

Nâng cao năng lực kinh doanh của người nông dân trong quá trình công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn

Hoàng Thanh Tùng

Trường Đại học Lao động Xã hội

Tóm tắt: Đối với một quốc gia mà nông nghiệp chiếm tỷ trọng lớn như Việt Nam, người nông dân là lực lượng nòng cốt trong quá trình phát triển kinh tế, xã hội của đất nước; là nguồn lực mang tính quyết định trong hoạt động sản xuất nông sản. Tuy nhiên, hoạt động sản xuất của người nông dân hiện nay còn phụ thuộc nhiều vào tự nhiên và thiếu tính bền vững; chất lượng và giá trị gia tăng của hàng nông sản còn hạn chế, thiếu tính cạnh tranh... Để cải thiện tình trạng này cần có sự vào cuộc của cả hệ thống nhưng trước hết cần đổi mới về tư duy và hành động của chính bản thân người nông dân. Bài viết đề cập đến một số nội dung nhằm nâng cao năng lực kinh doanh của người nông dân thông qua nâng cao về năng lực sản xuất và năng lực thương mại; coi đây như một giải pháp chiến lược trong quá trình công nghiệp hóa sản xuất nông nghiệp

Từ khóa: Nông nghiệp nông thôn; sản xuất kinh doanh nông sản.

1. Nông nghiệp và người nông dân Việt Nam

Nông nghiệp, nông dân là bộ phận quan trọng của nền kinh tế quốc dân Việt Nam. Với khoảng 70% dân số sống ở nông thôn; trên 70% lực lượng lao động làm nông nghiệp, có thể nói, nông nghiệp Việt Nam đóng vai trò to lớn trong việc phát triển kinh tế đất nước, đặc biệt góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho người dân nông thôn. Ngoài ra, nông nghiệp còn là ngành sản xuất hàng hoá quan trọng cung cấp những nguyên liệu đầu vào cho sản xuất công nghiệp; đảm bảo an ninh lương thực quốc gia và là một nhân tố giúp Việt Nam tham gia ngày càng sâu sắc vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Mục tiêu xây dựng, phát triển nền nông nghiệp Việt Nam theo hướng hiện đại, bền vững, đủ sức cạnh tranh khi hội nhập, đảm bảo an ninh lương thực, nâng cao đời sống người nông dân... là vấn đề mà Đảng, Nhà nước rất quan tâm. Nghị quyết của Đảng nhấn mạnh mục tiêu phát triển nông nghiệp nông thôn: "Xây dựng nền nông nghiệp phát triển toàn diện theo hướng hiện đại, bền vững, sản xuất hàng hoá lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và khả năng cạnh tranh cao, đảm bảo vững chắc an ninh lương thực quốc gia cả trước mắt và lâu dài. Xây dựng nông thôn mới có kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội hiện đại; cơ cấu kinh tế và các hình thức tổ chức sản xuất hợp lý, gắn nông nghiệp với phát triển nhanh công nghiệp, dịch vụ, đô thị theo quy hoạch; xã hội nông thôn ổn định, giàu bản sắc văn hoá dân tộc; dân trí được nâng cao, môi trường sinh thái được bảo vệ..."¹

Tuy nhiên, nhìn về tổng thể, nông nghiệp Việt Nam phát triển còn kém bền vững, tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm dần, sức cạnh tranh thấp, chưa phát huy

tốt nguồn lực cho phát triển sản xuất. Việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế và đổi mới cách thức sản xuất trong nông nghiệp còn chậm, giá trị gia tăng hàng nông sản còn thấp. Trình độ tổ chức sản xuất và ứng dụng khoa học công nghệ của người nông dân còn hạn chế, môi trường ngày càng ô nhiễm; năng lực thích ứng, đối phó với thiên tai còn yếu kém. Nghị quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân và nông thôn cũng đề cập đến vai trò "chủ thể", trách nhiệm của nông dân trong phát triển nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới chưa được phát huy đầy đủ. Đa phần nông dân chưa được chuẩn bị năng lực và chưa được tạo điều kiện cần thiết để đảm trách vai trò chủ thể"². Đã có nhà nghiên cứu đánh giá khái quát về vị thế của người nông dân hiện nay với 5 nhất: (1). Đông nhất; (2) Hy sinh nhiều nhất; (3) Nghèo nhất; (4) Hướng lợi từ đổi mới ít nhất; (5) Nhiều bức xúc nhất³.

2. Nội dung nâng cao năng lực kinh doanh cho người nông dân

Năng lực thuộc tố chất tâm sinh lý và trình độ chuyên môn tạo cho con người có khả năng hoàn thành một hoạt động nào đó với chất lượng cao. Năng lực của người nông dân là yếu tố nội sinh thuộc bản thân người nông dân có được do tố chất tự nhiên và do quá trình lao động, học tập tích lũy được, nó giúp cho người nông dân nâng cao được hiệu quả cao hơn trong sản xuất kinh doanh nông nghiệp.

Năng lực kinh doanh của người nông dân là năng lực thực hiện các hoạt động lao động sản xuất và mua bán nông sản từ đó đem lại lợi nhuận và hiệu quả cao hơn. Năng lực kinh doanh của người nông dân được thể hiện qua năng lực trong sản xuất và năng lực thương mại.

2.1. Năng lực sản xuất của người nông dân

Năng lực cho phép người nông dân nâng cao năng suất lao động; sản xuất được nhiều hơn; chất lượng cao hơn; chi phí thấp hơn. Năng lực sản xuất thể hiện qua khả năng nắm bắt thời vụ; khả năng ứng dụng khoa học công nghệ và làm chủ máy móc thiết bị; khả năng hấp thụ về vốn trong sản xuất nông nghiệp.

- Khả năng nắm bắt thời vụ: Đối với người nông dân, thời vụ là rất quan trọng, đặc biệt là đối với những nông dân chuyên về trồng trọt và đánh bắt thủy sản. Gieo trồng đúng thời vụ sẽ là điều kiện cho năng suất cao hơn; ra khơi đúng thời vụ sẽ có cơ hội đánh bắt được nhiều hải sản hơn... Năng lực thời vụ có được trước hết là do kinh nghiệm tích lũy được qua quá trình lao động sản xuất và được truyền dạy qua các thế hệ. Ngoài ra, khoa học công nghệ hiện đại và sự hỗ trợ của các cơ quan chuyên môn cũng có thể cho phép người nông dân xác định thời vụ được chính xác hơn. Chính vì vậy, hầu hết các tỉnh thành, các viện nghiên cứu về nông nghiệp đều tập trung xây dựng lịch thời vụ cho người nông dân trên cơ sở kinh nghiệm sản xuất và tình hình thời tiết nông vụ được cung cấp. Nhờ vậy, người nông dân có được lịch sản xuất nông nghiệp một cách có cơ sở khoa học và đem đến hiệu quả cao hơn. Đơn cử như vụ lúa hè thu 2014 tại Đồng bằng sông Cửu Long, do thực hiện nghiêm túc lịch xuống giống và chia làm 3 đợt cho phù hợp với tình hình thủy văn từng khu vực, đồng thời áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật về giống, phân bón, kỹ thuật canh tác theo phương pháp mới nên sản lượng lúa hè thu tăng mạnh, năng suất bình quân 5,6 tấn/ha, tổng sản lượng cả vụ đạt khoảng 9,5 triệu tấn, tăng gần 200.000 tấn so vụ hè thu trước, góp phần nâng sản lượng lúa Đông Xuân và Hè Thu đạt 20,5 triệu tấn, bằng 82% kế hoạch năm⁴. Hoạt động khai thác thủy hải sản xa bờ ở miền Trung và miền Nam năm 2016 cũng vậy, diễn biến thời tiết và ngư trường năm 2016 khá bất thường gây khó khăn cho khai thác hải sản. Tuy nhiên, với kinh nghiệm hoạt động khai thác xa bờ cùng việc sử dụng công nghệ định vị hiện đại, các tàu khai thác thủy sản xa bờ ở miền Trung và miền Nam vẫn đạt hiệu quả khá cao. Sản lượng thủy sản khai thác được tính đến tháng 11/2016 đạt 2.803.000 tấn, tăng 2% so với cùng kỳ 2015, trong đó khai thác biển đạt 2.628.000 tấn; khai thác thủy nội địa đạt 175.000 tấn⁵.

- Khả năng ứng dụng khoa học công nghệ và làm chủ máy móc thiết bị: Công nghệ và cơ giới hóa là yếu tố cơ bản đem lại năng suất lao động cao hơn. Ngày nay, với sự tiến bộ của khoa học kết hợp với cơ giới hóa trong nông nghiệp cho phép sản xuất nông sản công nghệ cao, quy mô lớn với chất lượng cao hơn. Ứng dụng khoa học công nghệ cao vào sản xuất, làm chủ được máy móc thiết bị trong sản xuất nông nghiệp sẽ tạo thuận lợi cho quá trình sản xuất, nuôi trồng và mang lại năng suất lao động cũng như hiệu

quả kinh tế cao hơn. Điển hình như việc ứng dụng công nghệ cao vào trồng hoa, trồng rau sạch ở Đà Lạt (Lâm Đồng); Tây Tựu (Hà Nội); trồng cây thanh long ở Bình Thuận; chăn nuôi trên đệm lót sinh học ở Lý Nhân (Hà Nam)... Công ty TNHH Flora Việt Nam, một trong các doanh nghiệp mạnh dạn triển khai mô hình trồng hoa công nghệ cao với khu sản xuất rộng 10.000m², gồm hệ thống nhà kính, nhà lưới, máy móc bảo đảm trồng được nhiều loại hoa. Mỗi năm, Flora Việt Nam cung cấp ra thị trường hàng triệu cành hoa lan Hồ Điệp, lan Vũ nữ và hàng chục vạn bông ly, loa kèn, đem lại doanh thu khoảng 10 tỷ đồng/năm, tạo công ăn việc làm cho 100 lao động thường xuyên⁶. Công ty TNHH Đầu tư Thủy Sản Nam Miền Trung từ mô hình sản xuất nhỏ nhờ áp dụng các công nghệ mới trong lĩnh vực sản xuất tôm giống đã vươn lên trở thành doanh nghiệp đạt chuẩn công nghệ cao với 30 ao nuôi tôm thịt diện tích 30ha. Mỗi năm, cung cấp cho thị trường 6 tỷ con giống và gần 1.000 tấn tôm thịt⁷.

- Khả năng hấp thụ vốn: Để sản xuất nông nghiệp thực sự là sản xuất hàng hóa tiêu dùng thì quy mô sản xuất phải đủ lớn, năng suất cao, chất lượng tốt và giá thành có tính cạnh tranh. Điều đó đòi hỏi vốn đầu tư cho sản xuất nông nghiệp phải tương đối lớn và người nông dân cũng phải hấp thụ được hết số vốn đầu tư này. Tuy nhiên, người nông dân hiện nay đang được đánh giá là người nghèo nhất nên khả năng tài chính rất hạn chế, người nông dân hầu như khó có thể đủ nguồn lực tài chính cần thiết phục vụ cho sản xuất và tham gia thị trường trên quy mô lớn. Nhưng kể cả khi có nguồn vốn tín dụng chuyển đến từ các tổ chức, doanh nghiệp, ngân hàng, thì không phải người nông dân nào cũng có đủ khả năng và trình độ để tiếp nhận, quản trị và sử dụng vốn có hiệu quả. Nhiều địa phương, bà con nông dân nhận được vốn vay ưu đãi từ các tổ chức tín dụng, thay vì đầu tư cho sản xuất, bà con lại coi đó như khoản thu nhập bất thường nên chuyển sang chi cho tiêu dùng. Theo nghiên cứu của TS. Mai Văn Nam, trường Đại học Cần Thơ về hiệu quả sử dụng vốn vay của hộ nông dân nghèo tại huyện Long Mỹ, tỉnh Hậu Giang, có đến 40,44% số hộ nông dân sử dụng vốn vay nông nghiệp vào chi dùng cho các hoạt động thường ngày hoặc đầu tư cho các mục đích khác chứ không dùng cho phát triển nông nghiệp⁸. Hệ quả là sản xuất thì vẫn trì trệ do thiếu vốn đầu tư, nợ nần của người nông dân thì ngày một nhiều.

2.2. Năng lực thương mại của người nông dân

Trong nền kinh tế thị trường, người nông dân chỉ có năng lực sản xuất thì chưa đủ mà cần phải có thêm năng lực về thương mại, tức là khả năng giao lưu, mua bán hàng hóa, nông sản từ đó mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn cho người nông dân. Năng lực thương mại được thể hiện qua khả năng nghiên cứu thị trường, tiếp thị sản phẩm; khả năng sử dụng công nghệ thông tin trong mua bán sản phẩm; kỹ năng giao tiếp, đàm

phán và bán hàng.

- Khả năng nghiên cứu thị trường, tiếp thị sản phẩm: Đây có thể được coi là khâu hạn chế nhất của người nông dân. Trong chuỗi cung ứng nông sản, dường như người nông dân chỉ tập trung vào hoạt động sản xuất mà không quan tâm nhiều đến việc đưa sản phẩm ra thị trường thế nào; sản phẩm mình làm ra sẽ bán cho ai... Một nông dân tại xã Mỹ Châu, huyện Ba Vì, Hà Nội bỏ ra hơn 4 tỷ đồng để đầu tư trồng trồng và chăn nuôi nhằm cung cấp ra thị trường thực phẩm sạch. Tuy nhiên sản phẩm nông sản sạch đó lại khó có thể tiếp cận được thị trường và chưa mang lại lợi nhuận cho người nông dân. Nguyên nhân bởi vì sản phẩm đó không được thị trường biết đến do không có các hoạt động tiếp thị⁹. Nghiên cứu, nắm bắt được nhu cầu thị trường, người nông dân sẽ có cơ sở để đưa ra những quyết định phù hợp trong quá trình tổ chức sản xuất. Khả năng tiếp thị sản phẩm tốt, ngoài việc chuyển được thông tin về sản phẩm của mình đến thị trường, đến người tiêu dùng, người nông dân có thể xác định tương đối chính xác lượng cầu về hàng hóa của mình từ đó có kế hoạch sản xuất cho phù hợp, tránh lãng phí và tổn động sản phẩm.

- Khả năng sử dụng công nghệ thông tin: Người nông dân thường ở vùng sâu, vùng xa, điều kiện về kinh tế xã hội còn khó khăn nên việc tiếp thu và sử dụng công nghệ thông tin còn nhiều hạn chế. Trong khi đó công nghệ thông tin là phương tiện hữu hiệu giúp cho con người có thể nắm bắt thông tin nhanh chóng; tìm hiểu được thế giới xung quanh. Người nông dân hiện đại ngoài việc biết sử dụng thành thạo nông cụ sản xuất thì còn phải biết đến máy tính, bàn phím, con chuột, trang Web... Chính vì vậy, việc đưa công nghệ thông tin về nông thôn cùng với đào tạo cho người nông dân biết cách sử dụng công nghệ để khai thác thông tin là rất cần thiết. Qua đó, người nông dân có thể tìm hiểu những kiến thức, những thành tựu khoa học công nghệ trong sản xuất nông sản, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm sản xuất; tìm hiểu thông tin thị trường và có thể tham gia giao dịch trên sàn giao dịch thương mại điện tử về hàng hóa, nông sản.

- Kỹ năng giao tiếp và bán hàng: Giao tiếp là thuộc tính vốn có trong đời sống xã hội, người nông dân cũng có giao tiếp hàng ngày nhưng chỉ là giao tiếp trong cuộc sống. Giao tiếp thương mại nhằm lợi kéo thuyết phục người khác dẫn đến hành vi thương mại thì cần phải được đào tạo. Tương tự, việc mua bán hàng hóa phục vụ sinh hoạt thì ai cũng làm và diễn ra hàng ngày nhưng mua bán thương mại mang tính chất kinh doanh thì cần có kiến thức. Ví dụ như kiến thức về hợp đồng, kiến thức về giao nhận, về thanh toán... sao cho người nông dân có thể hiểu, đàm phán và ký kết được các hợp đồng mua bán hàng hóa, nông sản mà không bị thua thiệt, không bị vô hiệu và đảm bảo khả năng thực thi.

3. Đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực kinh doanh cho người nông dân

Nâng cao năng lực kinh doanh cho người nông dân là vấn đề không đơn giản, nó đòi hỏi sự vào cuộc quyết liệt của tất cả các thành phần liên quan đến chuỗi cung ứng nông sản.

- Nhà nước chủ trì trong hoạt động nghiên cứu, quy hoạch vùng chuyên canh nông sản; đẩy mạnh tích tụ ruộng đất để hình thành vùng sản xuất chuyên canh quy mô lớn; nghiên cứu dự báo tình hình thời tiết, khí hậu để lên lịch thời vụ phù hợp cho bà con nông dân. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động để người nông dân hiểu và chủ động tích cực tham gia sản xuất quy mô lớn đồng thời tuân thủ đúng quy hoạch, thời vụ và định hướng của các cơ quan chức năng.

- Nhà nước và chính quyền địa phương các cấp cần dự báo và cập nhật tình hình tiêu thụ nông sản; khả năng về cung cầu thị trường trên bình diện quốc gia cũng như ở từng địa phương, từng khu vực vùng miền. Tuyên truyền phổ biến cho người nông dân để họ có đủ thông tin cần thiết cho quyết định sản xuất cái gì, sản xuất cho ai và sản xuất như thế nào. Sản xuất theo nhu cầu thị trường sẽ hạn chế được tình trạng dư cung, được mùa mất giá vẫn thường xảy ra đối với bà con nông dân

- Nhà nước xây dựng các chương trình truyền thông rộng rãi nhằm phổ biến các kiến thức cơ bản về khoa học công nghệ trong nông nghiệp; hỗ trợ cho các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu truyền thụ, chuyển giao công nghệ cho người nông dân. Các đơn vị nghiên cứu tổ chức đưa khoa học công nghệ sản xuất nông sản đến với bà con nông dân; nhiệt tình theo sát hướng dẫn, tạo điều kiện để người nông dân có thể nắm bắt, làm chủ được công nghệ, ứng dụng thành thạo công nghệ vào sản xuất nông sản.

- Các tổ chức tín dụng cũng cần theo sát, đồng hành cùng bà con nông dân, xây dựng cơ chế hỗ trợ tín dụng phù hợp với thời vụ và chu kỳ sản xuất kinh doanh đối với từng nhóm cây trồng, vật nuôi. Sẵn sàng hỗ trợ vốn để người nông dân tiếp nhận và triển khai công nghệ mới vào sản xuất. Mở các lớp tập huấn, đào tạo về kỹ năng quản trị vốn để người nông dân biết cách sử dụng vốn có hiệu quả và an toàn.

- Các cơ sở đào tạo phối hợp với Hội nông dân và chính quyền địa phương tổ chức các lớp đào tạo với các nội dung về kỹ năng giao tiếp kinh doanh, kỹ năng bán hàng, kỹ năng tiếp thị và giới thiệu sản phẩm; kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin... cho bà con nông dân. Hình thức là đào tạo ngắn hạn ngay tại địa phương và tập trung đào tạo vào lúc nông nhàn để thu hút người nông dân tham gia.

- Chính quyền địa phương hỗ trợ, tạo điều kiện cho các nhà cung cấp dịch vụ truyền thông đưa công nghệ thông tin về nông thôn; phối hợp với đơn vị, các hộ nông dân đưa công nghệ thông tin đến từng nhà. Làm

được như vậy có thể coi là một cuộc cách mạng trong xây dựng nông thôn mới hiện nay.

- Thành lập các trung tâm tư vấn hỗ trợ cho người nông dân và làm cầu nối đưa doanh nghiệp về nông thôn. Từng bước xây dựng mối liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ nông sản.

- Bản thân người nông dân cần nhận thức rõ về tư duy kinh doanh quyết tâm làm giàu trong sản xuất và tiêu thụ nông sản. Sẵn sàng học hỏi, chủ động và kiên trì ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại vào sản xuất. Đôi khi người nông dân còn phải biết chấp nhận mạo hiểm để thành công.

Nâng cao năng lực kinh doanh cho người nông dân sẽ phát huy được năng lực nội sinh, từ đó đem lại hiệu quả cao hơn trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, đem lại thu nhập ổn định cho nông dân. Đây được xem như một giải pháp chiến lược trong quá trình công nghiệp hóa sản xuất nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới./.

Tài liệu tham khảo

1. Nghị quyết số 26/NQ-TW của Ban chấp hành trung ương Đảng khóa X
2. Nghị quyết Hội nghị Trung ương lần thứ 7 Khóa X
3. Nguyễn Quốc Cường, Chủ tịch Hội nông dân Việt Nam, hội thảo “Chân dung người nông dân Việt nam thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập, Hà nội, 5/12/2013
4. Theo vnexpress.net ngày 14/7/2014
5. Báo cáo thực hiện kế hoạch năm 2016 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn ngày 25/11/2016 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
6. Ban quản lý khu nông nghiệp công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh
7. Ngọc Tuyên, Doanh nghiệp bàn chuyên làm nông nghiệp công nghệ cao, vnexpress.net, ngày 13/12/2016
8. Mai Văn Nam, Hiệu quả sử dụng vốn vay của hộ nông dân nghèo, Tạp chí quản lý kinh tế số 25 (2009)
9. Đài truyền hình Việt nam, chương trình: “Nói không với thực phẩm bẩn”, ngày 07/10/2016

Tài chính xanh - kinh nghiệm quốc tế...

Tiếp theo trang 30

giao hệ thống tài chính hiện tại sang hệ thống tài chính xanh không chỉ là công việc của Chính phủ và Nhà nước mà còn là công việc của tất cả các doanh nghiệp trong hệ thống tài chính. Vì vậy, nâng cao nhận thức của các lãnh đạo doanh nghiệp sẽ góp phần giảm thiểu những khó khăn, vướng mắc trong công cuộc phát triển tài chính xanh. Nhận thức đầy đủ của lãnh đạo về tài chính xanh sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển hợp lý, phù hợp với định hướng và chiến lược phát triển kinh tế nhanh và bền vững của nước ta.

- Quảng bá, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp và nhà đầu tư về lợi ích của trái phiếu xanh: Một trong những rào cản cho phát triển hệ thống tài chính xanh tại Việt Nam là nguồn lực hạn hẹp. Vì vậy, việc đa dạng hoá nguồn lực là một lựa chọn ưu tiên để phát triển tài chính xanh trong bối cảnh ngân sách có hạn. Trên thế giới, việc sử dụng trái phiếu xanh đã mang lại kết quả tích cực trong hoạt động huy động vốn. Tuy nhiên tại Việt Nam, cũng như tài chính xanh, khái niệm trái phiếu xanh còn khá mới đối với các thể nhân và pháp nhân tham gia hệ thống tài chính. Hoạt động quảng bá, nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp và nhà đầu tư sẽ đem lại kết quả tích cực. Doanh nghiệp và nhà đầu tư sẽ có thêm lựa chọn và nhận thức được những cơ hội mới về đầu tư vào trái phiếu xanh./.

Tài liệu tham khảo

- Allen, C. and Clouth, S. (2012) A guidebook to the Green Economy. Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/GE%20Guidebook.pdf>
- Bank of America (2016). <http://newsroom.bankofamerica.com/press-releases/corporate-and-financial-news/bank-america-issues-its-third-and-largest-green-bond>
- Hồng Vân. "Bộn Bề Thách Thức Với Tài Chính Xanh." Báo Hải Quan, 22/05/2016. Web. <<http://www.baohaiquan.vn/Pages/Bon-be-thach-thuc-voi-tai-chinh-xanh.aspx>>
- Solar Media Limited, First solar to supply modules for 200MW ACWA power and TSK plant in Dubai, PVTECH. (2015). www.pvtech.org/news/first_solar_to_supply_modules_for_200mw_acwa_power_and_tsk_plant_in_dubai.
- Zurich Insurance Group, Annual Review 2013, (2013). <https://www.zurich.com/2013/en/annual-review/how-we-do-it/commitment-to-green-bonds.html>