

HỌC VIỆN NGÂN HÀNG
KHOA LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ



TIỂU LUẬN KẾT THÚC HỌC PHẦN

Học phần: PLT08A

ĐỀ TÀI: Phân tích khái niệm và vai trò của thị trường.
Nêu giải pháp để phát triển thị trường tiêu thụ nông sản
Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

Giảng viên hướng dẫn : Phạm Thanh Hiền

Sinh viên thực hiện : Trần Thị Thơm

Lớp : K23ATCC

Mã sinh viên : 23A7510128

Hà nội, ngày 14 tháng 06 năm 2021

MỤC LỤC

MỤC LỤC.....	2
MỞ ĐẦU.....	3
CHƯƠNG 1: KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA THỊ TRƯỜNG	4
1.1. Khái niệm thị trường	4
1.2. Vai trò của thị trường	6
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ.....	8
2.1. Thị trường nông sản là gì? Vai trò của thị trường nông sản	8
2.2. Thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.....	10
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ	15
3.1. Nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trong hội nhập	15
3.2. Phát triển đa dạng các phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản theo chuỗi bền vững.....	17
KẾT LUẬN	19
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	20

MỞ ĐẦU

Trong giai đoạn mới hiện nay, công cuộc công nghiệp hóa hiện đại hóa diễn ra trên toàn thế giới, nước ta đang trong thời đại quá độ lên chủ nghĩa xã hội, trong hoàn cảnh hội nhập kinh tế quốc tế dẫn đến thị trường có nhiều biến động tiêu cực thì vấn đề làm sáng tỏ thị trường là gì, vai trò của thị trường trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết trên cả hai phương diện lí luận và thực tiễn. Nghiên cứu về thị trường, vai trò của thị trường giúp hiểu rõ, nắm vững, vận dụng, giải quyết các vấn đề thực tế về thị trường. Đối tượng nghiên cứu là thị trường theo quan điểm chủ nghĩa Mác – Lênin, thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam. Phạm vi nghiên cứu là thị trường trên thế giới và thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. Cơ sở lí luận dựa trên quan điểm chủ nghĩa Mác – Lênin về thị trường, vai trò của thị trường. Phương pháp nghiên cứu: sử dụng các phương pháp luận biện chứng duy vật với các phương pháp như: kết hợp logic và lịch sử, khảo sát và phân tích, so sánh... Thị trường, vai trò của thị trường là đề tài được nghiên cứu khoa học của nhiều nhà lí luận, nhà nghiên cứu lịch sử và nhiều thế hệ sinh viên. Sự tác động của thị trường không chỉ ảnh hưởng tới sự chuyển biến của lịch sử thế giới là thay đổi từ hình thái kinh tế này sang hình thái kinh tế khác, thay đổi từ chế độ kinh tế này sang chế độ kinh tế khác, ... mà còn làm thay đổi tình hình kinh tế chính trị xã hội trên toàn thế giới, nó tác động tới quá trình sản xuất, cụ thể tới bộ mặt phát triển của thế giới.

CHƯƠNG 1: KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA THỊ TRƯỜNG

1.1. Khái niệm thị trường

Thị trường ra đời, phát triển gắn liền với sự phát triển của sản xuất hàng hóa. Cùng với sự phát triển nhanh chóng của sản xuất và trao đổi, khái niệm thị trường cũng có những quan niệm khác nhau.

Theo nghĩa hẹp, thị trường là nơi diễn ra hành vi trao đổi, mua bán hàng hóa giữa các chủ thể kinh tế với nhau. Tại đó, người có nhu cầu về hàng hóa, dịch vụ sẽ nhận được thứ mà mình cần và ngược lại, người có hàng hóa, dịch vụ sẽ nhận được một số tiền tương ứng. Thị trường có biểu hiện dưới hình thái, hình thể là chợ, cửa hàng, quầy hàng lưu động, văn phòng giao dịch hay siêu thị...

Ví dụ:

Chợ truyền thống : Nơi người mua và người bán trực tiếp thỏa thuận (mặc cả) giá của hàng hóa.

Chợ online: Nơi người mua được lựa chọn và so sánh giá cả.

Siêu thị: Nơi người bán quyết định giá cả, người mua chỉ được quyền chọn lựa.

Sàn chứng khoán: Người mua và người bán đều phải thông qua môi giới trung gian.

Theo nghĩa rộng, thị trường là tổng hòa các mối quan hệ liên quan đến trao đổi, mua bán hàng hóa trong xã hội, được hình thành do những điều kiện lịch sử, kinh tế xã hội nhất định. Theo nghĩa này, thị trường là tổng thể các mối quan hệ kinh tế bao gồm cung, cầu, giá cả; quan hệ hàng - tiền; quan hệ giá trị; giá trị sử dụng; quan hệ hợp tác, cạnh tranh; quan hệ trong nước, ngoài nước... Cùng với đó là các yếu tố kinh tế như nhu cầu (người mua hàng); người bán; tiền – hàng;

dịch vụ mua bán... Tất cả các quan hệ và yếu tố kinh tế này được vận động theo quy luật của thị trường.

Thị trường là sự biểu hiện thu gọn của quá trình mà thông qua đó các quyết định của các gia đình về tiêu dùng các mặt hàng nào, các quyết định của các công ty về sản xuất cái gì, sản xuất như nào và các quyết định của người công nhân về việc làm bao lâu cho ai đều được dung hoà bằng sự điều chỉnh giá cả (1).

Nghiên cứu về thị trường có nhiều cách tiếp cận khác nhau tùy theo tiêu thức hoặc mục đích nghiên cứu.

Căn cứ vào đối tượng hàng hóa đưa ra trao đổi, mua bán trên thị trường, có thể chia ra thị trường tư liệu sản xuất và thị trường tư liệu tiêu dùng.

Căn cứ và phạm vi hoạt động, có thể chia ra thị trường trong nước và thị trường thế giới.

Căn cứ vào đầu ra và đầu vào của quá trình sản xuất có thể chia ra thị trường các hàng hóa đầu ra, thị trường các yếu tố đầu vào.

Căn cứ vào tính chuyên biệt của thị trường có thể chia ra thành các loại thị trường gắn bó với các lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội.

Căn cứ vào tính chất và cơ chế vận hành của thị trường có thể chia ra thị trường tự do, thị trường có điều tiết, thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo (độc quyền).

Ngày nay, các nền kinh tế phát triển ngày càng nhanh và phức tạp hơn, do đó hệ thống thị trường cũng biến đổi phù hợp với điều kiện, trình độ phát triển của nền kinh tế. Vì vậy, để tổ chức có hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, đòi hỏi phải hiểu rõ bản chất của hệ thống thị trường, những quy luật kinh tế cơ bản của thị trường và các vấn đề liên quan khác.

1.2. Vai trò của thị trường

Xét trong mối quan hệ với thúc đẩy sản xuất và trao đổi hàng hóa (dịch vụ) cũng như thúc đẩy tiến bộ xã hội, vai trò chủ yếu của thị trường có thể được khái quát như sau:

Một là, thị trường là điều kiện, môi trường cho sản xuất phát triển.

Sản xuất hàng hóa càng phát triển, sản xuất ra càng nhiều hàng hóa, dịch vụ thì càng đòi hỏi thị trường tiêu thụ rộng lớn hơn. Sự mở rộng thị trường đến lượt nó lại thúc đẩy trở lại sản xuất phát triển. Vì vậy, thị trường có vai trò là môi trường kinh doanh, là điều kiện không thể thiếu được của cả quá trình sản xuất kinh doanh.

Thị trường là cầu nối giữa sản xuất với tiêu dùng. Vì vậy, thị trường có vai trò thông tin, định hướng cho mọi nhu cầu sản xuất kinh doanh.

Hai là, thị trường kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội, tạo ra cách thức phân bổ nguồn lực hiệu quả trong nền kinh tế.

Thị trường thúc đẩy các quan hệ kinh tế không ngừng phát triển. Do đó, đòi hỏi các thành viên trong xã hội phải không ngừng nỗ lực sáng tạo để thích ứng với sự phát triển của thị trường. Sự sáng tạo được thị trường chấp nhận, chủ thể sáng tạo sẽ được thụ hưởng lợi ích tương xứng. Khi lợi ích được đáp ứng, động lực cho sự sáng tạo được thúc đẩy. Cứ như vậy, kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội.

Thông qua các quy luật thị trường, các nguồn lực cho sản xuất được điều tiết, phân bổ tới các chủ thể sử dụng hiệu quả nhất, thị trường tạo ra cơ chế để lựa chọn các chủ thể có năng lực sử dụng nguồn lực có hiệu quả trong nền sản xuất.

Ba là, thị trường gắn kết nền kinh tế thành một chỉnh thể, gắn kết nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới.

Xét trong phạm vi quốc gia, thị trường làm cho các quan hệ sản xuất lưu thông, phân phối, tiêu dùng trở thành một thể thống nhất. Thị trường không phụ thuộc vào địa giới hành chính. Thị trường gắn kết mọi chủ thể giữa các khâu, giữa các vùng miền vào một chỉ thể thống nhất. Thị trường phá vỡ ranh giới sản xuất tự nhiên, tự cấp, tự túc để tạo thành hệ thống nhất trong nền kinh tế.

Xét trong quan hệ với nền kinh tế thế giới, thị trường làm cho kinh tế trong nước gắn liền với nền kinh tế thế giới. Các quan hệ sản xuất, lưu thông, phân phối, tiêu dùng không chỉ bó hẹp trong phạm vi nội bộ quốc gia, mà thông qua thị trường, các quan hệ đó có sự kết nối, liên thông với các quan hệ trên phạm vi thế giới. Với vai trò này, thị trường góp phần thúc đẩy sự gắn kết quốc gia với nền kinh tế thế giới.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

2.1. Thị trường nông sản là gì? Vai trò của thị trường nông sản

Thị trường nông sản là tất cả các mối quan hệ về giao dịch hàng hóa nông sản diễn ra tại một khu vực địa lý nhất định, trong một khoảng thời gian nhất định. Hay nói một cách khác thị trường nông sản là nơi diễn ra các hoạt động có liên quan trực tiếp đến giao dịch hàng hóa nông sản.

Với đường lối xây dựng nền kinh tế nhiều thành phần ở nước ta, tham gia vào thị trường nông sản hiện nay gồm có: Các doanh nghiệp Nhà nước, các hợp tác xã, tập đoàn sản xuất, các hộ nông dân được giao đất sử dụng lâu dài, các hình thức kinh tế tư nhân.

Thị trường nông sản bao gồm 3 hình thức:

Thị trường tư liệu sản xuất: Là tập hợp các cá nhân, tổ chức mua và bán tư liệu sản xuất đầu vào như phân, giống, thức ăn... cũng như dịch vụ thủy lợi, làm đất, tiêm phòng... nhằm phục vụ cho quá trình sản xuất ra sản phẩm nông sản.

Thị trường người bán buôn và trung gian: Là tập hợp những cá nhân hay tổ chức mua hàng của người sản xuất nông sản và bán lại cho người khác hoặc bán cho người tiêu dùng để kiếm lời. Thị trường này bao gồm: Người thu mua lưu động, người bán buôn, người bán lẻ.

Thị trường tiêu dùng: Thị trường tiêu dùng là những cá nhân hay gia đình mua hay bằng một phương thức trao đổi nào đó để đổi lấy loại nông sản hay dịch vụ để phục vụ cho lợi ích của cá nhân.

Bản chất của thị trường nông sản thể hiện ở những vai trò của nó. Với tính cách là một phạm trù kinh tế, thị trường nông sản có những vai trò cơ bản sau đây:

Vai trò thừa nhận

Vai trò thừa nhận của thị trường nông sản thể hiện ở chỗ người mua chấp nhận mua nông sản hàng hoá của người bán và do vậy hàng hoá đã bán được. Người mua thực hiện chức năng này nghĩa là thừa nhận các hoạt động sản xuất nông sản hàng hoá và mua bán chúng theo yêu cầu các qui luật của kinh tế thị trường.

Mọi yếu tố đầu vào và đầu ra của nông sản đều thực hiện được việc bán, tức là chuyển quyền sở hữu nông sản với những giá trị nhất định, thông qua việc thực hiện một loạt các thảo luận về giá cả, chất lượng, số lượng, phương thức giao nhận hàng... trên thị trường. Chức năng thừa nhận của thị trường nông sản là quan trọng nhất và có tính chất quyết định.

Vai trò thực hiện

Thị trường nông sản bao gồm hoạt động mua và bán nó là hoạt động bao trùm cả thị trường. Hoạt động mua bán là cơ sở quan trọng quyết định các mối quan hệ kinh tế giữa các đối tượng tham gia. Vai trò thực hiện của thị trường nông sản thể hiện ở chỗ, thị trường thực hiện hành vi trao đổi, thực hiện cân bằng cung cầu từng loại hàng hoá, hình thành giá cả và thực hiện giá trị của các nông sản phẩm.

Vai trò điều tiết kích thích

Thị trường nông sản vừa là mục tiêu, vừa là động lực thúc đẩy các chủ thể kinh tế. Đây chính là cơ sở khách quan để thực hiện chức năng điều tiết kích thích của thị trường nông sản. Bên cạnh đó, thị trường nông sản có vai trò quan trọng trong việc phân bổ và sử dụng hợp lý các nguồn nông sản của đất nước, cũng như từng phân ngành của ngành nông nghiệp.

Vai trò thông tin

Thị trường nông sản cung cấp các thông tin như sau: Tổng cung, tổng cầu nông sản hàng hoá, cơ cấu cung cầu các loại nông sản hàng hoá, chất lượng, giá

cả hàng hoá, thậm chí cả thị hiếu, cách thức, phong tục tiêu dùng của nhân dân...

2.2. Thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

Tiêu thụ sản phẩm là khâu cuối cùng của hoạt động sản xuất nông sản hàng hóa. Thị trường tiêu thụ hàng nông sản là khâu lưu thông hàng hóa, cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng.

Trên những góc độ khác nhau, người ta phân loại các thị trường tiêu thụ nông sản khác nhau như thị trường tiêu thụ trong nước, thị trường tiêu thụ ngoài nước...

Thị trường tiêu thụ nông sản là nơi diễn ra hoạt động trao đổi mua bán giữa những sản phẩm do các ngành nông nghiệp sản xuất ra, như sản phẩm của các ngành chăn nuôi, trồng trọt, nuôi trồng thủy hải sản, lâm nghiệp và các sản phẩm chế biến từ các nguyên liệu của các ngành trên. Ở đây các yếu tố, các điều kiện, các phương tiện và môi trường để thực hiện giá trị hàng nông sản cũng giống như các thị trường hàng hóa thông thường khác.

Thực trạng thị trường nông sản Việt Nam:

Giá của nông sản không ổn định mang tính thời vụ

Ngành nông nghiệp nước ta có tính thời vụ khá cao. Tính thời vụ của sản xuất nông nghiệp thể hiện rõ ở sự biến động của giá cả thị trường theo thời vụ, đặc biệt là tính không ổn định của giá cả thị trường đầu ra. Mỗi loại cây trồng có đặc điểm sinh trưởng khác nhau, dẫn đến mùa vụ gieo trồng cũng khác nhau. Các mặt hàng nông sản thường có xu hướng nhiều vào vụ mùa và ít vào vụ nghịch. Với số lượng chênh lệch nhau quá nhiều giữa các vụ dẫn đến giá của nông sản cũng biến đổi mạnh. Vào vụ mùa giá rất thấp do cung vượt quá cầu, vào vụ nghịch giá lại bị đẩy lên cao do cung nhỏ hơn cầu.

Giá cả nông sản được coi là một trong những vấn đề trọng yếu của của thị trường nông sản. Bởi vì, giá cả là yếu tố cấu thành của cơ chế thị trường có tác động chi phối về cả hai phía cầu và cung của nông nghiệp. Bên cạnh đó, giá cả cũng chi phối các mối quan hệ trao đổi trong nội bộ và trao đổi liên ngành của nông nghiệp như dịch vụ, công nghiệp, truyền thông,.. Chính vì vậy, việc giá cả nông sản không bình ổn đã gây rất nhiều khó khăn đến tất cả các thành phần tham gia vào thị trường.

Cung và cầu nông sản không cân đối

Thị trường nông sản đạt được trạng thái cân bằng khi khối lượng nông sản đem bán vừa bằng với nhu cầu của người mua. Trên thực tế thị trường các nông sản chủ yếu chỉ đạt được trạng thái cân bằng trong những thời điểm nhất định.

Biểu hiện của trạng thái mất cân bằng cung cầu trên thị trường nông sản là giá ở mức quá cao hay quá thấp so với giá cân bằng thị trường. Khi nguồn cung trên thị trường quá nhiều sẽ dẫn đến tình trạng người bán không tìm được người mua dẫn đến tình trạng dư thừa, đẩy giá thành xuống thấp. Ngược lại khi nguồn cung quá thấp, người mua không tìm được người bán dẫn đến tình trạng nông sản khan hiếm, đẩy giá thành lên cao. Khi giá cả càng vượt xa so với giá cân bằng thị trường thì lượng trao đổi giữa cung và cầu nông sản càng ít đi.

Nguyên nhân dẫn đến mất cân bằng cung cầu nông sản là do:

- Sản xuất ồ ạt phá vỡ quy hoạch dẫn đến số lượng của một loại nông sản nào đó quá nhiều trong cùng một thời điểm.
- Thời điểm sau thu hoạch nguồn cung sẽ tăng mạnh hơn là đầu vụ và cuối vụ.
- Thiên tai, bão lũ ảnh hưởng đến sản quá trình sản xuất dẫn đến sản lượng nông sản giảm.
- Nhu cầu của người mua tăng cao vào dịp lễ, tết, cuối tuần...

- Nguồn cung tăng do nhập khẩu từ các nước khác.

Tình trạng độc quyền trên thị trường nông sản

Cũng giống như các loại thị trường khác, thị trường nông sản chịu tác động của qui luật cạnh tranh thị trường. Cạnh tranh trên thị trường có hai loại là cạnh tranh hoàn hảo và thị trường độc quyền. Đối với thị trường nông sản thì cạnh tranh độc quyền độc quyền một người bán và độc quyền một người mua là những nét đặc trưng của thị trường nông sản.

- Đối với độc quyền bán: Chỉ có một cá nhân hoặc doanh nghiệp nào đó được bán các sản phẩm đó tại một địa điểm nhất định. Ví dụ trên một vùng nông thôn rộng lớn chỉ có một công ty thương mại của Nhà nước đảm nhiệm phần lớn việc cung ứng phân bón, thuốc sâu và các vật tư nông nghiệp khác cho các hộ gia đình.

- Trường hợp độc quyền mua: Trên một vùng nào đó chỉ có một nhà máy chế biến mua nguyên liệu do nông dân sản xuất ra; hoặc mỗi ngành sản phẩm nông nghiệp chỉ có một hoặc hai công ty tham gia xuất khẩu nông sản ra thị trường thế giới.

Tuy nhiên khi làm cho một ngành hàng nông sản trở thành độc quyền có thể gây ra tình trạng sản lượng cung cấp ít đi, giá bán cho người tiêu dùng tăng lên và nhà kinh doanh thu được lợi nhuận độc quyền. Về lâu dài, tình trạng cạnh tranh độc quyền có thể gây ra những tín hiệu sai lệch về giá cả và hiệu quả sản xuất, dẫn đến sự phân bổ và sử dụng kém hiệu quả các nguồn lực trong ngành nông sản.

Hệ thống thị trường nông sản chưa đồng bộ

- Công tác quản lý thị trường nông sản chưa chặt chẽ, vẫn còn tình trạng hàng giả, hàng kém chất lượng tràn lan trên thị trường. Ví dụ như hoa quả có nguồn gốc xuất xứ không rõ ràng, giá thành rẻ tràn lan trên thị trường hoa quả

Việt, gây khó khăn cho việc tiêu thụ hoa quả chính hãng an toàn của nông dân Việt.

- Mạng lưới giao thông nông thôn ở nhiều vùng chưa hoàn chỉnh còn lạc hậu, đặc biệt ở các vùng núi, vùng xa. Điều này đã ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình mua bán nông sản.
- Hệ thống chợ nông thôn còn thiếu, còn khoảng 30% số xã chưa có chợ. Hệ thống các trung tâm thương mại vùng và liên vùng đang trong quá trình hình thành nên chưa đồng bộ.
- Người dân chưa tiếp cận thông tin đầy đủ, vì vậy không cập nhập được xu hướng nông sản hiện tại. Dẫn đến nông sản cần thì thiếu, nông sản ít cần thì lại nhiều dẫn đến dư thừa.

Hội nhập vào thị trường nông sản khu vực và thế giới

Với chủ trương xây dựng nền kinh tế hướng ngoại, mở cửa và hội nhập, nền nông nghiệp Việt Nam cũng nhiều khó khăn. Tuy nhà nước đã có những chính sách để bảo hộ nông sản trong nước nhưng kho nông sản nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam đã dẫn đến tình trạng cạnh tranh với nông sản trong nước, tăng nguồn cung đối với một số loại nông sản.

Một thách thức lớn cho xuất khẩu nông sản Việt Nam trong tương lai là sự quay lại của xu hướng bảo hộ thương mại trên toàn cầu. Bên cạnh đó, những xung đột chính trị, xung đột lãnh thổ trong các khu vực và giữa các nền kinh tế lớn (điển hình là xung đột thương mại Mỹ - Trung Quốc); thay đổi trong chính sách thương mại; các nước gia tăng các rào cản kỹ thuật đối với thương mại, các biện pháp phòng vệ thương mại, như chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ khẩn cấp,... luôn là những thách thức đối với xuất khẩu.

Thêm vào đó, bất ổn trong chính sách của các nước nhập khẩu sẽ có tác động tiêu cực tới XK nông sản. Trong những năm qua, các vụ kiện chống bán phá giá

của Mỹ với các mặt hàng tôm và cá tra của Việt Nam; hay Liên minh châu Âu (EU) áp “thẻ vàng” với hải sản nhập khẩu của Việt Nam vào EU; luật Farmbill của Mỹ (Luật Nông trại Mỹ); việc thay đổi chính sách quản lý thương mại biên giới của Trung Quốc tăng cường áp dụng các biện pháp về truy xuất nguồn gốc NLTS (nông, lâm, thủy sản), siết chặt nhập tiểu ngạch, tạm nhập, tái xuất; các biện pháp kiểm dịch thủy sản nhập khẩu của Hàn Quốc, tạm dừng nhập khẩu thủy sản của Ả-rập Xê-út, một số quy định nhập khẩu của Bra-xin hay các chính sách nhập khẩu thủy sản vào Nga,... gây nhiều khó khăn cho việc xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

3.1. Nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam trong hội nhập

Cạnh tranh với các nông sản quốc tế là điều không thể tránh khỏi, vì thế để phát triển thị trường tiêu thụ của nông sản Việt Nam chúng ta cần nâng cao sức cạnh tranh của nông sản Việt Nam, cụ thể như sau:

Thứ nhất, để có thể cạnh tranh trên thị trường thế giới trước hết cần tập trung tăng năng suất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Cần cải tạo, phát triển các loại giống có năng suất cao và áp dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật

- Tổ chức lại sản xuất để tạo sức mạnh cung cấp cho thị trường những lô hàng nông sản lớn.

- Thực hiện cơ giới hóa, hiện đại hóa, xây dựng vùng nguyên liệu gắn với nhà máy chế biến và thực hiện đa dạng hóa sản phẩm. Phát triển các doanh nghiệp, hợp tác xã cổ phần nông nghiệp, qua đó hình thành vùng sản xuất hàng hóa lớn trong nông nghiệp. Có chính sách thu hút đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt là đầu tư nước ngoài vào nông nghiệp, nhất là nông nghiệp công nghệ cao.

- Đầu tư mạnh cho nghiên cứu khoa học (giống cây trồng và vật nuôi, kể cả những giống có gen chuyển đổi thích nghi với điều kiện canh tác khắc nghiệt của nông dân vùng sâu, vùng xa); công nghệ sau thu hoạch.

Thứ hai, cần đánh giá cụ thể sức cạnh tranh của từng loại nông sản chủ yếu để có biện pháp khắc phục những yếu kém, bảo đảm nông sản của nước ta chiếm lĩnh thị trường trong nước vươn mạnh ra thị trường quốc tế. Trong đó:

- Chú trọng các giải pháp đồng bộ về kỹ thuật và kinh tế làm cho sản phẩm thích ứng với thị trường.

- Xác định rõ chủng loại và thị trường xuất khẩu chủ yếu, bảo đảm giống tốt cho cây trồng xuất khẩu.

- Xây dựng một danh mục hàng hóa nông sản cho xuất khẩu. Lựa chọn những loại đặc sản thị trường thế giới đang có nhu cầu lớn, dễ trồng mà các nước trong khu vực không có hoặc chưa chú ý sản xuất nhằm giảm bớt áp lực cạnh tranh, áp dụng khoa học - kỹ thuật để tăng tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm.

Thứ ba, xây dựng và phát triển thương hiệu cho các mặt hàng nông sản Việt Nam. Muốn vậy, điều quan trọng nhất là phải bảo đảm chất lượng của nông sản đúng theo yêu cầu của người tiêu dùng và của thị trường. Việc hình thành các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông sản có quy mô lớn, tăng cường xây dựng các chuỗi cung ứng nông sản... sẽ là cơ sở ban đầu để hình thành các thương hiệu mạnh của Việt Nam.

Thứ tư, hoàn thiện tổ chức và nâng cao chất lượng hoạt động của hệ thống thông tin thị trường từ trung ương đến các địa phương:

- Thành lập các điểm thông tin thị trường ở các vùng chuyên canh có tỷ suất hàng hóa lớn.

- Phối hợp hoạt động của các điểm thông tin với hoạt động của các tổ chức khuyến nông, các câu lạc bộ, các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp.

- Tăng cường việc theo dõi, nghiên cứu thị trường quốc tế, thông tin kịp thời cho các doanh nghiệp và nông dân.

- Duy trì và phát triển các trang điện tử trên mạng Internet về nông sản và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông sản.

- Đặt vấn đề với các tổ chức quốc tế, đề nghị trợ giúp kỹ thuật xây dựng thị trường giao dịch nông sản và nâng cao năng lực xúc tiến thương mại đối với hàng nông sản.

- Có chính sách khuyến khích các địa phương, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông sản tham gia các hội chợ nông sản trong nước và quốc tế, xây dựng các trung tâm giao dịch và giới thiệu sản phẩm nông nghiệp Việt Nam ở nước ngoài..

Ngoài ra, Nhà nước cũng cần tiếp tục duy trì và thực hiện các chính sách hỗ trợ khác nhằm xóa đói giảm nghèo và giúp đỡ nông dân trong phát triển sản xuất nông sản có quy mô lớn như: Chính sách khuyến khích nông dân, sản xuất theo quy hoạch; thực hiện hợp đồng bán sản phẩm cho doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu; chính sách hỗ trợ nông dân mua sắm trang thiết bị phục vụ sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản... nhằm nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm.

3.2. Phát triển đa dạng các phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản theo chuỗi bền vững

Để phát triển thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam, chúng ta cần phải phát triển đa dạng các phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản theo chuỗi bền vững có ứng dụng thương mại điện tử và truy xuất nguồn gốc, phù hợp với điều kiện tự nhiên, trình độ và đặc điểm sản xuất nông nghiệp và yêu cầu thị trường.

Tổ chức lại sản xuất nông nghiệp phù hợp với yêu cầu của thị trường, trên cơ sở ứng dụng khoa học công nghệ cao, truy xuất nguồn gốc nông sản, sản phẩm có uy tín, chất lượng và cạnh tranh trên thị trường. Cùng cố và phát triển các chủ thể kinh tế (ưu tiên phát triển hợp tác xã thương mại, doanh nghiệp vừa và nhỏ) là trung gian giữa người nuôi trồng với doanh nghiệp sản xuất, chế biến, phân phối và ngân hàng, tham gia tổ chức cung ứng đầu vào và tiêu thụ đầu ra cho sản phẩm, đem lại lợi ích cộng đồng dân cư địa phương.

Bên cạnh đó, hỗ trợ, khuyến khích các chủ thể trong chuỗi liên kết với nhau từ khâu cung ứng vật tư, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm; ban hành cơ chế ràng buộc, gắn kết giữa các chủ thể trong kênh tiêu thụ sản phẩm.

Theo đó, tăng cường đẩy mạnh các hoạt động truyền thông để nâng cao nhận thức về đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản, đặc biệt nâng cao nhận thức của người sản xuất trong việc đảm bảo chất lượng sản phẩm, nhãn mác, bao bì và uy tín của sản phẩm; đẩy mạnh công tác phát triển hệ thống phân phối hàng nông sản cố định và bền vững do các doanh nghiệp trong nước làm hạt nhân, nhất là tại địa bàn nông thôn thúc đẩy phát triển sản phẩm nông nghiệp đặc trưng, lợi thế của địa phương, thông qua một số nhiệm vụ như: tăng cường thông tin, truyền thông; phát triển chuỗi phân phối hàng nông sản cố định, bền vững; nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh; nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, kiểm soát...

Tổ chức các buổi làm việc giữa siêu thị, trung tâm mua sắm với doanh nghiệp, cơ sở sản xuất sản phẩm nông nghiệp nhằm kết nối, tiêu thụ sản phẩm; tổ chức kết nối các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng, chủ lực vào các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trong và ngoài thành phố. Lồng ghép các chương trình xúc tiến thương mại, thương mại điện tử hàng năm để tổ chức hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất hàng nông nghiệp xây dựng thương hiệu sản phẩm, truy xuất nguồn gốc và ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

KẾT LUẬN

Qua phân tích về thị trường, vai trò của thị trường trên cả hai phương diện lý luận và thực tiễn, ta có thể khẳng định rằng: thị trường là tổng hòa các mối quan hệ liên quan đến trao đổi, mua bán hàng hóa trong xã hội, được hình thành do những điều kiện lịch sử, kinh tế xã hội nhất định. Thị trường là tổng thể các mối quan hệ kinh tế bao gồm cung, cầu, giá cả; quan hệ hàng - tiền; quan hệ giá trị; giá trị sử dụng; quan hệ hợp tác, cạnh tranh; quan hệ trong nước, ngoài nước... Cùng với đó là các yếu tố kinh tế như nhu cầu (người mua hàng); người bán; tiền – hàng; dịch vụ mua bán... Tất cả các quan hệ và yếu tố kinh tế này được vận động theo quy luật của thị trường. Nhận thức được vai trò của thị trường là điều kiện, môi trường cho sản xuất phát triển; kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội, tạo ra cách thức phân bổ nguồn lực hiệu quả trong nền kinh tế; gắn kết nền kinh tế thành một chỉnh thể, gắn kết nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới; từ đó áp dụng lý thuyết vào thực tiễn giải quyết những vấn đề của thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam. Để có thể phát triển thị trường tiêu thụ nông sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế chúng ta không những phải nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản (về sản lượng, chất lượng) mà còn phải phát triển đa dạng các phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản theo chuỗi bền vững từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế từ thị trường tiêu thụ nông sản, phát triển bền vững, hiệu quả nền nông nghiệp Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng việt

1. David Begg, Stanley Fisher, Rudiger Donbusch, Kinh tế học, Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội 1992, trang 11.
2. Giáo trình Kinh tế chính trị Mác – Lênin (dành cho bậc đại học – không chuyên lí luận chính trị), Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội 2019.

Tài liệu trực tuyến

1. Thấm Thấm (2020), “Thị trường nông sản là gì? Sáu đặc điểm nổi bật nhất không nên bỏ qua”, Nông sản Việt Nam,
<http://nongsanvietnam.com.vn>.
2. Nguyễn Đỗ Anh Tuấn (2020), “Thúc đẩy xuất khẩu nông sản bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, Tạp chí Cộng sản,
<https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/816205/thuc-day-xuat-khau-nong-san-ben-vung-trong-boi-can-hoi-nhap-quoc-te.aspx#>.
3. Phạm Quốc Quyết (2016), “Nâng cao sức cạnh tranh hàng nông sản Việt Nam trong hội nhập”, Tạp chí Tài Chính online, <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/nang-cao-suc-can-h-tranh-hang-nong-san-viet-nam-trong-hoi-nhap-106126.html>.