

Giải bài toán đầu ra cho nông sản Việt

05:54 20/04/2022

Chuỗi sản xuất phân phối tiêu dùng, xuất khẩu đối với hàng hóa nông sản, tuy đã có nhiều tiến bộ, song vẫn còn nhiều vấn đề cần phải bàn. Một trong những vấn đề đó là phát triển nhanh hệ thống phân phối; tiếp cận một cách hiệu quả đến các sàn thương mại điện tử...

Những bất cập, hạn chế

Có thể nói, sản xuất nông sản của Việt Nam ngày càng dồi dào, chất lượng ngày càng tiến bộ. Trong nhiều năm qua, ngành nông nghiệp đã phục vụ đắc lực thị trường nội địa và xuất khẩu, góp phần vào nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Việt Nam đang phấn đấu, 10 - 15 năm tới trở thành một quốc gia có ngành nông nghiệp phát triển cao ở khu vực và thế giới.

Tuy nhiên, chuỗi sản xuất phân phối tiêu dùng, xuất khẩu đối với hàng nông sản, mặc dù đã có nhiều tiến bộ, song vẫn có nhiều việc cần phải làm. Trước hết, chúng ta tìm hiểu những tồn tại, bất cập ở ngay thị trường nội địa.

Đó là hiện nay, chỉ có khoảng 8 - 10% hàng nông sản sạch đạt chất lượng đang được bày bán và tiêu thụ ở kênh thương mại hiện đại, còn lại phải bán ra thị trường tự do, mức giá chỉ tương đương với nông sản chưa đảm bảo chất lượng. Điều đó dẫn đến thua thiệt cho người sản xuất nông sản sạch và rất khó khăn lựa chọn của người tiêu dùng hàng ngày.

Có nhiều lý do khiến các sản phẩm nông sản đạt tiêu chuẩn chưa vào được hết các siêu thị.

Trước hết, cả nước hiện có hơn 1.000 siêu thị, hơn 200 trung tâm thương mại và khoảng 4.000 siêu thị mini, cửa hàng tự chọn bán nông sản sạch, chừng đó là chưa đủ so tỷ lệ số siêu thị/số dân. Trong khi ở Việt Nam, thị phần bán lẻ của các siêu thị mới chiếm khoảng 20%, thì Thái Lan là 65%, Malaysia 70%, Singapore là 92%...

Quỹ hàng hóa nông sản, sản xuất ngày càng dồi dào hơn, khối lượng ngày càng lớn hơn, nhưng diện tích quầy kệ chỉ có hạn. Hệ thống phân phối hiện đại ở Việt

Nam, tuy đã phát triển, song chưa theo kịp với sức sản xuất hàng hóa nông sản ở trong nước thời gian qua.

Việc tiếp cận hàng nông sản vào siêu thị còn nhiều khó khăn như chiết khấu cao, những chi phí vô lý khác... Điều đó xảy ra ở một số chuỗi siêu thị có thế mạnh, mang tính độc quyền - mua hàng của người sản xuất, hiện tượng này không phải là cá biệt, mà diễn ra nhiều năm.

Chúng ta có Bộ Công Thương và sở công thương các tỉnh, thành phố; có Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Hiệp hội Bảo vệ người tiêu dùng, Hiệp hội bán lẻ... Song, những tiếng nói nhằm chia sẻ, can thiệp, làm trọng tài sao cho giao dịch công bằng, không chèn ép nhau thì lại rất khiêm tốn. Thậm chí, có lãnh đạo cấp bộ, ngành còn nói: “Chúng tôi không thể can thiệp, vì Việt Nam đã đi theo cơ chế thị trường, mua bán hoàn toàn theo thỏa thuận”.

Câu nói đó, nghe qua có vẻ đúng, nhưng thực chất thì không phải như vậy. Bởi vì: Chúng ta vận hành nền kinh tế theo cơ chế thị trường, nhưng có sự quản lý của nhà nước. Nếu những cơ quan, tổ chức nói trên không có những động thái can thiệp hợp lý theo Luật Cảnh tranh hiện hành, thì họ cũng phải chịu trách nhiệm một phần tình hình khó khăn hiện nay, khi hàng hóa đổ vào những chuỗi siêu thị có thế mạnh đang biểu hiện thống lĩnh thị trường.

Chính vì vậy, sự thua thiệt của người sản xuất gửi hàng vào siêu thị bị kéo dài triền miên, nhiều năm qua chưa được khắc phục.

Nêu bức tranh về con đường tiếp cận kênh phân phối hiện đại cho thấy còn rất nhiều trắc trở. Ý chí sản xuất nông sản sạch thường xuyên bị thui chột, vì những rào cản trên. Đó là vấn đề thực tại của việc mua bán nông sản với kênh bán hàng trực tiếp.



Hệ thống phân phối nông sản Việt.

Một số giải pháp, kiến nghị

Để giải quyết bài toán trên, có thể nêu ra đây 02 giải pháp mang tính căn cơ.

Thứ nhất, cần phát triển nhanh hệ thống phân phối, kể cả siêu thị và các chợ dân sinh để mở rộng cửa, không phiền hà, tiếp nhận nhanh chóng, chi phí thấp đưa hàng vào phục vụ Nhân dân. Tuy nhiên, cách này đòi hỏi một thời gian dài mới có thể khắc phục được bởi vốn đầu tư lớn, cộng với các chính sách thu hút DN phát triển kênh bán hàng hiện đại còn những hạn chế nhất định.

Thứ hai, rất may là nhân loại đang bước vào thời đại công nghệ 4.0, thương mại điện tử phát triển nhanh, đem lại những thuận tiện cho người tiêu dùng. Đây là một kênh tiêu thụ hàng nông sản có rất nhiều triển vọng, trước mắt cũng như trong tương lai. Những năm gần đây, nhiều sản phẩm nông sản Việt đã xuất hiện tại các sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước để giới thiệu và tiêu thụ hàng hóa, xây dựng thương hiệu như Tiki, Shopee, Lazada, Postmart, voso.vn...

Thực tế, đến quý I/2022, tổng số hộ sản xuất nông sản đã tạo được tài khoản trên Postmart, Vở Sò là gần 5,4 triệu hộ kinh doanh, đưa lên 2 sàn hơn 80.000 sản phẩm. Tổng số giao dịch trên 2 sàn trong quý I/2022 là 109.670; tổng trị giá ước đạt 7 tỷ đồng.

Việt Nam đã có 74,7 triệu người dùng Zalo, 67,8 triệu người dùng Messenger. Bình quân mỗi ngày, mỗi người bỏ ra 28 phút để sử dụng Zalo và Messenger là 20 phút. Với sự phát triển của các gian hàng điện tử, các trang mạng như Zalo, Facebook, Messenger... trong việc sử dụng các dịch vụ để trao đổi đặt hàng và

mua bán hàng hóa, thì rõ ràng đây là những kênh tiêu thụ hàng nông sản có tiềm năng phát triển lớn, góp phần tạo ra sự cạnh tranh trong lĩnh vực giới thiệu và tiêu thụ hàng hóa trên thị trường, giảm bớt các áp lực khi chỉ trông vào kênh bán hàng trực tiếp tại các siêu thị.

Giờ đây, hàng hóa nông sản Việt đã có một kênh phân phối mới với nhiều ưu điểm và hiệu quả, có tốc độ phát triển nhanh trong thời gian qua. Tuy nhiên, muốn phát huy được đầy đủ hiệu quả của kênh bán hàng này, trước hết cần có sự hỗ trợ nhiều mặt của các cơ quan nhà nước, bộ, ngành liên quan. Theo đó, tạo môi trường sản xuất và bán lẻ công khai, minh bạch với phương châm “Các bên đều thắng” trong chuỗi sản xuất và phân phối hàng hóa nông sản. Kiểm soát tốt thị trường, cả sản xuất và các kênh bán hàng; chống hàng giả, hàng lậu, trốn thuế, gây thiệt hại cho các nhà sản xuất, kinh doanh chân chính. Cần hỗ trợ việc xúc tiến thương mại, mở rộng sản xuất, các kho dự trữ hàng nông sản để đạt lợi nhuận cao khi tiêu thụ.

Thực tế, lĩnh vực giao dịch mua bán trên thị trường, ít được công khai minh bạch, việc hạch toán, ghi chép chứng từ hóa đơn chưa làm đầy đủ; việc sử dụng hóa đơn điện tử và nối mạng thường xuyên trực tiếp với cục thuế các địa phương mới làm thí điểm ban đầu... Điều đó, đòi hỏi ngoài sự hỗ trợ của Nhà nước, cần có sự tự giác trong nỗ lực chấp hành pháp luật của các đơn vị sản xuất, kinh doanh ở thị trường nội địa. Họ phải tự khẳng định mình - phát triển nghiêm túc, trung thực.

Thực hiện tốt những vấn đề trên, sẽ góp phần vào sự vươn lên mạnh mẽ trong việc tiêu thụ hàng hóa nông sản trong các năm tới, góp phần vào việc phát triển ngành nông nghiệp và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Vũ Vinh Phú