

# Gắn kết sản phẩm nông nghiệp với thị trường bán lẻ

 PHUỐC LONG

**T**hị trường bán lẻ hiện đại Việt Nam đang tăng trưởng mạnh mẽ góp phần mang lại lợi ích cho người tiêu dùng và nâng cao năng lực cạnh tranh, phân phối mặt hàng của các nhà sản xuất. Trong xu thế đó, nhằm phát triển ngành nông nghiệp cần tận dụng ưu thế của thị trường này trong việc lưu thông, buôn bán các sản phẩm nông sản Việt.

Trong những năm gần đây, thị trường bán lẻ Việt Nam phát triển nhanh thể hiện ở số lượng các cửa hàng bán lẻ gia dụng, trung tâm thương mại và siêu thị. Cụ thể, cuối năm 1996, tại Việt Nam chỉ có 12 siêu thị và trung tâm thương mại phân bố ở 6 tỉnh, thành phố. Nhưng đến năm 2012, cả nước đã có xấp xỉ 1.000 điểm bán lẻ hiện đại (trong đó gồm 66 trung tâm thương mại và đại siêu thị, 421 siêu thị hiện đại, 362 siêu thị mini và cửa hàng bán lẻ tiện ích, 19 trung tâm bán buôn...). Cùng với hệ thống 9.063 chợ truyền thống và hơn 900 nghìn cửa hàng bán lẻ truyền thống đang hoạt động, các loại hình phân phối bán lẻ hàng hóa hiện đại đang cải cách mạnh mẽ hệ thống phân phối hàng hóa ở nước ta. Tăng trưởng của thị trường bán lẻ hiện đại đang mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng và cơ hội cho nhà sản xuất cải thiện năng lực cạnh tranh và phân phối các mặt hàng. Trong đó, sản phẩm nông nghiệp được đánh giá là mặt hàng có nhiều lợi thế ở thị trường này.

Mới đây, tại An Giang đã diễn ra Hội nghị giao thương giữa doanh nghiệp An Giang và doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh. Đây là dịp để 2 bên nhìn lại những kết quả đạt được trong quá trình hợp tác, những thuận lợi, khó khăn từ đó hình thành các dự án liên kết, hợp tác trong đầu tư, hướng tới mục tiêu xây dựng các vùng nguyên liệu ổn định, phục vụ hoạt động sản xuất, tạo nguồn hàng phong phú, đa dạng, có chất lượng sạch cung ứng cho thị trường thành phố Hồ Chí Minh, cả nước và xuất khẩu. Hợp tác giữa 2 bên cũng sẽ góp phần phát triển nhanh hệ thống phân phối, tiêu thụ hàng hóa hiện đại.

Phát biểu tại hội nghị, Phó Chủ tịch Nguyễn Thị Hồng nhấn mạnh, hội nghị lần này nhằm triển khai tốt hơn nữa các chương trình hợp tác đã được ký kết trong Chương trình hợp tác thương mại giữa thành phố Hồ Chí Minh và tỉnh An Giang giai đoạn 2011 - 2015. Nếu năm 2012, doanh nghiệp 2 bên mới chỉ thực hiện 5 hợp đồng thì năm 2013, các doanh nghiệp đã ký kết 36 hợp đồng thương mại, giá trị giao dịch hai chiều tương ứng hơn 700 tỷ đồng/năm, riêng 6 tháng đầu năm 2014 các hợp đồng giao dịch ước đạt 344 tỷ đồng. Nhiều mặt hàng và sản phẩm đặc trưng của An Giang như gạo, thủy hải sản, đường thốt nốt, khô cá lóc, khô cá sặc... đã xâm nhập vào các hệ thống phân phối lớn ở thành phố Hồ Chí Minh như Co.opmart, Big C, Maximark... Điển hình

như Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu thủy sản An Giang cung ứng vào hệ thống Co.op hàng nghìn tấn thủy hải sản, tương ứng hơn 30 tỷ đồng mỗi năm. Những sản phẩm như xôi phồng Kim Hương, mắm Cò Tư Ấu, đường thốt nốt Lan Nhi... đều đã vào hệ thống phân phối TP.

Chiều ngược lại, siêu thị Tứ Sơn, siêu thị Co.opmart Long Xuyên, 3 siêu thị Vinatex tại An Giang hiện đang là kênh phân phối chủ lực tiêu thụ sản phẩm của thành phố Hồ Chí Minh với giá trị đạt hơn 500 tỷ đồng/năm. Tại siêu thị Tứ Sơn, hiện có 80% số lượng nhà cung cấp là từ thành phố Hồ Chí Minh.

Chương trình hợp tác thương mại không chỉ dừng lại ở hoạt động giao thương, hiện An Giang đã có 1 doanh nghiệp là Công ty TNHH Lương thực Thủy sản Xuất nhập khẩu Tấn Vương đang tham gia thực hiện Chương trình bình ổn thị trường mặt hàng gạo của thành phố Hồ Chí Minh. Các doanh nghiệp của thành phố như Sài Gòn Co.op, Vinatex, Fahasa... cũng tham gia phát triển mạng lưới phân phối hiện đại tại An Giang và tích cực góp phần ổn định thị trường tại địa phương.

Để chương trình hợp tác đạt hiệu quả cao trong giai đoạn mới, bà Hồng cho biết, thành phố Hồ Chí Minh khuyến khích doanh nghiệp đáp ứng vốn, đưa khoa học kỹ thuật, đầu tư con giống, cây giống, thu mua sản phẩm; Khuyến khích các ngân hàng thương mại trên địa bàn triển khai việc cho vay thông



qua các chuỗi liên kết trong Chương trình bình ổn thị trường và tại các tỉnh, thành tham gia Chương trình hợp tác thương mại; Thành phố giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tăng cường phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn An Giang trong việc hướng dẫn, kiểm soát nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, sản phẩm nông nghiệp đưa vào thị trường thành phố nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng...

Doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh và An Giang đã ký kết mới 59 hợp đồng và 1 biên bản ghi nhớ, gồm: 51 hợp đồng tiêu thụ sản phẩm ký kết giữa các hệ thống phân phối thành phố Hồ Chí Minh với doanh nghiệp An Giang, trong đó Saigon Co.op ký kết với 3 doanh nghiệp An Giang để phân phối các mặt hàng rau củ quả, thủy hải sản trong hệ thống siêu thị Co.opmart, đồng thời xuất khẩu sang thị trường Singapore, thông qua Công ty Liên doanh giữa Saigon Co.op và FairPrice; 8 hợp đồng do doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh ký kết để cung ứng hàng hóa cho siêu thị Tứ Sơn An Giang; 1 biên bản ghi nhớ ký kết giữa Công ty TNHH xuất nhập khẩu Nông sản An toàn (thành phố Hồ Chí Minh) và Ủy ban nhân dân huyện Chợ Mới (An Giang) để xây dựng vùng chuyên canh nông, thủy sản tại An Giang nhằm tạo động lực thúc đẩy nông nghiệp phát triển, đưa thị trường trở thành cầu nối giữa sản xuất với tiêu dùng, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách quan trọng về nâng cao năng lực sản xuất nông nghiệp theo định hướng thị trường, hình thành và phát triển các chuỗi cung ứng hàng nông sản trong nước. Các chính sách cùng với cơ chế huy động linh hoạt đã tạo sự chủ động cho các

địa phương trong việc huy động nguồn lực phát triển nông nghiệp, nông thôn. Trên cơ sở đó tạo điều kiện cho các địa phương xây dựng và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

Tuy nhiên, hiện mối liên kết giữa sản xuất nông nghiệp với thị trường bán lẻ ở nước ta vẫn còn nhiều khó khăn. Sau nhiều năm hoạt động, mô hình liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp chưa phát huy được hiệu quả; quan hệ giữa doanh nghiệp với nông dân vẫn còn lỏng lẻo, trong đó mối liên kết về lợi ích và trách nhiệm còn chưa chặt chẽ. Doanh nghiệp chưa phát huy được vai trò dẫn dắt định hướng vùng nguyên liệu, bao tiêu sản phẩm cũng như về mặt pháp lý khi có hiện tượng phá vỡ hợp đồng giữa doanh nghiệp và người nông dân. Bên cạnh đó, một số chính sách còn mang nặng hình thức thúc đẩy phát triển sản xuất hơn là tiếp cận thị trường; thiếu đánh giá, phản hồi dẫn đến tình trạng chông chéo và chậm cải tiến.

Nhằm tăng cường sự kết nối giữa nông nghiệp và thị trường bán lẻ hiện đại, cần phát triển hệ thống hạ tầng thương mại nông thôn cân đối, phù hợp với trình độ phát triển thị trường khu vực nông thôn. Trong đó, hạ tầng nông thôn cần quy hoạch theo hướng mở rộng mối quan hệ gắn bó với hệ thống hạ tầng thương mại. Trên cơ sở đó tạo động lực thu hút các thành phần kinh tế tham gia kinh doanh. Song song với kết cấu hạ tầng, cần có các biện pháp quản lý hỗ trợ và giảm thiểu rủi ro trong tín dụng nông thôn, bởi trên thực tế, đặc trưng của các khoản vay nông thôn là cho vay hộ gia đình, cá nhân, hoạt động manh mún và chịu nhiều rủi ro do tác động của các yếu tố thị trường, khí hậu, thiên tai, dịch bệnh. Mặt khác, cần cải

thiện năng lực chế biến, đóng gói và bảo quản hàng nông sản; áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm cuối cùng. Nhằm đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nông nghiệp, cần có các quy định, yêu cầu về chất lượng, mẫu mã, xuất xứ để ràng buộc người cung cấp và tạo niềm tin cho người mua. Bên cạnh đó, cần đưa thêm những quy định về hoạt động tiếp thị, quảng cáo, tránh những hiểu lầm cho người tiêu dùng.

Ngoài ra, để đạt hiệu quả đầu tư, các doanh nghiệp Việt Nam (trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ hiện đại) cần chủ động nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời hình thành các chuỗi cung ứng hàng hóa từ sản xuất, thu hoạch để chế biến, đóng gói và bảo quản. Bên cạnh đó, cần đảm bảo nguồn cung thông qua việc liên hệ chặt chẽ với người nông dân bằng các hoạt động đầu tư dài hạn; đào tạo, tập huấn khoa học kỹ thuật.

Trong tình trạng mở cửa hiện nay, rất dễ dẫn đến tình trạng mất cân đối thị trường, với các siêu thị tập trung cao độ tại các thành phố lớn và thưa thớt tại các vùng nông thôn. Do vậy, để sản phẩm nông nghiệp có thể đi xa hơn, ngoài việc mở rộng thị trường, cần có những thay đổi và đa dạng hóa các loại hình bán lẻ. Cụ thể, vùng nông thôn ngoại thành, ngoại thị chú trọng phát triển các loại hình bán lẻ hiện đại; các thị trấn, thị tứ của các tỉnh đồng bằng, ven biển tập trung phát triển các loại hình bán lẻ như bách hóa, cửa hàng tự chọn. Thêm vào đó, hình thành khu vực bán lẻ tập trung với nhiều loại hình đa dạng, các xã sẽ phát triển chợ, kết hợp giữa phát triển các điểm bán lẻ và thu mua nông sản ■