

R

BỘ THƯƠNG MẠI
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ ĐỐI NGOẠI
TRUNG TÂM TƯ VẤN DỊCH VỤ ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ

TÊN ĐỀ TÀI:

**PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN VÙNG ĐÔNG NAM
BỘ, THỰC TRẠNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP ĐỔI MỚI PHÙ HỢP
YÊU CẦU CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ VIỆT NAM**

MÃ SỐ: 2002 – 78 – 029

Chủ nhiệm đề tài:
Tiến sỹ Võ Phước Tấn

Thư ký khoa học:
Thạc sỹ Phạm Xuân Thu

Tp. Hồ Chí Minh, năm 2003

5MF TK
8/3/05

MỤC LỤC

Trang

MỞ ĐẦU

CHƯƠNG I:

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN TRONG CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ - ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN	1
1.1 KHÁI NIỆM VỀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA	1
1.2 THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA	1
1.2.1 Khái niệm	1
1.2.2 Phân khúc thị trường	3
1.2.2.1 Các tiêu thức để phân khúc thị trường	4
1.2.2.2 Phân khúc thị trường khách hàng là các tổ chức	5
1.2.2.3 Lựa chọn thị trường mục tiêu	6
1.2.3 Thị trường xuất khẩu	8
1.3 PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA	10
1.3.1 Tổ chức tiêu thụ nông sản hàng hóa	10
1.3.1.1 Các trung gian tiêu thụ	10
1.3.1.2 Các kênh phân phối cho nông sản hàng hóa tiêu dùng cá nhân	11
1.3.1.3	C
ác kênh phân phối nông sản hàng hóa cho các doanh nghiệp chế biến	12
1.3.1.4 Các kênh song song	13
1.3.2 Những lưu chuyển trong kênh phân phối	13
1.3.3 Các phương thức tiêu thụ	14
1.4 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI	16
1.4.1 Tình hình sản xuất nông sản	16
1.4.2 Tình hình thị trường nông sản	19
1.5 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN TRONG NƯỚC	22
1.5.1 Tình hình sản xuất nông sản	22
1.5.2 Tình hình thị trường tiêu thụ nông sản	25
1.5.2.1 Tình hình xuất khẩu	25
1.5.2.2 Tình hình trong nước	27
1.5.3 Lợi ích của việc tiêu thụ nông sản	28

1.6 NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM SẢN XUẤT, TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA CỦA CÁC NƯỚC TRONG KHU VỰC – CÁC BÀI HỌC KINH NGHIỆM RÚT RA	29
1.6.1 Malaysia	29
1.6.2 Thái lan	30
1.6.3 Indonesia	31
1.6.4 Trung Quốc	32
1.6.5 Ấn Độ	32
1.6.6 Một số bài học kinh nghiệm	33

CHƯƠNG II:

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

2.1 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ	34
2.1.1 Điều kiện tự nhiên, tình hình sản xuất nông sản của vùng Đông Nam Bộ	34
2.1.2 Diện tích, sản lượng nông sản của các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ	37
2.1.3 Tình hình chế biến và bảo quản nông sản	45
2.2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ	49
2.2.1 Tổng quan về hệ thống tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ	49
2.2.2 Quản lý Nhà nước đối với tiêu thụ nông sản	53
2.2.3 Hiệu quả đầu tư của một số loại nông sản vùng Đông Nam Bộ	56
2.2.4 Đánh giá về tổ chức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ trên thị trường nội địa	58
2.2.4.1 Chỉ số giá cả	58
2.2.4.2 Khảo sát tiêu thụ hàng hóa ở một số chợ nông sản	60
2.2.5 Đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản vùng Đông Nam Bộ	62
2.2.6 Đánh giá thực trạng qua kết quả khảo sát về tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản	69
2.3 ĐÁNH GIÁ CÁC MẶT KHÓ KHĂN VÀ NGUYÊN NHÂN TỒN TẠI	73
2.3.1 Thị trường tiêu thụ trong nước	73
2.3.2 Thị trường xuất khẩu	76

CHƯƠNG III

NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC, PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ PHÙ HỢP VỚI YÊU CẦU CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ	78
3.1 QUAN ĐIỂM - MỤC TIÊU VÀ CƠ SỞ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP	78
3.1.1 Quan điểm phát triển	78
3.1.2 Mục tiêu của giải pháp	79
3.1.2.1 Mục tiêu chung	79
3.1.2.2 Mục tiêu cụ thể	80
3.1.3 Cơ sở đề xuất giải pháp	81
3.1.3.1 Bối cảnh bên ngoài	81
3.1.3.2 Tình hình trong nước	83
3.2 NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ	84
3.2.1 Giải pháp phát triển tập trung và liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản	84
3.2.2 Giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh	87
3.2.3 Giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản	93
3.2.3.1 Phát triển các kênh tiêu thụ hàng nông sản	93
3.2.3.2 Phát triển các phương thức tiêu thụ	98
3.2.4 Giải pháp về xúc tiến tiêu thụ nông sản	100
3.2.5 Các giải pháp hỗ trợ	104
3.2.5.1 Xây dựng chính sách hỗ trợ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản	104
3.2.5.2 Đào tạo nguồn nhân lực	105
3.2.5.3 Xây dựng quy hoạch để hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu	106
3.2.5.4 Khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến nông sản để tạo kênh tiêu thụ ổn định cho nông sản	107
3.3 CÁC KIẾN NGHỊ VỀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ	108
3.3.1 Kiến nghị với Nhà nước và các bộ ngành liên quan	108
3.3.2 Kiến nghị với nhà sản xuất, hộ nông dân và các trang trại	110
3.3.3 Kiến nghị với các trung gian tiêu thụ, các thương lái, các doanh nghiệp	110

KẾT LUẬN

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT TRONG ĐỀ TÀI

Đông Nam Bộ	DNB
Đồng bằng sông Cửu Long	DBSCL
Thành phố Hồ Chí Minh	Tp.HCM
Bà Rịa – Vũng Tàu	BRVT
Kế hoạch	KH
Nông nghiệp	NN
Xuất nhập khẩu	XNK
Cây công nghiệp ngắn ngày	Cây CNNN
Cây công nghiệp dài ngày	Cây CNDN
Association of Asia South East Nations <i>Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á</i>	ASEAN
ASEAN Free Trade Area <i>Khu vực mậu dịch tự do ASEAN</i>	AFTA
Asia Pacific Economic Conference <i>Diễn đàn kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương</i>	APEC
Asia Developing Bank <i>Ngân hàng phát triển Á Châu</i>	ADB
Foreign Direct Investment <i>Đầu tư trực tiếp nước ngoài (ĐTNN)</i>	FDI
Europe Union <i>Cộng đồng Châu Âu</i>	EU
Gross Domestic Products <i>Tổng sản phẩm quốc nội</i>	GDP
World Trade Organization <i>Tổ chức thương mại thế giới</i>	WTO
International Monetary Fund <i>Quỹ tiền tệ quốc tế</i>	IMF
Hazard Analysis and Critical Control Point <i>Hệ thống phân tích các mối nguy hại và Quản lý điểm tới hạn</i>	HACCP
International Standardization Organization <i>Hệ thống quản lý chất lượng quốc tế</i>	ISO
The Common Effective Preferential Tariff <i>Chương trình ưu đãi thuế quan</i>	CEPT

MỞ ĐẦU

1. SỰ CẦN THIẾT NGHIÊN CỨU:

Việt Nam cất cánh từ một nền kinh tế nông nghiệp, nông nghiệp Việt Nam vẫn chiếm 30% trong tổng kim ngạch xuất khẩu và 25% tổng GDP của cả nước, tạo nguồn thu nhập chính cho 76% dân số sống ở vùng nông thôn, góp phần giảm tỉ lệ nghèo xuống còn 12%. Nông nghiệp, nông thôn đã từng bước đổi mới, đời sống người nông dân được cải thiện, cơ sở hạ tầng thủy lợi được tăng cường, thực hiện một bước quan trọng về Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn Việt Nam nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng.

Vùng Đông Nam Bộ là vùng kinh tế năng động, có quy mô lãnh thổ bao trùm lên 9 tỉnh-thành phố liền đất ở phía Nam Việt Nam gồm các tỉnh TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Tây Ninh, Bình Phước, Lâm Đồng, Bình Thuận, Ninh Thuận chiếm 10.5% trong diện tích và 15.6% về dân số của cả nước. Vùng Đông Nam Bộ có điều kiện thuận lợi, giàu tiềm năng, chứa đựng nhiều nguồn lực, nhiều yếu tố trở thành vùng kinh tế phát triển nhất của cả khu vực phía Nam, và là đầu mối giao lưu của các tỉnh phía Nam với cả nước và quốc tế.

Với tiềm năng đất Bazan dồi dào và chất lượng tốt, vùng Đông Nam Bộ không những là thủ phủ của các loại cây công nghiệp ngắn ngày, dài ngày mà còn nổi tiếng với các loại cây ăn trái. Sản xuất nông nghiệp ngày càng có nhiều chuyển biến tích cực, gia tăng về số lượng, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước và chiếm hơn 70% khối lượng hàng hóa nông sản được xuất khẩu đi 80 nước trên thế giới.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được, việc sản xuất và tiêu thụ nông sản của Việt Nam nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng trong những năm qua còn nhiều bất cập, đó là vấn đề đầu ra của mặt hàng nông sản đã làm cho người cho nông dân không vui vì “được mùa rớt giá, được giá thì mất mùa”, chất lượng nhiều mặt hàng nông sản còn thấp, cơ cấu chủng loại sản phẩm thay đổi chậm, chủ yếu vẫn là tiêu thụ nông sản thô và sơ chế, công nghệ bảo quản nông sản sau thu hoạch chưa được quan tâm đúng mức, thị trường tiêu thụ nông sản chưa được thiết lập bền vững, một phần do phương thức tổ chức thị trường mục tiêu và do cả những vấn đề chiến lược.

Vì vậy đặt vấn đề nghiên cứu “*Phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ-thực trạng và các giải pháp đổi mới phù hợp yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế Việt Nam*” là hết sức cần thiết và đáp ứng được nguyện vọng của hàng triệu nông dân Việt Nam và vùng Đông Nam Bộ.

5M7T
8/3/05

2. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU:

2.1. Đối tượng:

- Tình hình sản xuất và tình hình thị trường nông sản của vùng Đông Nam Bộ.
- Phương thức tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ

2.2. Phạm vi nghiên cứu:

Nhằm đảm bảo chất lượng nghiên cứu, đề tài giới hạn phạm vi nghiên cứu các mặt hàng nông sản chủ yếu ở địa bàn Đông Nam Bộ từ nay đến năm 2010.

3. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI:

- 3.1. Xây dựng cơ sở lý luận khoa học về nguồn gốc, bản chất, tác dụng của các phương thức tiêu thụ nông sản truyền thống và hiện đại.
- 3.2. Phân tích hiện trạng việc tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ
- 3.3. Kiến nghị xây dựng giải pháp các phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ phù hợp với chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở Việt Nam.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI:

Nhằm đảm bảo tính khoa học và thực tiễn các nội dung nghiên cứu, đề tài dự kiến vận dụng kết hợp các phương pháp sau đây:

- Sử dụng các học thuyết kinh tế, phương pháp luận kinh tế học để luận giải một cách khoa học về sự vận động và phát triển các phương thức tiêu thụ hàng hóa.
- Phương pháp điều tra khảo sát thực tế (ở một số tỉnh, thành phố)
- Phương pháp lịch sử, kế thừa những thành quả nghiên cứu và tư liệu thống kê.
- Phương pháp phân tích hệ thống, phân tích thống kê.
- Phương pháp mô hình hóa và thẩm định khoa học.
- Phương pháp tham dự, phương pháp chuyên gia.
- Trong từng giai đoạn nghiên cứu, đề tài vận dụng phương pháp thích hợp nhất.

5. KẾT CẤU ĐỀ TÀI:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, kết cấu đề tài gồm 3 chương:

- **Chương 1:** Cơ sở lý luận về các phương thức tiêu thụ nông sản trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế – đặc điểm tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản.
- **Chương 2:** Phân tích thực trạng tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ.
- **Chương 3:** Những giải pháp khai thác, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ phù hợp với yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

CHƯƠNG I:
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN
TRONG CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ – ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH
SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN

1.1 KHÁI NIỆM VỀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA:

Tiêu thụ là khái niệm kinh doanh nhằm định hướng và thực hiện việc chuyển giao quyền sở hữu giữa người bán và người mua trên cơ sở đã thanh toán và thu tiền, đồng thời thực hiện việc tổ chức, điều hòa phối hợp các tổ chức trung gian khác nhau nhằm đảm bảo cho nông sản hàng hóa tiếp cận và khai thác tối đa các loại nhu cầu của thị trường.

Hoạt động tiêu thụ giản đơn được hiểu là một sự trao đổi hàng hóa thông thường, xác định hành động tiếp nhận một sản phẩm mong muốn từ một cá nhân hay một từ một tổ chức bằng cách đưa cho cá nhân hay tổ chức đó một thứ khác.

Nghiên cứu khái niệm về tiêu thụ nông sản hàng hóa là nghiên cứu về các vấn đề sau:

- Vùng, miền, lãnh thổ cung cấp sản phẩm nông sản.
- Xác định nhu cầu đối với từng chủng loại nông sản phẩm.
- Nghiên cứu các đặc tính thị trường cho từng loại nông sản.
- Xác định các phân khúc thị trường
- Nghiên cứu phương thức tiêu thụ hàng nông sản.
- Hình thành các kênh phân phối nông sản phẩm.

1.2 THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA:

1.2.1 Khái niệm:

Thị trường tiêu thụ nông sản hàng hóa được phân vào hai nhóm thị trường chính:

- Thị trường tiêu thụ là người tiêu dùng.
- Thị trường tiêu thụ là các tổ chức.

Trong thị trường tiêu thụ của các tổ chức bao gồm các nhóm:

- Thị trường của các doanh nghiệp sản xuất
- Thị trường của các doanh nghiệp thương mại.
- Thị trường của các tổ chức Chính phủ

1.2.2 Phân khúc thị trường:

Khúc thị trường là một nhóm người tiêu dùng có phản ứng như nhau đối với một sản phẩm hoặc một tập hợp những sản phẩm.

Phân khúc thị trường là quá trình phân chia người tiêu dùng thành nhóm trên cơ sở những điểm khác biệt về nhu cầu, về tính cách hay hành vi.

1.2.2.1 Các tiêu thức để phân khúc thị trường:

- Về mặt địa lý: Miền, vùng, tỉnh, quận huyện..., nhưng chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn.
- Dân số-xã hội: Tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, trình độ học vấn, quy mô gia đình, thu nhập, tầng lớp xã hội, tín ngưỡng, dân tộc.
- Tâm lý: lối sống, văn hóa, thói quen, quan điểm

- Hành vi tiêu dùng: lợi ích, giá trị sử dụng, tính trung thành đối với sản phẩm.

1.2.2.2 Phân khúc thị trường khách hàng là các tổ chức:

- Những người mua là các tổ chức cũng có thể được phân chia theo địa lý (vùng, khu vực...), dân số – xã hội, theo tâm lý....

BẢNG 1.1: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG NGƯỜI MUA LÀ CÁC TỔ CHỨC

Các tiêu thức	Đặc tính
- Quy mô	Nhỏ, vừa, lớn
- Sức mua bình quân	Nhỏ, vừa, lớn
- Mức sử dụng	Ít, vừa, nhiều
- Loại hình tổ chức	Sản xuất, bán buôn, bán lẻ, tổ chức phi kinh tế
- Địa điểm công ty	Miền, vùng, tỉnh...
- Tình trạng mua	Mua mới, thường xuyên, không thường xuyên
- Sự thủy chung với người bán	Mua một hay nhiều lần
- Tiêu chuẩn đánh giá người bán	Uy tín nhà cung cấp, uy tín sản phẩm, giá cả...

1.2.2.3 Lựa chọn thị trường mục tiêu:

Trong bước này doanh nghiệp phải đưa ra được các quyết định về số lượng khúc thị trường được lựa chọn và khúc thị trường hấp dẫn nhất thông qua việc đánh giá:

a. Đánh giá các khúc thị trường:

Mục đích của việc đánh giá các khúc thị trường là nhằm nhận dạng mức độ hấp dẫn của chúng trong việc thực hiện được mục tiêu của doanh nghiệp (người bán).

Các tiêu chuẩn cơ bản thường được áp dụng khi đánh giá các khúc thị trường là:

- Quy mô và sự tăng trưởng
- Sự hấp dẫn của khúc thị trường từ sức ép hay đe dọa khác nhau
- Các mục tiêu và khả năng của doanh nghiệp

b. Lựa chọn khúc thị trường mục tiêu theo các tiêu thức sau:

- Tập trung vào một khúc thị trường đơn lẻ

- Chuyên môn hóa tuyển chọn
- Chuyên môn hóa theo sản phẩm
- Chuyên môn hóa theo thị trường
- Bao phủ toàn bộ thị trường

1.2.3 Thị trường xuất khẩu:

Khi nghiên cứu thị trường xuất khẩu cần chú ý đến các nguyên tắc sau:

- + Xác định rõ ràng các vấn đề cần đặt ra trước khi nghiên cứu.
- + Bắt đầu nghiên cứu từ văn phòng
- + Xác định các loại thông tin có thể sử dụng ở nước ngoài
- + Biết rõ nơi cần nghiên cứu
- + Không hoàn toàn tin rằng các thông tin thu nhận được là đồng nhất và chính xác

Các yếu tố cần phải nghiên cứu đối với thị trường xuất khẩu:

- Lợi thế so sánh của các sản phẩm xuất khẩu
- Hiệu quả kinh tế theo quy mô trong sản xuất
- Tạo lợi thế nhờ sản phẩm độc tôn
- Tạo được hiệu quả kinh tế nhờ có thị trường cung ứng tốt

1.3 PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA

1.3.1 Tổ chức tiêu thụ nông sản hàng hóa:

- Để tổ chức tiêu thụ nông sản hàng hóa hiệu quả cần phải tổ chức tốt các kênh tiêu thụ.
- Kênh phân phối là *tập hợp những cá nhân hay những cơ sở chấp hữu, hoặc hỗ trợ việc chuyển nhượng quyền sở hữu một hàng hóa hay dịch vụ nào đó, khi chuyển nó từ người sản xuất tới người tiêu dùng.*
- Kênh phân phối có nhiều cấp độ và mỗi cấp độ có các trung gian tiêu thụ.

1.3.1.1 Các trung gian tiêu thụ bao gồm:

- Người bán buôn và bán lẻ
- Đại lý, chi nhánh, môi giới, nhà phân phối công nghiệp, văn phòng đại diện, cửa hàng giới thiệu sản phẩm, cửa hàng đối chứng trực thuộc nhà sản xuất

1.3.1.2 Các kênh phân phối cho nông sản hàng hóa tiêu dùng cá nhân

1.3.1.3 Các kênh phân phối nông sản hàng hóa cho các doanh nghiệp chế biến:

1.3.1.4 Các kênh song song

Kênh phân phối song song thường được sử dụng để đạt mức bao phủ thị trường nhanh chóng, nhà sản xuất có thể sáng tạo nhiều con đường tới thị trường, thỏa mãn nhu cầu của nhiều người mua và tăng lượng bán.

1.3.2 Những lưu chuyển trong kênh phân phối:

- Dòng chuyển quyền sở hữu
- Dòng vận động sản phẩm
- Dòng thanh toán
- Dòng thông tin
- Dòng xúc tiến

1.3.3 Các phương thức tiêu thụ:

- *Phương thức hàng đổi hàng*
- *Phương thức trao đổi phân tán*
- *Phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối*
- *Phương thức trao đổi qua mạng*

1.4 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI:

1.4.1 Tình hình sản xuất nông sản:

- *Tình hình sản xuất gạo*
- *Tình hình sản xuất cà phê*
- *Tình hình sản xuất cao su*
- *Tình hình sản xuất điều*

1.4.2 Tình hình thị trường nông sản:

- *Thị trường gạo*
- *Thị trường cà phê*
- *Thị trường chè*
- *Thị trường cao su*
- *Thị trường điều*

1.5 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN TRONG NƯỚC:

1.5.1 Tình hình sản xuất nông sản:

- Sản xuất lương thực
- Sản xuất rau màu các cây công nghiệp và cây ăn quả
- Công nghiệp chế biến
- Phát triển nông thôn

1.5.2 Tình hình thị trường tiêu thụ nông sản:

1.5.2.1 Tình hình xuất khẩu:

BẢNG 1.3: MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

Đơn vị tính: 1000 tấn

Mặt hàng	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Gạo	1.988	3.003	3.575	3.730	4.508	3.500	3.729	3.241
Cà phê	248	184	392	382	482	694	931	710
Hạt tiêu	17,9	25,3	24,7	15,1	37,8	36,2	57,9	77,4
Hạt điều (Triệu USD)	102	124	160	158	168	235	152	212
Cao su	138,1	194,5	194,2	191	265	280	308	444
Rau quả (Triệu USD)	56	90	71	53	105	205	330	200
Chè	18,8	20,8	32,9	33,0	36,0	44,7	68,3	75,5
Lạc	111	127	86	87	56	78,2	78	107

Nguồn: Thời báo kinh tế Việt Nam

1.5.2.2 Tình hình trong nước:

Tổng sản phẩm trong nước năm 2002 tăng 7,04% so với năm 2001, trong đó khu vực nông lâm và thủy sản tăng 4,06%. Năm 2002 giá trị sản xuất nông nghiệp trong nước đạt 121 ngàn tỷ đồng, tăng 5,2% so với năm 2001, trong đó thị trường tiêu thụ trong nước chiếm 76,7 ngàn tỷ chiếm 65,8% tổng giá trị sản phẩm.

1.5.3 Lợi ích của việc tiêu thụ nông sản:

Tạo ra lợi ích từ mối liên kết

- Tạo ra lợi ích cho các tổ chức tiêu thụ:
- Tạo ra được mối quan hệ, hợp tác lâu dài
- Sự hỗ trợ của Chính phủ

1.6 NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM SẢN XUẤT, TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA CỦA CÁC NƯỚC TRONG KHU VỰC - CÁC BÀI HỌC KINH NGHIỆM RÚT RA:

1.6.1 Malaysia

1.6.2 Thái lan

1.6.3 Indonesia

1.6.4 Trung Quốc

1.6.5 Ấn Độ

1.6.6 Một số bài học kinh nghiệm:

Từ việc phân tích kinh nghiệm sản xuất và tiêu thụ nông sản của một số nước trên, dù là nước phát triển hay đang phát triển cũng có một số kinh nghiệm chung cần rút ra như sau:

- Để phát triển nền nông nghiệp sản xuất hàng hóa cần chú trọng đến yếu tố thị trường, hướng mạnh vào việc khuyến khích sản xuất theo yêu cầu của thị trường, khuyến khích sự vận động của thị trường vốn, lao động, đất đai, bất động sản và hàng hóa các loại.
- Chú trọng vai trò của các doanh nghiệp nông nghiệp có quy mô lớn, có tích tụ vốn và kỹ thuật cao để phát triển nông nghiệp sản xuất hàng hóa lớn. Các doanh nghiệp (như hộ sản xuất, trang trại tư nhân) có vị trí quan trọng để phát triển kinh tế nông nghiệp.
- Nhà nước cần đầu tư mạnh mẽ cho nông thôn và nông nghiệp thông qua các chương trình như: nghiên cứu khoa học nông nghiệp tạo ra các giống cây có năng suất cao, chất lượng tốt; đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng nông thôn (thủy lợi, giao thông; tăng cường đầu tư giáo dục và dạy nghề).
- Gắn sản xuất, chế biến và tiêu thụ (kể cả xuất khẩu) các sản phẩm nông nghiệp nhằm tạo thành một dây chuyền khép kín, trên cơ sở lợi ích của các tác nhân tham gia quá trình kinh doanh, khuyến khích phát triển các loại hình hợp tác xã tiêu thụ, các chợ đầu mối nông sản bán buôn, bán lẻ do tư nhân đầu tư và quản lý.
- Có chương trình trợ cấp xã hội nhằm giảm tỷ lệ di cư vào thành phố, giảm tỷ lệ hộ có mức sống dưới mức nghèo khổ.

Như vậy, dựa vào các kinh nghiệm của các nước và tùy vào tình hình thực tế của mỗi nước mà đề ra các chính sách thích hợp cho quá trình phát triển nông nghiệp. Việt Nam có nhiều điểm tương đồng với các nước trong khu vực cho nên có thể áp dụng các kinh nghiệm đó vào việc phát triển kinh tế của đất nước.

CHƯƠNG II:
PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN
Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

2.1 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

2.1.1 Điều kiện tự nhiên, tình hình sản xuất nông sản của vùng ĐNB:

Vùng Đông Nam Bộ giữ vị trí kinh tế khá quan trọng không chỉ với kinh tế Nam Bộ mà còn ảnh hưởng mạnh mẽ tới cả nước và các vùng lân cận. Lãnh thổ Đông Nam Bộ nằm ở vị trí có nhiều thuận lợi, địa hình rộng thoáng, ¾ diện tích là đồng bằng châu thổ, ¼ diện tích thuộc đồng bằng núi thấp. Phần đất trên có diện tích khoảng 12.400 km², trong đó 77% là diện tích có khả năng sử dụng trong nông nghiệp. Vùng Đông Nam Bộ là vùng có khí hậu thuận lợi cho việc phát triển nhiều loại cây công nghiệp như cao su, cà phê, chè, hồ tiêu, cọ dầu, đậu tằm, dừa; các loại cây ăn quả như sầu, sầu riêng, chôm chôm, thanh long, bưởi, chuối tây, mít dứa, ổi, đu đủ và cây lúa.

BẢNG 2.1: HIỆN TRẠNG SỬ DỤNG ĐẤT TẠI VÙNG ĐÔNG NAM BỘ, 2001

Đơn vị: ngàn ha

Hạng mục	Toàn quốc		Đông Nam Bộ		% so với toàn quốc
	Tổng số	Cơ cấu (%)	Tổng số	Cơ cấu (%)	
Tổng diện tích	32924,1	100	3473,3	100	10,5
1. Đất nông nghiệp	9345,4	28,4	1707,8	49,2	18,3
- Lúa	4267,9	45,7	508,1	29,8	11,9
- Cây CNNN	1217,2	13,0	114,6	6,7	9,4
- Nương rẫy, cây tạp	1272,9	13,6	564,3	33,0	44,3
- Cây CNDN	2181,2	23,3	496,9	29,1	22,8
- Đất cỏ chăn nuôi	37,6	0,4	8,5	0,5	22,6
- Đất dùng thủy sản	367,9	3,9	15,4	0,9	4,2
2. Đất lâm nghiệp	11575,4	35,2	1026,2	29,5	8,9
3. Đất chuyên dùng	1532,8	4,7	233,3	6,7	15,2
4. Đất ở	443,2	1,3	58,1	1,7	13,1

Nguồn: Tổng cục thống kê

Giá trị sản xuất nông nghiệp của vùng Đông Nam Bộ trong những năm qua cũng liên tục tăng với mức tăng trung bình trong 4 năm qua là 6,5%.

BẢNG 2.2: GIÁ TRỊ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ SO VỚI CÁC VÙNG KHÁC VÀ CẢ NƯỚC

Đơn vị: tỷ đồng

Vùng	Năm 1998	Năm 1999	Năm 2000	Năm 2001
Cả nước	99096,2	10367,9	112111,7	114708,0
Đông bằng sông Hồng	19402,0	20250,6	20898,1	20985,3
Đông Bắc	7723,6	8148,5	8594,5	8583,4
Tây Bắc	1755,8	1973,5	2083,2	2085,6
Bắc Trung Bộ	8503,6	9185,8	9767,3	9813,2
Duyên Hải Nam Trung Bộ	5864,8	6113,6	6153,6	6158,4

Vùng	Năm 1998	Năm 1999	Năm 2000	Năm 2001
Tây Nguyên	7218,2	9173,2	11448,6	11657,5
Đồng Bằng sông Cửu Long	39752,7	39762,1	40625,1	41715,7
Đông Nam Bộ	10675,5	11760,6	12541,3	13708,9

Nguồn: Tổng cục thống kê

BẢNG 2.3: MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA ĐNB, ĐBSCL, TÂY NGUYÊN, NAM TRUNG BỘ SO VỚI MỨC SẢN XUẤT CỦA CẢ NƯỚC

Đơn vị: %

Tên sản phẩm	ĐNB/ cả nước	ĐBSCL/ cả nước	T.N/ cả nước	NTB/ cả nước	Tổng cộng 4 vùng/cả nước
1. Lương thực quy thóc	6,67	46,10	2,20	5,88	60,85
2. Màu lương thực	18,2	4,30	9,31	7,32	39,13
3. Ngô	24,5	3,27	10,00	2,80	40,57
4. Sắn	14,00	3,00	13,00	19,00	49,00
5. Cao su	80-90	-	-	-	80-90
6. Hồ tiêu	40,00	-	20,00	-	>60,00
7. Cà phê	30,00	-	60,00	-	>90,00
8. Lạc	26,4	5,93	7,88	9,91	50,12
9. Thuốc lá	51,60	4,24	3,89	7,77	67,50
10. Mía	18,70	38,08	6,50	17,64	80,92
11. Đậu tương	7,90	18,24	12,49	1,95	40,58

Nguồn: Bộ thương mại

2.1.2 Diện tích, sản lượng nông sản của các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ:

Trong phần này trình bày diện tích, sản lượng nông sản của các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ: Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Ninh Thuận, Bình Thuận, Tây Ninh, Lâm đồng

2.1.3 Tình hình chế biến và bảo quản nông sản:

➤ Tình hình chế biến và bảo quản nông sản:

Trình bày tình hình chế biến và bảo quản nông sản đối với các loại cây công nghiệp 65p đặc trưng cho vùng Đông Nam Bộ như cà phê, cao su, chè, hạt điều, bông vải, mía đường, rau quả.

➤ Về quy trình chăm sóc:

- Về giống: Đang nghiên cứu áp dụng nhiều giống mới cao sản, ngon giảm bớt công, chi phí chăm sóc, tuy nhiên vẫn chưa tổ chức tốt sản xuất giống xác nhận và khâu quản lý kinh doanh.
- Bảo vệ thực vật: Chưa có được chương trình quản lý dịch hại tổng hợp cho các loại nông sản, chưa đảm bảo được vấn đề an toàn thực phẩm.
- Phân bón sử dụng: chưa chủ động được về phân bón
- Kỹ thuật thu hoạch cho từng loại nông sản chưa được phổ biến đầy đủ.

➤ Tỷ trọng ứng dụng các công nghệ sau thu hoạch:

BẢNG 2.5: TỶ LỆ NGƯỜI TRỒNG CÂY ĂN TRÁI CÓ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SAU THU HOẠCH ĐƠN GIẢN

Đơn vị: %

Loại trái cây	Xử lý nấm	Rửa	Phân loại	Sấy	Đóng gói
Thanh long	-	-	100	-	-
Nhãn	3	-	56	42	-
Vải	-	-	2	98	-
Quýt	-	-	100	-	-
Xoài	-	-	100	-	-
Cam	2	-	96	-	-
Dứa	-	-	100	-	-

Nguồn: IFPRI – 1999

- Phương tiện vận chuyển: Hầu hết không phải là loại phương tiện chuyên dụng, không có ngăn bảo quản, không có kho giữ lạnh khiến cho việc thất thoát nông sản trong lúc vận chuyển cũng rất cao.
- Chưa có các chợ đầu mối đúng nghĩa, nhà đóng gói hiện đại đảm bảo các tiêu chuẩn phục vụ tiêu thụ trong nước và quốc tế.
- Các ứng dụng công nghệ nhằm bảo quản nông sản lâu dài chưa được ứng dụng rộng rãi.
- Kho lạnh tuy có nhưng phần lớn đặt không đúng chỗ, công nghệ bảo quản không thích hợp nên không phát huy tác dụng.
- Công nghệ chế biến còn rất hạn chế và lạc hậu, chế biến trái chủ yếu là công nghệ chế biến dứa và không đồng bộ giữa nhà máy và vùng nguyên liệu.
- Công nghệ chế biến tại các nông hộ chưa được phổ biến rộng rãi và khuyến khích ứng dụng.

2.2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐNB:

2.2.1 Tổng quan về hệ thống tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ:

- **Tiêu thụ thông qua việc thu gom hàng hóa của các thương thương lái (phương thức trao đổi phân tán):** Các thương lái thu gom hàng hóa của các nông hộ sau đó tập trung bán lại cho các chủ vừa hoặc các nhà chế biến, xuất khẩu hàng hóa để hưởng chênh lệch. Đây là phương thức tiêu thụ khá phổ biến ở nước ta nói chung và ở khu vực Đông Nam Bộ nói riêng.
- **Phương thức tiêu thụ hàng hóa nông sản từ các trang trại:** Đây là một đặc trưng nổi bật của vùng Đông Nam Bộ do tại đây hình thành nhiều trang trại sản xuất hàng hóa nông sản lớn. Hiện tại vùng Đông Nam Bộ có trên 9.085 trang trại trong tổng số 55.852 trang trại trên cả nước, tạo ra thu nhập bình quân mỗi trang trại là 54,04 triệu đồng, sản xuất một lượng hàng hóa nông sản đáng kể.
- **Phương thức tập trung chợ đầu mối.** Các thương lái đi vào các hộ nông có sản phẩm hàng hóa, thu gom lại vận chuyển và giao lại cho các hộ bán buôn tại chợ. Hình thức mua bán tại chợ thực hiện theo cách thanh toán gởi đầu. Hàng chạy thì giá lên; hàng đọng thì giá xuống, chuyện đất, ế hàng thường xuyên xảy ra. Giá cả các loại hàng nông sản, đặc biệt là trái cây luôn trong tình trạng bấp bênh.
- **Phương thức tiêu thụ hàng hóa nông sản thông qua các HTX tiêu thụ:** Theo thống kê cả nước hiện nay có 14.740 HTX, trong đó có 9.978 HTX nông nghiệp hình

thành trên cơ sở tự nguyện giữa các hộ nông với nhau, tổ chức các phương thức hợp tác đa dạng. Các hình thức hoạt động của HTX:

+ Thu gom hàng nông sản rồi đưa trực tiếp tới người tiêu dùng thông qua các cửa hàng thương mại nằm trong hệ thống hợp tác xã.

+ Thu gom hàng nông sản từ các xã viên rồi đem tiêu thụ qua các đầu mối tại các chợ nông thôn.

+ Ký kết hoặc liên doanh với các doanh nghiệp thương mại, chế biến, xuất khẩu nhằm tổ chức tiêu thụ hàng hóa cho các xã viên.

2.2.2 Quản lý Nhà nước đối với tiêu thụ nông sản:

➤ Các chủ trương của Nhà nước đối với tiêu thụ nông sản:

- Chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản qua hợp đồng
- Các chính sách về vấn đề tiêu thụ trong nước và xuất khẩu

➤ Thực trạng việc triển khai các chính sách đối với tiêu thụ nông sản:

- Chính sách tiêu thụ nông sản qua hợp đồng:

+ Nhận thức của một số hộ nông dân và doanh nghiệp về “hợp đồng kinh tế” còn hạn chế, chưa tôn trọng tính pháp lý của hợp đồng tiêu thụ sản phẩm hàng hóa.

+ Quy mô sản xuất hiện nay của đa số các hộ nông dân còn nhỏ, manh mún, phân tán nên có khó khăn trong việc hình thành các vùng hàng hóa nông sản tập trung và ký hợp đồng tiêu thụ trực tiếp.

+ Việc đầu tư ứng trước cho nông dân của các doanh nghiệp còn hạn chế.

+ Sự phối hợp của chính quyền các cấp ở nhiều nơi còn thiếu chặt chẽ.

- Về vấn đề giá cả, tạm trữ và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm.

+ Chi phí vận chuyển và tạm trữ cao, chiếm đến 60% tổng chi phí hoạt động

+ Tổn thất trái cây sau thu hoạch bình quân vào khoảng 20%.

+ Các nguyên nhân chủ yếu gây thất thoát gồm 27% tạm trữ trong khi vận chuyển, 17% trong chế biến, và 17% là do không bán được sản phẩm sau khi thu hoạch.

- Chính sách về vốn:

+ Các hỗ trợ về vốn trong sản xuất nông nghiệp được triển khai rất chậm và người nông dân chưa được hưởng các chính sách ưu đãi của Nhà nước.

+ Các ngân hàng nông nghiệp có tâm lý ngại cho nông dân vay vốn phát triển sản xuất. Thủ tục vay còn nhiều khê, vốn chưa đến nông vào đúng thời điểm họ cần thiết.

2.2.3 Hiệu quả đầu tư của một số loại nông sản vùng Đông Nam Bộ:

BẢNG 2.6: CHI PHÍ SẢN XUẤT VÀ LỢI NHUẬN CỦA CÁC LOẠI CÂY CÔNG NGHIỆP CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

(Tính cho 1 ha)

Đơn vị: Ngàn đồng

Hạng mục	Cà phê	Cao su	Chè	Tiêu	Điều
1. Đầu tư ban đầu	25.100	27.300	19.600	32.700	13.100
2. Chi phí sản xuất					
- Chi phí SX nông nghiệp	9.391	4.905	6.078	9.651	3.100
- Chi phí chế biến và tiêu thụ	1.461	1.166	1.653	643,7	461
3. Tổng thu hàng năm	30.080	11.305	12.200	15.600	7.200
4. Lợi nhuận nông nghiệp	12.010	4.200	3.722	4.739	3.096
5. Lợi nhuận sau nông nghiệp	7.218	1.034	746,9	566,3	543,1

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

BẢNG 2.7: CHI PHÍ SẢN XUẤT VÀ LỢI NHUẬN CỦA CÁC LOẠI LƯƠNG THỰC CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

(Tính cho 1 ha)

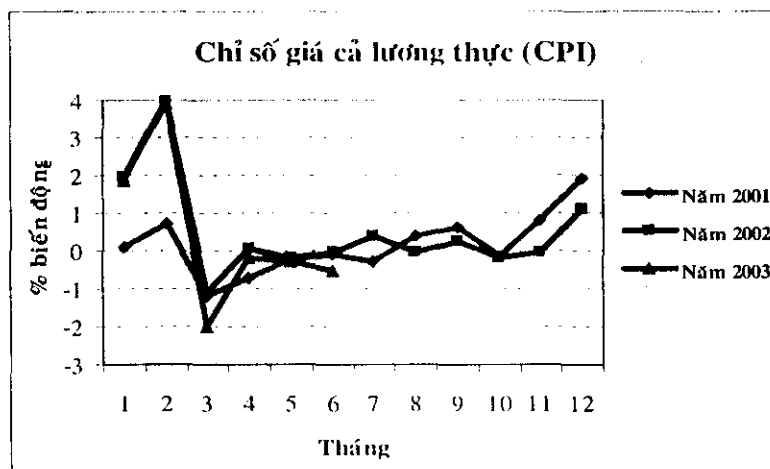
Đơn vị: *Ngàn đồng*

Hạng mục	Đậu + Lúa	Đậu + Ngô	Đậu 2 vụ	Ngô 2 vụ	Bông + Lúa
1. Đầu tư ban đầu	6.000	5.200	5.000	5.100	6.200
2. Chi phí sản xuất					
- Chi phí sản xuất NN	2.652,5	2.434,75	2.321,7	2.487,25	2.640,4
- Chi phí chế biến và tiêu thụ	-	-	-	-	-
3. Tổng thu hàng năm	6.200	5.900	5.800	5.000	6.000
4. Lợi nhuận	3.547,5	3.465,25	3.478,3	2.512,75	3.347,5
5. Lợi nhuận sau nông nghiệp	-	-	-	-	-

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

2.2.4 Đánh giá về tổ chức tiêu thụ nông sản vùng ĐNB ở thị trường nội địa:

2.2.4.1 Chỉ số giá cả:



Nguồn: GSO

BẢNG 2.8: GIÁ GẠO Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG THUỘC ĐNB, THÁNG 6-2003

Đơn vị: *đồng/kg*

Địa phương	Chất lượng trung bình	Chất lượng thấp	Chất lượng cao
TP HCM	3.417 – 3.542	-	4.929 – 5.233
Đồng Nai	3.359 – 3.495	-	5.411 – 5.558
Bình Dương	3.442 – 3.558	2.750 – 2.833	4.783 – 5.150
Bình Phước	2.850 – 2.980	2.570 – 2.680	4.670 – 5.050
Bình Thuận	2.820 – 3.167	2.450 – 2.550	5.130 – 5.250
Ninh Thuận	2.835 – 2.950	2.530 – 2.610	4.560 – 4.870
Tây Ninh	2.870 – 2.950	2.470 – 2.650	4.670 – 4.960

Nguồn: Department of Planning and Projection, MARĐ

➤ Giá cả một số loại nông sản khác ở vùng Đông Nam Bộ:

2.2.4.2 Khảo sát tiêu thụ hàng hóa ở một số chợ nông sản:

- Chợ Trần Chánh Chiêu, Chợ rau quả Cầu Muối và chợ trái cây Mai Xuân Thưởng, chợ Cầu Ông Lãnh.

2.2.5 Đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản vùng Đông Nam Bộ:
BẢNG 2.9: XUẤT KHẨU CỦA ĐÔNG NAM BỘ SO VỚI CẢ NƯỚC

Đơn vị: Triệu USD

Năm	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Đông Nam Bộ						
- Tổng số	5.926,10	6.429,73	6.238,33	8.049,50	10.037,0	11.091,5
- Nông sản	1.191,15	1.337,38	1.138,50	1.312,07	1.666,14	1.719,18
- Tỷ trọng (%)	20,10	20,80	18,25	16,3	16,6	15,5
Cả nước						
- Tổng số	7.255,9	9.185,0	9.361,0	11.523,0	14.500,0	15.027,0
- Nông sản	2.064,3	2.250,3	2.274,3	2.545,9	2.563,3	2.628,0
- Tỷ trọng (%)	28,45	24,50	24,03	22,09	17,68	17,49
ĐNB/Cả nước (%)						
- Nông sản ĐNB/ Tổng số cả nước	16,42	14,56	12,16	11,39	11,49	11,44
- Nông sản ĐNB/ Nông sản cả nước	57,70	59,43	50,06	51,54	65,00	65,42

Nguồn: Tổng cục thống kê và Bộ Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn

BẢNG 2.10: TỶ TRỌNG HÀNG NÔNG SẢN TRONG CƠ CẤU HÀNG XUẤT KHẨU CÁC TỈNH MIỀN ĐÔNG NAM BỘ

Đơn vị: %

Tỉnh - Thành	1991	1995	1999	2000
1. Tp.HCM	25,0	14,0	9,5	6,2
2. Đồng Nai	79,5	62,1	42,6	30,1
3. Bình Dương	-	34,6	21,1	19,3
4. Bà Rịa - Vũng Tàu	-	11,52	6,27	6,70
5. Bình Phước	-	96,0	90,6	88,2
6. Ninh Thuận	-	8,2	10,3	10,4
7. Bình Thuận	-	47,84	47,68	48,62
8. Tây Ninh	-	95,5	90,2	90,4
9. Lâm Đồng	73,5	70,6	68,2	68,3
Đông Nam Bộ	30,1	20,1	16,3	16,6
Cả nước	40,5	32,0	21,8	17,5

Nguồn: Báo cáo các tỉnh và Bộ NN&PTNT

Các tỉnh-thành thuộc vùng có các ưu thế khác nhau về nông sản phẩm xuất khẩu:

➤ **TPHCM:**

BẢNG 2.11: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA TPHCM SO VỚI ĐÔNG NAM BỘ VÀ CẢ NƯỚC

Đơn vị: %

Thị trường	1990			1995			1997			2000		
	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N
1. Châu Á	36,8	42,7	43,5	79,36	68,6	72,4	69,5	52,1	65,5	50,6	48,6	52,6
+ ĐNA	15,4	16,7	14,5	24,2	28,3	20,4	26,6	16,0	22,0	18,3	10,2	13,3
+ Nước khác	21,4	25,1	28,8	55,16	40,3	52,0	42,8	38,1	43,5	32,3	38,4	39,3

Thị trường	1990			1995			1997			2000		
	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N
2. Châu Âu	56,2	52,0	50,5	17,72	19,4	18,0	20,9	19,5	24,0	31,6	29,2	28,4
+ Đông Âu	40,2	41,5	42,4	3,70	6,2	2,8	4,8	4,0	2,7	8,0	4,8	3,2
+ EU	9,4	6,2	7,1	8,82	12,2	12,3	11,2	14,8	16,1	19,8	23,3	22,4
+ Nước khác	6,6	4,3	1,0	5,20	1,0	5,2	4,9	0,3	2,7	3,8	1,1	2,8
3. Châu Mỹ	2,0	0,5	0,7	1,64	8,1	4,4	4,6	8,6	4,1	10,6	12,5	10,0
4. Châu Phi	0,8	0,2	0,2	0,6	0,5	0,7	2,2	2,3	0,5	4,0	4,8	1,2
5. Châu Đại Dương	1,2	0,3	0,3	0,6	0,5	1,0	1,0	0,8	0,5	2,2	2,4	8,0
6. Thị trường khác	3,0	4,3	5,0	0,08	2,9	3,4	1,79	16,8	2,5	3,3	1,5	0,8
Tổng số	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nguồn: Tổng hợp từ Cục thống kê TPHCM, Bộ thương mại, Viện kinh tế TPHCM

➤ **Đồng Nai:**

BẢNG 2.12: CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA ĐỒNG NAI 1995 – 2000

Mặt hàng	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Cà phê (1.000 tấn)	11,8	21,0	22,1	20,0	18,5	12,0
2. Cao su (1.000 tấn)	10,3	7,0	2,5	3,0	3,5	3,8
3. Tiêu (1.000 tấn)	1,8	2,8	4,3	3,5	4,8	4,2
4. Mật ong (tấn)	174	750	967	1.500	1.592	1.630

Nguồn: Thời báo kinh tế Việt Nam, Hội kinh tế Việt Nam, số 68, ngày 07/06/2000

➤ **Bình Dương:**

- Cây công nghiệp xuất khẩu chủ yếu của tỉnh là cao su, cà phê, điều, bông.
- Giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh Bình Dương tăng mạnh, từ xấp xỉ 50 triệu USD năm 1996 lên gần 100 triệu USD năm 2000.
- + Thị trường các nước Châu Á vẫn là thị trường xuất chính.

➤ **Bà Rịa – Vũng Tàu:**

- Tuy không có thế mạnh về hàng nông sản xuất khẩu nhưng giá trị xuất cũng đạt trên 100 triệu USD vào năm 2000.
- Thị trường trong xuất khẩu nông sản là Đài Loan, Lào, Trung Quốc, ngoài ra còn có thị trường Nhật, Mỹ.v.v. Hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh chủ yếu dưới dạng thô, dạng nguyên liệu chỉ qua sơ chế.

➤ **Bình Phước:**

BẢNG 2.13: MỘT SỐ MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA TỈNH BÌNH PHƯỚC

Mặt hàng	1997	1998	1999	2000
1. Hạt điều nhân (tấn)	1.016	1.283	1.372	1.500
2. Mủ cao su (tấn)	50.083	53.150	51.778	56.172
3. Đũa tre (bao)	26.218	50.483	50.223	33.200

Nguồn: Báo cáo kinh tế xã hội tỉnh Bình Phước, năm 2000

➤ **Ninh Thuận**

- Giá trị xuất nông sản của tỉnh chỉ đạt 2,2 triệu USD vào năm 2000 với tổng lượng hàng nông sản xuất khẩu chỉ đạt gần 4.000 tấn (năm 2000).

➤ **Bình Thuận:**

- Nông sản là hàng xuất khẩu chủ lực, chiếm đến 50% tỷ trọng xuất khẩu. Giá trị xuất khẩu hàng nông sản của tỉnh tăng nhanh trong các năm qua từ 5,6 triệu USD năm 1995 lên 22,8 triệu USD năm 2000.
- Thị trường xuất khẩu chính vẫn là thị trường các nước Châu Á như Trung Quốc, Nhật Bản, Đài Loan.

➤ **Tây Ninh:**

- Tỷ trọng hàng xuất khẩu từ các loại nông sản luôn chiếm trên 90% tỷ trọng hàng xuất khẩu của tỉnh. Giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh tăng từ 33,4 triệu USD năm 1995 lên 56,5 triệu USD năm 2000.

BẢNG 2.15: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA TỈNH

Đơn vị: %

Thị trường	1997	1998	1999	2000
Trung Quốc	50,2	50,4	48,2	48,1
Đài Loan	20,5	20,9	21,4	22,4
Singapore	10,6	10,7	9,8	11,2
Indonesia	8,2	7,8	8,0	7,5
Hồng Kông	6,8	6,8	7,2	8,0
Malaysia	3,7	3,4	5,4	2,8

Nguồn: Tổng hợp từ Hội kinh tế Việt Nam 22/06/2001, Báo điện tử Nhân Dân 28/03/2000.

➤ **Lâm Đồng:**

- Tỷ trọng xấp xỉ 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh, đạt giá trị xuất khẩu từ 25 triệu USD năm 1995 lên 35 triệu USD năm 2000. Thị trường xuất khẩu chính của tỉnh vẫn là thị trường Châu Á, với tỷ trọng năm 2000 là 54,6%, thị trường Châu Âu chiếm tỷ trọng xấp xỉ 10%

2.2.6 Đánh giá thực trạng qua kết quả khảo sát về tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản:

➤ **Kết quả khảo sát từ 70 nông hộ trồng điều ở Bình Phước (Phụ lục 3):**

BẢNG 2.17: NGƯỜI THAM GIA THU HOẠCH NÔNG SẢN

Người thu hoạch	Tỷ lệ %
1. Hộ sản xuất	12
2. Thuê lao động	25
3. Thương lái	47
4. Người tiêu thụ thu hoạch	16

BẢNG 2.18: KHÁCH HÀNG THU MUA NÔNG SẢN CỦA CÁC NÔNG HỘ

Khách hàng	Tỷ lệ %
1. Thương lái	90
2. Hợp tác xã tiêu thụ	1
3. Trạm thu mua	3
4. Buôn bán lẻ	3
5. Tiêu dùng trực tiếp	3

➤ **Đánh giá kết quả khảo sát các doanh nghiệp xuất khẩu vùng ĐNB (Phụ lục 4):**

BẢNG 2.19: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN

Khách hàng	Tỷ lệ %
1. Nhật	15
2. ASEAN	33
3. Trung Quốc	12
4. EU	20
5. Mỹ	9
6. Thị trường khác	11

BẢNG 2.20: PHƯƠNG THỨC THU MUA NÔNG SẢN

Cách thức	Tỷ lệ %
1. Mua trực tiếp từ hộ nông dân	8
2. Thu gom hàng	35
3. Mua hàng qua thương lái, HTX	45
4. Mua tại các chợ đầu mối	12

BẢNG 2.21: NHỮNG KHÓ KHĂN LỚN NHẤT CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN

Khó khăn	Tỷ lệ %
1. Thiếu vốn	32
2. Nguồn cung cấp số lượng lớn	15
3. Chất lượng nông sản	20
4. Bảo quản	10
5. Chi phí	14
6. Thuế	7
7. Thủ tục xuất nhập khẩu	2

BẢNG 2.22: NHỮNG MỐI BẬN TÂM LỚN NHẤT CỦA DOANH NGHIỆP TRONG VIỆC THỨC ĐẨY TIÊU THỤ NÔNG SẢN

Giải pháp	Tỷ lệ %
1. Tìm kiếm thị trường	35
2. Chất lượng nông sản	25
3. Chính sách tiếp thị	15
4. Thông tin thị trường	10
5. Hạ giá thành sản phẩm	9
6. Thay đổi giống cây trồng	6

2.3 ĐÁNH GIÁ CÁC MẶT KHÓ KHĂN VÀ NGUYÊN NHÂN TỒN TẠI:

Nhìn chung việc tiêu thụ hàng hóa nông sản ở nước ta và vùng Đông Nam Bộ – vùng được xem là năng động nhất cả nước trong tiêu thụ hàng hóa các loại – vẫn còn nhiều khó khăn và bất cập thể hiện qua các đánh giá sau đây:

2.3.1 Thị trường tiêu thụ trong nước:

➤ **Những mặt tồn tại:**

a. Thị trường tiêu thụ nông sản trong nước tuy tăng trưởng nhưng không ổn định và còn ở trình độ phát triển thấp và còn có sự chênh lệch khá lớn giữa thành thị và nông thôn. Năng lực cạnh tranh của nhiều mặt hàng nông sản còn kém, gây không ít khó khăn trong việc tiêu thụ nông sản ngay trên “sân nhà”.

BẢNG 2.23: GIÁ TRÁI CÂY TẠI VƯỜN MỘT SỐ NƯỚC

(E = Ecuador, G = Guatemala, Gh = Ghana, J = Jamaica, K = Kenia, Th = Thailand, U = Uganda, Z = Zambia, VN = Việt Nam)

Đơn vị: USD/tấn

Mặt hàng	E	G	Gh	J	K	Th	Ug	Z	VN
Xoài	63	23	60	60	20	65	80	32	>300
Ổi	48	40	-	56	-	60	80	27	130
Đu đủ	49	40	75	40	80	60	80	80	160
Cam	54	30	83	-	60	50	60	88	200
Chuối	53	74	70	50	60	50	60	29	100
Quýt	59	-	-	-	-	-	-	-	200
Dứa	61	-	90	50	50	60	100	73	65
Bơ	62	-	-	65	-	-	-	70	200

Nguồn: Tổng hợp từ SOFRI, IFPRI, Tiểu ban trái cây nhiệt đới LHQ, Verger du Mekong.

- c. Chưa thiết lập được mối liên kết trong tiêu thụ hàng hóa nông sản giữa nhà nông và nhà buôn, giữa các doanh nghiệp thuộc trung ương với các địa phương, giữa nhà sản xuất công nghiệp với nhà nông, giữa các doanh nghiệp với các thương lái
- d. Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiêu thụ nông sản còn yếu.
- e. Kỹ cương pháp luật chưa nghiêm, nạn buôn lậu còn phổ biến khiến hàng nông sản.

➤ **Nguyên nhân các mặt tồn tại:**

- a. Chưa có thói quen sản xuất và tiêu thụ nông sản ở mức độ hàng hóa.
- b. Chưa nhận thức đầy đủ vị trí quan trọng của thị trường nội địa,
- c. Các chính sách về tín dụng, đất đai chưa được thực hiện triệt để qua chính sách hỗ trợ nông nghiệp, ưu đãi về thuế đối với các hộ nông.
- d. Chưa nhận thấy và thừa nhận vai trò hết sức quan trọng trong của các thương lái trong các kênh phân phối, tiêu thụ hàng nông sản

2.3.2 Thị trường xuất khẩu:

➤ **Về giá thành, giá xuất khẩu:**

- Các chi phí cao hơn rất nhiều so với các nước khác như năng suất lao động thấp, chi phí thất thoát sau thu hoạch cao, cơ sở hạ tầng phục vụ cho xuất khẩu vừa thiếu lại vừa yếu, chi phí vận chuyển, bốc xếp cao.
- Giá thành thực tế cao, các mặt hàng xuất khẩu có lợi nhuận thấp hoặc lỗ.

BẢNG 2.24: GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

Đơn vị: lần

Mặt hàng	Gạo	Bắp	Đậu tương	Lạc	Dương mía	Bông	Cà phê	Cao su	Điều	Tiêu	Rau	Hoa quả
CP/giá XK	0,57	1,22	0,85	0,56	1,45	1,20	0,50	0,53	0,30	0,75	0,67	0,30

- Theo khảo sát “giá thành – chi phí đầu vào” của hàng nông sản xuất khẩu vùng Đông Nam Bộ vào năm cuối năm 2000 thì chi phí cho xuất khẩu chiếm tới 60 – 70% giá FOB đối với gạo, , 70 – 80% đối với cà phê; chi phí cho khâu chế biến chiếm 15 – 20% giá FOB đối với gạo, 10 – 22% đối với cà phê; chi phí cho các yếu tố kinh doanh xuất khẩu: 10 – 20% giá FOB đối với gạo, 8 – 10% đối với cà phê.

- *Đánh giá về nguyên nhân chất lượng hàng nông sản xuất khẩu thấp:* Chưa có khả năng chuyên môn hóa sản xuất nên hầu như không đảm bảo yêu cầu của khách hàng về chất lượng, độ đồng đều (đồng nhất) trong từng phẩm cấp, không giữ được uy tín lâu dài, là nguyên nhân cơ bản dẫn tới hạ giá xuất khẩu.
- *Đánh giá về tổ chức cung ứng nguồn hàng xuất khẩu:* Do chưa quy hoạch tập trung sản xuất nông sản ở mức độ hàng hóa, chế biến xuất khẩu với quy mô cần thiết.
- *Đánh giá tình hình quản lý:* Quản lý kinh tế của Nhà nước, của doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh xuất khẩu chưa nhất quán, hiệu quả giữa các ngành – lãnh thổ với nhau thấp; thiếu vốn lưu động, thiếu các kinh nghiệm giao thương quốc tế; chưa nắm vững các luật lệ, cam kết của các nước đối tác, luôn bị thiệt thòi trong tranh chấp.
- *Đánh giá về khách hàng xuất khẩu:* Chính phủ, doanh nghiệp đều chưa chủ động trong khâu tiếp thị, xúc tiến thương mại. Phần lớn các giao dịch do khách hàng tìm đến trước, ¼ hàng xuất khẩu phải qua trung gian, rất ít khi tham gia và trúng thầu hợp đồng ở các nước nhập khẩu.

CHƯƠNG III

NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC, PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ PHÙ HỢP VỚI YÊU CẦU CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ

3.1 QUAN ĐIỂM - MỤC TIÊU VÀ CƠ SỞ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP:

3.1.1 Quan điểm phát triển:

Một là, Chính phủ quy hoạch phát triển vùng Đông Nam Bộ thành vùng tập trung chuyên sản xuất nông sản hàng hóa phục vụ nhu cầu nội địa và xuất khẩu.

Hai là, Chuyển dịch cơ cấu cây trồng vật nuôi là một trong những mục tiêu được quan tâm hàng đầu.

Ba là, Nâng cao giá trị sản xuất trên một ha đất trồng lên từ 2 đến 3 lần giá trị về sản xuất nông nghiệp cho giai đoạn từ năm 2001 – 2010.

Bốn là, phải tạo được hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngày càng cao, dựa trên trên cơ sở sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên: đất, nước, rừng, động – thực vật... nhằm xây dựng và phát triển một nền nông nghiệp sinh thái bền vững, đảm bảo các yêu cầu về bảo vệ và cải tạo môi trường.

Năm là, đặt Tăng cường tìm kiếm, mở rộng đầu ra cho các sản phẩm nông sản thông qua việc hình thành các kênh tiêu thụ sản phẩm trong thị trường nội địa và đẩy mạnh việc xúc tiến thương mại xuất khẩu nông sản.

Sáu là, Nhà nước cần đóng vai trò chủ đạo trong việc đầu ra cho hàng hóa nông sản thông qua các chính sách nhằm tác động cho thúc đẩy và hình các phương thức tiêu thụ.

3.1.2 Mục tiêu của giải pháp:

3.1.2.1 Mục tiêu chung:

- Trong 10 năm tới, toàn vùng Đông Nam Bộ hội tụ đủ điều kiện khả năng chuyển hướng từ sản xuất hàng hóa nhỏ sang nền sản xuất hàng hóa lớn, hướng mạnh tới xuất khẩu.
- Luôn giữ vai trò là vùng phát triển nhất trong việc sản xuất và tiêu thụ hàng hóa.
- Luôn giữ được vị trí đầu tàu trong xuất khẩu nông sản hàng hóa, mở rộng thị trường xuất khẩu trên toàn cầu
- Phát triển phương thức tiêu thụ hợp lý xây dựng thông qua việc hình thành các kênh tiêu thụ xuyên suốt từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng, chú trọng cả thị trường nội địa lẫn thị trường xuất khẩu, mở ra các khả năng tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ trong cả nước và nước

3.1.2.2 Mục tiêu cụ thể:

- Phấn đấu đạt doanh số xuất khẩu nông sản, doanh số của vùng luôn đạt trên 1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng đến 60% tổng doanh số xuất khẩu của cả nước, đạt mức tăng trưởng về xuất khẩu hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ bình quân mỗi năm là 15%. Đến năm 2005, Đông Nam Bộ đạt giá trị xuất khẩu nông sản từ 2,5 – 3 tỷ USD.

- Phần đầu trong những năm tới là phải chuyển sang sản xuất hàng hóa lớn, tập trung vào một ngành chủ lực để biến lợi thế tài nguyên thành lợi thế kinh tế; theo hướng chuyên môn hóa, thâm canh hóa để tăng quy mô sản xuất cũng như tăng khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam.
- Thúc đẩy việc hoàn thiện cơ chế, chính sách, đẩy mạnh việc thực hiện Quyết định 80/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tiêu thụ sản phẩm cho nông dân thông qua hợp đồng.
- Khai thác và phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản cho người nông dân phù hợp với các yếu tố đặc trưng của vùng Đông Nam Bộ.

3.1.3 Cơ sở đề xuất giải pháp:

3.1.3.1 Bối cảnh bên ngoài:

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới (WB) thì kinh tế thế giới trong những năm tới với dự kiến mức tăng trưởng vào khoảng 2,5 – 3%.

Về thương mại, Ngân hàng thế giới dự báo kim ngạch buôn bán toàn cầu vẫn sẽ tăng trong vài năm tới là khoảng 5 – 7%, tuy có hồi phục nhưng đây là mức tăng thấp so với mức tăng trưởng vào năm 2000. Nhìn chung kinh tế một số nước như Trung Quốc vẫn có mức tăng trưởng cao, kinh tế Mỹ sẽ tăng 2,5 – 3%, kinh tế Nhật sẽ hồi phục với mức tăng 1 – 1,5%, Châu Âu hy vọng sẽ đạt mức tăng trưởng 2 – 2,5%.

- Tình hình Trung Đông
- Tác động của việc Trung Quốc gia nhập WTO
- Việc Campuchia gia nhập WTO
- Việc thực hiện CEPT/AFTA

3.1.3.2 Tình hình trong nước

3.2 NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

3.2.1 Giải pháp phát triển tập trung và liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản:

- Quy hoạch phát triển vùng Đông Nam Bộ thành vùng nguyên liệu
- Nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh hàng hóa nông sản của
- Xây dựng mối liên kết giữa nhà Khoa học, nhà Nông, nhà Doanh nghiệp và Nhà nước trong sản xuất chế biến và tiêu thụ sản phẩm:

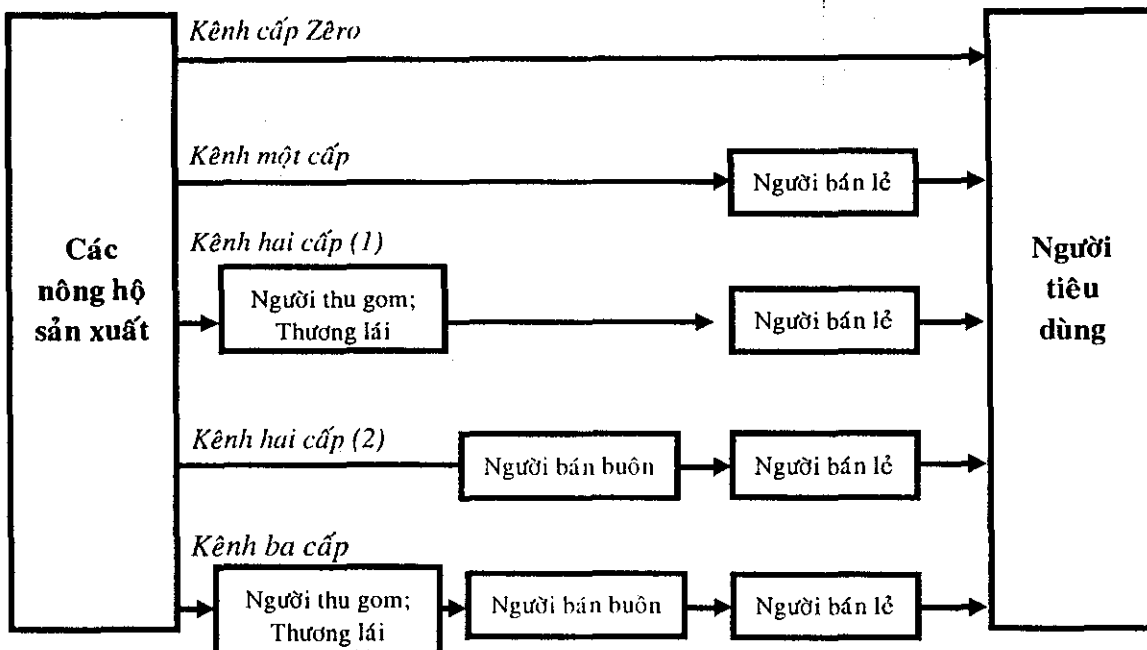
3.2.2 Giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh:

- Cải tiến giống cây trồng
- Hiện đại hóa phương thức canh tác
- Đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch và bảo quản nông sản
- Nghiên cứu loại bỏ và phòng ngừa sâu bệnh.
- Tiêu chuẩn hóa các loại nông sản
- Phát triển cơ sở hạ tầng cho tiêu thụ nông sản:

3.2.3 Giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản:

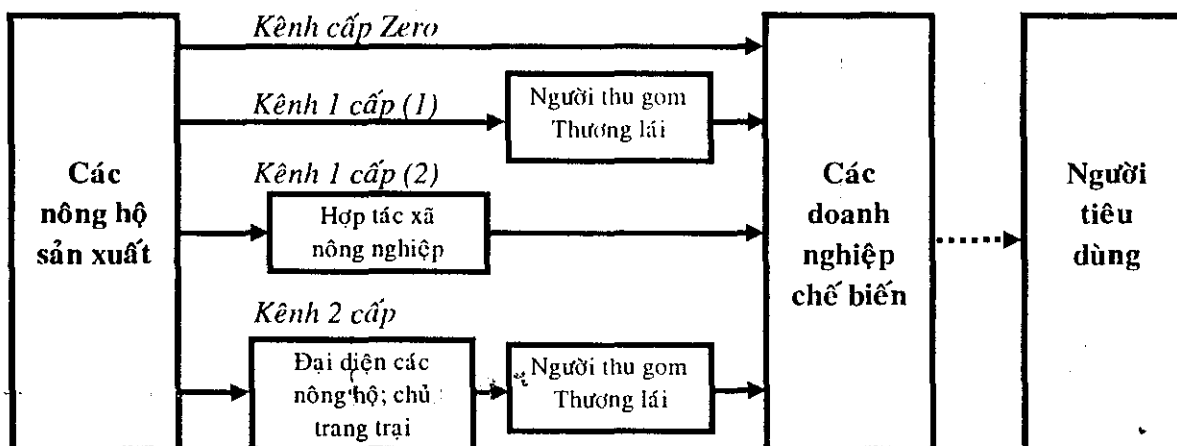
3.2.3.1 Phát triển các kênh tiêu thụ hàng nông sản:

- Giải pháp cho kênh phân phối hàng nông sản tiêu dùng:
 - *Kênh cấp Zero*: Không khuyến khích hoặc hạn chế phát triển kênh phân phối này.
 - *Kênh một cấp*: Vẫn duy trì các kênh này phần nào giúp tiêu thụ tại địa phương.



Sơ đồ 3.1: KÊNH PHÂN PHỐI HÀNG NÔNG SẢN TIÊU DÙNG

- *Kênh hai cấp (1)*: Tiếp tục duy trì vì khả năng linh hoạt trong việc thu gom hàng hóa tại các vùng gặp khó khăn về phương tiện chuyên chở và cơ sở hạ tầng.
- *Kênh hai cấp (2) và kênh ba cấp*: Khuyến khích và hỗ trợ cho việc phát triển các kênh tiêu thụ loại này. Các chính sách khuyến khích :
 - + Nhà thầu: ký hợp đồng với các nông hộ mua hoa màu trên đồng và tự thực hiện việc thu hoạch để đảm bảo chất lượng của hàng nông sản sau thu hoạch.
 - + Hỗ trợ cho các loại hình HTX thương mại hoặc đại diện của các hộ nông tại địa phương để thu gom hàng nông sản của các nông hộ; hoặc những người đại diện các trang trại đứng ra ký kết các hợp đồng mua bán với những người bán buôn.
- Giải pháp về các kênh phân phối công nghiệp của hàng nông sản:



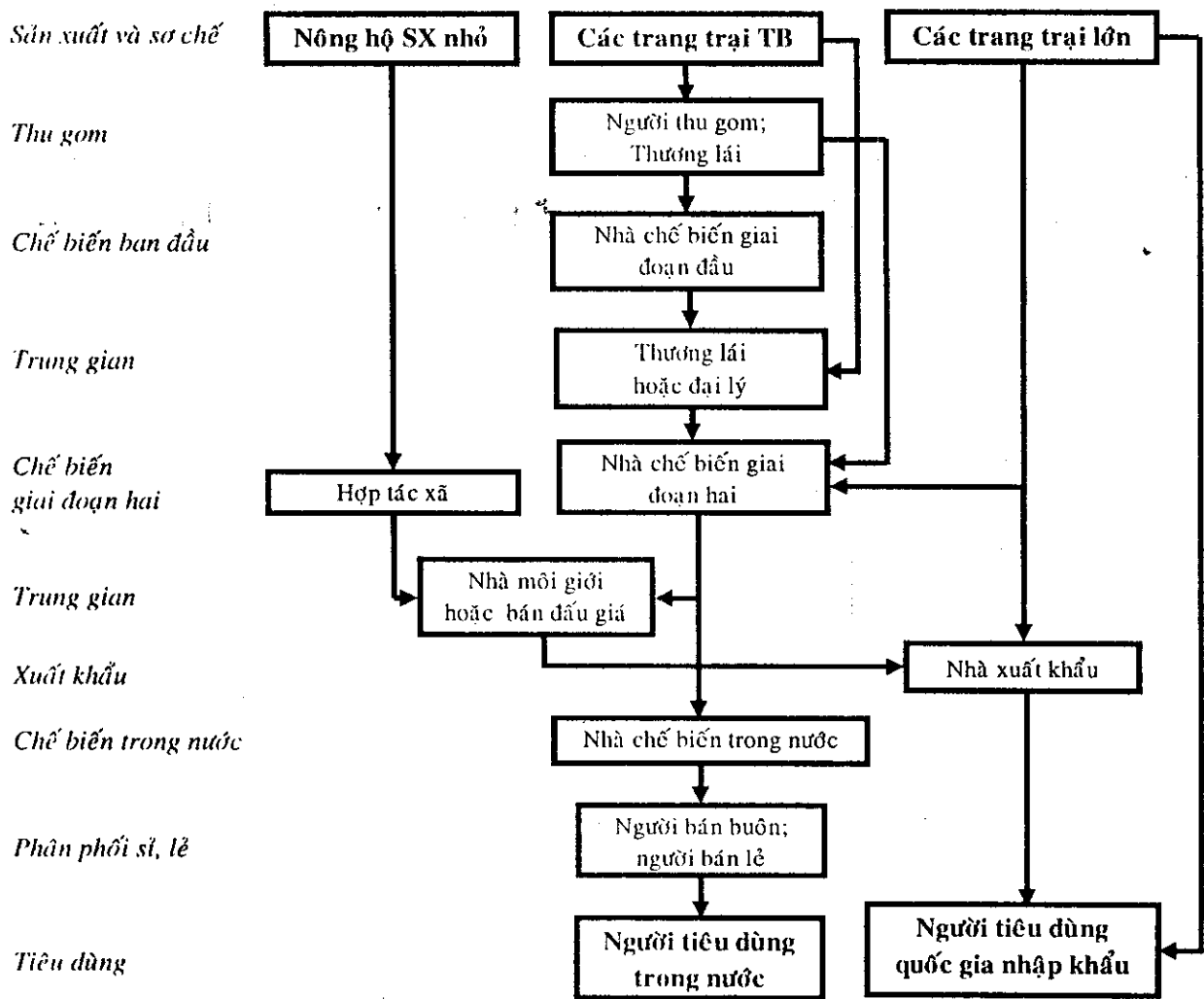
————> Kênh phân phối nông sản từ người sản xuất đến người tiêu thụ công nghiệp

.....> Kênh phân phối riêng của người sản xuất công nghiệp

Sơ đồ 3.2: KÊNH PHÂN PHỐI HÀNG NÔNG SẢN CHO TIÊU THỤ CÔNG NGHIỆP

- *Kênh cấp Zero*: Khuyến khích phát triển việc phân phối hàng hóa theo kênh này nhằm đẩy mạnh việc thực hiện Quyết định 80/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng.

- **Kênh một cấp:** Có các chính sách thích hợp với từng kênh:
 - + **Người thu gom:** Cần có chính sách hỗ trợ về tín dụng hoặc các chính về thuế để tìm nguồn hàng cho các nhà máy chế biến và tiêu thụ hết sản phẩm cho nông dân.
 - + **Hợp tác nông nghiệp:** Thích hợp với tình hình sản xuất hiện nay. Hỗ trợ cho sự phát triển của các HTX nông nghiệp là thực hiện đúng các chương trình và chủ trương của Nhà nước về tiêu thụ nông sản cho nông dân.
- **Giải pháp về kênh tiêu thụ nông sản là các loại cây công nghiệp cho vùng ĐNB:**
 Giải pháp này sẽ hình thành kênh tiêu thụ xuyên suốt cho cho các nông hộ, sản xuất của vùng Đông Nam Bộ với các đặc điểm:
 - Không có kênh tiêu thụ trực tiếp. Tùy loại nông sản mà có thể qua một hoặc hai khâu chế biến.
 - Người bán buôn và người bán lẻ chỉ xuất hiện ở giai đoạn sau chế biến.
 - Cần đặc biệt hỗ trợ để phát triển sản xuất với quy mô trung bình và lớn cho hàng nông sản công nghiệp vì đây là các mặt hàng chiến lược trong xuất khẩu của vùng và của cả nước. Các nông trại có quy mô sản xuất lớn có thể hình thành các kênh lưu thông hàng hóa nhanh hơn, ít trung gian do đó có thể giảm các chi để tăng khả năng cạnh tranh khi xuất khẩu.



Sơ đồ 3.3: KÊNH TIÊU THỤ HÀNG NÔNG SẢN CÔNG NGHIỆP Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

3.2.3.2 Phát triển các phương thức tiêu thụ:

Các chính sách được áp dụng cụ thể cho từng phương thức:

- Giảm thiểu việc tiêu thụ nông sản qua phương thức trao đổi phân tán
- Phát triển mạnh phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối
- Phương thức liên kết tiêu thụ
- Phát triển phương thức tiêu thụ nông sản qua mạng

3.2.4 Giải pháp về xúc tiến tiêu thụ nông sản:

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của các trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại
- Xây dựng chiến lược xúc tiến tiêu thụ nông sản ở tầm vĩ mô
- Xúc tiến thương mại với thị trường trong nước, tạo lợi thế cạnh tranh cho hàng nông sản ngay tại thị trường của vùng Đông Nam Bộ và thị trường trong nước
- Tận dụng các cơ hội để xúc tiến thương mại đối với thị trường xuất khẩu

3.2.5 Các giải pháp hỗ trợ:

3.2.5.1 Xây dựng chính sách hỗ trợ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản:

- Kiểm soát và hực hiện các sách nhằm giảm chi phí đầu vào trong SX nông sản
- Trợ giá xăng dầu, điện cho nông dân với mức tối thiểu từ 10 – 15%,
- Hỗ trợ lãi suất thu mua, thưởng xuất khẩu, hỗ trợ chi phí xúc tiến thương mại.

3.2.5.2 Đào tạo nguồn nhân lực:

- Nhà nước chịu trách nhiệm chính trong việc bồi dưỡng, đào tạo một đội ngũ đông đảo các kỹ sư, các kỹ thuật viên nông học chuyên sâu.
- Phải có chính sách đầu tư cơ sở vật chất hiện đại cho công tác đào tạo
- Khuyến khích các hình thức học tập nâng cao kiến thức chuyên môn của đội ngũ lao động trong nông nghiệp, cán bộ làm công tác chuyển giao kỹ thuật .
- Gửi các cán bộ nông học, nông dân giỏi sang các nước có nền nông nghiệp phát triển học tập, trao đổi.
- Thu hút các sinh viên giỏi để tuyển dụng vào làm việc tại các nông trại.
- Có các chính sách đãi ngộ về tiền lương, tiền thưởng tương xứng.

3.2.5.3 Xây dựng quy hoạch để hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu:

- Xây dựng vùng chuyên canh với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước.
- Chuyển dịch cơ cấu cây trồng: gia tăng tỷ lệ cây công nghiệp có khả năng xuất khẩu như gạo đặc sản, cà phê Abrica, ca su, điều...

3.2.5.4 Khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến nông sản để tạo kênh tiêu thụ ổn định cho nông sản:

- Mạnh dạn đầu tư vào khâu công nghiệp chế biến các loại nông sản mà nước ta sẵn có và có nhiều.
- Xây dựng các chính sách nhằm khuyến khích đầu tư của người dân và nước ngoài vào khâu bảo quản và chế biến.
- Khuyến khích hình thành các liên doanh giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào xây dựng nhà máy chế biến nông sản tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.
- Thực hiện việc hợp tác giữa người sản xuất và chế biến với các trường đại học, viện nghiên cứu chế tạo. Xây dựng các chương trình hỗ trợ cụ thể cho công nghiệp chế biến đối với một số ngành hàng nông sản đáp ứng thị trường trong nước và xuất khẩu

3.3 CÁC KIẾN NGHỊ VỀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

Để các giải pháp đề xuất mang tính thực tiễn và khả thi cao, nhóm nghiên cứu đã khảo sát và đề xuất các kiến nghị như sau:

3.3.1 Kiến nghị với Nhà nước và các bộ ngành liên quan:

1. Tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện mô hình hợp đồng đảm bảo tiêu thụ hết nông sản cho nông dân: theo chương trình này có thể thông qua Hội nông dân vận động nông dân ký hợp đồng và sản xuất theo hợp đồng, tuân thủ các cam kết đã ký với doanh nghiệp, đảm bảo chữ tín để việc thực hiện hợp đồng kinh tế trở thành thói quen của người nông dân. Đối lại, doanh nghiệp cũng phải nghiêm chỉnh thực hiện Hợp đồng kinh tế đã ký cho các cơ sở sản xuất và người nông dân, đồng thời Ngân hàng Nhà nước phải đảm bảo đủ nhu cầu về vốn cho nhà sản xuất và doanh nghiệp đã ký hợp đồng sản xuất và tiêu thụ nông sản phù hợp với tính chất của mùa vụ.
2. Tăng cường công tác thông tin thị trường và xúc tiến thương mại cho nông dân. Mục tiêu của mô hình này là nhằm cung cấp giá cả thị trường đầu vào, đầu ra cho các mặt hàng nông sản một cách chính xác và kịp thời để nhà sản xuất và doanh nghiệp quyết định phương hướng sản xuất, định giá sản phẩm và lựa chọn thị trường tiêu thụ. Đồng thời đó còn là cơ sở để Nhà nước điều chỉnh các chính sách phù hợp nhằm hỗ trợ phát triển sản xuất và thương mại. Quy trình triển khai là hình thành mô hình Trung tâm thông tin thị trường tại các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ để thu thập tình hình tại nơi sản xuất và giá cả tại các chợ đầu mối từ xã, huyện và tỉnh; Trung tâm thông tin có nhiệm vụ tổng hợp, phân tích và đưa ra những dự báo về diễn biến thị trường trong thời điểm kế tiếp, khai thác các nguồn tin khác nhau về giá cả nông sản của cả vùng Đông Nam Bộ, các tỉnh thành phố khác và giá cả của thị trường thế giới, sau đó thông tin lại cho những người sản xuất nông sản biết. Việc thiết lập Trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại chắc chắn sẽ mang lại những lợi ích thiết thực nhất định như: nâng cao hiểu biết về thị trường cho nông dân, giảm hiện tượng thương lái ép giá khi nông dân bán sản phẩm và mua vật tư, định hướng cho người nông dân sản xuất cây gì trong thời gian nào có lợi nhất, cán bộ lãnh đạo cần nắm bắt thông tin về thị trường của tỉnh mình, vùng Đông Nam Bộ, tỉnh bạn và thế giới. Ngoài ra cũng cần có sự phối hợp giữa các sở ban ngành trong cùng địa phương và để thông tin đến người sản xuất và doanh nghiệp một cách nhanh chóng, đầy đủ cần áp dụng phương châm: thu thập thông tin từ nhiều nguồn, xử lý thông tin tập trung, phát tin bằng nhiều hình thức và đúng thời điểm.
3. Để ổn định và ngăn chặn sự giảm giá tiếp tục của nông sản trong những năm tới, Nhà nước mà cụ thể là Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn phải điều chỉnh cơ cấu sản xuất theo hướng sản xuất từng loại nông sản phù hợp với nhu cầu thị trường, việc chuyển đổi cơ cấu cây trồng cần căn cứ vào thành quả nghiên cứu về dự báo thị trường một cách phù hợp. Có cơ cấu hợp lý cả về số lượng diện tích với từng loại nông sản trong vùng trên cơ sở sự phân công hợp tác phù hợp và cần phải chấm dứt ngay việc trồng trọt theo phong trào bất chấp hiệu quả kinh tế.
4. Nhà nước nên có kế hoạch đầu tư cho các Viện nghiên cứu nông nghiệp và các Trung tâm khuyến nông tại các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ đủ mạnh để

nghiên cứu giống và đảm bảo có đủ giống và giống có chất lượng tốt để cung cấp cho nhu cầu sản xuất trước hết là ngành sản xuất nông sản có kim ngạch xuất khẩu đáng kể như lúa gạo, cà phê, cao su, chè, điều, hồ tiêu, rau quả, mía đường... Đồng thời trong hệ thống sản xuất và dịch vụ cung cấp cây trồng cần kết hợp công nghệ hiện đại và công nghệ truyền thống để tạo giống lai, từng bước áp dụng công nghệ sinh học trong lai tạo giống. Ngoài ra, Nhà nước cần khuyến khích các thành phần kinh tế, các nông dân giỏi tham gia nghiên cứu, lai tạo và sản xuất giống tốt cung ứng cho nhu cầu của các nhà sản xuất nông sản.

5. Nhà nước cần tăng cường hơn nữa công tác thông tin thị trường nông sản và thường xuyên phổ cập đến các doanh nghiệp. Công tác thông tin cũng cần có sự phối hợp giữa các ngành, các cấp để đảm bảo có thông tin chính xác. Ngoài ra, công tác thị trường và xúc tiến thương mại cần được tăng cường theo hướng đa dạng hóa chủ thể tham gia, có sự kết hợp giữa Nhà nước, Hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp
6. Không ngừng nâng cao vai trò của hiệp hội ngành hàng thuộc nông sản. Nhà nước cần sớm ban hành nghị định về công nhận chính thức các hoạt động của hiệp hội ngành hàng, xem xét khả năng dành một số quyền hạn nhất định cho việc xử lý tiêu thụ, xuất khẩu, phương thức tiêu thụ nông sản, phương thức thanh toán, tiêu chuẩn cần có đối với các doanh nghiệp thu mua, chế biến, tiêu thụ nông sản phẩm.
7. Nâng cao hiệu quả và tăng sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp bằng việc đột phá từ cơ chế chính sách và sự cải cách hành chính của Nhà nước. Thực tế cho thấy rằng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp không còn phụ thuộc chủ yếu vào tài nguyên thiên nhiên và lao động rẻ mà phụ thuộc vào môi trường kinh doanh, kết cấu hạ tầng phục vụ cho tiêu thụ nông sản phẩm, lao động có tay nghề chuyên môn và cần có các thủ tục hành chính đơn giản và linh hoạt.

3.3.2 Kiến nghị với nhà sản xuất, hộ nông dân và các trang trại:

Do hàng nông sản ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ của nền kinh tế, trong đó kim ngạch xuất khẩu đến năm 2010 tăng lên 4 lần so với năm 2002, tuy nhiên thực tiễn cho thấy số lượng, chất lượng và giá cả hàng nông sản chưa ổn định. Vì vậy nhà sản xuất cần chú trọng toàn diện từ khâu chọn giống, kỹ thuật canh tác trồng trọt, tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật trong – ngoài nước vào lĩnh vực bảo quản, chế biến sau thu hoạch để tạo ra các sản phẩm trúng vụ và trái vụ chất lượng cao, giảm tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch đến mức thấp nhất để hạ giá thành nông sản phẩm nhằm tăng khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực.

3.3.3 Kiến nghị với các trung gian tiêu thụ, các thương lái, các doanh nghiệp:

Cần phát triển rộng rãi những hình thức, các phương thức giao dịch thương mại nông sản hiện đại thông qua các trung gian tiêu thụ, các thương lái, các chợ nông sản đầu mối nhằm tăng cường hơn nữa mối quan hệ gắn kết giữa nhà trung gian tiêu thụ với các doanh nghiệp sản xuất chế biến và tiêu thụ nông sản bằng các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm ngay từ đầu vụ, nhằm đảm bảo thu mua nông sản kịp thời, bảo quản tốt và vận chuyển an toàn.

KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy nước ta nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng để phát triển sản xuất nông sản hàng hóa. Tuy nhiên, việc phát triển quá nhanh diện tích trồng cây công nghiệp cũng gây ra sự mất cân đối về cơ sở hạ tầng, công nghệ thu hoạch, bảo quản, chế biến, tiêu thụ không theo kịp với tốc độ phát triển diện tích và sản lượng, kết quả phân tích cũng đã chỉ ra nguyên nhân tồn đọng của việc tiêu thụ nông sản hàng hóa tại vùng Đông Nam Bộ được thể hiện qua các mặt sau:

- Nông dân chưa có thói quen sản xuất và tiêu thụ nông sản ở cấp độ hàng hóa nên chưa coi trọng mẫu mã, chất lượng, giá cả, phương thức tiêu thụ.
- Vùng Đông Nam Bộ chưa thể hiện được vai trò vùng kinh tế năng động trong sản xuất và tiêu thụ nông sản hàng hóa.
- Các cấp chính quyền địa phương vùng Đông Nam Bộ chưa phát huy được vai trò trong việc tổ chức quy trình, định hướng thị trường, tác dụng, đất đai, thuế,...
- Chưa thấy được tầm quan trọng và vai trò của thương lái, người thu gom trong kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm.
- Việc điều hành quản lý vĩ mô của Nhà nước chậm điều chỉnh và đổi mới để có thể khuyến khích phát triển sản xuất và tiêu thụ mạnh nông sản hàng hóa sao cho mang lại hiệu quả kinh tế, góp phần cải thiện đời sống người nông dân và phát triển nông nghiệp, nông thôn tại vùng Đông Nam Bộ.

Để khắc phục những nguyên nhân tồn tại đã được tổng kết trên và để xây dựng, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản Việt Nam và vùng Đông Nam Bộ một cách bền vững, nhóm nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp đồng bộ và hữu hiệu sau:

- Giải pháp phát triển tập trung và liên kết sản xuất-tiêu thụ nông sản giữa Nhà nước – Nhà khoa học – Nhà Doanh nghiệp – Nhà nông một cách chặt chẽ, hiệu quả và thỏa đáng.
- Giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản phẩm trên cơ sở cải tiến giống cây trồng, hiện đại hóa phương thức canh tác, đầu tư cho công nghệ thu hoạch, bảo quản và chế biến nông sản, tăng cường phương pháp trồng trọt sinh thái, đảm bảo tiêu chuẩn hóa các loại nông sản và phát triển cơ sở hạ tầng nông thôn.
- Giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản như: phát triển mạnh phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối, đẩy mạnh phương thức liên kết thông qua các mô hình Hợp tác xã cổ phần, mạng lưới đại lý và phát triển phương thức tiêu thụ nông sản qua mạng Internet.

- Giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến tiêu thụ nông sản bằng cách nâng cao hiệu quả hoạt động của các Trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại, xây dựng chiến lược xúc tiến tiêu thụ nông sản ở tầm vĩ mô đối với thị trường cả nước và vùng Đông Nam Bộ.
- Các giải pháp hỗ trợ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản, đào tạo nguồn nhân lực, quy hoạch vùng chuyên canh và khuyến khích phát triển công nghệ chế biến tại từng địa phương và giữa các địa phương trong vùng.

Nếu các giải pháp trên được thực hiện đồng bộ chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả đáng kể cho sản xuất nông sản hàng hóa vùng Đông Nam Bộ, đặc biệt là sản xuất phải ổn định và đảm bảo tiêu thụ hết nông sản phẩm của nông dân. Ngoài ra, nhóm nghiên cứu cũng đã đưa ra các kiến nghị với Chính phủ và các Bộ ngành, kiến nghị với các doanh nghiệp chế biến nông sản và các hộ nông dân xung quanh các vấn đề về xúc tiến tiêu thụ nông sản, thông tin thị trường, cơ cấu sản xuất nông nghiệp, công tác khuyến nông, công tác bảo quản và chế biến nông sản với mục tiêu là thúc đẩy phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ một cách hợp lý trong thời gian tới.

MỞ ĐẦU

1. SỰ CẦN THIẾT NGHIÊN CỨU:

Việt Nam cất cánh từ một nền kinh tế nông nghiệp, nông nghiệp Việt Nam vẫn chiếm 30% trong tổng kim ngạch xuất khẩu và 25% tổng GDP của cả nước, tạo nguồn thu nhập chính cho 76% dân số sống ở vùng nông thôn, góp phần giảm tỉ lệ nghèo xuống còn 12%. Nông nghiệp, nông thôn đã từng bước đổi mới, đời sống người nông dân được cải thiện, cơ sở hạ tầng thủy lợi được tăng cường, thực hiện một bước quan trọng về Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn Việt Nam nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng.

Vùng Đông Nam Bộ là vùng kinh tế năng động, có quy mô lãnh thổ bao trùm lên 9 tỉnh-thành phố liền dải ở phía Nam Việt Nam gồm các tỉnh TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Tây Ninh, Bình Phước, Lâm Đồng, Bình Thuận, Ninh Thuận chiếm 10.5% trong diện tích và 15.6% về dân số của cả nước. Vùng Đông Nam Bộ có điều kiện thuận lợi, giàu tiềm năng, chứa đựng nhiều nguồn lực, nhiều yếu tố trở thành vùng kinh tế phát triển nhất của cả khu vực phía Nam, và là đầu mối giao lưu của các tỉnh phía Nam với cả nước và quốc tế.

Với tiềm năng đất Bazan dồi dào và chất lượng tốt, vùng Đông Nam Bộ không những là thủ phủ của các loại cây công nghiệp ngắn ngày, dài ngày mà còn nổi tiếng với các loại cây ăn trái. Sản xuất nông nghiệp ngày càng có nhiều chuyển biến tích cực, gia tăng về số lượng, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước và chiếm hơn 70% khối lượng hàng hóa nông sản được xuất khẩu đi 80 nước trên thế giới.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được, việc sản xuất và tiêu thụ nông sản của Việt Nam nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng trong những năm qua còn nhiều bất cập, đó là vấn đề đầu ra của mặt hàng nông sản đã làm cho người cho nông dân không vui vì “được mùa rớt giá, được giá thì mất mùa”, chất lượng nhiều mặt hàng nông sản còn thấp, cơ cấu chủng loại sản phẩm thay đổi chậm, chủ yếu vẫn là tiêu thụ nông sản thô và sơ chế, công nghệ bảo quản nông sản sau thu hoạch chưa được quan tâm đúng mức, thị trường tiêu thụ nông sản chưa được thiết lập bền vững, một phần do phương thức tổ chức thị trường mục tiêu và do cả những vấn đề chiến lược.

Vì vậy đặt vấn đề nghiên cứu *”Phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ-thực trạng và các giải pháp đổi mới phù hợp yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế Việt Nam”* là hết sức cần thiết và đáp ứng được nguyện vọng của hàng triệu nông dân Việt Nam và vùng Đông Nam Bộ.

2. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU:

2.1. Đối tượng:

- Tình hình sản xuất và tình hình thị trường nông sản của vùng Đông Nam Bộ.
- Phương thức tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ.

2.2. Phạm vi nghiên cứu:

Nhằm đảm bảo chất lượng nghiên cứu, đề tài giới hạn phạm vi nghiên cứu các mặt hàng nông sản chủ yếu ở địa bàn Đông Nam Bộ từ nay đến năm 2010.

3. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI:

- 3.1. Xây dựng cơ sở lý luận khoa học về nguồn gốc, bản chất, tác dụng của các phương thức tiêu thụ nông sản truyền thống và hiện đại.
- 3.2. Phân tích hiện trạng việc tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ
- 3.3. Kiến nghị xây dựng giải pháp các phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ phù hợp với chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở Việt Nam.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI:

Nhằm đảm bảo tính khoa học và thực tiễn các nội dung nghiên cứu, đề tài dự kiến vận dụng kết hợp các phương pháp sau đây:

- Sử dụng các học thuyết kinh tế, phương pháp luận kinh tế học để luận giải một cách khoa học về sự vận động và phát triển các phương thức tiêu thụ hàng hóa.
- Phương pháp điều tra khảo sát thực tế (ở một số tỉnh, thành phố)
- Phương pháp lịch sử, kế thừa những thành quả nghiên cứu và tư liệu thống kê.
- Phương pháp phân tích hệ thống, phân tích thống kê.
- Phương pháp mô hình hóa và thẩm định khoa học.
- Phương pháp tham dự, phương pháp chuyên gia.
- Trong từng giai đoạn nghiên cứu, đề tài vận dụng phương pháp thích hợp nhất.

5. KẾT CẤU ĐỀ TÀI:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, kết cấu đề tài gồm 3 chương:

- **Chương 1:** Cơ sở lý luận về các phương thức tiêu thụ nông sản trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế – đặc điểm tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản.
- **Chương 2:** Phân tích thực trạng tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ.
- **Chương 3:** Những giải pháp khai thác, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ phù hợp với yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

CHƯƠNG I:
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN TRONG
CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ – ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH SẢN XUẤT
VÀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN

1.1 KHÁI NIỆM VỀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA:

Tiêu thụ là khái niệm kinh doanh nhằm định hướng và thực hiện việc chuyển giao quyền sở hữu giữa người bán và người mua trên cơ sở đã thanh toán và thu tiền, đồng thời thực hiện việc tổ chức, điều hòa phối hợp các tổ chức trung gian khác nhau nhằm đảm bảo cho hàng hóa nông sản tiếp cận và khai thác tối đa các loại nhu cầu của thị trường.

Hoạt động tiêu thụ giản đơn được hiểu là một sự trao đổi hàng hóa thông thường, xác định hành động tiếp nhận một sản phẩm mong muốn từ một cá nhân hay từ một tổ chức bằng cách đưa cho cá nhân hay tổ chức đó một thứ khác.

Nông sản hàng hóa chỉ được tiêu thụ khi các cuộc trao đổi diễn ra với một thỏa thuận đôi bên cùng có lợi. Khi lượng nông sản hàng hóa trao đổi lớn thì tiêu thụ là hoạt động thương mại có tổ chức và chiến lược thực hiện trên cơ sở hình thành những luật định giữa các tổ chức mua và bán hoặc giữa các quốc gia.

Tiêu thụ nông sản hàng hóa còn liên quan đến việc xác định nhu cầu thực sự của người tiêu dùng từ đó có sự tổ chức và điều phối hàng hóa đến người tiêu thụ thông qua các kênh phân phối hoặc các cơ sở bán buôn. Khi xác định được nhu cầu sẽ hình thành nên các thị trường tiêu thụ của từng chủng loại sản phẩm và từ đó có cách tổ chức và hình thành phương thức tiêu thụ nông sản một cách hợp lý.

Nghiên cứu khái niệm về tiêu thụ nông sản hàng hóa là nghiên cứu về các vấn đề sau:

- Vùng, miền, lãnh thổ cung cấp sản phẩm nông sản.
- Xác định nhu cầu đối với từng chủng loại nông sản phẩm.
- Nghiên cứu các đặc tính thị trường cho từng loại nông sản.
- Xác định các phân khúc thị trường
- Nghiên cứu phương thức tiêu thụ hàng nông sản.
- Hình thành các kênh phân phối nông sản phẩm.

1.2 THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA:

1.2.1 Khái niệm:

Thị trường tiêu thụ bao gồm tất cả những khách hàng tiềm năng có cùng một nhu cầu hay mong muốn cụ thể, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn đó.

Thị trường tiêu thụ nông sản hàng hóa được phân vào hai nhóm thị trường chính:

- Thị trường tiêu thụ là người tiêu dùng.
- Thị trường tiêu thụ là các tổ chức.

Trong thị trường tiêu thụ của các tổ chức bao gồm các nhóm:

- Thị trường của các doanh nghiệp sản xuất
- Thị trường của các doanh nghiệp thương mại.

- Thị trường của các tổ chức Chính phủ
- Khách hàng của thị trường tiêu thụ là người tiêu dùng bao gồm những người mua sắm nông sản hàng hóa để phục vụ cho việc tiêu dùng. Việc tiêu dùng của họ một mặt là sử dụng hoặc hủy bỏ một tài sản kinh tế; mặt khác cũng là cách tự thể hiện mình. Thị trường tiêu thụ của người tiêu dùng có những đặc trưng:
 - Có quy mô lớn và thường xuyên gia tăng.
 - Khách hàng rất khác nhau về tuổi tác, giới tính, thu nhập, trình độ văn hóa và sở thích đã tạo nên sự phong phú và đa dạng về nhu cầu và mong muốn của họ trong việc mua sắm và tiêu thụ hàng hóa.
 - Thị trường tiêu dùng bao gồm những khách hàng mua sắm nông sản hàng hóa nhằm mục đích tiêu dùng cá nhân. Các quyết định của họ mang tính chất cá nhân. Các nhu cầu cá nhân này thay đổi nhiều theo thời gian, do đó phải có những nghiên cứu để đáp ứng được những thay đổi này.

Đối với nông sản hàng hóa thì việc đổi mới cây trồng, chọn giống mới là hoạt động thường xuyên nhằm đáp ứng được nhu cầu thay đổi của thị trường tiêu thụ đối với loại sản phẩm này.

- Thị trường tiêu thụ là các doanh nghiệp sản xuất:

Thị trường các doanh nghiệp sản xuất bao gồm tất cả các cá nhân và tổ chức mua sắm các mặt hàng nông sản sử dụng vào việc sản xuất ra những hàng hóa từ nông sản để bán hay cung ứng cho những người tiêu dùng hay tổ chức khác. Đặc trưng của thị trường các doanh nghiệp sản xuất là số lượng người mua ít, nhưng số lượng hàng hóa cho một lần trao đổi hay giao dịch lớn hơn nhiều so với thị trường tiêu dùng. Do khối lượng khách hàng hàng ít, nhưng tầm cỡ lớn nên mối quan hệ mua-bán giữa những người cung ứng và người tiêu thụ ở thị trường các doanh nghiệp sản xuất thường có mối quan hệ mật thiết, là quan hệ có tính chất hợp tác lâu dài và yêu cầu các nhà cung ứng đặc biệt coi trọng.

Thị trường các doanh nghiệp sản xuất có tính chất tập trung theo vùng địa lý. Các khu công nghiệp, khu dân cư đông luôn được coi là khu vực thị trường trọng điểm của các nhà cung ứng. Có thể nói, hàng hóa nông sản phẩm ở Việt Nam nói chung và đặc biệt là nông sản ở vùng cung cấp nông sản lớn nhất của cả nước – vùng đồng Nam Bộ – tuyệt đại đa số được tập trung tiêu thụ ở các thành phố lớn như thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh, Hải phòng, Đà Nẵng, Hạ long, Vinh... tính chất tập trung theo vùng địa lý ở các ngành sản xuất công nghiệp tập trung nhiều nhà máy sản xuất, chế biến nông sản.

Cầu của thị trường các doanh nghiệp sản xuất là thị trường thứ cấp mang tính thụ động, bắt nguồn từ cầu của thị trường tiêu thụ của người tiêu dùng. Cầu của nước ép trái cây không phải do nhà sản xuất quyết định mà do nhu cầu của người tiêu dùng đối với các loại các loại nước trái cây đó. Đó cũng là lý do xuất hiện mối quan hệ mật thiết giữa nhà cung cấp với nhà sản xuất, đây là tính chất quan trọng khi hàng hóa của nhà cung cấp là nông sản phẩm.

- Thị trường tiêu thụ là các doanh nghiệp thương mại: Thị trường người mua là các doanh nghiệp thương mại bao gồm tất cả các cá nhân và tổ chức mua các

mặt hàng nông sản để bán lại hoặc cho thuê nhằm mục đích kiếm lời. Đó chính là những nhà buôn: bán lẻ và bán sỉ các loại hàng hóa và dịch vụ.

Các đặc tính của thị trường tiêu thụ các doanh nghiệp thương mại là:

- Đảm nhận khối lượng nông sản hàng hóa luân chuyển lớn.
- Các doanh nghiệp thương mại phân bố phân tán hơn doanh nghiệp sản xuất, nhưng tập trung hơn đối với thị trường tiêu thụ người tiêu dùng.
- Mục đích mà các doanh nghiệp theo đuổi là “bán lại để kiếm lời”. Do đó, hàng hóa mà họ lựa chọn do người mua lại quyết định – thường là những người tiêu thụ cuối cùng – chứ không phải chính bản thân họ.
- Danh mục và chủng loại hàng hóa họ mua sắm rất phong phú và đa dạng. Họ mua tất cả những gì mà người tiêu dùng cần để bán lại kiếm lời.

Từ những đặc tính trên các nhà cung ứng hàng không nên coi các doanh nghiệp thương mại là các khách hàng thuần túy, mà phải coi họ là các đại diện trung gian của mình đối với người tiêu thụ. Do đó quan hệ hình thành trong thị trường tiêu thụ các doanh nghiệp thương mại giữa nhà cung cấp hàng và các doanh nghiệp là quan hệ hợp tác. Qua lực lượng trung gian nhà cung ứng còn tiếp nhận một cách đầy đủ, chính xác sự biến đổi của thị trường.

Đặc điểm của một số loại nông sản phẩm là thời hạn lưu trữ ngắn nếu không được chế biến hoặc tiêu thụ sẽ rất mau hư. Do đó, thị trường tiêu thụ các doanh nghiệp thương mại là thị trường rất quan trọng đối với các nhà cung ứng hàng nông sản, nó giúp phân phối hàng tới người tiêu thụ một cách nhanh chóng và người tiêu thụ cũng có được những sản phẩm tốt nhất.

➤ Thị trường tiêu thụ là các tổ chức Chính phủ:

Thị trường các tổ chức Chính phủ bao gồm các tổ chức và các cơ quan địa phương mua hay thuê những mặt hàng cần thiết để thực hiện những chức năng cơ bản theo sự phân công của chính quyền.

Chính phủ và cơ quan các cấp là người tiêu thụ rất lớn. Phần chi tiêu ngân sách mà các tổ chức Nhà nước dành cho hoạt động của mình dưới hình thức hàng hóa hay dịch vụ hàng năm rất cao, thể hiện qua các khoản chi thường xuyên của ngân sách. Với tư cách là người tiêu thụ hàng hóa, các tổ chức của Chính phủ được những nhà cung ứng hàng hóa và dịch vụ đặc biệt quan tâm.

Hàng hóa nông sản là loại hàng hóa mà các cơ quan của Chính phủ tiêu thụ rất lớn hàng năm để phục vụ các mục đích như: cung cấp cho quân đội, cung cấp cho các đợt cứu trợ khẩn cấp trong và ngoài nước, trao đổi hàng hóa hoặc trả nợ nước ngoài bằng nông sản phẩm. Khối lượng hàng tiêu thụ qua trung gian là các cơ quan Chính phủ thường rất lớn và theo kế hoạch dài hạn. Các tổ chức nói trên thực hiện các nhiệm vụ khác nhau, song hoạt động của họ đều mang tính phi thương mại. Thể thức, thủ tục mua bán của họ mang tính riêng biệt mà người cung ứng phải nghiên cứu.

1.2.2 Phân khúc thị trường:

Quá trình nghiên cứu thị trường là quá trình tiến hành phân tích thị trường để xác định những phân khúc thị trường hấp dẫn nhất. Việc phân khúc thị trường sẽ

giúp xây dựng chiến lược cắt thị trường lớn thành các thị trường nhỏ theo các tiêu thức nhất định phù hợp với từng chủng loại sản phẩm hàng hóa. Nghiên cứu việc phân khúc thị trường là công việc quan trọng mà các doanh nghiệp cần tiến hành để xác định cho mình những thị trường mục tiêu cụ thể và có những chiến lược thích hợp đối với những phân đoạn thị trường đó.

Lý do để tiến hành phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu xuất phát từ chân lý rất đơn giản: thị trường tổng thể luôn gồm một số lượng lớn khách hàng với những nhu cầu đặc tính mua và khả năng tài chính rất khác nhau. Sẽ không có một doanh nghiệp nào có thể với tới tất cả những khách hàng tiềm năng. Các khái niệm về phân khúc thị trường có thể được phát biểu như sau:

Khúc thị trường là một nhóm người tiêu dùng có phản ứng như nhau đối với một sản phẩm hoặc một tập hợp những sản phẩm.

Phân khúc thị trường là quá trình phân chia người tiêu dùng thành nhóm trên cơ sở những điểm khác biệt về nhu cầu, về tính cách hay hành vi.

Như vậy phân khúc thị trường là chia theo những tiêu thức nhất định thị trường tổng thể quy mô lớn, không đồng nhất về nhu cầu thành các nhóm nhỏ hơn đồng nhất về nhu cầu. Phân khúc thị trường nhằm mục đích giúp doanh nghiệp trong việc lựa chọn một hoặc vài đoạn thị trường mục tiêu để làm ưu tiên cho nỗ lực tiêu thụ sản phẩm của mình.

1.2.2.1 Các tiêu thức để phân khúc thị trường:

Cách thức để phân khúc một trường dựa và các tiêu thức cơ bản sau:

- Về mặt địa lý: Miền, vùng, tỉnh, quận huyện...
- Dân số-xã hội: Tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, trình độ học vấn...
- Tâm lý: lối sống, văn hóa, thói quen...
- Hành vi tiêu dùng: lợi ích, tính trung thành...

Trên cơ sở các khái niệm và tiêu thức dùng để phân khúc thị trường kể trên, có thể xem xét việc tiêu thụ nông sản phẩm vào các tiêu thức đó:

a. Phân khúc theo địa lý:

Thị trường nông sản tổng thể sẽ được chia thành nhiều đơn vị địa lý nhưng thị trường tiêu thụ nông sản chủ yếu tập trung vào các thành phố lớn như: Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Huế, Hải Phòng, v.v. Trong các thành phố này thị trường lại tiếp tục bị phân khúc vào các thị trường nhỏ hơn như các quận huyện nội thành, các quận huyện ngoại thành, v.v.

Đây là cơ sở phân đoạn được áp dụng phổ biến vì khác biệt về nhu cầu thường gắn liền với yếu tố địa lý (khu vực). Ví dụ: người miền Bắc thường tiêu thụ mạnh các sản phẩm như gạo nếp, trái vải, chè xanh, v.v. Người miền Nam lại thường tiêu thụ mạnh cà phê, trà ướp hương liệu, sầu riêng, v.v.

b. Phân khúc theo dân số – xã hội:

Nhóm tiêu thức này bao gồm: giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp trình văn hóa, quy mô gia đình, thu nhập, giai tầng xã hội, tín ngưỡng, dân tộc... Dân số xã hội với các tiêu thức nói trên luôn được sử dụng phổ biến trong việc phân khúc thị trường với hai lý do:

- *Thứ nhất*, chúng là cơ sở tạo sự khác biệt về nhu cầu. Ví dụ: mức thu nhập khác nhau sẽ tạo ra nhu cầu khác nhau. Đối với thị trường là các thành phố với mức thu nhập bình quân cao hơn sẽ dễ dàng tiêu thụ các loại cây trái có giá cả cao hơn các vùng khác.

- *Thứ hai*, các đặc điểm về dân số dễ đo lường. Các tiêu thức thuộc loại này thường có sẵn số liệu vì chúng được sử dụng vào nhiều mục đích khác nhau. Hầu hết các mặt hàng tiêu dùng đều phải dùng tiêu thức này trong phân khúc. Ví dụ: tuổi tác được sử dụng để phân khúc thị trường trà, cà phê. Những người trẻ tuổi thường thích uống trà, cà phê hòa tan ướp hương liệu; trong khi đó những người già thường thích uống các loại trà, cà phê tự pha chế hơn.v.v.

Xu hướng chung người ta thường sử dụng kết hợp nhiều tiêu thức thuộc loại này trong phân khúc vì các tiêu thức đó luôn có ảnh hưởng qua lại với nhau.

c. Phân đoạn theo tâm lý học:

Cơ sở phân đoạn này được biểu hiện thành các tiêu thức như: thái độ, động cơ, lối sống, sự quan tâm, quan điểm, giá trị văn hóa... Khi phân khúc, các tiêu thức thuộc thường được sử dụng để hỗ trợ các tiêu thức theo Dân số – xã hội. Trong một số trường hợp nó cũng được coi là nhóm tiêu thức phân đoạn chính. Ví dụ: như bưởi Năm roi, xoài cát Hòa Lộc... thường khách hàng chú ý đến các đặc tính của sản phẩm gắn liền với đặc tính tâm lý như: lòng tự hào về quyền sở hữu, cá tính, lối sống hơn những khía cạnh khác. Vì vậy, ở những thị trường này người ta chia khách hàng theo những nhóm đồng nhất về lối sống.

d. Phân khúc theo hành vi tiêu dùng:

Theo cơ sở này, thị trường người tiêu dùng sẽ được phân chia thành các nhóm đồng nhất về các đặc tính sau: lợi ích tìm kiếm, số lượng và tỷ lệ sử dụng, tính trung thành đối với sản phẩm...

Các tiêu thức thuộc nhóm này phân khúc người tiêu dùng vào cùng một nhóm có lợi ích tìm kiếm giống nhau đối với từng loại sản phẩm có cùng lợi ích mang lại. Ví dụ: uống nước cam có thể cung nhiều vitamin C cho người sử dụng.

1.2.2.2 Phân khúc thị trường khách hàng là các tổ chức:

Về cơ bản các cơ sở của phân khúc thị trường tiêu dùng đều có thể áp dụng vào việc phân khúc thị trường các tổ chức.

Những người mua là các tổ chức cũng có thể được phân chia theo địa lý (vùng, khu vực...), dân số – xã hội, theo tâm lý... Song, do có sự khác biệt giữa hai thị trường này nên khi phân khúc thị trường các tổ chức người ta có thể tập trung vào một số tiêu thức chủ yếu như trong bảng 1.1

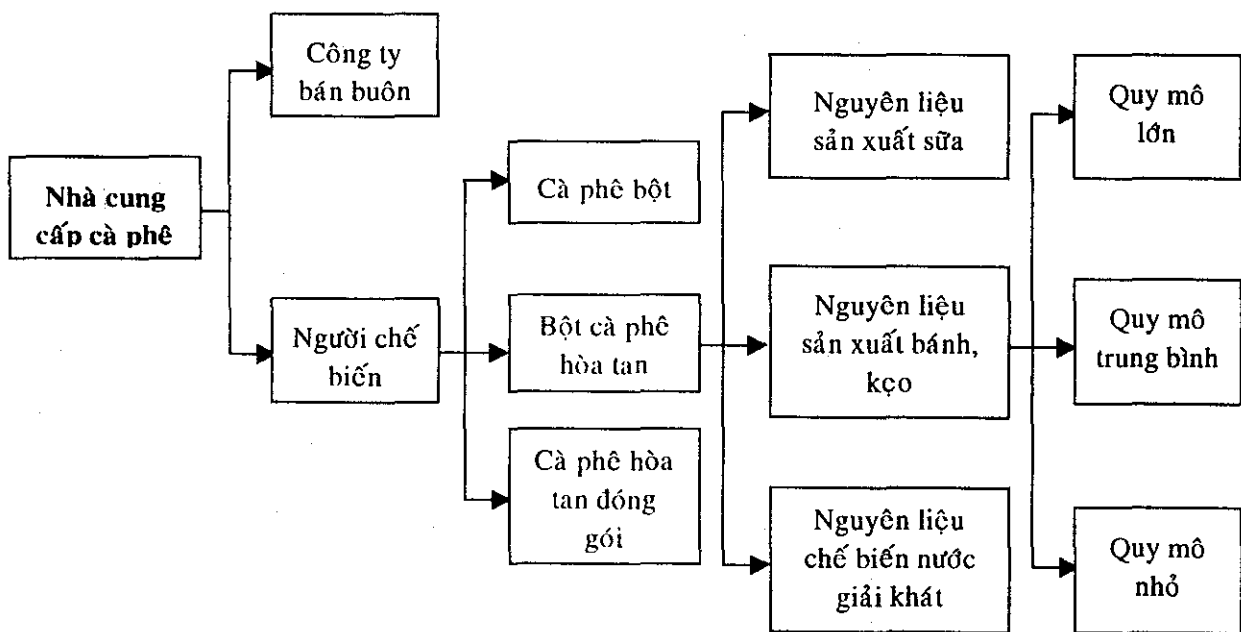
BẢNG 1.1: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG NGƯỜI MUA LÀ CÁC TỔ CHỨC

Các tiêu thức	Đặc tính
- Quy mô	Nhỏ, vừa, lớn
- Sức mua bình quân	Nhỏ, vừa, lớn
- Mức sử dụng	Ít, vừa, nhiều
- Loại hình tổ chức	Sản xuất, bán buôn, bán lẻ, tổ chức phi kinh tế

Các tiêu thức	Đặc tính
- Địa điểm công ty	Miền, vùng, tỉnh...
- Tình trạng mua	Mua mới, thường xuyên, không thường xuyên
- Sự thủy chung với người bán	Mua một hay nhiều lần
- Tiêu chuẩn đánh giá người bán	Uy tín nhà cung cấp, uy tín sản phẩm, giá cả...

Khi phân khúc thị trường tổ chức, cách thông thường là áp dụng theo tiến trình hai giai đoạn: phân khúc vĩ mô và phân khúc vi mô. Ở bước vĩ mô tiêu thức loại hình kinh doanh, người sử dụng trực tiếp, quy mô hàng hóa thường được sử dụng. Trình tự phân khúc có thể được minh họa ở sơ đồ 1.1.

Ở bước vi mô các tiêu thức như: sự thủy chung, tiêu chuẩn đánh giá người bán... được sử dụng để chia nhỏ hơn nữa những khúc thị trường đã chọn ở bước vĩ mô.



Sơ đồ 1.1: BA BƯỚC PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ

1.2.2.3 Lựa chọn thị trường mục tiêu:

Phân khúc thị trường đã mở ra một số cơ hội thị trường trước một nhà cung cấp hay một công ty. Bước tiếp theo của tiến trình sẽ là lựa chọn thị trường mục tiêu. Trong bước này doanh nghiệp phải đưa ra được các quyết định về số lượng khúc thị trường được lựa chọn và khúc thị trường hấp dẫn nhất.

Để có quyết định xác đáng về các khúc thị trường được lựa chọn cần thiết phải thực hiện một tiến trình các công việc chủ yếu sau: đánh giá khúc thị trường; lựa chọn khúc thị trường cần xâm nhập hay khúc thị trường mục tiêu.

a. Đánh giá các khúc thị trường:

Mục đích của việc đánh giá các khúc thị trường là nhằm nhận dạng mức độ hấp dẫn của chúng trong việc thực hiện được mục tiêu của doanh nghiệp (người bán).

Các tiêu chuẩn cơ bản thường được áp dụng khi đánh giá các khúc thị trường là:

- *Quy mô và sự tăng trưởng*: Một khúc thị trường gọi là có hiệu quả khi nó phải đủ tầm cỡ để bù đắp lại những chi phí phát sinh do việc xâm nhập thị trường trong

hiện tại và cả trong tương lai. Vì vậy, việc xác định tầm cỡ (quy mô) và khả năng tăng trưởng là một vấn đề quan trọng đối với việc lựa chọn thị trường mục tiêu.

Để đánh giá tầm cỡ và sự tăng trưởng, những doanh nghiệp (hay nhà cung cấp đối với hàng hóa nông sản) phải thu thập và phân tích các chỉ tiêu cần thiết như: doanh số bán, sự thay đổi của doanh số bán; mức lãi và sự thay đổi của mức lãi; các tác nhân tác động đến nhu cầu.

Chính vì không tìm hiểu kỹ càng về thị trường như vậy nên các nhà nông thường tăng diện tích trồng trọt đối với một sản phẩm nào đó mà thị trường đang cần nhưng không đánh giá được tầm cỡ cũng như mức tăng trưởng của thị trường đối với loại sản phẩm đó dẫn tới việc thị trường mau chóng bão hòa và giá cả rất nhanh, đầu tư thua lỗ.

- *Sự hấp dẫn của khúc thị trường từ sức ép hay đe dọa khác nhau:* Một doanh nghiệp ít khi là nhà cung cấp hay người bán duy nhất trên thị trường. Họ thường xuyên phải đối phó với các áp lực cạnh tranh và sự đòi hỏi của khách hàng. Một khúc thị trường trở nên không hấp dẫn nếu mức độ cạnh tranh diễn ra trong khúc đó quá gay gắt.

Sức hấp dẫn của thị trường xét từ góc độ cạnh tranh được đánh giá qua:

+ *Sự gia nhập và rút lui:* Một khúc thị trường sẽ được coi là kém hấp dẫn nếu sự gia nhập vào thị trường này là quá dễ dàng. Ở những khúc thị trường xuất hiện các hàng rào gia nhập và rút lui, thường có lợi nhuận tiềm tàng cao nhưng lại kèm theo những rủi ro cho sự cạnh tranh và sự sống còn của doanh nghiệp. Còn ở những khúc thị trường không có các hàng rào gia nhập và rút lui, việc gia nhập và rút lui vào khúc thị trường đó của doanh nghiệp sẽ dễ dàng, song tính ổn định lại rất thấp.

+ *Sản phẩm thay thế:* Khúc thị trường sẽ trở nên không hấp dẫn nếu hiện tại và trong tương lai sản phẩm có khả năng bị thay thế dễ dàng. Sự thay thế càng gia tăng, giá cả và lợi nhuận có xu hướng giảm xuống.

+ *Từ phía người mua:* Một khúc thị trường mà quyền lực chi phối về giá mua của khách hàng lớn, thì đoạn thị trường đó sẽ không được gọi là hấp dẫn. Khi khách hàng có quyền lực thị trường cao họ sẽ ép giá, đòi hỏi chất lượng hàng hóa cao hơn làm cho người cung ứng ở vào thế cạnh tranh tranh gay gắt hơn, chi tiêu nhiều hơn cho việc sản xuất sản phẩm.

Điều này thường xảy ra ở thị trường nông sản khi các đầu mối phân phối hàng hóa tập trung vào một vài khách hàng lớn, họ ép giá người nông dân khi đưa các nông sản ra bán, đặc biệt là vào những mùa vụ hoặc trúng mùa.

+ *Từ những người cung ứng:* Khúc thị trường nào có những người cung ứng nguyên liệu cụ thể đối với hàng hóa nông sản là: hạt giống, cây giống, thuốc trừ sâu, phân bón...v.v. có khả năng tăng giá, cắt giảm số lượng và chất lượng hàng hóa, áp đặt các điều kiện liên quan đến giao dịch... thì có thể coi là không hấp dẫn.

- *Các mục tiêu và khả năng của doanh nghiệp:* Một khúc thị trường hấp dẫn vẫn có thể bị loại bỏ do chúng không ăn khớp với mục tiêu lâu dài của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp chỉ thành công khi xác định được mục tiêu cụ thể dựa trên khả năng cho phép của mình.

b. Lựa chọn khúc thị trường mục tiêu:

Sau khi đánh giá các khúc thị trường khác nhau, doanh nghiệp cần phải quyết định lựa chọn các khúc thị trường cụ thể. Thị trường mục tiêu là thị trường bao gồm các khách hàng có cùng nhu cầu hoặc mong muốn mà nhà cung cấp có thể đáp ứng, đồng thời có thể tạo ra ưu thế hơn và đạt được mục tiêu đã định.

- Có thể lựa chọn thị trường mục tiêu theo các phương án sau:

- *Tập trung vào một khúc thị trường đơn lẻ:* Trong trường hợp đơn giản có thể chọn một khúc thị trường đơn lẻ. Khúc thị trường được chọn có thể chứa sẵn sự phù hợp tự nhiên giữa nhu cầu và sản phẩm có thể cung cấp nên dễ dẫn đến sự thành công. Trong thực tế thì người nông dân thường chọn thị trường mục tiêu theo phương án này vì đòi hỏi vốn liếng nhỏ, đơn giản trong việc sản xuất hàng nông sản hoặc có thể lấy khúc thị trường đó làm điểm xuất phát cho việc mở rộng sản xuất kinh doanh sau này.

- *Chuyên môn hóa tuyển chọn:* Theo phương án này doanh nghiệp có thể chọn một số khúc thị trường riêng biệt, mỗi khúc thị trường có sự hấp dẫn và phù hợp với khả năng của doanh nghiệp. Phương án này thích hợp với các hộ nông có ít hoặc không có năng lực trong việc phối hợp sản xuất các loại nông phẩm khác nhau. So với phương án chỉ tập trung vào một loại nông sản duy nhất, phương án này ít rủi ro hơn vì khi một loại sản phẩm bị đe dọa cạnh tranh gay gắt vẫn có thể tiếp tục kinh doanh ở những sản phẩm còn lại.

- *Chuyên môn hóa theo sản phẩm:* Theo phương án này có thể tập trung vào việc sản xuất một loại sản phẩm có đặc tính để đáp ứng cho nhiều khúc thị trường. Ví dụ: gạo là nông sản có thể đáp ứng cho rất nhiều khúc thị trường.

- *Chuyên môn hóa theo thị trường:* Trong trường hợp này doanh nghiệp tập trung nỗ lực vào việc thỏa mãn nhu cầu đa dạng của một nhóm khách hàng riêng biệt. Ví dụ: gạo nếp thơm dành cho một số khách hàng có yêu cầu đặc biệt.

- *Bao phủ toàn bộ thị trường:* Với phương án này doanh nghiệp cố gắng đáp ứng nhu cầu của mỗi khách hàng về tất cả sản phẩm họ cần. Thường chỉ có những trang trại thật lớn mới có khả năng áp dụng phương án này.

1.2.3 Thị trường xuất khẩu:

Nghiên cứu thị trường xuất khẩu là quá trình thu thập, xử lý và phân tích những thông tin cần thiết liên quan đến các vấn đề hoặc cơ hội của thị trường nhằm xác định nước nào là thị trường có triển vọng nhất cho việc xuất khẩu nông sản hàng hóa có ưu thế để thâm nhập vào thị trường mục tiêu đó.

Để nghiên cứu thị trường xuất khẩu một cách hiệu quả, cần phải chú đến các nguyên tắc sau:

- + Xác định rõ ràng các vấn đề cần đặt ra trước khi nghiên cứu.
- + Bắt đầu nghiên cứu từ văn phòng
- + Xác định các loại thông tin có thể sử dụng ở nước ngoài
- + Biết rõ nơi cần nghiên cứu
- + Không hoàn toàn tin rằng các thông tin thu nhận được là đồng nhất và chính xác

Để thu thập những thông tin cần thiết trên thị trường thế giới người ta sử dụng các kỹ thuật phân tích và nghiên cứu thông tin như phân tích cơ cấu thị trường; đo lường độ đàn hồi của cầu so với thu nhập; đánh giá trên cơ sở sự tương đồng hay giống nhau giữa các thị trường. Ngoài ra cần phải nghiên cứu các vấn đề cơ bản liên quan đến giao dịch thương mại quốc tế. Các yếu tố cần phải nghiên cứu đối với thị trường xuất khẩu là lợi thế so sánh cổ truyền của các sản phẩm; và hiệu quả kinh tế theo quy mô.

- *Lợi thế so sánh của các sản phẩm xuất khẩu:* Sự tồn tại của lợi thế so sánh là yếu tố quyết định trong việc cạnh tranh với hàng hóa xuất khẩu của các nước. Khi sản phẩm cần xuất khẩu có những lợi thế lớn về yếu tố chi phí và chất lượng trong sản xuất sản phẩm thì có thể xuất khẩu sản phẩm đó vào các nước không có các lợi thế đó. Ví dụ: Trong các mặt hàng xuất khẩu của Việt nam thì mặt hàng nông sản của nước ta như: gạo, cà phê, hạt điều, cao su tự nhiên là những mặt hàng có nhiều lợi thế so sánh

- *Hiệu quả kinh tế theo quy mô trong sản xuất:* Nếu hiệu quả nhờ quy mô trong sản xuất của doanh nghiệp vượt quá mức độ của của thị trường quốc gia thì có được lợi thế về chi phí thông qua sản xuất tập trung hóa. Việc liên kết trong việc sản xuất cùng loại sản phẩm có thể tạo hiệu quả kinh tế theo quy mô là rất lớn, tạo được sản phẩm hàng hóa có lợi thế trong xuất khẩu. Ví dụ: Có thể kể ra các trang trại trồng cà phê ở nước ta là những doanh nghiệp tạo được hiệu quả kinh tế theo quy mô.

- *Tạo lợi thế nhờ sản phẩm độc tôn:* Đối với các loại sản phẩm mà công nghệ sản xuất có chi phí có thể giảm đáng kể nhờ kinh nghiệm độc tôn thì khả năng bán được những loại sản phẩm tương tự ở nhiều thị trường quốc gia có thể mang lại nhiều nguồn lợi. Tổng số lượng của mỗi loại sản phẩm sẽ lớn hơn nếu loại sản phẩm đó bán được ở nhiều thị trường quốc gia. Ví dụ: trong sản xuất các sản phẩm nông nghiệp nếu tạo những những loại trái cây trái mùa hoặc chỉ có vài vùng đất có thể sản xuất các loại nông sản cho năng suất cao đặc biệt thì tạo được lợi thế về chi phí sản xuất trong xuất khẩu.

- *Tạo được hiệu quả kinh tế nhờ có thị trường cung ứng tốt:* Nếu như hệ thống cung ứng nguyên vật liệu trong một quốc gia cho các sản phẩm xuất khẩu được chuyên môn hóa cao với một chi phí thấp hơn nhập ngoại thì sẽ tạo được lợi thế trong sản xuất hàng xuất khẩu. Điều này giải thích tại sao nước ta có các lợi thế về sản xuất của các mặt hàng về may mặc, giày da, thủy hải sản, đặc biệt là nông sản phẩm nhưng lại có rất ít về xuất khẩu vì khả năng cung ứng nguyên liệu sản xuất các mặt hàng này còn yếu.

Trên cơ sở các yếu tố trên cộng với việc tìm kiếm, thu thập và xử lý các thông tin về thị trường xuất khẩu là các cầu cần thiết đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa. Quá trình nghiên cứu thị trường xuất khẩu cần có sự trợ giúp của Chính phủ trong việc cung cấp các thông tin về thị trường như: nhu cầu của từng sản phẩm đối với từng thị trường, các biến động về giá cả, xác định các khúc thị trường mục tiêu ở các quốc gia, những hỗ trợ trong việc xúc tiến thương mại.v.v.

1.3 PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA:

1.3.1 Tổ chức tiêu thụ nông sản hàng hóa:

Tổ chức tiêu thụ nông sản hàng hóa là hoạt động liên quan đến việc điều hành và luân chuyển nông sản hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu dùng nhằm đạt hiệu quả cao nhất với chi phí thấp nhất.

Muốn đưa nông sản hàng hóa sản xuất ra tới người tiêu dùng thì phải tổ chức các hoạt động tiêu thụ hàng hóa đó. Một sản phẩm sẽ có nhiều con đường để đi từ người sản xuất tới người tiêu thụ. Mỗi con đường đi như vậy được hiểu là một kênh phân phối, và vấn đề đề đặt ra là làm sao tìm ra kênh phân phối thích hợp nhất từ nhiều kênh phân phối khác nhau.

Có thể định nghĩa kênh phân phối như là *tập hợp những cá nhân hay những cơ sở chấp hữu, hoặc hỗ trợ việc chuyển nhượng quyền sở hữu một hàng hóa hay dịch vụ nào đó, khi chuyển nó từ người sản xuất tới người tiêu dùng.*

Việc doanh nghiệp xác định được các kênh phân phối nông sản hàng hóa của mình sẽ hình thành nên phương thức luân chuyển hàng hóa hiệu quả nhất, xác định được các chiến lược phù hợp với các kênh phân phối đó. Mỗi một kênh phối được biểu thị bằng cấp độ của nó. Mỗi trung gian làm việc gì đó nhằm đem sản phẩm tới gần người tiêu dùng hơn sẽ tạo thành một cấp. Vì nhà sản xuất và khách hàng tiêu dùng phải có nên họ cũng là bộ phận của mỗi kênh phân phối.

Trước hết cần tìm hiểu các trung gian tiêu thụ xuất hiện trong các kênh phân phối và ích lợi của việc tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua các trung gian tiêu thụ.

1.3.1.1 Các trung gian tiêu thụ:

Việc ra đời các trung gian thực hiện chức năng tiêu thụ nông sản phẩm hàng hóa sẽ giúp cho các nhà sản xuất tập trung chuyên môn hóa hoạt động sản xuất của mình mặc dù mất đi quyền kiểm soát và sở hữu hàng hóa. Trung gian tiêu thụ giúp:

- Hàng hóa được tiêu thụ rộng khắp, đưa hàng hóa đến thị trường mục tiêu nhờ mạng lưới các trung gian thay vì các nhà sản xuất tiêu thụ trực tiếp
- Giảm bớt lượng tồn trữ, chuyển giao nông sản hàng hóa qua các kho trung gian vừa đảm bảo an toàn, chất lượng vừa tiết kiệm chi phí lưu kho.
- Trung gian giúp cho các nhà sản xuất điều hòa cung cầu hàng hóa, giảm khoảng cách về địa lý giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng.
- Giảm chi phí giao dịch thương mại nhờ vào sự giảm thiểu số lần xúc tiến trực tiếp với khách hàng.

Trong các loại trung gian thì:

- Người bán buôn và bán lẻ là các trung gian mua hàng hóa của nhà sản xuất bán lại cho khách hàng, chịu trách nhiệm về chúng trước mọi rủi ro.
- Đại lý, chi nhánh, môi giới, nhà phân phối công nghiệp, văn phòng đại diện, cửa hàng giới thiệu sản phẩm, cửa hàng đối chứng trực thuộc nhà sản xuất là những người không sở hữu hàng hóa, chỉ làm nhiệm vụ bán hàng hoặc đàm phán thay cho nhà sản xuất. Trong các loại trung gian, thì đại lý (nhà môi giới) và nhà phân phối có tầm quan trọng trong việc phân phối hàng hóa nông sản với số lượng lớn đến người tiêu thụ.

Nhà bán buôn: Là các doanh nghiệp thương nghiệp lớn, tập trung lượng hàng hóa từ nhà sản xuất hoặc từ những nhà cung ứng hàng hóa nhập khẩu và tiến hành thực hiện bán, phân phối những hàng hóa đó cho các nhà bán lẻ, các nhà sản xuất công nghiệp.

Nhà bán lẻ phần đông là những người buôn bán nhỏ thường mua hàng trực tiếp từ những người sản xuất hoặc nhận hàng từ những người bán buôn rồi đem bán trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng.

Đại lý: Là xí nghiệp hay cá nhân hành động nhân danh một người khác. Dạng đại lý phổ biến nhất là khi người đại lý hành động như là một người hoạt động độc lập, nhân danh những người sản xuất để bán hàng theo giá nhà sản xuất quy định và được hưởng hoa hồng theo số lượng bán, theo doanh thu, không cần bỏ vốn và hoạch toán lãi lỗ như đơn vị kinh doanh độc lập tiến hành các giao dịch để hưởng một khoản hoa hồng đã thỏa thuận trước.

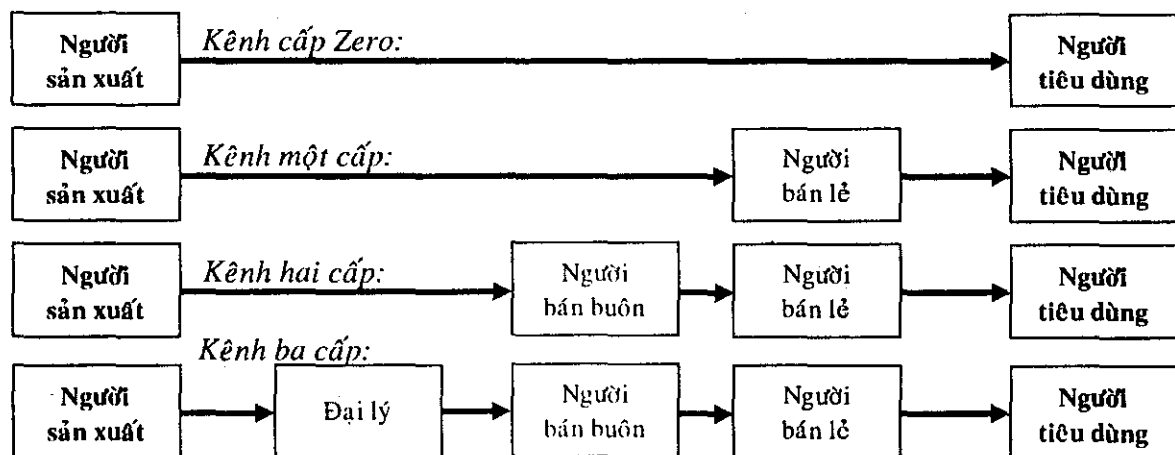
Trong khi đó nhà môi giới là người có chức năng chỉ dẫn người bán và người mua gặp nhau, tiến hành giao dịch thương mại và được hưởng một khoản tiền thưởng của bên mua hoặc bên bán.

Nhà phân phối công nghiệp: Là doanh nghiệp thực hiện chức năng kinh doanh phân phối trên thị trường công nghiệp. Nó phù hợp với tính kế hoạch cân đối chặt chẽ trong sản xuất công nghiệp, với số lượng người sử dụng trong hàng công nghiệp và số lượng mua đã được xác định.

1.3.1.2 Các kênh phân phối cho nông sản hàng hóa tiêu dùng cá nhân:

Biểu diễn bốn kênh phổ biến phân phối tiêu thụ nông sản hàng hóa tiêu dùng. Số cấp độ càng tăng thì số trung gian càng tăng, chiều dài kênh tăng.

- *Kênh zero:* Là kênh tiêu thụ trực tiếp vì người sản xuất bán sản phẩm trực tiếp cho người tiêu dùng. Nhiều sản phẩm và dịch vụ được phân phối theo cách này. Trong việc tiêu thụ nông sản, những nhà vườn có quy mô nhỏ thường sử dụng cách này để bán hàng trực tiếp cho khách hàng, đem nông sản từ các nhà vườn lên tiêu thụ trực tiếp ở thị xã hoặc các thành phố.



Sơ đồ 1.2: CÁC KÊNH PHÂN PHỐI NÔNG SẢN HÀNG HÓA TIÊU DÙNG PHỔ BIẾN

Ba hình thức kênh tiêu thụ còn lại là những kênh phân phối gián tiếp vì có các trung gian nằm giữa người sản xuất và người tiêu dùng:

- *Kênh một cấp*: Trong kênh này có thêm người bán lẻ, thường được sử dụng khi người bán lẻ có quy mô khá lớn có thể mua khối lượng lớn từ người sản xuất hoặc khi chi phí lưu kho là quá đắt nếu phải sử dụng người bán buôn.

- *Kênh hai cấp*: Trong kênh phân phối có thêm người bán buôn. Kênh này thường được sử dụng phổ biến cho các loại hàng hóa giá trị đơn vị thấp, chi phí thấp được mua thường xuyên bởi người tiêu dùng. Cách phân phối này hiện được sử dụng phổ biến trong phân phối hàng hóa nông sản đến người tiêu dùng, các nhà bán buôn thực hiện việc thu gom nông sản từ các nhà vườn, sau đó phân phối lại cho các người bán lẻ tại các chợ.

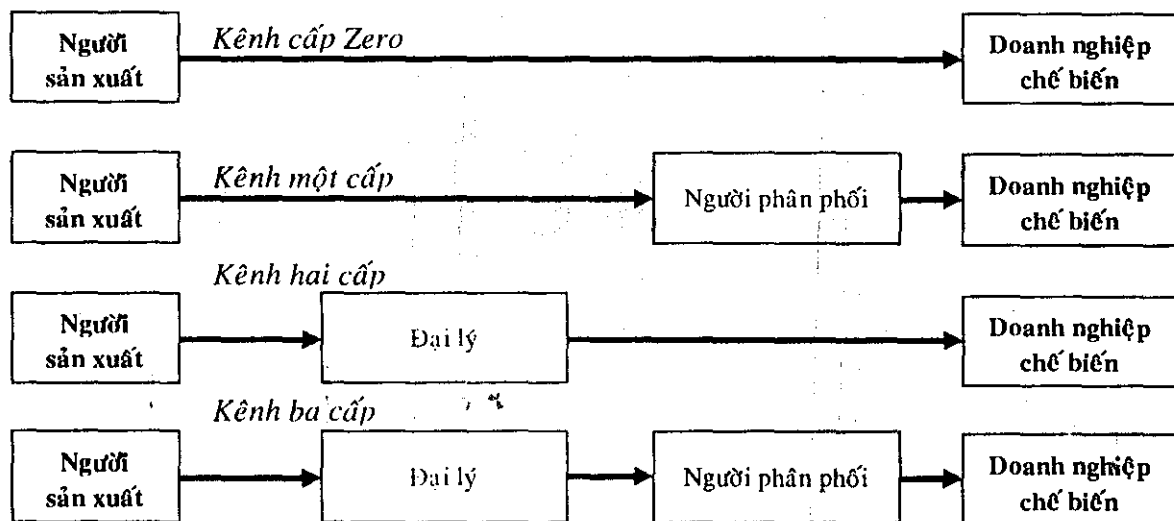
- *Kênh ba cấp*: Là kênh dài nhất, được sử dụng khi có nhiều người sản xuất nhỏ và nhiều người bán lẻ nhỏ, một đại lý được sử dụng để giúp phối hợp cung cấp sản phẩm với khối lượng lớn.

Ngoài ra, còn có kênh nhiều cấp hơn nhưng theo quan điểm của người sản xuất kênh càng nhiều cấp càng ít khả năng kiểm soát nó.

1.3.1.3 Các kênh phân phối nông sản hàng hóa cho các doanh nghiệp chế biến:

Khác với các kênh cho nông sản hàng hóa tiêu dùng, các kênh phân phối nông sản cho các doanh nghiệp chế biến thường ngắn hơn và thường chỉ có một trung gian hoặc không có trung gian bởi vì những doanh nghiệp chế biến có đặc tính là số lần mua ít những tập trung về mặt địa lý và thường mua với số lượng lớn.

- *Kênh zero*: Là kênh trực tiếp. Kiểu kênh này được sử dụng khi người mua lớn và đã xác định rõ, các nỗ lực bán đòi hỏi đàm phán mạnh mẽ, sản phẩm có giá trị đơn vị cao hoặc bao tiêu toàn bộ sản phẩm. Đối với hàng hóa là nông sản, kênh phân phối theo kiểu này cũng thường được sử dụng khi nhà sản xuất, chế biến công nghiệp bao tiêu toàn bộ sản phẩm thu hoạch được của nhà nông. Ví dụ: trong sản xuất đường, người tiêu thụ công nghiệp là các nhà máy sản xuất đường thường ký hợp đồng đảm bảo tiêu thụ toàn bộ mía cho các hộ nông.



Sơ đồ 1.3: CÁC KÊNH TIÊU THỤ PHỔ BIẾN CHO DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN

Các kênh còn lại là các kênh gián tiếp với một số trung gian để tiếp cận doanh nghiệp chế biến.

- *Kênh một cấp*: Người phân phối công nghiệp thực hiện nhiều chức năng kênh khác nhau bao gồm bán, lưu kho, phân phối và tín dụng. Ở nhiều khía cạnh nhà phân phối công nghiệp giống như nhà bán buôn trong kênh hàng tiêu dùng. *Kênh một cấp với người trung gian là đại lý*: Giới thiệu thêm người trung gian thứ hai: đại lý, hoạt động như người bán độc lập của nhà sản xuất và giới thiệu nhà sản xuất cho người sử dụng công nghiệp.

- *Kênh hai cấp*: Dài nhất bao gồm cả đại lý và người phân phối công nghiệp. Các đại lý sử dụng trong kênh này để tiếp xúc với các nhà phối – người bán cho các doanh nghiệp chế biến.

Các kênh phân phối cho doanh nghiệp chế biến là rất cần thiết trong việc tiêu thụ nông sản hàng hóa. Việc hình thành các kênh này sẽ đảm bảo nông sản của các hộ nông được tiêu thụ với số lượng lớn, theo đơn hàng, với tính ổn định cao, giảm bớt được các rủi ro cho nhà nông.

1.3.1.4 Các kênh song song:

Kênh phân phối song song thường được sử dụng để đạt mức bao phủ thị trường nhanh chóng. Qua các kênh song song, nhà sản xuất có thể sáng tạo nhiều con đường tới thị trường, thỏa mãn nhu cầu của nhiều người mua và tăng lượng bán. Ví dụ: các trang trại sản xuất một loại nông sản với số lượng lớn có thể sử dụng kênh song song trong phân phối hàng hóa tới người tiêu dùng. Tuy nhiên, phân phối song song cũng có thể là nguyên nhân gây nên xung đột trong kênh và có thể làm tăng các vấn đề pháp luật.

1.3.2 Những lưu chuyển trong kênh phân phối:

Giữa các thành viên trong kênh được kết nối với nhau qua các dòng lưu chuyển. Các dòng lưu chuyển trong kênh là cách mô tả tốt nhất hoạt động của kênh. Các dòng lưu chuyển chủ yếu trong kênh như sau:

- *Dòng chuyển quyền sở hữu*: Mô tả việc quyền sở hữu sản phẩm được chuyển từ thành viên này sang thành viên khác trong kênh. Mỗi hành vi mua trong kênh là một lần sản phẩm chuyển quyền sở hữu từ người bán sang người mua.

- *Dòng vận động sản phẩm*: Diễn tả việc chuyển nông sản phẩm thực sự trong không gian và thời gian từ địa điểm sản xuất tới điểm tiêu dùng qua hệ thống kho tàng và phương tiện vận tải.

- *Dòng thanh toán*: Mô tả sự vận động của tiền tệ và các chứng từ thanh toán ngược từ người tiêu dùng qua các trung gian trở lại người sản xuất.

- *Dòng thông tin*: Cho thấy các thành viên trong kênh trao đổi thông tin với nhau, có thể là trao đổi giữa hai thành viên kế cận hoặc không kế cận. Các thông tin trao đổi là khối lượng, chất lượng, giá cả sản phẩm; thời gian, địa điểm giao nhận, thanh toán.

- *Dòng xúc tiến*: Mô tả những hoạt động xúc tiến, khuyến khích hỗ trợ lẫn nhau giữa các thành viên trong kênh. Ví dụ: Người sản xuất thực hiện các hoạt động

quảng cáo, khuyến mại, tuyên truyền cho uy tín của mình mà còn cho cả những nhà bán buôn và bán lẻ.

Các dòng lưu chuyển trong kênh cùng vận động theo những hướng và cường độ khác nhau cho thấy mức độ phức tạp của các kênh phân phối.

1.3.3 Các phương thức tiêu thụ:

Đi liền với việc lựa chọn kênh phân phối, các phương thức nhằm tiêu thụ nông sản hàng hóa cần phải được nghiên cứu nhằm đảm bảo cho việc kinh doanh của các nông hộ, trang trại được phát triển ổn định và ngày càng gắn kết với các kênh đã lựa chọn. Trên thị trường tiêu thụ hàng hóa có các hình thức trao đổi như sau:

- *Phương thức hàng đổi hàng:* Phương thức này thường được áp dụng đối với doanh nghiệp thương mại trong việc trao đổi nông sản hàng hóa của nhà sản xuất hay nông hộ lấy những hàng hóa, máy móc đắt tiền hơn. Phương thức này thường áp dụng trong thị trường xuất nhập khẩu: Nhà xuất khẩu đồng ý mua hàng của người nhập khẩu theo một tỷ lệ hàng hoá nào đó mà họ đã bán cho nhà nhập khẩu (thông thường là khoảng 30 – 50% giá trị lô hàng).

Đây là phương thức trao đổi cổ điển, nhưng ngày nay vẫn được áp dụng (chiếm khoảng 5% mậu dịch thế giới – khoảng 150 tỷ USD mỗi năm), vì những lý do sau:

+ Người mua thường là những người nghèo hoặc những nước nghèo, thiếu tiền để thanh toán, nhưng muốn bán hàng của mình hoặc muốn bán sản phẩm thô có giá trị kinh tế thấp.

+ Người bán thường là những doanh nghiệp thương mại kinh doanh nhiều loại hàng hóa khác nhau hoặc là những tập đoàn của những nước công nghiệp phát triển, muốn mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa hay tận dụng tài nguyên của các nước nghèo.

+ Các nước chậm và đang phát triển muốn lợi dụng mạng lưới tiếp thị ở nước ngoài để thâm nhập thị trường thế giới.

+ Hoặc những nước hoặc doanh nghiệp đang gặp khó khăn về tài chính, có thể chọn phương thức này để khắc phục tình trạng thiếu hụt về tiền mặt trong giao dịch thương mại.

Phương thức giao dịch này cũng thường được áp dụng trong tiêu thụ nông sản hàng hóa, người nông dân trao đổi nông sản của họ để lấy hàng hóa tiêu dùng, máy móc phục vụ cho sản xuất nông nghiệp; hoặc đổi nông sản lấy phân bón, thuốc trừ sâu, cây giống để phục vụ cho sản xuất cho mùa sau hoặc để tiếp tục theo đuổi loại sản phẩm chủ lực của họ khi họ thiếu tiền hoặc không tìm kiếm được thị trường tiêu thụ ngay nông sản mà họ đang dư thừa, không có kho bãi tàng trữ.v.v.

- *Phương thức trao đổi phân tán:* Trao đổi phân tán là phương thức bán hàng trực tiếp, phân tán hàng hóa ra thành những lô hàng nhỏ hơn và bán cho người tiêu thụ trực tiếp hoặc cho các nhà buôn nhỏ. Phương thức này thích hợp cho các nhà sản xuất hàng hóa nhỏ, mong muốn bán được hàng với giá sát giá thị trường tiêu thụ.

Lợi ích của phương thức trao đổi này là người sản xuất chủ động trong việc định giá hàng hóa, không phụ thuộc vào các trung gian tiêu thụ và lượng nông sản hàng hóa giao dịch tùy thuộc vào sự mặc cả giữa nhà sản xuất và người tiêu thụ hoặc

nhà bán buôn. Tuy nhiên, phương thức này chỉ đặc trưng cho nền sản xuất nhỏ, không thích hợp với nền công nghiệp sản xuất hàng hóa vì các giao dịch diễn ra mà không có bất cứ sự cam kết về mặt tiêu thụ hàng hóa của các nhà buôn nhỏ, người sản xuất không chủ động được về mặt thị trường; sự biến động về giá cả theo phương thức này là rất lớn, lượng hàng hóa giao dịch không lớn và manh mún, khiến cho người sản xuất không yên tâm đầu tư vào sản phẩm của mình.

Phương thức trao đổi phân tán hiện là đặc trưng của cho phương thức tiêu thụ nông sản của nước ta, đặc biệt là đối với các loại cây trái. Trước mắt phương thức tiêu thụ này vẫn là phương thức trao đổi được các nhà vườn sử dụng trong việc trao đổi nông sản hàng hóa của mình vì các nhà buôn nhỏ thường mua hàng hóa của nhà nông ngay tại nhà vườn, các giao dịch diễn ra đơn giản và nhanh chóng, và các nhà buôn có thể ứng trước tiền cho lô hàng của mình.

- *Phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối:*

Chợ tập trung đầu mối là nơi hàng hóa được tập trung với lượng lớn, đặc trưng cho việc sản xuất và lưu thông nông sản hàng hóa của cả một vùng kinh tế, điển hình cho thị trường của một khu vực bao gồm nhiều huyện, tỉnh lân cận (kể cả các chợ cửa khẩu là nơi tập trung đầu mối nông sản hàng hóa xuất, nhập khẩu qua biên giới).

Phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối là phương thức tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua các chợ đầu mối lớn của tỉnh hoặc vùng kinh tế. Nông sản hàng hóa của nhà sản xuất được lưu chuyển tới các đầu mối lớn tại chợ và từ đó nó sẽ được lưu chuyển khắp nơi trong cả nước hoặc xuất khẩu.

Các đặc trưng phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối là:

+ *Đảm bảo việc tiêu thụ nông sản hàng hóa:* qua các cam kết hoặc ký kết hợp đồng với nhà sản xuất. Giá cả nông sản hàng hóa tiêu thụ qua các chợ đầu mối ổn định hơn so với phương thức trao đổi phân tán.

+ *Bán và cổ động:* Các đầu mối tại các chợ này có thể đưa nông sản hàng hóa của nhà sản xuất vươn tới những thị trường xa, nhờ thông qua các nhà bán buôn mua lại hàng tại chợ với mức phí tổn tương đối thấp.

+ *Mua và làm công việc phân loại:* Có thể giúp nhà sản xuất phân loại các nông sản hàng hóa và các nhóm giá trị khác nhau.

+ *Bốc dỡ hàng với số lượng lớn:* Thu mua tập trung cho nhà sản xuất với số lượng lớn, tiết kiệm được chi phí vận chuyển, bốc dỡ hàng hóa.

+ *Sự lưu kho:* Các đầu mối tại chợ có nhiều kho bãi, như thế giảm được chi phí và những rủi ro trong việc lưu kho.

+ *Chịu rủi ro:* Chịu rủi ro vì lưu giữ hàng, hư hao, quá hạn.

+ *Thông tin thị trường:* Cung cấp cho nhà sản xuất về những thay đổi của thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu về giá cả, sản lượng tiêu thụ, những mặt hàng mới mà thị trường đang cần, các yêu cầu về chất lượng hàng hóa.v.v.

- *Phương thức trao đổi qua mạng:* Mua bán qua mạng là phương thức giao dịch thương mại hiện đại, giúp cho người bán và người mua có thể gặp nhau thông qua các giao diện chào bán hàng trên các trang Web của cách thức truyền thông Internet. Với phương thức mua bán này, việc trao đổi thông tin, đàm phán giữa

người mua và người bán diễn ra nhanh chóng, tiết kiệm được thời gian, chi phí giao dịch, di chuyển.

Giao dịch trên mạng Internet có kết nối với Sở Giao dịch và các đối tác mua và bán. Người mua và người bán được cung cấp thông tin sớm nhất về hàng hóa, giá cả, thời tiết, thời vụ toàn cầu hoặc toàn khu vực mà không cần qua các tổ chức trung gian. Giao dịch nông sản qua hệ thống mạng diễn ra nhanh chóng và đảm bảo an toàn.

Thông tin các sản phẩm qua mạng là hết sức cần thiết cho các nhà xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Tuy nhiên, kinh doanh nông sản qua mạng đòi hỏi người mua và người bán phải có tính chuyên nghiệp cao. Nếu người mua và người bán đều biết rất rõ về nhau thì việc mở rộng giao dịch không dễ, nhất là khi nhu cầu không có đột biến và nguồn cung cũng không gia tăng mạnh. Thông thường các hợp đồng giao dịch qua mạng đã ký từ trước, khi sản xuất ra là giao hàng. Do đó, cần tránh việc rao bán cứ rao, nhưng đến khi hỏi mua thì chẳng thấy hàng. Cũng cần tránh việc nâng giá lên cao để rao bán trên mạng cuối cùng chẳng có ai mua.

- *Phương thức liên kết tiêu thụ:* Phương thức này đặc trưng cho thị trường nông sản hàng hóa quy mô lớn. Phương thức này hình thành việc tiêu thụ nông sản thông qua sự liên kết và ràng buộc của các bên: Công ty chế biến, sản xuất các sản phẩm từ nông sản cung ứng trước về vốn, vật tư, xây dựng cơ sở hạ tầng, hỗ trợ các công trình phúc lợi công cộng; nông dân tham gia góp vốn, tiếp nhận đầu tư, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trên diện tích đã quy hoạch. Khi thu hoạch, nông dân đảm bảo bán nông sản cho nhà máy với số lượng và giá cả đã được ký kết từ trước giữa nhà nông và nhà doanh nghiệp.

Phương thức này đảm bảo tiêu thụ hầu hết sản phẩm cho nhà nông, đảm bảo cho nông dân một mức giá có lãi. Với phương thức này có thể quy hoạch các vùng thành các khu trồng cây công nghiệp phục vụ cho các nhà máy chế biến, sản xuất sản phẩm từ nông sản trong các khu công nghiệp.

1.4 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI:

1.4.1 Tình hình sản xuất nông sản:

Tình hình sản xuất nông sản từ năm 2000 trở lại đây có chiều hướng tăng nhanh, cung lớn hơn cầu là đặc trưng của thị trường nông sản hiện nay. Các nước sản xuất hiện còn tồn kho nhiều loại nông sản ở mức cao kỷ lục.

Các số liệu và chủng loại mặt hàng và sản lượng nông sản chủ yếu trên thế giới mà Việt Nam có hàng xuất khẩu trong 2 năm gần đây.

- *Tình hình sản xuất gạo:* Theo Bộ nông nghiệp Mỹ (USDA), sản lượng gạo thế giới trong hai năm vừa qua (2001 – 2002) liên tục giảm, trong niên vụ 2001/2002 giảm 0,44% so với vụ trước, còn 394,44 triệu tấn. Trong đó, sản lượng gạo ở Trung Quốc giảm đáng kể 3,4% so với niên vụ 2000/2001 nhưng tăng từ 0,6 – 8% ở hầu hết các nước xuất khẩu gạo. Riêng dự báo sản lượng gạo toàn vụ 2002/2003 là 381,1 triệu tấn (quy xay xát) giảm 4% so với niên vụ 2001/2002 và là năm thứ ba liên tiếp sản xuất gạo trên thế giới sụt giảm. Dự trữ gạo toàn cầu cuối vụ 2002/2003 dự báo đạt ở mức 107,1 triệu tấn, giảm 21% so với niên vụ 2001/2002.

Sản lượng gạo Ấn Độ niên vụ 2002/2003 dự báo đạt khoảng 77 triệu tấn, giảm gần 10 triệu tấn so với niên vụ 2001/2002 và là mức sản lượng thấp nhất của Ấn Độ trong 10 năm qua. Sản lượng gạo của Trung Quốc cũng giảm đáng kể chỉ đạt 128,8 triệu tấn trong niên vụ 2002/2003, giảm gần 1 triệu tấn so với niên vụ trước. Tại châu Mỹ La tinh, sản lượng gạo vụ 2002/2003 của Venezuela, Mexico, Colombia và Achantina dự báo đạt lần lượt 240.000; 104.000; 1,3 triệu và 475.000 tấn, giảm tương ứng 135.000; 56.000; 40.000 và 35.000 tấn. Ngoài ra, dự báo sản lượng gạo vụ 2002/2003 của Costa Rica, Cộng hòa Dominica, Honduras, Hy Lạp, Mali, Kazakhstan, Tây Ban Nha và Thổ Nhĩ Kỳ cũng được điều chỉnh giảm. Bù lại cho việc dự báo sản lượng gạo vụ 2002/2003 của nhiều nước được điều chỉnh giảm dự báo sản lượng gạo vụ này của một số nước khác lại được điều chỉnh tăng, trong đó sản lượng gạo vụ 2002/2003 của Pakistan, Sri Lanka, Panama và Nhật Bản dự báo lần lượt đạt hơn 4,2 triệu, gần 2,1 triệu; 199.000 và gần 8,1 triệu tấn, tăng tương ứng 378.000; 158.000; 39.000 và 14.000 tấn so với niên vụ trước.

- *Tình hình sản xuất cà phê*: Sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2001/2002 đạt khoảng 117 bao (1 bao = 60 kg), với dự trữ tiêu thụ đạt ở mức 20 triệu bao. Dự báo trong niên vụ 2002/2003 đạt ở mức 117,36 triệu bao, là mức sản lượng cao so với nhu cầu tiêu thụ của thế giới và như thế sẽ đẩy lượng cà phê tồn kho của các nước xuất khẩu cuối vụ lên khoảng 21,63 triệu bao. Trong đó, cà phê Arabica của thế giới vụ 2002/2003 dự báo đạt 78,08 triệu bao tăng 7,55% so với 72,60 triệu bao vụ 2001/2002. Sản lượng Robusta còn lại là 39,28 triệu bao, tăng 3,88% so với 37,81 triệu bao vụ trước.

Tình hình sản xuất cà phê của các hứớc và khu vực trên thế giới trong hai năm qua:

+ *Braxin*: sản lượng cà phê vụ 2001/2002 đạt 33,7 triệu bao giảm 400 ngàn bao so với vụ 2000/2001, trong đó Arabica đạt 23 triệu bao, còn lại là Robusta so với niên vụ 2000/2001 chỉ có 3,2 triệu bao Robusta. Năng suất bình quân đạt 16,81 bao/ha vụ 2001/2002. Tuy nhiên, theo dự báo của tổ chức cà phê thế giới (ICO) sản lượng cà phê niên vụ 2002/2003 của Braxin có thể đạt tới 47,26 triệu bao, tăng 37,80% so với vụ 2001/2002.

+ *Colombia*: Cà phê niên vụ 2001/2002 của nước này đạt 11,4 triệu bao, giảm gần 1% so với vụ 2000/2002. Dự báo trong niên vụ 2002/2003 sẽ tăng hơn 300 ngàn bao so với niên vụ trước.

+ *Mexicô*: Sản lượng cà phê vụ 2001/2002 tăng 200 ngàn bao trong niên vụ 2001/2002 do thời tiết tốt và trúng vụ. Tuy nhiên, trong vụ 2002/2003 lại có chiều hướng sút giảm nhiều.

+ *Indonesia*: Cùng với Việt Nam là nước sản xuất cà phê Robusta lớn nhất thế giới sẽ tiếp tục trong nỗ lực cắt giảm sản lượng từ 10 – 15% cà phê loại này và sẽ tăng sản lượng cà phê Arabica lên trong niên vụ 2002/2003.

+ *Tình hình sản xuất chung tại các khu vực*: Nhìn chung sản lượng cà phê các khu vực trên thế giới có biến động mạnh về sản lượng trong các năm qua và dự báo trên toàn thế giới sản lượng cà phê có thể giảm xuống còn từ 98 – 102 triệu bao trong niên vụ 2003/2004 (theo ICO). Mặc dù đã có sự cắt giảm sản lượng của các

nước sản xuất cà phê hàng đầu như Uganda, Camrún và Kenya, song tổng sản lượng cà phê của châu Phi niên vụ 2002/03 dự đoán vẫn tăng lên mức 16,46 triệu bao so với 15,21 triệu bao niên vụ trước. Sản lượng cà phê châu Á dự đoán sẽ giảm 18,67% từ mức 27,21 triệu bao niên vụ 2001/02 xuống còn 22,13 triệu bao trong niên vụ 2002/2003 do sự cắt giảm sản lượng cà phê Robusta của Việt Nam và Indonesia. Ngoài ra, sản lượng tại khu vực Trung Mỹ cũng sẽ giảm khoảng 9,38% xuống còn 15,51 triệu bao. Ngược lại, sản lượng cà phê lại tăng cao tại khu vực Nam Mỹ, với mức dự báo khoảng 63,25 triệu bao, niên vụ 2002/2003, tăng 24,34% so với niên vụ 2001/02.

- *Tình hình sản xuất chè:* Các nước sản xuất chè chủ yếu trên thế giới vẫn là Ấn Độ, 890 ngàn tấn, Srilanka 320 ngàn tấn trong năm 2002 và riêng năm nước Ấn Độ, Srilanka, Kênia, Trung Quốc và Indonesia đã chiếm trên 85% sản lượng chè của thế giới. Năm 2002 sản lượng chè thế giới ước đạt 2,18 triệu tấn, tăng 2,5% so với năm 2001 (2,13 triệu tấn) do tình hình sản xuất chè ở các nước đạt tốt, đặc biệt là Sri Lanka, Ấn độ với mức sản lượng khá cao, bên cạnh đó Việt Nam và Achentina cũng đã cải thiện được tình trạng canh tác chè. Trong năm 2002, sản lượng không chỉ tăng mạnh ở các nước trên mà còn tăng ở một số nước cung cấp chè ở Đông Phi, và cả ở những nước nhập khẩu chè lớn như Pakistan, Iran, Nêpan, Etiopia.

Sản lượng chè năm 2003 ước đạt khoảng 2,3 triệu tấn, trong đó Ấn Độ là nước sản xuất chè lớn nhất thế giới tăng khoảng 2,8%. Xuất khẩu chè các nước trên thế giới tăng bình quân 2,5% trong các năm tới.

- *Tình hình sản xuất cao su:* Ba nước sản xuất tới 80% lượng cao su tự nhiên trên thế giới là Indonesia, Thái Lan và Malaysia. Thái Lan là nước sản xuất cao su tự nhiên hàng đầu thế giới với 2,25 triệu tấn, Indonesia là nước sản xuất cao su tự nhiên lớn thứ hai trên thế giới với 1,567 triệu tấn và Malaysia sản xuất được 500 – 600 ngàn tấn trong năm 2001.

Riêng Hiệp hội cao su cho biết sản lượng cao su nước này đạt 1,3 triệu tấn năm 2002, giảm 15% so với năm 2001 (1,5 triệu tấn) vì hạn hán trong năm 2002 và nông dân chuyển các đồn điền cao su thành các đồn điền trồng cọ lấy dầu vì giá cao su giảm mạnh trong các năm qua. Do trữ lượng cao su tự nhiên trên thế giới vẫn ở mức cao như Nhật Bản là 80 ngàn tấn, ba nước sản xuất cao su hàng đầu thế giới sẽ đồng ý giảm sản lượng khoảng 4% trong năm 2003, như vậy có thể giảm cung cấp cao su toàn cầu khoảng 600 ngàn tấn. Nhìn chung sản lượng cao su tự nhiên trong những năm có xu hướng giảm và chỉ tăng lên sau năm 2005.

- *Tình hình sản xuất điều:* Các nước sản xuất hạt điều nhân lớn nhất thế giới là Ấn Độ, Braxin, Việt Nam và một số nước châu Phi. Sản lượng hạt điều thô của Ấn Độ đạt trên 500 ngàn tấn hạt điều thô chiếm 31,5% sản lượng hạt điều thô của thế giới; kế đến là Braxin với 350 ngàn tấn chiếm hơn 20% sản lượng hạt điều thô; Việt Nam với hơn 220 ngàn tấn, chiếm gần 14% sản lượng trong năm 2002. Ngoài ra, các nước châu Phi cũng chiếm sản lượng đáng kể sản lượng hạt điều thô thế

giới. Dự báo, trong thời gian sắp tới các nước đều tăng mạnh sản lượng, đặc biệt là Ấn Độ dự kiến trong các năm tới có thể tăng sản lượng từ 20 – 40%.

Nhìn chung, tình hình sản xuất nông sản thế giới sẽ có nhiều biến động về sản lượng tại một số nước sản xuất nông sản lớn của thế giới do ảnh hưởng của thời tiết, giá cả, chuyển đổi cơ cấu cây trồng trong những năm tới theo nhu cầu của thị trường thế giới.

1.4.2 Tình hình thị trường nông sản:

Tình hình xuất khẩu đối với hàng hóa nông sản trên thế giới trong hai năm vừa qua có nhiều biến động do giá cả các mặt hàng trên bình diện chung đều có xu hướng giảm do sản lượng một số nông sản ở các nước nhập khẩu có gia tăng, các nước xuất khẩu gia tăng sản lượng, một số nông sản đạt mức bão hòa trong dự trữ lẫn trong tiêu thụ như cà phê. Ngoài ra, còn có sự cạnh tranh gay gắt về giá khi các nước có lợi thế về mặt sản xuất nông sản, thị phần một số nước bị thu hẹp do các biến động như biến cố 11/9/2001 tại Mỹ; chiến tranh xảy ra Irắc.v.v tạo nên bức tranh tổng thể về thị trường tiêu thụ nông sản của thế giới trong hai năm 2001 – 2002 và dự báo năm 2003.

- *Thị trường gạo:* Theo Bộ nông nghiệp Mỹ (USDA), tiêu thụ gạo thế giới vụ 2000/2001 ước tăng 1,5 triệu tấn so với vụ trước, lên 404,8 triệu tấn và cao hơn sản lượng 8,6 triệu tấn. Mức tiêu thụ gạo thế giới trong năm 2002 cũng ở mức 404,8 triệu tấn như ở năm 2001. Mậu dịch thương mại toàn cầu năm 2002 ước đạt 27,8 triệu tấn, tăng gần 14% so với năm 2001, xuất khẩu gạo Pakistan tăng 62.000 tấn lên 1,6 triệu tấn, của Achentina giảm 17.000 tấn xuống còn 233.000 tấn, nhập khẩu gạo của Malaysia ước giảm 120.000 tấn xuống còn 480.000 tấn, của Irắc giảm 72.000 tấn xuống còn 1,18 triệu tấn, Iran giảm 36.000 tấn xuống còn 964.000 tấn.

Mậu dịch gạo toàn cầu năm 2003 triệu tấn, giảm 250 ngàn tấn vào khoảng 5% so với năm 2002. Dự báo 10 nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới năm 2003 theo USDA là: 1. Thái Lan (7,75 triệu tấn), Việt Nam (4,25 triệu tấn), Ấn Độ (4,0 triệu tấn), Mỹ. (3,4 triệu tấn), Trung Quốc (2,25 triệu tấn), Pakistan (1,1 triệu tấn), Miến Điện (1,0 triệu tấn), Uruguay (650 ngàn tấn), Ai Cập (400 ngàn tấn), Achentina (350 ngàn tấn). Cũng như các năm qua các nước nhập khẩu gạo lớn nhất vẫn là Iran, Irắc, Nigeria, Indonesia, Banglades năm 2002 tăng 0,2 – 0,25 triệu tấn. Dự báo nhu cầu nhập khẩu gạo trong năm 2003 của Iran và Nigeria lần lượt là 1,25 và 1,5 triệu tấn giảm 250 ngàn và 200 ngàn tấn so với năm 2002. Ngược lại nhập khẩu gạo năm 2003 của Mexico và Costa Rica dự báo đạt tương ứng 550 ngàn và 100 ngàn tấn, tăng lần lượt 50 ngàn và 10 ngàn tấn.

Trong tuần kết thúc ngày 7/4/2003, gạo trắng chất lượng cao của Thái Lan (100% tấm loại B, FOB Bangkok) được chào bán với giá 200 USD/tấn, giảm 4% so với cùng kỳ năm 2002; gạo trắng 5% tấm đã xay xát của Thái Lan bán với giá 195 USD, cũng giảm 4 USD so với cùng kỳ; gạo 35 % tấm là 174 USD/tấn giảm 5 USD. Tuy nhiên, giá này tăng đáng kể so với cùng kỳ năm 2001 vào khoảng 5 – 7%. Gạo 5% tấm của Việt Nam giá FOB tại Tp Hồ Chí Minh chào bán vào tháng 4/2003 là 175USD/tấn, tăng 2 – 3% so với cùng kỳ năm ngoái. Gạo hạt dài xay xát

của Mỹ (4% tấm, đóng bao, FOB) được chào giá 209 USD/tấn trong tuần kết thúc ngày 7/4/2003, tăng 5% so với cùng kỳ, gạo hạt vừa đã xay xát chất lượng cao tại California (4% tấm, đóng bao, FOB) chào bán giá 287 USD/tấn trong tuần kết thúc ngày 7/4/2003 tăng 6% so với cùng kỳ năm 2002.

- *Thị trường cà phê*: Năm 2001 là năm mức giá cà phê thế giới rơi xuống mức thấp nhất trong vòng 30 năm qua ở mức 360 USD/tấn. Giá cà phê tiếp tục giảm mạnh sau sự kiện 11/9/2001 tại Mỹ. Tại New York, giá cà phê Abrica giảm xuống 15USD/tấn còn 1.060 USD/tấn, giá Abrica kỳ hạn tại New York giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 16 năm qua do các nhà đầu cơ và nhà sản xuất bán ra lượng lớn.

Yếu tố tác động đến thị trường cà phê là do cung đã vượt cầu, xu hướng này kéo dài trong năm 2002 và cả năm 2003. Theo F.O. Litch tốc độ tăng trưởng tiêu thụ cà phê thế giới là 4,2%, trong khi sản xuất cà phê tăng 5,2% trong 5 năm tới thì giá cà phê vẫn không hồi phục. Tình hình giá cà phê thế giới giảm không thể xoay chuyển trong thời gian khá dài do thị trường tiêu thụ cà phê không được đẩy mạnh, không có cú sốc lớn nào ở các nước sản xuất cà phê lớn là Braxin, Việt Nam, Indonesia. Đặc biệt là khi Braxin, Colombia, Honduras đã tuyên bố rút khỏi kế hoạch giữ lại 20% sản lượng cà phê khi kế hoạch này thất bại.

Trong năm 2002 giá cà phê Abrica và Robusta có tăng lên đôi chút là 1.240 USD/tấn và 518 USD/tấn, nhưng đầu năm 2003 lại tiếp tục giảm xuống từ 12 – 18% và ở khoảng 1.100 USD/tấn và 425 USD/tấn tương ứng với hai loại cà phê trên tại thị trường giao dịch New York.

Theo Cơ quan thông tin kinh tế Châu Âu (EIU) sản lượng cà phê có thể xuất khẩu của thế giới năm 2001/02 vào khoảng 86,8 triệu bao, tăng 2,5 triệu bao so với vụ 2000/01. Nhu cầu nhập khẩu của thế giới là vào khoảng 78,9 triệu bao, tăng 0,8 triệu bao. EIU cho rằng số cà phê ước tính dư 7,9 triệu tấn đẩy lượng cà phê tồn trên thế giới đến cuối vụ 2001/02 lên 65,6 triệu bao. Lượng cà phê tồn kho sẽ tăng lên ở mức tương tự trong vụ 2002/03 với lượng có thể xuất khẩu là 87,9 triệu bao, lượng nhập khẩu là 80 triệu bao. Như vậy sẽ đẩy lượng tồn kho trên thế giới vào cuối vụ 2002/03 lên 73,5 triệu bao.

- *Thị trường chè*: Năm 2001, mức tiêu thụ chè thế giới ước đạt 2,072 triệu tấn, tăng 2,4% tương đương 49.000 tấn so với năm 2000. Theo ITC, nhu cầu chè thế giới trong năm 2002 tăng khoảng 2,1% và trong thời kỳ 2001 – 2005 tăng khoảng 2,3% năm; trong đó các nước đang phát triển tăng khoảng 1,6%/năm, Cộng đồng các quốc gia độc lập tăng khoảng 2,4%.

Về thị phần tiêu thụ, các nước Ấn Độ, Cộng đồng các quốc gia độc lập, Anh, Pakistan, Mỹ chiếm 58% trên tổng mức tiêu thụ của thế giới, ổn định qua các năm 2001, 2002 và cả trong những năm tới.

Giá chè thế giới năm 2001 đạt bình quân khoảng 1.840 USD/tấn, tăng khoảng 90 USD/tấn so với năm 2000. Tuy nhiên, trong năm 2002 và dự báo trong năm 2003, do lượng cung chè trên thế giới vẫn vượt cầu nên giá chè giảm trong năm

2002 khoảng 90USD/tấn bằng mức giá năm 2000 và sẽ tiếp tục giảm trong năm 2003. Dự đoán giá chè có thể hồi phục sau Quý III/2003.

- *Thị trường cao su:* Trong năm 2001, sự sụt giá cao su thể hiện mạnh nhất ở thị trường Indonesia – nước sản xuất cao su tự nhiên lớn thứ hai trên thế giới. Giá cao su SIR20 đầu năm 2001 đạt 60 – 61 cents/kg, tương đương cao su SIR3 của Thái Lan và cao su SMR20 của Malaysia. Giá cao su Đông Nam Á giảm xuống mức thấp nhất trong 30 năm qua do sự dư thừa cao su trên thị trường và sự suy giảm kinh tế toàn cầu khiến các công ty sản xuất lớp cắt giảm sản lượng do nhu cầu các loại ô tô mới giảm. Giá cao su trong năm 2002 chưa được cải thiện mặc dù 3 nước sản xuất cao su hàng đầu là Thái Lan, Indonesia và Malaysia nỗ lực thành lập công ty cao su liên doanh 3 nước (TRC) để hỗ trợ thị trường cao su physical qua việc quản lý giao dịch cao su nhưng vẫn gặp khó khăn trong việc đẩy giá cao su lên. Ngoài ra, các nước này đã đồng ý giảm 10% xuất khẩu cao su và giảm 4% sản lượng cao su trong năm 2002 và năm 2003, có thể làm giảm cung cao su toàn cầu 600.000 tấn.

Thị trường tiêu thụ cao su lớn nhất trên thế giới là Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore và các nước Châu Âu. Thị trường Mỹ tiêu thụ tới 40% sản lượng cao su của Indonesia, Trung Quốc tiêu thụ gần 20% sản lượng cao su của Thái Lan. Dự báo, trong năm 2003 khi nền kinh tế các nước hồi phục giá cao su có thể tăng từ 10 – 15% so với mức năm 2001 và sản lượng tiêu thụ có thể tăng 10%.

- *Thị trường điều:* Theo số liệu thống kê của Hiệp hội các nhà sản xuất hạt điều Mangalore, xuất khẩu hạt điều của Ấn Độ niên vụ 2001/2002 vào khoảng 97.550 tấn với tổng kim ngạch đạt 17.767 triệu Rupee. Hiện nay, Ấn Độ chiếm đến 55% tổng khối lượng giao dịch điều trên thế giới. Dự kiến trong 5 – 6 năm tới sản lượng điều của Ấn Độ sẽ tăng thêm 40% và dẫn đến tình trạng mất cân đối giữa cung và cầu, có thể tạo nên cuộc khủng hoảng thừa đối với hạt điều.

Việt Nam cũng đang đẩy mạnh việc xuất khẩu hạt điều và trở thành nước xuất khẩu hạt điều lớn thứ hai trên thế giới sau Ấn Độ. Xuất khẩu của Việt Nam niên vụ 2001/02 đạt 36.700 tấn, đạt kim ngạch xuất khẩu 121,3 triệu tấn. Việt Nam cũng cung cấp đến 20,7% lượng điều cho thị trường tiêu thụ thế giới. Braxin chiếm khoảng 10% lượng xuất khẩu điều thế giới. Các nước nhập khẩu hạt điều nhân lớn nhất thế giới là Mỹ, Châu Âu chiếm tới 80% thị trường tiêu thụ hạt điều của thế giới. Giá hạt điều thô vào khoảng 3.305 USD/tấn tăng 5 – 10% tương ứng 25 – 50 USD/tấn so với năm 2001, dự báo giá hạt sẽ ổn định ở mức cao ở đầu năm 2003 và có thể tăng nhẹ thêm 5% so với năm 2002 nhưng sẽ giảm vào cuối năm.

Tóm lại, thị trường nông sản thế giới trong hai năm vừa qua có rất nhiều biến động về giá cả cũng như sản lượng cung cấp ở các nước. Các thông tin về thị trường nông sản thế giới cần phải được các nhà sản xuất, các doanh nghiệp cập nhật thường xuyên để có những nhận định chính xác về các thị trường xuất khẩu cũng như nhập khẩu của từng nước, qua đó có các chính sách thích hợp phục vụ cho việc xuất khẩu nông sản hàng hóa của Việt Nam vào các nước.

1.5 ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN TRONG NƯỚC:

1.5.1 Tình hình sản xuất nông sản:

Mặc dù có nhiều thiệt hại do thiên tai, lũ lụt liên tục xảy ra ở các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, lũ quét ở các tỉnh phía Bắc và miền Trung; hạn hán xảy ra nghiêm trọng trên diện rộng ở các tỉnh Nam Trung Bộ, Nam Bộ, Tây Nguyên nhưng trong phạm vi cả nước sản xuất nông sản liên tục trong nhiều năm tăng mạnh, nông nghiệp vẫn được mùa và toàn diện. Sản lượng hầu hết các loại cây trồng, nông sản hàng hóa đạt mức cao nhất từ trước tới nay, không những vượt kế hoạch mà còn vượt mục tiêu đề ra và đang có tình trạng dư thừa nông sản, nhiều khi không bán được.

Những kết quả chủ yếu về sản xuất nông sản trong hai năm qua:

- *Sản xuất lương thực:* Mặc dù bị thiên tai hạn hán, lũ lụt, và thực hiện chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp diện tích trồng lúa giảm đã chuyển sang nuôi trồng thủy sản và các cây trồng khác có giá trị hơn, nhưng sản lượng lúa ước đạt 33,6 triệu tấn trong năm 2002, tăng 1,5 triệu tấn so với năm 2001, sản lượng cây có hạt đạt 35,90 triệu tấn, an ninh lương thực được đảm bảo.
- *Sản xuất rau màu các cây công nghiệp và cây ăn quả:* trong năm 2002, tăng cả về diện tích và sản lượng so với năm 2001. Sản xuất một số sản phẩm thay thế nhập khẩu và tiêu dùng trong nước có xu hướng tăng nhanh: mía diện tích tăng 2,6%, sản lượng tăng 2% so với năm 2000; bông vải diện tích tăng 84%, sản lượng gấp 1,83 lần năm 2000; đậu tương diện tích tăng 25%, sản lượng tăng 35% so với năm 2000; đàn bò sữa tăng 32% so với năm 2000.
- *Giá trị công nghiệp chế biến:* Các đơn vị của Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn đạt trên 6.200 tỷ đồng, tăng 16,8% so với năm 2001
- *Phát triển nông thôn:* Năm 2002, trong cơ cấu kinh tế nông thôn, công nghiệp và dịch vụ đã chiếm khoảng 35%. Đời sống nông dân ở hầu hết các vùng được cải thiện, hộ đói nghèo mỗi năm giảm trên 1,5% nhưng vẫn còn trên 15% năm 2002.

Tổng kết về kết quả sản xuất của các loại nông sản trong hai năm 2001 – 2002 và kế hoạch sản xuất trong năm 2003 cho trong bảng 1.2.

BẢNG 1.2: KẾT QUẢ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP NĂM 2001 – 2002, KẾ HOẠCH SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP TRONG NĂM 2003

Danh mục	Đơn vị	Năm 2001	Năm 2002	KH 2003
Tổng diện tích gieo trồng	1000 ha	12.301,7	12.694,5	12.600
1. Cây lương thực có hạt				
-Diện tích	1000 ha	8.176,1	8.297,9	8.200
-Sản lượng	1000 tấn	34.093	36.379,7	36.000
1.1. Lúa cả năm:				
- Diện tích	-	7.484,6	7.485,5	7.400
- Năng suất	Tạ/ha	42,7	45,5	45,3
- Sản lượng	1000 tấn	31.970,2	34.063,5	33.500
1.2. Lúa Đông Xuân:				
- Diện tích	1000 ha	3.057	3.033,1	3.000
- Năng suất	Tạ/ha	50,6	55,1	56,0
- Sản lượng	1000 tấn	15.475	16.723,7	16.800

Danh mục	Đơn vị	Năm 2001	Năm 2002	KH 2003	
1.3. Lúa Hè Thu:	- Diện tích	1000 ha	2.220	2.276,1	2.220
	- Năng suất	Tạ/ha	37,57	39,3	38,6
	- Sản lượng	1000 tấn	8.190,3	8.956,4	8.560
1.4. Lúa mùa:	- Diện tích	1000 ha	2.212,9	2.176,2	2.200
	- Năng suất	Tạ/ha	36,94	38,52	37,00
	- Sản lượng	1000 tấn	8.304,8	8.383,4	8.140
1.5. Ngô:	- Diện tích	1000 ha	727,3	810,4	800,0
	- Năng suất	Tạ/ha	29,2	28,6	31,0
	- Sản lượng	1000 tấn	2.122,8	2.314,7	2.500
2. Cây có củ					
2.1. Khoai lang:	- Diện tích	1000 ha	244,7	250,0	220,0
	- Năng suất	Tạ/ha	67,6	68,0	72,0
	- Sản lượng	1000 tấn	1.655,0	1.700,0	1.650,0
2.2. Sắn:	- Diện tích	1000 ha	263,7	319,1	320,0
	- Năng suất	Tạ/ha	106,4	122,6	125,0
	- Sản lượng	1000 tấn	2.806,4	3.913,0	4.200
3. Cây thực phẩm					
3.1. Rau các loại:	- Diện tích	1000 ha	494,5	523,0	500,0
	- Năng suất	Tạ/ha	135,0	132,0	150,0
	- Sản lượng	1000 tấn	6.676,6	6.903,6	7.500,0
3.2. Đậu hạt các loại:	- Diện tích	1000 ha	204,3	212,0	230,0
	- Năng suất	Tạ/ha	7,0	7,5	8,0
	- Sản lượng	1000 tấn	142,8	160,0	184,0
4. Cây công nghiệp					
4.1. Cây hàng năm (tổng DT)		1000 ha	810,0	860,0	920,0
<i>Một số cây chủ yếu</i>					
4.1.1. Lạc:	- Diện tích	1000 ha	250,0	246,0	281,0
	- Năng suất	Tạ/ha	15,0	15,5	16,0
	- Sản lượng	1000 tấn	375,0	397,0	450,0
4.1.2. Đậu tương:	- Diện tích	1000 ha	139,9	158,1	170,0
	- Năng suất	Tạ/ha	12,6	12,7	13,5
	- Sản lượng	1000 tấn	176,1	201,4	230,0
4.1.3. Mía:	- Diện tích	1000 ha	291,0	317,4	315,0
	- Năng suất	Tạ/ha	492,5	530,0	540,0
	- Sản lượng mía cây	1000 tấn	14.325,4	16.823,5	16.000,0
	- Sản lượng đường	1000 tấn	976,0	-	1.100,0
4.1.4. Bông:	- Diện tích	1000 ha	27,3	34,8	40,0
	- Năng suất	Tạ/ha	10,0	10,7	11
	- Sản lượng	1000 tấn	27,3	37,2	44,0
4.1.5. Đay:	- Diện tích	1000 ha	7,7	9,8	6,0
	- Năng suất	Tạ/ha	19,0	20,9	20,5

Danh mục	Đơn vị	Năm 2001	Năm 2002	KH 2003	
- Sản lượng	1000 tấn	14,6	20,5	12,3	
4.1.6. Cói:	- Diện tích	1000 ha	9,4	11,6	8,5
	- Năng suất	Tạ/ha	66,4	73,3	67,2
	- Sản lượng	1000 tấn	62,4	85,0	57,1
4.1.7. Thuốc lá:	- Diện tích	1000 ha	24,0	26,9	31,0
	- Năng suất	Tạ/ha	12,9	12,8	11,5
	- Sản lượng	1000 tấn	30,9	34,4	35,6
4.1.8. Dâu tằm:	- Diện tích	1000 ha	21,0	22,0	23,0
	- Sản lượng dâu	1000 tấn	240,0	115,0	123,0
	- Sản lượng kén	1000 tấn	12,0	18,4	20,5
	- Sản lượng tơ	1000 tấn	1,3	-	2,0
4.1.9. Vừng:	- Diện tích	1000 ha	37,0	40,0	43,0
	- Năng suất	Tạ/ha	4,6	4,6	5,0
	- Sản lượng	1000 tấn	17,0	18,4	21,5
4.2. Cây lâu năm (tổng DT)	1000 ha	-	1.500,0	-	
<i>Một số cây chủ yếu</i>					
4.2.1. Cà phê: (Tổng diện tích)	1000 ha	568,8	538,2	500,0	
- Diện tích kinh doanh	1000 ha	420,0	450,0	470,0	
- Diện tích trồng mới (Arabica)	1000 ha	1,8	2,5	5,5	
- Sản lượng cà phê nhân	1000 tấn	887,0	776,0	600,0	
4.2.2. Chè: (Tổng diện tích)	1000 ha	95,6	103,6	100,0	
- Diện tích kinh doanh	1000 ha	73,1	95,0	98,0	
- Sản lượng búp tươi	1000 tấn	371,8	400,0	410,0	
4.2.3. Cao su: (Tổng diện tích)	1000 ha	418,0	433,1	430,0	
- Diện tích kinh doanh	1000 ha	232,0	263,0	290,0	
- Sản lượng mủ khô	1000 tấn	300,7	350,0	350,0	
4.2.4. Hồ tiêu: (Tổng diện tích)	1000 ha	35,0	43,7	44,0	
- Diện tích kinh doanh	1000 ha	22,0	29,0	31,0	
- Sản lượng	1000 tấn	58,8	81,2	85,0	
4.2.5. Điều: (Tổng diện tích)	1000 ha	199,0	223,0	230,0	
- Diện tích kinh doanh	1000 ha	149,0	170,0	180,0	
- Sản lượng hạt thô	1000 tấn	140,0	200,0	220,0	
5. Cây ăn quả (Tổng DT)	1000 ha	572,0	635,8	583,0	
<i>Một số cây chủ yếu</i>					
5.1.1. Cam, chanh, quýt: (DT)	1000 ha	75,0	73,0	80,0	
- Sản lượng	1000 tấn	442,0	440,0	520,0	
5.1.2. Dứa:	- Diện tích	1000 ha	35,8	40,0	42,0
	- Sản lượng	1000 tấn	284,5	337,5	400,0
5.1.3. Chuối:	- Diện tích	1000 ha	102,4	105,0	110,0
	- Sản lượng	1000 tấn	1.248,5	1.365,0	1.540,0
5.1.4. Xoài:	- Diện tích	1000 ha	45,2	46,5	48,0

Danh mục	Đơn vị	Năm 2001	Năm 2002	KH 2003
- Sản lượng	1000 tấn	178,8	209,4	210,0
5.1.5. Nhân, vải, chôm chôm: - DT	1000 ha	181	190,0	195,0
- Sản lượng	1000 tấn	654,0	694,0	780,0

Nguồn: Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn

1.5.2 Tình hình thị trường tiêu thụ nông sản:

1.5.2.1 Tình hình xuất khẩu:

Những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam trong những năm qua là gạo, cà phê, rau quả, cao su, hạt tiêu, hạt điều, chè, đậu phộng nhân. Đây là những sản phẩm có lợi thế so sánh trong xuất khẩu, trong đó, gạo, cà phê, hạt điều là những nông sản xuất khẩu mạnh nhất. Bảng 1.2 cung cấp số liệu về những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam từ năm 1995 đến năm 2002:

BẢNG 1.3: MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM

Đơn vị tính: 1000 tấn

Mặt hàng	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Gạo	1.988	3.003	3.575	3.730	4.508	3.500	3.729	3.241
Cà phê	248	184	392	382	482	694	931	710
Hạt tiêu	17,9	25,3	24,7	15,1	37,8	36,2	57,9	77,4
Hạt điều (Tr. USD)	102	124	160	158	168	235	152	212
Cao su	138,1	194,5	194,2	191	265	280	308	444
Rau quả (Tr. USD)	56	90	71	53	105	205	330	200
Chè	18,8	20,8	32,9	33,0	36,0	44,7	68,3	75,5
Lạc	111	127	86	87	56	78,2	78	107

Nguồn: Thời báo kinh tế Việt Nam

Thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm qua liên tục tăng, bình quân trên 10%/năm, năm 2002 vừa qua đạt khoảng 3 tỷ USD. Tỷ trọng hàng hóa tăng nhanh, năm 2001 tỷ lệ xuất khẩu lúa gạo là 25%, cao su là 80%, cà phê 95%, chè 60%.

Thị trường tiêu thụ hàng nông sản của Việt Nam thay đổi tùy theo năm và tùy theo từng loại nông sản. Các thị trường tiêu thụ chính là:

- **Gạo:** Trong thực tế gạo của Việt Nam được tiêu thụ nhiều nhất ở Châu Á, tỷ trọng gạo xuất khẩu sang các nước trong khu vực Châu Á chiếm từ 33 – 39%. Có thể khẳng định các khu vực Trung Đông, Đông Á, và Đông Nam Á là thị trường xuất khẩu gạo chủ yếu của Việt Nam. Trong đó, Trung Đông tiêu thụ gạo cao cấp so với các nước Đông Á, Tây Á và Đông Nam Á tiêu thụ gạo phẩm cấp trung bình. Châu Phi, Nam Mỹ cũng là những thị trường tiềm năng có sức tiêu thụ ngang nhau với tỷ trọng dao động trong khoảng từ 15 đến trên dưới 40% tùy năm, còn thị hiếu thì có sự trái ngược nhau, các nước Châu Phi sử dụng đa số là gạo trung bình và cấp

thấp trong khi các nước Nam Mỹ sử dụng nhiều gạo cao cấp hơn. Thị trường Châu Âu chiếm tỷ trọng dưới 10%, đại bộ phận là nhu cầu gạo cao cấp.

Cà phê: Các nước nhập khẩu cà phê của Việt Nam là Mỹ, Châu Âu, trong đó EU chiếm 51%, khu vực khác ngoài EU chiếm 16% và châu Mỹ là 18%; các nước thuộc các vùng Châu Á và Đông Nam Á nhập khẩu 10 – 15% cà phê của Việt Nam. Các thị trường của Châu Á khác như Nhật, Trung Quốc cũng nhập nhiều cà phê của Việt Nam.

Điều: Thị trường xuất khẩu hạt điều nhân và thô lớn nhất của Việt Nam là Mỹ với tỷ lệ là 33,7% tổng lượng hạt điều nhân xuất khẩu; kế đến là Trung Quốc 20,3%, Hà Lan là 11%, ngoài ra thị trường nhập khẩu hạt điều của Việt Nam đang được mở rộng như Bỉ, Nhật Bản, Đài Loan, Đức, New Zealand, Malaysia, Ailen, Pháp, Na Uy...

Tiêu: Trong khi đó thị trường xuất khẩu tiêu chủ yếu của Việt Nam là các nước như Hà Lan với tỷ trọng 12,2%, Singapore là 11%, Đức 9,6%, Các tiểu Vương quốc Ả Rập thống nhất là 8,6%, Mỹ 6%, Hồng Kông 4,4%, Nga 3,8% và các thị trường khác như Anh, Hàn Quốc, Philippin, Thổ Nhĩ Kỳ, Balan, Canada, Pháp Trung Quốc...

- *Cao su:* Trung Quốc là nước nhập khẩu cao su của Việt Nam nhiều nhất với tỷ trọng dao động từ 35 – 45%. Các thị trường khác cũng nhập khẩu mạnh cao su của Việt Nam là Singapore, Đài Loan, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông...

- *Chè:* Irắc là thị trường nhập khẩu chè lớn nhất của Việt Nam chiếm khoảng 37,2% trị giá xuất khẩu mặt hàng; tuy nhiên do cuộc chiến vừa xảy ra ở Irắc thị phần xuất khẩu chè của Việt Nam tại đây có thể bị thu hẹp trong năm 2003. Ngoài ra, còn có các thị trường Ấn Độ, Đài Loan và LB Nga cũng nhập khẩu nhiều chè của Việt Nam. Đặc biệt là LB Nga, xuất khẩu chè của Việt Nam vào thị trường này tăng gấp 1,68 lần về số lượng và 1,16 về giá trị của năm 2002 so với năm 2001 tuy đứng về số tuyệt đối còn nhỏ. Khó khăn lớn nhất đối với chè của Việt Nam là chưa xuất khẩu được khối lượng lớn sang thị trường tiêu thụ trực tiếp, vẫn phải xuất khẩu qua các trung gian.

- *Rau quả:* Mặt hàng này có mức tăng trưởng cao trong năm 2001 nhưng lại sụt giảm trong năm 2002 do lũ lụt, thiên tai và khó khăn về mặt thị trường khi phụ thuộc chủ yếu vào thị trường Trung Quốc. Trung Quốc luôn là thị trường nhập khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam trong các năm qua chiếm trên 40% kim ngạch xuất khẩu rau quả hàng năm. Ngoài ra, rau quả Việt Nam còn được xuất khẩu tập trung vào các nước Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông...

- *Các loại hàng nông sản khác:* Thị trường Trung Quốc, Nga, Đông Âu, Mỹ, Nhật là các thị trường chính tiêu thụ hàng nông sản của Việt Nam. Đây là các thị trường rất tiềm năng của Việt Nam ở hiện tại và trong tương lai.

Nhìn chung cần phải tiếp tục nghiên cứu về các thị trường xuất khẩu cho hàng hóa nông sản Việt Nam, tiếp tục củng cố và mở rộng thị trường đã có, xâm nhập vào thị trường mới nhằm giải quyết đầu ra một cách cơ bản thị trường tiêu thụ cho các nông hộ dân sản xuất hàng hóa.

Một điểm đặc biệt cần chú ý khi nghiên cứu về thị trường xuất khẩu là mặc dù với một số loại nông sản các nước Châu Âu, Mỹ ít tiêu thụ tại các nước này nhưng các trung gian tiêu thụ hay các đầu mối phân phối sản phẩm lớn nhất lại nằm tại các nước này. Do đó, cần có những phương thức thích hợp thích hợp để tiêu thụ hàng hóa xuất khẩu qua các trung gian này.

1.5.2.2 Tình hình trong nước:

Vài năm trở lại đây có tình trạng mâu thuẫn giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản, nhà sản xuất thường gặp khó khăn về đầu ra của nông sản hàng hóa, có khả năng dẫn tới những khủng hoảng thừa tương đối về nông sản hàng hóa, cộng với giá giảm làm cho hiệu quả sản xuất nông sản thấp.

Tổng sản phẩm trong nước năm 2002 tăng 7,04% so với năm 2001, trong đó khu vực nông lâm và thủy sản tăng 4,06%. Năm 2002 giá trị sản xuất nông nghiệp trong nước đạt 121 ngàn tỷ đồng, tăng 5,2% so với năm 2001, trong đó thị trường tiêu thụ trong nước chiếm 76,7 ngàn tỷ chiếm 65,8% tổng giá trị sản phẩm.

Trong tổng số 34,1 triệu tấn lúa đạt được năm 2002, 80% trong số đó được tiêu thụ trong nước. Giá lúa gạo trong nước trong hai năm qua được giữ ở mức khá ổn định dao động từ 1.500 – 1.800/kg lúa. Mức tiêu thụ cà phê trong nước vào khoảng trong năm 2002 vào đạt 66,4 tấn, chiếm 8,5% tổng sản lượng cà phê sản xuất trong nước; giá cả cà phê trong nước trong các năm qua cũng biến động rất mạnh ở mức thấp từ 8.000 – 15.000 đồng/kg (giá bán buôn). Một số mặt hàng khác chủ yếu được sản xuất để xuất khẩu như cao su, tiêu điều với mức tiêu thụ trong nước rất thấp tương ứng cao su 10 – 15%, hạt tiêu 10%, hạt điều chủ yếu để xuất khẩu.

Các loại nông sản có mức tiêu thụ trong nước cao là rau quả các loại tiêu thụ đến 95% trong nước với mức tiêu thụ trong năm 2002 đạt 6.700 tấn. Mức tiêu thụ rau quả tại Việt nam đã tăng cao trong những năm qua khoảng 3 - 5% mỗi năm. Giá cả các loại rau quả tương đối ổn định trong các năm qua. Chè cũng được tiêu thụ trong nước ở mức cao từ 50 – 60% sản lượng chè trong nước; trong năm 2002 thị trường trong nước tiêu thụ đến 230 tấn chè (búp tươi).

Hầu hết các loại trái cây được tiêu thụ trong nước. Giá cả các loại trái cây trong hai năm vừa qua 2001 – 2002 và cả mùa vụ năm 2003 biến động rất mạnh. Giá cả hầu hết các loại cây trái đều giảm mạnh khi mà sản lượng các loại trái cây liên tục tăng do diện tích cây ăn trái liên tục tăng đạt, gần 7%/năm trong 3 năm qua. Giá hầu hết các loại nông sản đầu vụ năm 2003 giảm từ 10 – 30% so cùng kỳ năm 2002 mặc dù giá năm 2002 đã giảm khoảng 5 – 10% ở hầu hết các loại cây trái so với năm 2001. Dự báo trong thời gian ngắn hạn tới giá cả cũng chưa được cải thiện.

Nước ta có nhiều loại nông sản, nhưng hiện tại kênh tiêu thụ chỉ ở dạng thu gom là chính, chứ chưa có mua bán theo đúng nghĩa đạt hàng với số lượng lớn, có rất nhiều khách hàng có thể tiêu thụ với số lượng lớn nhưng lại không có hàng hợp đồng. Nếu như không có những chính sách hợp lý thì năm sau, năm sau nữa thị trường giá cả không được cải thiện vẫn xảy ra. Đặc biệt, cần có các phương thức tiêu thụ hợp lý để nâng cao hệ thống phân phối nông sản ở các vùng

trong cả nước nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng, giúp ổn định đời sống và sản xuất.

1.5.3 Lợi ích của việc tiêu thụ nông sản:

Chuyển đổi cơ cấu cây trồng là vấn đề chiến lược. Trước mắt, vẫn sản xuất các mặt hàng nông sản như hiện nay những có quy hoạch vùng, chọn giống, nâng cao chất lượng bằng công nghệ, bảo quản, chế biến sau thu hoạch, tận dụng đặc điểm ưu đãi về khí hậu, đất đai, thổ nhưỡng của vùng Đông Nam Bộ và đặc biệt là biện pháp tiêu thụ hết nông sản hàng hóa sản xuất ra nhằm nâng cao mức sống cho nông dân.

Vấn đề vừa cơ bản, lâu dài và bức xúc hiện nay là nâng cao chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh của hàng nông sản trên thị trường trong nước và quốc tế nhằm tìm ra các giải pháp tiêu thụ hết nông sản hàng hóa cho người nông dân. Trong đó, ba vấn đề then chốt để nông nghiệp Việt Nam phát triển trong thời gian tới, tăng thu nhập cho người nông dân là: điều chỉnh cơ cấu nông nghiệp, tập trung cho lĩnh vực khoa học công nghệ để sản xuất ra hàng hóa có chất lượng, có khả năng cạnh tranh cao và xúc tiến các phương thức tiêu thụ nông sản. Tuy trong những năm qua ngành nông nghiệp Việt Nam đã đạt được một số thành tích đáng kể trong sản xuất nhưng cũng phải nhìn nhận rằng tăng trưởng nông nghiệp thời gian qua chủ yếu về số lượng, làm đủ ăn có dư mới đem bán. Kỹ năng về thị trường của người sản xuất hàng hóa và nhiều doanh nghiệp còn yếu, tìm được thị trường đã khó nhưng tìm phương thức tiêu thụ thích hợp để giữ được thị trường còn khó hơn. Do vậy, tìm ra phương thức tiêu thụ thích hợp cho từng thị trường là vấn đề xuyên suốt, làm cơ sở cho việc chuyển dịch cơ cấu, làm căn cứ để định hướng cho khoa học công nghệ nhằm tạo cho nông nghiệp trở thành ngành sản xuất hàng hóa hướng ra chế biến và xuất khẩu, có bước phát triển mới về chất: tăng trưởng cao, hiệu quả, cạnh tranh bền vững.

Ngoài các lợi ích mang tính chiến lược của việc tiêu thụ nông sản như trên, các lợi ích cụ thể mang lại từ việc tiêu thụ hết nông sản như sau:

- *Tạo ra lợi ích từ mối liên kết:* Mối liên kết giữa nông dân và các tổ chức tiêu thụ nông sản là rất cần thiết, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất cho người nông dân như:

- + Giá cả nông sản ổn định.
 - + Có được hợp đồng tiêu thụ ổn định
 - + Ổn định được sản xuất.
 - + Chuyên môn hóa được sản xuất
 - + Được hỗ trợ vốn, kỹ thuật, các thông tin về thị trường.
- *Tạo ra lợi ích cho các tổ chức tiêu thụ:*
- + Chất lượng nông sản (đầu vào) cao, đồng bộ theo yêu cầu kỹ thuật sản xuất ở từng đơn vị nên chất lượng sản phẩm đầu ra sẽ đảm bảo ổn định, đáp ứng các yêu cầu của người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.
 - + Sản lượng đầu vào ổn định.
 - + Giá cả đầu vào ổn định, giảm được chi phí thu mua và hao hụt.

+ Giảm được các rủi ro trong hoạt động sản xuất, kinh doanh

- *Tạo ra được mối quan hệ, hợp tác lâu dài:* Mối quan hệ giữa người nông dân và các tổ chức tiêu thụ hiện nay chưa được rộng rãi, chủ yếu người nông dân sản xuất nhỏ bán qua các trung gian mang ý nghĩa thu gom hàng hóa nhiều hơn hợp tác lâu dài. Việc tiêu thụ qua các cam kết hoặc ký kết hợp đồng sẽ thiết lập mối quan hệ có ý nghĩa rất lớn, đem lại hiệu quả cao cho cả người nông dân lẫn các tổ chức tiêu thụ.

- *Sự hỗ trợ của Chính phủ:* Với việc tiêu thụ có tổ chức sẽ được Chính phủ hỗ trợ qua các chính sách về vốn, cây giống, cơ sở hạ tầng, tìm kiếm thị trường và xúc tiến thương mại.

Tóm lại, việc tìm ra các phương thức thích hợp cho từng loại nông sản sẽ mang lại lợi ích rất lớn cho cả người nông dân lẫn các tổ chức tiêu thụ góp phần gia tăng thu nhập, cải thiện đời sống cho người nông dân và góp phần vào phát triển chung của nền nông nghiệp và nền kinh tế của đất nước trong những năm tới.

1.6 NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM SẢN XUẤT, TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HÓA CỦA CÁC NƯỚC TRONG KHU VỰC – CÁC BÀI HỌC KINH NGHIỆM RÚT RA:

Việt nam tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước muộn hơn các nước trong khu vực. Vì vậy, cần thiết phải tìm hiểu, nghiên cứu, học hỏi và đúc kết kinh nghiệm nhằm lựa chọn và xây dựng cho mình con đường riêng, hội nhập với nền kinh tế khu vực và toàn cầu.

Mặc dù theo chính sách tăng cường hợp tác chung, nhưng mỗi nước đều có chiến lược riêng phát triển kinh tế nông thôn và nông nghiệp của mình. Trong phần này sẽ trình bày kinh nghiệm của Malaysia, Thái land, Indonesia, Trung Quốc, Ấn Độ về các lĩnh vực: cơ cấu mặt hàng sản xuất, thị trường tiêu thụ, giống cây trồng, đa dạng chủng loại, lập trung tâm tiêu thụ, hợp tác xã tiêu thụ, mạng lưới trung gian, vai trò quản lý Nhà nước.

1.6.1 Malaysia:

Malaysia có diện tích tự nhiên là 329.800 km², trong đó nông nghiệp chỉ chiếm 14,9% với diện tích là 4.880.000 ha.

Malaysia xây dựng chiến lược phát triển sản xuất nông nghiệp như sau:

- Phát triển vùng: Tập trung phát triển nông nghiệp theo vùng để nâng cao năng suất và thu nhập cho người dân; phát triển vùng định canh; tích tụ ruộng đất và phục hóa các diện tích đất đai ở nông thôn không có hiệu quả.

- Dịch vụ hỗ trợ và trợ cấp nông nghiệp bằng các dịch vụ như khuyến nông, đào tạo, trợ cấp giá, vật tư, xúc tiến tiêu thụ...

- Hỗ trợ các nông dân nhỏ bằng vốn.

- Phát triển các ngành công nghiệp sử dụng nguyên liệu là nông sản.

- Phục hồi các làng nghề sản xuất nông sản truyền thống.

- Đô thị hóa nông thôn.

Malaysia đã tiến hành chính sách phát triển trong khuôn khổ *chiến lược tự do theo hướng thị trường*, theo đó chú trọng tổng hợp 4 vấn đề chính:

Thứ nhất, trong phát triển nông nghiệp không lấy lương thực làm trọng tâm mà tập trung chú trọng đến chiến lược phát triển có tính chất hàng hóa quy mô lớn các cây công nghiệp có lợi thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế và hướng vào xuất khẩu là cao su, cọ dầu và cô ca.

Đối với việc chế biến nông sản, Chính phủ tập trung vào xây dựng các nhà máy lớn với thiết bị và công nghệ hiện đại vào việc sản xuất các mặt hàng nông nghiệp xuất khẩu chiến lược cao nhằm tiêu thụ hết các sản phẩm nông sản như dầu cọ, cao su, cô ca, đảm bảo chất lượng cao, đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới. Với các sản phẩm nội địa thì kết hợp cả hiện đại và thủ công với các máy móc công suất nhỏ, cơ động tập trung vào các ngành xay xát gạo, bột ngô, chế biến sắn, đậu tương, thức ăn gia súc...

Thứ hai, phát triển các ngành nghề công nghiệp ở nông thôn. Trong những năm qua, Chính phủ Malaysia tiếp tục thực hiện các chính sách khuyến khích đầu tư nước ngoài ở vùng nông thôn, giảm thuế xuất khẩu, hỗ trợ nghiên cứu giống, cho phép tư nhân xuất khẩu trực tiếp. Nhà nước chủ trương tiếp tục duy trì các đồn điền lớn của nước ngoài để phát triển hàng hóa nông sản, thu hút lao động, duy trì mối liên hệ thương mại với nước ngoài.

Thứ ba, phát triển cơ sở hạ tầng nông thôn. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi để mọi người phát huy khả năng phát triển kinh tế của mình, vì vậy đầu tư cơ sở hạ tầng chiếm tỷ lệ cao gần 50% mức đầu tư cho phát triển nông thôn. Hiện nay Malaysia có cơ sở hạ tầng rất phát triển, nhất là giao thông với 92.550 km đường bộ, trong đó 75% tổng chiều dài là đường trải nhựa, 15% là đường tốc độ cao, tạo điều kiện cho việc lưu chuyển hàng hóa.

Thứ tư, đẩy mạnh chương trình phúc lợi phát triển nông thôn. Nhà nước đầu tư khai hoang, xây dựng cơ sở hạ tầng vật chất đầy đủ (giao thông, y tế, giáo dục, thủy lợi...); cấp nhà và trợ cấp cho dân để định cư, quy hoạch trồng cây trồng thời gian 30 – 50 năm. Sau đó khuyến khích kinh tế hộ phát triển theo cơ chế thị trường.

1.6.2 Thái lan:

Thái Lan có tổng diện tích đất tự nhiên là 513.115 km², trong đó diện tích đất canh tác nông nghiệp chiếm 41%, đất có rừng che phủ chiếm 28%. Giá trị gia tăng trong nông nghiệp năm 1960 là 40% đến năm 1993 còn 10%.

Ngay từ những năm 1960, Thái Lan đã có kế hoạch trở thành một nền kinh tế công nghiệp – dịch vụ hiện đại, là trung tâm kinh tế vùng Đông Dương – Nam Trung Quốc – Mianma. Vì vậy trong lĩnh vực phát triển Thái Lan coi trọng hai vấn đề cơ bản: a) Ưu tiên phát triển nông thôn với việc Chính phủ lập *Quy hoạch phát triển nông thôn* nhằm mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu nông phẩm. b) Khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp chế biến và sản xuất sản phẩm từ nông sản.

Quá trình phát triển nền kinh tế của Thái Lan có tính chất *lựa chọn giữa phát triển nông thôn và thành thị theo từng thời kỳ*. Trước năm 1980, đô thị hóa và phát triển công nghiệp tập trung được coi hướng chính, nông nghiệp ít phát triển và nông thôn chỉ là nơi cung cấp lao động và nông sản cho thành thị. Từ những năm 1980

trở đi, Chính phủ Thái Lan rất chú trọng tới phát triển nông nghiệp theo hướng thâm canh, xuất khẩu và phát triển các khu công nghiệp tại các vùng nông thôn để cân đối sự phát triển giữa các vùng, phục vụ cho sự công nghiệp hóa.

Để tạo môi trường thuận lợi cho việc thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông thôn, Thái Lan đã có những biện pháp và chính sách rất cụ thể nhằm duy trì sự can thiệp của Nhà nước vào thị trường thu mua lúa, gạo, quản lý việc tiêu thụ mía đường, loại bỏ nhiều hạn chế đối với xuất khẩu nông sản, giảm bớt thuế xuất khẩu, không áp dụng chế độ quota xuất khẩu với các mặt hàng nông sản, cung cấp tín dụng, bồi dưỡng tay nghề...

Thái Lan cũng đã coi trọng việc cơ giới hóa nông thôn. đến nay, thay vào việc nhập khẩu các máy móc nông nghiệp từ nước ngoài, Thái Lan đã sản xuất các loại máy kéo có công suất từ 5 – 12 mã lực, cấu tạo đơn giản, dễ sử dụng, giá thành rẻ, làm được cả trên đất khô và đất ướt, phù hợp với tập quán và trình độ canh tác của nông dân. Mức độ cơ giới hóa hiện nay của Thái Lan đạt trên 90% với đất lúa, 95% với đất khô, 85% đất trồng đậu tương và 100% đối với đất trồng mía.

Nhờ hiện đại hóa được nền nông nghiệp nên năng suất của hầu hết các loại nông sản của Thái Lan đều cao hơn Việt Nam dẫn đến giá thành sản phẩm rẻ hơn, đặc biệt là trái cây rẻ hơn Việt Nam từ 10 – 50% đối với các loại trái cây tươi có tiềm lực xuất khẩu chính.

Ở Thái Lan các hộ sản xuất nông nghiệp có xu hướng liên kết với nhau để lập ra các hợp tác xã tiêu thụ nhằm nâng cao thế mạnh khi thương lượng với các nhà thu mua và các doanh nghiệp xuất khẩu. Các hợp tác xã được lập ra ngoài việc tổ chức việc bán hàng cho các hội viên mà còn là nơi cung ứng số lượng lớn các loại nông phẩm đạt chất lượng cao, đủ tiêu chuẩn xuất khẩu. Ngoài ra, Chính phủ Thái Lan còn quan tâm hỗ trợ xây dựng hệ thống các chợ nông sản bán buôn lớn, mang tầm cỡ quốc gia và khu vực để giúp các hộ nông dân tiêu thụ nông sản. Tại các chợ này, ngoài chức năng bán buôn, phân phối nông sản còn thực hiện các chức năng khác như: quảng cáo, cung cấp thông tin thị trường trong và ngoài nước, thực hiện các công việc của một đầu mối giao dịch mua bán; cung cấp dịch vụ xuất khẩu hàng nông sản như: xử lý khử trùng, đông lạnh, đóng gói sản phẩm, bảo quản, chế biến, v.v.

1.6.3 Indonesia:

Indonesia là một quốc đảo gồm 17.000 đảo với diện tích tự nhiên khoảng 1.900.000 km², diện tích đất nông nghiệp là khoảng 22 triệu ha, bình quân lao động nông nghiệp là 0,52 ha đất canh tác.

Nông nghiệp là ngành quan trọng trong nền kinh tế Indonesia và có sự tăng trưởng khá nhanh trong vòng 20 năm từ năm 1976 – 1994. Có thể tóm tắt thành quả đạt được như: tổng sản phẩm ngành nông nghiệp tăng 2.000 lần đạt 65.800 tỷ Rup; tỷ trọng lao động nông nghiệp giảm từ 62% xuống còn 51%; tỷ trọng ngành nông nghiệp trong GDP giảm từ 37% xuống còn 16%; tỷ lệ hộ nghèo ở nông thôn đã giảm từ 40,4% xuống còn 13,8%, tuy nhiên các hộ nghèo nông nghiệp vẫn là chủ

yếu (79,5%); giá trị nông sản xuất khẩu tăng nhanh từ 589 triệu USD lên 3.293 triệu USD, chiếm khoảng 9% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước.

Đạt được những thành tựu như thế là do Chính phủ Indonesia đã tiến hành triển khai các chương trình và chính sách như sau:

- Chương trình phát triển ngành nghề tiểu thủ công nghiệp ở nông thôn trong các kế hoạch 5 năm. Thành lập Hội đồng thủ công quốc gia và Trung tâm phát triển tiểu thủ công nghiệp nhằm quản lý, tổ chức, thiết kế mẫu mã, tổ chức hội chợ... giúp tiểu thủ công nghiệp phát triển.
- Chuyển giao công nghệ tiên tiến cho nông dân đồng thời đầu tư lớn vào xây dựng cơ sở hạ tầng nông thôn và nông nghiệp.
- Đối với các cây công nghiệp như cà phê, cao su, mía, ca cao... Chính phủ khuyến khích phát triển sản xuất hàng hóa lớn bằng việc xây dựng các công ty đồn điền lớn của tư nhân và hỗ trợ xúc tiến tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Tuy nhiên, chính sách tiếp cận phát triển nông nghiệp của Indonesia vẫn nhằm mục đích tự túc về lương thực. Mặc dù sản lượng thóc của Indonesia đã tăng hơn 2 lần so với thời kỳ đầu song do chính sách can thiệp quá sâu của Nhà nước cùng với sự độc quyền của các công ty tư nhân lớn vào thị trường nông sản trong nước, nên việc sản xuất lúa gạo nhằm tự túc lương thực vẫn kém tính bền vững và Indonesia vẫn phải nhập khẩu từ bên ngoài (khoảng 300.000 tấn/năm).

1.6.4 Trung Quốc:

Lịch sử phát triển của Trung Quốc đã chứng minh rằng: Trung Quốc luôn tìm kiếm con đường phát triển nông nghiệp theo hướng hiện đại hóa, công nghiệp hóa; đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa nông sản trong nước và xuất khẩu qua công nghiệp chế biến. Trung Quốc coi trọng mô hình “*Xí nghiệp hương trấn*”, thực hiện phương thức khoán đến các hộ dân theo như Hội nghị Trung ương lần thứ tám (khóa XIII), Đảng công sản Trung Quốc vào tháng 11/1991 khẳng định “*phát triển xí nghiệp hương trấn là con đường tất yếu làm phần vinh kinh tế nông thôn, tăng thu nhập cho nông dân*”. “*Xí nghiệp hương trấn*” là tên gọi chung các xí nghiệp công thương nghiệp, xây dựng, hoạt động ở làng xã, thị trấn, nông thôn Trung Quốc.

Trung Quốc kiên trì đẩy mạnh nghiên cứu công nghệ sinh học tạo ra cây trồng vật nuôi tốt đưa vào sản xuất. Phát triển mạnh các công trình thủy lợi phục vụ cho sản xuất, tích cực sử dụng máy móc nông nghiệp trong nước. Trung Quốc đặc biệt chú trọng đến vấn đề lương thực, tiêu thụ nông sản trong nước; coi trọng việc chế biến nông sản và xuất khẩu hàng nông sản; trong đó việc xuất khẩu qua các nước có biên giới lân cận rất được quan tâm.

1.6.5 Ấn Độ:

Chiến lược phát triển nông nghiệp của Chính phủ Ấn Độ là *phát triển công nghiệp nông thôn* với những xí nghiệp có quy mô nhỏ về vốn và lao động. Hoạt động của các xí nghiệp này chủ yếu là chế biến và bảo quản sản phẩm sơ cấp (lương thực, thực phẩm, các hoạt động gắn với nông nghiệp), chế tạo nông cụ cho sản xuất nông nghiệp và sản xuất hàng tiêu dùng ở nông thôn. Các xí nghiệp này phát triển dựa trên việc sử dụng các nguồn nguyên liệu và tay nghề có sẵn tại các

làng xã, thị trấn địa phương. Theo số liệu điều tra năm 1995, tại Ấn Độ có tới 80% các xí nghiệp nhỏ đầu tư vào máy móc thiết bị tới 0,1 triệu Rupit; 65% các xí nghiệp nằm ở các vùng nông thôn, trong đó 69% tập trung vào các lĩnh vực sản xuất chính như: lương thực, thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, bông dệt may.

Chính phủ Ấn Độ lập các trung tâm công nghiệp huyện nhằm cung cấp mọi sự giúp đỡ cần thiết cho các xí nghiệp trên trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa. Các trung tâm này nghiên cứu, xác định tiềm năng khu vực, cung cấp cây giống, con giống, máy móc và thiết bị, phân bố tín dụng nhận được ở các ngân hàng, giúp đỡ hoạt động thương mại, hỗ trợ đào tạo kiến thức về quản lý và chuyên môn. Chính phủ còn giúp xây dựng các trung tâm như: trung tâm tăng trưởng, các chương trình về nhu cầu tối thiểu, chương trình phát triển cho tiểu nông, chương trình khu vực bị hạn hán đe dọa... Các chương trình này đều hướng vào việc tạo môi trường, nguồn lực thúc đẩy sản xuất tại nông thôn.

1.6.6 Một số bài học kinh nghiệm:

Từ việc phân tích kinh nghiệm sản xuất và tiêu thụ nông sản của một số nước trên, dù là nước phát triển hay đang phát triển cũng có một số kinh nghiệm chung cần rút ra như sau:

- Để phát triển nền nông nghiệp sản xuất hàng hóa cần chú trọng đến yếu tố thị trường, hướng mạnh vào việc khuyến khích sản xuất theo yêu cầu của thị trường, khuyến khích sự vận động của thị trường vốn, lao động, đất đai, bất động sản và hàng hóa các loại.
- Chú trọng vai trò của các doanh nghiệp nông nghiệp có quy mô lớn, có tích tụ vốn và kỹ thuật cao để phát triển nông nghiệp sản xuất hàng hóa lớn. Các doanh nghiệp (như hộ sản xuất, trang trại tư nhân) có vị trí quan trọng để phát triển kinh tế nông nghiệp.
- Nhà nước cần đầu tư mạnh mẽ cho nông thôn và nông nghiệp thông qua các chương trình như: nghiên cứu khoa học nông nghiệp tạo ra các giống cây có năng suất cao, chất lượng tốt; đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng nông thôn (thủy lợi, giao thông; tăng cường đầu tư giáo dục và dạy nghề).
- Gắn sản xuất, chế biến và tiêu thụ (kể cả xuất khẩu) các sản phẩm nông nghiệp nhằm tạo thành một dây chuyền khép kín, trên cơ sở lợi ích của các tác nhân tham gia quá trình kinh doanh, khuyến khích phát triển các loại hình hợp tác xã tiêu thụ, các chợ đầu mối nông sản bán buôn, bán lẻ do tư nhân đầu tư và quản lý.
- Có chương trình trợ cấp xã hội nhằm giảm tỷ lệ di cư vào thành phố, giảm tỷ lệ hộ có mức sống dưới mức nghèo khổ.

Như vậy, dựa vào các kinh nghiệm của các nước và tùy vào tình hình thực tế của mỗi nước mà đề ra các chính sách thích hợp cho quá trình phát triển nông nghiệp. Việt Nam có nhiều điểm tương đồng với các nước trong khu vực cho nên có thể áp dụng các kinh nghiệm đó vào việc phát triển kinh tế của đất nước.

CHƯƠNG II:
PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN
Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

2.1 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

2.1.1 Điều kiện tự nhiên, tình hình sản xuất nông sản của vùng Đông Nam Bộ:

Đông Nam Bộ là vùng kinh tế năng động có quy mô lãnh thổ bao trùm lên 9 tỉnh, thành phố ở phía Nam Việt Nam gồm: Tp. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Tây Ninh, Bình Dương, Bình Phước, Bình Thuận, Ninh Thuận, Lâm Đồng. Vùng Đông Nam Bộ là khu vực tập trung nhiều đô thị nằm giữa các tỉnh Nam Trung Bộ, Tây Nguyên và đồng bằng sông Cửu Long, những vùng giàu về tài nguyên, đất đai.

- Phía Tây và Tây Nam nằm kề cận đồng Bằng châu thổ sông Cửu Long, vùng có tiềm năng lớn về nông nghiệp: lương thực, thực phẩm và cây ăn quả.
- Phía Đông và Đông Nam giáp biển, giàu tài nguyên thủy sản, dầu mỏ, khí đốt. Có điều kiện thuận lợi để xây dựng hệ thống cảng biển nước sâu, tạo thành những cửa ra bên ngoài, nằm gần đường hàng hải quốc tế dọc theo biển Đông nhộn nhịp nhất ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, tạo cho vùng một vị thế quan trọng trong giao thương với trong nước và quốc tế.
- Phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Đắk Lắk (Tây Nguyên) và tỉnh Khánh Hòa (Duyên hải Nam Trung Bộ) là nơi có tiềm năng lớn về cây công nghiệp dài ngày, ngắn ngày; có tài nguyên rừng, khoáng sản.

Vùng Đông Nam Bộ giữ vị trí kinh tế khá quan trọng không chỉ với kinh tế Nam Bộ mà còn ảnh hưởng mạnh mẽ tới cả nước và các vùng lân cận. Lãnh thổ Đông Nam Bộ nằm ở vị trí có nhiều thuận lợi, địa hình rộng thoáng, $\frac{3}{4}$ diện tích là đồng bằng châu thổ, $\frac{1}{4}$ diện tích thuộc đồng bằng núi thấp. Phần đất trên có diện tích khoảng 12.400 km², trong đó 77% là diện tích có khả năng sử dụng trong nông nghiệp. Vùng Đông Nam Bộ là vùng có khí hậu thuận lợi cho việc phát triển nhiều loại cây công nghiệp như cao su, cà phê, chè, hồ tiêu, cọ dầu, dứa, sầu đâu, dưa; các loại cây ăn quả như sầu, sấu, chôm chôm, thanh long, bưởi, chuối tây, mít, đu đủ, ổi, đu đủ và cây lúa.

Xét về điều kiện tự nhiên về đất đai và khí hậu, các vùng thuộc Đông Nam Bộ thích hợp với các loại cây trồng như sau:

- Khu vực Xuyên Mộc và vùng đồng bằng ven sông khu vực Biên Hòa – Tây Ninh thích hợp cho việc trồng lúa được 3 vụ trong một năm. Trong khu vực này thích hợp phát triển cây mía cho năng suất khá cao.

- Các vùng đồi thấp lượn sóng đất Bazan khu vực Biên Hòa – Tây Ninh thích hợp các loại cây như cao su, cà phê, chè...
- Các cao nguyên, vùng núi thấp đều có thể phát triển được 3 loại cây công nghiệp lâu năm theo thứ tự ưu tiên cao su, chè, cà phê. Đặc biệt vùng Bảo Lộc là vùng có cây chè phát triển mạnh. Vùng Xuân Lộc, Di Linh, Phước Long... phát triển trồng dâu, nuôi tằm.
- Khu vực khí hậu lạnh như Đà Lạt tốt cho việc phát triển chè, các loại rau quả xứ lạnh.
- Ở các vùng làng xóm, khu dân cư, kinh tế vườn có thể trồng các loại hoa quả nhiệt đới như bưởi, chuối tây, đu đủ, ổi, mít, dứa...

Diện tích đất sử dụng trong nông nghiệp của vùng Đông Nam Bộ hiện nay vào khoảng 1.708 ngàn ha, chiếm 18,27% diện tích đất nông nghiệp của cả nước và chiếm 49,2% trong cơ cấu sử dụng đất tại vùng này. Diện tích đất còn có khả năng khai thác sử dụng vào mục đích nông nghiệp khoảng 25% tương ứng với diện tích khoảng 500 ngàn ha. Đất trồng cây lương thực có hạt là 632,9 ngàn ha, chiếm 7,71% diện tích trồng cây lương thực của cả nước; diện tích trồng lúa là 508,1 ngàn ha chiếm 6,8% so với cả nước. Vì vùng Đông Nam Bộ là có điều kiện tự nhiên thích hợp cho việc phát triển cây công nghiệp lâu năm nên diện tích trồng chiếm tỷ trọng khá lớn với 497 ngàn ha, chiếm khoảng 30% tổng diện tích nông nghiệp của cả vùng và chiếm gần 23% trên tổng số diện tích trồng cây công nghiệp của cả nước (tính trên các cây công nghiệp lâu năm chủ yếu: cà phê, chè, cao su, hồ tiêu, điều).

BẢNG 2.1: HIỆN TRẠNG SỬ DỤNG ĐẤT TẠI VÙNG ĐÔNG NAM BỘ, 2001

Đơn vị: ngàn ha

Hạng mục	Toàn quốc		Đông Nam Bộ		% so với toàn quốc
	Tổng số	Cơ cấu (%)	Tổng số	Cơ cấu (%)	
Tổng diện tích	32924,1	100	3473,3	100	10,5
1. Đất nông nghiệp	9345,4	28,4	1707,8	49,2	18,3
- Lúa	4267,9	45,7	508,1	29,8	11,9
- Cây CNNN	1217,2	13,0	114,6	6,7	9,4
- Nương rẫy, cây tạp	1272,9	13,6	564,3	33,0	44,3
- Cây CNDN	2181,2	23,3	496,9	29,1	22,8
- Đất cỏ chăn nuôi	37,6	0,4	8,5	0,5	22,6
- Đất dùng thủy sản	367,9	3,9	15,4	0,9	4,2
2. Đất lâm nghiệp	11575,4	35,2	1026,2	29,5	8,9
3. Đất chuyên dùng	1532,8	4,7	233,3	6,7	15,2
4. Đất ở	443,2	1,3	58,1	1,7	13,1

Nguồn: Tổng cục thống kê

Giá trị sản xuất nông nghiệp của vùng Đông Nam Bộ trong những năm qua cũng liên tục tăng với mức tăng trung bình trong 4 năm qua là 6,5%. Nếu như năm 1998 đạt giá trị sản xuất nông nghiệp là 10.675,5 tỷ đồng thì năm 2001 đạt 13.708,9 tỷ, tăng hơn 3.000 tỷ đồng. Năm 2001, giá trị sản xuất nông nghiệp của vùng Đông Nam Bộ chiếm tỷ trọng khoảng 12% so với giá trị nông nghiệp của cả nước và thuộc vào vùng có mức tăng trưởng nông nghiệp vào loại khá. Giá trị sản xuất của ngành trồng trọt trong những năm qua của vùng Đông Nam Bộ cũng tăng đáng kể từ 6.423 tỷ năm 1998 lên 8.084 tỷ năm 2001, tăng trung bình 6%/năm.

BẢNG 2.2: GIÁ TRỊ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ SO VỚI CÁC VÙNG KHÁC VÀ CẢ NƯỚC

Đơn vị: tỷ đồng

Vùng	Năm 1998	Năm 1999	Năm 2000	Năm 2001
Cả nước	99096,2	10367,9	112111,7	114708,0
Đồng bằng sông Hồng	19402,0	20250,6	20898,1	20985,3
Đông Bắc	7723,6	8148,5	8594,5	8583,4
Tây Bắc	1755,8	1973,5	2083,2	2085,6
Bắc Trung Bộ	8503,6	9185,8	9767,3	9813,2
Duyên Hải Nam Trung Bộ	5864,8	6113,6	6153,6	6158,4
Tây Nguyên	7218,2	9173,2	11448,6	11657,5
Đồng Bằng sông Cửu Long	39752,7	39762,1	40625,1	41715,7
Đông Nam Bộ	10675,5	11760,6	12541,3	13708,9

Nguồn: Tổng cục thống kê

Vùng Đông Nam Bộ tuy không có nhiều lợi thế về sản xuất lúa và cây trái, song có điều kiện thuận lợi phát triển cây công nghiệp, đặc biệt là cây cao su chiếm tỷ trọng 80-90% giá trị sản xuất so với cả nước, thuốc lá cũng được phát triển với tỷ trọng rất lớn là chiếm trên 50%; cây cà phê và tiêu cũng chiếm tỷ trọng lớn tương ứng là 40% và 30% so với giá trị sản xuất cả nước.

BẢNG 2.3: MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA ĐNB, ĐBSCL, TÂY NGUYÊN, NAM TRUNG BỘ SO VỚI MỨC SẢN XUẤT CỦA CẢ NƯỚC

Đơn vị: %

Tên sản phẩm	ĐNB/ cả nước	ĐBSCL/ cả nước	T.N/ cả nước	NTB/ cả nước	Tổng cộng 4 vùng/cả nước
1. Lương thực quy thóc	6,67	46,10	2,20	5,88	60,85
2. Mầu lương thực	18,2	4,30	9,31	7,32	39,13
3. Ngô	24,5	3,27	10,00	2,80	40,57

Tên sản phẩm	ĐNB/ cả nước	ĐBSCL/ cả nước	T.N/ cả nước	NTB/ cả nước	Tổng cộng 4 vùng/cả nước
4. Sắn	14,00	3,00	13,00	19,00	49,00
5. Cao su	80-90	-	-	-	80-90
6. Hồ tiêu	40,00	-	20,00	-	>60,00
7. Cà phê	30,00	-	60,00	-	>90,00
8. Lạc	26,4	5,93	7,88	9,91	50,12
9. Thuốc lá	51,60	4,24	3,89	7,77	67,50
10. Mía	18,70	38,08	6,50	17,64	80,92
11. Đậu tương	7,90	18,24	12,49	1,95	40,58

Nguồn: Bộ thương mại

Trong những năm tới các ưu thế trên tiếp tục được phát huy, gia tăng giá trị sản xuất từ nông sản hàng hóa của vùng trên cơ sở chuyển dịch cơ cấu cây trồng, vật nuôi; nghiên cứu phương thức tiêu thụ hợp lý cho các loại nông sản, gia tăng thị phần và giá trị xuất khẩu nhằm ổn định sản xuất cho vùng Đông Nam Bộ, góp phần ổn định và phát triển kinh tế xã hội của nước ta nói chung.

2.1.2 Diện tích, sản lượng nông sản của các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ:

Trong các năm vừa qua vùng Đông Nam Bộ là vùng có sản xuất nông sản hàng hóa phát triển nhất so với các vùng khác. Thế mạnh chung của vùng là phát triển cây cao su, cà phê, mía đường, sắn, hồ tiêu và chế biến nông sản với diện tích trồng trọt các loại như sau: Ngô hàng hóa, diện tích trồng 97.500 ha; cây cao su với diện tích là 278.000 ha; cà phê: diện tích là 65.000 ha; điều: diện tích 113.000 ha, hồ tiêu: 18.000 ha; cây ăn quả diện tích trồng hiện nay là 71.000 ha; mía đường 60.000 ha; chè vào khoảng 23.000 ha. Một số vùng được quy hoạch trồng cây công nghiệp ngắn ngày gồm sắn, bông công nghiệp, thuốc lá

Miền Đông Nam Bộ không những là thủ phủ của các loại cây công nghiệp mà còn nổi tiếng với các loại cây ăn quả cũng được trồng với 90.000 ha như: sầu riềng, măng cụt thanh long, xoài... với hầu hết các loại giống cây nhiệt đới. Trái cây chủ lực ở miền Đông Nam bộ thường gắn với các địa danh như: chôm chôm Long Thành, bơ Đà Lạt, chuối Long Khánh, thanh long Phan Thiết, nho Ninh Thuận.v.v. Đồng Nai với diện tích tự nhiên có độ phì nhiêu cao, thích hợp phát triển các loại cây ăn trái có giá trị kinh tế cao như: sầu riềng, chôm chôm, mít... Bình Thuận, cây ăn quả được phân bố chủ yếu Hàm Thuận Bắc, Đức Linh, Bắc Bình, phát triển chủ yếu là thanh long có giá trị xuất khẩu cao. nho Phan Rang nổi tiếng trên thị trường cả nước. Lâm Đồng với khí hậu ôn hòa, có quỹ đất nông nghiệp cao, thích hợp trồng các loại cây ăn trái như bơ, hồng, dâu, táo, mận... chủ yếu tập trung ở các huyện Bảo Lộc, Di Linh, Đức Trọng, Lâm Hà và một phần Đơn Dương. Bình Dương nổi tiếng với chôm chôm, sầu riềng, măng cụt, dâu, mít.

Mỗi một địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ có thế mạnh riêng về các loại cây trồng khác nhau, trong đó phát triển thế mạnh là trồng các loại cây công nghiệp phục vụ cho chế biến và xuất khẩu hàng hóa. Vì vậy, ngoài diện tích trồng các loại cây lương thực chính, diện tích trồng các loại cây công nghiệp ở các địa phương đều chiếm một diện tích khá lớn. Tuy vậy, tại các địa phương thuộc Đông Nam Bộ, cây lương thực vẫn là cây trồng chính chiếm phần lớn diện tích đất trồng trọt, cung cấp một phần hay phần lớn nhu cầu về lương thực tại chỗ. Các thành phố hoặc địa phương phát triển mạnh về công nghiệp sản xuất, dịch vụ thì diện tích đất dùng cho trồng trọt có xu hướng giảm hoặc quỹ đất phục vụ cho nông nghiệp thu hẹp dần.

Tình hình sản xuất hàng hóa nông sản phẩm của các tỉnh thuộc miền Đông Nam Bộ được trình bày dưới đây và được tổng hợp qua bảng 2.4.

➤ **Thành phố Hồ Chí Minh:**

Thành phố Hồ Chí Minh là một thành phố công nghiệp phát triển của cả nước nên diện tích dành cho các khu công nghiệp tăng và diện tích sản xuất xuất nông nghiệp thu hẹp dần theo sự phát triển của các khu đô thị và các khu công nghiệp. Nếu như năm 1996 diện tích trồng trọt là 107.020 ha thì đến năm 2001 chỉ còn 85.360 ha, giảm hơn 20.000 ha, tương ứng 20% so với diện tích năm 1996. Trong cơ cấu diện tích đất trồng trọt tại thành phố, cây lương thực chiếm tới 80%, phần còn lại trồng rau, đậu các loại và vườn tạp. Cây công nghiệp chiếm một tỷ trọng thấp (8% - bao gồm cây công nghiệp ngắn ngày và dài ngày) và phần lớn là cây công nghiệp ngắn ngày.

Trong xu thế phát triển trong những năm tới, diện tích đất trồng trọt tại thành phố Hồ Chí Minh tiếp tục bị thu hẹp; diện tích đất trồng cỏ và chăn nuôi có thể tăng ít. Thành phố chủ yếu phát triển khâu chế biến, dịch vụ và tập trung đầu mối tiêu thụ hàng hóa nông sản của các tỉnh và cả nước.

➤ **Đồng Nai:**

Với tiềm năng đất dồi dào và chất lượng tốt, trong đó đất bazan rất thích hợp để phát triển các cây công nghiệp ngắn ngày, dài ngày và cây ăn quả. Diện tích đất trồng trọt tại Đồng Nai trong các năm qua tăng thêm 30.000 ha, chủ yếu là tăng trên phần diện tích đất trồng cây công nghiệp dài ngày. Cây công nghiệp dài ngày là loại cây chủ lực của địa phương chiếm tỷ trọng đến 33% trong cơ cấu cây trồng của tỉnh, chủ yếu là cây cao su (40.000 ha), cà phê (28.000 ha), điều (43.500 ha), tiêu (1.200 ha). Đồng Nai còn phát triển các loại cây ăn quả có giá trị kinh tế cao như sầu riêng, chôm chôm mít... chiếm 18.000 ha, tương ứng 5% trong cơ cấu cây trồng tại tỉnh. Đây là các loại cây có giá trị kinh tế cao và sẽ tiếp phát triển trong thời gian tới.

Sản lượng một số cây công nghiệp và cây ăn quả chủ yếu như năm 2001: mía: 526.000 tấn, cà phê: 42.600 tấn, tiêu: 1.070 tấn, cao su: 42.700 tấn, điều: 17.300 tấn, chôm chôm: 42.200 tấn, xoài: 16.000 tấn.v.v.

➤ **Bình Dương:**

Tổng diện tích trồng trọt của Bình Dương là 215.117 ha, tăng hơn 20.000 ha so với năm 1996. Một số cây cho năng suất cao như bắp, mía, rau màu... Trong cơ cấu cây trồng tại tỉnh, cây công nghiệp dài ngày chiếm tỷ trọng rất lớn chiếm trên 52% diện tích đất trồng trọt tại tỉnh với hơn 100.000 ha, trong đó cây cao su chiếm 92.994 ha, chiếm tỷ trọng 43% tổng diện tích trồng trọt của tỉnh, các cây công nghiệp dài ngày khác cũng được phát triển mạnh như điều 18.452 ha, cà phê 365 ha, tiêu 305 ha. Tổng sản lượng quy thóc của tỉnh đạt trên 100.000 tấn. Mục tiêu của tỉnh là phát triển nông sản hàng hóa trên cơ sở tiềm kiếm các phương thức thu mua, tiêu thụ thích hợp, hỗ trợ vốn và kỹ thuật, hình thành vùng chuyên canh, vành đai rau xanh sạch, vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến như: cao su, mía, cây ăn quả.

➤ **Bà Rịa – Vũng Tàu:**

Với tốc độ đô thị mạnh mẽ, việc xây dựng các khu công nghiệp, du lịch ngày càng tăng làm cho quỹ đất dành cho nông nghiệp của tỉnh có chiều hướng giảm xuống (trong 6 năm qua, diện tích đất nông nghiệp của tỉnh hầu như tăng không đáng kể, chỉ tăng 2%). Những cây trồng chủ yếu của tỉnh là lúa, hoa màu, thực phẩm và một số loại cây lâu năm. Cây công nghiệp dài ngày là cây phát triển chủ yếu của tỉnh chiếm 55.000 ha, trên 56% tổng diện tích trồng trọt của tỉnh, chủ yếu với các loại cây như: cao su (19.000 ha), cà phê (3.000 ha), điều (19.000 ha).

➤ **Bình Phước:**

Do diện tích đất nông nghiệp chiếm tỷ trọng lớn trong tổng diện tích đất tự nhiên nên tỉnh tập trung phát triển các loại cây lâu năm, cây lương thực. Diện tích đất trồng trọt của tỉnh trong những năm qua đã tăng hơn 50%. Cây công nghiệp dài ngày được đặc biệt chú trọng phát triển vì có loại đất thích hợp, chiếm tỷ trọng lên đến trên 85% tổng diện tích đất trồng trọt của tỉnh với 240.000 ha.

Diện tích và sản lượng một số loại cây lâu năm chủ yếu bao gồm:

- Cao su: 130.180 ha, sản lượng 45.000 – 50.000 tấn
- Cà phê: 4.922 ha, sản lượng 6.400 tấn
- Điều: 101.802 ha, 20.300 tấn
- Tiêu: 3.777 ha, 9.850 tấn
- Lương thực: sản lượng 35.000 tấn

Diện tích trồng cây công nghiệp dài ngày như cà phê, cao su, hồ tiêu tăng gần gấp đôi năm 1996, sản lượng tăng hơn 2.5 lần. Riêng cây cao su là cây chủ lực của tỉnh, toàn tỉnh Bình Phước hiện nay có diện tích trồng cây cao su chiếm tới 30% diện tích rừng cây cao su của cả nước. Cây cao su được trồng và khai thác trên diện

tích 130.000 ha, có lên lên tới 150.000 vào năm tới. Hàng năm sản lượng mủ khô đạt trung bình 35.000 – 45.000 tấn, chiếm tới 65% tổng sản lượng ngành nông nghiệp của địa phương.

➤ **Ninh Thuận:**

Tiềm năng để phát triển đất nông nghiệp của tỉnh còn khá lớn, hiện nay đất đã sử dụng cho trồng trọt là 68.000 ha, chiếm 10% diện tích đất tự nhiên, trong đó: cây công nghiệp ngắn ngày là 28.800 ha, cây công nghiệp dài ngày là 6.000 ha. Khả năng mở rộng đất nông nghiệp trong các năm tới khoảng 10.000 ha. Ninh Thuận có nhiều sản phẩm nông nghiệp quý giá như: mía, nho, điều, thuốc lá, bông vải.

Ngành trồng trọt là ngành sản xuất chính trong cơ cấu nông nghiệp của tỉnh, cây lương thực chiếm 61% tổng diện tích trồng trọt; còn lại trồng rau, đậu, cây công nghiệp hàng năm, cây lâu năm. Điều kiện tự nhiên của Ninh Thuận rất thích hợp các loại cây công nghiệp ngắn ngày, cây thực phẩm và cây ăn quả mang lợi ích kinh tế cao, có khối lượng hàng hóa lớn như: nho, thuốc lá, bông, mía, hành tỏi. Đặc biệt nho là cây ăn quả có giá trị sản lượng hàng năm trên 50.000 tấn, cung cấp cho thị trường trong cả nước. Nếu được đầu tư, chế biến và có thị trường tiêu thụ ổn định thì cây nho có thể được phát triển lên 4.000 ha, với sản lượng hàng hóa là 65.000 tấn. Cây mía có năng suất và trữ đường cao, có thể cung cấp 2.500 tấn/ngày; cây thuốc lá với sản lượng hàng năm là 5.000 tấn.

➤ **Bình Thuận:**

Đất trồng trọt chiếm độ 160.000 ha, cây công nghiệp dài ngày là 20.150 ha; đất trồng cỏ 1.373 ha, vùng đất có mặt nước nuôi trồng thủy sản là 277,31 ha. Ngoài ra, còn 50.000 đất trống trong tương lai có thể đưa vào sử dụng nông nghiệp.

Trồng trọt vùng đất xám phù sa cổ ở Bình Thuận chủ yếu có 105.410 ha, phần lớn dành cho trồng lúa, màu, lương thực, các loại cây công nghiệp (điều, cao su), cây ăn quả khác được phân bố chủ yếu Hàm Thuận Bắc, Đức Linh, Bắc Bình. Đất đỏ Bazan 18.950 ha được sử dụng trồng cao su, cà phê.v.v. Vùng đất cát đỏ 77.960 ha được sử dụng trồng mì, khoai lang, ngô, đậu các loại

Trong tương lai diện tích trồng các loại màu cây thực phẩm, cây công nghiệp ngắn ngày như: bắp, mì, lang... đậu các loại, lạc, hạt dưa 45.000 ha. Diện tích cây công nghiệp dài ngày, cây ăn quả: điều 15.000 ha; thanh long 15.000 ha; cà phê 5.000 ha; mía 4.000 ha; đang có kế hoạch mở rộng diện tích cây mía.

Hàng năm Bình Thuận sản xuất:

- Mía lát khô 25.000 – 30.000 tấn
- Bắp 18.000 – 20.000 tấn.
- Hạt điều 8.000 – 108.000 tấn
- Mủ cao su 1.000 – 1.500 tấn
- Thanh long trên 15.000 tấn quả.

► **Tây Ninh:**

Nông nghiệp Tây Ninh phát triển tương đối ổn định và toàn diện (Giá trị sản xuất nông nghiệp năm 2001 đạt trên 2.000 tỷ), bình quân hai năm tăng 7,3%. Một số cây trồng chính như: Lúa: 39.000 ha, sản lượng: 450.000 tấn, mía: 30.000 ha, sản lượng: 1,5 triệu tấn mía cây; lạc: 18.000 ha, sản lượng 42.000 tấn; cao su 36.000 ha. Riêng về cây mía: trong các loại cây công nghiệp tại tỉnh Tây Ninh, cây mía giữ vai trò quan trọng nhất (năm 1997, Tây Ninh đã có diện tích, sản lượng lạc, mía và mì đứng thứ nhất, nhì trong cả nước). Từ nay đến 2010 Tây Ninh sẽ tiếp tục chuyển các cánh đồng lúa có năng suất thấp sang trồng mía, như vậy sẽ có 43.000 ha trồng mía với năng suất trung bình dự tính là 80 tấn mía/ha (3.440.000 tấn mía). Những dự kiến phát triển tối đa tại tây Ninh hiện nay là 43.000 ha và có thể lên tới 50.000 ha. Như vậy, dự kiến trong năm 2005 tổng cộng 40.500 ha mía được trồng.

Ở Tây Ninh, nông nghiệp được xác định là mặt trận hàng đầu. Đây là ngành chủ lực làm nền tảng để phát triển kinh tế của tỉnh. Cơ cấu cây trồng từng bước chuyển dịch đúng hướng là, tỷ trọng các nhóm cây công nghiệp là gần 40%. Các cây trồng chính đều tăng cả diện tích, năng suất, sản lượng, bước đầu hình thành những vùng sản xuất hàng hóa chuyên canh, tập trung phát triển kinh tế hộ đã dần dần hình thành các trang trại trồng mía, cao su, trái cây.v.v. Đặc biệt cây bắp lai cho hiệu quả kinh tế cao nên diện tích đạt 6.600 ha, sản lượng với sản lượng 28.200 tấn, đây là nguồn nguyên liệu tốt cho chế biến thức ăn gia súc.

Trong kỹ thuật cơ giới hóa khâu làm đất được 75% đối với cây hàng năm và 90% đối với cây lâu năm; các khâu trồng, chăm sóc, thu hoạch chủ yếu bằng thủ công. Tổng giá trị sản xuất nông nghiệp của Tây Ninh năm 2001 là 2.191 tỷ đồng; 80% giá trị nguồn thu từ hàng xuất khẩu là từ nông nghiệp, chủ yếu là hàng thô như cao su khối, hạt điều nhân ,bắp hạt.

Phấn đấu đến 2010, ngành nông nghiệp thực hiện đạt được các chỉ tiêu cụ thể:

- Diện tích mía 60.000 ha với sản lượng 4,8 triệu tấn mía cây/năm.
- Diện tích cao su 44.662 ha với sản lượng qui khô 44.200 tấn.
- Cây mì 15.000 ha với sản lượng 375.000 tấn củ mì/năm.
- Lạc 55.000 ha với sản lượng 165.000 tấn đậu vỏ.
- Lúa đạt 446.250 ha đạt bình quân trên 400 kg lúa/người/năm.

► **Lâm đồng:**

Lâm Đồng thuộc vùng khí hậu Á ôn đới thích hợp cho việc trồng các loại rau như bắp cải, cà rốt, súp lơ, khoai tây, xà lách, cải thảo, hành tây; đặc biệt tại thành phố Đà Lạt thích hợp sản xuất các loại rau: 5.000 ha, hoa: 200 ha, cây ăn quả 1.000 ha. Thành phố Đà Lạt còn được xem là mô hình sản xuất rau, quả ăn toàn thành công với công nghệ sản xuất cách ly, không sử dụng phân bón, nông dược vô cơ.

Trong các loại cây công nghiệp của tỉnh thì chè và cà phê được phát triển mạnh, trong đó chè được trồng với trên 15.000 ha cho sản lượng búp tươi đạt từ

65.000 – 70.000 tấn chè. Trong các năm tới, ngoài các loại cây hàng hóa chủ lực như hoa, rau, quả, Lâm Đồng còn đẩy mạnh phát triển các loại cây công nghiệp chủ yếu là chè, cà phê, điều.

BẢNG 2.4: DIỆN TÍCH TRỒNG CÂY TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG THUỘC MIỀN ĐÔNG NAM BỘ – TĂNG TRƯỞNG DIỆN TÍCH VÀ CƠ CẤU
(Tốc độ tăng trưởng diện tích so với năm 1996 – Năm 1996 = 100%)
(Cơ cấu cây trồng – Tính cho năm 2001)

Đơn vị: ha

Tỉnh – Thành	Năm 1996	Năm 2000	Năm 2001	Tăng trưởng DT (%)	Cơ cấu (%)
TP. HỒ CHÍ MINH					
<i>Tổng số</i>	<i>107.020</i>	<i>95.799</i>	<i>85.360</i>	<i>79,76</i>	<i>100</i>
1. Cây lương thực	81.886	77.486	68.642	83,83	80,41
- Lúa cả năm	80.327	75.825	67.016	83,43	78,51
- Mầu	1.559	1.661	1.626	104,30	1,90
2. Rau và đậu	12.510	12.510	9.905	79,18	11,60
-- Rau các loại	12.171	12.171	9.797	80,49	11,48
- Đậu	339	339	108	31,86	0,13
3. Cây công nghiệp NN	12.073	7.423	5.285	43,78	6,19
- Lạc	6.010	3.150	1.424	23,69	1,67
- Thuốc lá	481	209	118	24,53	0,14
- Mía	5.416	3.904	3.574	65,99	4,19
- Các loại cây khác	166	160	169	101,81	0,20
4. Cây khác	551	1.550	1.528	277,31	1,79
ĐỒNG NAI					
<i>Tổng số</i>	<i>309.520</i>	<i>317.360</i>	<i>340.640</i>	<i>110,05</i>	<i>100</i>
1. Cây lương thực	160.050	164.250	170.430	106,49	50,03
- Lúa cả năm	69.400	81.900	80.200	115,56	23,54
- Mầu	90.650	82.350	90.230	99,54	26,49
2. Đậu tương	13.250	9.900	9.200	69,43	2,70
3. Cây ăn quả	13.560	20.320	18.050	133,11	5,30
4. Cây công nghiệp NN	40.530	27.560	28.830	71,13	8,46
- Lạc	3.850	1.930	2.070	53,77	0,61
- Thuốc lá	12.340	9.020	4.440	35,98	1,30
- Mía	9.940	10.060	11.870	119,42	3,48
- Các loại cây khác	14.400	6.550	10.740	74,58	3,15
5. Cây công nghiệp DN	82.130	95.330	114.130	138,96	33,50
- Cao su	35.600	38.590	41.070	115,37	12,06
- Cà phê	16.800	25.650	28.250	168,15	8,29
- Điều	26.890	30.020	43.550	161,96	12,78
- Tiêu	840	1.070	1.260	150,00	0,37
BÌNH DƯƠNG					
<i>Tổng số</i>	<i>193.536</i>	<i>215.476</i>	<i>215.171</i>	<i>111,18</i>	<i>100</i>
1. Cây lương thực	61.942	65.304	60.091	97,01	27,93
- Lúa cả năm	35.345	39.160	34.585	97,85	16,07

Tỉnh - Thành	Năm 1996	Năm 2000	Năm 2001	Tăng trưởng DT (%)	Cơ cấu (%)
- Mầu	26,597	26,144	25,506	95.90	11.85
2. Rau, đậu các loại	2,765	1,985	2,098	75.88	0.98
3. Cây ăn quả	3,870	7,844	9,220	238.24	4.28
4. Cây công nghiệp NN	28,289	30,159	31,646	111.87	14.71
- Lạc	9,125	7,805	7,724	84.65	3.59
- Thuốc lá	189	257	352	186.24	0.16
- Mía	4,253	3,326	3,507	82.46	1.63
- Các loại cây khác	14,722	15,624	20,063	136.28	9.32
5. Cây công nghiệp DN	96,670	110,184	112,116	115.98	52.11
- Cao su	80,363	91,960	92,994	115.72	43.22
- Cà phê	459	395	365	79.52	0.17
- Điều	15,624	17,564	18,452	118.10	8.58
- Tiêu	224	265	305	136.16	0.14
BÀ RỊA - VŨNG TÀU					
Tổng số	95.767	98.143	98.045	10238	100
1. Cây lương thực	37.004	37.185	39.885	107,79	40,68
- Lúa cả năm	22.450	26.830	27.340	121,78	27,89
- Mầu	14.554	10.355	12.545	86,20	12,80
2. Rau, đậu các loại	4.531	1.875	2.132	47,05	2,17
3. Cây ăn quả	3.897	3.364	3.421	87,79	3,49
4. Cây công nghiệp NN	3.133	3.052	3.151	100,57	3,21
- Lạc	2.425	2.104	2.216	91,38	2,26
- Thuốc lá	205	98	100	48,78	0,10
- Mía	115	305	310	269,57	0,32
- Các loại cây khác	888	545	525	59,12	0,54
5. Cây công nghiệp DN	55.130	57.906	55.009	99,78	56,11
- Cao su	18.542	19.354	19.325	104,22	19,71
- Cà phê	3.438	3.205	3.005	87,41	3,06
- Điều	17.862	18.813	18.972	106,21	19,35
- Cây DN khác	8.412	10.124	7.679	91,29	7,83
BÌNH PHƯỚC					
Tổng số	184.529	265.899	280.363	151,93	100
1. Cây lương thực	42.890	32.371	26.082	60,81	9,30
- Lúa cả năm	24.565	15.935	14.104	57,42	5,03
- Mầu	18.325	16.436	15.978	87,19	5,70
2. Rau, đậu các loại	3.426	2.976	2.897	84,56	1,03
3. Cây ăn quả	2.164	1.852	1.897	87,66	0,68
4. Cây công nghiệp NN	5.883	9.157	8.806	149,69	3,14
- Lạc	1.965	2.311	1.908	97,10	0,68
- Thuốc lá	-	-	3.125	-	-
- Mía	234	1.205	1.224	523,08	0,44
- Các loại cây khác	3.684	5.641	5.674	154,02	2,02
5. Cây công nghiệp DN	130.166	219.543	240.681	184,90	85,85
- Cao su	70.750	118.294	130.180	184,00	46,43
- Cà phê	3.126	5.527	4.922	157,45	1,76
- Điều	54.150	92.272	101.802	188,00	36,31

Tỉnh – Thành	Năm 1996	Năm 2000	Năm 2001	Tăng trưởng DT (%)	Cơ cấu (%)
- Tiêu	2.140	3.450	3.777	176,50	1,35
NINH THUẬN					
Tổng số	54.978	67.110	68.390	124,40	100
1. Cây lương thực	38.170	42.350	41.760	109,41	61,06
- Lúa cả năm	30.220	34.130	32.110	106,25	46,95
- Mầu	7.950	8.220	9.650	121,38	14,11
2. Đậu tương	3.450	4.560	5.110	148,12	7,47
3. Cây ăn quả	3.340	4.600	4.650	139,22	6,80
4. Cây công nghiệp NN	40.530	27.560	28.830	158,08	15,70
- Lạc	235	240	240	102,13	0,35
- Thuốc lá	1.500	1.650	1.870	124,67	2,73
- Mía	1.559	2.520	2.080	133,42	3,04
- Các loại cây khác	3.500	5.550	6.550	187,14	9,58
5. Cây công nghiệp DN	3.224	5.640	6.130	190,14	8,96
- Cao su	-	-	-	-	-
- Cà phê	-	-	-	-	-
- Điều	2.511	3.480	4.050	161,29	5,92
- Tiêu	-	-	-	-	-
BÌNH THUẬN					
Tổng số	128.480	153.790	160.872	125,21	100
1. Cây lương thực	101.110	106.155	112.707	111,47	70,06
- Lúa cả năm	69.250	93.125	92.647	133,79	57,59
- Mầu	31.860	13.030	20.060	62,96	12,47
2. Đậu tương	1.535	1.870	1.960	127,69	1,22
3. Cây ăn quả	9.650	10.450	12.040	124,77	7,48
4. Cây công nghiệp NN	8.755	16.645	14.015	160,08	8,71
- Lạc	5.620	7.680	7.680	136,65	4,77
- Thuốc lá	425	315	545	128,24	0,34
- Mía	1.360	7.110	3.740	275,00	2,32
- Các loại cây khác	1.350	1.540	2.050	151,85	1,27
5. Cây công nghiệp DN	7.430	18.670	20.150	271,20	12,53
- Cao su	545	1.540	1.540	282,57	0,96
- Cà phê	846	5.460	5.460	645,39	3,39
- Điều	2.350	10.350	11.640	495,32	7,24
- Cây DN khác	3.689	1.320	1.510	40,93	0,94
TÂY NINH					
Tổng số	269.533	284.224	311.846	115,70	100
1. Cây lương thực	161.961	182.311	203.490	125,64	65,25
- Lúa cả năm	139.500	173.657	170.075	121,92	54,54
- Mầu	16.430	1.577	26.030	158,43	8,35
2. Rau, đậu các loại	615	865	845	137,40	0,27
3. Cây ăn quả	656	644	625	95,27	0,20
4. Cây công nghiệp NN	71.890	59.185	61.249	85,20	19,64
- Lạc	37.542	23.821	18.443	49,13	5,91
- Thuốc lá	1.567	2.845	4.955	316,21	1,59

Tỉnh – Thành	Năm 1996	Năm 2000	Năm 2001	Tăng trưởng DT (%)	Cơ cấu (%)
- Mía	26.750	25.415	30.466	113,89	9,77
- Các loại cây khác	6.031	7.077	7.385	122,45	2,37
5. Cây công nghiệp DN	34.413	41.219	45.637	132,62	14,63
- Cao su	26.210	30.980	36.240	138,27	11,62
- Cà phê	-	-	-	-	-
- Điều	-	-	-	-	-
- Tiêu	-	-	-	-	-
I. LÂM ĐỒNG					
Tổng số	72.828	78.703	80.384	110,38	100
1. Cây lương thực	47.985	49.228	49.970	104,14	62,16
- Lúa cả năm	30.098	32.675	33.611	111,67	41,81
- Mầu	17.887	16.553	16.359	91,46	20,35
2. Rau, hoa các loại	3.515	5.025	5.879	167,25	7,31
3. Cây ăn quả	326	544	725	222,39	0,90
4. Cây công nghiệp NN	5.652	4.826	4.920	87,05	6,12
- Lạc	1.025	542	542	52,88	0,67
- Thuốc lá	736	212	210	28,53	0,26
- Mía	3.376	3.405	3.326	98,52	4,14
- Các loại cây khác	515	667	842	163,50	1,05
5. Cây công nghiệp DN	15.350	18.450	18.890	123,06	23,50
- Cao su	-	-	-	-	-
- Cà phê	-	-	-	-	-
- Điều	-	-	-	-	-
- Chè	10.426	15.245	15.535	149,00	19,33

Nguồn: Tổng hợp Tổng cục thống kê và Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn

2.1.3 Tình hình chế biến và bảo quản nông sản:

Trong sản xuất nông nghiệp tại vùng Đông Nam Bộ thì công tác bảo quản và chế biến nông sản được xem là tốt so với các vùng khác trong cả nước bởi tại vùng Đông Nam Bộ là vùng có các dịch vụ hỗ trợ nông nghiệp như bảo quản, chế biến, kinh doanh, xuất khẩu rất phát triển nên hầu hết nông sản chủ lực của cả nước, đặc biệt là nông sản hàng hóa ở phía Nam đều thông qua đầu mối xuất khẩu Đông Nam Bộ, trước hết là từ Đồng Bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên và Nam Trung Bộ.

➤ Tình hình chế biến và bảo quản nông sản:

Trong công tác bảo quản hàng hóa nông sản, công nghệ sấy lương thực được ưu tiên phát triển. Kết hợp nhiều hình thức để làm khô lúa và hoa màu. Các vùng sản xuất lương thực được trang bị thiết bị sấy với quy mô và công nghệ phù hợp. Các thiết bị sấy với công suất từ 0,2 – 0,5 tấn/m² cho sản xuất lúa hoặc ngô cho các nông hộ nhỏ. Các trang trại lớn trang bị máy sấy 6 – 10 tấn/m². Kết hợp với các máy sấy là các kho bảo quản hàng hóa nông sản cho nông hộ.

- *Cà phê*: với trên 10 dây chuyền chế biến cà phê nhân với công suất mỗi dây chuyền từ 2 – 9 tấn/giờ, chủ yếu trang bị cho các nông trường và các doanh nghiệp nhà nước. Khu vực cà phê của tư nhân hầu hết sơ chế bằng các thiết bị nhỏ, công suất từ 0,3 – 0,5 tấn/giờ. Do thiếu sân phơi, thiết bị cũ và công nghệ lạc hậu nên chất lượng bảo quản và chế biến chưa cao. Cần đầu tư xây dựng chế biến cà phê có công suất trên 1.000 tấn/năm.
- *Cao su*: với cao su thị hiện tại vùng Đông Nam Bộ công tác thu hoạch, bảo quản và chế biến mủ cao su được thực hiện khá tốt với 20 nhà máy chế biến mủ khô có quy mô công suất loại nhỏ từ 500 – 3.000 tấn/năm và loại lớn từ 6.000 – 15.000 tấn/năm. Các năm tới cần tiếp tục đầu tư các nhà máy chế biến mủ cao su tại các địa phương có nguồn nguyên liệu tập trung, đồng thời phát triển mạnh công nghệ chế biến sản phẩm cao su từ 30% hiện nay lên 40% trong thời gian tới.
- *Chè*: với các cơ sở hiện có công nghệ chè biến mới sử dụng hết 60% sản lượng chè nguyên liệu. Công tác thu hoạch và bảo quản chè chưa tốt khiến chất lượng chè chưa cao và chưa ổn định. Trong thời gian tới đưa vào ứng dụng công nghệ chế biến chè đen CTC, ODT với công nghệ Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc kết hợp với công nghệ truyền thống của Việt Nam để chế biến chè xanh. Công nghệ chế biến chè với quy mô trung bình và nhỏ nên được phát huy tại các địa phương vùng Đông Nam Bộ (chủ yếu tại Lâm Đồng). Cụ thể là đối với chè xanh, từ 2 – 6 tấn búp tươi/ngày, chè đen từ 12 – 24 tấn búp tươi/ngày. Các nông hộ sản xuất nhỏ nên tiếp tục phát triển các thiết bị vò, sao công suất 40 – 45 kg búp tươi/ngày.
- *Hạt điều*: ngoài các cơ sở chế biến hiện có, cần đầu tư xây dựng thêm 10 – 20 cơ sở chế biến với công nghệ hiện đại, tạo nhiều sản phẩm từ nhân điều, vò điều nâng công suất chế biến lên trên 100.000 tấn/năm. Đầu tư thêm vào các công nghệ chế biến các sản phẩm từ hạt điều như: bánh, kẹo cao cấp từ nhân điều, dầu vò hạt điều, nước giải khát từ quả điều...
- *Bông vải*: các vùng nguyên liệu tập trung của Đông Nam Bộ có các nhà máy chế biến với công suất 5.000 – 10.000 tấn bông/năm; các vùng có sản lượng nhỏ có các dây chuyền chế biến với công suất từ 10 – 20 tấn/ngày. Trong các năm tới cần đầu tư các nhà máy chế biến bông hiện đại cho vùng Đông Nam Bộ với công suất là từ 20.000 – 30.000 tấn/năm.
- *Mía đường*: các nhà máy chế biến đường đã đạt mức bão hòa trong công suất chế biến nhưng nguyên liệu sản xuất chưa đáp ứng đủ, do đó chỉ cần tăng năng suất trồng mía để đáp ứng đủ nhu cầu nguyên liệu trong chế biến đường, đặc biệt là tại tỉnh Tây Ninh (công suất chế biến 1,5 triệu tấn mía cây/năm).
- *Rau quả*: vùng Đông Nam Bộ được xem là vùng có công tác thu hoạch, bảo quản và chế biến rau quả khá tốt, tuy nhiên phần lớn trong số hơn 30 cơ sở chế biến rau quả có trang thiết bị còn lạc hậu, cũ kỹ, chưa đáp ứng được nhu cầu về

chất lượng đối với thị trường xuất khẩu. Số còn lại được xây dựng mới, công suất lớn nhưng thiếu nguyên liệu và hiệu quả không cao. Tại các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ đang phát triển các nhà máy công suất 1.000 – 2.000 tấn/năm. Riêng các địa phương có nền công nghiệp chế biến phát triển như Tp. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu tập trung các nhà máy chế biến hiện đại với công suất lớn, chế biến hoa quả, nước trái cây, sấy khô, thăng hoa, mứt quả... cung cấp cho thị trường cả nước và xuất khẩu.

➤ *Về quy trình chăm sóc:*

- Quy trình chăm sóc::

+ Về giống: Hiện nay Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã và đang nghiên cứu áp dụng nhiều giống mới cao sản, ngon trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp nhằm nâng cao năng suất cây trồng và giảm bớt công, chi phí chăm sóc, tuy nhiên vẫn chưa tổ chức tốt sản xuất giống xác nhận và khâu quản lý kinh doanh.

+ Bảo vệ thực vật: mặc dù có nhiều nỗ lực trong việc hạn chế sử dụng thuốc bảo vệ thực vật nhưng chưa có được chương trình quản lý dịch hại tổng hợp cho các loại nông sản, chưa đảm bảo được vấn đề an toàn thực phẩm.

+ Phân bón sử dụng: chưa chủ động được về phân bón và chủ yếu sử dụng là phân vô cơ.

+ Kỹ thuật thu hoạch cho từng loại nông sản, đặc biệt là các loại cây trái chưa được phổ biến đầy đủ.

➤ *Tỷ trọng ứng dụng các công nghệ sau thu hoạch:*

+ Mặc dù là một nước nông nghiệp nhưng công tác nghiên cứu và đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch tại Việt Nam chưa được chú trọng, có rất ít tiến bộ kỹ thuật trong lĩnh vực này được chuyển giao cho nông dân.

+ Thất thoát nông sản sau thu hoạch còn rất lớn, bình quân cả nước chiếm khoảng 20 – 30%, riêng vùng Đông Nam Bộ có nhiều tiến bộ hơn trong lĩnh vực này, thất thoát tại vùng này chiếm khoảng 15%.

+ Hoạt động sau thu hoạch: Ngoài trừ cây công nghiệp như cao su, cà phê, điều có được sự hỗ trợ từ các nhà máy chế biến hỗ trợ về máy móc và quy trình thu hoạch, đa số các loại nông sản còn lại được thu hoạch theo kinh nghiệm của từng hộ nông. Với nông sản là trái cây thì thu hoạch chủ yếu là tại hộ gia đình gồm 76% phân loại, 14% có cơ sở sấy.

BẢNG 2.5: TỶ LỆ NGƯỜI TRỒNG CÂY ĂN TRÁI CÓ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SAU THU HOẠCH ĐƠN GIẢN

Đơn vị: %

Loại trái cây	Xử lý nấm	Rửa	Phân loại	Sấy	Đóng gói
Thanh long	-	-	100	-	-
Nhãn	3	-	56	42	-
Vải	-	-	2	98	-
Quýt	-	-	100	-	-
Xoài	-	-	100	-	-
Cam	2	-	96	-	-
Dứa	-	-	100	-	-

Nguồn: IFPRI – 1999

- Phương tiện vận chuyển để tiêu thụ hàng hóa:
 - + Tiêu thụ trong thị trường nội địa: hàng hóa nông sản được vận chuyển chủ yếu bằng các loại phương tiện như ghe, xe tải trong nước.
 - + Xuất khẩu: phương tiện chủ yếu là xe tải, máy bay, tàu thủy.
- Hầu hết các loại phương tiện vận chuyển nông sản không phải là loại phương tiện chuyên dụng, không có ngăn bảo quản, không có kho giữ lạnh khiến cho việc thất thoát nông sản trong lúc vận chuyển cũng rất cao.
- Chưa có các chợ đầu mối đúng nghĩa, nhà đóng gói hiện đại đảm bảo các tiêu chuẩn phục vụ tiêu thụ trong nước và quốc tế.
- Các ứng dụng công nghệ nhằm bảo quản nông sản lâu dài chưa được ứng dụng rộng rãi.
- Kho lạnh tuy có nhưng phần lớn đặt không đúng chỗ, công nghệ bảo quản không thích hợp nên không phát huy tác dụng.
- Công nghệ chế biến còn rất hạn chế và lạc hậu, chế biến trái cây chủ yếu là công nghệ chế biến dứa và không đồng bộ giữa nhà máy và vùng nguyên liệu.
- Công nghệ chế biến tại các nông hộ chưa được phổ biến rộng rãi và khuyến khích ứng dụng.

Với tình hình chăm sóc và ứng dụng công nghệ sau thu hoạch như vậy khiến cho giá trị hàng hóa của nông sản Việt Nam không cao, không tạo được nhiều lợi thế cạnh tranh so với các nước khác trong khu vực. Có thể lấy ví dụ về tầm quan trọng của việc ứng dụng các công nghệ và chăm sóc sau thu hoạch: Ở Mỹ đầu thế kỷ 20, trong 100 USD người tiêu dùng mua thực phẩm, lương thực thì 60% giá trị do người nông dân làm ra, 40% do công đoạn sau thu hoạch. Cuối thế kỷ 20: 22% do giá trị do người nông dân làm ra, 78% nhờ các ứng dụng công nghệ sau thu hoạch.

2.2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

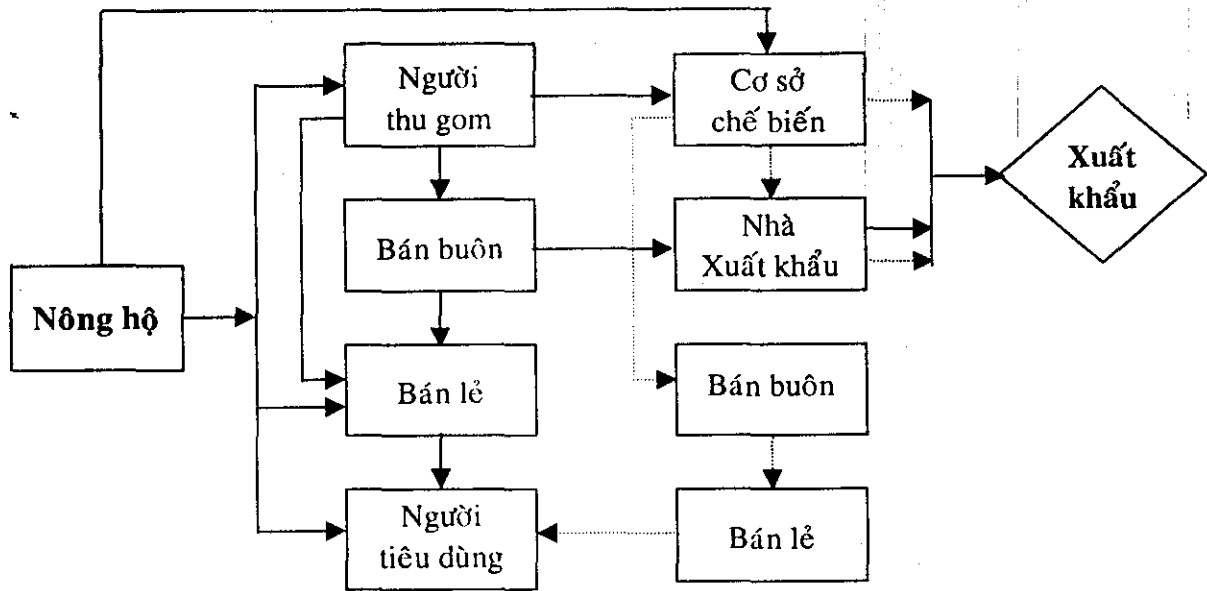
2.2.1 Tổng quan về hệ thống tiêu thụ nông sản ở vùng Đông Nam Bộ:

Thị trường khu vực nông thôn là thị trường mang tính đặc thù, có những phương thức tiêu thụ sản phẩm hàng hóa khác với thị trường hàng công nghiệp, đặc biệt là khu vực miền Đông Nam Bộ – khu vực được xem là năng động trong cả nước. Trên cơ sở xem xét các mối quan hệ trong giao dịch buôn bán tại khu vực miền Đông Nam Bộ có thể kể ra các phương thức tiêu thụ nông sản chính hiện nay như:

- *Tiêu thụ thông qua việc thu gom hàng hóa của các thương lái (phương thức trao đổi phân tán).* Các thương lái thu gom hàng hóa của các nông hộ sau đó tập trung bán lại cho các chủ vừa hoặc các nhà chế biến, xuất khẩu hàng hóa để hưởng chênh lệch. Đây là phương thức tiêu thụ khá phổ biến ở nước ta nói chung và ở khu vực Đông Nam Bộ nói riêng. Phương thức này trở thành thông lệ làm ăn đã tồn tại nhiều đời nay giữa người nông dân với các thương lái bán buôn do khả năng linh động của các lái buôn khi họ có thể đi sâu vào các vùng miệt vườn của người nông dân để thu gom, họ có phương tiện vận chuyển, thực hiện giao dịch nhanh chóng thông qua sự thỏa thuận của đôi bên. Phương thức vẫn sẽ còn tồn tại và phát triển trong nhiều năm tới vì quy mô sản xuất hàng hóa của các hộ nông dân còn nhỏ, hệ thống thu mua của Nhà nước hoặc các doanh nghiệp không đủ khả năng về cả con người lẫn phương tiện phục vụ cho việc thu gom hàng hóa.

Lực lượng thương lái hiện nay cũng góp phần đáng kể trong việc lưu chuyển hàng hóa cho các nhà xuất khẩu và các doanh nghiệp chế biến hàng nông sản hiện nay. Theo điều tra của các chuyên gia có đến 80% hàng nông sản là cây trái của vùng Đông Nam Bộ là tiêu thụ theo phương thức này (tỷ lệ này ở đồng bằng sông Cửu Long lên đến 90%); các mặt hàng cây công nghiệp khác tỷ lệ thu gom qua phương này cũng rất cao từ 50 – 70%. Mặc dù có những ưu điểm linh động trong việc tiêu thụ hàng hóa cho nông dân nhưng cách thức tiêu thụ này làm cho giá cả các mặt hàng nông sản không ổn định, thương lái thường ép giá người nông dân, không có được đầu ra tiêu thụ ổn định do không thực hiện việc ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Có thể tóm tắt phương thức tiêu thụ này qua sơ đồ 2.1 - kênh phân phối trái cây và một vài loại cây công nghiệp ngắn ngày khác như sau:



→ Nông sản tươi; - - - - -> Nông sản đã qua chế biến

Sơ đồ 2.1: KÊNH PHÂN PHỐI TRÁI CÂY VÀ MỘT SỐ LOẠI CÂY CÔNG NGHIỆP NGẮN NGÀY

- *Phương thức tiêu thụ hàng hóa nông sản từ các trang trại.* Đây là một đặc trưng nổi bật của vùng Đông Nam Bộ do tại đây hình thành nhiều trang trại sản xuất hàng hóa nông sản lớn. Hiện tại vùng Đông Nam Bộ có trên 9.085 trang trại trong tổng số 55.852 trang trại trên cả nước, tạo ra thu nhập bình quân mỗi trang trại là 54,04 triệu đồng, sản xuất một lượng hàng hóa nông sản đáng kể. Trong những năm qua, các tỉnh miền Đông Nam Bộ luôn có tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản hàng hóa của cả nước, trong đó các trang trại đã góp một phần đáng kể, có thể ước khoảng một phần ba. Do đó, tại vùng Đông Nam Bộ hình thành một phương thức tiêu thụ khá đặc trưng cho các trang trại của vùng là ngoài các thương lái đi gom hàng còn xuất hiện các trạm thu mua lớn của các nhà sản xuất công nghiệp ngay từ đầu trong kênh tiêu thụ, hình thành nên các kênh phân phối song song trong từng trang trại.

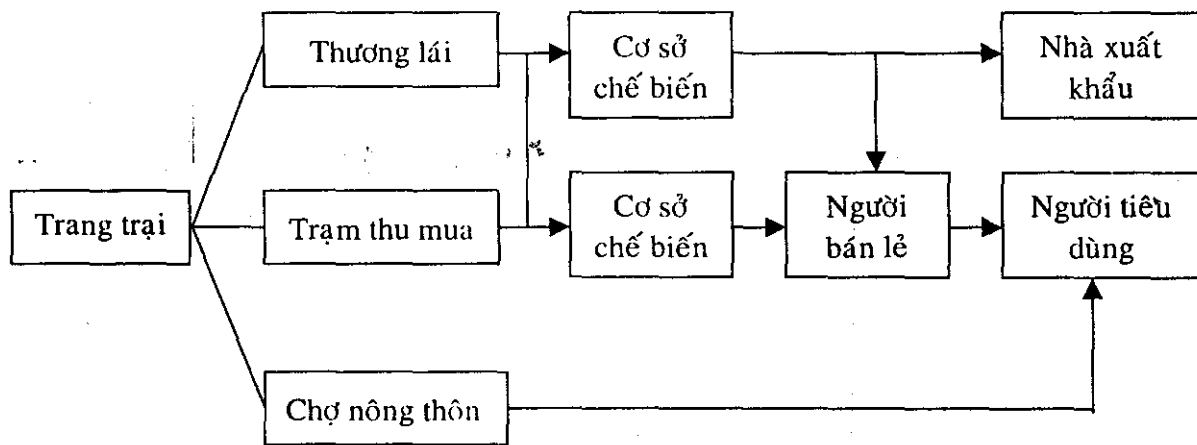
Điểm khác biệt đáng chú ý trong phương thức tiêu thụ này là mức độ tiêu thụ của các kênh khác nhau: một bộ phận thương lái và các chợ nông thôn có thể tiêu thụ nhiều loại nông sản khác nhau của các trang trại, nhưng khối lượng tiêu thụ nhỏ và không ổn định, tùy thuộc vào nhu cầu của thị trường và giá cả giao dịch biến động nhiều. Một bộ phận thương lái và các trạm thu mua chuyên thu mua các sản phẩm hàng hóa nông sản ở mức độ công nghiệp phục vụ cho chế biến, xuất khẩu. Các trạm thu mua thường là của các nhà máy chế biến hoặc các nhà xuất khẩu hàng hóa, họ thu mua hàng hóa nông sản của các trang trại thông thường là thông qua những thỏa thuận đã được cam kết trước với giá cả ổn định và đảm bảo tiêu thụ một lượng hàng hóa lớn cho người sản xuất.

Phương thức tiêu thụ thông qua các trạm thu mua có ký kết hợp đồng trước giúp tiêu thụ được hàng hóa khối lượng lớn, giá cả ổn định, giúp các trang trại

yên tâm sản xuất. Các trang trại có thể dễ dàng nhận được các hỗ trợ từ các nhà sản xuất, chế biến hoặc từ phía Nhà nước trong vấn đề vốn đầu tư, công nghệ, kỹ thuật. Tuy nhiên, phương thức ký kết hợp đồng tiêu thụ chưa trở thành thói quen đối với các nông hộ sản xuất hàng hóa ở nước ta, thực tế chỉ có khoảng 10 – 15% các nông hộ tại miền Đông Nam Bộ có ký kết và đảm bảo thực cam kết tiêu thụ nông sản hàng hóa. Thực trạng các nông hộ sản xuất hàng hóa nông sản còn ngần ngại trong việc ký kết hợp đồng tiêu thụ với các nhà chế biến, xuất khẩu là do các nông hộ chưa tin tưởng vào các doanh nghiệp, hợp đồng mua bán còn nhiều khê với nhiều ràng buộc phức tạp, các doanh nghiệp chưa linh động trong các phương thức mua bán. Mặt khác, hiện trạng nông dân phá vỡ hợp đồng tiêu thụ để bán cho các thương lái khi giá nông sản lên cao vẫn thường xảy ra khiến phương thức tiêu thụ hàng hóa thông qua hợp đồng chưa trở thành phương thức chủ đạo trong hệ thống tiêu thụ nông sản hiện nay ở nước ta nói chung và ở miền Đông Nam Bộ nói riêng.

Một thực trạng khác là hầu hết nông sản của các trang trại được tiêu thụ dưới dạng thô (lên đến 90%) chưa qua chế biến nên rất khó bảo quản, dễ bị ép giá khi thị trường dội hàng, không đa dạng hóa được sản phẩm.

Phương thức tiêu thụ hàng hóa từ các nông trại được biểu diễn qua sơ đồ 2.2.



Sơ đồ 2.2: TIÊU THỤ HÀNG HÓA NÔNG SẢN TỪ CÁC TRANG TRẠI

- *Phương thức tập trung chợ đầu mối.* Vùng Đông Nam Bộ là nơi tập trung nhiều trung tâm dịch vụ, thương mại và xuất khẩu lớn nhất của cả nước nên tại đây có nhiều chợ đầu mối, đặc biệt là tại Tp. Hồ Chí Minh. Riêng tại Tp. Hồ Chí Minh có trên 10 chợ bán buôn nông sản thực phẩm với 1.589 hộ kinh doanh. Hiện nay phương thức mua bán của chợ đầu mối vẫn diễn ra với việc các thương lái đi vào các hộ nông có sản phẩm hàng hóa, thu gom lại vận chuyển và giao lại cho các hộ bán buôn tại chợ.

Hình thức mua bán tại chợ thực hiện theo cách thanh toán gởi đầu. Hàng chạy thì giá lên; hàng đọng thì giá xuống, chuyện đắt, ế hàng thường xuyên xảy ra. Giá cả các loại hàng nông sản, đặc biệt là trái cây luôn trong tình trạng bấp

bệnh, nên nhiều nông hộ thường có tâm lý chờ giá lên để bán cho các thương lái thu gom nhưng luôn phải chấp nhận quy luật “giá lên chậm hơn giá xuống” – tức các nông hộ phải chấp nhận bán sản phẩm của mình với giá thấp do không có kho bảo quản, không điều hòa và phân bổ hàng hóa được. Thực tế cho thấy các chợ bán buôn hàng nông sản hiện nay chưa thể hiện được là chợ đầu mối thực thụ thông qua mối quan hệ cung cầu trên thị trường.

Hình thức chợ đầu mối đúng nghĩa giữ vai trò điều tiết giá cả thị trường mạnh do khả năng bảo quản, sơ chế, tồn trữ và chiến lược tiếp thị của giới điều hành. Với ý nghĩa đó, một số vùng trong cả nước bước đầu xây dựng các chợ đầu mối. Tại Tp Hồ Chí Minh, Sở thương mại đã có kế hoạch xây dựng ba chợ đầu mối đặt tại Tam Bình – Thủ Đức rộng 20,3ha; chợ Tân Xuân – Hóc Môn rộng 9,7 ha; chợ Bình Điền – Quận 8 với diện tích 65 ha. Để điều hành các chợ theo đúng mục đích ý nghĩa của nó phụ thuộc rất nhiều vào năng lực quản lý, các chính sách hỗ trợ và có được các phương thức giao dịch mua bán thích hợp với nền kinh tế hiện nay.

- *Phương thức tiêu thụ hàng hóa nông sản thông qua các hợp tác xã tiêu thụ:* Theo thống kê cả nước hiện nay có 14.740 hợp tác xã, trong đó có 9.978 hợp tác xã nông nghiệp hình thành trên cơ sở tự nguyện giữa các hộ nông với nhau, tổ chức các phương thức hợp tác đa dạng. Trong năm 2001, mức tăng trưởng của các hợp tác xã nông nghiệp đạt 10 – 12%, tạo ra tổng sản phẩm giá trị 36.000 tỷ đồng, trong đó khu vực Đông Nam Bộ chiếm khoảng ¼ của cả nước. Hoạt động của các hợp tác xã chủ yếu tập trung vào việc hướng dẫn các hộ xã viên chuyển đổi cơ cấu vật nuôi, cây trồng; tổ chức công tác thủy lợi, đảm bảo các điều kiện sản xuất nông nghiệp, tổ chức các dịch vụ hỗ trợ như giống, phân bón. Đặc biệt, các hợp tác xã còn hình thành các dịch vụ như giới thiệu sản phẩm và ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các xã viên, hình thành nên phương thức tiêu thụ nông sản thông qua các hợp tác xã tiêu thụ.

Các hợp tác xã tiêu thụ được hình thành với mục đích thu gom hàng hóa nông sản từ các xã viên và tổ chức tiêu thụ thông qua các hình thức:

- + Thu gom hàng nông sản rồi đưa trực tiếp tới người tiêu dùng thông qua các cửa hàng thương mại nằm trong hệ thống hợp tác xã.
- + Thu gom hàng nông sản từ các xã viên rồi đem tiêu thụ qua các đầu mối tại các chợ nông thôn.
- + Ký kết hoặc liên doanh với các doanh nghiệp thương mại, chế biến, xuất khẩu nhằm tổ chức tiêu thụ hàng hóa cho các xã viên.

Phương thức tiêu thụ này góp phần đáng kể trong việc ổn định sản xuất, giá cả, nâng cao chất lượng sản phẩm nhờ vào việc quảng bá sản phẩm của hợp tác xã. Tuy có khá nhiều ưu điểm nhưng phương thức tiêu thụ hàng nông sản thông qua các hợp tác xã tiêu thụ chưa phải là thế mạnh của miền Đông Nam Bộ, mới có 7% hợp tác xã nông nghiệp thực hiện việc tiêu thụ sản phẩm, 1% thực hiện việc chế biến. Hầu hết các hợp tác xã nông nghiệp chỉ lo tổ chức sản xuất, còn

việc tìm đầu ra cho sản phẩm chưa được chú ý và nông dân vẫn chật vật tìm thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Tóm lại, tuy đã hình thành nhiều phương thức tiêu thụ khác nhau đối với hàng nông sản hiện nay và được xem là vùng năng động nhất của cả nước nhưng việc tiêu thụ nông sản phẩm tại miền Đông Nam Bộ vẫn bị chi phối bởi hình thức mua bán nhỏ, phụ thuộc rất nhiều vào sự bấp bênh của thị trường, phần lớn nông sản được tiêu thụ dưới dạng thô chưa qua sơ chế hoặc chế biến. Các phương thức tiêu thụ tiên tiến như bao tiêu sản phẩm qua ký kết hợp đồng với các trang trại và nông hộ, tiêu thụ hàng qua chợ đầu mối chưa được phát triển, chưa hình thành được các kênh phân phối hàng nông sản một cách sâu rộng khiến cho các nông hộ vẫn còn lao đao và không ổn định được sản xuất với quy mô hàng hóa.

2.2.2 Quản lý Nhà nước đối với tiêu thụ nông sản:

Vấn đề then chốt để nông nghiệp Việt Nam bước vào thế kỷ 21, tăng thu nhập cho nông dân là: điều chỉnh cơ cấu nông nghiệp, tập trung cho lĩnh vực khoa học công nghệ để sản xuất ra hàng hóa có chất lượng cao và trên hết là có các phương thức thích hợp nhằm tiêu thụ hết nông sản cho nông dân với một mức giá hợp lý và có lãi.

➤ Các chủ trương của Nhà nước đối với tiêu thụ nông sản:

- Chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản qua hợp đồng:

Trên cơ sở các yêu cầu cơ bản đối với công tác quản lý Nhà nước trong lĩnh vực tiêu thụ nông sản Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về các chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng, các doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với người sản xuất sẽ được hưởng một số ưu đãi liên quan đến đất đai, đầu tư tín dụng, theo đó vùng sản xuất nguyên liệu tập trung gắn với cơ sở chế biến tiêu thụ nông sản hàng hóa được ngân sách nhà nước hỗ trợ một phần về đầu tư xây dựng cơ bản cơ sở hạ tầng (giao thông, thủy lợi, điện...), hệ thống chợ bán buôn, kho tàng bảo quản, mạng lưới thông tin thị trường, các cơ sở kiểm định chất lượng hàng hóa nông sản.

Với quyết định trên có các điều khoản về tín dụng, giúp cho các doanh nghiệp thu mua hàng hóa nông sản có cơ sở giải quyết các khó khăn về vốn lưu động, các doanh nghiệp hoạt động ở vùng sâu, vùng xa được vay từ quỹ hỗ trợ phát triển với mức lãi suất 3%/năm, trường hợp dự án do doanh nghiệp Nhà nước thực hiện thì khi dự án đi vào hoạt động Nhà nước cung cấp đủ 30% vốn hoạt động.

Thực hiện chủ trương về quản lý Nhà nước đối với hoạt động tiêu thụ nông sản, ngày 27/9/2002 Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Thông tư hướng dẫn cho phép mở rộng và khuyến khích các ngân hàng thương mại cho vay theo hình thức tín chấp và thế chấp, cụ thể các nông hộ, các chủ trang trại, đại diện cho các hộ nông được vay đến 20 triệu đồng để sản xuất nông sản hàng hóa mà không phải thế chấp tài sản. Về lãi suất: Khu vực III, miền núi, hải đảo được giảm 15%; các xã và các vùng đặc biệt khó khăn được giảm 30% so với lãi suất thông thường.

- *Các chính sách về vấn đề tiêu thụ trong nước và xuất khẩu:*

Với những ngành hàng quan trọng và có khả năng cạnh tranh trong xuất khẩu, chiếm tỷ trọng lớn về sản xuất trong nước và xuất khẩu như gạo, cà phê, hồ tiêu, hạt điều... Nhà nước tiếp tục điều hành ở tầm vĩ mô nhằm đảm bảo an toàn và cân đối cung cầu nông sản hàng hóa, có biện pháp can thiệp thị trường mạnh thông qua việc xây dựng các kho dự trữ quốc gia có công suất 80.000 – 100.000 tấn. Tổ chức tạm trữ và thiết lập cơ chế can thiệp thị trường một cách chủ động khi giá các mặt hàng này xuống quá thấp. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng giá định hướng cho các mặt hàng nông sản là giá thành sản xuất với 20 – 30% lãi. Nếu giá của thị trường xuống thấp dưới giá thành, Nhà nước chỉ hỗ trợ chỉ hỗ trợ lãi suất tạm trữ như hiện nay. Đối với các nhóm hàng xuất khẩu mà khả năng cạnh tranh chưa cao như cao su, rau quả, trái cây, các nông sản thực phẩm chế biến... các nhóm hàng nào có khả năng sản xuất, có thị trường trong nước hoặc sử dụng nhiều lao động sẽ được hỗ trợ trong nước để có điều kiện nâng cao khả năng cạnh tranh. Nhà nước áp dụng biểu thuế 0% đối với tất cả các loại hàng nông sản, xóa bỏ hầu hết các biện pháp phi thuế như đầu mối, giấy phép, hạn ngạch... để thúc đẩy xuất khẩu.

➤ *Thực trạng việc triển khai các chính sách đối với tiêu thụ nông sản:*

Mặc dù được đánh giá là có những bước phát triển trong việc quản lý đối với tiêu thụ nông sản trong những năm qua nhưng vẫn còn gặp phải nhiều khó khăn trong việc tìm đầu ra cho hàng hóa nông sản trong cả nước:

- *Chính sách tiêu thụ nông sản qua hợp đồng:* Với các chủ trương khuyến khích trên hy vọng sẽ thúc đẩy được các thị trường tiêu thụ nông sản hàng hóa của nông dân. Tuy nhiên thực tế vẫn còn nhiều bất cập trong việc triển khai các chủ trương của Nhà nước đối với vấn đề tiêu thụ nông sản:

Dù đạt được một số kết quả trong năm đầu thực hiện các chính sách về khuyến khích tiêu thụ nông sản của Chính phủ nhưng trong quá trình triển khai còn có một số vướng mắc. Trong đó vấn đề lớn nhất mà các doanh nghiệp và người nông dân quan tâm, lo ngại là một số doanh nghiệp, hộ nông dân không thực hiện nghiêm chỉnh các điều khoản đã ký kết, gây thiệt hại cho các đối tác. Một số doanh nghiệp cung ứng vật tư không đúng chất lượng cho nông dân, đưa ra những yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm khi thu mua, thực chất nhằm mục đích giảm giá mua sản phẩm. Ngược lại, không ít các trường hợp nông dân không bán nông sản cho đối tác mà bán ra bên ngoài để được giá nhất thời cao hơn; hoặc chậm thanh toán nợ cho doanh nghiệp. Nguyên nhân của tình trạng trên là:

+ Nhận thức của một số hộ nông dân và doanh nghiệp về “hợp đồng kinh tế” còn hạn chế, chưa tôn trọng tính pháp lý của hợp đồng tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, một số chưa thực hiện đúng cam kết đã ký trong khi cơ sở pháp lý còn thiếu, công tác tuyên truyền, vận động còn yếu.

+ Quy mô sản xuất hiện nay của đa số các hộ nông dân còn nhỏ, manh mún, phân tán nên có khó khăn trong việc hình thành các vùng hàng hóa nông sản tập trung và ký hợp đồng tiêu thụ trực tiếp, trong khi đó việc tìm đại diện cho các hộ

sản xuất đứng ra ký hợp đồng còn gặp nhiều khó khăn. Chỉ có một số doanh nghiệp ký hợp đồng thông qua các hợp tác xã, còn lại phải ký hợp đồng với trường thôn, các cán bộ xã, cán bộ khuyến nông, năng lực thực hiện hợp đồng thấp.

+ Việc đầu tư ứng trước cho nông dân của các doanh nghiệp còn hạn chế do các doanh nghiệp thiếu vốn phải đi vay trong khi kinh doanh nông nghiệp có nhiều rủi ro.

+ Sự phối hợp của chính quyền các cấp ở nhiều nơi trong việc ký kết và thực hiện hợp đồng còn thiếu chặt chẽ.

Thực tế đã xảy ra tại khu vực với việc sản xuất nông nghiệp là chủ lực của nền kinh tế địa phương là tỉnh Bình Phước thuộc vùng Đông Nam Bộ với hơn 81.000 nông hộ nhưng chưa tới 10% trong số đó tham gia ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các doanh nghiệp. Mỗi năm tỉnh sản xuất ra trên 5.000 tấn cà phê nhưng chỉ có 448 tấn cà phê vụ mùa rồi (năm 2002) bán theo hợp đồng bao tiêu, còn lại người nông dân đem bán cho các thương lái; Nhà máy Bông sợi Việt Nam ký kết với 2.560 hộ trồng bông và bao tiêu sản phẩm với vốn đầu tư trên 2,3 tỷ đồng nhưng cuối vụ các hộ trồng bông đem bán cho thương lái khiến nhà máy không biết cách nào thu hồi vốn đã đầu tư; chỉ có hai nhà máy Vedan và KMG là ký hợp đồng thu mua chỉ đạt 500 ha mì; mỗi năm tỉnh trồng trên 3.000 ha mía nhưng các nhà máy đường cũng chỉ ký kết bao tiêu được với 184 hộ nông dân mua 47.468 tấn (năm 2002); với cao su thì các doanh nghiệp thu mua chỉ đạt 8% sản lượng cao su của tỉnh.

- Về vấn đề giá cả, tạm trữ và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm.

Khoảng 70 – 85% trái cây tươi của Việt Nam và 60 – 70% sản lượng trái cây tươi của vùng Đông Nam Bộ được tiêu thụ trong nước nhưng chỉ tập trung ở thành thị. Những mặt hàng này dễ hư hỏng, công kênh, chi phí vận chuyển và tạm trữ cao, chiếm đến 60% tổng chi phí hoạt động của các thương gia. Tổn thất trái cây sau thu hoạch bình quân vào khoảng 20%. Xoài, nhãn, chuối, thanh long... thu hoạch tại vùng Đông Nam Bộ có tỷ lệ thất thoát rất cao từ 40 – 70%. Các nguyên nhân chủ yếu gây thất thoát gồm 27% tạm trữ trong khi vận chuyển, 17% trong chế biến, và 17% là do không bán được sản phẩm sau khi thu hoạch. Như vậy, vấn đề tạm trữ khi vận chuyển cũng như khi hàng hóa rớt giá gây tổn thất rất lớn trong giá thành của hàng nông sản Việt Nam. Cộng thêm kỹ thuật canh tác từ khâu giống, chăm sóc... lạc hậu. Từ đó, giá thành của nhiều loại nông sản nước ta cao hơn các nước trong khu vực. Xoài Việt Nam giá trên dưới 300 USD/tấn so với Thái Lan là 65 USD/tấn; chuối của Việt Nam 100 USD/tấn, còn Thái Lan chỉ 50 USD/tấn. Giá các loại nông sản nông nghiệp dài ngày như cà phê, điều, cao su cũng thuộc vào loại cao so với các nước xuất khẩu trên thế giới.

Thị trường nội địa và thị trường xuất khẩu đều phải được coi trọng như nhau. Vì vậy, việc tổ chức phát triển tốt cho cả hai thị trường. Thực trạng của vấn đề này là chưa có đủ cán bộ làm công tác về thị trường, trong ngành nông nghiệp lại càng thiếu. Chỉ mới có 46/63 Sở nông nghiệp có cán bộ làm về vấn đề tiếp thị, chưa đạt đúng vai trò của tiếp thị trong sản xuất nông nghiệp, mạng cơ sở vật chất của thị trường hầu như bỏ trống; các xã, huyện chưa có đủ chợ, trung tâm thương mại về

hàng nông sản, rau quả... để các nông hộ sản xuất đưa hàng đến, được giá thì bán, rẻ thì giữ lại trong các kho của trung tâm. Đây là khó khăn lớn nhất khi chuyển từ sản xuất tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hóa lớn. Thời gian qua, biện pháp mua tạm trữ nông sản của Chính phủ chưa đạt được kết quả như mong muốn, hiệu quả chưa đến được với người nông dân, các kho hàng còn ít và sức chứa rất nhỏ so với nhu cầu thực tế.

- *Chính sách về vốn:* Các hỗ trợ về vốn trong sản xuất nông nghiệp được triển khai rất chậm và người nông dân chưa được hưởng các chính sách ưu đãi của Nhà nước. Các ngân hàng nông nghiệp có tâm lý ngại cho nông dân vay vốn phát triển sản xuất vì cho vay sản xuất nông nghiệp có nhiều yếu tố rủi ro, khó thu hồi vốn vay. Thủ tục vay vốn còn nhiều khê, đồng vốn chưa đến nông vào đúng thời điểm họ cần thiết như vay mua phân bón, vay lúc thu hoạch hoa màu, vay vốn tạm trữ hàng hóa... khiến cho các chính sách về hỗ trợ vốn của Nhà nước cho nông dân chưa đạt được hiệu quả mong muốn. Thực tế chưa tới 30% vốn dành cho sản xuất nông nghiệp tới được các nông dân.

2.2.3 Hiệu quả đầu tư của một số loại nông sản vùng Đông Nam Bộ:

Nông sản vùng Đông Nam Bộ có những đặc thù riêng về cây trái và rau quả, đặc biệt vùng đất này rất thích hợp cho việc phát triển các loại cây công nghiệp dài ngày (chiếm gần 23% diện tích cây công nghiệp dài ngày của cả nước) như cà phê, cao su, hồ tiêu, điều... đây là những loại nông sản có lợi thế cạnh tranh trong sản xuất của vùng.

Có thể nói rằng trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của nước ta những năm qua ngoài gạo thì phần còn lại chủ yếu là các loại cây công nghiệp dài ngày. Các loại cây này lại là những mặt hàng sản phẩm chủ lực của vùng Đông Nam Bộ, hiệu quả sản xuất của một số loại nông sản của vùng tính trên 1 ha được cho trong bảng sau:

BẢNG 2.6: CHI PHÍ SẢN XUẤT VÀ LỢI NHUẬN CỦA CÁC LOẠI CÂY CÔNG NGHIỆP CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ
(Tính cho 1 ha)

Đơn vị: Ngàn đồng

Hạng mục	Cà phê	Cao su	Chè	Tiêu	Điều
1. Đầu tư ban đầu	25.100	27.300	19.600	32.700	13.100
2. Chi phí sản xuất					
- Chi phí SX nông nghiệp	9.391	4.905	6.078	9.651	3.100
- Chi phí chế biến và tiêu thụ	1.461	1.166	1.653	643,7	461
3. Tổng thu hàng năm	30.980	11.305	12.200	15.600	7.200
4. Lợi nhuận nông nghiệp	12.010	4.200	3.722	4.739	3.096
5. Lợi nhuận sau nông nghiệp	7.218	1.034	746,9	566,3	543,1

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

BẢNG 2.7: CHI PHÍ SẢN XUẤT VÀ LỢI NHUẬN CỦA CÁC LOẠI LƯƠNG THỰC CỦA VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

(Tính cho 1 ha)

Đơn vị: *Ngàn đồng*

Hạng mục	Đậu + Lúa	Đậu + Ngô	Đậu 2 vụ	Ngô 2 vụ	Bông + Lúa
1. Đầu tư ban đầu	6.000	5.200	5.000	5.100	6.200
2. Chi phí sản xuất					
- Chi phí sản xuất NN	2.652,5	2.434,75	2.321,7	2.487,25	2.640,4
- Chi phí chế biến và tiêu thụ	-	-	-	-	-
3. Tổng thu hàng năm	6.200	5.900	5.800	5.000	6.000
4. Lợi nhuận	3.547,5	3.465,25	3.478,3	2.512,75	3.347,5
5. Lợi nhuận sau nông nghiệp	-	-	-	-	-

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Các khảo sát này được thực hiện trên các vùng đất thích hợp nhất cho các loại cây công nghiệp. Qua hai bảng khảo sát trên cho thấy đầu tư vào cây công nghiệp cho lợi nhuận nông nghiệp cao hơn so với việc đầu tư vào trồng trọt các loại cây lương thực. Cây cà phê cho lợi nhuận nông nghiệp cao nhất với trên 12 triệu đồng/ha, kế đến là tiêu, cao su tương ứng với mức lợi nhuận là 4,7 và 4,2 triệu đồng/ha, riêng cây điều có đầu tư ban đầu thấp nhưng lợi nhuận vào cây điều đang tăng lên vì giá xuất khẩu hạt điều trên thế giới đang tăng. Đầu tư cho cây lương thực với cách trồng xen canh đậu + lúa cho lợi nhuận cao nhất là 3,5 triệu đồng/ha, kết quả sản xuất của các loại cây lương thực khác cho lợi nhuận tương đương hoặc thấp hơn. Mặc dù chi phí đầu tư ban đầu cho cây công nghiệp trên 1 ha cao hơn cây lương thực nhưng số năm thu hoa lợi từ các loại cây này cũng cao hơn khoảng từ 5 – 10 năm, ngoài ra còn có lợi nhuận mang lại sau nông nghiệp từ các loại cây công nghiệp cũng đáng kể.

Xét về hiệu quả thì việc đầu tư để phát triển các loại cây công nghiệp ở vùng Đông Nam Bộ mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn, thích hợp với điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu của vùng, dễ phát triển ở cấp độ hàng hóa phục vụ cho xuất khẩu, nằm trong số những mặt hàng nông sản có khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, hiệu quả đầu tư mang lại so với một số nước trong khu vực là chưa cao, chi phí đầu vào, chi phí sản xuất nông nghiệp cũng như chi phí chế biến và tiêu thụ còn cao, năng suất thu hoạch thấp khiến cho lợi nhuận mang lại chưa cao. Một trong những nguyên nhân là do khả năng ứng dụng công nghệ vào sản xuất còn thấp trong các khâu: chuẩn bị giống, chăm sóc cây trồng, thu hoạch, sơ chế và chế biến các sản phẩm nông sản; ngoài ra, việc không kiểm soát được giá phân bón khiến cho người nông dân thường phải chịu chi phí cao khi vào vụ, các loại phí khác phát sinh quá nhiều cũng là một trong những nguyên nhân làm giảm lợi nhuận.

Lợi nhuận từ cây công nghiệp còn phải tính đến lợi nhuận thu được sau nông nghiệp, đây là lợi nhuận qua sản xuất chế biến từ các loại nông sản mang lại, ví dụ như cà phê qua sấy, rang, ướp tẩm, kết tinh thành các loại cà phê hòa tan hoặc chế biến các loại bánh kẹo có sử dụng nguyên liệu cà phê mang lại giá trị sau nông nghiệp cao. Thông thường ở các nước, lợi nhuận sau nông nghiệp là rất lớn nhưng ngành công nghiệp chế biến của ta còn nhiều hạn chế lợi nhuận này còn thấp, do đó trong chiến lược phát triển vùng Đông Nam Bộ cần đặc biệt chú trọng vào khâu chế biến, giảm dần suất khẩu thô để gia tăng lợi nhuận.

2.2.4 Đánh giá về tổ chức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ trên thị trường nội địa:

2.2.4.1 Chỉ số giá cả:

Cơ sở quan trọng của việc tiêu thụ nông sản hàng hóa là phải xem xét nhu cầu tiêu dùng. Một trong những vấn đề cần đặt ra là nên chú trọng vào thị trường trong nước hay thị trường quốc tế. Đây cũng là câu hỏi quan trọng mà việc xem xét có ảnh hưởng đến việc chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp, một chủ trương lớn của của Đảng và Nhà nước, tuy nhiên nó là một bài toán khó đối với việc hoạch định chính sách.

Theo ông Seiji Shindo, người Nhật, chuyên gia của JICA đã bắt đầu nghiên cứu về nông nghiệp Việt Nam từ năm 1995 và có một báo cáo quan trọng về ba nhóm mặt hàng nông nghiệp Việt Nam là rau quả, chăn nuôi lợn và cà phê, cho rằng trong những năm tới (từ năm 2003 trở đi) thị trường xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn sẽ nhỏ bé so với thị trường trong nước.

Báo cáo của ông Shindo cho thấy rằng giá trị xuất khẩu rau quả so với tổng sản lượng của Việt Nam là khoảng 10 – 12%. Tương lai dự kiến xuất khẩu sẽ tăng 3 lần nhưng tỷ lệ này sẽ không tăng tương ứng vì sản xuất trong nước theo quy hoạch cũng sẽ tăng gấp trên hai lần.

Từ những quan sát này ông Shindo cho thị trường trong nước có thể sẽ phát triển nhanh hơn thị trường xuất khẩu và do đó khi hoạch định chính sách Việt Nam, cần chú trọng đến thị trường trong nước.

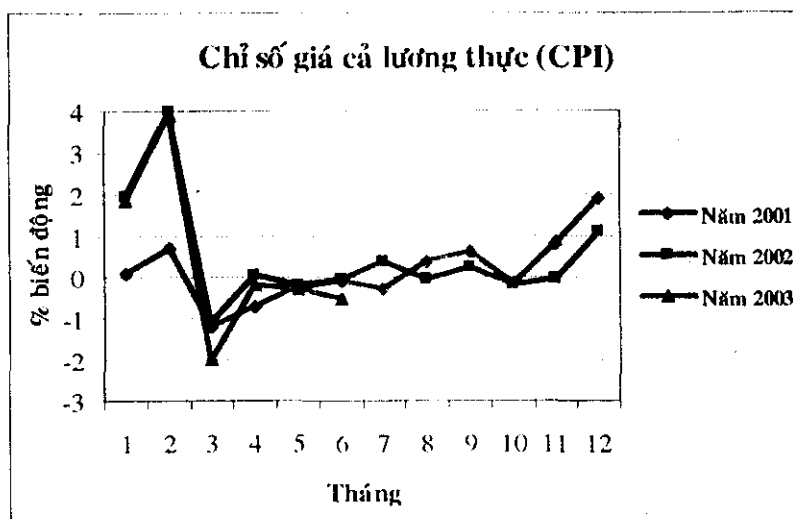
Thị trường trong nước với 80 triệu dân và sức mua đang tăng lên là tiềm năng đầy hứa hẹn cho nông sản Việt Nam, nhất là những mặt hàng có sức cạnh tranh thấp trên trường quốc tế.

Hầu hết nông sản của cả nước đều được tập trung tiêu thụ ở các thành phố lớn, trong đó vùng Đông Nam Bộ với 9 tỉnh thành là một thị trường tiêu thụ hàng hóa mạnh nhất nước cộng với rất nhiều khu công nghiệp chế biến hàng nông sản luôn thu hút một lượng hàng nông sản đáng kể từ khắp các vùng trong cả nước. Thành phố Hồ Chí Minh luôn là trung tâm tiêu thụ hàng hóa lớn nhất nước, là nơi tiêu thụ hàng hóa nông sản chính cho cả vùng Đông Nam Bộ.

Tình hình tiêu thụ các hàng hóa nông sản, chủ yếu là lương thực, rau quả của cả nước nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng theo đánh giá Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn có những biến động. Nhìn chung giá cả của các loại lương

thực giảm. Đầu tháng 6 năm 2003, chỉ số giá lương thực (CPI) giảm 0,5% và giảm trung bình 0,3% mỗi một thời đoạn hai tháng tính từ đầu năm 2003. Chỉ số giá cả của một số loại nông sản lương thực chính giảm 1,6% và các loại khác giảm 0,1% so với đầu năm 2003. Tuy nhiên giá hầu hết các loại lương thực tại thời điểm tháng 6 năm 2003 lại cao hơn 1,6% so với cùng kỳ năm 2002. Chỉ số giá cả các loại lương thực chính cao hơn 0,7% và các loại lương thực khác cao hơn 1,9% so với cùng kỳ năm 2002.

Giá cả lương thực một số vùng địa phương có khác nhau. Chỉ số giá cả ở vùng miền Đông Nam Bộ cao hơn các vùng khác khoảng 0,2%.



Nguồn: GSO

Giá cả của một số loại gạo các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ vào tháng 6 năm 2003 cho trong bảng 2.8. Giá gạo tương đối ổn định ở các địa phương, có giảm vào đầu các tháng nhưng tăng lên vào cuối tháng.

BẢNG 2.8: GIÁ GẠO Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG THUỘC VÙNG ĐÔNG NAM BỘ, THÁNG 6-2003

Đơn vị: đồng/kg

Địa phương	Chất lượng trung bình	Chất lượng thấp	Chất lượng cao
TP HCM	3.417 – 3.542	-	4.929 – 5.233
Đồng Nai	3.359 – 3.495	-	5.411 – 5.558
Bình Dương	3.442 – 3.558	2.750 – 2.833	4.783 – 5.150
Bình Phước	2.850 – 2.900	2.570 – 2.680	4.670 – 5.050
Bình Thuận	2.820 – 3.167	2.450 – 2.550	5.130 – 5.250
Ninh Thuận	2.835 – 2.950	2.530 – 2.610	4.560 – 4.870
Tây Ninh	2.870 – 2.950	2.470 – 2.650	4.670 – 4.960

Nguồn: Department of Planning and Projection, MARD

➤ Giá cả một số loại nông sản khác ở vùng Đông Nam Bộ:

Do thời tiết thất thường trong niên vụ vừa qua ảnh hưởng đến sản lượng cà phê thế giới, theo dự đoán sản lượng cà phê niên vụ 2002/2003 sẽ giảm khoảng 22% so với niên vụ trước; tại thị trường miền Đông Nam Bộ tình hình nắng nóng ở một số khu vực nơi trồng nhiều cà phê và một số cây công nghiệp khác đã ảnh hưởng đến năng suất và sản lượng, nhìn chung sản lượng giảm 5 – 7% so với vụ trước, do đó khiến giá cà phê một số nơi tăng lên, giá cà phê Robusta ở Lâm Đồng là 10.000 đồng/kg (loại 1), 9.000 đồng/kg (loại xô) tăng từ 1 – 1,5% so với cùng kỳ. Giá hạt tiêu điều vào tháng 5/2003 giảm mạnh, tại đồng Nai giá hạt tiêu là 18.000 giảm 3%; thuốc lá đứng giá ở 4.000 đồng/kg; giá hạt điều ở Lâm Đồng và Đồng Nai là 6.500 đồng giảm 5 – 7%; các loại đậu giá tăng từ 2 – 3%. Các giá này được so sánh với giá cả cùng kỳ năm trước (năm 2002).

2.2.4.2 Khảo sát tiêu thụ hàng hóa ở một số chợ nông sản:

Các phương thức tiêu thụ nội địa tại vùng Đông Nam Bộ sẽ được tập trung nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh, chủ yếu tại các chợ đầu mối phân phối hàng nông sản như trái cây, rau quả, đậu các loại.

Tại các chợ đầu mối tại Thành phố Hồ Chí Minh, hàng hóa nông sản từ các vùng trong cả nước, đặc biệt là khu vực miền Đông Nam Bộ đều đưa về các chợ đầu mối tại TP.HCM và từ đó hàng hóa sẽ được tỏa ra khắp các chợ lớn nhỏ khác, các siêu thị trong vùng và các chợ khác trong cả nước.

Nông sản thường các thương lái và các chủ vừa thu gom từ các nông hộ, nông trại trong vùng và được tập trung về các chợ đầu mối chính của Thành phố như chợ Trần Chánh Chiêu, chợ Cầu Muối, chợ Mai Xuân Thưởng.v.v. để tiêu thụ và giá cả được cập nhật hàng ngày thông qua trao đổi mua bán sỉ và lẻ tại các chợ này. Mỗi chợ đầu mối đều bán các loại hàng hóa nông sản đặc trưng khác nhau.

- Chợ Trần Chánh Chiêu, Q5, TP. HCM là chợ chuyên bán các loại nông sản lương thực như gạo, nếp các loại; đậu các loại, lạc, vừng, đường. Đây là chợ đầu mối bán các loại lương thực lớn của TP. HCM và cả nước. Giá cả các mặt hàng lương thực tại đây có đặc trưng cho giá cả trong vùng Đông Nam Bộ và cả nước. Hầu hết các loại lương thực của các vùng trong cả nước đều được giao dịch mua bán tại đây. Là chợ đầu mối bán sỉ nên các giao dịch thường với số lượng khá lớn với các đơn vị khối lượng giao dịch thường là tạ, tấn với bao bì đóng gói 10kg, 50 kg. Các chợ nhỏ khác trong thành phố thường lấy hàng từ chợ này.

- Chợ rau quả Cầu Muối và chợ trái cây Mai Xuân Thưởng, chợ Cầu Ông Lãnh là chợ nông sản đặc trưng bán buôn các loại rau quả lớn nhất của TP. HCM. Rau quả của cả vùng miền Đông Nam Bộ hầu hết được tập trung vào các chợ này và sau đó lan tỏa đi các chợ khác trong thành phố. Tại đây bán các loại rau củ, bông cải, khoai tây Đà Lạt..., và các loại cây trái của khắp các vùng trong cả nước. Giá cả tại các chợ này thường được lấy làm giá chuẩn để tính giá cả cho các tỉnh phía Nam.

Hình thức mua bán và vận chuyển các loại hàng hóa nông sản tại các chợ đầu mối tại Tp. HCM:

+ 57% lượng hàng hóa nông sản trong đó chủ yếu rau quả, trái cây được các chủ vừa thu mua trực tiếp từ người sản xuất.

+ 37% được các thương lái thu gom từ các tỉnh về giao lại cho các chủ vừa.

+ Phương tiện dùng để vận chuyển hàng hóa nông sản chủ yếu là các xe tải bình thường, chiếm 73% trong các loại phương tiện vận chuyển đến các chợ đầu mối; 11% sử dụng phương tiện là ghe máy; còn lại là các loại phương tiện vận tải khác.

+ Các hình thức giao dịch là không có hợp đồng mua bán giữa thương lái và người sản xuất, chủ yếu thông qua các thương lượng tại chỗ.

+ Doanh nghiệp tư nhân chiếm lĩnh thị trường các hàng hóa nông sản tại các chợ đầu mối, doanh nghiệp nhà nước tham gia rất ít và bị động.

+ Hệ thống phân phối tại các chợ đầu mối mang nhiều tính tự phát, thiếu tổ chức.

Nhìn chung hầu hết các chợ đầu mối nông sản tại TP. HCM tuy là chợ mang tiếng là đầu mối nhưng chưa có khả năng kiểm soát và bình ổn giá cả thị trường. Tất cả các giao dịch phụ thuộc rất nhiều vào lượng hàng thương lái thu gom về chợ. Kho bãi tại các chợ này nhỏ, đại đa số các kho diện tích vào khoảng 100 – 200m², chỉ có tác dụng tạm trữ ngắn hạn, chưa có các kho bảo quản chuyên nghiệp. Chủ yếu hàng hóa do các thương lái thu gom về giao lại cho các đầu mối trong chợ để hưởng chênh lệch, chưa có tác dụng điều phối hàng nông sản nên giá cả tại các chợ này thường biến động mạnh theo mùa, chưa thể hiện tốt mối quan hệ cung - cầu của từng loại hàng nông sản trên thị trường; chợ đầu mối cũng chưa thể hiện được ý nghĩa là phản ánh được trình độ kinh tế - kỹ thuật - xã hội của vùng được xem là năng động và phát triển nhất nước. Trong các loại chợ, chợ đầu mối phải giữ được vai trò điều tiết giá cả thị trường mạnh do khả năng bảo quản, sơ chế, tồn trữ và chiến lược tiếp thị của giới điều hành. Chính điều này dẫn đến nhu cầu cấp bách cần phải tập trung các chợ đầu có quy mô lớn, có kho chứa tạm trữ hàng hóa lớn, có khả năng điều chỉnh giá cả nhằm hạn chế các biến động quá lớn của mùa màng ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân.

Với thực trạng tiêu thụ tại các chợ đầu mối tại Tp.HCM như vậy, thì các thương lái và các đầu mối thu mua của các chủ vừa vẫn là những nhà tiêu thụ hàng hóa trung gian chính của các nhà sản xuất, các trung gian này vẫn giữ vai trò quan trọng đối trong hệ thống phân phối và tiêu thụ hàng hóa nông sản tại Việt Nam, vấn đề quan trọng là hình thành các chợ đầu mối đúng nghĩa giữ vai trò điều tiết thị trường tiêu thụ cho các nông hộ. Thực hiện chủ trương này Tp. HCM sẽ di dời 10 chợ bán buôn nông sản thực phẩm từ nội thành ra ngoại thành để tập trung thành các chợ đầu lớn của cả nước tại Tam Bình (Thủ Đức), Tân Xuân (Hóc Môn) và Bình diển (Quận 8) đang được thi công và sẽ đưa vào hoạt động trong năm 2003 với hơn 2.433 hộ kinh doanh với tổng số vốn đầu tư giai đoạn I (xây dựng cơ bản) là 468 tỷ đồng, trong đó có 119,5 tỷ đồng từ nguồn ngân sách thành phố:

- *Chợ Tam Bình*: Với diện tích 20,3 ha, Công ty Quản lý chợ đã đầu tư 182 tỷ đồng xây dựng khu chợ đầu mối phía đông thành phố, nơi hứng toàn bộ nguồn hàng nông-hải sản- thực phẩm từ các tỉnh phía Bắc, miền Trung, miền Đông và vùng Tây nguyên đưa về thành phố với hơn 964 hộ đã đăng ký kinh doanh tại đây.
- *Chợ Tân Xuân*: với diện tích 9,7 ha, có tổng vốn đầu tư là 89 tỷ đồng, là chợ đầu mối phía bắc của thành phố nhằm hứng nguồn hàng trái cây và rau củ quả của miền Đông Nam Bộ, các tỉnh miền Tây, biên giới Campuchia, Tây Ninh, Long An và các huyện ngoại thành Tp.HCM như Củ Chi, Bình Chánh, Hóc Môn với 509 hộ đã đăng ký kinh doanh tại đây.
- *Chợ Bình điền*: được quy hoạch là chợ đầu mối nông sản lớn nhất của thành phố, được xây dựng trên nền diện tích rộng trên 65 ha, có tổng số vốn đầu tư riêng cho giai đoạn I là 197 tỷ đồng, chợ dự kiến sẽ tiếp nhận đến 60% tổng lượng hàng nông sản thực phẩm và các trái cây, rau củ từ các tỉnh miền Đông, đồng bằng sông Cửu Long về thành phố. Dự kiến sẽ đón nhận 978 hộ đến đăng ký kinh doanh tập trung từ các chợ đầu mối nông sản lớn di dời về đây.

Với việc hình thành các chợ đầu mối nông sản lớn trong cả nước sẽ giúp cho nông sản của các nông dân sẽ có nơi tập trung và tạm trữ hàng hàng hóa, điều tiết được giá cả thị trường, hình thành được các kênh phân phối tập trung đến các chợ bán lẻ, giúp vấn đề tiêu thụ nông sản cho nông dân được tốt hơn.

2.2.5 Đánh giá tình hình xuất khẩu nông sản vùng Đông Nam Bộ:

Vùng Đông Nam Bộ là trung tâm “tứ giác cực” tăng trưởng “TPHCM – Đồng Nai – Bình Dương – Bà Rịa-Vũng Tàu” có quy mô phát triển và “mở cửa” mạnh nhất nước, là vùng tập trung nhiều đầu mối xuất khẩu nhất nước với tỷ trọng xuất nhập khẩu chiếm 69,22% cả nước, trong đó mặt hàng nông sản xuất khẩu qua các cửa khẩu vùng Đông Nam Bộ chiếm 65% tỷ trọng trọng trong xuất khẩu nông sản của cả nước.

BẢNG 2.9: XUẤT KHẨU CỦA ĐÔNG NAM BỘ SO VỚI CẢ NƯỚC

Đơn vị: Triệu USD

Năm	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<u>Đông Nam Bộ</u>						
- Tổng số	5.926,10	6.429,73	6.238,33	8.049,50	10.037,0	11.091,5
- Nông sản	1.191,15	1.337,38	1.138,50	1.312,07	1.666,14	1.719,18
- Tỷ trọng (%)	20,10	20,80	18,25	16,3	16,6	15,5
<u>Cả nước</u>						
- Tổng số	7.255,9	9.185,0	9.361,0	11.523,0	14.500,0	15.027,0
- Nông sản	2.064,3	2.250,3	2.274,3	2.545,9	2.563,3	2.628,0
- Tỷ trọng (%)	28,45	24,50	24,03	22,09	17,68	17,49
<u>ĐNB/Cả nước (%)</u>						
- Nông sản ĐNB/ Tổng số cả nước	16,42	14,56	12,16	11,39	11,49	11,44
- Nông sản ĐNB/ Nông sản cả nước	57,70	59,43	50,06	51,54	65,00	65,42

Nguồn: Tổng cục thống kê và Bộ Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn

Qua bảng 2.9 cho thấy doanh số xuất khẩu hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ ít có đột biến, trung bình 6 năm qua là 1,39 tỷ USD; tuy nhiên, tỷ trọng xuất khẩu hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ trong các năm qua giảm từ 20,10% năm 1996 xuống còn 15,5% năm 2001 với tỷ trọng trung bình 6 năm qua là 17,93%, theo đúng như các mục tiêu chính sách của Nhà nước về việc chuyển dịch cơ cấu sản xuất, giảm dần tỷ trọng xuất khẩu hàng nông sản, tăng dần tỷ trọng các mặt hàng chế biến, hàng công nghiệp. Tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu qua các cửa khẩu Đông Nam Bộ trong các năm qua lại gia tăng từ 57,70% năm 1966 tăng lên 65,42% năm 2001, đạt tỷ trọng trung bình xuất hàng nông sản so với cả nước là 58,19%.

Tỷ trọng hàng nông sản trong tổng số các ngành hàng xuất khẩu của vùng Đông Nam Bộ thay đổi theo từng địa phương và có xu hướng giảm mạnh trong các năm qua. Bảng 2.10 cho biết tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu của từng địa phương qua các năm.

BẢNG 2.10: TỶ TRỌNG HÀNG NÔNG SẢN TRONG CƠ CẤU HÀNG XUẤT KHẨU CÁC TỈNH MIỀN ĐÔNG NAM BỘ

Tỉnh - Thành	Đơn vị: %			
	1991	1995	1999	2000
1. Tp.HCM	25,0	14,0	9,5	6,2
2. Đồng Nai	79,5	62,1	42,6	30,1
3. Bình Dương	-	34,6	21,1	19,3
4. Bà Rịa – Vũng Tàu	-	11,52	6,27	6,70
5. Bình Phước	-	96,0	90,6	88,2
6. Ninh Thuận	-	8,2	10,3	10,4
7. Bình Thuận	-	47,84	47,68	48,62
8. Tây Ninh	-	95,5	90,2	90,4
9. Lâm Đồng	73,5	70,6	68,2	68,3
Đông Nam Bộ	30,1	20,1	16,3	16,6
Cả nước	40,5	32,0	21,8	17,5

Nguồn: Báo cáo các tỉnh và Bộ NN&PTNT

Qua bảng trên chúng ta có nhận xét sau:

- Trong hầu hết các tỉnh-thành thuộc miền Đông Nam Bộ, hàng nông sản xuất khẩu đều chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu các ngành hàng xuất khẩu. Riêng đối với các tỉnh như Bình Phước, Bình Thuận, Tây Ninh, Lâm đồng kim ngạch xuất khẩu chủ yếu là từ hàng hóa nông sản với các tỷ lệ rất cao tương ứng 88,2%, 48,62%, 90,4%, 68,3% (vào năm 2000).

- Các tỉnh có tốc độ công nghiệp hóa, đô thị hóa nhanh như TPHCM, Đồng Nai, Bình Dương, Bà Rịa-Vũng Tàu có tỷ trọng hàng nông sản trong cơ cấu hàng xuất khẩu của các tỉnh này giảm nhanh trong những năm qua. Nếu như năm 1991, tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu của TPHCM là 25% đến cuối năm 2000 chỉ còn 6,2%, giảm 18,8%; Đồng Nai năm 1991 là 79,5% đến năm 2000 còn 30,1%, giảm 49,4%; Bình Dương từ năm 1995 đến cuối năm 2000 giảm 15,3%; còn Bà Rịa-Vũng Tàu cũng giảm tương ứng 4,82%.
- Xu hướng giảm tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu nằm trong xu thế chung của cả vùng (từ năm 1991 đến năm 2000, vùng Đông Nam Bộ giảm 13,5% từ 30,1% xuống còn 16,6%) và xu thế chung của cả nước (từ 40,5% năm 1991 xuống còn 17,5% năm 2000, giảm 23%).

Trong số các mặt hàng nông sản xuất khẩu thì cây công nghiệp đóng góp một phần rất quan trọng trong tỷ trọng xuất khẩu của Việt Nam. Những năm gần đây, cây công nghiệp ngày càng tạo ra giá trị lớn trong kim ngạch xuất khẩu nông nghiệp, kim ngạch xuất khẩu cây công nghiệp hiện chiếm hai phần ba trong xuất khẩu của ngành nông nghiệp. Sự phát triển nhanh chóng của cây công nghiệp cũng làm gia tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và dịch vụ trong cơ cấu nền kinh tế Việt Nam. Vùng đông Nam Bộ với ưu thế về các loại cây công nghiệp như cao su, cà phê, điều, tiêu... nằm trong nhóm những sản phẩm có khả năng cạnh tranh, tạo được ưu thế trong xuất khẩu hàng nông sản so với các vùng khác trong cả nước. Các tỉnh-thành thuộc vùng có các ưu thế khác nhau về sản phẩm nông sản xuất khẩu:

➤ TPHCM: Không có thế mạnh về sản xuất nông sản phẩm xuất khẩu nhưng lại là trạm “trung chuyển” hàng xuất khẩu lớn nhất Đông Nam Bộ và cả nước; tiếp nhận hàng hóa từ các nơi quy tụ về (để tiêu thụ và xuất khẩu) với tổng giá trị lên đến 70% tổng doanh số mua bán của cả nước. Hình thành mô hình liên kết xuất khẩu của TPHCM với Đông Nam Bộ, Nam Bộ, cả nước. Hàng hóa nông sản được từ các tỉnh và địa phương Đông Nam Bộ và Nam Bộ xuất khẩu trực tiếp hay làm nguyên liệu nông sản chế biến cho các khu công nghiệp, khu chế xuất, nhà máy... tại Thành phố sau đó xuất khẩu đi các nước. Điều này giải thích vì sao với chỉ đạt 2% GDP về nông nghiệp song tỷ trọng sản phẩm nông sản vẫn đảm bảo trên 20% cơ cấu mặt hàng xuất khẩu.

+ Mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của Tp.HCM là gạo, rau quả và các cây công nghiệp như cà phê, tiêu, điều, cao su... với các thị trường xuất khẩu chính là Châu Á, Đông Âu và EU.

+ Cơ cấu thị trường xuất khẩu nông sản của Tp.HCM có sự chuyển dịch nhanh và tập trung cao hơn từ thị trường Châu Á sang thị trường Châu Âu, từ thị trường các nước đang phát triển sang thị trường các nước phát triển và công nghiệp mới so với Đông Nam Bộ và cả nước, tuy nhiên vẫn còn tập trung chủ yếu ở thị trường Châu Á – một thị trường trung gian. (xem bảng 2.11).

+ Nhìn vào bảng 2.11 có thể thấy thị trường xuất khẩu Châu Á đã giảm mạnh, từ 79,36% năm 1995 xuống còn 50,6% năm 2000, trong khi cả nước giảm nhẹ hơn từ 72,4% xuống 52,6%. Tính chất chung của thị trường Châu Á là trung gian xuất khẩu – tạm nhập tái xuất để hưởng chi phí trung gian, làm giảm hiệu quả xuất khẩu, song vẫn cần thiết ở bước đầu xâm nhập thị trường thế giới, nhất là đối với thị trường Singapore, Đài Loan, Hồng Kông... là đại bản doanh của các công ty xuyên quốc gia, buôn bán chủ yếu thông qua kênh nội bộ. Việc mở rộng nhanh chóng với các thị trường Đông Nam Á, Trung Quốc, Nhật Bản... đã bù đắp được sự sụt giảm đột ngột khi đổ vỡ thị trường Liên Xô cũ và Đông Âu đầu thập niên 90.

BẢNG 2.11: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA TPHCM SO VỚI ĐÔNG NAM BỘ VÀ CẢ NƯỚC

Đơn vị: %

Thị trường	1990			1995			1997			2000		
	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N	HCM	ĐNB	C.N
1. Châu Á	36,8	42,7	43,5	79,36	68,6	72,4	69,5	52,1	65,5	50,6	48,6	52,6
+ ĐNA	15,4	16,7	14,5	24,2	28,3	20,4	26,6	16,0	22,0	18,3	10,2	13,3
+ Nước khác	21,4	25,1	28,8	55,16	40,3	52,0	42,8	38,1	43,5	32,3	38,4	39,3
2. Châu Âu	56,2	52,0	50,5	17,72	19,4	18,0	20,9	19,5	24,0	31,6	29,2	28,4
+ Đông Âu	40,2	41,5	42,4	3,70	6,2	2,8	4,8	4,0	2,7	8,0	4,8	3,2
+ EU	9,4	6,2	7,1	8,82	12,2	12,3	11,2	14,8	16,1	19,8	23,3	22,4
+ Nước khác	6,6	4,3	1,0	5,20	1,0	5,2	4,9	0,3	2,7	3,8	1,1	2,8
3. Châu Mỹ	2,0	0,5	0,7	1,64	8,1	4,4	4,6	8,6	4,1	10,6	12,5	10,0
4. Châu Phi	0,8	0,2	0,2	0,6	0,5	0,7	2,2	2,3	0,5	4,0	4,8	1,2
5. Châu Đại Dương	1,2	0,3	0,3	0,6	0,5	1,0	1,0	0,8	0,5	2,2	2,4	8,0
6. Thị trường khác	3,0	4,3	5,0	0,08	2,9	3,4	1,79	16,8	2,5	3,3	1,5	0,8
Tổng số	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nguồn: Tổng hợp từ Cục thống kê TPHCM, Bộ thương mại, Viện kinh tế TPHCM

+ Có một nhận định phải quan tâm là các chi phí xuất khẩu hàng nông sản của TPHCM nói riêng và cả nước nói chung ngày càng tăng như chi phí vận chuyển, bốc dỡ hàng hóa, lưu kho... các chi phí khác như chi phí làm thủ tục xuất khẩu, chi phí bến bãi, chi phí “không thành văn” đều tăng với tốc độ bằng hoặc thậm chí nhanh hơn tốc độ giảm của giá xuất khẩu dẫn đến làm giảm khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam vốn đã yếu trên thương trường khu vực và thế giới.

➤ Đồng Nai: Hàng nông sản là một trong những ngành hàng xuất khẩu chính với trên 30% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh, đạt 327 triệu USD vào năm 2000. Hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của tỉnh là cà phê, cao su, hạt tiêu và mật

ong, trong đó cà phê xuất khẩu trung bình các năm qua là 17.500 tấn/năm, cao su đạt bình quân 5.000 tấn/năm, tiêu xuất khẩu đạt bình quân 3.500 tấn/năm; đặc biệt mật ong là một trong những thế mạnh xuất khẩu của tỉnh Đồng Nai với sản lượng xuất khẩu tăng mạnh trong các năm qua và đạt bình quân trên 1.000 tấn/năm. Các loại nông sản đã qua chế biến chiếm một tỷ lệ rất nhỏ (chỉ khoảng 2%) trong tổng kim ngạch xuất khẩu, đây là vấn đề cần cân nhắc trong chiến lược xuất khẩu hàng nông sản của tỉnh.

BẢNG 2.12: CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA ĐỒNG NAI 1995 – 2000

Mặt hàng	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Cà phê (1.000 tấn)	11,8	21,0	22,1	20,0	18,5	12,0
2. Cao su (1.000 tấn)	10,3	7,0	2,5	3,0	3,5	3,8
3. Tiêu (1.000 tấn)	1,8	2,8	4,3	3,5	4,8	4,2
4. Mật ong (tấn)	174	750	967	1.500	1.592	1.630

Nguồn: Thời báo kinh tế Việt Nam, Hội kinh tế Việt Nam, số 68, ngày 07/06/2000

+ Thị trường xuất khẩu chính của tỉnh vẫn là thị trường Châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á với Singapore, Malaysia... là các thị trường trung gian quan trọng. Thị trường Châu Á chiếm đến 60% (năm 2000) thị trường xuất khẩu của tỉnh, chưa có sự bứt phá trong việc tìm kiếm các thị trường tiềm năng khác như Mỹ, EU...

+ Thị trường Nga là thị trường xuất khẩu nông sản truyền thống quen thuộc với các sản phẩm của Việt Nam, nhất là mật ong, rau quả. Nhìn chung thị trường xuất khẩu của tỉnh chưa đa dạng.

+ Các sản phẩm nông sản xuất khẩu của tỉnh còn quá ít và chưa đa dạng, các sản phẩm nông sản chế biến chưa được quan tâm đầu tư đúng mức nhằm gia tăng giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh.

➤ **Bình Dương:** Cây công nghiệp xuất khẩu chủ yếu của tỉnh là cao su, cà phê, điều, bông. Tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh chiếm tỷ trọng rất đáng kể trên dưới 35% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh vào năm 1996. Sau khi tách tỉnh vào năm 1997 (chính thức vào ngày 01/01/1997), hàng loạt các khu công nghiệp, nhà máy sản xuất, chế biến ra đời tại tỉnh khiến cho tỷ trọng xuất khẩu của hàng nông sản giảm đáng kể chỉ còn khoảng 20% vào năm 2000. Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh Bình Dương tăng mạnh kể từ khi tách tỉnh, từ xấp xỉ 50 triệu USD năm 1996 lên gần 100 triệu USD năm 2000.

+ Thị trường các nước Châu Á vẫn là thị trường xuất chính, tuy nhiên có sự gia tăng mạnh mẽ trong vài năm trở lại đây vào thị trường các nước Châu Âu và thị trường Mỹ.

➤ **Bà Rịa – Vũng Tàu:** Là tỉnh không có thế mạnh về nông nghiệp, do đó tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh thấp, từ 11,52% năm 1996 chỉ còn 6,7% năm 2000. Mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của tỉnh là cao su, ngoài ra còn có cà

phê, tiêu, điều... chiếm tỷ trọng hết sức khiêm tốn. Tuy không có thể mạnh về hàng nông sản xuất khẩu nhưng giá trị xuất cũng đạt trên 100 triệu USD vào năm 2000.

+ Thị trường trong xuất khẩu nông sản của tỉnh là Đài Loan, Lào, Trung Quốc, ngoài ra còn có thị trường Nhật, Mỹ.v.v. Hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh chủ yếu dưới dạng thô, dạng nguyên liệu chỉ qua sơ chế. Hàng chế biến chiếm tỷ trọng rất nhỏ và ít được đầu tư.

➤ **Bình Phước:** Là một tỉnh thuần nông với đất đai phù hợp với việc phát triển các loại cây công nghiệp phục vụ cho xuất khẩu. Nông sản là mặt xuất khẩu chủ yếu của tỉnh chiếm tỷ trọng đến 96% giá trị hàng hóa xuất khẩu của tỉnh vào năm 1995 và đến năm 2000 vẫn còn chiếm gần 90%. Giá trị hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh trong những năm qua đạt trên 10 triệu USD, mức độ tăng trưởng xuất khẩu đạt thấp.

+ Số mặt hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh còn rất ít chủ yếu là cao su (rất nổi tiếng với các nông trường cao su Lộc Ninh, Phú Riềng), điều và dứa tre. Sản lượng xuất khẩu của các sản phẩm cho trong bảng 2.13.

BẢNG 2.13: MỘT SỐ MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHÍNH CỦA TỈNH BÌNH PHƯỚC

Mặt hàng	1997	1998	1999	2000
1. Hạt điều nhân (tấn)	1.016	1.283	1.372	1.500
2. Mủ cao su (tấn)	50.083	53.150	51.778	56.172
3. Dứa tre (bao)	26.218	50.483	50.223	33.200

Nguồn: Báo cáo kinh tế xã hội tỉnh Bình Phước, năm 2000

+ Thị trường xuất khẩu chính của tỉnh chỉ ở một vài thị trường khu vực Châu Á, đứng đầu là thị trường Trung Quốc (tiêu thụ cao su), Nhật Bản (tiêu thụ dứa tre), Singapore và một vài thị trường khác. Các thị trường tiềm năng khác khác như Mỹ, Châu Âu, thị trường ASEAN ngoài Singapore gần như chưa được xâm nhập.

+ Là một tỉnh nông nghiệp nhưng chưa đầu tư cho công tác chế biến và bảo quản sau thu hoạch, chi phí đầu vào cho sản xuất nông sản của tỉnh ngày càng cao, trong khi giá bán nông sản lại sụt giảm khiến cho tỉnh gặp nhiều khó khăn.

➤ **Ninh Thuận:** Đất đai và khí hậu của tỉnh không thuận lợi cho việc trồng trọt nên hàng nông sản của tỉnh không có thể mạnh cạnh tranh, ít mặt hàng có thể xuất khẩu được. Điều này được thể hiện qua tỷ trọng hàng nông sản xuất khẩu của tỉnh chỉ chiếm trên dưới 10% trong cơ cấu xuất khẩu.

+ Giá trị xuất nông sản của tỉnh chỉ đạt 2,2 triệu USD vào năm 2000 với tổng lượng hàng nông sản xuất khẩu chỉ đạt gần 4.000 tấn (năm 2000). Các sản phẩm xuất khẩu chính là điều, bông vải thuốc lá, một số loại rau quả.

- Bình Thuận: Nông sản là hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh chiếm đến 50% tỷ trọng xuất khẩu của tỉnh. Giá trị xuất khẩu hàng nông sản của tỉnh tăng nhanh trong các năm qua từ 5,6 triệu USD năm 1995 lên 22,8 triệu USD năm 2000.
 - + Mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của tỉnh là hạt điều nhân, mủ cao su và thanh long. Riêng hạt điều có sự đột biến trong xuất khẩu trong hai năm gần đây (năm 2002 và năm 2003), đạt trên 5.000 tấn hạt điều nhân xuất khẩu.
 - + Thị trường xuất khẩu chính vẫn là thị trường các nước Châu Á như Trung Quốc, Nhật Bản, Đài Loan. Các thị trường xuất khẩu khác bước đầu thâm nhập được là thị trường Mỹ (xuất khẩu hạt điều), Australia.
- Tây Ninh: Lợi tức từ nông nghiệp là một trong những nguồn thu chính của tỉnh với việc phát triển mạnh của các các loại cây công nghiệp (chiếm 40% cơ cấu cây trồng). Chính vì thế tỷ trọng hàng xuất khẩu từ các loại nông sản luôn chiếm trên 90% tỷ trọng hàng xuất khẩu của tỉnh. Giá trị xuất khẩu nông sản của tỉnh tăng từ 33,4 triệu USD năm 1995 lên 56,5 triệu USD năm 2000 (chưa tính kim ngạch xuất khẩu từ Tây Ninh qua Campuchia).
 - + Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của tỉnh là lạc, mủ cao su, hạt điều, bột mì với sản lượng xuất của mỗi mặt hàng qua các năm được cho trong bảng 2.14.

BẢNG 2.14: MỘT SỐ MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA TỈNH

Đơn vị: tấn

Mặt hàng	1997	1998	1999	2000
1. Lạc	1.854	4.925	7.671	7.150
2. Mủ cao su	17.766	14.621	15.940	18.020
3. Bột mì	1.412	1.301	1.452	1.521
4. Hạt điều	49.208	40.450	48.267	50.490

Nguồn: Tổng hợp từ Hội kinh tế Việt Nam 22/06/2001, Báo điện tử Nhân Dân 28/03/2000.

- + Thị trường xuất khẩu chính của tỉnh là Trung Quốc chiếm 48,1%, Đài Loan 22,4%, Singapore 11,2% trong năm 2000. Cơ cấu thị trường xuất khẩu của tỉnh cho trong bảng 2.15.

BẢNG 2.15: CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN CỦA TỈNH

Đơn vị: %

Thị trường	1997	1998	1999	2000
Trung Quốc	50,2	50,4	48,2	48,1
Đài Loan	20,5	20,9	21,4	22,4
Singapore	10,6	10,7	9,8	11,2
Indonesia	8,2	7,8	8,0	7,5
Hồng Kông	6,8	6,8	7,2	8,0
Malaysia	3,7	3,4	5,4	2,8

Nguồn: Tổng hợp từ Hội kinh tế Việt Nam 22/06/2001, Báo điện tử Nhân Dân 28/03/2000.

+ Các thị trường khác như Châu Âu, Mỹ, Châu Đại Dương có hàng xuất khẩu nhưng chưa đáng kể.

➤ **Lâm Đồng:** Trong cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu của tỉnh, hàng nông sản chiếm ưu thế với tỷ trọng xấp xỉ 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh, đạt giá trị xuất khẩu từ 25 triệu USD năm 1995 lên 35 triệu USD năm 2000.

+ Tỉnh Lâm Đồng có khí hậu và đất đai rất phù hợp với việc phát triển các loại rau quả, hoa xuất khẩu nổi tiếng với hoa quả Đà Lạt, phát triển các loại cây công nghiệp xuất khẩu đặc biệt là chè (nổi tiếng với các nhãn hiệu B'Lao, Bảo Lộc), cà phê, điều phục vụ xuất khẩu. Trà, điều, cà phê là các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh, hàng năm tỉnh xuất đi khoảng 10.000 tấn cà phê, 500 tấn hạt điều nhân. Xuất khẩu hạt điều của tỉnh đang gia tăng mạnh trong hai năm gần đây (năm 2001, 2002), có thể đạt gần 1.000 tấn vào năm 2003. Ngoài ra, tỉnh Lâm đồng còn xuất khẩu mặt hàng dệt-len với khối lượng xuất khẩu cũng khá lớn tăng từ 442.000 cái năm 1996 lên 826.000 cái vào năm 2000. Sản lượng hàng hóa của các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của tỉnh các năm qua cho trong bảng 2.16.

BẢNG 2.16: CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA TỈNH LÂM ĐỒNG

Mặt hàng	1996	1997	1998	1999	2000
1. Rau (tấn)	5.143	4.792	6.467,1	2.331,6	4.356,7
2. Trà (tấn)	4.703	70.906	7.423,8	8.337,5	6.218,4
3. Cà phê (1.000 tấn)	12,2	11,5	11,7	10,2	10,4
4. Điều (tấn)	720	615,8	569,6	338,1	428,3
5. Dệt-len (1.000 cái)	442	953,8	765,5	673,3	826,1

Nguồn: Cục thống kê tỉnh Lâm Đồng

+ Thị trường xuất khẩu chính của tỉnh vẫn là thị trường Châu Á, với tỷ trọng năm 1996 là 42,6%, năm 2000 tăng lên 54,6%, trong thị trường này, một số nước tiêu biểu như Nhật Bản chiếm gần 20% (nhập trà, cà phê, hàng dệt-len...), Singapore (nhập rau, quả). Thị trường Châu Âu chiếm tỷ trọng xấp xỉ 10% trong đó EU, Đông Âu là các thị trường nhập khẩu rau quả, trà tươi (xuất khẩu qua EU chiếm gần 5% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh trong năm 2002). Thị trường Mỹ tuy hiện nay vẫn còn chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng có tốc độ phát triển rất nhanh trong thời gian tới.

2.2.6 Đánh giá thực trạng qua kết quả khảo sát về tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản:

➤ **Kết quả khảo sát từ 70 nông hộ trồng điều ở Bình Phước (Phụ lục 3):**

Qua khảo sát cho thấy mặc dù là sản xuất cây công nghiệp (điều) nhưng diện tích của các nông hộ là nhỏ, trên 50% số hộ có diện tích dưới 3 ha; số hộ có diện tích từ 3 – 5 ha chiếm 33%, và trên 5 ha chiếm 14%. Điều này cho thấy diện tích

để sản xuất cây công nghiệp như vậy là nhỏ, chưa tập trung do đó rất khó áp dụng các công nghệ mới trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản và chế biến để tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

- Các hộ nông dân lựa chọn cây trồng còn phụ thuộc nhiều sự trỗi sụt của giá bán các loại nông sản trên thị trường mà không có sự định hướng từ phía nhà nước hoặc từ các điều kiện thổ nhưỡng quyết định: có đến 58% chọn lựa việc trồng cây điều do thấy thị trường bán được với giá cao.
- Việc tổ chức thu hoạch nông sản cụ thể ở đây là hạt điều được cho trong bảng 2.17, chủ yếu do thương lái khi thu mua tiến hành thu hoạch ngay tại nhà vườn, chiếm tỷ lệ 47%.

BẢNG 2.17: NGƯỜI THAM GIA THU HOẠCH NÔNG SẢN

Người thu hoạch	Tỷ lệ %
1. Hộ sản xuất	12
2. Thuê lao động	25
3. Thương lái	47
4. Người tiêu thụ thu hoạch	16

- Việc xử lý nông sản sau thu hoạch chủ yếu là bằng hình thức phân loại chiếm tỷ lệ 83%, hình thức sơ chế chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ khoảng 17%.
- Khách hàng mua nông sản của các nông hộ chủ yếu là thương lái chiếm tỷ lệ đến 90% tổng số khách hàng thu mua nông sản của các nông hộ.

BẢNG 2.18: KHÁCH HÀNG THU MUA NÔNG SẢN CỦA CÁC NÔNG HỘ

Khách hàng	Tỷ lệ %
1. Thương lái	90
2. Hợp tác xã tiêu thụ	1
3. Trạm thu mua	3
4. Buôn bán lẻ	3
5. Tiêu dùng trực tiếp	3

- Hầu hết các nông hộ (chiếm 98%) được khảo sát đều cho rằng việc tiêu thụ nông sản hiện nay là không ổn định vì khả năng am hiểu về thị trường cung cầu, giá cả... kém, bản thân họ cũng thường không biết rõ nơi nào bán có lời hơn là bán tại chỗ cho thương lái. Có đến 75% số nông hộ cho rằng việc tiêu thụ nông sản là gặp nhiều khó khăn.
- Việc thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm chưa được các nông hộ hưởng ứng nên chỉ mới có khoảng 9% nông hộ tham gia ký kết hợp đồng. Phần lớn các hộ nông bán sản phẩm của mình theo thực tế giá cả chung của các thương lái tại thời điểm thu hoạch.

- Cuối cùng hầu hết các nông hộ được khảo sát (chiếm 91%) đều cho rằng việc sản xuất và tiêu thụ nông sản hiện nay của họ là do tự lực, rất ít hoặc hầu như không nhận được sự hỗ trợ từ phía nhà nước.
- **Đánh giá kết quả khảo sát các doanh nghiệp xuất khẩu vùng Đông Nam Bộ (Phụ lục 4):**
 - Qua việc khảo sát lấy ý kiến từ 30 doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tập trung tại địa bàn Tp. HCM, Bình Dương và Đồng Nai cho thấy các điểm sau:
 - Thị trường xuất khẩu nông sản chủ yếu của các doanh nghiệp vẫn là thị trường ASEAN với tỷ lệ là 33%, kế đến là thị trường EU 20%, thị trường Nhật chiếm 15%, thị trường Trung Quốc chiếm 12%. Bước đầu xâm nhập vào thị trường Mỹ, các doanh nghiệp cũng đã xuất khẩu vào thị trường này chiếm 9% tỷ trọng xuất khẩu.

BẢNG 2.19: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN

Khách hàng	Tỷ lệ %
1. Nhật	15
2. ASEAN	33
3. Trung Quốc	12
4. EU	20
5. Mỹ	9
6. Thị trường khác	11

- Mặc dù là những doanh nghiệp kinh doanh, xuất khẩu về hàng nông sản nhưng có đến 75% không nắm rõ được thị trường tiêu thụ, điều này cho thấy cần phải tăng cường việc cung cấp thông tin về thị trường không chỉ cho các nhà nông mà còn cho cả những doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản.
- Với phương thức thu mua hàng như hiện nay của các doanh nghiệp tức chỉ đi thu gom hàng hay thu mua lại qua các thương lái (chiếm tỷ lệ 80%) mà không có nguồn cung cấp ổn định thông qua việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ qua trung gian hoặc trực tiếp với người nông dân thì việc không đảm bảo số lượng và chất lượng đối với hàng nông sản tại những thời điểm cần thiết vẫn tiếp tục xảy ra. Mối liên kết giữa các doanh nghiệp với nhà nông chưa được phát huy, với trên 55% ý các doanh nghiệp cho rằng mối liên kết nhà nông – doanh nghiệp là lỏng lẻo.

BẢNG 2.20: PHƯƠNG THỨC THU MUA NÔNG SẢN

Cách thức	Tỷ lệ %
1. Mua trực tiếp từ hộ nông dân	8
2. Thu gom hàng	35
3. Mua hàng qua thương lái, HTX	45
4. Mua tại các chợ đầu mối	12

- Hệ thống thiết bị chế biến và bảo quản nông sản của doanh nghiệp là không đảm bảo sự ổn định về chất lượng hàng nông sản khi xuất khẩu với trên 50% các ý kiến cho rằng các thiết bị và kho tàng bảo quản của họ là không tốt hoặc lạc hậu.
- Hầu hết các doanh nghiệp đều cho rằng tính ổn định của thị trường và khách hàng trong kinh doanh nông sản là không ổn định (chiếm tỷ lệ 78%) do đó việc kinh doanh nông sản hiện nay còn nhiều rủi ro.
- Các doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản chưa chú trọng lắm việc quảng bá hoặc phổ biến các thương hiệu về nông sản Việt Nam trong cạnh tranh đối với nông sản của các nước xuất khẩu cùng loại, trong khảo sát chỉ có 7% các doanh nghiệp là có chú trọng đến vấn đề thương hiệu.
- Đối với các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu nông sản thì khó khăn lớn nhất gặp phải cũng là vấn đề vốn để thu mua tạm trữ, nguồn cung cấp với số lượng lớn và chất lượng ổn định.

BẢNG 2.21: NHỮNG KHÓ KHĂN LỚN NHẤT CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN

Khó khăn	Tỷ lệ %
1. Thiếu vốn	32
2. Nguồn cung cấp số lượng lớn	15
3. Chất lượng nông sản	20
4. Bảo quản	10
5. Chi phí	14
6. Thuế	7
7. Thủ tục xuất nhập khẩu	2

- Để thúc đẩy việc tiêu thụ nông sản thì mối bận tâm lớn nhất của các doanh nghiệp vẫn là tìm kiếm thị trường (chiếm 35%), chất lượng nông sản (chiếm 25%), chính sách tiếp thị (chiếm 15%) và thông tin thị trường (chiếm 10%) là những mối bận tâm lớn nhất của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu hàng nông sản.

BẢNG 2.22: NHỮNG MỐI BẬN TÂM LỚN NHẤT CỦA DOANH NGHIỆP TRONG VIỆC THỨC ĐẨY TIÊU THỤ NÔNG SẢN

Giải pháp	Tỷ lệ %
1. Tìm kiếm thị trường	35
2. Chất lượng nông sản	25
3. Chính sách tiếp thị	15
4. Thông tin thị trường	10
5. Hạ giá thành sản phẩm	9
6. Thay đổi giống cây trồng	6

- Do đó, các doanh nghiệp mong muốn có sự giúp đỡ từ phía Nhà nước trong việc cung cấp các thông tin về thị trường (chiếm 34%), xúc tiến thương mại (chiếm 27%) và giúp tìm kiếm thị trường (chiếm 15%) cho các doanh nghiệp là những mối bận tâm lớn nhất.

Tóm lại, kết quả của các cuộc khảo sát thực tế cho thấy vấn đề sản xuất và tiêu thụ nông sản của vùng Đông Nam Bộ nói riêng và cả nước nói chung vẫn còn gặp nhiều khó khăn và tồn tại nhiều bất cập trong sản xuất cũng như trong tiêu thụ sản phẩm nông sản.

2.3 ĐÁNH GIÁ CÁC MẶT KHÓ KHĂN VÀ NGUYÊN NHÂN TỒN TẠI:

Trong những năm vừa qua tuy có nhiều tiến bộ trong việc xúc tiến và tiêu thụ hàng hóa nông sản kể cả thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu trong cả nước nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng như:

- Không để xảy ra sự mất cân đối trong cung cầu trong các thời điểm thiên tai, lũ lụt; mở rộng và củng cố một số mạng lưới kinh doanh theo các kênh phân phối và tiêu thụ hàng hóa trong thị trường nội địa, đầu tư xây dựng các cơ sở chế biến nông sản xuất khẩu.
- Một số doanh nghiệp tạo được liên kết có hiệu quả với các hộ nông dân qua việc ký kết và thực hiện hợp đồng tiêu thụ sản phẩm (kết hợp với cung ứng vật tư, nhất là các mặt hàng lúa gạo, cà phê, thuốc lá, lạc, mía, rau sạch).
- Hình thành được một số điển hình về tiêu thụ sản phẩm thông qua các hợp tác xã, kết hợp sản xuất với tiêu thụ hàng hóa nông sản cho người nông sản. Mạng lưới chợ tiêu thụ hàng nông sản được mở rộng, các hội chợ, triển lãm hàng nông sản được tổ chức, gia tăng việc xúc tiến thương mại về hàng nông sản trong và ngoài nước.
- Xuất khẩu nông sản có nhiều tiến bộ trong việc tìm kiếm thị trường mới, đặc biệt là thị trường Mỹ, một thị trường tiêu thụ rất lớn và đầy tiềm năng, gia tăng thị phần ở các thị trường truyền thống như thị trường Châu Á, thị trường EU.

Nhưng nhìn chung việc tiêu thụ hàng hóa nông sản ở nước ta và vùng Đông Nam Bộ – vùng được xem là năng động nhất cả nước trong tiêu thụ hàng hóa các loại – vẫn còn nhiều khó khăn và bất cập thể hiện qua các đánh giá sau đây:

2.3.1 Thị trường tiêu thụ trong nước:

➤ Những mặt tồn tại:

- a. Thị trường tiêu thụ nông sản trong nước tuy tăng trưởng nhưng không ổn định và còn ở trình độ phát triển thấp và còn có sự chênh lệch khá lớn giữa thành thị và nông thôn. Tuy dung lượng của thị trường nông thôn có tăng hơn những năm trước nhưng vẫn là thị trường kém phát triển. Sức tiêu thụ của thị trường trong nước nói chung chưa tương xứng với khả năng đảm bảo các nguồn cung ứng hàng hàng hóa.
- b. Năng lực cạnh tranh của nhiều mặt hàng nông sản còn kém, gây không ít khó khăn trong việc tiêu thụ nông sản ngay trên “sân nhà”. Nhiều mặt hàng nông sản chất lượng thấp, chủng loại, quy cách, mẫu mã chậm được đổi mới, không đa dạng,

giá thành cao. Có thể tham khảo bảng giá một số loại trái cây so sánh với một số nước qua bảng 2.23.

Nhìn chung hầu như giá của tất cả các loại trái cây của Việt Nam đều cao hơn các nước trong bảng so sánh (chỉ trừ dứa), có loại giá cao hơn gấp 2 – 3 lần các nước khác. Điều này giải thích tại sao trái cây Việt Nam không cạnh tranh nổi trên chính thị trường nội địa bởi hàng ngoại nhập giá rẻ hơn rất nhiều, mẫu mã bắt mắt hơn.

BẢNG 2.23: GIÁ TRÁI CÂY TẠI VƯỜN MỘT SỐ NƯỚC

(E = Ecuador, G = Guatemala, Gh = Ghana., J = Jamaica, K= Kenia, Th = Thailand, U = Uganda, Z = Zambia, VN = Việt Nam)

Đơn vị: USD/tấn

Mặt hàng	E	G	Gh	J	K	Th	Ug	Z	VN
Xoài	63	23	60	60	20	65	80	32	>300
Ổi	48	40	-	56	-	60	80	27	130
Đu đủ	49	40	75	40	80	60	80	80	160
Cam	54	30	83	-	60	50	60	88	200
Chuối	53	74	70	50	60	50	60	29	100
Quýt	59	-	-	-	-	-	-	-	200
Dứa	61	-	90	50	50	60	100	73	65
Bơ	62	-	-	65	-	-	-	70	200

Nguồn: Tổng hợp từ SOFRI, IFPRI, Tiểu ban trái cây nhiệt đới LHQ, Verger du Mekong.

c. Chưa thiết lập được mối liên kết hữu cơ trong tiêu thụ hàng hóa nông sản giữa nhà nông và nhà buôn, giữa các doanh nghiệp thuộc trung ương với các địa phương, giữa nhà sản xuất công nghiệp với nhà nông, giữa các doanh nghiệp với các thương lái... để tạo ra các kênh lưu thông hàng hóa hợp lý và ổn định từ sản xuất đến thị trường tiêu thụ. Thị trường tiêu thụ nông sản trong nước chưa thực sự là cơ sở vững chắc để mở rộng và tham gia với quá trình hội nhập các nước trong khu vực và thế giới.

d. Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiêu thụ nông sản còn yếu. Nhiều doanh nghiệp chậm hoặc không tích tụ và tăng trưởng được về vốn, mạng lưới cơ sở vật chất và kỹ thuật trong chế biến và bảo quản nông sản còn nhỏ bé, cũ kỹ, ứng dụng công nghệ trong chế biến và sản xuất các sản phẩm từ nông sản không đa dạng và còn lạc hậu. Chưa coi trọng thị trường nông thôn nên chưa hình thành được các đối tác lớn và đối trọng tốt trong việc tổ chức cung ứng vật tư, tiêu thụ nông sản; chưa có định hướng và kích thích sản xuất nông sản ở mức độ hàng hóa nhằm phát triển sản xuất. Sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản còn manh mún, mạng lưới kinh doanh hàng nông sản chưa hình thành một cách cơ bản nên hiệu quả kinh doanh còn thất thường. Mô hình hợp tác xã thương mại nhằm tiêu thụ hàng nông sản cho nông dân chưa được mở rộng, nhất là ở khu vực Đông Nam Bộ.

e. Kỷ cương pháp luật chưa nghiêm, nạn buôn lậu còn phổ biến khiến hàng nông sản trong nước bị lao đao, gây thiệt hại cho nhà nước và người nông dân. Nhiều

hợp đồng ký kết cho việc tiêu thụ nông sản qua hợp đồng bị vi phạm từ cả hai phía doanh nghiệp và người sản xuất, khiến cho hiệu quả của chính sách tiêu thụ nông sản qua hợp đồng của Chính phủ không cao, người nông dân còn e dè, không thấy được các lợi ích lâu dài trong việc tiêu thụ nông sản qua hợp đồng.

➤ **Nguyên nhân các mặt tồn tại:**

a. Chưa có thói quen sản xuất và tiêu thụ nông sản ở mức độ hàng hóa nên chưa coi trọng mẫu mã, chất lượng, đa dạng các sản phẩm trước yêu cầu cao người tiêu thụ hiện nay. Nhiều loại nông sản còn trồng trong các vườn tạp, chưa chuyên canh, chưa coi trọng công nghệ sau thu hoạch về bảo quản, chế biến dẫn đến thất thoát sau thu hoạch cao, chi phí sản xuất cao, giá thành cao.

b. Mặt dù được xem là vùng kinh tế năng động nhất nước, nhưng vẫn chưa thể hiện được vai trò đó trong tiêu thụ nông sản hàng hóa. Chưa nhận thức đầy đủ vị trí quan trọng của thị trường nội địa, do đó các cán bộ quản lý ngành, các địa phương và các doanh nghiệp chưa chú trọng đến việc buôn bán trong nước, do đó chưa hình thành được các kênh tiêu thụ nông sản một cách xuyên suốt và đồng bộ, đủ mạnh để điều tiết thị trường. Trên thị trường trong nước, nhiều mặt hàng nông sản nội bị hàng ngoại lấn át, mạng lưới kinh doanh hàng nông sản còn thiếu và yếu; chưa có các chợ đầu mối đúng nghĩa để phân phối nông sản tới người tiêu dùng một cách hiệu quả, người nông dân có thể tạm trữ hàng hóa tại đó khi giá cả xuống thấp, tức nắm vai trò điều tiết giá cả thị trường.

c. Các cấp chính quyền địa phương, thành phố thuộc vùng Đông Nam Bộ chưa phát huy được vai trò trong việc tổ chức và định hướng thị trường, quản lý vĩ mô với lưu thông hàng hóa thông qua công tác quy hoạch, ban hành các chính sách kinh tế và sử dụng công cụ là các doanh nghiệp nhà nước; do đó thị trường phát triển mang tính tự phát, hàng nông sản chưa có kênh lưu thông hợp lý và ổn định giữa các chủ thể tham gia thị trường, nhất là người sản xuất, chế biến với người bán buôn chưa có mối liên kết lâu dài chặt chẽ. Một số chính sách về tín dụng, đất đai chưa được thực hiện triệt để qua chính sách hỗ trợ nông nghiệp, ưu đãi về thuế đối với các hộ nông nhất là đối với nông hộ làm kinh tế trang trại ở (đặc trưng của miền Đông Nam Bộ).

d. Một trong những nguyên nhân là chưa nhận thấy và thừa nhận vai trò hết sức quan trọng trong của các thương lái trong các kênh phân phối, tiêu thụ hàng nông sản của các hộ nông. Các thương lái luôn đóng vai trò quan trọng trung gian trong việc giúp hàng hóa nông sản của nông dân tiêu thụ khắp các miền trong cả nước; họ là một lực lượng hùng hậu, đi khắp các vùng sâu, các nhà vườn nằm tại các vị trí không thuận lợi cho việc giao thông để thu mua nông sản của các hộ nông. Ngoài ra, việc giao dịch qua các thương lái thường rất linh động, họ có thể ứng trước tiền cho nông dân mua phân bón, thuốc trừ sâu, hàng mua được trả bằng tiền mặt qua thỏa thuận theo phương châm “thuận mua, vừa bán”, không đặt ra quá nhiều tiêu chuẩn phức tạp. Do đó, các hộ nông thường có thói quen bán hàng cho các thương lái dù giá bán không ổn định. Tại vùng Đông Nam Bộ nói riêng, thương lái là lực lượng linh động nhất giúp tiêu thụ hàng nông sản của nông dân. Thiếu

các chính sách để hỗ trợ và ràng buộc các thương lái tiêu thụ nông sản cho nông dân thông qua các hợp đồng nhằm đảm bảo tính ổn định về giá cả cho người nông dân.

2.3.2 Thị trường xuất khẩu:

- *Về giá thành, giá xuất khẩu:* Ưu thế cạnh tranh chủ yếu của các sản phẩm nông sản Đông Nam Bộ vẫn chủ yếu bằng giá do chi phí lao động rẻ. Nhưng điều đó cũng không bù đắp các chi phí khác cao hơn rất nhiều so với các nước khác như năng suất lao động thấp, chi phí thất thoát sau thu hoạch cao, cơ sở hạ tầng phục vụ cho xuất khẩu vừa thiếu lại vừa yếu, chi phí vận chuyển, bốc xếp cao (chi phí bốc xếp tại cảng Sài Gòn cao gấp đôi tại cảng Bangkok), các chất lượng dịch vụ liên quan (kiểm tra, hun trùng, bảo quản, vệ sinh dịch tễ...) có độ tin cậy thấp, chân hàng không ổn định, năng lực vận tải hạn chế, chủ yếu vẫn xuất nông sản theo điều kiện CIF... do đó giá thành thực tế cao, các mặt hàng xuất khẩu có lợi nhuận thấp hoặc lỗ. Theo các nghiên cứu của nhóm tác giả Bùi Thị Minh Hằng – Bùi Văn Bích về giá trị xuất khẩu của các nhóm cây trồng chính khu vực Đông Nam Bộ trong tương quan giữa chi phí và giá xuất khẩu được phản ánh trong bảng sau:

BẢNG 2.24: CHI PHÍ TRÊN GIÁ TRỊ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG CHỦ YẾU VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

Đơn vị: lần

Mặt hàng	Gạo	Bắp	Đậu tương	Lạc	Đường mía	Bông	Cà phê	Cao su	Điều	Tiêu	Rau	Hoa quả
CP/giá XK	0,57	1,22	0,85	0,56	1,45	1,20	0,50	0,53	0,30	0,75	0,67	0,30

Theo khảo sát “giá thành – chi phí đầu vào” của hàng nông sản xuất khẩu vùng Đông Nam Bộ vào năm cuối năm 2000 thì chi phí cho xuất khẩu chiếm tới 60 – 70% giá FOB đối với gạo, 70 – 80% đối với cà phê; chi phí cho khâu chế biến chiếm 15 – 20% giá FOB đối với gạo, 10 – 22% đối với cà phê; chi phí cho các yếu tố kinh doanh xuất khẩu: 10 – 20% giá FOB đối với gạo, 8 – 10% đối với cà phê. Như vậy, các chi phí đầu vào được phân bổ là bất hợp lý, chi phí quá lớn cho khâu sản xuất trong khi chi phí chế biến quá thấp, chỉ tương đương với chi phí kinh doanh xuất khẩu.

- *Đánh giá về nguyên nhân chất lượng hàng nông sản xuất khẩu thấp:* Chất lượng hàng xuất khẩu được quyết định bởi hai yếu tố: phẩm chất và quy cách, mỗi yếu tố này phụ thuộc vào hai điều kiện: tự nhiên và kỹ thuật. Phẩm chất hàng nông sản xuất khẩu tùy thuộc vào giống cây trồng, công tác chăm sóc khi trồng, điều kiện kỹ thuật trong khâu thu hoạch, xử lý sau thu hoạch, chế biến, bảo quản vẫn mang tính “thu gom”, chưa có khả năng chuyên môn hóa sản xuất nên hầu như không đảm bảo yêu cầu của khách hàng về chất lượng, độ đồng đều (đồng nhất) trong từng phẩm cấp, không giữ được uy tín lâu dài, là nguyên nhân cơ bản dẫn tới hạ giá xuất khẩu.

- *Đánh giá về tổ chức cung ứng nguồn hàng xuất khẩu:* Để đảm bảo nguồn hàng xuất khẩu đáp ứng đúng, đủ quy mô, chất lượng, chủng loại... thì phải tạo được nguồn hàng ổn định lớn từ dự trữ và sản xuất nông sản. Tuy nhiên, các doanh nghiệp xuất khẩu chưa thực hiện tốt điều này do chưa quy hoạch tập trung sản xuất nông sản ở mức độ hàng hóa, chế biến xuất khẩu với quy mô cần thiết. Hệ quả là đối với bên trong thì các nhà cung ứng (80 – 90 là tư thương) nắm giữ và nâng giá, giao hàng không đúng phẩm chất; bên ngoài mất tín nhiệm với khách hàng do không đảm bảo tiến độ và không tin cậy về chất lượng. Khi giá thị trường tăng, nhà xuất khẩu không có hàng để chào bán, tìm kiếm cơ hội cạnh tranh về giá; khi giá xuống thấp thì không đủ khả năng thanh toán, không có kho hàng tạm trữ chờ giá lên.
- *Đánh giá tình hình quản lý:* Quản lý kinh tế của Nhà nước, của doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh xuất khẩu đã nỗ lực lớn để tạo ra nhân tố tích cực nhằm tăng kim ngạch xuất khẩu. Quản lý của các doanh nghiệp xuất khẩu Đông Nam Bộ cũng nhạy bén hơn trong nắm bắt thời cơ, tạo ra năng lực cạnh tranh cao hơn các doanh nghiệp khác trong cả nước tuy nhiên chưa đồng đều, chưa nhất quán, hiệu quả giữa các ngành – lãnh thổ với nhau; thường xuyên thiếu vốn lưu động, thiếu các kinh nghiệm giao thương quốc tế; chưa nắm vững các luật lệ, cam kết của các nước đối tác; luôn bị thiệt thòi trong tranh chấp. Tình trạng cạnh tranh không lành mạnh trong xuất khẩu nông sản là phổ biến, dẫn đến phá giá lẫn nhau; buôn bán lòng vòng để kiếm lời, quá nhiều đầu mối xuất khẩu dẫn đến rối loạn lưu thông.
- *Đánh giá về khách hàng xuất khẩu:* Quan hệ xuất khẩu không ngừng mở rộng, tuy nhiên, Nhà nước, Chính phủ, doanh nghiệp đều chưa chủ động trong khâu tiếp thị, xúc tiến thương mại. Phần lớn các giao dịch do khách hàng tìm đến trước, ¾ hàng xuất khẩu phải qua trung gian, rất ít khi tham gia và trúng thầu hợp đồng ở các nước nhập khẩu. Đa số các hợp đồng chỉ mang tính ngắn hạn, theo mùa vụ, giá cả bất bình và xác suất rủi ro cao. Chưa thực sự có khả năng củng cố và mở rộng thị phần tại các thị trường truyền thống như: Nhật (rau quả, trái cây), Trung Quốc (cao su, điều, cà phê...), EU (cà phê, tiêu, điều, chè, trái cây...), Mỹ và Bắc Mỹ (điều, gạo, cà phê, cao su...), ASEAN (gạo, cà phê, cao su...), Nga (trái cây, rau quả, đậu các loại...).

CHƯƠNG III

NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC, PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ PHÙ HỢP VỚI YÊU CẦU CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ

3.1 QUAN ĐIỂM - MỤC TIÊU VÀ CƠ SỞ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP:

3.1.1 Quan điểm phát triển:

Một là, vùng Đông Nam Bộ là vùng có tiềm năng phát triển một nền nông nghiệp hàng hóa đa dạng, thâm canh cao trên cơ sở phát triển các loại cây công nghiệp ngắn ngày và dài ngày. Trên cơ sở đó, quy hoạch của Chính phủ phát triển vùng Đông Nam Bộ thành vùng tập trung chuyên sản xuất nông sản hàng hóa phục vụ nhu cầu nội địa và xuất khẩu.

Hai là, vùng Đông Nam Bộ phải đi đầu trong việc sản xuất nông sản ở mức độ hàng hóa. Theo quan điểm chỉ đạo của Chính phủ trong thời gian tới là sản xuất nông sản của vùng phải đảm bảo cho người nông dân không chỉ đủ ăn mà còn có dư để tích lũy và làm giàu từ những sản phẩm nông sản. Theo đó đó chính sách chuyển dịch cơ cấu cây trồng vật nuôi được quan tâm hàng đầu. Chính phủ nhận định, qua hơn 10 năm đổi mới, nền nông nghiệp Việt Nam đã thu được nhiều thành tựu to lớn song vẫn là nền nông nghiệp truyền thống, chưa đứng nhiều khuyết tật của một nền nông nghiệp sản xuất nhỏ, lạc hậu, hiệu quả kinh tế kém, sức cạnh tranh thấp, cần có những giải pháp đồng bộ để khắc phục những yếu kém này. Vì thế, việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo nhận định của Chính phủ là “đòi hỏi bức xúc của nông dân ta, của nhà nước ta. Đây là điều kiện cần và đủ cho sự phát triển bền vững”.

Ba là, trên cơ sở chuyển dịch cơ cấu cây trồng thực hiện mục tiêu nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp; thông qua các ứng dụng khoa học công nghệ trong việc phát triển giống, chăm sóc cây trồng, công nghệ sau thu hoạch nhằm nâng cao giá trị sản xuất trên một ha đất trồng lên từ 2 đến 3 lần giá trị sản xuất hiện nay theo như quan điểm chỉ đạo của Chính phủ về sản xuất nông nghiệp cho giai đoạn từ năm 2001 – 2010.

Bốn là, phải tạo được hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngày càng cao, dựa trên cơ sở sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên: đất, nước, rừng, động – thực vật... nhằm xây dựng và phát triển một nền nông nghiệp sinh thái bền vững, đảm bảo các yêu cầu về bảo vệ và cải tạo môi trường. Ứng dụng công nghệ sinh học trong sản xuất ra các sản phẩm chất lượng cao phục vụ sản xuất nông nghiệp phù hợp với môi trường sinh thái và điều kiện thổ nhưỡng của từng vùng. Theo quan điểm này, chương trình 327 đã được Chính phủ thông qua ngày 12/09/1995 về việc điều chỉnh bổ sung theo hướng thời gian tới cần bám sát vào mục tiêu mới và bảo vệ rừng phòng hộ cả miền núi, đồng bằng và ven biển, nâng cao năng lực phòng

hộ bền vững quốc gia, góp phần bảo vệ môi trường sinh thái, giảm nhẹ thiên tai, góp phần giải quyết việc làm, cải thiện đời sống nhân dân.

Năm là, đặt trọng tâm cho vấn đề sản xuất nông sản hàng hóa là tăng cường tìm kiếm, mở rộng đầu ra cho các sản phẩm nông sản thông qua việc hình thành các kênh tiêu thụ sản phẩm trong thị trường nội địa và đẩy mạnh việc xúc tiến thương mại xuất khẩu nông sản.

Sáu là, Nhà nước cần đóng vai trò chủ đạo trong việc tìm đầu ra cho hàng hóa nông sản thông qua các chính sách nhằm tác động cho việc thúc đẩy và hình thành các phương thức tiêu thụ. Theo quan điểm này, nhận định tại Hội nghị triển khai kế hoạch kinh tế xã hội năm 2003 của Chính phủ là “Quy hoạch các ngành, các vùng đã có, chủ trương của Chính phủ đã có, vấn đề là các tỉnh phải đi vào thực hiện chuyển dịch cơ cấu trong nông nghiệp một cách cụ thể. Các tỉnh phải xác định ra Nhà nước cần hỗ trợ cho nông dân cái gì. Nhà nước cần lo giống, lo đầu ra cho nông dân”.

Các mục tiêu mong muốn của giải pháp sẽ được xây dựng dựa trên cơ sở các quan điểm phát triển của Chính phủ trong việc khai thác và phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản nói chung và đặc trưng cho vùng Đông Nam Bộ nói riêng.

3.1.2 Mục tiêu của giải pháp:

3.1.2.1 Mục tiêu chung:

Mục tiêu tổng quát và lâu dài của việc tìm đầu ra cho nông sản ở nước ta nói chung và khu vực miền Đông Nam Bộ nói riêng là xây dựng các phương thức tiêu thụ dựa vào các quy luật cung cầu của thị trường trên cơ sở định hướng phát triển của Chính phủ thông qua việc chuyển dịch cơ cấu cây trồng theo nhu cầu ngắn hạn và dài hạn của thị trường.

- Trong 10 năm tới, toàn vùng Đông Nam Bộ hội tụ đủ điều kiện khả năng chuyển hướng từ sản xuất hàng hóa nhỏ sang nên sản xuất hàng hóa lớn, hướng mạnh tới xuất khẩu, tạo tích lũy nhanh cho việc Công nghiệp hóa và Hiện đại hoá nền sản xuất nông nghiệp, giữ vai trò, vị trí trọng yếu trong thực hiện thành công mục tiêu chuyển đổi nền nông nghiệp lạc hậu sang một nền nông nghiệp cạnh tranh.
- Luôn giữ vai trò là vùng phát triển nhất trong việc sản xuất và tiêu thụ hàng hóa.
- Luôn giữ được vị trí đầu tàu trong xuất khẩu nông sản hàng hóa, mở rộng thị trường xuất khẩu trên toàn cầu, thiết lập thương mại rộng rãi với hầu hết các quốc gia và lãnh thổ trên thế giới, đồng thời củng cố các thị trường điểm, chuyển hướng tập trung từ thị trường Châu Á sang thị trường Châu Âu – Bắc Mỹ (từ cơ cấu thị trường 60/40 sang cơ cấu 40/60).
- Xây dựng và phát triển phương thức tiêu thụ hợp lý thông qua việc hình thành các kênh tiêu thụ xuyên suốt từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng,

chú trọng cả thị trường nội địa lẫn thị trường xuất khẩu, mở ra các khả năng tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ trong cả nước và nước ngoài nhằm mục đích là tìm đầu ra tiêu thụ các sản phẩm nông sản, gia tăng thu nhập, cải thiện đời sống của người nông dân vùng Đông Nam Bộ.

3.1.2.2 Mục tiêu cụ thể:

Mục tiêu cụ thể của việc xây dựng các giải pháp khai thác, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ một cách hợp lý:

- Trong những năm gần đây doanh số tiêu thụ hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ luôn chiếm một tỷ trọng đáng kể vì nơi đây tập trung các thành phố lớn và có nhiều nhà máy, khu công nghiệp chế biến hàng nông sản. Riêng trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản, doanh số của vùng luôn đạt trên 1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng đến 60% tổng doanh số xuất khẩu của cả nước. Mục tiêu từ đây cho đến năm 2010 theo đề án phát triển nông nghiệp của Bộ thương mại, phấn đấu đạt mức tăng trưởng về xuất khẩu hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ bình quân mỗi năm là 15%. Riêng mục tiêu đề án của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về “Chương trình phát triển thị trường và xúc tiến thương mại nông lâm sản đến năm 2005” sẽ đạt kim ngạch xuất khẩu đến năm 2005 của ngành là 5 – 6 tỷ USD, trong đó vùng Đông Nam Bộ đạt từ 2,5 – 3 tỷ USD xuất khẩu từ hàng nông sản.
- Nâng cao tính hàng hóa và khả năng cạnh tranh của nông sản vùng Đông Nam Bộ trên thị trường. Mặc dù có mức tăng trưởng về tiêu thụ nội địa và xuất khẩu hàng nông sản nhưng sản xuất nông nghiệp của nước ta vẫn ở quy mô sản xuất nhỏ và còn lạc hậu. Mục tiêu phấn đấu trong những năm tới là phải chuyển sang sản xuất hàng hóa lớn, tập trung vào một số ngành chủ lực để biến lợi thế tài nguyên thành lợi thế kinh tế, theo hướng chuyên môn hóa, thâm canh hóa để tăng quy mô sản xuất cũng như tăng khả năng của hàng nông sản Việt Nam trong thị trường nội địa và cạnh tranh quốc tế. Cụ thể là tập trung vào các loại cây đang là lợi thế của vùng Đông Nam Bộ là cây công nghiệp dài ngày và ngắn ngày như cao su, điều, bông, dứa, chè.v.v.
- Thúc đẩy việc hoàn thiện cơ chế, chính sách tác động ở tầm vĩ mô đối với việc quy hoạch các ngành hàng nông sản có khả năng cạnh tranh trên thị trường, đẩy mạnh việc thực hiện Quyết định 80/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tiêu thụ sản phẩm cho nông dân thông qua hợp đồng. Thúc đẩy việc thực hiện cơ chế chính sách nhằm hỗ trợ cho việc phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản cho người nông dân.
- Khai thác và phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản cho người nông dân phù hợp với các yếu tố đặc trưng của vùng Đông Nam Bộ. Xây dựng các biện pháp đẩy mạnh việc tiêu thụ nông sản hàng hóa trên thị trường trong và ngoài nước thông qua: chiến lược thị trường, chiến lược sản phẩm, chiến lược tiếp thị hàng nông sản.

3.1.3 Cơ sở đề xuất giải pháp:

Nhóm nghiên cứu đề xuất các giải pháp dựa trên cơ sở kinh tế hiện tại và xu hướng phát triển ảnh hưởng đến khả năng tiêu thụ nông sản như sau:

3.1.3.1 Bối cảnh bên ngoài:

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới (WB) thì kinh tế thế giới trong những năm tới với dự kiến mức tăng trưởng vào khoảng 2,5 – 3%. Tuy nhiên, bức tranh toàn cảnh nhìn chung vẫn khá trì trệ và chứa đựng nhiều yếu tố khó lường, đặc biệt là cuộc khủng hoảng vùng Vịnh và dự kiến giá cả nhiều mặt hàng sẽ vẫn chịu biến động trong tương lai gần. Đầu tư nước ngoài vào Trung Quốc trong những năm gần đây đều tăng mạnh (năm 2002 đạt 5,7 tỷ USD), ngược lại xu hướng giảm sút chung của đầu tư nước ngoài trên thế giới khiến cho việc thu hút vốn FDI của các nước đang phát triển khác, trong đó có nước ta, càng thêm khó khăn, đặc biệt trong lĩnh vực đầu tư cho nông nghiệp.

Về thương mại, Ngân hàng thế giới dự báo kim ngạch buôn bán toàn cầu vẫn sẽ tăng trong vài năm tới là khoảng 5 – 7%, tuy có hồi phục nhưng đây là mức tăng thấp so với mức tăng trưởng vào năm 2000. Nhìn chung kinh tế một số nước như Trung Quốc vẫn có mức tăng trưởng cao, kinh tế Mỹ sẽ tăng 2,5 – 3%, kinh tế Nhật sẽ hồi phục với mức tăng 1 – 1,5%, Châu Âu hy vọng sẽ đạt mức tăng trưởng 2 – 2,5%.

➤ Tình hình Trung Đông:

Do ảnh hưởng của cuộc chiến tranh tại Iraq làm cho Việt Nam mất đi một bạn hàng lớn về nông sản tại thị trường Trung Đông với giá trị xuất khẩu vào khoảng 300 triệu USD (năm 2002). Môi trường chính trị xã hội tại Trung Đông nhìn chung vẫn chưa ổn định. Dự báo tình hình Iraq khó ổn định trong một vài năm tới, tuy nhiên hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang Iraq có thể được xúc tiến trở lại trong thời gian gần do bước đầu đã hình thành được chính phủ mới tại Iraq và do nhu cầu về lương thực thực phẩm sau chiến tranh đang rất lớn, đặc biệt là các chủng loại mặt hàng mà Việt Nam đang có thế mạnh từ trước khi cuộc chiến tại đây xảy ra như gạo, chè, cà phê... Cần có các hoạt động xúc tiến thương mại tại Iraq để có thể xuất khẩu hàng hóa nông sản trở lại vào thị trường này.

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước thuộc Hội đồng hợp tác vùng Vịnh (GCC – bao gồm A-rập Xê-út, Các tiểu vương quốc A-rập thống nhất, Cô-ét, Ô-man, Ca-ta và Ba-ren) tăng khá nhanh trong những năm qua. Dubai đang trở thành cửa ngõ quan trọng để hàng hóa nông sản Việt Nam thâm nhập vào các nước GCC nói riêng và khu vực Trung Đông, Bắc Phi nói chung.

➤ Tác động của việc Trung Quốc gia nhập WTO:

Sau khi gia nhập WTO, kinh tế Trung Quốc tiếp tục phát triển thuận lợi với mức tăng trưởng dẫn đầu thế giới vào khoảng 8%. Trung Quốc gia nhập WTO đã và sẽ có tác động ngày càng lớn đến thương mại của nhiều nước và khu vực trên thế giới

làm cho các sản phẩm của Trung Quốc và các sản phẩm xuất vào nước này có mức độ cạnh tranh gay gắt hơn. Việc Trung Quốc có thể không kiểm giữ giá trị đồng Nhân dân tệ, nâng giá trị của đồng tiền này lên trong tương lai gần sẽ mở ra nhiều cơ hội cho các nước xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Trung Quốc.

Nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc sau khi gia nhập WTO sẽ tăng mạnh do kinh tế phát triển và do thuế nhập khẩu sẽ được cắt giảm dần. Trong những năm sắp tới, Trung Quốc sẽ cắt giảm 3000 dòng thuế, thuế suất bình quân năm 2003 sẽ giảm xuống còn 11%, thuế nhập khẩu nông sản bình quân sẽ giảm xuống còn 16,8% (so với 18,1% của năm 2002). Các nước phát triển (Mỹ, Nhật, EU) sẽ là những nước được lợi nhiều nhất do chiếm tỷ trọng cao nhất trong nhập khẩu của Trung Quốc (gần 50%). Các nước Đông Bắc Á và ASEAN-6 cũng được lợi. Các nước phát triển khác trong đó có Việt Nam, được lợi ít hơn (do cơ cấu hàng xuất khẩu chủ yếu cạnh tranh với hàng của Trung Quốc) tuy vẫn có thể tận dụng cơ hội do nhu cầu nhập khẩu nông sản và nguyên liệu thô (cao su, điều...) của Trung Quốc tăng mạnh. Một lợi thế cần khai thác là Trung Quốc dành cho Việt Nam Quy chế tối huệ quốc như các thành viên của WTO. Lợi thế này cùng với lợi thế về vị trí địa lý là cơ sở thuận lợi để xuất khẩu hàng hóa vào Trung Quốc, đặc biệt là hàng nông sản.

➤ **Việc Campuchia gia nhập WTO:**

Tháng 9/2003 vừa qua, Campuchia đã chính thức được kết nạp trở thành thành viên của WTO. Việc Campuchia sẽ gia nhập WTO sẽ là thách thức rất lớn cho hàng hóa của Việt Nam vào nước này do phải cạnh tranh gay gắt với các nước trong khu vực, trong đó hàng hóa nông sản của Việt Nam như rau quả, trái cây sẽ chịu cạnh tranh mạnh về giá cả, chủng loại hàng hóa.

Các vùng có biên giới giao thương buôn bán với Campuchia sẽ chịu tác động mạnh nhất về sản lượng và doanh số xuất qua Campuchia trong thời gian tới. Khu vực Đông Nam Bộ có nhiều hàng nông sản xuất qua Trung Quốc cũng sẽ chịu ảnh hưởng này, do đó cần phải có những bước chuẩn bị cho việc cạnh tranh hàng hóa với các nước khác trong thời gian tới.

➤ **Việc thực hiện CEPT/AFTA:**

Mặc dù đã bắt đầu thực hiện các cam kết theo CEPT/AFTA từ năm 1996 nhưng các tác động của tiến trình này đối với các hoạt động xuất nhập khẩu của nước ta trong thời kỳ 96 – 02 là không đáng kể. Nguyên nhân do mức độ gia nhập theo CEPT/AFTA của giai đoạn này chưa sâu. Một số mặt hàng nông sản nhập khẩu vào Việt Nam như dầu thực vật, đường nằm trong nhóm các mặt hàng loại trừ tạm thời (TEL) chưa phải cắt giảm thuế ngay nên vẫn có lợi thế về cạnh tranh trong nước. Trong nhóm hàng nông sản thì hạt tiêu, cao su, rau tươi đủ điều kiện hưởng ưu đãi theo CEPT nhưng kim ngạch của các mặt hàng này chưa lớn, trong khi đó hai mặt hàng quan trọng là gạo và cà phê (chiếm 75 – 80% kim ngạch của nhóm nông sản) lại chưa được hưởng ưu đãi (do gạo nằm trong TEL của ta đến năm 2001,

còn cả phê lại thuộc TEL của các nước ASEAN, ngoại trừ Indonesia cũng là nước xuất khẩu cà phê).

Tuy nhiên, kể từ 1/1/2003 tiến trình hội nhập của nước ta trong CEPT thực sự đi vào chiều sâu. Tất cả các dòng thuế còn lại trong danh mục loại trừ tạm thời phải đưa vào cắt giảm xuống mức 20%, trong đó có các mặt hàng nông sản quan trọng như rau quả, thực phẩm chế biến... Đây sẽ là thách thức lớn đối với các ngành thay thế nhập khẩu. Tuy nhiên, từ năm 2003 trở đi ta cũng có thêm cơ hội xuất khẩu khi bắt đầu được hưởng mức thuế ưu đãi của các nước ASEAN-6 (hầu hết các dòng thuế đã được giảm xuống còn từ 0 – 5%). Trong số các mặt hàng cần đẩy mạnh xuất khẩu có hàng hóa nông sản.

3.1.3.2 Tình hình trong nước:

Tình hình sản xuất nông nghiệp của nước ta trong những năm qua đã có những bước tiến bộ, có những chuyển biến mạnh, bước đầu chuyển từ nền sản xuất tự túc sang nền sản xuất hàng hóa. Trong bối cảnh đó tình hình sản xuất và tiêu thụ nông sản có những đặc điểm như sau:

Thứ nhất, tình hình sản xuất nông nghiệp có được những bước tăng trưởng khá, với bình quân là 4 – 4,5%/năm, trình độ sản xuất nông nghiệp đã có nhiều tiến bộ, nhiều loại sản phẩm được xây dựng thành vùng sản xuất hàng hóa tập trung, đặc biệt là vùng Đông Nam Bộ được xây dựng thành vùng cà phê, cao su, chè, và là vùng cây ăn quả. Trình độ thâm canh sản xuất được nâng cao, áp dụng công nghệ cao, chất lượng nông sản phần nào được cải thiện.

Thứ hai, tình hình sản xuất nông nghiệp gia tăng kéo theo các hoạt động về tiêu thụ các sản phẩm làm ra gia tăng theo. Bước đầu hình thành các phương thức và mô hình sản xuất tiêu thụ khá tốt, cải thiện được một phần tình trạng bấp bênh trong tiêu thụ sản phẩm của nhà nông. Tuy nhiên, các hoạt động tiêu thụ sản phẩm vẫn còn nhiều bất cập, chưa thu hút được sự ủng hộ mạnh mẽ từ nhiều phía như nhà sản xuất, nhà tiêu thụ tham gia một cách đồng bộ.

Thứ ba, là quyết tâm của Chính phủ trong việc thúc đẩy các phương thức nhằm tiêu thụ hết các sản phẩm hàng hóa của nông dân bằng các chính sách hỗ trợ và bằng việc ra đời Quyết định 80/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ về việc tiêu thụ sản phẩm cho nông dân thông qua hợp đồng sẽ tạo tiền đề cho việc hình thành các phương thức tiêu thụ nông sản. Giữa nhà doanh nghiệp và nông dân bước đầu đã hình thành đầu ra cho nông sản. Việc hình thành các hợp tác xã tiêu thụ cũng phần nào giúp tìm đầu ra cho các sản phẩm nông sản.

Thứ tư, tiến trình tham gia CEFT/AFTA sẽ thực sự tăng tốc từ ngày 01/01/2003, khi hơn 95% số dòng thuế nhập khẩu của các nước trong khu vực sẽ chỉ còn 20% trở xuống, trong đó có các dòng sản phẩm về nông sản và hàng hóa nông sản chế biến. Đây sẽ vừa là cơ hội cho các sản phẩm có khả năng cạnh tranh của nước ta gia tăng sản lượng xuất khẩu, đồng thời cũng là thách thức cho các sản phẩm không kịp chuyển đổi sang nền sản xuất hàng hóa. Việc tìm đầu ra cho các sản

phẩm nông sản cũng sẽ gặp một số khó khăn trong thời gian tới. Tình trạng buôn lậu còn phổ biến và chưa được ngăn chặn kịp thời. Tuy nhiên, đứng về giác độ tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực, tái cơ cấu lại sản xuất (chuyển dịch cơ cấu sản xuất) và thúc đẩy nâng cao sức cạnh tranh cho các mặt hàng nông sản thì đây là điều kiện thuận lợi cho hoạt động đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa phát triển.

Trong thời gian trước mắt, hoạt động tiêu thụ sản phẩm nông sản phải đối mặt với những khó khăn và thách thức không nhỏ đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản:

- Về nguồn hàng, nhiều mặt hàng nông sản quan trọng của nước ta như gạo, cà phê, tiêu đã gặp phải những hạn chế mang tính cơ cấu, hoặc do tiềm năng về sản xuất (như gạo) hoặc do thị trường đã bão hòa (như cà phê, tiêu).
- Về cơ chế, chính sách, các biện pháp xuất khẩu của ta tuy nhiều nhưng chưa thực sự đi vào chiều sâu, có chỗ còn chưa thông suốt nhất quán.

Trước những bối cảnh trong và ngoài nước, dựa trên những quan điểm phát triển của các bộ, ngành, quan điểm của Chính phủ về tiêu thụ hàng hóa nông sản và các mục tiêu phương hướng phát triển trong những năm tới, nhóm nghiên cứu sẽ đề xuất các giải pháp nhằm khai thác, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản nói chung và khu vực Đông Nam Bộ nói riêng.

3.2 NHỮNG GIẢI PHÁP KHAI THÁC PHÁT TRIỂN CÁC PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

3.2.1 Giải pháp thứ nhất: Giải pháp phát triển tập trung và liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản:

Vùng Đông Nam Bộ luôn giữ vai trò đầu tàu trong sản xuất và thương mại, là vùng kinh tế trọng điểm của phía Nam cho nên việc phát triển sản xuất ở vùng này luôn ảnh hưởng đến các mục tiêu chiến lược quốc gia. Nhận thức được vai trò và vị trí của vùng, phát triển sản xuất tại Đông Nam Bộ phải được thực hiện qua các chiến lược phát triển của vùng và các chương trình cụ thể gắn liền với những điều kiện, đặc điểm thổ nhưỡng của vùng, tập trung phát triển vào những mặt hàng nông sản là lợi thế của vùng như cà phê, chè, cao su, tiêu, điều, trái cây.

- Quy hoạch phát triển vùng Đông Nam Bộ thành vùng nguyên liệu cây công nghiệp tập trung là một trong những giải pháp phát triển vùng trên cơ sở các thế mạnh về vùng đất bazan và điều kiện khí hậu tự nhiên tại đây. Tập trung đất đai để phát triển các nông trường, trang trại có quy mô lớn có khả năng sản xuất với quy mô hàng hóa, nâng cao giá trị của một ha đất. Vùng Đông Nam Bộ phải đi đầu trong việc đạt giá trị một số trang trại trên 50 triệu/ha/năm, trong thời gian tới phải tăng đầu tư để đạt giá trị gấp đôi hiện nay.
- Nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh hàng hóa nông sản của vùng thông qua việc đầu tư vào các ứng dụng khoa học kỹ thuật về cây giống, ứng dụng các

công nghệ sau thu hoạch nhằm chế biến, bảo quản các sản phẩm nông sản, đáp ứng được các yêu cầu của thị trường.

- Một trong những giải pháp phát triển cơ bản nhằm tập trung và liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản cho là xây dựng mối liên kết giữa nhà Khoa học, nhà Nông, nhà Doanh nghiệp và Nhà nước trong sản xuất chế biến và tiêu thụ nông sản:

+ Nhà khoa học: bao gồm các cán bộ nghiên cứu của các viện và trường, các cán bộ khuyến nông của hệ thống khuyến nông nhà nước và khuyến nông tự nguyện. Liên kết giữa nhà khoa học với nhà nông được thể hiện qua sự hợp tác trong việc xác định các ưu tiên nghiên cứu, chuyển giao có hiệu quả và chịu trách nhiệm về các kỹ thuật tiến bộ được áp dụng vào sản xuất, giúp nhà nông nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, hạ giá thành, tăng sức cạnh tranh của hàng nông sản. Mặt khác, các nhà khoa học có thị trường để bán sản phẩm khoa học – công nghệ và có “đất” để áp dụng các kết quả nghiên cứu của họ.

+ Nhà doanh nghiệp bao gồm các doanh nghiệp chế biến, bao tiêu nông sản phẩm. Liên kết giữa nhà doanh nghiệp và nhà nông thể hiện ở việc hướng dẫn, giúp đỡ nhà nông trong việc áp dụng các kỹ thuật tiến bộ, sản xuất ra sản phẩm đáp ứng nhu cầu của thị trường, thực hiện bao tiêu sản phẩm với giá thỏa thuận nhằm đảm bảo lợi ích của cả hai phía.

Ngân hàng bao gồm các ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng, thuộc sự quản lý của nhà nước. Liên kết giữa ngân hàng và nhà nông thể hiện ở chỗ nắm bắt, đáp ứng nhu cầu của nhà nông về huy động vốn và cho vay tín dụng để đảm bảo cho nhà nông có đủ vốn để đầu tư thâm canh, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm, hạn chế rủi ro và thất thoát vốn.

+ Nhà nông là những người trực tiếp làm ra sản phẩm nông nghiệp, bao gồm các hộ nông dân, các trang trại, các doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp và các hợp tác xã. Liên kết giữa nhà nông với nhà khoa học, nhà doanh nghiệp, ngân hàng và nhà nước thể hiện ở các mặt sau:

- Cùng với nhà khoa học xác định các ưu tiên nghiên cứu, thẩm định kết quả, tiếp nhận và chuyển giao các kỹ thuật tiến bộ đã được khẳng định và thực hiện việc chi trả cho các sản phẩm khoa học được ứng dụng;
- Thực hiện các cam kết trong hợp đồng đã ký kết với các doanh nghiệp về bao tiêu, chế biến nông sản phẩm;
- Thực hiện các cam kết với ngân hàng trong thanh toán tiền vay và tiền lãi đúng kỳ hạn;
- Thực hiện tốt các quy định pháp lý về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm do nhà nước quy định.

+ Nhà nước bao gồm các Bộ, ngành mà trọng tâm là Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ thương mại, Bộ tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Tổng cục hải quan, v.v. Ủy ban nhân dân các cấp. Mối liên kết giữa nhà nước và nhà

nông, giữa nhà nước với các nhà khoa học, nhà doanh nghiệp, ngân hàng thể hiện chủ yếu ở 3 mặt sau:

- Xây dựng hành lang pháp lý cho các bên nói trên thực hiện liên kết có hiệu quả trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông phẩm;
- Hướng dẫn và giám sát các bên tham gia thực hiện hiệu quả các quá trình liên kết;
- Cung cấp kịp thời các thông tin về cung, cầu, giá sản phẩm giúp nhà nông, nhà doanh nghiệp, các bên liên quan có những quyết định sản xuất – kinh doanh phù hợp với nhu cầu thị hiếu của thị trường

Thực hiện tốt các mối liên kết trên sẽ thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ nông sản cho nông dân, đảm bảo nông nghiệp phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa, theo hướng công nghiệp hóa và hiện đại hóa.

Để khắc phục những bất cập trong việc tự ý phá vỡ hợp đồng, không thực hiện các cam kết đã ký từ phía nhà nông và doanh nghiệp cần phải đề cao tính pháp lý ràng buộc các bên thực hiện hợp đồng. Ngoài ra, cần phải tính đến sự liên kết phải xuất phát từ tính tự nguyện của các bên, đôi bên cùng có lợi bằng cách:

- *Áp dụng nhiều hình thức thỏa thuận* trong hợp đồng (thỏa thuận về giá tiêu thụ, thỏa thuận về lượng) để đảm bảo chia sẻ rủi ro, phân phối hài hòa lợi ích kinh tế của đôi bên, cả khi thuận lợi lẫn lúc khó khăn.
- *Xây dựng cơ chế điều hòa*, bảo hiểm cho các hợp đồng tiêu thụ nông sản theo nguyên tắc lấy lãi bù lỗ, dành một phần lãi khi giá lên bù cho lỗ khi giá xuống để ổn định giá cả, từ đó ổn định lợi ích kinh tế của nông dân và doanh nghiệp tính bình quân trong khoảng thời gian từ 4 đến 5 năm.
- *Phát huy tính dẫn dắt*, định hướng thị trường và nêu cao vai trò của doanh nghiệp nhà nước trong việc thực hiện cơ chế, chính sách của nhà nước, củng cố uy tín và lòng tin của doanh nghiệp nhà nước đối với nông dân, đồng thời tăng cường giáo dục, giác ngộ ý thức trách nhiệm pháp luật của nông dân trong việc thực hiện các nghĩa vụ đã thỏa thuận và cam kết theo hợp đồng.
- *Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp* tham gia đầu tư vào sản xuất nông nghiệp và ngược lại nông dân góp vốn, mua cổ phần, liên doanh đầu tư cùng doanh nghiệp hoặc trở thành đơn vị kinh doanh vệ tinh của doanh nghiệp, từ đó dần dần hình thành và phát triển các tổ hợp nông – công – thương theo chế độ sở hữu hỗn hợp, thực hiện sự liên kết giữa nhà nông với nhà chế biến công nghiệp và nhà buôn, nhất thể hóa sản xuất nông nghiệp với sản xuất công nghiệp và lưu thông hàng hóa.

Các chính sách này được thực hiện sẽ cải thiện tình hình phá vỡ các cam kết, giúp nhà nông và các doanh nghiệp chủ động và mạnh dạn hơn trong việc tham gia ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản, ổn định sản xuất, đảm bảo đầu ra cho các sản phẩm nông sản.

3.2.2 Giải pháp thứ hai: Giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh:

Nhóm những mặt hàng có khả năng cạnh tranh của nước ta và là lợi thế cạnh tranh của vùng Đông Nam Bộ là cà phê, điều; nhóm mặt hàng có khả năng cạnh tranh nhưng có thêm điều kiện hỗ trợ là chè, cao su, rau, dứa; và nhóm có khả năng cạnh tranh thấp là mía đường, bông, cây có dầu, đậu tương, bắp. Để nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng nông sản vùng Đông Nam Bộ cần có các giải pháp cụ thể gắn liền với các hoạt động sản xuất:

- *Cải tiến giống cây trồng*, thực hiện chương trình về giống cây trồng theo Quyết định 225/1999/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ là yêu cầu cấp bách nhằm đáp ứng cho sự phát triển của sản xuất, cung ứng lương thực, thực phẩm chất lượng cao phục vụ cho thị trường nội địa và nhu cầu xuất khẩu, hội nhập và nâng cao sức cạnh tranh trong khi đất canh tác vùng Đông Nam Bộ đang giảm nhanh. So với các biện pháp khác, giống là một trong những biện pháp đem lại hiệu quả kinh tế nhanh và cao trong sản xuất nông nghiệp, phục vụ cho sự phát triển bền vững của nền sản xuất hàng hóa. Các chương trình về giống cần phải đáp ứng các yêu cầu sau:
 - Phải đảm bảo có đủ giống và giống có chất lượng tốt cung cấp cho nhu cầu sản xuất, trước hết là các ngành sản xuất quan trọng liên quan đến cơ cấu cây trồng chủ lực của vùng như cà phê, cao su, chè, điều, hồ tiêu, rau, cây ăn quả, cây có dầu, mía đường...
 - Kết hợp công nghệ hiện đại và công nghệ truyền thống theo hướng sử dụng ưu thế lai, đồng thời giữ được tính đa dạng sinh học, từng bước áp dụng công nghệ sinh học trong lai tạo giống.
 - Hình thành hệ thống sản xuất và dịch vụ giống cây trồng phù hợp với cơ chế thị trường.
 - Khuyến khích các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia nghiên cứu, lai tạo và sản xuất giống tốt, cung ứng cho nhu cầu sản xuất.
 - Tăng cường quản lý về giống cây trồng.
- *Hiện đại hóa phương thức canh tác*, đẩy mạnh ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật để thay đổi cơ cấu mùa vụ, cơ cấu giống cây trồng có năng suất cao, thích hợp với điều kiện sinh thái của vùng Đông Nam Bộ, góp phần nâng cao năng suất, sản lượng, chất lượng các sản phẩm trồng trọt, đa dạng hóa các sản phẩm trồng trọt theo hướng một nền nông nghiệp sản xuất hàng hóa.
 - Cần đầu tư thích đáng về máy móc, thiết bị, các công trình thủy lợi, tưới tiêu thoát úng thông qua các chương trình thủy lợi hóa, cơ giới hóa, điện khí hóa và cơ giới hóa sản xuất nông nghiệp.
 - + Về thủy lợi: Tiếp tục mở rộng các diện tích được tưới tiêu bằng công trình, nâng cao năng lực quản lý và vận hành các hệ thống thủy nông thôn, áp dụng các kỹ thuật tưới tiêu tiên tiến với thiết bị hiện đại vào các nông trường, trang trại. Thực hiện Quyết định số 58/QĐ-TTg ngày 26/4/2002 của Thủ tướng Chính

phủ về việc tăng cường phân cấp, quản lý chuyển giao các công trình nhỏ nhằm khai thác có hiệu quả hệ thống các công trình tại địa phương. Nhà nước kết hợp cùng với các nông hộ trong việc đầu tư, khai thác hiệu quả các công trình thủy lợi phục vụ sản xuất.

- + Cơ giới hóa: Thực hiện cơ giới hóa trước hết nhắm vào các ngành có sản phẩm khối lượng hàng hóa và giá trị kinh tế cao của vùng Đông Nam Bộ, hướng mạnh ra xuất khẩu. Tập trung đẩy mạnh cơ giới hóa các khâu nặng nhọc, thời vụ có tính khẩn trương, các khâu sau thu hoạch. Tiến hành cơ giới hóa cần tập trung vào việc cơ giới hóa trồng trọt: chủ yếu phục vụ một số cây trồng chính thuộc nhóm nông sản chiến lược có khối lượng lớn để xuất khẩu, thay thế hàng nhập khẩu của vùng như ngô, cao su, chè, cà phê, điều, mía đường... từng bước và tiến tới cơ giới hóa cơ bản trong các khâu: làm đất, cải tạo đất, gieo trồng chăm sóc, cơ giới hóa khâu thu hoạch.
- Hiện đại hóa các phương thức canh tác gắn liền với việc quy hoạch tập trung vào các vùng, chủ lực của vùng Đông Nam Bộ để biến các lợi thế về đất đai, thổ nhưỡng của vùng thành lợi thế kinh tế theo hướng chuyên môn hóa, thâm canh hóa.
- Hiện đại hóa các phương thức canh tác được thực hiện qua việc vận động, khuyến khích nông dân đầu tư vào sản xuất, thực hiện “dồn điền, dồn thửa” trên cơ sở hợp tác và tự nguyện; khuyến khích việc hình thành các liên doanh, liên kết trong sản xuất kinh doanh, chuyển dần các kinh tế hộ gia đình, trang trại có quy mô sản xuất nhỏ vùng sang hướng sản xuất quy mô lớn, chuyên sâu.
- *Đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch và bảo quản nông sản:* Tình trạng thừa ứ một số mặt hàng nông sản trong những năm qua đã làm cho những người nông dân được mùa, thu hoạch tăng mà vẫn nghèo túng. Do đó, cần phải đẩy mạnh công nghiệp chế biến và công nghiệp sau thu hoạch nhằm giải quyết tình trạng ứ đọng hàng hóa nông sản, tăng giá trị sản phẩm và nâng vị thế của nông sản trên thị trường kể cả thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu. Phát triển công nghiệp chế biến là lợi thế và phải được coi là ưu tiên hàng đầu trong chiến lược phát triển của vùng Đông Nam Bộ. Nhu cầu đầu tư cho công nghiệp chế biến nông sản trong giai đoạn sắp tới (2001 – 2010) của vùng Đông Nam Bộ là vào khoảng 1,5 – 2,0 tỷ USD. Trong giải pháp này cần chú ý đến các đặc điểm sau:
 - Tính chất đa dạng của nông nghiệp và tình trạng sản xuất phân tán, khâu chế biến nông sản của chúng ta cũng rất khó thực hiện. Do đó, cần phải đầu tư một cách tập trung và thích ứng với từng vùng nguyên liệu để đầu tư mang lại hiệu quả cao.
 - Đầu tư vào công nghệ sau thu hoạch là vô cùng tốn kém, đôi khi nằm ngoài tầm tay của nông dân và các doanh nghiệp trong nước. Giải pháp ở đây là Nhà nước đầu tư cơ sở vật chất để giúp nông dân tăng giá trị nông sản làm ra; Nhà nước khuyến khích các chủ trang trại dành một phần vốn đầu tư để cùng Nhà nước

đầu tư vào các công nghệ chế biến và bảo quản nông sản. Nếu Nhà nước không làm thì cần tạo điều kiện ưu đãi cho các nhà đầu tư nước ngoài tham gia xây dựng, trước hết là các công trình lớn về bảo quản.

- **Đẩy mạnh việc thực hiện các chương trình, tập trung vào các trọng tâm sau:**

- *Về lương thực:* nâng cao chất lượng gạo tương đương với chất lượng gạo của Mỹ, Thái Lan; đảm bảo chế độ sấy, bảo quản, vận chuyển, xay xát, hạ tỷ lệ tấm, tỷ lệ rạn vỡ, thời gian lại cám, tỷ lệ tạp chất, hạt bầu, độ trắng đục.v.v., hạ giá thành gạo đến mức thấp nhất; sử dụng thiết bị sấy hiện đại; các kho chứa có thể đảo hạt, bảo đảm tiêu chuẩn về nhiệt độ và độ ẩm, các thiết bị vận chuyển bốc dỡ bằng sức gió.
- *Về mía đường:* Cơ giới hóa việc thu hoạch và vận chuyển mía. Các nhà máy đường cần đầu tư thêm dây chuyền tận dụng phụ phẩm làm phân vi sinh, cồn, ván ép.
- *Về chế biến chè:* Áp dụng quy trình hái lá, đốn chặt tiên tiến, chế biến nhiều mặt hàng phù hợp với nhu cầu nội tiêu và xuất khẩu; phát triển các cây thảo mộc truyền thống để phối hợp với chè nhằm sản xuất ra các loại nước uống thảo mộc, hợp khẩu vị, rẻ.
- *Về chế biến rau quả:* Xây dựng hệ thống thu hái, tuyển chọn, bảo quản, đóng gói những loại rau quả có chất lượng cao, phục vụ xuất khẩu tươi và tiêu dùng tươi ở thành thị; chế biến thành đồ hộp, nước quả, nước cô đặc... các loại rau quả có khối lượng cung vượt cầu, không tiêu thụ tươi được; xây dựng hệ thống kho mát từ vùng nguyên liệu đến thành phố, cửa khẩu, cảng biển để bảo quản nông sản trong khi chờ chuyển đi; xây dựng các cơ sở chế biến theo yêu cầu của thị trường tiêu dùng, chuyển về thành phố để tiêu thụ; trang bị các phương tiện chuyên chở có phòng lạnh để vận chuyển trong nước và xuất khẩu tập trung vào các thị trường Mỹ, Nhật, Đài Loan, EU, SNG và Đông Âu.
- *Về chế biến điều:* Tận dụng chế biến các sản phẩm khác nhau từ điều như dầu vỏ hạt điều, nước uống, thức ăn gia súc.
- *Về chế biến cà phê:* Với sự bão hòa của cà phê dạng thô, cần dồn sức cho chế biến. Đảm bảo rang, xay tốt để có cà phê chất lượng đặc biệt; lau, rửa, đánh bóng và ủ lên men đúng các kỹ thuật hình thành các hợp chất thơm để có cà phê hạt với màu sắc, kích thước, độ bóng đồng nhất để có giá cao trong xuất khẩu.
- *Về chế biến cao su:* Đầu tư vào khâu thu hoạch và chế biến mủ cao su, tạo ra nhiều chủng loại phong phú cho cao su nguyên liệu, điều chỉnh chất lượng cao su nhằm nâng cao giá của các loại sản phẩm cao su. Với việc đầu tư hoặc liên doanh để chế biến các sản phẩm tiêu dùng từ nguyên liệu cao su, tạo ra những giá trị mới cho cây cao su.

- Tiếp tục tăng cường đầu tư cho các nhà máy với các công nghệ và thiết bị hiện đại, chế tạo các phụ tùng thay thế bảo đảm yêu cầu sửa chữa hàng năm và tiến tới thiết kế chế tạo trong nước để giảm nhu cầu nhập khẩu, tiết kiệm ngoại tệ. Các nhà máy, tổ hợp sản xuất chế biến phải nhanh chóng tiếp cận, hoàn thiện và xây dựng thành các đơn vị theo tiêu chuẩn ISO, HACCP nhằm đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng trong và ngoài nước. Có kế hoạch phấn đấu tăng năng suất, chất lượng, giảm giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh... để duy trì và giữ vững thị trường.
- *Nghiên cứu loại bỏ và phòng ngừa sâu bệnh:* Tăng cường khả năng phòng ngừa sâu bệnh cho các loại cây trái, rau quả hoa màu bằng biện pháp áp dụng các giống mới có khả năng kháng bệnh và chịu được các điều kiện tự nhiên. Đẩy mạnh việc ứng công nghệ sinh học trong việc loại bỏ và phòng ngừa sâu bệnh; ứng dụng công nghệ vi sinh trong sản xuất vi nấm, vi sinh, bài trừ dịch hại ít dùng hóa chất. Trong quá trình thực hiện cần chú trọng các vấn đề:
 - Dự báo khả năng phát sinh gây hại của các loài sâu bệnh trên từng loại cây và tại các địa phương nhằm xác định các loại sâu bệnh chính có thể xảy ra, xác định các vùng trọng điểm để đưa ra các phương pháp phòng trừ thích hợp.
 - Các Trung tâm bảo vệ thực vật vùng, các Chi cục bảo vệ thực vật tỉnh phải thường xuyên theo dõi và nắm chắc các diễn biến của thời tiết, cây trồng, thực hiện nghiêm các quy định về điều tra, phát hiện sớm sâu hại cây trồng để thông báo cho nông dân chủ động có các biện pháp xử lý kịp thời. Hướng dẫn các biện pháp kỹ thuật kiểm tra, phòng trừ sâu bệnh cho các địa phương.
 - Tăng cường sự quản lý, tuyên truyền, hướng dẫn nông dân trong việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật một cách an toàn, không gây ảnh hưởng đến sức khỏe và môi trường, nâng cao kiến thức về chăm sóc sức khỏe cho lao động nông nghiệp.
 - Nghiên cứu và đưa vào ứng dụng các chương trình loại bỏ và phòng ngừa sâu bệnh bằng các phương pháp tự nhiên, thiên địch, tạo cân bằng sinh thái trong sản xuất nông nghiệp. Phát triển các hình thức trồng rau, quả, thực phẩm an toàn, sạch như ứng dụng công nghệ sản xuất cách ly trong nhà lưới không sử dụng phân bón, nông dược vô cơ; công nghệ sản xuất cách ly trong nhà lưới có sử dụng giới hạn nông dược vô cơ. Mở rộng các mô hình ứng dụng kỹ thuật cao như mô hình rau, hoa tại thành phố Đà Lạt (Lâm Đồng).
- *Tiêu chuẩn hóa các loại nông sản:* Một trong những giải pháp nhằm tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa nông sản Việt Nam nói chung và của miền Đông Nam Bộ nói riêng là phải tiêu chuẩn hóa các loại nông sản. Các giải pháp được thực hiện là:
 - Tiến hành xây dựng các tiêu chuẩn cho từng mặt hàng nông sản và nhanh chóng đưa vào áp dụng các chuẩn để cho ra các sản phẩm hàng hóa có tính

ạnh tranh cao. Các tiêu chí để xây dựng các tiêu chuẩn cho các mặt hàng nông sản là:

1. Đẹp: Tức mặt hàng nông sản đó phải sạch sẽ, không bị nhiễm bẩn (gạo, cao su, cà phê, tiêu, điều không lẫn tạp chất); không có vết sâu bệnh, không bầm dập, xây xước, đồng đều về màu sắc, kích thước, hình dạng, trọng lượng, độ già (rau, quả, trái cây, các loại nông sản dạng hạt).
 2. Ngon: Phải có mùi vị đặc trưng khi dùng hoặc khi chế biến: như mùi thơm đặc trưng của cà phê khi rang; mùi của gạo khi nấu, vị đắng đặc trưng của các loại cà phê; mùi thơm, vị ngọt, bùi, hạt phải bé, ít hoặc không có hạt của các loại trái cây.v.v.
 3. An toàn: Dư lượng thuốc trừ sâu, phân bón, các độc tố khác và vi sinh gây hại không vượt quá mức cho phép của các tiêu chuẩn Việt Nam, tiêu chuẩn quốc tế. Phát triển các loại rau sạch, trái cây an toàn, các giống cây công nghiệp không gây phung hại hệ sinh thái hoặc đa dạng sinh học của vùng.
 4. Độ ổn định của chất lượng: đảm bảo khả năng ổn định về chất lượng của sản phẩm cung cấp trong một thời gian dài, theo đúng những cam kết trong hợp đồng, không bị biến động theo sự thay đổi của giá cả thị trường.
 5. Độ ổn định về lượng: Lượng hàng hóa nông sản cung cấp cho khách hàng không thể gom từ mỗi chỗ một ít, mà phải cung cấp một lượt với khối lượng lớn để đáp ứng mọi đơn hàng của khách hàng, theo đúng cam kết về thời gian giao hàng trong hợp đồng.
 6. Giá cả: Giá các loại mặt hàng nông sản phải có tính cạnh tranh so với những nơi khác, phù hợp thu nhập và những yêu cầu về chất lượng với người sử dụng.
- Đảm bảo về giống, kỹ thuật trồng trọt, kỹ thuật thu hái, công nghệ sau thu hoạch, tiêu chuẩn phân loại, chế biến để đảm bảo tuân thủ đúng các tiêu chuẩn đã đề ra hoặc đã ký kết trong hợp đồng, hoặc các yêu cầu của thị trường đối với các mặt khác nhau trong thị trường nội địa và trong xuất khẩu. Có như vậy mới đảm bảo khả năng cạnh tranh và tiêu thụ nông sản ở mức độ hàng hóa.
 - Nhanh chóng xây dựng thương hiệu cho các loại hàng hóa nông sản: Yếu tố này sẽ trở nên quan trọng nếu như các tiêu chí để xây dựng tiêu chuẩn cho các mặt hàng nông sản được đảm bảo. Thương hiệu ở đây có thể là thương hiệu của *mặt hàng nông sản đặc trưng nơi sản xuất* hoặc thương hiệu của *nhà phân phối mặt hàng nông sản đặc trưng* (Ví dụ: xây dựng thương hiệu đặc sản của vùng như chôm chôm Long Thành, bơ Đà Lạt, thanh long Phan Thiết; xây dựng thương hiệu của nhà phân phối như *Cửa hàng Lang Biang* chuyên cung cấp hoa tươi Đà Lạt, hay cách xây dựng thương hiệu của *Cà phê Trung Nguyên* chuyên cung cấp các loại cà phê vùng Đak Lak). Khi đó, một mặt hàng có thương hiệu sẽ có tính

ạnh tranh cao trên thương trường, tạo được sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với mặt hàng nông sản của vùng, nơi sản xuất. Uy tín cao của thương hiệu sẽ tạo sự trung thành của khách hàng với hàng hóa của người sản xuất và là điều kiện rất quan trọng để thâm nhập vào các thị trường mới.

- Cuối cùng là tính pháp lý của tiêu chuẩn hàng hóa, tức các tiêu chuẩn này phải được các Hiệp hội (Hiệp hội trái cây Việt Nam, Hiệp hội cà phê, Hiệp hội cao su, tiêu, điều...) xây dựng nhằm đảm bảo tính thống nhất và tính đa dạng của sản phẩm hàng hóa nông sản. Việc xây dựng các tiêu chuẩn này phần nào sẽ giúp các doanh nghiệp và người nông dân có cơ sở để đánh giá sản phẩm trong việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ, ký kết các hợp đồng xuất khẩu hàng hóa.
- *Phát triển cơ sở hạ tầng cho tiêu thụ nông sản:* Cơ sở hạ tầng là yếu tố quan trọng và có ý nghĩa rất lớn trong việc phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản của miền Đông Nam Bộ trên thị trường nội địa và quốc tế. Toàn bộ cơ sở hạ tầng phục vụ cho việc tiêu thụ hàng hóa như đường giao thông, hệ thống điện nước; mạng lưới cửa hàng, siêu thị, trung tâm thương mại, hệ thống kho tàng bến bãi, mạng lưới thông tin liên lạc, trung tâm hội chợ triển lãm của vùng Đông Nam Bộ mặc dù được xem là tốt của cả nước nhưng phát triển không đồng đều giữa các địa phương trong vùng ở một số mặt như sau:
 - Hệ thống kết cấu chuyên dùng phục vụ cho tiêu thụ nông sản vẫn được xem là chưa thực sự phát triển, còn rất nhiều xã, phường chưa có chợ, chưa hình thành được các trung tâm thương mại rộng khắp các tỉnh, thiếu hệ thống kho lạnh, xe lạnh, kho chứa đủ tiêu chuẩn bảo quản.
 - Hệ thống kho bãi đang xuống cấp nghiêm trọng do một thời gian dài sử dụng nhưng không tu sửa; không sử dụng hoặc chuyển đổi mục đích sử dụng. Đây là nguyên nhân chính dẫn tới tỷ lệ hao hụt sau thu hoạch cao.
 - Hệ thống hợp tác chưa phải là đặc trưng trong mạng lưới tiêu thụ nông sản của miền Đông Nam Bộ, hệ thống bán lẻ hình thành một cách tự phát, các dịch vụ phân phối yếu và thiếu.

Các giải pháp đề xuất cho việc phát triển cơ sở hạ tầng tiêu thụ nông sản là:

- Nhà nước đầu tư để xây dựng các cơ sở hạ tầng tiêu thụ quan trọng như chợ đầu mối, kho đầu mối, bến bãi giao nhận hàng hóa, cơ sở cung cấp thông tin...
- Khuyến khích và thu hút đầu tư: Huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau, sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn ngân sách, vay và hỗ trợ của Nhà nước, có chính sách ưu đãi thông thoáng để thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào các công trình hỗ trợ việc tiêu thụ nông sản, khuyến khích để các doanh nghiệp và người dân đầu tư vào cơ sở hạ tầng với phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm.
- Có chính sách thuế hợp lý đối với các đầu tư vào cơ sở hạ tầng phục vụ việc tiêu thụ, đặc biệt là các vùng sâu và vùng xa. Những cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động kinh doanh nông sản, cơ sở hảng phục vụ cho việc tạm trữ như kho

- chứa, bến bãi, phương tiện vận chuyển nông sản cần phải được miễn giảm hoặc có những hỗ trợ từ phía Nhà nước thông qua chính quyền địa phương sở tại.
- Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cần gắn liền với quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hoá nông nghiệp và yêu cầu hội nhập quốc tế của đất nước.
- Việc đầu tư xây dựng, khai thác và quản lý cơ sở hạ tầng phục vụ việc tiêu thụ hàng hóa phải dựa trên quy hoạch và chương trình quốc gia, kết hợp quản lý theo ngành với địa phương và lãnh thổ.
- Đầu tư cho sở sở hạ tầng phục vụ cho việc lưu chuyển và tiêu thụ hàng hóa nói chung và nông sản nói riêng là quá trình liên tục, kết hợp với các mục tiêu trước mắt và lâu dài. Công trình nào quan trọng và cấp bách, phục vụ được nhiều mục đích thì làm trước, sau đầu tư cần phải quản lý và bảo dưỡng tốt.

3.2.3 Giải pháp thứ ba: Giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản:

Hàng nông sản của vùng Đông Nam Bộ nói riêng và nước ta nói chung có nhiều loại mặt hàng khác nhau cung ứng cho thị trường trong và ngoài nước, do tính đa dạng và phức tạp về địa hình của mỗi vùng, mỗi tỉnh nên việc tiêu thụ nông sản cũng mang nhiều tính phức tạp khác nhau nên hiện tại có nhiều kênh tiêu thụ hàng hòa nông sản khác nhau song song tồn tại.

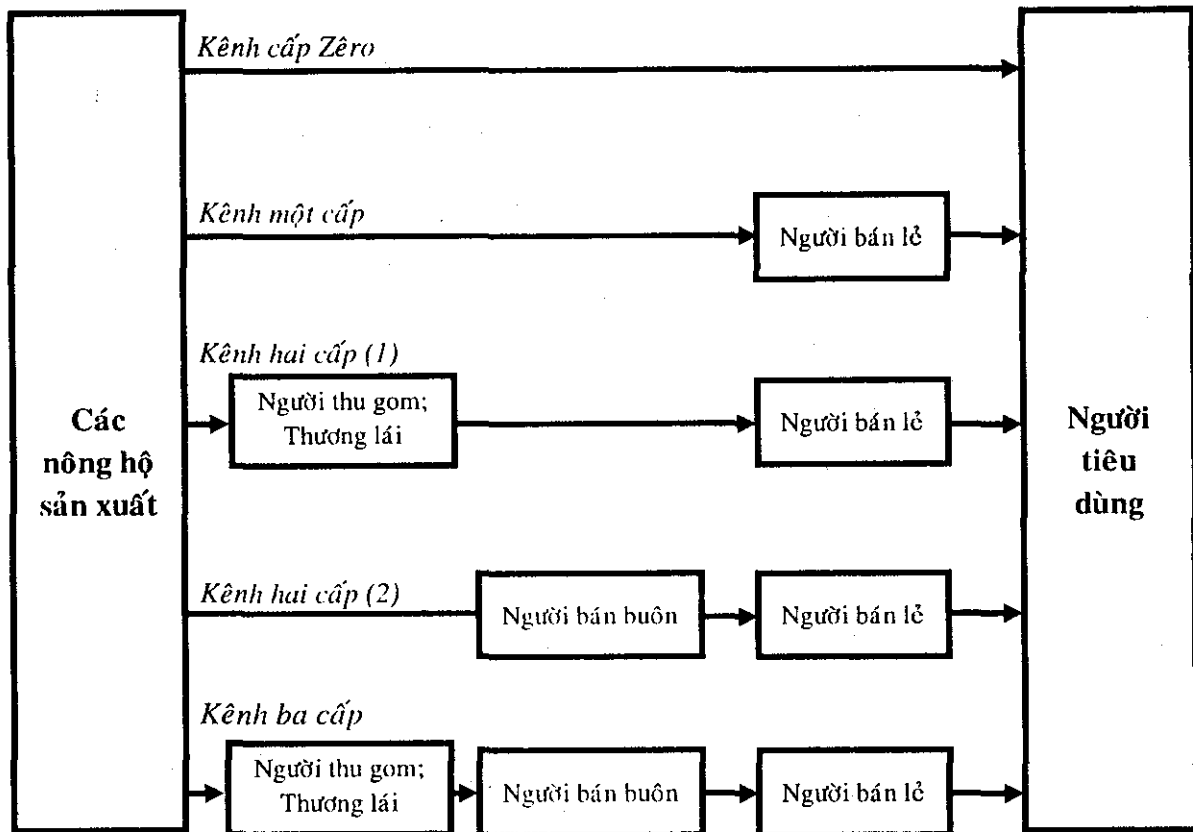
3.2.3.1 Phát triển các kênh tiêu thụ hàng nông sản:

➤ Giải pháp cho kênh phân phối hàng nông sản tiêu dùng:

Một trong những giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản là tác động vào các kênh tiêu thụ hiện tại để định hướng sự phát triển của thị trường phù hợp với sự phát triển chung của sản xuất nhằm đáp ứng các chiến lược phát triển nền sản xuất nông nghiệp tại vùng Đông Nam Bộ. Các giải pháp sẽ hình thành thông qua sự tác động vào các trung gian tiêu thụ của các loại kênh phân phối hàng nông sản từ người sản xuất là các hộ nông dân đến người tiêu thụ cuối cùng với các loại kênh:

Có thể biểu diễn các kênh tiêu thụ hàng nông sản như sơ đồ 3.1, sử dụng các chính sách nhằm tác động đến các trung gian tiêu thụ trong kênh:

- *Đối với kênh phân phối hàng nông sản là kênh cấp Zero:* người sản xuất trong kênh này thường là nhỏ hoặc rất nhỏ, có cơ cấu cây trồng là vườn tạp nên sản lượng thấp, sản xuất chủ yếu để tiêu dùng khi có dư bán ra trực tiếp cho người tiêu dùng. Không khuyến khích hoặc hạn chế phát triển kênh phân phối này.
- *Kênh một cấp:* hoạt động phân phối của kênh thường là trong khu vực gần nơi sản xuất hoặc tại các thành phố lân cận. Kênh này khá phổ biến đối với hàng nông sản là hoa quả, trái cây – biểu hiện của nền sản xuất nhỏ đặc trưng của nước ta. Chính sách thực hiện là duy trì các kênh này phần nào giúp tiêu thụ tại địa phương.

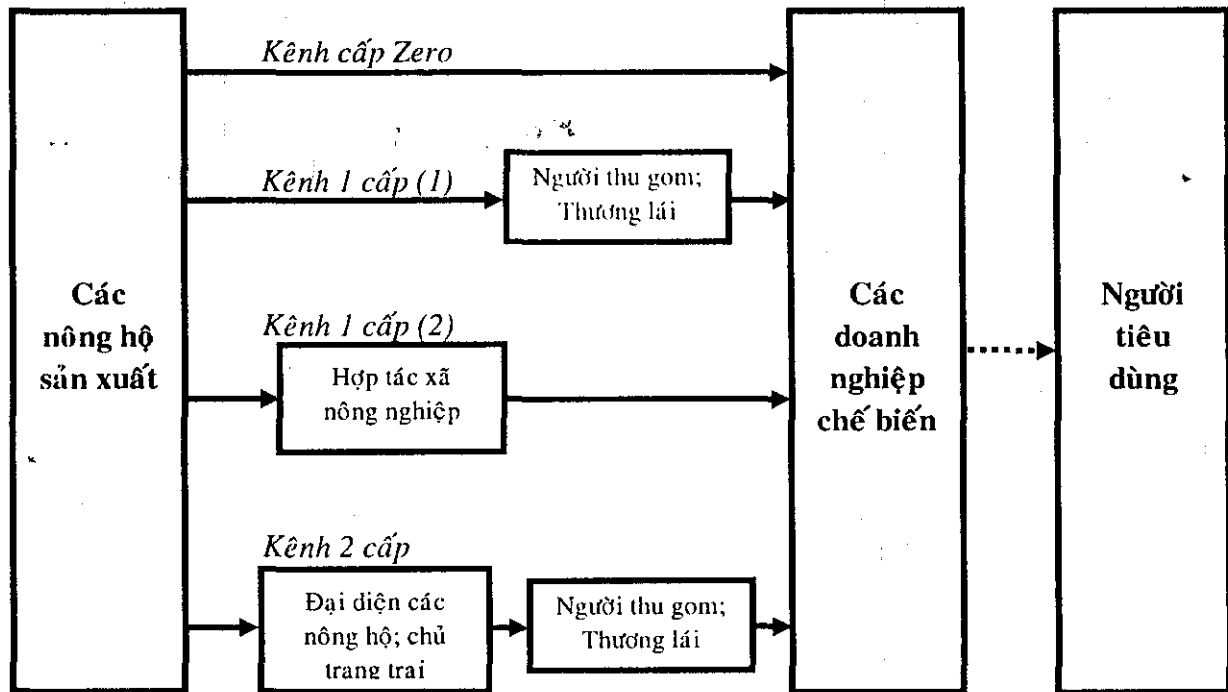


Sơ đồ 3.1: KÊNH PHÂN PHỐI HÀNG NÔNG SẢN TIÊU DÙNG

- *Kênh hai cấp (1)*: Xuất hiện người thu gom hàng hoặc thương lái nhằm cung cấp cho các chợ bán lẻ ở các trung tâm thị xã, thành thị lớn trong nước. Chính sách áp dụng là tiếp tục duy trì vì khả năng linh hoạt trong việc thu gom hàng hóa tại các vùng gặp khó khăn về phương tiện chuyên chở và cơ sở hạ tầng.
- *Kênh hai cấp (2) và kênh ba cấp*: Các loại kênh này cho thấy mức độ sản xuất hàng hóa lớn nên xuất hiện những người bán buôn, người thu gom, các thương lái đi thu gom hàng cung cấp cho các tỉnh thành trong cả nước hoặc xuất khẩu (người tiêu dùng ở các loại kênh này được hiểu là bao gồm cả người tiêu dùng trong nước và người tiêu dùng ở các nước mà ta xuất khẩu). Kênh tiêu thụ này đặc trưng cho sản xuất của các trang trại vùng Đông Nam Bộ. Giải pháp là khuyến khích và hỗ trợ cho việc phát triển các kênh tiêu thụ loại này. Đối với các loại kênh này cần thực hiện các chính sách khuyến khích hình thành và phát triển các loại trung gian như:
 - + Nhà thầu: ký hợp đồng với các hộ nông dân mua hoa màu trên đồng và tự thực hiện việc thu hoạch để đảm bảo chất lượng của hàng nông sản sau thu hoạch.
 - + Ngoài những người thu gom, thương lái và những người bán buôn mua sản phẩm đã thu hoạch tại các trang trại nên hình thành loại hình Hợp tác xã thương mại hoặc đại diện (là những người nắm bắt các thông tin thị trường về sản lượng, giá cả) của các hộ nông dân tại địa phương để thu gom hàng nông sản của

các nông hộ đem giao lại cho các chợ tại địa phương, các tỉnh thành, cho các đầu mối xuất khẩu nông sản; hoặc những người đại diện các trang trại đứng ra ký kết các hợp đồng mua bán với những người bán buôn hoặc những người thu gom nhằm tránh tình trạng thiếu hiểu biết các thông tin về thị trường và bị ép giá.

➤ Giải pháp về các kênh phân phối hàng nông sản cho nhà sản xuất chế biến:



→ Kênh phân phối nông sản từ người sản xuất đến người tiêu thụ là nhà sản xuất chế biến

.....→ Kênh phân phối riêng của người sản xuất chế biến

Sơ đồ 3.2: KÊNH PHÂN PHỐI HÀNG NÔNG SẢN CHO NHÀ SẢN XUẤT CHẾ BIẾN

Đối với kênh phân phối hàng nông sản cho tiêu thụ là nhà sản xuất chế biến thì tùy theo đặc điểm của từng kênh mà thực hiện các chính sách thích hợp:

- *Kênh cấp Zero*: kênh phân phối này thích hợp với nền sản xuất hàng hóa lớn, người sản xuất nông nghiệp phải là người hiểu rõ về thị trường và khả năng sản xuất của mình nhằm ký kết các hợp đồng tiêu thụ trực tiếp với các doanh nghiệp chế biến theo hợp đồng bao tiêu sản phẩm. Nhà nước khuyến khích phát triển việc phân phối hàng hóa theo kênh này nhằm đẩy mạnh việc thực hiện Quyết định 80/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng.
- *Các kênh còn lại*: Xuất hiện trung gian tiêu thụ là Hợp tác xã nông nghiệp và Người thu gom hàng hoặc các thương lái. Trung gian tiêu thụ ở đây có các đặc điểm:

+ Người thu gom hoặc các thương lái ở đây được hiểu như là những người phân phối hàng nông sản cho nhà sản xuất chế biến. Người thu gom là những người gom hàng cho các thương lái lớn hoặc thu gom hàng cho các đại diện của các nhà máy chế biến, những người này là những người dân địa phương, tại chỗ, hoặc những người làm thuê hoặc những người nông dân nhàn rỗi; người thu mua cũng có thể là những trạm thu mua của các doanh nghiệp chế biến hàng nông sản được lập ra tại các địa phương để thu gom hàng cho các nhà máy chế biến. Còn các thương lái là tư nhân chuyên thu mua hàng ở các nông trại hoặc nông trường lớn để bán lại cho các nhà máy sản xuất – chế biến hàng nông sản, họ có khả năng về kho tàng bảo quản, khả năng về tài chính để thực hiện các giao dịch mua bán. Cần có chính sách hỗ trợ về tín dụng hoặc các chính về thuế để tìm nguồn hàng cho các nhà máy chế biến và tiêu thụ hết sản phẩm cho nông dân.

+ *Hợp tác xã nông nghiệp*: hoạt động như những đại lý tiêu thụ, thích hợp với tình hình sản xuất hiện nay của nước ta nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng vì tính chất sản xuất nhỏ của các hộ nông. Các doanh nghiệp chế biến không thể đứng ra ký kết với hàng trăm hộ nông để thu mua đủ nguyên liệu cho sản xuất được, do đó cần có một người đại diện trung gian đứng ra đảm bảo việc ký kết hợp đồng tiêu thụ hay bao tiêu sản phẩm với các hộ nông. Hợp tác xã nông nghiệp được hình thành trên cơ sở tự nguyện của các hộ nông để đảm bảo sự thành công của các hợp đồng tiêu thụ được ký kết. Hỗ trợ cho sự phát triển của các hợp tác xã nông nghiệp là thực hiện đúng các chương trình và chủ trương của Nhà nước về tiêu thụ nông sản cho nông dân.

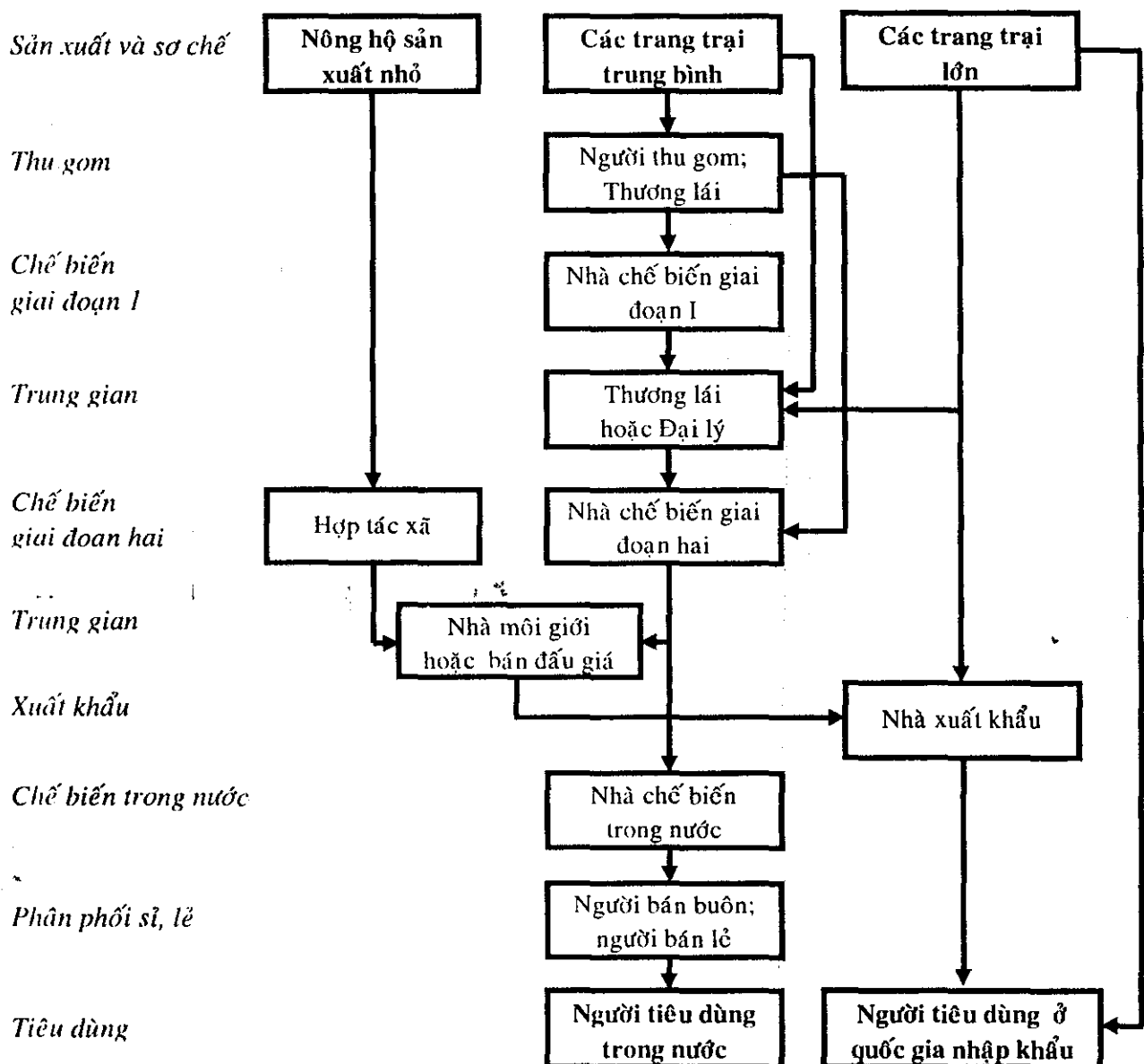
➤ Giải pháp về kênh tiêu thụ hàng nông sản cho tiêu dùng trong nước và cho xuất khẩu ở vùng Đông Nam Bộ:

Với giải pháp này sẽ hình thành kênh tiêu thụ xuyên suốt cho cho các nông hộ, đặc trưng là các trang trại sản xuất của vùng Đông Nam Bộ và kênh tiêu thụ được xây dựng thích hợp cho hàng nông sản thuộc cây công nghiệp như cà phê, cao su, điều.... Sơ đồ 3.3 cho thấy việc hình thành các kênh tiêu thụ song song cho hàng nông sản là các loại cây công nghiệp:

- Đối với hàng nông sản là cây công nghiệp có đặc thù là không có kênh tiêu thụ trực tiếp từ các nông hộ sản xuất tới người tiêu dùng mà phải qua các khâu chế biến trung gian hoặc xuất khẩu thô cho các trung gian nước ngoài. Tùy loại nông sản mà có thể qua một hoặc hai khâu chế biến.
- Tùy theo quy mô sản xuất sẽ xuất hiện các trung gian tiêu thụ hoặc chế biến khác nhau, nhưng tựu trung vẫn là các trung gian như người thu gom hoặc các thương lái, HTX, đại lý tiêu thụ, nhà chế biến công nghiệp, nhà xuất khẩu, người bán buôn và người bán lẻ chỉ xuất hiện ở giai đoạn sau chế biến.
- Trong các kênh phân phối cần thừa nhận vai trò của thương lái trong hệ thống kênh phân phối và tiêu thụ hàng nông sản ở nông thôn: thương lái giúp tiêu thụ phần lớn lượng nông sản của nông dân mặc dù trong vài năm qua vai trò của

thương lái chưa được coi trọng. Có thể hình dung để thấy được tầm quan trọng của các thương lái: hàng năm nước ta xuất khẩu gần 4 triệu tấn gạo thì thương lái đã góp phần thu mua đến 95%, phần do doanh nghiệp chế biến xuất khẩu trực tiếp thu mua của nông dân chiếm tỷ lệ không đáng kể, cho thấy thương lái là đội ngũ quyết định lưu thông hàng hóa nông sản ở nông thôn. Vì vậy, các doanh nghiệp nên tiến hành ký kết hợp đồng với các thương lái hoặc mời các thương lái tham gia vào hệ thống doanh nghiệp hoặc hợp tác trong việc tiêu thụ nông sản với doanh nghiệp.

- Cần đặc biệt hỗ trợ để phát triển sản xuất với quy mô trung bình và lớn cho hàng nông sản là cây công nghiệp vì đây là các mặt hàng chiến lược trong xuất khẩu của vùng và của cả nước. Các nông trại có quy mô sản xuất lớn có thể hình thành các kênh lưu thông hàng hóa nhanh hơn, ít trung gian do đó có thể giảm các chi phí để tăng khả năng cạnh tranh khi xuất khẩu.



Sơ đồ 3.3: KÊNH TIÊU THỤ HÀNG NÔNG SẢN TRONG NƯỚC VÀ XUẤT KHẨU Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

3.2.3.2 *Phát triển các phương thức tiêu thụ:*

Song song với việc phát triển các kênh phân phối cần có các giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản nhằm gia tăng khả năng tiêu thụ hàng hóa cho các nông hộ ở miền Đông Đông Nam Bộ. Các chính sách được áp dụng cụ thể cho từng phương thức:

- *Giảm thiểu việc tiêu thụ nông sản qua phương thức trao đổi phân tán:* vì phương thức này hạn chế sự phát triển sản xuất ở mức độ hàng hóa, khó cạnh tranh trên thị trường. Chính sách áp dụng là hạn chế sự phát triển, không hỗ trợ hoặc khuyến khích phương thức tiêu thụ này, áp dụng các chính sách nhằm dồn thửa, dồn ruộng theo quy mô lớn hơn.
 - *Phát triển mạnh phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối:* nhanh chóng hình thành các chợ đầu mối lớn tại các tỉnh thành có sản lượng hàng hóa nông sản lớn, khả năng tiêu thụ lớn. Chợ đầu mối nông sản sẽ là nơi kết thúc việc thu gom, quy tụ hàng nông sản, nơi khởi đầu cho các đầu mối xuất khẩu và phân tán hàng nông sản tới các siêu thị hoặc các chợ bán lẻ tại các địa phương hoặc các tỉnh thành khác trong cả nước, góp phần phát triển sản xuất và lưu thông hàng nông sản điển hình cho thị trường của một khu vực bao gồm nhiều huyện nhiều tỉnh lân cận như việc hình thành các chợ đầu mối nông sản lớn tại Tp.HCM, các chợ đầu mối tập trung hàng nông sản phẩm xuất nhập khẩu qua các biên giới tại Tây Ninh. Việc đầu tư phát triển chợ đầu mối có thể thực hiện theo các phương thức sau:
 - + Nhà nước hỗ trợ bằng cách cấp đất và miễn thuế kinh doanh chợ đầu mối trong 3 – 5 năm để doanh nghiệp tư nhân mạnh dạn đầu tư vốn và trực tiếp quản lý và khai thác.
 - + Nhà nước đầu tư xây dựng chợ đầu mối, sau đó tổ chức đấu thầu chuyển giao cho doanh nghiệp quản lý và khai thác.
 - + Nhà nước chủ động đầu tư, đồng thời huy động nguồn vốn (doanh nghiệp, cá nhân, hộ kinh doanh...) cùng tham gia xây dựng chợ đầu mối.
 - + Kết hợp việc xây dựng chợ đầu mối với các dự án và chương trình phát triển kinh tế xã hội để từng bước hoàn thiện mạng lưới các loại hình chợ nông sản từ nông thôn đến thành thị.
- Ngoài ra, chợ đầu mối khi tiến hành xây dựng phải đảm bảo các yếu tố sau:
- + Địa điểm xây dựng chợ đầu mối phải được chọn tại những nơi thích hợp nhất cho người mua, tốt nhất là cạnh các đầu mối giao thông giữa các tỉnh, cạnh sông, cạnh đường, cạnh sân bay...
 - + Phải đảm bảo có đầy đủ diện tích kho chứa, kho bảo với khả năng thông gió, kho bảo quản lạnh để các doanh nghiệp có thể dự trữ, phân loại hàng, đóng gói bao bì trước khi đưa tiêu thụ trong nước hoặc xuất khẩu. Về phía người nông dân có thể gửi hàng để chờ giá lên cao, để có thể làm cơ sở thế chấp hàng hóa để vay vốn đầu tư cho sản xuất, mua phân bón, mua vật tư nông nghiệp khác.

+ Chợ đầu mối phải là nơi phản ánh tình trạng phát triển kinh tế – kỹ thuật – xã hội của vùng. Chợ đầu mối phải giữ được vai trò điều tiết giá cả thị trường mạnh thông qua khả năng xây dựng và phát triển các kênh thông tin của mình; khả năng điều hành, quản lý tốt của những người điều hành chợ.

Ngoài việc chú trọng phát triển chợ đầu mối cũng cần chú trọng tới các chợ thị xã, chợ thị trấn để hỗ trợ cho việc tiêu thụ nông sản tại các địa phương. Đặc biệt cần phát triển hình thức siêu thị hàng nông sản tại các khu vực thành thị như Tp.HCM, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương. Cần có những chính sách để phát triển hình thức kinh doanh siêu thị như siêu thị Metro về hàng nông sản, siêu thị trái cây, các siêu thị chuyên kinh các loại hoa Đà Lạt (bước đầu hình thành tại Tp.HCM) là hình thức kinh doanh văn minh, hiện đại và khả năng lưu thông hàng hóa lớn.

- *Phương thức liên kết tiêu thụ:* Liên kết trong tiêu thụ nông sản thông qua việc ký kết hợp đồng là chủ trương lớn của Nhà nước. Để phát triển phương thức tiêu thụ này cần có những giải pháp hỗ trợ:

+ Tiếp tục phát triển và hình thành các Hợp tác xã trên cơ sở tự nguyện của các hộ nông. Đổi mới tổ chức và hoạt động của các hợp tác xã thương mại – dịch vụ theo hướng tái tổ chức lại các hợp tác xã hiện có (Hợp tác xã nông nghiệp, Hợp tác xã mua bán...) tổ chức thành các hợp tác xã cổ phần nông thôn để tăng khả năng liên kết, phát triển hoạt động của hợp tác xã theo hình thức đại lý hoặc hợp đồng tiêu thụ nông sản trên cơ sở của Luật Hợp tác xã (xem các hợp tác xã có hình thức hoạt động như những doanh nghiệp); đổi mới cơ chế góp vốn, cơ chế quản lý, cơ chế sử dụng lao động và cơ chế phân phối của hợp tác xã phù hợp với điều kiện thực tế của vùng Đông Nam Bộ, theo cơ chế thị trường.

+ Nhận thức được mặt tích cực của mạng lưới thu gom của tư thương nhằm định hướng các hoạt động của mạng lưới này theo hướng tham gia cùng với nhà nước phát triển lưu thông hàng hóa nông sản. Thực hiện các chính sách khuyến khích lực lượng này hoạt động theo phương thức ký kết hợp đồng với nông dân, trở thành các đại lý hoặc đối tác ký kết hợp đồng thu gom sản phẩm cho các doanh nghiệp.

+ Phát triển phương thức đại lý mua bán, hình thành mối liên kết chặt chẽ giữa đại lý và doanh nghiệp trong tiêu thụ nông sản. Tổ chức mạng lưới đại lý của doanh nghiệp trong đó thành phần chủ yếu là các hợp tác xã, các cá nhân và hộ kinh doanh. Từng bước thu hút và sử dụng những người buôn chuyến, thương lái, chủ vừa tham gia vào mạng lưới đại lý, đảm nhiệm việc mua bán, ủy thác cho doanh nghiệp.

+ Tăng cường sự quản lý của nhà nước về quy chế đại lý mua bán, thường xuyên kiểm tra, kiểm soát nhằm nâng cao chất lượng cũng như hiệu quả của việc ký kết và thực hiện các hợp đồng đại lý theo quy định của pháp luật.

+ Ngoài việc phát triển và tổ chức lại hợp tác xã phải lưu ý đến các hình thức trang trại (Hiện nay vùng Đông Nam Bộ có trên 9 nghìn trang trại với diện tích đất bình quân 5 – 6 ha). Hoạt động của trang trại cần được xem như là hoạt động của một doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nông thôn, các trang trại hội đủ điều kiện để thực hiện việc ký kết hợp đồng hai chiều trực tiếp với các doanh nghiệp lớn. Thực tế ở các nước phát triển cho thấy, các hợp tác xã, chủ trang trại, các nông trang lớn là những đơn vị chủ yếu ký kết hợp đồng cung cấp hàng nông sản cho thị trường tiêu thụ.

+ Hình thành và phát triển sự liên kết các doanh nghiệp thuộc các thành phần với nhau dưới nhiều hình thức theo cả chiều dọc (giữa các khâu, các công đoạn của quá trình lưu thông hàng hóa) lẫn chiều ngang (giữa các khu vực, các địa bàn của thị trường) để từng bước tạo ra sức mạnh cho các doanh nghiệp trong việc phát triển kinh doanh, chi phối và điều tiết được thị trường.

➤ *Phát triển phương thức tiêu thụ nông sản qua mạng*: phương thức tiêu thụ nông sản qua mạng có rất nhiều ưu điểm và tiềm năng phát triển vì vậy các doanh nghiệp trong nước và các trang trại sản xuất lớn, các hợp tác xã cần chú trọng hơn nữa loại hình này vì vừa tiết kiệm được chi phí giao dịch, chi phí xúc tiến thương mại, vừa mang lại hiệu quả cao và nhanh chóng. Nhà nước cần thực hiện các chính sách để khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp hoặc trang trại đưa hàng nông sản có chất lượng, khả năng cạnh tranh cao lên giới thiệu và thực hiện các hợp đồng tiêu thụ trong nước cũng như xuất khẩu:

- Nâng cao nhận thức về thương mại điện tử cho các doanh nghiệp, kể cả các trang trại sản xuất lớn.
- Tăng cường hỗ trợ cho các doanh nghiệp về nguồn lực tài chính và con người để phát triển thương mại điện tử ở các doanh nghiệp.
- Cung cấp các thông tin tốt nhất để hỗ trợ các doanh nghiệp khi tham gia vào các giao dịch qua mạng. Nhanh chóng triển khai và thực hiện chương trình “Cầu nối giao dịch thương mại điện tử” của Chính phủ do UNDP hỗ trợ trong việc tiêu thụ sản phẩm trong nước và thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa.
- Thiết lập các chuẩn mực pháp lý cho các giao dịch thương mại qua mạng để quản lý và điều chỉnh các quan hệ kinh tế thương mại, đảm bảo sự an toàn về mặt luật pháp của các giao dịch.
- Tiếp tục phát triển các giao dịch những mặt hàng nông sản khác qua mạng Nut Trade để tiêu thụ sản phẩm, hướng dẫn các bước và cách thức giao dịch cho các hiệp hội và những doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản. Hỗ trợ cho các hiệp hội sản xuất nông nghiệp xây dựng và hoàn thiện các Website giới thiệu hình ảnh và sản phẩm qua mạng.
- Riêng với các doanh nghiệp cần hoàn thiện các tiêu chuẩn để đáp ứng các yêu cầu, đòi hỏi của khách hàng với sự thống nhất cao về dữ liệu và thông tin; công bố các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, chỉ đưa những sản phẩm đáp ứng

được các yêu cầu về an toàn thực phẩm, về môi trường, nguồn gốc xuất xứ rõ ràng vào giao dịch thương mại điện tử. Thay đổi tổ chức quản lý và phương thức hoạt động của doanh nghiệp phù hợp với phương thức kinh doanh mới.

3.2.4 Giải pháp thứ tư: Giải pháp về xúc tiến tiêu thụ nông sản:

Giải pháp về xúc tiến tiêu thụ hàng nông sản là một trong những giải pháp cơ bản nhằm mở rộng khả năng thâm nhập thị trường quốc tế, tạo điều thuận lợi thúc đẩy các hoạt động tiêu thụ sản phẩm trong nước cũng như xuất khẩu. Các giải pháp chủ yếu để đẩy mạnh xúc tiến thương mại:

- *Nâng cao hiệu quả hoạt động của các trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại về hàng nông sản thông qua các chính sách và biện pháp sau:*
 - Xây dựng các trung tâm thị trường về hàng nông sản tại các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ nhằm cung cấp giá cả thị trường đầu vào, đầu ra cho các mặt hàng một cách chính xác và kịp thời để người sản xuất và doanh nghiệp quyết định phương hướng sản xuất, định giá sản phẩm và lựa chọn thị trường tiêu thụ.
 - Thông qua các thông tin về thị trường, Chính phủ hoặc chính quyền địa phương có cơ sở để điều chỉnh các chủ trương, chính sách phù hợp nhằm hỗ trợ phát triển sản xuất và thương mại.
 - Thực hiện các quy trình thu thập thông tin một cách chặt chẽ gồm các bước: các thông tin viên ghi nhận tình hình sản xuất tại địa phương, giá cả từ những chợ đầu mối xã, huyện và tỉnh sau đó chuyển tin (gọi điện, fax, e-mail) lên cho bộ phận thông tin thị trường của tỉnh, tiến hành tổng hợp, phân tích và đưa ra những dự báo về diễn biến thị trường trong thời gian kế tiếp. Bộ phận Trung tâm thông tin của tỉnh cũng khai thác các nguồn thông tin khác nhau về giá cả nông sản của tỉnh, thành phố khác và thị trường thế giới để tổng hợp thành các bản tin. Các bản tin này sẽ được chuyển ngược về các trung tâm khuyến nông huyện xã để thông báo cho các hộ nông biết, các thông tin này cũng được chuyển về các Sở và Bộ Nông nghiệp và Phát triển thôn khai thác sử dụng.
 - Cần có những hỗ trợ về trang thiết bị cũng như lương bổng đối với các hoạt động của thông tin viên từ phía lãnh đạo của các địa phương. Nâng cao trình độ của các thông tin viên qua các khóa đào tạo về khả năng xử lý thống kê, trình độ tin học, trình độ ngoại ngữ...

Thông tin thị trường luôn là yếu tố quyết định đến sự thành bại của người sản xuất và nhà kinh doanh, ảnh hưởng rất lớn đến các chiến lược phát triển của một nước. Do đó, để thông tin đến người sản xuất và người kinh doanh nhanh, nhiều và đầy đủ cần áp dụng phương châm: thu thập thông tin từ nhiều nguồn một cách chính xác – phân tích, xử lý tổng hợp tập trung – phát tin bằng nhiều hình thức và đúng thời điểm.

- *Xây dựng chiến lược xúc tiến tiêu thụ nông sản ở tầm vĩ mô: thông qua các chính sách sau:*
 - Nâng cao các hoạt động xúc tiến thương mại lên một tầm mới thành Chương trình trọng điểm của cấp tỉnh và qua quốc gia thông qua các khoản đầu tư cụ thể như trích khoảng 1 – 2% tổng kim ngạch nông sản của các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ hỗ trợ xúc tiến thương mại; Chính phủ trích từ 0,25 – 0,50% tổng kim ngạch xuất khẩu để đầu tư cho công tác xúc tiến thương mại đặc biệt là các mặt hàng nông sản.
 - Bộ thương mại cần tiến hành xây dựng các quy chế xây dựng và quản lý các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, bao gồm các nội dung cụ thể: thông tin thương mại, tuyên truyền xuất khẩu, tư vấn xuất khẩu; khảo sát thị trường xuất khẩu; quảng bá thương hiệu quốc gia và sản phẩm xuất khẩu; đầu tư cho cơ sở hạ tầng ban đầu của công tác xúc tiến thương mại (bao gồm kho ngoại quan, trung tâm xúc tiến thương mại trong và ngoài nước...) và các hoạt động khác.
 - Bất kỳ doanh nghiệp, tổ chức xúc tiến thương mại, các hiệp hội ngành hàng hay các tổng công ty có được các đề án đề xuất tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu đều có thể được hỗ trợ từ các chương trình trọng điểm quốc gia trên cơ sở lựa chọn và ưu tiên các mặt hàng trọng điểm như gạo, chè, điều, rau quả... vào các thị trường xuất khẩu quan trọng như Mỹ, EU, Nhật Bản, Nga, châu Phi, Trung Đông.
 - Tăng cường hỗ trợ cho doanh nghiệp như: kết nối thông tin điện tử với các trung tâm xúc tiến thương mại và các thương vụ Việt Nam tại nước ngoài. Hoàn thiện cơ chế điều phối hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển hoạt động hội chợ triển lãm về quy mô và chất lượng của các hội chợ; thông báo trên các phương tiện đại chúng về hoạt động của các hội chợ triển lãm trong và ngoài, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia.
 - Hỗ trợ cho các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu cho nông sản hàng hóa cho riêng nhà sản xuất và đăng ký nhãn hiệu trong và ngoài nước. Ở mỗi địa phương, tỉnh thành thuộc khu vực Đông Nam Bộ cần chú trọng vào những mặt hàng nông sản có chất lượng và năng suất cao, qua đó hình thành mạng lưới tiêu thụ và xây dựng tên nhãn hiệu của rau sạch, hoa quả, lúa đặc sản, chè sạch... nâng cao tính độc đáo, hấp dẫn của các sản phẩm nông sản của vùng phục vụ cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu hàng chất lượng cao.
- *Xúc tiến thương mại với thị trường trong nước, tạo lợi thế cạnh tranh cho hàng nông sản ngay tại thị trường của vùng Đông Nam Bộ và thị trường trong nước:*
 - Tăng cường việc tổ chức các hội chợ về hàng nông sản như hội chợ trái cây, rau quả, hội chợ cung cấp các sản phẩm chế biến từ nông sản để giới thiệu các sản phẩm của vùng cho các doanh nghiệp xuất khẩu cũng như người tiêu dùng trong nước.

- Các hội chợ và phiên chợ cần mang tính chuyên nghiệp, xây dựng thành nơi quảng bá và giao dịch, hợp tác lâu dài giữa các doanh nghiệp và các hộ nông, hỗ trợ cho việc xúc tiến thương mại hàng nông sản trong vùng và cả nước.
 - Tận dụng triệt để lợi thế của vùng về các khả năng dịch vụ thương mại để quảng bá các sản phẩm thông qua các chương trình khuyến mại, tiếp thị các mặt hàng chế biến nông sản của vùng.
 - Tổ chức các phiên chợ bán đấu giá hàng nông sản của các nhà vườn qua hình thức người mua đến quan sát, thẩm định chất lượng và sản lượng tại nhà vườn hoặc trang trại của hộ nông sau đó thương lượng giá cả bao tiêu vào cuối vụ, trách nhiệm thu hoạch, bảo quản và vận chuyển là của người mua (là một trong những hình thức giao dịch: mua quyền được mua sản phẩm vào cuối vụ).
 - Quảng bá sản phẩm của nhà vườn thông qua các kênh phân phối với sự đảm bảo từ phía người sản xuất và người cung cấp hàng bằng các dấu hiệu như nguồn gốc xuất xứ, nhãn mác về thực phẩm rau quả an toàn trên sản phẩm, tên nhà phân phối hàng. Một trong những hình thức đảm bảo tốt là nhà sản xuất ký các cam kết cung cấp rau quả, củ, hạt với nhà phân phối (người kinh doanh, siêu thị) và người phân phối dùng uy tín của mình đảm bảo với khách hàng.
 - Đẩy mạnh việc tiêu thụ hàng hóa thông qua các chợ đầu mối nông sản, thực phẩm bằng các hình thức quảng cáo, giới thiệu về các hoạt động của chợ đầu mối thông qua báo đài để thu hút người bán lẫn người mua.
 - Tăng cường hợp tác, liên kết vùng Đông Nam Bộ nhằm xây dựng các doanh nghiệp lớn, phát triển rộng mạng lưới “vệ tinh” các doanh nghiệp kinh doanh nông sản với các hình thức tổ chức kinh tế đa dạng, phong phú, các làng nghề truyền thống. Xây dựng các liên kết tiêu thụ nông sản với các tỉnh lân cận vùng và với các địa phương trong cả nước nhằm tăng cường khả năng xúc tiến tiêu thụ nông sản cho nông dân.
- *Tận dụng các cơ hội để xúc tiến thương mại đối với thị trường xuất khẩu:*
- Tận dụng triệt để các cơ hội để mở rộng thị trường xuất khẩu, thiết lập sâu rộng mạng lưới tiếp thị quốc tế qua nhiều kênh dẫn trực tiếp và gián tiếp để khuếch trương, quảng bá thương hiệu và sản phẩm, hiện đại hóa mạng lưới thông tin từ Ủy ban quốc gia về hợp tác quốc tế, Bộ thương mại, Hiệp hội các nhà sản xuất, tiêu dùng các sản phẩm nông sản. Tổ chức các điểm thu thập và xử lý thông tin trực tiếp ở nước ngoài và trao đổi thông tin với các trung tâm giao dịch quốc tế để theo dõi kịp thời diễn biến cung – cầu, giá cả và các giao dịch đáng chú ý, nhất là thông tin về hoạt động xuất khẩu của các đối thủ cạnh tranh lớn của Việt Nam với các mặt hàng như điều, tiêu, cà phê, cao su.v.v
 - Xây dựng các phòng, ban chuyên nghiệp về Marketing, triển khai các hoạt động ngoại giao thương mại, làm tốt công tác dự báo thị trường, mặt hàng giá cả để doanh nghiệp có những điều chỉnh kịp thời với những thay đổi của thị trường.

- Thiết lập các chi nhánh, văn phòng đại diện của Chính phủ, doanh nghiệp tại thị trường xuất lớn để có thể xúc tiến xuất khẩu trực tiếp, khi cần thiết có thể thiết lập hệ thống các đơn vị tiêu thụ nông sản ở thị trường đó, tham gia và lập phòng trưng bày, triển lãm, quảng cáo, tham gia hội chợ quốc tế, tổ chức các hội nghị khách hàng, trao đổi ý kiến, nhu cầu...
- Ở mỗi thị trường, cần có chính sách xúc tiến thương mại riêng theo sự phân khúc thị trường cụ thể theo từng sản phẩm nhằm đạt hiệu quả cao trong vấn đề tiêu thụ nông sản.
- Tăng cường liên kết hợp tác trong các chương trình xúc tiến thương mại, đảm bảo không xảy ra tình trạng cạnh tranh không lành mạnh khi xuất khẩu làm giảm lợi nhuận cũng như uy tín hàng nông sản Việt Nam nói chung và Đông Nam Bộ nói riêng.

3.2.5 Giải pháp thứ năm: Các giải pháp hỗ trợ:

3.2.5.1 Xây dựng chính sách hỗ trợ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản:

Cần xây dựng các chính sách nhằm hỗ trợ cho các nông dân cũng như các doanh nghiệp trong xuất khẩu hàng nông sản:

- Thực hiện các chính sách hỗ trợ cho người nông dân ở khâu nguyên liệu:
 - Cần coi trọng các chi phí đầu vào trong sản xuất nông sản bao gồm giống, phân bón, thuốc trừ sâu, thuốc bảo vệ thực vật, các chi phí về thu hoạch nông sản.v.v. Đặc biệt giá cả các mặt hàng phân bón ngày càng cao và khó kiểm soát, theo thống kê chi phí phân bón cho thời vụ hiện tại của các loại cây công nghiệp và cây ăn trái hiện nay (thời điểm tháng 6/2003) với mức chi vào khoảng từ 10 triệu – 20 triệu đồng/ha/năm khiến cho khả năng cạnh tranh của hàng nông sản trong nước đã yếu càng khó khăn thêm. Ngoài việc chi phí phân bón tăng cao, người nông dân còn phải chịu thêm phần lãi suất do mua phân bón trả chậm tạo áp lực ngày càng cao lên người sản xuất. Theo Bộ nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong những năm trở lại đây bình quân mỗi năm sản xuất trong nước chỉ đáp ứng được khoảng 50% nhu cầu về phân lân, 8% nhu cầu về phân đạm; mỗi năm nhập khoảng 1,6 – 1,8 triệu tấn urê, 1,2 – 1,5 triệu tấn phân lân, 150 – 200 nghìn tấn kali... Điều đáng nói là người nông dân phải mua với giá cao hơn giá thế giới hoặc cao hơn các nước trong vùng từ 30 – 40%. Cần có các giải pháp nhằm giảm gánh nặng cho người nông dân:
 - Giải pháp trước mắt là giảm các khâu trung gian trong mua bán phân bón và thuốc trừ sâu, ngân hàng nông nghiệp có thể nhập phân bón và bán trả chậm cho người nông dân với lãi suất thấp hoặc không tính lãi suất, hoặc nhà nước đứng ra bù lãi suất cho nông dân. Cần phải có sự can thiệp của Chính phủ để làm lành mạnh hóa thị trường phân bón, kiểm soát việc sử dụng thuốc trừ sâu, giảm triệt để các loại phí trung gian như (chiếm từ 15 – 30 USD/tấn): ký quỹ ngân hàng, bảo lãnh ngân hàng, bảo hiểm, lãi suất trả chậm, phí làm hàng, phí hải quan, phí thuê kho, bốc xếp lên xuống, lưu kho, quản lý phí,

thuế các loại... và Nhà nước cũng cần thực hiện các chính sách nhằm kiểm soát giá cả phân bón và thuốc trừ sâu trên thị trường. Tiến hành tổ chức hình thành các tổ nhóm sản xuất đại diện người nông dân, trước mỗi mùa vụ, các tổ nhóm đại diện này sẽ xác định số lượng và chủng loại phân bón mà mỗi đại diện cần sử dụng để mua với khối lượng lớn để có thể được lợi về giá, chủ động về thời gian mua hàng, giảm chi phí vận chuyển, tránh được sự biến động về giá khi vào vụ sản xuất.

- Giải pháp mang tính lâu dài và mang ý nghĩa lớn là tăng cường sản xuất trong nước với việc nhanh chóng đưa vào sản xuất nhà máy đạm Phú Mỹ vào năm 2004 sẽ đáp ứng 25 – 30% nhu cầu và khi nhà máy đạm Cà Mau hoạt động sẽ cơ bản đáp ứng được nhu cầu trong nước. Tăng cường kiểm soát giá cả của thuốc trừ sâu và phân bón nhập, giảm thuế suất nhập khẩu phân bón xuống còn 0% để giảm bớt gánh nặng đầu vào cho nông dân.
- Trợ giá xăng dầu, điện cho nông dân với mức tối thiểu từ 10 – 15%, nên chuyển từ hình thành gián tiếp từ việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp sang hỗ trợ trực tiếp cho nông dân.
- Hỗ trợ lãi suất thu mua, thưởng xuất khẩu, hỗ trợ chi phí xúc tiến thương mại.

3.2.5.2 Đào tạo nguồn nhân lực:

Giải pháp cho vấn đề đào tạo nguồn nhân lực là: cần tăng cường đào tạo lực lượng hỗ trợ nông học cho từng chủng loại nông sản để đẩy mạnh công nghiệp hóa và hiện đại hóa nông nghiệp và nông thôn, từng bước giúp cho sản xuất trong nông nghiệp vượt mức giá trị sản xuất hiện nay là 1.000 USD/ha, phấn đấu đạt 3.000 USD/ha. Vì thế trong thời gian tới việc cấp thiết phải làm ngay là:

- Bằng hệ thống giáo dục đào tạo, Nhà nước chịu trách nhiệm chính trong việc bồi dưỡng, đào tạo một đội ngũ đông đảo các kỹ sư, các kỹ thuật viên nông học chuyên sâu. Phải có chính sách đầu tư cơ sở vật chất hiện đại cho công tác đào tạo, công tác đào tạo phải gắn chặt với hướng sử dụng, đào tạo theo địa chỉ cho từng vùng chuyên canh cây nông nghiệp để có thể chuyển giao công nghệ và ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp, làm sao để phân bổ tương đối đồng đều trong vùng Đông Nam Bộ, kể cả các vùng sâu và vùng xa.
- Khuyến khích các hình thức học tập nâng cao kiến thức chuyên môn của đội ngũ lao động trong nông nghiệp, cán bộ làm công tác chuyển giao kỹ thuật để họ có thể hòa nhập cộng đồng, am hiểu phong tục tập quán của từng vùng nông thôn. Ngoài hình thức đào tạo chính quy, đào tạo ngắn hạn nên có thêm hình thức đào tạo kỹ sư nông nghiệp thực hành, thời gian ngắn (khoảng 3 năm) cho các địa phương, tốt nhất là tuyển chọn những người ở địa phương để sau này họ trở lại phục vụ cho chính quê hương họ.
- Gửi các cán bộ nông học, nông dân giỏi sang các nước có nền nông nghiệp phát triển học tập, trao đổi để tăng cường kiến thức, kinh nghiệm trồng trọt, chăm

sóc, thu hoạch nông sản bằng các nguồn kinh phí của Nhà nước hoặc từ các nguồn tài trợ trong và ngoài nước.

- Thu hút các sinh viên giỏi để tuyển dụng vào làm việc tại các nông trại bằng cách hỗ trợ học bổng cho các sinh viên ngành nông học có nguyện vọng về công tác tại các nông trang trại trong vùng Đông Nam Bộ.
- Có các chính sách đãi ngộ về tiền lương, tiền thưởng tương xứng với cống hiến để thu hút và giữ chân những người tài. Thực tế có nhiều kỹ sư nông học giỏi nghề chuyển sang làm việc cho các liên doanh nước ngoài vì chế độ đãi ngộ quá thấp so với chuyên môn của họ.

Việc đào nguồn nhân lực cho nông nghiệp giỏi về chuyên môn và kỹ thuật không những có tác động tích cực trong việc đem lại hiệu quả kinh tế cho sản xuất nông sản phẩm vùng Đông Nam Bộ trước mắt mà còn có ý nghĩa chiến lược lâu dài cho sự phát triển kinh tế nông nghiệp Việt Nam.

3.2.5.3 Xây dựng quy hoạch để hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu:

- Xây dựng vùng chuyên canh với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước.
 - Vùng chuyên canh cao su: đạt khoảng 300 nghìn ha vào năm 2010, tập trung chủ yếu ở Đồng Nai (các huyện Thống Nhất, Long Thành, Xuân Lộc, Long Khánh), Bà Rịa – Vũng Tàu (Xuyên Mộc, Tân Thành, Châu Đức, Tp.HCM (Củ Chi). Tập trung vào kỹ thuật canh tác, chăm sóc, giống năng suất cao, thâm canh để nâng cao năng suất mủ cao su đạt trên 2,0 tấn/ha.
 - Vùng chuyên canh cà phê: khoảng 40 nghìn ha, tập trung tại Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Lâm Đồng.
 - Vùng chuyên canh chè: 20 – 25 nghìn ha, tập trung chủ yếu ở Đức Trọng, Di Linh (Lâm Đồng), thâm canh, thay thế mới các vườn chè cũ năng suất thấp với các giống có chất lượng cao như chè Đài Loan, Nhật Bản, chè đặc sản.
 - Vùng chuyên canh dâu tằm: 20 – 30 nghìn ha, tập trung chủ yếu ở Bảo Lộc (Lâm Đồng).
 - Vùng chuyên canh hồ tiêu: Tập trung vào 3 huyện Xuân Lộc, Long Khánh, Châu Thành (Bà Rịa – Vũng Tàu) trên đất vườn của các hộ nông, dự định quy mô ổn định 15 – 20 nghìn ha.
 - Vùng chuyên canh điều: khoảng 165 nghìn ha, trồng ở đất canh tác mỏng hoặc đất cát biển, đất xám khô hạn. Tập trung ở các huyện Long Thành, Châu Thành, Long Khánh, và các huyện thuộc Bình Dương, Bình Phước, Bình Thuận.
 - Vùng chuyên canh mía: 70 nghìn, tiếp tục ổn định vùng chuyên canh mía đường tại Tây Ninh.
 - Thực hiện chương trình rau, đậu, hoa quả thực phẩm: đây được xem là chương trình quan trọng đối với vùng Đông Nam Bộ vì nhu cầu thực phẩm vùng này rất lớn.

- Hiện nay, vùng Đông Nam Bộ có diện tích cây ăn trái khoảng 120 nghìn ha, xếp thứ hai sau đồng bằng sông Cửu Long, tập trung ở tỉnh Bình Phước, Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu... Cần phải quy hoạch, phát triển các vùng trồng cây ăn trái phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu đến năm 2005 là 124 nghìn ha, sản lượng hơn 1 triệu tấn, đạt giá trị sản xuất gần 6.700 tỷ đồng; năm 2010 là 198 nghìn ha với sản lượng trên 1,7 triệu tấn, giá trị sản xuất hơn 11.200 tỷ chủ yếu bao gồm các loại xoài, nhãn, sầu riêng, măng cầu, chôm chôm, măng cụt, nho, thanh long...
 - Tiếp tục phát triển vùng chuyên canh rau tập trung quanh Tp.HCM, Đà Lạt (Lâm Đồng), Tân Thành, Long Đất (Bà Rịa – Vũng Tàu), Biên Hòa (Đồng Nai).
- Chuyển dịch cơ cấu cây trồng: gia tăng tỷ lệ cây công nghiệp có khả năng xuất khẩu như gạo đặc sản, cà phê Abrica, ca su, điều...

3.2.5.4 Khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến nông sản để tạo kênh tiêu thụ ổn định cho nông sản:

Cùng với một khối lượng nông sản sản xuất và tiêu thụ trong nước và xuất khẩu nếu nông sản được chế biến chất lượng cao chẳng những nâng cao được giá bán mà còn cho phép thâm nhập trực tiếp vào những thị trường cao cấp. Chất lượng hàng nông sản được hình thành từ nhiều yếu tố: giống, kỹ thuật trồng trọt, thu hoạch, chế biến và lưu thông hàng hóa trong quá trình tiêu thụ sản phẩm. Nhiều mặt hàng nông sản của nước ta được xếp vào tốp đầu của thế giới như gạo, điều, cà phê, cao su, tiêu chèn... nhưng điều đáng nói là hầu hết nông sản của ta đều xuất dưới dạng thô hoặc sơ chế nên giá trị chưa cao. Nông sản nếu được chế biến tinh để dùng ngay vừa làm tăng giá trị nông sản, vừa kéo dài thời gian sử dụng, vừa dễ dàng đưa vào lưu thông, lại iện dụng trong xã hội công nghiệp. Vì thế cần chú trọng các giải pháp sau:

- Mạnh dạn đầu tư vốn, chất xám đột phá vào khâu công nghiệp chế biến các loại nông sản mà nước ta sản có và có nhiều để làm tăng giá trị sản xuất và giá trị sử dụng, là cách đầu tư mang lại hiệu quả kinh tế cao cho ngành sản xuất nông nghiệp – là ngành sản xuất chính trong nền kinh tế nước ta, thu hút hơn 76% dân số.
- Xây dựng các chính sách nhằm khuyến khích đầu tư của người dân và của nước ngoài vào khâu bảo quản và chế biến thông qua các chính sách cho vay với lãi suất ưu đãi hoặc giảm thuế cho các doanh nghiệp chế biến.
- Khuyến khích hình thành các liên doanh giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào xây dựng nhà máy chế biến nông sản tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.
- Thực hiện việc hợp tác giữa người sản xuất và chế biến với các trường đại học, viện nghiên cứu chế tạo để sản xuất ra các thiết máy móc chế biến thông qua sự hỗ trợ của Sở khoa học công nghệ và môi trường. Xây dựng các chương trình

hỗ trợ cụ thể cho công nghiệp chế biến đối với một số ngành hàng nông sản đáp ứng thị trường trong nước và xuất khẩu:

- Thực hiện chương trình đầu tư hỗ trợ cho các doanh nghiệp xây dựng kho bảo quản và chế biến lương thực, nâng cấp công các thiết bị xây xát, phân loại và đánh bóng công suất lớn 100 tấn/ca, liên kết các địa phương để khai thác hết công suất nhằm giảm chi phí đầu vào cho nông sản. Hỗ trợ xây dựng các sân phơi lương thực cho các nông hộ
- Hỗ trợ cho các các hợp tác xã trang bị các máy rang và xay xát khô cà phê công suất nhỏ 300kg/giờ, các thiết bị có công suất lớn 1.000 kg cà phê/giờ cho các doanh nghiệp chế biến; đồng thời giúp quỹ đất hoặc cho vay trả chậm cho các nông hộ xây dựng sân phơi, kho chứa cà phê đúng quy cách. Ngoài ra, cần hỗ trợ cho việc mở rộng nhà máy chế biến cà phê hòa tan tại Biên Hòa lên 3.000 tấn/năm.
- Đặc biệt đối với rau quả tươi và rau quả chế biến: Đây là ngành hàng có nhu cầu tiêu dùng lớn trong nước và thế giới. Quy trình bảo quản và chế biến không quá phức tạp, không đòi hỏi chi phí cao nên các doanh nghiệp kinh doanh và chế biến có thể tự đầu tư, nhưng bước đầu có thể hỗ trợ các doanh nghiệp về vốn vay để đầu tư xây dựng các kho quản quản lạnh, xây dựng các cơ sở chế biến nước giải khát từ rau quả hoặc hỗ trợ về giá thuê đất để xây dựng hoặc mở rộng nhà máy chế biến với các công suất từ 10.000 – 50.000 tấn/năm với các sản phẩm như: bột quả, nước quả cô đặc, quả ngâm đường, sấy khô, mứt quả... tăng tỷ lệ rau quả chế biến lên 20% vào năm 2010.
- Khuyến khích xây dựng thêm từ 40 – 50 cơ sở chế biến hạt điều có công nghệ hiện đại để tạo ra nhiều sản phẩm từ nhân và vỏ hạt điều (như Ấn Độ có gần 100 mặt hàng chế biến hạt điều) như bánh, kẹo cao cấp từ nhân điều, dầu vỏ hạt điều, nước giải khát từ quả điều,...
- Hỗ trợ công nghệ để chế biến các loại chè hòa tan, chè mùi. Hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài trong việc xây dựng các nhà máy chế biến chè tại các vùng nguyên liệu lớn tại Lâm Đồng.

3.3 CÁC KIẾN NGHỊ VỀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN PHƯƠNG THỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ:

Để các giải pháp đề xuất mang tính thực tiễn và khả thi cao, nhóm nghiên cứu đã khảo sát và đề xuất các kiến nghị như sau:

3.3.1 Kiến nghị với Nhà nước và các bộ ngành liên quan:

1. Tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện mô hình hợp đồng đảm bảo tiêu thụ hết nông sản cho nông dân: theo chương trình này có thể thông qua Hội nông dân vận động nông dân ký hợp đồng và sản xuất theo hợp đồng, tuân thủ các cam kết đã ký với doanh nghiệp, đảm bảo chữ tín để việc thực hiện hợp đồng kinh tế trở thành thói quen của người nông dân. Đối lại, doanh nghiệp cũng phải nghiêm

chính thực hiện Hợp đồng kinh tế đã ký cho các cơ sở sản xuất và người nông dân, đồng thời Ngân hàng Nhà nước phải đảm bảo đủ nhu cầu về vốn cho nhà sản xuất và doanh nghiệp đã ký hợp đồng sản xuất và tiêu thụ nông sản phù hợp với tính chất của mùa vụ.

2. Tăng cường công tác thông tin thị trường và xúc tiến thương mại cho nông dân. Mục tiêu của mô hình này là nhằm cung cấp giá cả thị trường đầu vào, đầu ra cho các mặt hàng nông sản một cách chính xác và kịp thời để nhà sản xuất và doanh nghiệp quyết định phương hướng sản xuất, định giá sản phẩm và lựa chọn thị trường tiêu thụ. Đồng thời đó còn là cơ sở để Nhà nước điều chỉnh các chính sách phù hợp nhằm hỗ trợ phát triển sản xuất và thương mại. Quy trình triển khai là hình thành mô hình Trung tâm thông tin thị trường tại các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ để thu thập tình hình tại nơi sản xuất và giá cả tại các chợ đầu mối từ xã, huyện và tỉnh; Trung tâm thông tin có nhiệm vụ tổng hợp, phân tích và đưa ra những dự báo về diễn biến thị trường trong thời điểm kế tiếp, khai thác các nguồn tin khác nhau về giá cả nông sản của cả vùng Đông Nam Bộ, các tỉnh thành phố khác và giá cả của thị trường thế giới, sau đó thông tin lại cho những người sản xuất nông sản biết. Việc thiết lập Trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại chắc chắn sẽ mang lại những lợi ích thiết thực nhất định như: nâng cao hiểu biết về thị trường cho nông dân, giảm hiện tượng thương lái ép giá khi nông dân bán sản phẩm và mua vật tư, định hướng cho người nông dân sản xuất cây gì trong thời gian nào có lợi nhất, cán bộ lãnh đạo cần nắm bắt thông tin về thị trường của tỉnh mình, vùng Đông Nam Bộ, tỉnh bạn và thế giới. Ngoài ra cũng cần có sự phối hợp giữa các sở ban ngành trong cùng địa phương và để thông tin đến người sản xuất và doanh nghiệp một cách nhanh chóng, đầy đủ cần áp dụng phương châm: thu thập thông tin từ nhiều nguồn, xử lý thông tin tập trung, phát tin bằng nhiều hình thức và đúng thời điểm.
3. Để ổn định và ngăn chặn sự giảm giá tiếp tục của nông sản trong những năm tới, Nhà nước mà cụ thể là Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn phải điều chỉnh cơ cấu sản xuất theo hướng sản xuất từng loại nông sản phù hợp với nhu cầu thị trường, việc chuyển đổi cơ cấu cây trồng cần căn cứ vào thành quả nghiên cứu về dự báo thị trường một cách phù hợp. Có cơ cấu hợp lý cả về số lượng diện tích với từng loại nông sản trong vùng trên cơ sở sự phân công hợp tác phù hợp và cần phải chấm dứt ngay việc trồng trọt theo phong trào bất chấp hiệu quả kinh tế.
4. Nhà nước nên có kế hoạch đầu tư cho các Viện nghiên cứu nông nghiệp và các Trung tâm khuyến nông tại các địa phương thuộc vùng Đông Nam Bộ đủ mạnh để nghiên cứu giống và đảm bảo có đủ giống và giống có chất lượng tốt để cung cấp cho nhu cầu sản xuất trước hết là ngành sản xuất nông sản có kim ngạch xuất khẩu đáng kể như lúa gạo, cà phê, cao su, chè, điều, hồ tiêu, rau quả, mía đường,.. Đồng thời trong hệ thống sản xuất và dịch vụ cung cấp cây trồng cần kết hợp công nghệ hiện đại và công nghệ truyền thống để tạo giống

lai, từng bước áp dụng công nghệ sinh học trong lai tạo giống. Ngoài ra, Nhà nước cần khuyến khích các thành phần kinh tế, các nông dân giỏi tham gia nghiên cứu, lai tạo và sản xuất giống tốt cung ứng cho nhu cầu của các nhà sản xuất nông sản.

5. Nhà nước cần tăng cường hơn nữa công tác thông tin thị trường nông sản và thường xuyên phổ cập đến các doanh nghiệp. Công tác thông tin cũng cần có sự phối hợp giữa các ngành, các cấp để đảm bảo có thông tin chính xác. Ngoài ra, công tác thị trường và xúc tiến thương mại cần được tăng cường theo hướng đa dạng hóa chủ thể tham gia, có sự kết hợp giữa Nhà nước, Hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp
6. Không ngừng nâng cao vai trò của hiệp hội ngành hàng thuộc nông sản. Nhà nước cần sớm ban hành nghị định về công nhận chính thức các hoạt động của hiệp hội ngành hàng, xem xét khả năng dành một số quyền hạn nhất định cho việc xử lý tiêu thụ, xuất khẩu, phương thức tiêu thụ nông sản, phương thức thanh toán, tiêu chuẩn cần có đối với các doanh nghiệp thu mua, chế biến, tiêu thụ nông sản phẩm.
7. Nâng cao hiệu quả và tăng sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp bằng việc đột phá từ cơ chế chính sách và sự cải cách hành chính của Nhà nước. Thực tế cho thấy rằng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp không còn phụ thuộc chủ yếu vào tài nguyên thiên nhiên và lao động rẻ mà phụ thuộc vào môi trường kinh doanh, kết cấu hạ tầng phục vụ cho tiêu thụ nông sản phẩm, lao động có tay nghề chuyên môn và cần có các thủ tục hành chính đơn giản và linh hoạt.

3.3.2 Kiến nghị với nhà sản xuất, hộ nông dân và các trang trại:

Do hàng nông sản ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ của nền kinh tế, trong đó kim ngạch xuất khẩu đến năm 2010 tăng lên 4 lần so với năm 2002, tuy nhiên thực tiễn cho thấy số lượng, chất lượng và giá cả hàng nông sản chưa ổn định. Vì vậy nhà sản xuất cần chú trọng toàn diện từ khâu chọn giống, kỹ thuật canh tác trồng trọt, tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật trong – ngoài nước vào lĩnh vực bảo quản, chế biến sau thu hoạch để tạo ra các sản phẩm trúng vụ và trái vụ chất lượng cao, giảm tỷ lệ thất thoát sau thu hoạch đến mức thấp nhất để hạ giá thành nông sản phẩm nhằm tăng khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực.

3.3.3 Kiến nghị với các trung gian tiêu thụ, các thương lái, các doanh nghiệp:

Cần phát triển rộng rãi những hình thức, các phương thức giao dịch thương mại nông sản hiện đại thông qua các trung gian tiêu thụ, các thương lái, các chợ nông sản đầu mối nhằm tăng cường hơn nữa mối quan hệ gắn kết giữa nhà trung gian tiêu thụ với các doanh nghiệp sản xuất chế biến và tiêu thụ nông sản bằng các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm ngay từ đầu vụ, nhằm đảm bảo thu mua nông sản kịp thời, bảo quản tốt và vận chuyển an toàn.

KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy nước ta nói chung và vùng Đông Nam Bộ nói riêng có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng để phát triển sản xuất nông sản hàng hóa. Tuy nhiên, việc phát triển quá nhanh diện tích trồng cây công nghiệp cũng gây ra sự mất cân đối về cơ sở hạ tầng, công nghệ thu hoạch, bảo quản, chế biến, tiêu thụ không theo kịp với tốc độ phát triển diện tích và sản lượng, kết quả phân tích cũng đã chỉ ra nguyên nhân tồn đọng của việc tiêu thụ nông sản hàng hóa tại vùng Đông Nam Bộ được thể hiện qua các mặt sau:

- Nông dân chưa có thói quen sản xuất và tiêu thụ nông sản ở cấp độ hàng hóa nên chưa coi trọng mẫu mã, chất lượng, giá cả, phương thức tiêu thụ.
- Vùng Đông Nam Bộ chưa thể hiện được vai trò vùng kinh tế năng động trong sản xuất và tiêu thụ nông sản hàng hóa.
- Các cấp chính quyền địa phương vùng Đông Nam Bộ chưa phát huy được vai trò trong việc tổ chức quy trình, định hướng thị trường, tác dụng, đất đai, thuế,...
- Chưa thấy được tầm quan trọng và vai trò của thương lái, người thu gom trong kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm.
- Việc điều hành quản lý vĩ mô của Nhà nước chậm điều chỉnh và đổi mới để có thể khuyến khích phát triển sản xuất và tiêu thụ mạnh nông sản hàng hóa sao cho mang lại hiệu quả kinh tế, góp phần cải thiện đời sống người nông dân và phát triển nông nghiệp, nông thôn tại vùng Đông Nam Bộ.

Để khắc phục những nguyên nhân tồn tại đã được tổng kết trên và để xây dựng, phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản Việt Nam và vùng Đông Nam Bộ một cách bền vững, nhóm nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp đồng bộ và hữu hiệu sau:

- Giải pháp phát triển tập trung và liên kết sản xuất-tiêu thụ nông sản giữa Nhà nước – Nhà khoa học – Nhà Doanh nghiệp – Nhà nông một cách chặt chẽ, hiệu quả và thỏa đáng.
- Giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản phẩm trên cơ sở cải tiến giống cây trồng, hiện đại hóa phương thức canh tác, đầu tư cho công nghệ thu hoạch, bảo quản và chế biến nông sản, tăng cường phương pháp trồng trọt sinh thái, đảm bảo tiêu chuẩn hóa các loại nông sản và phát triển cơ sở hạ tầng nông thôn.
- Giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản như: phát triển mạnh phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối, đẩy mạnh phương thức liên kết thông qua các mô hình Hợp tác xã cổ phần, mạng lưới đại lý và phát triển phương thức tiêu thụ nông sản qua mạng Internet.

- Giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến tiêu thụ nông sản bằng cách nâng cao hiệu quả hoạt động của các Trung tâm thị trường và xúc tiến thương mại, xây dựng chiến lược xúc tiến tiêu thụ nông sản ở tầm vĩ mô đối với thị trường cả nước và vùng Đông Nam Bộ.
- Các giải pháp hỗ trợ đẩy mạnh xuất khẩu nông sản, đào tạo nguồn nhân lực, quy hoạch vùng chuyên canh và khuyến khích phát triển công nghệ chế biến tại từng địa phương và giữa các địa phương trong vùng.

Nếu các giải pháp trên được thực hiện đồng bộ chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả đáng kể cho sản xuất nông sản hàng hóa vùng Đông Nam Bộ, đặc biệt là sản xuất phải ổn định và đảm bảo tiêu thụ hết nông sản phẩm của nông dân. Ngoài ra, nhóm nghiên cứu cũng đã đưa ra các kiến nghị với Chính phủ và các Bộ ngành, kiến nghị với các doanh nghiệp chế biến nông sản và các hộ nông dân xung quanh các vấn đề về xúc tiến tiêu thụ nông sản, thông tin thị trường, cơ cấu sản xuất nông nghiệp, công tác khuyến nông, công tác bảo quản và chế biến nông sản với mục tiêu là thúc đẩy phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ một cách hợp lý trong thời gian tới.

Phụ lục 1:

**PHIẾU KHẢO SÁT TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ
NÔNG SẢN PHẨM Ở VÙNG ĐÔNG NAM BỘ**

Chúng tôi là nhóm nghiên cứu của Trung Tâm Tư vấn Dịch vụ Đầu tư và Thương mại – Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại đang tiến hành nghiên cứu đề tài khoa học:

“Phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ, thực trạng và các giải pháp đổi mới phù hợp với yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế Việt Nam”

Nếu đề tài được thực hiện sẽ góp phần phát triển kinh tế và nâng cao mức sống của người dân vùng Đông Nam Bộ. Chúng tôi mong nhận được ý kiến đóng góp của các bác, các anh, các chị về đề tài nghiên cứu bằng cách trả lời những câu hỏi sau đây (đánh dấu vào ô trống khi đồng ý):

I. KHẢO SÁT TÌNH HÌNH SẢN XUẤT:

Câu 1: Giới thiệu về cá nhân

- Họ tên của anh/ chị:
- Địa chỉ:.....
-
-

Câu 2: Loại nông sản mà anh/ chị sản xuất là:

Doanh số bán của từng loại:

.....

.....

.....

Câu 3: Loại hình sản xuất của anh/chị:

- Nông trường Hợp tác xã Trang trại Hộ nông dân

Câu 4: Diện tích trồng trọt là: m²

Diện tích trồng trọt cho từng loại là:

Đơn vị: m²

Loại cây	Diện tích trồng

Câu 5: Năng suất thu hoạch bình quân của từng loại nông sản phẩm:

Loại cây	Năng suất (tấn/ha)	Đánh giá về năng suất (cao, trung bình, thấp)

Câu 6: Việc lựa chọn loại nông sản trồng là do:

- Kinh nghiệm, sở thích
- Thị trường bán được giá
- Người mua đặt hàng
- Phù hợp với điều kiện đất đai

Câu 7: Tổ chức thu hoạch nông sản do ai thực hiện:

- Do những người trong gia đình thực hiện
- Thuê lao động của địa phương
- Thương lái mua hàng
- Người tiêu thụ thu hoạch

Câu 8: Có hình thức xử lý hay sơ chế nông sản hay không?

- Có
- Không

Hình thức xử lý:

- Phân loại
- Đóng gói bao bì
- Xử lý hóa chất để bảo quản
- Sơ chế (sấy, rang, phơi...)

II. KHẢO SÁT VỀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN PHẨM

Câu 9: Việc tiêu thụ nông sản có ổn định hay không?

- Có
- Không

Câu 10: Nông sản được tiêu thụ khi nào?

- Đầu vụ sản xuất
- Trong quá trình trồng
- Ngay khi thu hoạch
- Sau khi thu hoạch

Câu 11: Việc tiêu thụ nông sản được là nhờ:

- Có mối quan hệ trước với người mua
- Lựa chọn được mặt hàng nông sản thích hợp
- Tự tổ chức bán hàng nông sản thu hoạch được

Câu 12: Khách hàng mua nông sản của anh/ chị là:

- Thương lái
- Những người buôn bán lẻ
- Hợp tác xã tiêu thụ
- Người tiêu dùng trực tiếp
- Các trạm thu mua, đại lý
- Các doanh nghiệp sản xuất, chế biến

Câu 13: Cách thức thu mua là:

- Hợp đồng bao tiêu (mua hết)
- Hợp đồng mua theo nhu cầu thực tế

Câu 14: Phương thức thanh toán:

- Trả tiền ngay sau khi nhận hàng
- Trả tiền trước sau khi quan sát vườn
- Đổi lấy vật tư, sản phẩm
- Trả tiền trước khi vào vụ

Câu 15: Theo anh/ chị trồng loại nông sản hiện nay có lợi nhuận:

- Cao
- Trung bình
- Thấp

Câu 16: Nếu xuất khẩu thì anh/ chị có biết loại nông sản mình đang trồng xuất khẩu vào thị trường nào:

.....

.....

.....

Câu 17: Theo anh/ chị việc tiêu thụ nông sản hiện nay là:

- Dễ dàng
- Bình thường
- Không ổn định
- Khó khăn

Câu 18: Nhà nước có giúp đỡ anh/ chị trong việc sản xuất và tiêu thụ nông sản không?

- Có
- Không

Nếu có thì hình thức giúp đỡ là gì?

.....

.....

.....

.....

.....

Câu 19: Theo anh/ chị yếu tố nào sau đây ảnh hưởng đến việc sản xuất và tiêu thụ nông sản hiện nay:

(Anh/ chị xếp hạng các yếu tố theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần (1,2,3...))

Loại cây	Mức quan trọng (Anh/ chị ghi vào)
1. Giống (năng suất cao, khả năng trừ sâu bệnh, cho hạt, trái to, mùi vị...)
2. Chất lượng của nông sản phẩm
3. Yếu tố cung cầu của thị trường
4. Khả năng tiêu thụ
5. Kỹ thuật xử lý bảo quản
6. Được nhà nước hỗ trợ

Câu 20: Anh/ chị có đề đạt nguyện vọng gì để trợ giúp cho việc tiêu thụ nông sản của anh chị

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Họ tên người phỏng vấn:

Phụ lục 2:

PHIẾU KHẢO SÁT DOANH NGHIỆP

Chúng tôi là nhóm nghiên cứu của Trung Tâm Tư vấn Dịch vụ Đầu tư và Thương mại – Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại đang tiến hành nghiên cứu đề tài khoa học:

“Phương thức tiêu thụ nông sản vùng Đông Nam Bộ, thực trạng và các giải pháp đổi mới phù hợp với yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế”

Nếu đề tài được thực hiện sẽ góp phần giải quyết các vấn đề về tiêu thụ nông sản cho các doanh nghiệp và người nông dân ở vùng Đông Nam Bộ. Để giúp thực hiện thành công đề tài, xin quý cơ quan hãy giúp cung cấp một số thông tin liên quan đến hoạt động kinh doanh nông sản với một số yêu cầu sau:

I. THÔNG TIN VỀ DOANH NGHIỆP:

1. Tên doanh nghiệp:

.....

2. Địa chỉ:

.....

3. Loại hình kinh doanh:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Doanh nghiệp Nhà nước | <input type="checkbox"/> Kinh tế trang trại |
| <input type="checkbox"/> Doanh nghiệp tư nhân | <input type="checkbox"/> Hợp tác xã |
| <input type="checkbox"/> Công ty TNHH, công ty cổ phần | <input type="checkbox"/> DN có vốn đầu tư nước ngoài |

4. Loại hình của doanh nghiệp là:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Doanh nghiệp thương mại | <input type="checkbox"/> Doanh nghiệp xuất nhập khẩu |
| <input type="checkbox"/> Doanh nghiệp chế biến | <input type="checkbox"/> Hợp tác xã tiêu thụ |

5. Quy mô hoạt động của doanh nghiệp:

- Lớn Vừa Vừa và nhỏ Nhỏ

6. Doanh số kinh doanh hàng năm:

- Doanh thu nội địa: Triệu đồng/năm
- Kim ngạch xuất khẩu: USD/năm
- Kim ngạch nhập khẩu: USD/năm

7. Diện tích kho chứa của doanh nghiệp:

- Dưới 1.000 m² 1.000 m² <DT< 5.000 m² Trên 5.000 m²

II. VỀ CÁC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH:

8. Loại mặt hàng nông sản kinh doanh:

	Sản lượng/ Trị giá
<input type="checkbox"/> Gạo
<input type="checkbox"/> Cà phê
<input type="checkbox"/> Tiêu
<input type="checkbox"/> Điều
<input type="checkbox"/> Các loại khác

9. Nếu là doanh nghiệp xuất khẩu, thị trường xuất của quý cơ quan là:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nhật | <input type="checkbox"/> Các nước Đông Âu |
| <input type="checkbox"/> Các nước ASEAN | <input type="checkbox"/> Các nước Châu Phi |
| <input type="checkbox"/> Trung Quốc | <input type="checkbox"/> Mỹ |
| <input type="checkbox"/> EU | <input type="checkbox"/> Thị trường khác |

Thị trường xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp là:

10. Mức độ hiểu biết về thị trường tiêu thụ nông sản (Các hệ thống phân phối, thủ tục, thuế xuất nhập khẩu):

Thị trường nội địa:

- Biết rất rõ Biết khá rõ Không biết nhiều

Thị trường xuất khẩu:

- Biết rất rõ Biết khá rõ Không biết nhiều

11. Về phương thức thu mua nông sản của doanh nghiệp:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mua trực tiếp từ các hộ nông dân | <input type="checkbox"/> Mua qua thương lái, Hợp tác xã |
| <input type="checkbox"/> Thu gom hàng | <input type="checkbox"/> Mua tại các chợ đầu mối |
| <input type="checkbox"/> Cả bốn phương thức trên | |

12. Về hệ thống chế biến và bảo quản nông sản hiện nay:

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hiện đại | <input type="checkbox"/> Trung bình |
| <input type="checkbox"/> Tốt | <input type="checkbox"/> Lạc hậu |

13. Thị trường và khách hàng có ổn định hay không:

- Có Không

14. Doanh nghiệp áp dụng chiến lược tiếp thị nào để tìm kiếm khách hàng:

- Thông qua mối quen biết
- Quảng cáo trên TV, báo, đài
- Tham gia các hội chợ, các phiên chợ bán đấu giá
- Mở Website của doanh nghiệp trên mạng
- Tìm kiếm khách hàng qua mạng Internet
- Tự xúc tiến thương mại ra nước ngoài
- Nhờ trung gian môi giới

15. Lợi thế cạnh tranh các mặt hàng nông sản của doanh nghiệp:

- Giá cả
- Chất lượng
- Thương hiệu
- Yếu tố khác

16. Khó khăn lớn nhất của doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh là:

- Thiếu vốn
- Bảo quản
- Người cung cấp số lượng lớn
- Thủ tục xuất nhập khẩu
- Độ ổn định về chất lượng hàng mua
- Chi phí đầu vào quá cao
- Chế biến
- Thuế quá cao

17. Để đẩy mạnh việc tiêu thụ hàng, thì yếu tố nào đối với doanh nghiệp là quan trọng (Anh/ chị xếp hạng theo mức độ quan trọng 1, 2, 3...):

Xếp hạng

- Tìm được thêm thị trường
- Chất lượng hàng nông sản
- Chính sách tiếp thị thích hợp
- Thông tin về thị trường
- Hạ giá thành sản phẩm
- Thay đổi giống cây trồng

18. Tính gắn kết của doanh nghiệp với các hộ sản xuất :

- Lỏng lẻo (khi cần mới đặt hàng)
- Chặt chẽ (qua các hợp đồng ký trước)
- Vừa phải

19. Có xảy ra tình trạng cạnh tranh trong thu mua nông sản không?

- Cạnh tranh gay gắt
- Cạnh tranh bình thường
- Hoàn toàn không có cạnh tranh

20. Hình thức hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp là gì?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Giúp tìm kiếm thị trường | <input type="checkbox"/> Hỗ trợ lãi suất vay vốn |
| <input type="checkbox"/> Cung cấp thông tin thị trường | <input type="checkbox"/> Trợ giá xuất khẩu |
| <input type="checkbox"/> Xúc tiến thương mại | <input type="checkbox"/> Thưởng khuyến khích xuất khẩu |
| <input type="checkbox"/> Quảng bá thương hiệu
trợ khác | <input type="checkbox"/> Các hình thức hỗ trợ khác |

21. Doanh nghiệp có kiến nghị gì để thúc đẩy việc tiêu thụ nông sản?

- Hỗ trợ thông tin về thị trường và giá cả
- Hỗ trợ lãi suất vay vốn
- Hỗ trợ về việc xây dựng cơ sở hạ tầng
- Giảm chi phí vận chuyển, các chi phí khác
- Hỗ trợ trong các hoạt động xúc tiến thị trường
- Hỗ trợ trong xuất khẩu
- Hướng dẫn tiêu chuẩn xuất khẩu
- Hạn chế việc kiểm tra hoạt động doanh nghiệp
- Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc hoàn thuế
- Tổ chức nhiều hội chợ về nông sản vùng

Họ tên người phỏng vấn:

Phu lục 3:

KẾT QUẢ KHẢO SÁT Ý KIẾN NÔNG DÂN TRỒNG ĐIỀU Ở BÌNH PHƯỚC

1. **Chọn mẫu:** Lấy ý kiến của 70 hộ nông dân trồng điều tại Bình Phước
2. **Phương pháp khảo sát:** Trực tiếp phỏng vấn các hộ nông dân và điền vào bảng 20 câu hỏi soạn sẵn.
3. **Thời gian:** Từ tháng 6/2003 đến tháng 10/2003
4. **Kết quả khảo sát:**
 1. Đối tượng khảo sát: Hộ nông dân 97%
 2. Diện tích trồng điều:
 - Dưới 10.000 m² 12%
 - Từ 10.001 – 20.000 m² 18%
 - Từ 20.001 – 30.000 m² 23%
 - Từ 30.001 – 50.000 m² 33%
 - Trên 50.000 m² 14%
 3. Năng suất thu hoạch:
 - Dưới 2 tấn/ 1 ha 63%
 - Trên 2 tấn/ 1 ha 37%
 4. Cơ sở của việc lựa chọn loại cây trồng
 - Thị trường bán được giá 58%
 - Phù hợp với điều kiện đất đai 42%
 5. Tổ chức thu hoạch nông sản do ai thực hiện
 - Hộ sản xuất 12%
 - Thuê lao động 25%
 - Thương lái 47%
 - Người tiêu thụ thu hoạch 16%
 6. Xử lý nông sản sau thu hoạch
 - 6.1 Có hay không xử lý
 - Có xử lý 73%
 - Không xử lý 27%
 - 6.2 Hình thức xử lý
 - Phân loại 83%
 - Sơ chế 17%
 7. Tính ổn định của việc tiêu thụ nông sản
 - Ổn định 2%
 - Không ổn định 98%
 8. Khi nào tiêu thụ nông sản
 - Đầu vụ sản xuất 2%

	Trong quá trình trồng	10%
	Ngay khi thu hoạch	88%
9.	Phương thức tiêu thụ nông sản	
	Có mối quan hệ trước với người mua	15%
	Lựa chọn nông sản thích hợp	20%
	Tự tổ chức bán	65%
10.	Khách hàng mua nông sản	
	Thương lái	90%
	Hợp tác xã tiêu thụ	1%
	Trạm thu mua	3%
	Buôn bán lẻ	3%
	Tiêu dùng trực tiếp	3%
11.	Cách thức thu mua	
	Hợp đồng bao tiêu	9%
	Mua theo nhu cầu thực tế	91%
12.	Phương thức thanh toán tiền mua nông sản	
	Trả tiền ngay sau khi nhận hàng	94%
	Trao đổi vật tư	1%
	Trả tiền trước	5%
13.	Hiệu quả tiêu thụ nông sản	
	Có hiệu quả cao	30%
	Có hiệu quả trung bình	40%
	Có hiệu quả thấp	30%
14.	Đánh giá mức độ thuận lợi trong tiêu thụ nông sản	
	Dễ dàng	10%
	Bình thường	15%
	Khó khăn	75%
15.	Đánh giá sự trợ giúp của Nhà nước trong sản xuất và tiêu thụ nông sản	
	Có trợ giúp	9%
	Không trợ giúp	91%

Phụ lục 4:

KẾT QUẢ KHẢO SÁT Ý KIẾN CÁC DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

- 1. Chọn mẫu:** Lấy ý kiến của 30 doanh nghiệp xuất khẩu nông sản tập trung tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương và Đồng Nai
- 2. Phương pháp khảo sát:** Trực tiếp phỏng vấn các doanh nghiệp tiêu thụ xuất khẩu nông sản với câu hỏi soạn sẵn gồm 20 câu.
- 3. Thời gian:** Từ tháng 6/2003 đến tháng 10/2003
- 4. Kết quả khảo sát:**
 1. Loại hình doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát:

Doanh nghiệp nhà nước	40%
Doanh nghiệp tư nhân	53%
Hợp tác xã	7%
 2. Chức năng hoạt động của doanh nghiệp

Thương mại trong nước	7%
Chế biến	42%
Xuất nhập khẩu	51%
 3. Quy mô hoạt động của doanh nghiệp

Lớn	14%
Vừa	32%
Vừa và nhỏ	54%
 4. Doanh số kinh doanh xuất khẩu

Trên 100 triệu USD	35%
Dưới 100 triệu USD	65%
 5. Mặt hàng nông sản xuất khẩu

Gạo	12%
Cà phê	46%
Tiêu	13%
Điều	5%
Các loại khác	24%
 6. Thị trường xuất khẩu nông sản của doanh nghiệp

Nhật	15%
ASEAN	33%
Trung Quốc	12%
EU	20%

	Mỹ	9%
	Thị trường khác	11%
7.	Mức độ hiểu biết về thị trường tiêu thụ nông sản	
	Biết rất rõ	1%
	Biết khá rõ	24%
	Biết không nhiều	45%
	Biết rất ít	30%
8.	Phương thức thu mua nông sản	
	Mua trực tiếp hộ nông dân	8%
	Thu gom hàng	35%
	Mua hàng qua thương lái, hợp tác xã	45%
	Mua tại các chợ đầu mối	12%
9.	Hệ thống chế biến và bảo quản nông sản	
	Hiện đại	12%
	Tốt	37%
	Trung bình	46%
	Lạc hậu	5%
10.	Tính ổn định của thị trường và khách hàng	
	Ổn định	22%
	Không ổn định	78%
11.	Phương cách tiếp thị hàng nông sản	
	Tham gia hội chợ	30%
	Mở Website	21%
	Mạng Internet	25%
	Nhờ trung gian môi giới	24%
12.	Lợi thế cạnh tranh	
	Giá cả	35%
	Chất lượng	55%
	Thương hiệu	7%
	Yếu tố khác	3%
13.	Khó khăn lớn nhất của doanh nghiệp	
	Thiếu vốn	32%
	Nguồn cung cấp số lượng lớn	15%
	Chất lượng nông sản	20%
	Bảo quản	10%
	Chi phí	14%
	Thuế	7%
	Thủ tục xuất nhập khẩu	2%
14.	Giải pháp đẩy mạnh việc tiêu thụ nông sản	
	Tìm kiếm thị trường	35%
	Chất lượng nông sản	25%
	Chính sách tiếp thị	15%

	Thông tin thị trường	10%
	Hạ giá thành	9%
	Thay đổi giống cây trồng	6%
15.	Tính gắn kết của doanh nghiệp với nông dân	
	Lỏng lẻo	55%
	Chặt chẽ	17%
	Vừa phải	28%
16.	Tính cạnh tranh trong thu mua	
	Gay gắt	18%
	Bình thường	75%
	Không có cạnh tranh	7%
17.	Mức độ hỗ trợ của Nhà nước	
	Giúp tìm kiếm thị trường	15%
	Cung cấp thông tin thị trường	34%
	Xúc tiến thương mại	27%
	Quảng bá thương hiệu	8%
	Hỗ trợ lãi suất vay vốn	7%
	Trợ giá xuất khẩu	3%
	Thưởng xuyên khuyến khích xuất khẩu	5%
	Các hình thức hỗ trợ khác	1%

Phụ lục 5:

CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 80 /2002/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 24 tháng 6 năm 2002

QUYẾT ĐỊNH CỦA THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1: Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa (bao gồm nông sản, lâm sản, thủy sản) và muối với người sản xuất (hợp tá xã, hộ nông dân, trang trại, đại diện hộ nông dân) nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hóa để phát triển sản xuất ổn định và bền vững.

Hợp đồng sau khi đã ký kết là cơ sở pháp lý để gắn trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên, bảo vệ quyền lợi và lợi ích hợp pháp giữa người sản xuất nguyên liệu và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, chế biến và xuất khẩu theo các quy định của hợp đồng.

Điều 2: Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa phải được ký với người sản xuất ngay từ đầu vụ sản xuất, đầu năm hoặc đầu chu kỳ sản xuất. Trước mắt, thực hiện việc ký kết hợp đồng tiêu thụ đối với các sản phẩm là các mặt hàng chủ yếu để xuất khẩu: gạo, thủy sản, chè, cà phê, hồ tiêu, cao su, hạt điều, quả, dâu tằm, thịt,... và các sản phẩm chủ yếu để tiêu dùng trong nước có thông qua chế biến công nghiệp: bông, mía, thuốc lá, cây rừng nguyên liệu cho công nghiệp giấy công nghiệp chế biến gỗ, sữa và muối..

Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa ký giữa các doanh nghiệp với người sản xuất theo hình thức:

- Ứng trước vốn, vật tư, hỗ trợ kỹ thuật, công nghệ và mua lại nông sản hàng hóa;
- Bán vật tư mua lại nông sản hàng hóa;
- Trực tiếp tiêu thụ nông sản hàng hóa,
- Liên kết sản xuất: hộ nông dân được sử dụng giá trị quyền sử dụng đất để góp vốn cổ phần, liên doanh, liên kết với doanh nghiệp hoặc cho doanh nghiệp thuê

đất sau đó nông dân được sản xuất trên đất đã góp cổ phần, liên doanh, liên kết hoặc cho thuê và bán lại nông sản cho doanh nghiệp, tạo sự gắn kết bền vững giữa nông dân và doanh nghiệp.

Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa phải bảo đảm nội dung và hình thức theo quy định của pháp luật.

Điều 3: Một số chính sách chủ yếu khuyến khích các doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ nông sản với người sản xuất.

1. Về đất đai

Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tạo điều kiện thuận lợi để nông dân thực hiện đầy đủ, đúng pháp luật các quyền về sử dụng đất, sử dụng giá trị quyền sử dụng đất để góp vốn cổ phần hoặc liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp chế biến, kinh doanh xuất nhập khẩu nông sản; chỉ đạo việc xây dựng và hoàn chỉnh quy hoạch các vùng sản xuất nông sản hàng hóa tập trung, tạo điều kiện cho người sản xuất và doanh nghiệp tổ chức sản xuất, ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa; chỉ đạo thực hiện việc dồn điền đổi thửa ở nơi cần thiết.

Các doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ, xuất khẩu nông sản có nhu cầu đất đai để xây dựng nhà máy chế biến hoặc kho tàng, bến bãi bảo quản và vận chuyển hàng hóa thì được ưu tiên thuê đất Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có quy định cụ thể tạo điều kiện thuận lợi về thủ tục, giá cả để hỗ trợ các doanh nghiệp nhận đất đầu tư.

2. Về đầu tư

Vùng sản xuất nguyên liệu tập trung gắn với cơ sở chế biến, tiêu thụ nông sản hàng hóa có hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa được ngân sách Nhà nước hỗ trợ một phần về đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng (đường giao thông, thủy lợi, điện, ..), hệ thống chợ bán buôn, kho bảo quản, mạng lưới thông tin thị trường, các cơ sở kiểm định chất lượng nông sản hàng hóa. Cơ chế tài chính và hỗ trợ ngân sách thực hiện như quy định tại Điều 3, Quyết định số 132/2001/QĐ-TTg ngày 7 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ.

3. Về tín dụng

- Đối với tín dụng thương mại, các ngân hàng thương mại đảm bảo nhu cầu vay vốn cho người sản xuất và doanh nghiệp đã tham gia ký hợp đồng theo lãi suất thỏa thuận với điều kiện và thủ tục thuận lợi. Người sản xuất, doanh nghiệp được thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay để vay vốn ngân hàng, được vay vốn bằng tín chấp và vay theo dự án sản xuất kinh doanh có hiệu quả.
- Người sản xuất, doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ nông sản có dự án sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu được hưởng các hình thức đầu tư nhà nước từ Quỹ hỗ trợ phát triển theo quy định tại Nghị định số 43/1999/NĐ-CP ngày 29 tháng 6 năm 1999 của Chính phủ về Tín dụng đầu tư của Nhà nước và Quyết định số 02/2001/QĐ-TTg ngày 2 tháng 01 năm 2001 của Thủ tướng chính phủ.

- Các doanh nghiệp ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản để xuất khẩu, có dự án sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu được vay vốn từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu theo quy định từ Quyết định số 133/2001/QĐ – TTg ngày 10 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế tín dụng hỗ trợ xuất khẩu. Các doanh nghiệp tiêu thụ nông sản mang tính thời vụ được vay vốn từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu để mua nông sản hàng hóa theo hợp đồng và được áp dụng hình thức tín chấp hoặc thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay để vay vốn.
- Đối với địa bàn vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn, vùng biên giới, hải đảo ngoài chính sách tín dụng hiện hành cho người sản xuất và doanh nghiệp vay như: cho vay hộ nghèo, giảm lãi suất cho vay khi thanh toán,... còn được thực hiện chính sách:
 - + Đối với dự án đầu tư chế biến nông sản, tiêu thụ nông sản hàng hóa được vay từ Quỹ Hỗ trợ phát triển với mức lãi suất 3%/năm. Trường hợp dự án do doanh nghiệp nhà nước thực hiện thì khi dự án đi vào hoạt động; ngân sách nhà nước cấp đủ 30% vốn lưu động;
 - + Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương quyết định việc sử dụng Ngân sách địa phương hỗ trợ lãi suất vốn vay ngân hàng cho từng dự án sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông sản hàng hóa phù hợp với điều kiện cụ thể của từng địa phương.

4. Về chuyển giao tiến bộ kỹ thuật và công nghệ

Hàng năm, ngân sách nhà nước dành khoản kinh phí để hỗ trợ các doanh nghiệp và người sản xuất có hợp đồng tiêu thụ nông sản: Áp dụng, phổ cập nhanh (kể cả nhập khẩu) các loại giống mới, tiến bộ kỹ thuật, công nghệ mới trong bảo quản, chế biến nông, lâm, thủy sản; đầu tư mới, cải tạo, nâng cấp các cơ sở sản xuất và nhân giống cây trồng, giống vật nuôi; đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền, giáo dục (chương trình VIDEO, truyền thanh, truyền hình, Internet,...) nhằm phổ cập nhanh tiến bộ kỹ thuật và công nghệ mới, thông tin về thị trường, giá cả đến người sản xuất, doanh nghiệp.

Các vùng sản xuất hàng hóa tập trung có hợp đồng tiêu thụ nông sản được ưu tiên triển khai và hỗ trợ hệ thống và công tác khuyến nông, khuyến lâm, khuyến ngư.

5. Về thị trường và xúc tiến thương mại

Ngoài các chính sách hiện hành, đối với vùng sản xuất hàng hóa tập trung các doanh nghiệp xuất khẩu thuộc các thành phần kinh tế có hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa với nông dân ngay từ đầu vụ được ưu tiên tham gia thực hiện các hợp đồng thương mại của Chính phủ và các chương trình xúc tiến thương mại do Bộ thương mại Bộ, ngành có liên quan, Hiệp hội ngành hàng và địa phương tổ chức.

Điều 4: Việc ký kết và thực hiện hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa giữa người sản xuất với doanh nghiệp phải được thực hiện theo đúng các quy định của pháp luật về hợp đồng.

Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa được Ủy ban nhân dân xã xác nhận hoặc phòng công chứng huyện chứng thực.

Doanh nghiệp và người sản xuất có trách nhiệm thực hiện đúng các cam kết trong hợp đồng, bên nào không thực hiện đúng nội dung đã ký mà gây thiệt hại thì phải bồi thường cho bên bị thiệt hại.

Các bên ký kết hợp đồng cùng nhau thỏa thuận xử lý các rủi ro do về thiên tai, đột biến về giá cả thị trường và các nguyên nhân bất khả kháng khác theo nguyên tắc cùng chia sẻ rủi ro và được Nhà nước xem xét hỗ trợ một phần thiệt hại theo quy định của pháp luật.

Các doanh nghiệp không được tranh mua nông sản hàng hóa của nông dân mà doanh nghiệp khác đã đầu tư phát triển sản xuất. Không được ký hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa mà người sản xuất đã ký hợp đồng với doanh nghiệp khác. Người sản xuất chỉ được bán nông sản hàng hóa sản xuất theo hợp đồng cho doanh nghiệp khác khi doanh nghiệp đã đầu tư hoặc ký hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa từ chối không mua hoặc mua không hết nông sản hàng hóa của mình.

Khi có tranh chấp về hợp đồng thì Ủy ban nhân dân xã có trách nhiệm phối hợp với Hội đồng nông dân Việt Nam cùng cấp và Hiệp hội ngành hàng tổ chức và tạo điều kiện để hai bên giải quyết bằng thương lượng, hòa giải không đạt kết quả thì các bên đưa vụ tranh chấp ra tòa án để giải quyết theo pháp luật.

Điều 5: Trong quá trình thực hiện hợp đồng, nếu doanh nghiệp vi phạm một trong những nội dung: không mua hết nông sản hàng hóa; mua không đúng thời gian, không đúng địa điểm như đã cam kết trong hợp đồng; gian lận thương mại trong việc định tiêu chuẩn chất lượng, số lượng nông sản hàng hóa; lợi dụng tính độc quyền của hợp đồng tiêu thụ để mua dưới giá đã ký kết trong hợp đồng; gian lận thương mại trong việc định tiêu chuẩn chất lượng, số lượng nông sản hàng hóa; lợi dụng tính độc quyền của hợp đồng tiêu thụ để mua dưới giá đã ký kết trong hợp đồng hoặc có hành vi khác gây thiệt hại cho người sản xuất thì tùy theo tính chất và mức độ của hành vi vi phạm mà phải chịu các biện pháp xử lý như sau:

1. Bồi thường toàn bộ thiệt hại vật chất do hành vi vi phạm gây ra theo quy định của pháp luật về hợp đồng.
2. Cơ quan nhà nước có thẩm quyền đình chỉ hoặc tạm đình chỉ quyền kinh doanh đối với mặt hàng nông sản mà doanh nghiệp vi phạm và thông báo trên phương tiện thông tin đại chúng về hành vi vi phạm hợp đồng của doanh nghiệp.

Điều 6: Trong quá trình thực hiện hợp đồng, nếu người sản xuất nhận tiền vốn, vật tư ứng trước của doanh nghiệp đã ký hợp đồng mà cố ý không bán nông sản hàng hóa hoặc bán nông sản hàng hóa cho doanh nghiệp khác không ký hợp đồng đầu tư sản xuất; bán thiếu số lượng, không đúng thời gian, không đảm bảo tiêu chuẩn, chất lượng hàng hóa quy định trong hợp đồng; không thanh toán đúng thời hạn hoặc có hành vi vi phạm khác thì tùy theo tính chất, mức độ của hành vi vi phạm mà phải chịu các hình thức xử lý như sau:

1. Phải thanh toán lại cho doanh nghiệp các khoản nợ: vật tư, vốn (bao gồm cả lãi suất vốn vay ngân hàng trong thời gian tạm ứng) đã nhận tạm ứng;
2. Phải bồi thường thiệt hại đã gây ra cho doanh nghiệp theo quy định của pháp luật về hợp đồng.

Điều 7: Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm chính trong việc chỉ đạo thực hiện các biện pháp thúc đẩy quá trình tổ chức sản xuất, tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng tại địa phương, trong đó cần làm tốt một số việc sau đây:

- Chỉ đạo các ngành ở địa phương tuyên truyền rộng rãi trong nhân dân về phương thức sản xuất theo hợp đồng, tăng cường giáo dục về pháp luật, nâng cao ý thức chấp hành luật pháp cho doanh nghiệp và nông dân để nhân dân đồng tình hưởng ứng phương thức làm ăn mới trong cơ chế thị trường;
- Lựa chọn và quyết định cụ thể (có trường hợp cần phối hợp với các Bộ, ngành có liên quan, Tổng công ty nhà nước) các doanh nghiệp thực hiện ký hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa; đồng thời có kế hoạch từng bước mở rộng phương thức ký hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa để đến năm 2005 ít nhất 30%, đến năm 2010 có trên 50% sản lượng nông sản hàng hóa của một số ngành sản xuất hàng hóa lớn được tiêu thụ thông qua hợp đồng.
- Hướng dẫn các doanh nghiệp và người sản xuất ký hợp đồng sản xuất, tiêu thụ nông sản hàng hóa trên địa bàn; chỉ đạo các Sở, ban, ngành trong tỉnh đôn đốc, kiểm tra ký kết và thực hiện hợp đồng;
- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ thủy sản, Liên minh hợp tác xã Việt Nam, Hội Nông dân Việt Nam chỉ đạo thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh tế tập thể để từ đó mở rộng phương thức tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng với hợp tác xã nông nghiệp;
- Có biện pháp giúp đỡ cần thiết và tạo điều kiện cho người sản xuất và doanh nghiệp thực hiện phương thức tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng, phát hiện kịp thời những vướng mắc của doanh nghiệp và người sản xuất trong quá trình thực thi phương thức này; kịp thời xử lý những vướng mắc thuộc trách nhiệm, thẩm quyền của địa phương và chủ động làm việc với các Bộ, ngành có liên quan để xử lý những vấn đề vượt thẩm quyền của địa phương;
- Chỉ đạo xây dựng một số mô hình mẫu về phương thức sản xuất theo hợp đồng để rút kinh nghiệm chỉ đạo chung và hoàn thiện các chính sách, nhằm thúc đẩy quá trình liên kết ngày càng chặt chẽ và hiệu quả giữa người sản xuất, chế biến, tiêu thụ nông sản hàng hóa trong nông nghiệp.

Điều 8: Trách nhiệm của các Bộ, ngành và tổ chức có liên quan:

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ thủy sản ban hành mẫu hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa của ngành để các doanh nghiệp và người sản xuất vận dụng trong quá trình thực hiện theo dõi tổng hợp việc triển khai

thực hiện phương thức tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng bảo cáo Thủ tướng Chính phủ.

2. Bộ Thương mại có trách nhiệm hướng dẫn hỗ trợ các doanh nghiệp xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường tiêu thụ nông sản.
3. Bộ Tài chính rà soát các chính sách thuế cho phù hợp đối với các bên ký hợp đồng, xây dựng chính sách lập Quỹ bảo hiểm ngành hàng trình Chính phủ quyết định; hướng dẫn các chính sách về tài chính có liên quan.
4. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Quỹ Hỗ trợ phát triển hướng dẫn tổ chức chỉ đạo việc cho các doanh nghiệp, người sản xuất vay vốn được quy định trong Quyết định này.
5. Cơ quan quản lý nhà nước về giá của Chính phủ hướng dẫn nguyên tắc xác định giá sản nông sản hàng hóa mà doanh nghiệp mua của người sản xuất để đảm bảo người sản xuất có lợi, doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả.
6. Hội Nông dân Việt Nam, Hiệp hội ngành hàng phát huy vai trò, vị trí của ngành mình hỗ trợ doanh nghiệp và người sản xuất ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản.

Điều 9: Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký;

Điều 10: Các bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ,
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ,
- Tổng công ty Lương thực miền Bắc,
- Tổng công ty Lương thực miền Nam,
- Tổng công ty Cao su Việt Nam,
- Tổng công ty Cà phê Việt Nam,
- Các HDND UBND tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
- Văn phòng Quốc hội,
- Văn phòng Chủ tịch nước
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng,
- Viện Kiểm soát nhân dân tối cao,
- Tòa án Nhân dân tối cao,
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể,
- Công báo,
- VPCP, BTCH, các PCN, các Vụ, Cục, các đơn vị trực thuộc
- Lưu: NN(5), Văn thư

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Phan Văn Khải

Phụ lục 6

CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 910 /1997/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 24 tháng 10 năm 1997

QUYẾT ĐỊNH CỦA THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ
Về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội
vùng Đông Nam Bộ giai đoạn từ nay đến năm 2010

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 30 tháng 09 năm 1992;
Căn cứ vào Dự án Quy hoạch Tổng thể phát triển kinh tế-xã hội vùng Đông Nam Bộ do Viện chiến lược phát triển – Bộ Kế hoạch và Đầu tư chuẩn bị;
Xét đề nghị của Chủ tịch Hội đồng Thẩm định Nhà nước về các dự án đầu tư tại Công văn số 5834 – HĐTD ngày 18/09/1997,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội vùng Đông Nam Bộ gồm chín tỉnh, thành phố Trung ương (TPHCM, các tỉnh Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh, Lâm Đồng, Bình Thuận và Ninh Thuận) thời kỳ từ nay tới năm 2010 với những nội dung sau:

I. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU

1. Về kinh tế:

- Phần đầu GDP bình quân đầu người đạt 874 USD vào năm 2000, 2.178 USD vào năm 2010;
- Nhịp độ tăng trưởng kinh tế bình quân hàng năm đạt 12,93% từ nay đến năm 2000 và đạt 12,3% giai đoạn 2001 – 2010;
- Kim ngạch xuất nhập khẩu tăng bình quân hàng năm từ 29% đến 31% trong suốt giai đoạn từ nay đến năm 2010;
- Tỷ lệ tích lũy từ GDP phần đầu đến năm 2000 đạt trên 24% và đến năm 2010 đạt trên 27%;

2. Về xã hội:

- Phần đầu giảm mức sinh hàng năm để bảo đảm tỷ lệ tăng dân số bình quân đến năm 2000 là 2,3%, đến năm 2010 còn 1,6%;

- Bảo đảm tốt các nhu cầu về điện, nước, khí đốt, đi lại, thông tin liên lạc, đáp ứng các điều kiện sống cho nhân dân ở các đô thị hạt nhân và dân cư vùng nông thôn có mức sống trên trung bình so với cả nước. Xây dựng gia đình văn hóa gắn với thôn bản, văn minh đô thị, xóa bỏ các tệ nạn xã hội;
- Đa dạng hóa các hình thức đào tạo để nâng cao trình độ học vấn, nâng số lao động được đào tạo lên 25% vào năm 2000 và 50% vào năm 2010. Phấn đấu hoàn thành xóa nạn mù chữ và phổ cập giáo dục tiểu học vào năm 2000. Phát triển y tế và chăm sóc sức khỏe cộng đồng: đầu tư cho các trung tâm y học chữa trị các bệnh chuyên khoa hiếm nghèo cho nhân dân các tỉnh phía Nam;
- Đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng kinh tế phải đi đôi với bảo vệ môi trường sinh thái và phát triển bền vững;

3. Về an ninh quốc phòng:

Giữ gìn kỷ cương, trật tự an toàn xã hội, giữ vững chủ quyền và an ninh quốc gia. Kết hợp chặt chẽ hai nhiệm vụ chiến lược xây dựng vào bảo vệ đất nước;

II. NHIỆM VỤ PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU

1. Về phát triển công nghiệp:

- Phấn đấu đạt nhịp độ tăng trưởng công nghiệp giai đoạn từ nay tới năm 2000 đạt từ 14,7% - 15%, từ năm 2001 đến năm 2010 đạt từ 13,3% - 13,5%.
- Phát triển các ngành công nghiệp khai thác dầu khí, điện, cơ khí, luyện kim, điện tử, tin học, hóa chất, dệt may, da giày, giấy, nhựa, sành sứ, thủy tinh, chế biến lương thực thực phẩm... Đầu tư thiết bị hiện đại cho các ngành có sản phẩm mũi nhọn mang lại hiệu quả cao, thúc đẩy xuất khẩu. Đầu tư cho các khu công nghiệp và khu chế xuất nhằm tạo ra sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Trước mắt ưu tiên cho hai khu chế xuất: Tân Thuận, Linh Trung và 26 khu công nghiệp: Tân Phước, khu kỹ thuật cao Thủ Đức, Cát Lái, Bắc Thủ Đức, Tân Phú Trung, Biên Hòa I, II, Hồ Nai, Sông Mỹ, Long Bình, Tuy Hạ, Gò Dầu, Mỹ Xuân-Phú Mỹ, Long Hương, Sóng Thần, Bình Dương, Bình Hòa, Thuận Giao, An Phú, Tân Định, Bầu Bè, Hàm Tân, Phan Thiết, Tuy Phong, Bảo Lộc, La Ngà;

2. Về phát triển thương mại và các ngành dịch vụ:

- Phát triển thương mại và các ngành dịch vụ phải gắn với sự phát triển chung của các ngành kinh tế nhằm thực hiện tốt các mục tiêu kinh tế xã hội của vùng. Chuyển dịch cơ cấu các ngành thương mại, dịch vụ, dịch vụ cảng, ngân hàng tài chính, chuyển giao công nghệ. Phấn đấu nhịp độ tăng trưởng từ nay đến năm 2000 là 12,93% - 13,2% và giai đoạn xây dựng một số trung tâm thương mại và siêu thị tạo ra môi trường thuận lợi cho việc trao đổi, phổ biến kiến thức và kinh nghiệm về kinh doanh và quản lý hiện đại;
- Nâng cao chất lượng và phát triển đa dạng các hình thức du lịch, hình thành các tuyến du lịch vùng và liên vùng. Thiết lập 2 trung tâm du lịch Đà Lạt và Vũng Tàu, tạo ra sự gắn kết giữa 2 trung tâm này với TPHCM. Phát huy thế

mạnh của vùng, mở các tuyến du lịch với các nước trong khu vực và quốc tế. Xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, kết cấu hạ tầng gắn khai thác với tôn tạo, duy trì, bảo dưỡng và phát triển tài nguyên du lịch, giữ gìn truyền thống và bản sắc văn hóa dân tộc;

3. Về phát triển nông, lâm, ngư nghiệp:

Phát triển ngành nông nghiệp tạo ra nhiều sản phẩm hàng hóa, phát huy mạnh nhằm đạt hiệu quả cao về kinh tế, xã hội và môi trường, đa dạng hóa cây trồng, vật nuôi, thâm canh với trình độ cao và ổn định. Chú trọng phát triển các loại cây công nghiệp lâu năm như cao su, cà phê, chè, điều, cây ăn quả... Phát triển các sản phẩm công nghiệp cung cấp nguyên liệu cho công nghiệp chế biến và xuất khẩu. Đồng thời phát triển chăn nuôi đáp ứng nhu cầu sản xuất và dân sinh. Tốc độ tăng trưởng nông nghiệp thời kỳ từ nay đến năm 2000 là 4,5%, giai đoạn 2001 – 2010 là 4%;

- *Lâm nghiệp*: chú trọng công tác quản lý bảo vệ, khoanh nuôi và gìn giữ cả ba loại: rừng tự nhiên, rừng đặc dụng và rừng phòng hộ, nhất là rừng đầu nguồn. Đẩy mạnh trồng rừng vùng đất trống, đồi núi trọc, rừng ngập nước. Tăng cường trồng cây phân tán dọc theo kênh mương, trục giao thông, tại vườn hộ gia đình. Thực hiện giao đất, giao và khoán rừng khuyến khích tăng tỉ lệ che phủ;
- *Ngư nghiệp*: đẩy mạnh việc nuôi trồng, ương giống và khai thác, chế biến thủy sản. Phát huy tiềm năng về thủy sản trên cả ba vùng sinh thái nước mặn, nước lợ và nước ngọt. Khuyến khích khai thác tiềm năng về biển khơi, đánh bắt thủy sản xa bờ. Tranh thủ sự giúp đỡ về vốn, kỹ thuật, đầu tư đổi mới công nghệ để tăng sản phẩm xuất khẩu;

4. Về phát triển kết cấu cơ sở hạ tầng:

Hoàn thiện và hiện đại hóa hệ thống cảng biển, đường bộ, đường sắt, sân bay theo Quy hoạch nhằm thúc đẩy việc giao lưu hàng hóa, tạo thuận lợi cho vùng sâu, vùng xa, vùng căn cứ cách mạng phát triển. Từng bước hoàn thiện hệ thống giao thông công cộng ở các thành phố lớn;

Cải tạo, nâng cấp và xây dựng mới hệ thống cấp nước ở các đô thị, các khu công nghiệp, khu chế xuất, phục vụ kinh doanh và nhu cầu sinh hoạt của dân cư. Cải thiện điều kiện ăn, ở, sinh hoạt và vệ sinh môi trường đô thị và nông thôn;

Hiện đại hóa thông tin liên lạc, xây dựng đồng bộ với mạng lưới thông tin quốc gia, hòa nhập với cộng đồng quốc tế và khu vực, đáp ứng nhu cầu thông tin cho sản xuất và đời sống;

- *Về phát triển nguồn và mạng lưới điện*: đầu tư xây dựng một công trình như máy nhiệt điện Phú Mỹ A, B, nhiệt điện chạy dầu FO tại Hiệp Đức, thủy điện Hàm Thuận, Đa Mi, Thác Mơ, Đại Ninh. Phấn đấu đến năm 2000 cung cấp được từ 10-11 tỷ Kwh, và giai đoạn 2001-2010 đạt khoảng 35-36 tỷ Kwh. Phát triển mạng lưới điện phải được tiến hành đồng thời với phát triển nguồn điện nhằm đáp ứng nhu cầu gia tăng trong thời gian tới;

- *Về chất thải:* cùng với TP HCM sản xuất và nâng cao đời sống, việc xử lý nước thải, chất thải rắn và chất thải khí cần được giải quyết nghiêm túc nhằm chống ô nhiễm môi trường và giữ gìn cảnh quan;
- *Về tổ chức không gian đô thị:* Xây dựng các đô thị lớn, đồng thời tổ chức không gian phát triển khu vực nông thôn, vùng khó khăn để từng bước khắc phục tình trạng khác biệt giữa thành thị và nông thôn, vùng dân tộc ít người, vùng biên giới. Việc xây dựng các khu dân cư cần thực hiện theo đúng Quy hoạch, chú trọng các khu nghỉ dưỡng và dành không gian các khu vui chơi, giải trí cho dân cư, đặc biệt là trẻ em;

5. Về văn hóa - giáo dục - y tế - xã hội:

- Đổi mới nâng cao chất lượng và hiệu quả của công tác giáo dục và đào tạo nhằm nâng cao dân trí và phát triển nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa và nâng cao đời sống;
- củng cố và phát triển các cơ sở y tế hiện có phục vụ công tác chăm sóc sức khỏe ban đầu, khám chữa bệnh: cải tạo, và nâng cấp các bệnh viện hiện có, xây dựng một số trung tâm y học, các bệnh viện chuyên khoa tại đô thị thuộc vùng, phục vụ nhu cầu chữa bệnh của nhân dân;
- Chấn chỉnh, nâng cấp các khu trung tâm khoa học, áp dụng các công nghệ tiên tiến, hiện đại làm động lực cho phát triển kinh tế - xã hội của vùng và cả nước. Phát triển hình thức nghiên cứu thử nghiệm, trình diễn khuyến nông, khuyến lâm, khuyến ngư trên địa bàn;
- Phát triển văn hóa, thông tin, truyền thanh, truyền hình, thể dục thể thao đạt trình độ cao và hiện đại ngang tầm với các nước trong khu vực. Đào tạo, bồi dưỡng nghệ sĩ, nghệ nhân, tạo điều kiện cho các loại hình nghệ thuật phát triển, chú trọng loại hình nghệ thuật dân gian truyền thống;

III. NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU:

Để đảm bảo việc thực hiện Quy hoạch cần phải có một hệ thống các giải pháp đồng bộ nhằm huy động tiềm năng và nguồn lực trong và ngoài nước phục vụ cho việc phát triển kinh tế-xã hội của vùng. Trên địa bàn từng tỉnh, thành phố phải vận dụng sáng tạo các giải pháp và có các bước đi thích hợp thông qua các kế hoạch dài hạn, ngắn hạn, các chương trình phát triển, các dự án cụ thể;

- *Về nguồn vốn, nguồn lực, thị trường khoa học công nghệ:* phải được cụ thể hóa bằng các cơ chế, chính sách phù hợp với đặc điểm của từng vùng và từng địa phương nhằm thực hiện các mục tiêu nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội đề ra trong Quy hoạch;
- Đầu tư đúng mức vào việc cải thiện các cơ sở sản xuất hiện có, trang bị công nghệ thích hợp, giảm các doanh nghiệp gây ô nhiễm xa các vùng dân cư. Tập trung xây dựng các khu công nghiệp có hiệu quả cao. Chú trọng phát triển ngành xe để đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế và đời sống;
- Căn cứ vào Quy hoạch đã được phê duyệt, các địa phương trong vùng phải rà soát lại Quy hoạch tổng thể, các chương trình, kế hoạch, dự án phát triển

kinh tế-xã hội để bố trí thứ tự ưu tiên hợp lý, thông qua các kế hoạch hàng năm, các dự án thành phần;

- Trong quá trình thực hiện Quy hoạch, Bộ Kế hoạch và Đầu tư và các Bộ, ngành trung ương, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố vùng Đông Nam Bộ cần theo dõi, tổng kết, rút kinh nghiệm và có những điều chỉnh, bổ sung kịp thời;

Điều 2: Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố vùng Đông Nam Bộ có trách nhiệm kiểm tra, theo dõi thực hiện Quy hoạch một cách chặt chẽ, xây dựng kế hoạch 5 năm, hàng năm, các chương trình và dự án đầu tư phát triển phù hợp với Quy hoạch vùng;

Các Bộ, ngành ở Trung ương có trách nhiệm phối hợp, giúp đỡ các tỉnh, thành phố thuộc vùng Đông Nam Bộ trong quá trình rà soát, tổ chức thực hiện các chương trình và dự án đề ra đảm bảo sự thống nhất giữa Quy hoạch từng tỉnh, thành phố với Quy hoạch vùng và cả nước;

Điều 3: Quyết định này có hiệu lực sau 15 ngày kể từ ngày ký, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố thuộc vùng Đông Nam Bộ và các Bộ trưởng, Thủ trưởng các cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng các cơ quan thuộc Chính phủ có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng
- Thủ tướng, các Phó Thủ Tướng Chính phủ,
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ,
- Các HĐND UBND tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
- Văn phòng Quốc hội,
- Văn phòng Chủ tịch nước
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng,
- Viện Kiểm soát nhân dân tối cao,
- Tòa án Nhân dân tối cao,
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể,
- Công báo,
- VPCP, BTCH, các PCN, các Vụ, Cục, các đơn vị trực thuộc
- Lưu: NN(5), Văn thư

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Phan Văn Khải

Phu luc 7:

AGRICULTURAL PRODUCTION OF ASEAN 1999

	Vietnam	Thailand	Indonesia	Philippines	Malaysia	Myanmar	Laos	Cambodia
Gain production ('000 metric tons)	29,292	26,541	58,579	15,601	2,081	18,280	1,740	3,479
Kilograms of grain produced per capita per year	390	438	293	218	93	391	340	331
Roots and tubers production ('000 metric tons) -1	3,926	18,294	18,100	2,873	488	322	215	125
Prices production ('000 metric tons) -2	210	333	872	40	...	1,188	14	14
Fruits production ('000 metric tons) -3	3,848	7,223	7,205	9,825	1,101	1,090	173	299
Vegetables production ('000 metric tons) -4	4,508	2,641	5,346	5,061	459	2,488	125	455

Vietnam's harvest of fruit was 53,27 percent of Thailand's harvest, was 53.41 percent of Indonesia's harvest, was 349,5 percent of Malaysia's harvest, was 39.17 percent of Philippines' harvest, was 353 percent of Myamar's harvest, was 1,290 percent of Cambodia's harvest and was 2,220 percent of Lao's harvest.

Note:

1. Includes such crops as popatoes and cassava.
2. Includes beans and peas harvested for grain only

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 Về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng.
- [2]. Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 910/1997/QĐ-TTg ngày 24/10/1997 Về việc phê duyệt Quy hoạch Tổng thể phát triển kinh tế-xã hội vùng Đông Nam Bộ giai đoạn từ nay đến năm 2010.
- [3]. Lê Quốc Sử – “Chuyển dịch cơ cấu và xu hướng phát triển của kinh tế nông nghiệp Việt Nam theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa từ thế kỷ XX đến thế kỷ XXI trong “Thời đại kinh tế tri thức”” – Nhà xuất bản thống kê 2001.
- [4]. “Chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp vùng nông thôn ngoại thành Tp.HCM” – Nhà xuất bản Khoa học xã hội năm 2002.
- [5]. Bộ kế hoạch và đầu tư – Viện chiến lược và phát triển – “Quy hoạch phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2020” – Nhà xuất bản chính trị Quốc gia, 7/2002
- [6]. Ban kinh tế trung ương – Vụ kinh tế phía Nam – “Tình hình phát triển Kinh tế, xã hội vùng kinh tế trọng điểm phía Nam : Định hướng – Giải pháp – Kiến nghị” – Tp.HCM, tháng 7/2000.
- [7]. Bộ kế hoạch và đầu tư, Trung tâm nghiên cứu kinh tế miền Nam – “ Báo cáo tổng hợp Quy hoạch tổng thể kinh tế – xã hội vùng phát triển kinh tế trọng điểm phía Nam thời kỳ 2001 – 2005”, Tp.HCM 11/2001
- [8]. Bộ thương mại – “ Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 – 2010”
- [9]. “Kinh tế xã hội Việt Nam năm 2002 – Kế hoạch năm 2003 – Tăng trưởng và hội nhập” – Nhà xuất bản thống kê năm 2002
- [10]. Nguyễn Điền – Vũ Hạnh – Nguyễn Thu Hằng – “Nông nghiệp thế giới bước vào thế kỷ 21” – Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội - 1999
- [11]. Bộ thương mại – “Tình hình nông sản thế giới năm 2002 và dự báo cho năm 2003”
- [12]. Bộ thương mại – “Cục diện kinh tế thế giới năm 2001 và dự báo thương mại 2002”
- [13]. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – “Chiến lược phát triển nông nghiệp Việt Nam thời kỳ 2001 – 2010”
- [14]. Tổng cục thống kê – “Niên giám thống kê năm 2002” – Nhà xuất bản thống kê Hà nội, năm 2003.
- [15]. Tổng cục thống kê – “Niên giám thống kê năm 2001” – Nhà xuất bản thống kê Hà nội, năm 2002.
- [16]. Cục thống kê Tp.HCM – “Niên giám thống kê năm 2001” – Nhà xuất bản thống kê năm 2002
- [17]. Cục thống kê Tp.HCM – “Tình hình kinh tế – xã hội Tp.HCM” – Tổng kết các năm 1999 – 2002
- [18]. Cục thống kê Bình Thuận – “Niên giám thống kê năm 2001” – Nhà xuất bản thống kê năm 2002.

- [19]. Cục thống kê tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu – “Niên giám thống kê năm 2002” – Nhà xuất bản thống kê năm 2003
- [20]. Cục thống kê tỉnh Bình Dương – “Niên giám thống kê năm 2001” – Nhà xuất bản thống kê năm 2002.
- [21]. Website – <http://www.home.danso.ier.vn/statistic/2002/lamdong>
- [22]. Website của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
- [23]. Website của Bộ thương mại
- [24]. Website Thời báo Kinh tế Việt Nam – Thống kê về Kinh tế – xã hội Việt Nam qua giai đoạn 1999 - 2002
- [25]. Phạm Hùng Nghị – “Đồng Nai – từ khai phá đến hái quả” – Thời báo kinh tế Việt Nam, Hội kinh tế Việt Nam, số 14
- [26]. Doãn Khanh – “Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam 10 năm qua” – Tạp chí “Cộng sản” – Cơ quan ngôn luận của Đảng Cộng Sản Việt Nam, số 09/2000.
- [27]. Dương Ngọc – “Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam – Động lực phát triển kinh tế cả nước” – Thời báo Kinh tế Việt Nam, Hội khoa học Trung ương Việt Nam số 52.
- [28]. Mỹ dạ – “Rau quả chế biến: những chỉ tiêu phát triển đến năm 2010” – Thời báo Kinh tế Việt Nam, số 46, 9/9/1999
- [29]. World Economic Forum – “Global Competitiveness Report” – 1999 – 2001
- [30]. World Economic Forum – “Global Competitiveness Report” – Nhà xuất bản The World Bank – 1999 – 2001
- [31]. “Tiềm năng kinh tế Đông Nam Bộ” – Nhà xuất bản thống kê năm 1999
- [32]. Số liệu tổng hợp từ:
- Website – <http://Vitrinet.com.vn/ktxh/binhphuoc> – năm 2001
 - “New preferential policies expected to boost investment in Binh Phuoc”
 - Vietnam New, 10/2001
 - “Một trăm tỷ đồng cho nhà máy rau quả Bình Phước” – Báo Tuổi Trẻ, ngày 01/05/2001
- [33]. Số liệu tổng hợp từ:
- Website – <http://www.home.danso.ier.vn/statistic/2000/ninhthuan> – năm 2001
 - “Ninh Thuan increase exports” – Vietnam News, 29/2000
- [34]. Số liệu tổng hợp từ:
- Website – <http://www.home.danso.ier.vn/statistics>” của Tổng cục thống kê Việt Nam mục Bình thuận, Bình Phước, Tây Ninh, Lâm Đồng.
 - Đức Liên – Thế Huy – “Kinh tế Tp.HCM trong tương quan với vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và Đông Nam Bộ – Thời báo Kinh tế Sài Gòn, ngày 13/01/2000
 - Khải Minh – “Bình Dương, đường hoàng bước tới” – Thời báo Kinh tế Việt Nam, số 62, ngày 23/05/2001

[35]. Số liệu tổng hợp từ:

- “Tây Ninh xuất khẩu hơn 7000 tấn bột mì” – Báo điện tử Nhân dân <http://www.nhandan.org.vn>, ngày 23/08/2002
- “Kinh tế Tây Ninh và Bình Dương tăng trưởng khá” – Thông tấn xã Việt Nam ngày 25/07/2000
- Phạm Hùng Nghị – “Đánh thức mọi tiềm lực, Tây Ninh đang trở mình nổi dậy – Thời báo Kinh tế Việt Nam, Hội Kinh tế Việt Nam số 75, ngày 22/06/2001