



Môi trường kinh doanh trong nước cũng như môi trường kinh doanh ngoài nước và quốc tế đang đặt ra những đòi hỏi gay gắt đối với thương nghiệp quốc doanh ngành hàng nông sản, nhất là đối với các đơn vị kinh doanh lớn, các công ty cấp quốc gia và khu vực.

I. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH TRONG NƯỚC.

Môi trường kinh doanh trong nước đang tồn tại những đặc trưng ảnh hưởng lớn tới các hoạt động thương mại nói chung và kinh doanh nông sản nói riêng như sau:

1. Chiếc cầu nối giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản hàng hóa bị cắt đứt. Trước kia hàng hóa nông sản được người sản xuất thông qua chiếc cầu chỉ huy (các chỉ tiêu kế hoạch) giao cho các tổ chức thương nghiệp để thực hiện tiếp các mệnh lệnh phân phối, tiêu thụ. Nay người sản xuất là nông dân phải tự lo cả việc bán nông sản, còn người làm thương nghiệp thì không thể đứng chờ các nguồn hàng để làm nhiệm vụ chuyển giao, phân phối. Đặc điểm này đã đặt các đơn vị thương nghiệp quốc doanh nông sản trước một thử thách gay gắt: "Tồn tại hay không tồn tại? Đó là vấn đề".

2. Bùng nổ các hoạt động tư nhân thương lái thâm nhập vào mọi ngõ ngách của thị trường với đầy đủ kỹ xảo và thủ thuật cạnh tranh muôn hình vạn trạng. Điều này đã gây trở ngại không ít cho các tổ chức thương nghiệp quốc doanh, đặc biệt là đối với các công ty lớn, cấp cao, bị ràng buộc bởi nhiều cơ chế và lệ lối kinh doanh cũ. Trong bầu không khí năng động và giao quyền tự chủ về cho từng đơn vị, việc cạnh tranh không tránh khỏi diễn ra ngay giữa các đơn vị thương nghiệp quốc doanh thuộc các cấp, ngành, thể hiện trong việc tranh mua, tranh bán, lấn sân, giành luồng... Trong cơn sóng gió của thị trường cạnh tranh này, người

THƯƠNG NGHIỆP QUỐC DOANH ĐI VỀ ĐÂU ? KINH DOANH NÔNG SẢN TRONG TÌNH HÌNH MỚI

PGS. VĂN THÁI

nông dân sản xuất cũng có phần chao đảo: khi nông sản khan hiếm đắt giá thì giao cho thương lái, còn khi dư thừa, mất giá thì kêu gọi thương nghiệp quốc doanh. Và thương nghiệp quốc doanh, nhất là những công ty lớn, cấp quốc gia thì không thể ngoài mặt làm ngơ trước vai trò góp phần ổn định và điều tiết thị trường.

3. Kế hoạch sản xuất chưa kết hợp nhịp nhàng với nhu cầu thị trường. Đó là một hệ quả nan giải của các quá trình phát triển kinh tế trước đây và do đặc điểm của hàng hóa nông sản là mang tính thời vụ. Tính thời vụ này càng đậm nét trong một nước có nền nông nghiệp còn lạc hậu và sản xuất nhỏ. Thị trường cơ giã, giá cả lên xuống, những rủi ro và tổn thất lớn có thể ập tới ở đầu ra của một kế hoạch sản xuất hoàn hảo nhất đặc biệt đối với việc sản xuất các nông sản từ cây lâu năm, khó bảo quản, chế biến và dễ hư hỏng, mất giá, như mía, dừa, cà phê, rau, quả củ. Phải chăng chính lúc này, sự hiện diện của các tổ chức thương nghiệp quốc doanh lớn kinh doanh ngành hàng nông sản là cần thiết với vai trò "bảo hiểm" cho người nông dân sản xuất?

4. Môi trường trong nước đang chứa đựng một sức mạnh tiềm tàng chưa được đánh thức. Một quốc gia với hơn 70 triệu dân là một môi trường kinh doanh đầy sức hấp dẫn đối với các

tổ chức doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Tuy nhiên thị trường nội địa còn đang ngủ quên dưới một sức mua thấp, nhỏ do mức sống của người dân chưa cao, đặc biệt là nông dân (chiếm gần 80% dân số). Ở nước ta, thị trường trong nước đã, đang và sẽ còn là nguồn lực chủ yếu nuôi dưỡng các hoạt động sản xuất - kinh doanh nông sản.

II. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH NGOÀI NƯỚC

Các môi trường ngoài nước (*foreign environments*) và môi trường quốc tế (*international environment*) đang có những tác động đáng kể tới hoạt động sản xuất kinh doanh ở nước ta - một quốc gia đang bước đầu thực hiện nền kinh tế mở, hòa nhập vào môi trường kinh tế khu vực và thế giới. Những đặc điểm của môi trường ngoài

nước và môi trường quốc tế hiện nay có liên quan nhiều tới các hoạt động kinh doanh nông sản ở nước ta, đáng chú ý là:

1. Thị trường thế giới đang giảm dần tỉ trọng nhóm sản phẩm nông nghiệp, nhất là lương thực thực phẩm. Vào những năm 70, nhóm hàng này chiếm trên 15% kim ngạch ngoại thương thế giới thì nay chỉ còn chiếm dưới 10%. Điều này đẩy các nước xuất khẩu nông sản vào thế bất lợi vì phải chấp nhận điều kiện thương mại (*terms of trade*) với tỷ suất trao đổi kém: chỉ số gia tăng giá cả nông sản trên thị trường thế giới thường chậm hơn so với các mặt hàng công nghiệp chế biến hiện đại.

2. Thị trường thế giới đang có những cạnh tranh gay gắt đối với các mặt hàng nông sản, kể cả nông sản đã tinh chế. Nhiều mâu thuẫn phát sinh trong quan hệ mậu dịch giữa Mỹ và EEC, là trong lãnh vực trao đổi hàng hóa nông sản chế biến. Một số mặt hàng nông sản chứng lại hoặc giảm giá do cạnh tranh và do lượng cung đã vượt quá lượng cầu. Giá cà phê trên thị trường thế giới 5 năm gần đây đã giảm đi gần 40% so với giá cũ; năm 1986 ta có thể xuất khẩu cà phê với giá FOB 3.000 USD/tấn thì nay chỉ còn bán được với giá FOB 750 USD/tấn, do chủng loại cà phê của ta không đáp ứng thị hiếu tiêu dùng của thị trường thế

giới. Lạc và hạt điều xuất khẩu của ta gần đây cũng bị mất giá do cạnh tranh bởi hai đối thủ khổng lồ về các mặt hàng này là Trung Quốc và Ấn Độ: giá hạt điều xuất khẩu của ta đầu năm 1993 giảm 30% so với giá xuất khẩu năm 1992.

3. Thị trường các nước Đông Âu thuộc SEV và Liên Xô cũ bị khủng hoảng trong những năm gần đây đã làm giảm sút tới mức hụt hẫng và ngưng trệ nhiều mặt hàng nông sản với khối lượng lớn xuất khẩu trước đây qua các thị trường này. Trị giá xuất khẩu hàng hóa của nước ta (trong đó chủ yếu là nông sản) sang Liên Xô năm 1991 - 92 giảm hẳn chỉ còn bằng 1/5 của năm 1990, sang Tiệp Khắc chỉ còn dưới 10%, sang Bungari chỉ còn 15% và sang Rumani chỉ còn bằng dưới 2%. Sự hụt hẫng này gây khó khăn không ít cho các hoạt động sản xuất kinh doanh nông sản của Việt Nam. Trị giá hàng hóa nông sản xuất khẩu của ta năm 1992 vẫn chưa đạt được mức năm 1990. Việc đa phương hóa thị trường trong quá trình hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới của nước ta trong những năm gần đây đã góp phần cứu vãn tình hình xuất khẩu nông sản và làm cho các mặt hàng nông sản xuất khẩu vẫn giữ được mức xấp xỉ 30% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Đó là điều kiện thuận lợi để cho các hoạt động sản xuất kinh doanh nông sản đi dần vào thế ổn định trong những năm tới.

4. Thị trường thế giới ngày càng khó tính hơn trong việc tiêu thụ nông sản. Những nước xuất khẩu nhiều nông sản không chỉ lo gia tăng khối lượng xuất khẩu mà đang chạy đua trong việc chế biến và nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm, cải tiến bao bì, mẫu mã. Thái Lan đã xuất khẩu được một lượng bột sắn lớn nhờ chế biến đa dạng, Malaysia tăng cường xuất các sản phẩm cọ dầu, Indonesia xuất cà phê tinh chế... Các nước EEC chiếm lĩnh được thị trường thế giới về nông sản thực phẩm chế biến là do kỹ thuật tinh chế và sự phong phú, đa dạng của các mặt hàng này.

III. ĐỊNH HƯỚNG VÀ THỦ PHÁP KINH DOANH.

Trong những năm trước mắt, các tổ chức quốc doanh nông sản không thể không chú trọng các thủ pháp sau đây:

1. *Không quên vai trò:* Các tổ chức thương nghiệp quốc doanh nhất là các doanh nghiệp lớn, cấp quốc gia về các mặt hàng nông sản có vai trò đáng kể trong việc điều hòa cung cầu, ổn định giá cả, phát triển sản xuất nông nghiệp và cải thiện đời sống nông thôn. Vai trò này các doanh nghiệp không thể tự làm một mình, mình làm mình chịu, chấp nhận hi sinh, lỗ nhiều, lời ít, đặc biệt là đối với các mặt hàng nông sản thông

thường. Vì vậy, phải tranh thủ tối đa sự ủng hộ, trợ giúp của Nhà nước như: đầu tư ưu đãi, tài trợ quốc tế, vay vốn với lãi suất thấp, huy động vốn tự có, giảm thuế suất, định mức dự trữ và chi phí dự trữ, đặc biệt là các chính sách trợ giá kịp thời và thích hợp, bảo hộ mậu dịch, ngăn ngừa hàng ngoại nhập có ảnh hưởng xấu tới sản xuất và chế biến nông sản trong nước. Tuy nhiên, ở một quốc gia mà nguồn thu nhập chủ yếu còn dựa vào nông nghiệp thì việc trợ giá không thể mở rộng cho nhiều mặt hàng, với nhiều quỹ bảo trợ lớn.

2. *Lựa chọn mặt hàng:* Trong nền kinh tế thị trường nhiều thành phần, các tổ chức thương nghiệp quốc doanh dù lớn, dù nhỏ, không thể là những đứa con cầu tự, sống dựa vào sự bao dung che chở trong vòng tay bao cấp của chính phủ và loay hoay với những mặt hàng có trợ giá. Bên cạnh những mặt hàng truyền thống, phù hợp với chức năng, phải chấp nhận việc mở rộng thêm mặt hàng, thay đổi mặt hàng, mua bán hai chiều, góp phần ổn định đầu vào, đầu ra trong sản xuất và chế biến nông sản, ổn định đời sống nông thôn. Khi thấy các mặt hàng chính như đậu xanh, đậu phộng, đậu nành cà phê có dấu hiệu chững lại cả về giá cả và khối lượng thì cần mở rộng thêm các mặt hàng mới, vừa bảo đảm doanh số, vừa tạo thêm khả năng tự trợ giá để tồn tại theo phương châm "lấy ngắn nuôi dài, lấy ngoài bù trong, lấy nhập bù xuất".

3. *Tìm kiếm thị trường:* Muốn thực hiện vai trò điều tiết của mình, các doanh nghiệp nhà nước phải mở rộng và xâm nhập thị trường nông thôn, trước mắt phải phát triển thêm mạng lưới ở các thị trấn, thị tứ. Nắm vững nhu cầu của từng vùng, từng khu vực với khối lượng và mặt sản phẩm để có thể đưa hàng đến kịp thời, đúng lúc, vừa đủ, không thừa, không thiếu, khắc phục tính thời vụ của sản xuất và thị trường nông thôn. Việc mở rộng thị trường gắn liền với việc lựa chọn và thay đổi mặt hàng. Coi trọng các thị trường lớn tập trung ở các đô thị và các vùng có nông sản hàng hóa cao, nhưng không bỏ quên các vùng nông thôn thuộc trung du và miền núi.

Đối với thị trường ngoài nước, cần tranh thủ xuất khẩu sang các thị trường mới như EEC, Singapore, CH Triều Tiên, Úc... đồng thời kiến nghị Chính phủ tiếp tục đàm phán nối lại quan hệ với thị trường Đông Âu, các nước SNG, đưa nông sản vào việc thanh toán nợ cũ và cân đối hàng máy móc thiết bị cần thiết; tranh thủ việc giao bán lương thực thực phẩm và nông sản theo các chương trình viện trợ quốc tế cho các nước đói nghèo.

4. *Vốn và lời:* Để thực hiện vai trò điều tiết trong lãnh vực sản xuất - kinh doanh nông sản mang nặng tính thời

vụ như hiện nay ở nước ta phải có một nguồn vốn lưu động lớn với mức vốn dự trữ bình quân hàng năm hàng trăm tỷ đồng, co giãn theo thời vụ nông sản, vì vậy phải tìm kiếm các nguồn vốn thích hợp: kiến nghị với nhà nước cho vay với lãi suất ưu đãi, ưu tiên phân bổ nguồn vốn vay nước ngoài theo lãi suất thấp, tương đương mức lãi suất của ngân hàng quốc tế về đầu tư phát triển nông nghiệp hoặc lãi suất đầu tư cho các chương trình khuyến nông. Kinh doanh nông sản ở ta hiện nay là hoạt động đem lại lợi nhuận thấp, dễ gặp rủi ro, khó có thể huy động các nguồn vốn trôi nổi, khó liên doanh với nước ngoài. Vì vậy cần có các hoạt động kinh doanh các mặt hàng bổ trợ để mở rộng nguồn vốn và tự cân đối lợi nhuận. Để tăng thêm kinh phí bình ổn giá cả, các đơn vị kinh doanh nông sản phải được phép trích từ lợi nhuận siêu ngạch của các mặt hàng nhập, từ hạn mức cấp phát theo ngân sách, từ giảm mức thuế và khấu hao cơ bản và đặc biệt từ 6 quỹ bảo trợ sản xuất nông nghiệp. Để tạo mức bình ổn cho chiếc cầu nối giữa sản xuất và tiêu thụ, hình thức hiệp hội ngành hàng để hỗ trợ nhau về vốn, kỹ thuật, giống, phân bón, thuốc trừ sâu; hạn chế rủi ro bằng các quỹ bảo hiểm, cũng có tác dụng nhất định.

5. *Bám sát địa bàn:* Để tăng thêm khả năng cạnh tranh với các thành phần kinh tế khác, giữ được vai trò điều tiết của thương nghiệp quốc doanh, cần có mạng lưới bám sát các địa bàn quan trọng. Về nguồn hàng phải bám sát các khu vực chuyên canh có nhiều mặt sản phẩm và có nông sản hàng hóa mạnh, dựa vào các tổ chức chính quyền địa phương, các đơn vị và nông hộ có khả năng sản xuất lớn nhằm tham gia thị trường. Từ đó xây dựng những quan hệ tin cậy bằng các hợp đồng trao đổi, trợ giá, buôn bán hai chiều. Về tiêu thụ phải bám sát các thị trường lớn với nhu cầu khác nhau, theo thời vụ để kịp thời đưa hàng hóa tới đúng lúc, đủ lượng và hợp thị hiếu. Phải thường xuyên khảo sát thị trường ngoài nước để nắm bắt thông tin, mở rộng mạng lưới liên doanh, liên kết, trao đổi hàng hóa hai chiều, gắn liền sản xuất với thị trường, gắn liền thị trường trong nước với thị trường ngoài nước.

Những định hướng và thủ pháp kinh doanh nêu trên nếu được vận dụng đúng đắn, linh hoạt, chắc chắn sẽ đem lại những hiệu quả kinh doanh to lớn chứng minh được sự tồn tại của tổ chức thương nghiệp quốc doanh nông sản là cần thiết. Vấn đề còn lại là con người: không phải chỉ là số lượng mà là chất lượng, trình độ, tinh năng động, nhạy bén thích ứng với nền kinh tế thị trường và đặc điểm kinh doanh nông sản ở nước ta hiện nay ♣