÓP PHẦN CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ TRONG NÔNG THÔN Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

PTS. VÕ VĂN ĐỨC

Học viện Chính trị Quốc gia HCM

Trung ương 7 đã chỉ ra chiến lược công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước trong đó cần có vốn để phát triển mà muốn vậy chúng ta phải hướng mạnh về xuất khẩu. Ở đây không thể không nói đến thị trường sản phẩm nông nghiệp. Quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa sẽ làm thay đổi cơ cấu kinh doanh, sản xuất những mặt hàng, nhóm hàng chủ yếu trong nông nghiệp từ nông

thuộc vào từng vùng, từng địa phương. Miền Bắc chiếm 35% tổng mức lưu chuyển cả nước, miền Nam chiếm 50-51%, còn ở Tây Nguyên và duyên hải miền Trung chiếm 15%. Tính chung trong cả nước, mức lưu chuyển hàng hóa bình quân ở thị trường nông thôn mới đạt 433 ngàn đồng/người/năm (tương đương với gần 40 USD theo tỷ giá năm 1994) là mức thấp, trong đó thấp là các

Lương thực chủ yếu và chiếm tỷ trọng lớn trong các mặt hàng xuất khẩu. Sản phẩm là sản phẩm thô, chất lượng kém. Ví dụ cà phê xuất khẩu chỉ có 8% là cà phê loại 1, chúng ta lại không có thị trường ổn định, lại chất lượng kém, dẫn đến thiệt đơn, thiệt kép. Đồng thời tỷ giá giữa hàng nông sản và hàng công nghiệp mất cân đối: Giá cánh kéo có lợi cho mặt hàng công nghiệp và hàng

nước, đặc biệt là về vốn và thị trường tiêu thụ sản phẩm của họ làm ra. Hiện nay hầu hết các hộ nông dân đều thiếu vốn, đặc biệt là các hộ nghèo và trung bình. Nhưng với lãi suất như hiện nay và thời hạn vay, người nông dân không dám vay. Người nông dân thiếu vốn để phát triển sản xuất, các doanh nghiệp của nhà nước trong ngành thương mại cũng thiếu vốn và cũng không mặn mà với thị trường này. Nền kinh tế đến đã “đói vốn lại đói thêm”. Vì vậy, việc hình thành thị trường vốn là điều cần thiết. Tuy nhiên phải có những biện pháp và chính sách thích hợp khuyến khích dân vay để sản xuất kinh doanh chứ không phải vay để tiêu dùng.

Trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội của nước ta đến năm 2000, việc phát triển nông nghiệp, nông thôn, trong đó thị trường nông thôn vẫn là vấn đề quan trọng được quan tâm và là một nhiệm vụ có vị trí chiến lược nhằm đáp ứng nhu cầu lương thực, thực phẩm cho xã hội và xuất khẩu, giải quyết việc làm, cung cấp nguyên liệu cho công nghiệp, góp phần hiện đại hóa đất nước. Nhưng nếu để thị trường cứ tồn tại và phát triển với nhiều thiếu sót như đã nêu ở phần trên thì không thể góp phần phát triển kinh tế hàng hóa được. Quan điểm đó đã được xuyên suốt trong các Nghị quyết của Đảng và các chỉ thị của Chính phủ và phải được thực hiện trong hoàn cảnh hiện nay là phải hình thành chuyên dịch cơ cấu kinh tế nông thôn. Như vậy, rõ ràng phải có những biện pháp đồng bộ, có hiệu lực để kích thích thị trường nông thôn phát triển để có thể góp phần chuyển dịch nền nông nghiệp độc canh thuần nông sang đa canh và phát triển hàng hóa để hình thành một cơ cấu tổng hợp trong kinh tế nông thôn: Nông nghiệp - công nghiệp - dịch vụ - công nghiệp chế biến - thương mại và dịch vụ.

Nông dân VN tuy sản xuất ra được một khối lượng lớn lương thực, thực phẩm và

một số mặt hàng khác, nhưng từ trước đến nay đời sống của họ quá khó khăn. Đồng về số lượng có nhu cầu cao nhưng sức mua quá hạn chế, thấp, nên để nâng cao khả năng thanh toán của họ thì trước hết phải phát triển sản xuất hàng hóa có thu nhập cao; tạo điều kiện cho họ có khả năng tự chủ trên mảnh đất của mình với ngành nghề và công việc của mình, xóa bỏ tình trạng cát cứ, biết tiếp cận với thị trường để sản xuất và kinh doanh. Sự tồn tại nền kinh tế nhiều thành phần là một tất yếu khách quan, ngoài việc

làm khác đi thì nó không thể vực dậy một nước tiểu nông về mặt kinh tế được” (5).

Tạo cho các thành phần này hỗ trợ, hợp tác với nhau vì lâu nay hầu như tư nhân (kể cả tư nhân nước ngoài) không đầu tư hoặc đầu tư không lớn vào việc phát triển kinh tế nông thôn (ở đây nói là đầu tư lớn). Chứ ở một vài khía cạnh nào đó, tư thương ở địa bàn nông thôn hoạt động sôi nổi, nhộn nhịp hơn thương nghiệp quốc doanh và hợp tác xã ở khâu bán lẻ và một số mặt hàng bán buôn (đặc biệt ở thị trường miền núi, xa xôi hẻo

ngành thương mại, phải tổ chức lại toàn bộ hệ thống thương mại và hoạt động lưu thông hàng hóa trên địa bàn nông thôn. Thiết lập các mối quan hệ kinh tế hợp lý giữa các doanh nghiệp thương nghiệp lớn và doanh nghiệp sản xuất (nhất là các doanh nghiệp nhà nước) (7).

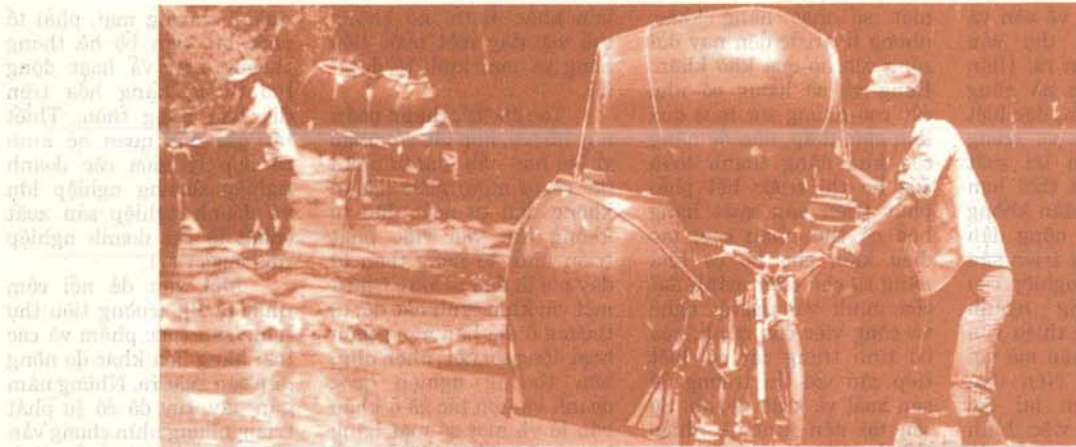
Một vấn đề nổi cộm nhất là thị trường tiêu thụ nông sản thực phẩm và các loại hàng hóa khác do nông dân sản xuất ra. Những năm gần đây, tuy đã có sự phát triển, nhưng nhìn chung vẫn chưa có thị trường ổn định để tiêu thụ sản phẩm nông



phát triển kinh tế hộ, kinh tế trang trại, thì việc phát triển các hình thức kinh tế khác là điều cần thiết. Ở đây cần phải có cách nhìn lại mô hình các loại hợp tác xã (hợp tác xã mua bán, hợp tác xã làm công tác dịch vụ, khuyến nông...). Để cho nó phát triển, nhưng lại phải có sự giúp đỡ ở một phần nào đó, dưới góc độ của nhà nước. Đó là sự lớn mạnh của các doanh nghiệp nhà nước (doanh nghiệp trong các nông, lâm trường, doanh nghiệp chế biến, doanh nghiệp thương mại - dịch vụ). Đây chính là vai trò thực sự của nhà nước để giúp đỡ nông dân và nông thôn tự chủ phát triển sản xuất kinh doanh. Câu nói của V.I. Lenin vẫn còn tính thời sự “Nhà nước vô sản cần phải trở thành chủ nhân”, khôn khéo, cần cơ và thận trọng, trở “thành người mua buôn si-

lánh). Thực trạng đó phản ánh phần nào trong cơ cấu tỷ trọng của các hệ thống tổ chức thương nghiệp trong tổng mức lưu chuyển hàng hóa (100%). Nếu năm 1989 thương nghiệp quốc doanh và thương nghiệp tập thể chiếm 39,2%, thương nghiệp tư nhân là 60,8% và thương nghiệp quốc doanh chỉ còn 21,4%, thương nghiệp tập thể chỉ còn có 0,8% và thương nghiệp tư nhân đã tăng lên tới 77,8%, thì năm 1994 TNQD là 23,6%, HTXMB 0,8% và cá thể tư nhân là 75,6%. Một số mặt hàng và nhóm hàng TNQD và HTXMB chiếm tỷ lệ thấp như phân bón hóa học (qua hệ thống cung ứng vật tư nông nghiệp: 18,2%; lương thực: 57,2%; thực phẩm: 16,1%, vải sợi may mặc 18,7%, đồ dùng gia đình 19,8%, tư liệu sản xuất nhỏ 16,4% (6). Vì vậy trong

ngành. Người nông dân cần được tiêu thụ những sản phẩm hàng hóa họ sản xuất ra. Tránh tình trạng khi thừa thì ép giá, khi thiếu thì tranh mua, tranh bán, nông dân vẫn bị thiệt thòi, mà tư thương lại giàu lên. Nền kinh tế nhà nước cần ký hợp đồng với nông dân như một số nước đã và đang làm, có chính sách thị trường tiêu thụ để cho nông dân có hướng ổn định và mở rộng sản xuất nông sản hàng hóa. Cho nông dân ứng trước vốn để sản xuất, sau đó thu hồi vốn bằng cách ký các hợp đồng mua hết sản phẩm họ làm ra. Tránh tình trạng tư thương mua “non” của nông dân lúc họ đang thiếu vốn. Gần thị trường ngoài nước với thị trường trong nước. Trong nước là phải tăng sức mua của dân, phải đồng bộ, thống nhất để kích thích sức mua và khả năng thanh toán sức mua của nông dân. Kết



hợp chặt chẽ giữa sản xuất và thị trường, giữa sản xuất với chế biến, giữa sản xuất với tiêu dùng, giữa phát triển với sản xuất với việc nâng cao đời sống văn hóa, tinh thần và đời sống tiêu dùng. Việc phát triển chợ nông thôn ở các vùng thị trấn, thị tứ, làng xã và hàng năm nên tổ chức hội chợ hàng nông sản (năm 1994 đã tổ chức hội chợ quốc tế về nông nghiệp lần thứ 2 ở Cần Thơ) là điều kiện quan trọng để tăng thêm năng lực tiêu thụ hàng hóa, mở rộng ký kết hợp đồng (qua hội chợ), tăng sự giao lưu hàng hóa giữa các vùng, giữa các ngành nghề công, nông, tiểu thủ công nghiệp, kích thích nông dân sản xuất và kinh doanh sản phẩm hàng hóa của mình. Trong việc tìm thị trường trong nước cũng như vai trò của các doanh nghiệp nhà nước rất quan trọng, nó chính là tiền đề để kích thích nông dân sản xuất hàng hóa và cũng chính họ (doanh nghiệp nhà nước), phục vụ cho nông dân đầu vào để sản xuất và cung cấp cho nông dân các sản phẩm tiêu dùng thiết yếu. Tất nhiên cũng cần lưu tâm hơn nữa thị trường của miền núi, một địa bàn hầu như là tư thương nắm giữ (trừ 4 mặt hàng định lượng cho không và một vài mặt hàng khác là do nhà nước kinh doanh). Vì vậy ở đây, các HTXMB, các doanh nghiệp thương mại cần có các phương thức kinh doanh thích hợp, mở nhiều đại lý và nhà nước cần có một

chính sách khuyến khích để cho họ tham gia hơn nữa vào thị trường này.

Để có được thị trường tốt, thì một khâu không thể thiếu được đó là khâu nghiên cứu tiếp thị (marketing) ở tầm chiến lược quốc gia (chủ yếu là Bộ thương mại) và ở các nhà sản xuất kinh doanh (công ty, nhà máy, các lâm nông trường kể cả hộ sản xuất) để có thị trường tiêu thụ ổn định lâu dài. Phải nghiên cứu marketing một cách nghiêm túc, tổng hợp suốt cả quá trình từ phục vụ cho sản xuất (cung cấp giống, phân bón, khuyến nông, nguyên nhiên liệu...) đến bảo quản (phơi sấy, chọn lọc) đến tiêu thụ và hướng dẫn tiêu dùng. Cần đào tạo lại đội ngũ cán bộ làm công tác này kể cả một số hộ nông dân sản xuất và kinh doanh giỏi và khá, để cho họ hiểu biết hợp tác, cạnh tranh và môi trường pháp lý (hải quan, thuế, kiểm nghiệm, hình dáng, mẫu mã bao bì...).

Trong hoạt động ở thị trường nông thôn, không thể

không nói đến vai trò của các doanh nghiệp thương mại. Các doanh nghiệp này không chỉ thực hiện khâu mua và bán buôn, mà cần có các chân rết để có thể góp phần điều tiết khâu bán lẻ. Nó thực sự là công cụ của nhà nước điều tiết vĩ mô trên thị trường nông thôn. Vì vậy phải sắp xếp lại cho gọn nhẹ và có hiệu quả như ND 388 chỉ thị 90, 91 và có thể hình thành các loại hình mới liên doanh, liên kết và công ty cổ phần.

Trong nền kinh tế hàng hóa, người nông dân là người sản xuất ra nông sản thực phẩm và các mặt hàng tiểu thủ công nghiệp truyền thống, họ cũng là người tham gia kinh doanh trên thị trường. Phát triển kinh tế ở vùng nông thôn như quan điểm của Đảng và Nhà nước ta, thì việc phát triển thị trường ở nông thôn là đòn bẩy để cho nông dân có điều kiện để chuyển dịch cơ cấu kinh tế và làm thay đổi đời sống nghèo nàn lạc hậu của mình. Việc phát triển thị

trường nông thôn đòi hỏi phải có những chính sách đồng bộ, trong đó việc thúc đẩy sản xuất, phải gắn liền với thị trường tiêu thụ sản phẩm mà họ sản xuất ra. Mà ở đây các doanh nghiệp nhà nước góp phần và phải chịu trách nhiệm không để cho nông sản thực phẩm và các mặt hàng khác ứ đọng, bị ế. Nhà nước cần nâng cao vai trò giám sát và điều tiết thông qua công cụ chủ yếu của mình là pháp lý. Có như vậy mới phát triển được thị trường và để chuyển dịch cơ cấu nông thôn theo hướng nông-công nghiệp và thương mại-dịch vụ nhằm góp phần thúc đẩy công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước ■

- (1) Nguyễn Thái Nguyên: Một số ý kiến về chính sách phát triển nông nghiệp, nông thôn. Tạp chí *Nghiên cứu kinh tế*, số 4 (200), 8.1994.
- (2) Nguyễn Đắc Hưng, Bàn về thị trường nông thôn ở nước ta trong giai đoạn hiện nay, Tạp chí *Thương mại*, 11.1993.
- (3) Trần Quang Sách, Thị trường nội địa 5 năm 1989-1993, nhìn từ góc độ lưu thông hàng hóa, Tạp chí *Nghiên cứu kinh tế* số 2 (198), 4.1994.
- (4) Hoàng Đạt, Thực trạng nền kinh tế nhiều thành phần trong lĩnh vực dịch vụ-thương mại. Quan điểm và phương hướng phát triển, Tạp chí *Nghiên cứu kinh tế*, số 6 (190), 1992.
- (5) V.I. Lênin, Toàn tập, NXB Tiến bộ, t44, 978, tr.190
6. Tạp chí *Nghiên cứu kinh tế*, Số 198, 4.1994, tr.28.
7. Hoàng Đạt, Thị trường nông thôn: Những vấn đề đặt ra và hướng giải quyết. Tạp chí *Thương mại* số 7.93.



Ảnh Nguyễn Trung Thanh