

THỰC TRẠNG THỰC THI VÀ PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NÔNG THÔN KHU VỰC DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ

● PHAN THỊ THU CÚC

TÓM TẮT:

Đánh giá thực trạng thực thi và phát triển chính sách thương mại nông thôn trên địa bàn các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ là một vấn đề có ý nghĩa quan trọng trong việc hoạch định và phát triển các chính sách hỗ trợ phát triển nông thôn Việt Nam. Thông qua bài báo này, tác giả nêu lên thực trạng phát triển thương mại nông thôn của các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ từ khảo sát thực tiễn.

Từ khóa: Chính sách thương mại nông thôn, hỗ trợ phát triển nông thôn, các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ.

1. Đặt vấn đề

Thương mại nông thôn là một đặc điểm rất đặc trưng trong quá trình chuyển dịch cơ cấu, một con đường tất yếu để đi từ một xã hội nông nghiệp bán tự cung đến một nền kinh tế đa dạng hơn, một mức sống cao hơn những vẫn đảm bảo an ninh lương thực. Thương mại hóa nông thôn sẽ kích thích và thúc đẩy an ninh lương thực tại những quốc gia phát triển. Thương mại nông thôn sẽ chuyển hướng hoạt động sản xuất tại khu vực nông thôn sang một mô hình sản xuất và một hệ thống tiêu thụ dựa trên thị trường. Mặc dù người nông dân đã nhận thức được giá trị thương mại của các sản phẩm mà họ sản xuất ra, mô hình kinh doanh của họ vẫn còn mang tính chất manh mún, nhỏ lẻ, nên dễ bị tác động bởi các yếu tố bên ngoài từ môi trường tự nhiên và môi trường kinh doanh. Thương mại nông thôn góp phần không nhỏ vào việc tăng sản lượng và năng suất sản xuất nông nghiệp, thúc đẩy khả năng của thị trường và giảm thiểu đói nghèo bền vững tại những nền kinh tế có thu nhập thấp và phụ thuộc nhiều vào nông nghiệp (Diaio và các cộng sự, 2012). Việc phát triển thương mại ở khu vực nông thôn là vô cùng thiết yếu đối với sự phát

triển chung của cả quốc gia. Phát triển thương mại ở khu vực nông thôn sẽ giúp tạo thêm thu nhập cho người nông dân, giúp họ phát triển mô hình sản xuất của mình tại địa phương, từ đó giúp xóa đói giảm nghèo.

2. Thực trạng phát triển các mô hình thương mại nông thôn

Hoạt động này được phần lớn các chuyên gia hoạch định chính sách và các tổ chức/ doanh nghiệp đang đánh giá ở mức độ trung bình. Cụ thể, các chính sách phát triển thương mại nông thôn theo mô hình mạng lưới dân sinh trên địa bàn xã nhận được 2,84/5 điểm, chính sách phát triển cấu trúc thương mại trên địa bàn thị trấn, thị tứ đạt 3,03/5 điểm và chính sách phát triển các loại hình tổ chức thương mại đặc thù đạt 2,80/5 điểm. (Bảng 1).

Lý do các chính sách này chưa nhận được sự đánh giá cao từ các chuyên gia và doanh nghiệp là bởi mặc dù tất cả 8 tỉnh thuộc vùng Duyên hải Nam Trung bộ đã kêu gọi và đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại-dịch vụ thị trấn nhưng chỉ có một số khu vực có sự phát triển đồng đều giữa các hạng mục trong mạng lưới dân sinh.

Bảng 1. Kết quả khảo sát thực trạng hoạt động phát triển các mô hình thương mại nông thôn vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam

Nội dung hay câu hỏi	Chuyên gia & nhà quản lý chính sách		Doanh nghiệp		Toàn mẫu	
	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn
Phát triển thương mại nông thôn theo mô hình mạng lưới dân sinh trên địa bàn xã	3,02	0,62	2,81	0,82	2,84	0,80
Phát triển cấu trúc thương mại trên địa bàn thị trấn, thị tứ	3,16	0,92	3,01	0,92	3,03	0,92
Phát triển các loại hình tổ chức thương mại đặc thù	3,04	0,77	2,76	0,80	2,80	0,80

Tiểu biểu như huyện Phù Mỹ (tỉnh Bình Định). Tháng 8/2016, huyện đã kêu gọi đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại của huyện, tiểu biểu như: Trung tâm thương mại Thị trấn Phù Mỹ (thôn Trà Quang Nam, thị trấn Phù Mỹ), Trung tâm thương mại thị trấn Bình Dương (thôn Dương Liễu Tây), Trung tâm thương mại xã Mỹ Chính (thôn An Lương),...

3. Thực trạng phát triển các loại hình kinh doanh thương mại

Các hoạt động phát triển các loại hình kinh doanh thương mại tại các tỉnh vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam được các chuyên gia cũng như các tổ chức/ doanh nghiệp đánh giá cao do các tỉnh đã tích cực thực hiện nhiều biện pháp thúc đẩy thu mua hàng nông, lâm, thủy sản cho bà con nông dân. Trong đó, chính sách phát triển các

loại hình kinh doanh thương mại đối với hàng công nghiệp tiêu dùng được đánh giá: 3,10/5 theo các chuyên gia và 3,01/5 theo các doanh nghiệp. Đối với thu mua hàng nông, lâm, thủy sản được đánh giá: 3,00/5 theo các chuyên gia và 3,00/5 theo các doanh nghiệp và cuối cùng Đối với cung ứng vật tư nông nghiệp cho sản xuất được đánh giá: 2,94/5 theo các chuyên gia và 2,93/5 theo các doanh nghiệp (Bảng 2).

Đối với chính sách thu mua hàng nông, lâm, thủy sản, bên cạnh việc thành lập các chuỗi tiêu thụ trong tỉnh, tỉnh tiếp tục ký kết hợp đồng tiêu thụ hàng nông lâm thủy sản với các doanh nghiệp gần xa. Đồng thời, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn của tỉnh vừa tích cực hỗ trợ cho người nông dân để họ có vốn, kiến thức làm ra các sản phẩm sạch và khuyến khích các doanh nghiệp

Bảng 2. Kết quả khảo sát thực trạng hoạt động phát triển các loại hình kinh doanh thương mại vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam

Nội dung hay câu hỏi	Chuyên gia & nhà quản lý chính sách		Doanh nghiệp		Toàn mẫu	
	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn
Đối với thu mua hàng nông, lâm, thủy sản	3,10	1,32	2,98	1,16	3,00	1,18
Đối với cung ứng vật tư nông nghiệp cho sản xuất nông nghiệp	2,94	0,93	2,92	1,00	2,93	0,99
Đối với hàng công nghiệp tiêu dùng	3,10	1,19	3,00	1,28	3,01	1,26

trong và ngoài tình đầu tư, liên kết với người dân nhằm tận dụng tất cả các nguồn lực hiện có (đất đai, nhân lực,...) để cùng nhau phát triển, tạo lợi ích bền vững cho cả doanh nghiệp và nông dân.

Điển hình như tại tỉnh Bình Thuận, chính quyền tỉnh Bình Thuận cũng đã tích cực thực thi và triển khai các chính sách về phát triển các loại hình kinh doanh thương mại tại khu vực nông thôn, trong đó nhấn mạnh đến hoạt động thu mua hàng nông lâm thủy sản cho bà con nông dân.

Về hoạt động cung ứng vật tư nông nghiệp cho sản xuất nông nghiệp, thực hiện các chính sách phát triển thương mại nông thôn, các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ tích cực tìm kiếm các đối tác có uy tín trong lĩnh vực cung ứng vật tư nông nghiệp trong và ngoài tỉnh để giúp người nông dân, thậm chí chính các hợp tác xã tại địa phương là đối tượng trực tiếp cung ứng cho các hộ nông dân.

Bên cạnh đó, các tỉnh thuộc Duyên hải Nam Trung bộ còn thành lập nhiều mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư nông nghiệp tại địa bàn nông thôn. Có thể kể đến như Mô hình doanh nghiệp - hợp tác xã - hộ nông dân ở các vùng sản xuất hàng hóa tập trung (huyện Hòa Vang, thành phố Đà Nẵng) và Mô hình doanh nghiệp - hộ kinh doanh - hộ nông dân ở vùng sản xuất phân tán (vùng nông thôn và miền núi tỉnh Phú Yên). Trong đó, các doanh nghiệp cung ứng vật tư nông nghiệp (giống cây trồng, phân bón, thức ăn chăn nuôi, ...) có trách nhiệm cung cấp rõ quy trình kỹ thuật, nêu rõ yêu cầu chất lượng nông sản đối với các hợp tác xã để các hợp tác xã

này chuyển giao đến các thành viên thực hiện. Sau khi thu hoạch sản phẩm, các xã viên sẽ chuyển lại cho hợp tác xã, hợp tác xã chuyển lại cho doanh nghiệp để tiêu thụ sản phẩm. Không chỉ có các địa phương triển khai thực hiện mà Bộ Công Thương cũng tổ chức kết nối doanh nghiệp đã tham gia mô hình siêu thị (Coopmart, Hapro, Vinmart, Intumex,...) nhằm tạo cầu nối tiêu thụ nông sản trực tiếp và cung ứng vật tư nông nghiệp cho nông dân.

4. Thực trạng phát triển chợ đến địa bàn nông thôn

Hoạt động phát triển chợ đến địa bàn nông thôn chưa được nhiều chuyên gia và doanh nghiệp đánh giá cao. Cụ thể, các chuyên gia đánh giá hoạt động này ở thang điểm 2,75/5 còn các doanh nghiệp đánh giá cao hơn một chút, đạt 2,79/5 điểm. Vùng nông thôn tỉnh Quảng Nam là một ví dụ cho trường hợp này. Tương tự, các hoạt động phát triển chợ đến địa bàn nông thôn trung du, miền núi cũng đang ở mức độ trung bình, đạt 2,66/5 điểm theo đánh giá của cả hai đối tượng chuyên gia và doanh nghiệp. Mặc dù số điểm này chưa được cao do vùng trung du miền núi còn nhiều hạn chế về cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực nhưng thực tế cho thấy đối với các khu vực miền núi thuộc các tỉnh ĐHTNBVN, rất nhiều nơi đã có diện mạo mới, hoạt động mua bán diễn ra sôi nổi, tấp nập. Ngoài ra, các hoạt động xúc tiến này đang được phần lớn các tổ chức/ doanh nghiệp đánh giá thực hiện được ở thang điểm 3,10/5 còn điểm đánh giá từ các chuyên gia chỉ đạt 2,92/5. (Bảng 3).

Bảng 3. Kết quả khảo sát thực trạng hoạt động phát triển chợ trên địa bàn nông thôn vùng ĐHTNBVN

Nội dung hay câu hỏi	Chuyên gia & nhà quản lý chính sách		Doanh nghiệp		Toàn mẫu	
	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn
Phát triển chợ đến địa bàn nông thôn đồng bằng	2,75	0,84	2,79	1,00	2,79	0,98
Phát triển chợ đến địa bàn nông thôn trung du, miền núi	2,63	1,04	2,66	1,14	2,66	1,13
Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, đưa hàng hóa về nông thôn	2,92	0,87	3,10	0,85	3,08	0,86

Ngày 16/4/2009, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 491/QĐ-TTg về bộ 19 tiêu chí quốc gia về xây dựng nông thôn mới, trong đó có tiêu chí xây dựng hạ tầng chợ. Có thể thấy ở các vùng nông thôn thuộc các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ đã hình thành khá nhiều chợ bãi đây là nơi trao đổi hàng hóa, giao lưu gặp gỡ truyền thống của người nông dân. Ngày nay, bên cạnh các loại hình chợ truyền thống, nhiều tỉnh thuộc Duyên hải Nam Trung Bộ Việt Nam đã đầu tư xây dựng các loại hình chợ mới như chợ đầu mối, chợ chuyên doanh,... góp phần thúc đẩy thương mại vùng nông thôn phát triển. Rất nhiều vùng nông thôn thuộc các địa phương như Đà Nẵng, Quảng Ngãi, Khánh Hòa, Ninh Thuận,... đã thay da đổi thịt nhờ hệ thống chợ trải rộng khắp trên địa bàn, phục vụ nhu cầu phát triển thương mại tại địa phương nói riêng và toàn tỉnh nói chung. Đơn cử như tỉnh Quảng Ngãi, theo số liệu từ Sở Công Thương, tính đến cuối năm 2017, trên địa bàn có 150 chợ nông thôn đang dần được xã hội hóa cả trong đầu tư và quản lý. Trong 2 năm trở lại đây, đã có trên 15 chợ được chuyển từ mô hình ban/ tổ quản lý sang doanh nghiệp/ HTX quản lý.

Trong giai đoạn 2010-2015, Quảng Ngãi đã đầu tư xây mới 31 chợ, sửa chữa nâng cấp 13 chợ hiện có với tổng số vốn lên tới gần 447 tỷ đồng. Với những con số rất khả quan như trên, có thể thấy chợ nông thôn đã trở thành kênh phân phối hàng hóa nội địa quan trọng, thúc đẩy thương mại trong tỉnh phát triển. Không những thế, hệ thống chợ đã đáp ứng được nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa của người dân thể hiện qua số lượng người tham gia buôn bán (cả thường xuyên và không thường xuyên) tại các chợ tăng lên đáng kể, số lượng và chủng loại hàng hóa thông qua chợ cũng phong phú và đa dạng hơn.

Bên cạnh đó, các hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, đưa hàng hóa về nông thôn cũng được chính quyền địa phương các tỉnh ĐHTBVN triển khai quyết liệt. Sở Công Thương của các tỉnh này đã tổ chức nhiều hội chợ, triển lãm hàng nông sản để đưa hàng hóa tiêu dùng có chất lượng đến bà con nông dân. Chẳng hạn như các Phiên chợ/ Hội chợ hàng Việt nhằm mục đích giới thiệu sản phẩm, thu hút các đại lý tại địa phương đã được tổ chức thường xuyên; Phối hợp với các tổ chức, doanh nghiệp trong nước tổ chức các chuyến bán hàng lưu động trong các dịp lễ tết (Tết Nguyên đán, Trung

thu,...) với mẫu mã đa dạng, giá thành hợp lý và nhiều chương trình khuyến mại... Từ đó dần dần thay đổi thói quen tiêu dùng của nông dân, khuyến khích các doanh nghiệp có trách nhiệm hơn với thị trường trong nước.

Đại diện các doanh nghiệp cho biết, mặc dù thị trường nông thôn được đánh giá là tiềm năng với 70% dân số sinh sống nhưng thực tế lại chưa thu hút được các doanh nghiệp đưa hàng về. Lý do là vì thị trường nông thôn phân tán, sức mua thấp, tổn nhiều chi phí vận chuyển và xây dựng mạng lưới. Ngoài ra, kết cấu hạ tầng nói chung và hạ tầng kỹ thuật thương mại nói riêng ở các vùng nông thôn, trung du và miền núi còn thiếu và yếu, chủ yếu là các cửa hàng nhỏ, tập quán mua bán còn manh mún, chưa mang tính tập trung; và trình độ của các nhà quản lý thương mại tại vùng nông thôn, trung du miền núi còn thiếu chuyên nghiệp. Chính vì thế, sau một thời gian triển khai các chính sách xúc tiến thương mại đưa hàng về nông thôn nhưng ở các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ mới chỉ có khoảng 10 - 15 công ty sản xuất hàng tiêu dùng có hàng hóa khá phổ biến tại thị trường này, chẳng hạn như P&G, Pepsi, Nestle, Vinamilk, Mỹ Hào, Kinh Đô,...

5. Thương quản lý thương mại trên địa bàn nông thôn

Hoạt động quản lý thương mại trên địa bàn nông thôn vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam bao gồm các hoạt động như cải cách hành chính; sắp xếp, bố trí nhân lực, vật lực hợp lý; bảo vệ môi trường; và kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả. Trong đó, hoạt động cải cách hành chính và bảo vệ môi trường đang được các nhà xây dựng, hoạch định chính sách và doanh nghiệp đánh giá khá tốt (lần lượt đạt 3,63/5 và 3,14/5 điểm), các hoạt động khác phần lớn được đánh giá ở mức trung bình nhưng đã có nhiều bước tiến đáng kể so với thời gian qua. Số điểm đánh giá từ các chuyên gia và doanh nghiệp về tiêu chí bảo vệ môi trường cũng chưa được cao như kỳ vọng. Cụ thể, các doanh nghiệp cho hoạt động này đạt 3,15/5 điểm và các chuyên gia cho 3,10/5 điểm, tính trung bình đạt 3,14/5 điểm. (Bảng 4).

Về hoạt động cải cách hành chính, các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ đã đạt được nhiều kết quả khả quan trong vấn đề này, tỷ lệ giải quyết hồ sơ đúng hạn đều đạt trên 90% (tỉnh Quảng Nam đạt 95%, tỉnh Quảng Ngãi đạt 90%, Đà Nẵng đạt

Bảng 4. Kết quả khảo sát thực trạng hoạt động quản lý thương mại trên địa bàn nông thôn vùng Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam

Nội dung hay câu hỏi	Chuyên gia & nhà quản lý chính sách		Doanh nghiệp		Toàn mẫu	
	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn	Điểm/ 5 điểm	Độ lệch chuẩn
Cải cách hành chính	3,63	1,08	3,63	1,01	3,63	1,02
Sắp xếp, bố trí nhân lực, vật lực hợp lý	2,86	1,13	2,93	1,17	2,92	1,16
Bảo vệ môi trường	3,10	0,96	3,15	0,99	3,14	0,99
Kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả	2,27	1,11	2,43	1,17	2,41	1,16

96%,...). Các tỉnh đều đang tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng các cuộc tiếp xúc định kỳ với doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp có khó khăn vướng mắc trong hoạt động sản xuất kinh doanh có thể gọi điện trực tiếp đến số điện thoại của phòng Hỗ trợ doanh nghiệp.

Liên quan đến vấn đề bảo vệ môi trường nông thôn, rất nhiều thôn xã tại các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam đang tích cực triển khai hoạt động này. Các thôn, xã đã hình thành thói quen bảo vệ môi trường trong sinh hoạt và sản xuất. Hàng tuần, hàng tháng bà con nông dân đều tham gia dọn vệ sinh đường làng, ngõ xóm và các khu vực công cộng; hình thành các điểm thu gom rác trên khu vực đồng ruộng,... Bên cạnh đó, còn rất nhiều hoạt động thiết thực và ý nghĩa khác. Chẳng hạn như Hội Nông dân tỉnh Khánh Hòa đang tích cực triển khai công tác tuyên truyền nhằm thay đổi thói quen, nâng cao nhận thức cho người dân khu vực nông thôn về bảo vệ môi trường.

Bên cạnh đó, hoạt động bảo vệ môi trường tại khu vực nông thôn cũng đang phải đối mặt với không ít khó khăn khi đội ngũ tuyên truyền vẫn

còn thiếu, phương tiện thu gom rác còn hạn chế và kinh phí dành cho các hoạt động bảo vệ môi trường rất eo hẹp. Hiện nay, lượng rác thải ở khu vực nông thôn ngày càng nhiều, trung bình khoảng 0,6-0,7 kg rác/ngày và đang được xử lý bằng cách tự đào hố chôn, đốt hoặc đổ ra sông, ao, hồ. Các địa phương đang tìm mọi biện pháp để khắc phục tình trạng này, nâng cao ý thức của người dân, xử phạt các đối tượng vi phạm, xây dựng đồng bộ hệ thống kênh mương, xử lý rác thải phù hợp với điều kiện kinh tế, trình độ quản lý và tập quán của từng vùng để giảm thiểu chất thải tại nguồn, tăng cường tái chế chất thải trong nông nghiệp, hướng đến sản xuất sạch.

6. Kết luận

Với những kết quả có được thông qua khảo sát thực tiễn sẽ giúp cho chúng ta thấy được thực trạng thực thi các chính sách phát triển thương mại nông thôn vùng Duyên Hải Nam Trung bộ. Những kết quả đánh giá này sẽ là quan trọng và có ý nghĩa để các nhà quản lý có thể hoạch định và phát triển những chính sách hỗ trợ phát triển thương mại nông thôn trong giai đoạn tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quyết định số 150/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt quy hoạch chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông, lâm nghiệp, thủy sản cả nước đến năm 2010 và tầm nhìn 2020

2. Dao, X., Thurlow, J., Benin, S., and Fan, S. (2012) *Strategies and priorities for African agriculture: Economywide perspectives from country studies*. International Food Policy Research Institute. ISBN 978-0-89629-195-9
3. Đỗ Kim Chung (2008), "Học thuyết kinh tế đối nông trong phát triển nông thôn: Bài học kinh nghiệm của Trung Quốc cho Việt Nam", *Tap chí Nghiên cứu kinh tế*, số 371, tr.46-50.
4. Marzin J., Michoud A. (2016), "Evolution of Rural Development Strategies and Policies. Lessons from Thailand", *Document de travail ART-Dev.*, 2016-4. 32 pp + annexes.
5. Trình Thị Thanh Thủy, Vũ Thủy Vinh (2016), "Chính sách thương mại nội địa trong thời kỳ hội nhập", *hội thảo Phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2016 - 2025, ngày 14/12/2016, tại Hà Nội, Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Công Thương tổ chức.*

Ngày nhận bài: 10/4/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/4/2019

Thông tin tác giả:

PHAN THỊ THU CÚC

Sở Công Thương tỉnh Khánh Hòa

THE CURRENT SITUATION OF IMPLEMENTING AND DEVELOPING RURAL TRADE POLICIES IN RURAL AREAS OF SOUTH CENTRAL COAST PROVINCES

● PHAN THI THU CUC

Department of Industry and Trade of Khanh Hoa Province

ABSTRACT:

Assessing the implementation and development of rural trade policies in South Central Coast provinces is an important issue in planning and developing policies to support rural development in Vietnam. This article is to point out the current situation of rural trade development in rural areas of South Central Coast provinces based on practical surveys.

Keywords: Rural trade policy, rural development support, Southern Central coastal provinces.