

Chuyên đề 16:
THAY ĐỔI TƯ DUY SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP
SANG TƯ DUY KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

Nhằm cụ thể hóa Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII, ngày 28/01/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 150/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến 2050, trong đó nêu quan điểm: “*Chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp, sản xuất sản phẩm có giá trị cao, đa dạng theo chuỗi giá trị phù hợp với yêu cầu của thị trường, tích hợp các giá trị văn hóa, xã hội và môi trường vào sản phẩm. Sản xuất nông nghiệp có trách nhiệm, hiện đại, hiệu quả và bền vững; phát triển nông nghiệp sinh thái, hữu cơ, tuần hoàn, phát thải các-bon thấp, thân thiện với môi trường và thích ứng với biến đổi khí hậu*”. Vậy, vấn đề “chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp” được hiểu như thế nào?

I. QUAN NIỆM, KHÁI NIỆM, NHẬN THỨC LIÊN QUAN ĐẾN TƯ DUY SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP VÀ TƯ DUY KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

1. Khái niệm, đặc trưng và tư duy sản xuất nông nghiệp

Sản xuất nông nghiệp là hoạt động sản xuất sử dụng tư liệu sản xuất chủ yếu, như: đất đai, nước, không khí và cây trồng, vật nuôi để trồng trọt, chăn nuôi và khai thác cây trồng để tạo ra nông sản.

Đặc trưng của sản xuất nông nghiệp:

- Sản xuất nông nghiệp chủ yếu được tiến hành trên địa bàn rộng lớn, phức tạp và lệ thuộc vào điều kiện tự nhiên mang tính khu vực rõ rệt. Với đặc trưng này, người sản xuất muốn nâng cao hiệu quả, cần hạn chế tác động xấu và tận dụng lợi thế của môi trường để sản xuất và tạo sự khác biệt.

- Sản xuất gắn liền với cơ thể sống là cây trồng, vật nuôi. Do đó, muốn sản xuất, người sản xuất phải hiểu và lợi dụng quy luật sinh trưởng, phát triển của cây trồng, vật nuôi thì mới nâng cao được hiệu quả sản xuất của mình.

- Đất, nước là tư liệu sản xuất chủ yếu. Đây là nguồn lực có hạn, nên phải có kế hoạch sử dụng hợp lý. Biến đổi khí hậu càng làm cho lượng nước ngọt dùng cho sản xuất khan hiếm. Để thích ứng với biến đổi khí hậu, người sản xuất phải áp dụng các công nghệ tiết kiệm nước, hoặc sử dụng loài cây ít sử dụng nước.

- Sản xuất nông nghiệp mang tính mùa vụ cao. Người sản xuất cần biết rằng, vào chính vụ, thì nông sản cung cấp ra thị trường sẽ nhiều, do đó giá cả sẽ giảm. Để tránh cung vượt cầu vào chính vụ, thì người sản xuất phải biết sản xuất rải vụ, trái vụ (nếu có thể). Trong trường hợp không thể sản xuất trái vụ, thì cần phải bảo quản để có thể duy trì độ tươi ngon lâu hơn, hoặc phải chế biến để tránh trường hợp cung vượt cầu và rớt giá.

- Quy luật năng suất biên giảm dần. Theo quy luật này, khi tăng nhẹ đầu vào, thì

năng suất sẽ tăng nhẹ trên mỗi đơn vị và có thể chững lại, hoặc thậm chí giảm sau một điểm cụ thể. Do đó, nếu không hiểu được quy luật này, người sản xuất với mục tiêu đạt năng suất cao nhất, sẽ gia tăng sử dụng đầu vào, như: giống, phân bón. Nhưng nếu người sản xuất tăng quá nhiều, thì năng suất có thể bị giảm, chứ không tăng theo tỷ lệ như mong đợi.

Tư duy là quá trình nhận thức những quy luật khách quan của tự nhiên, xã hội, con người và điều chỉnh hành động của mình phù hợp với các quy luật đó. Do đó, tư duy sản xuất nông nghiệp có thể được hiểu là quá trình nhận thức các quy luật khách quan về sinh học của cây trồng, vật nuôi và quy luật chuyển hóa của nguyên vật liệu sản xuất, sử dụng nguyên vật liệu để gia tăng năng suất và sản lượng sản phẩm.

Tư duy sản xuất nông nghiệp có những đặc trưng cơ bản sau:

- Nhận thức mình có nguồn lực nào? Có thể sử dụng nó thế nào? Và sản xuất cái gì mình có thể. Với cách nghĩ này, khi tiến hành sản xuất thì người sản xuất dễ thực hiện nhất. Tuy nhiên, sản phẩm được sản xuất có thể không phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng, do đó khó có thể bán được với giá cao.

- Sử dụng nguồn lực và áp dụng các biện pháp có thể để nâng cao năng suất cây trồng, vật nuôi. Với cách nghĩ này, người sản xuất sẽ nhắm đến năng suất cao, nên sẵn sàng gia tăng đầu vào. Nhưng nếu gia tăng đầu vào nhiều, có thể không hiệu quả, vì sai với quy luật năng suất biên giảm dần. Điều này chỉ làm chi phí tăng thêm, nhưng năng suất không tăng.

- Không chú trọng đến giảm chi phí, miễn là tăng được năng suất. Với cách nghĩ này, người sản xuất đã chủ đích tăng năng suất, nên sẵn sàng bón nhiều phân, dùng chất kích thích để tăng năng suất. Điều này đồng nghĩa với chi phí tăng cao, cùng với sức chịu đựng quá mức của môi trường.

- Mục tiêu mong muốn đạt được sản lượng cao nhất. Người sản xuất đã xác định thước đo sản lượng là mục tiêu, chứ không phải lợi nhuận. Câu trả lời cho rất nhiều năm, người sản xuất nông nghiệp đã không khá, giàu lên được, chỉ vì xác định mục tiêu không đúng.

2. Khái niệm kinh tế nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp

Kinh tế nông nghiệp là hoạt động kinh tế khai thác, sử dụng hiệu quả nguồn lực trong nông nghiệp mang lại lợi ích kinh tế cho người sản xuất, góp phần phát triển nông nghiệp, nông thôn.

Tư duy kinh tế nông nghiệp là tư duy sử dụng hiệu quả nguồn lực hữu hạn trong nông nghiệp để sản xuất sản phẩm đáp ứng yêu cầu thị trường và đạt được lợi nhuận cao nhất có thể.

Tư duy kinh tế nông nghiệp có những đặc trưng cơ bản sau:

- Căn cứ nhu cầu thị trường để xác định chủng loại, tiêu chuẩn sản phẩm cần sản xuất. Theo cách nghĩ này, người sản xuất phải biết người tiêu dùng cần loại sản phẩm hàng hóa nào? Tiêu chuẩn gì? Từ đó, xác định kết quả đầu ra với chủng loại, tiêu sản phẩm hàng hóa phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng.

- Quá trình sản xuất tập trung đảm bảo chất lượng để đạt tiêu chuẩn, yêu cầu của khách hàng. Với cách nghĩ này, người sản xuất phải phân tích, so sánh những sản phẩm hàng hóa mình đã sản xuất được so với nhu cầu người tiêu dùng để tìm cách đáp ứng, từ việc thay đổi quy trình sản xuất, thay đổi nguyên liệu đầu vào, hay thay đổi cả giống cây trồng, vật nuôi.

- Trong quá trình sản xuất, luôn tìm cách giảm chi phí hợp lý. Với cách suy nghĩ này, người sản xuất sẽ giảm tất cả những gì có thể, nếu không ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng sản phẩm. Bắt đầu từ giá mua nguyên vật liệu, cải tiến quy trình để giảm chi phí sản xuất, thu hoạch, bảo quản, chế biến, vận chuyển.

- Sau khi thu hoạch, luôn tìm cách gia tăng giá trị. Theo cách nghĩ này, người sản xuất sẽ không bán sản phẩm tại vườn, ruộng, chuồng, mà sẽ tìm cách gia tăng giá trị, đơn giản nhất là phân loại, làm sạch, đóng gói, thiết kế nhãn hiệu hàng hóa, đến sơ chế, chế biến và chế biến sâu, đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, truy suất nguồn gốc...vv.

- Chủ động tiêu thụ sản phẩm với giá hợp lý. Theo cách nghĩ đơn giản là phải mang sản phẩm hàng hóa đến với người tiêu dùng, chứ không phải để người tiêu dùng tìm đến mua sản phẩm của mình. Với việc chủ động tìm kiếm khách hàng bằng nhiều kênh bán hàng, hoặc liên kết tiêu thụ, sẽ bán được sản phẩm với giá hợp lý, từ đó nâng cao doanh thu và gia tăng lợi nhuận.

- Người sản xuất phải xem xét khả năng cạnh tranh với đối thủ cạnh tranh. Theo cách nghĩ này, người sản xuất muốn bán được hàng, thì phải xem xét trên thị trường đã có ai cùng bán sản phẩm cùng loại với cùng thời điểm và phân khúc khách hàng hay không? Đặc trưng sản phẩm của họ thế nào? Cách họ bán hàng, thanh toán và hậu mãi? Từ đó, người sản xuất phải tìm cách cạnh tranh với đối thủ, hoặc tìm thị trường ngách để sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của mình.

- Mục tiêu mong muốn cuối cùng đạt được là lợi nhuận cao nhất có thể. Với cách nghĩ này, người sản xuất phải tìm cách hạ giá thành, tăng năng suất đúng theo khả năng sinh học bình thường của cây trồng, vật nuôi và tăng giá bán hợp lý.

3. Chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp

a) Sự khác biệt cơ bản giữa tư duy sản xuất nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp

So sánh sự khác biệt cơ bản của tư duy sản xuất nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp

STT	Tiêu chí so sánh	Tư duy sản xuất nông nghiệp	Tư duy kinh tế nông nghiệp
1	Xác định sản phẩm sản xuất	Sản xuất cái mình có thể	Căn cứ nhu cầu thị trường
2	Quy trình sản xuất (Sản xuất bằng cách nào?)	Sử dụng các loại nguồn lực để gia tăng năng suất	Chú trọng nâng cao chất lượng, đáp ứng yêu cầu thị trường và có tính cạnh tranh

			cao
3	Chi phí sản xuất?	Ít quan tâm	Rất quan tâm để giảm chi phí hợp lý
4	Gia tăng giá trị sau thu hoạch (Làm gì sau khi thu hoạch?)	Bán sản phẩm thô	Phân loại, làm sạch, bảo quản, sơ chế, chế biến, xây dựng và đăng ký nhãn hiệu để gia tăng giá trị
5	Bán sản phẩm thế nào?	Thường bị động, bán cho người thu mua	Chủ động liên kết tiêu thụ; tìm kiếm thị trường; đa dạng kênh bán hàng
6	Phân tích đối thủ cạnh tranh	Thường ít quan tâm	Quan tâm để biết điểm mạnh, yếu mình so với đối thủ và ngược lại
7	Mục tiêu mong muốn là gì?	Sản lượng cao nhất	Lợi nhuận cao nhất và phát triển bền vững.

b) Những hạn chế của tư duy sản xuất nông nghiệp

- Người sản xuất không chú trọng đến nhu cầu thị trường, chỉ sản xuất cái mình có chứ không phải sản xuất cái thị trường cần, do đó hàng hóa không thể bán được giá cao.
- Sẵn sàng sử dụng các loại giống, phân bón, các loại thuốc để gia tăng năng suất mà không chú trọng đến chất lượng và sự an toàn thực phẩm.
- Không hoặc ít tìm cách gia tăng giá trị, sau khi thu hoạch thường bán sản phẩm thô khó có lợi nhuận cao.
- Khi thu hoạch thường phó mặc cho người mua và không chú ý đến xây dựng nhãn hiệu hàng hóa, truy xuất nguồn gốc.

c) Sự cần thiết phải thay đổi tư duy sản xuất sang tư duy kinh tế nông nghiệp

- Khắc phục những hạn chế của tư duy sản xuất nông nghiệp: Người sản xuất ra nhiều sản phẩm nhưng không có hoặc có ít lợi nhuận; lạm dụng tài nguyên, nguyên vật liệu đầu vào gây ô nhiễm môi trường.
- Yêu cầu thích ứng cạnh tranh với thị trường trong nước và hội nhập quốc tế: Đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về chất lượng sản phẩm trong nước và quốc tế; sản xuất với số lượng lớn, đồng nhất về chất lượng hình dạng, kích thước màu sắc; giá bán hợp lý.
- Do yêu cầu bảo vệ môi trường và thích ứng với biến đổi khí hậu: Tránh lạm dụng tài nguyên dẫn đến cạn kiệt tài nguyên; tránh lạm dụng phân bón, thuốc trừ sâu và hóa chất gây nhiễm, hủy hoại môi trường; phải làm giàu tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường.

Theo các chuyên gia kinh tế, nội dung cốt lõi nhất của chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp, đó là chuyển từ mục tiêu sản lượng sang mục tiêu giá trị. Trước đây, chúng ta coi trọng chỉ tiêu tăng diện tích, tăng năng suất để có sản lượng nông sản lớn trên một đơn vị diện tích canh tác, hoặc lấy chỉ tiêu đầu gia súc, gia cầm là chủ yếu. Nay, năng suất, sản lượng vẫn quan trọng, nhưng giá trị thu được trên một đơn vị diện tích canh tác, hoặc trên một đơn vị chăn nuôi mới là quan trọng nhất. Chẳng hạn, một ha trồng lúa trước đây phần đầu đạt 5 đến 7 tấn thóc một năm, gạo bán được 10-12 nghìn đồng/kg. Nay, cũng trên một ha trồng lúa ấy, có thể chỉ thu được 5-6 tấn thóc, nhưng gạo lại bán được từ 25-30 nghìn đồng/kg, do gạo ấy là gạo chất lượng cao, gạo sạch, không có dư lượng kháng sinh và dư lượng các chất độc hại trong bảo vệ thực vật. Như vậy, sản lượng có thể ít hơn, nhưng giá trị thu được lại lớn hơn.

Hoặc, như Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT Lê Minh Hoan nói: *“Kinh tế phải tính từ đầu ra và đầu vào. Nhiều khi tôi bán 10 đồng, nhưng chi phí hết 9 đồng, tôi chỉ lời 1 đồng. Nhưng nhiều khi tôi bán 8 đồng thôi, chi phí bỏ ra có 6 đồng thì tôi vẫn lời 2 đồng”*. Đó là tư duy kinh tế nông nghiệp. Tức là, chúng ta phải tính toán cả đầu vào và đầu ra, làm sao chi phí ở mức thấp nhất, nhưng lại bán được sản phẩm ở mức cao nhất, thay vì chỉ cần số lượng nhiều mà không hoạch toán lời lãi như trước đây.

4. Đổi mới từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp

Đổi mới tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp là đổi mới tư duy sản xuất phải có lợi nhuận cao, chứ không phải sản lượng sản phẩm cao. Do đó, người sản xuất phải thay đổi tư duy theo những nội dung sau:

a) Đổi mới tư duy sản xuất theo nhu cầu thị trường

Nông dân thường không muốn thay đổi, chính vì vậy, thường sản xuất những sản phẩm trước nay mình có thể sản xuất dễ dàng. Điều đó, có thể sẽ không phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Sản phẩm không đáp ứng yêu cầu của khách hàng sẽ rất khó bán, nếu có bán cũng sẽ bán với giá thấp. Chính vì vậy, muốn bán được sản phẩm với giá hợp lý, cần phải xem khách hàng cần loại sản phẩm nào, tiêu chuẩn gì để từng bước đáp ứng. Chỉ có sản xuất nông sản theo yêu cầu của thị trường, thì mới có thể nâng cao giá bán, từ đó mới có thể nâng cao lợi nhuận.

b) Người sản xuất phải hiểu các chỉ tiêu chủ yếu của quá trình sản xuất

Trong thực tế, rất nhiều người sản xuất theo phong trào, thấy những người khác sản xuất gì, thì mình cũng sản xuất theo, mà không biết sản xuất có hiệu quả không, do không xác định được các chỉ tiêu xác định được hiệu quả. Muốn biết được hiệu quả sản xuất, người sản xuất cần phải biết các chỉ tiêu chủ yếu của quá trình sản xuất:

- Chi phí sản xuất: là toàn bộ hao phí về lao động sống, lao động vật hóa và các chi phí cần thiết khác mà người sản xuất bỏ ra có liên quan đến việc tạo ra sản phẩm trong một thời kỳ nhất định, được biểu hiện bằng tiền. Nếu phân loại chi phí theo nội dung của chi phí, bao gồm: Chi phí nguyên vật liệu; chi phí nhân công; chi phí khấu hao tài sản cố định; chi phí dịch vụ mua ngoài, thuê ngoài; chi phí bằng tiền khác.

- Doanh thu: Doanh thu của hoạt động sản xuất là tổng giá trị các lợi ích kinh tế người sản xuất thu được trong kỳ kế toán, phát sinh từ các hoạt động sản xuất. Doanh thu là chỉ tiêu kết quả sản xuất, bao gồm: Doanh thu bán sản phẩm, doanh thu bán phế phẩm và doanh thu bán phụ phẩm, doanh thu khai thác vườn cây, trang trại bằng các hoạt động du lịch...

- Lợi nhuận: Lợi nhuận sản xuất là phần tài sản mà người sản xuất nhận thêm nhờ đầu tư sản xuất sau khi đã trừ đi các chi phí liên quan đến đầu tư đó, đó là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí. Lợi nhuận là chỉ tiêu hiệu quả của sản xuất.

c) Người sản xuất phải có năng lực quản trị sản xuất

Quản trị sản xuất chính là quá trình thiết kế, lập kế hoạch, tổ chức điều hành và kiểm tra, theo dõi hệ thống sản xuất, nhằm thực hiện những mục tiêu sản xuất đã đề ra. Hay nói cách khác, quản trị sản xuất là tổng hợp các hoạt động xây dựng hệ thống sản xuất và quản trị quá trình sử dụng các yếu tố đầu vào tạo thành các sản phẩm, dịch vụ ở đầu ra theo yêu cầu của khách hàng, nhằm thực hiện các mục tiêu đã xác định.

Nhiệm vụ của quản trị sản xuất, là thiết kế và tổ chức hệ thống sản xuất, nhằm biến đổi đầu vào thành các yếu tố đầu ra sau mỗi quá trình biến đổi, nhưng với một lượng lớn hơn số lượng đầu tư ban đầu. Giá trị gia tăng là yếu tố quan trọng nhất, là động cơ hoạt động của các doanh nghiệp và mọi tổ chức, cá nhân có liên quan trực tiếp đến quá trình sản xuất, kinh doanh. Năng lực quản trị sản xuất sẽ giúp gia tăng giá trị cho người sản xuất.

d) Đổi mới tư duy chỉ chú trọng đến tăng năng suất, sang tư duy cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm và trách nhiệm với khách hàng

Người nông dân không phân biệt được sự khác nhau giữa chỉ tiêu kết quả và chỉ tiêu hiệu quả. Vì vậy, khi sản xuất, thường mong muốn tăng năng suất, tăng sản lượng. Từ đó, luôn tìm cách để tăng lượng giống, tăng lượng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật và tăng vụ. Hậu quả là, sản phẩm được tạo ra sẽ tồn dư nitrorat, thuốc bảo vệ thực vật và không đảm bảo an toàn thực phẩm, khách hàng sẽ không chấp nhận. Trong khi đất đai thì quá sức chịu đựng, khi dư thừa phân hóa học, thuốc bảo vệ thực vật, sẽ gây ô nhiễm môi trường cho cộng đồng.

Để khắc phục tình trạng trên, người sản xuất phải xem xét đến nhu cầu khách hàng, thực hiện các quy trình kỹ thuật vừa đảm bảo năng suất, nâng cao chất và an toàn thực phẩm. Làm được điều này, đồng nghĩa với việc thỏa mãn nhu cầu khách hàng, có trách nhiệm với khách hàng, với cộng đồng và bán sản phẩm với giá cao hơn.

đ) Đổi mới tư duy từ chỉ bán sản phẩm thô, sang tư duy phải gia tăng giá trị sản phẩm.

Người sản xuất trước nay thường quen với việc bán ngay sản phẩm thô sau khi thu hoạch cho người thu mua. Điều này đồng nghĩa với việc, phải bán sản phẩm vào thời điểm mùa vụ nhiều người cùng bán sản phẩm. Mặt khác, khi bán sản phẩm thô, không rửa sạch, không phân loại, thì khó thể bán trực tiếp cho thị trường mà người tiêu dùng thường không có thời gian nhiều cho việc rửa sạch, phân loại. Khi bán sản phẩm

thô không có bao bì, nhãn mác, không có điện thoại liên hệ, thì khó tạo được sự an tâm, lòng tin về sản phẩm. Khi sản phẩm bán ngay khi thu hoạch, sẽ khó có sự lựa chọn khách hàng, vì không đủ thời gian để đảm bảo sự tươi ngon, do đặc tính nông sản chỉ duy trì độ tươi ngon trong thời gian ngắn. Khi đó, người sản xuất cũng khó bán được giá mong muốn hợp lý. Để tránh tình trạng này, sản phẩm phải được sơ chế, hoặc chế biến để tránh sự bất lợi khi phải bán thô và phải bán ngay trong thời gian lượng cung sản phẩm ra thị trường nhiều. Khi đó, sẽ quyết định thời điểm bán và có quyền lựa chọn khách hàng nhiều hơn. Tất nhiên, khi đó sẽ thu được nhiều tiền hơn khi bán sản phẩm nhờ bán được giá cao hơn.

e) Đổi mới tư duy từ sản xuất đơn lẻ, bị động sang chủ động liên kết

Liên kết sản xuất để có sức mạnh và giải quyết những vấn đề mà một cá nhân sản xuất nhỏ lẻ không thể thực hiện được. Sản xuất nhỏ lẻ với số lượng ít ỏi, không thể tạo thế mạnh trong đàm phán, thương lượng, rất bất lợi khi đàm phán. Chính vì vậy, người sản xuất phải tìm cách liên kết để có những thế mạnh từ số đông. Liên kết sản xuất sẽ có những lợi ích như:

- + Liên kết sản xuất để giảm chi phí;
- + Liên kết để tiêu thụ với giá cao hơn;
- + Liên kết để xây dựng và bảo vệ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu hàng hóa ...

Những hình thức liên kết có thể là liên kết dọc giữa nông dân với hợp tác xã, hoặc doanh nghiệp. Hình thức ngang giữa nông dân với nông dân, hợp tác xã với hợp tác xã...

g) Phân tích đối thủ cạnh tranh và tìm cách cạnh tranh

Phân tích đối thủ cạnh tranh là quá trình xác định các doanh nghiệp/người sản xuất trong thị trường cung cấp sản phẩm, hoặc dịch vụ tương tự mình và đánh giá những đối thủ đó dựa trên một tập hợp các tiêu chí kinh doanh được xác định trước.

Phân tích đối thủ cạnh tranh là một việc quá khó và phức tạp đối với người sản xuất nhỏ lẻ. Để đơn giản, người sản xuất cần tìm hiểu điểm mạnh, điểm yếu và sự khác biệt của sản phẩm của mình với các đối thủ khác cung cấp trên thị trường, để xem mình có thể cải thiện sản phẩm được cái gì, cải thiện như thế nào và tận dụng thị trường ngách mà các đối thủ không có sản phẩm bán ở đó.

h) Chủ động tìm kiếm thị trường và đa dạng hóa kênh tiêu thụ

Người sản xuất trước nay thường bán cho một vài người thu mua và rất thiếu thông tin thị trường, do đó khi đàm phán sẽ bất lợi. Muốn có nhiều thông tin và có nhiều khách hàng để đàm phán lựa chọn người mua, người sản xuất cần chủ động tìm kiếm thị trường, giới thiệu sản phẩm trên các kênh khác nhau. Đơn giản nhất trong ứng dụng công nghệ số là chào hàng, quảng bá sản phẩm của mình trên facebook, zalo, trên các trang thôn tin thị trường...

Khi sản phẩm được nhiều người biết hơn, cũng là kênh cung cấp thông tin nhu cầu của khách hàng. Người sản xuất có cơ sở sẽ cải tiến chất lượng sản phẩm phù hợp nhu cầu người tiêu dùng. Mặt khác, người sản xuất có nhiều cơ hội lựa chọn khách

hàng và khả năng tiêu thụ được hàng nhiều hơn, giá cả hợp lý hơn. Từ đó sẽ tăng doanh thu và tăng lợi nhuận.

II. NHỮNG NỘI DUNG VÀ GIẢI PHÁP CƠ BẢN ĐỂ THỰC HIỆN TƯ DUY KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

Để chuyển sang tư duy kinh tế nông nghiệp, phải tiến hành đồng thời nhiều giải pháp. Chúng ta sẽ tạo ra chuỗi giá trị ngành hàng và giá trị gia tăng đột biến hơn so với giá trị gia tăng từ tăng cao sản lượng. Những mô hình sản xuất cũ còn phù hợp thì tiếp tục phát huy, cải tiến, đồng thời chuyển nhanh sang những mô hình mới, như: nông nghiệp tuần hoàn, nông nghiệp thông minh, nông nghiệp số, nông nghiệp chia sẻ, nông nghiệp hữu cơ... Đây là những mô hình tạo ra những giá trị lớn trên từng đơn vị diện tích nông nghiệp. Phải chuyển đổi nền nông nghiệp từ sản lượng sang chất lượng, từ không an toàn thực phẩm sang an toàn thực phẩm, từ bán sản phẩm thô sang bán sản phẩm chế biến... để đáp ứng những hàng rào kỹ thuật trong các hiệp định thương mại quốc tế và thị hiếu tiêu dùng mới.

Chuyển từ phát triển đơn ngành sang tích hợp đa ngành, từ “đơn giá trị” sang “tích hợp đa giá trị”. Song song với mục tiêu duy trì, cải thiện năng suất, sản lượng, nền nông nghiệp cần phát triển tích hợp “đa giá trị”. Tích hợp đa giá trị là tạo ra giá trị gia tăng tối ưu trên một đơn vị diện tích canh tác, trong điều kiện đất nông nghiệp ngày càng thu hẹp diện tích và chịu tác động từ biến đổi khí hậu, thiên tai, dịch bệnh. Tích hợp đa giá trị là tạo ra giá trị tăng thêm dựa trên khai thác hiệu quả các nguồn lực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, thay cho thực trạng ngành nông nghiệp tăng trưởng dựa trên thâm dụng lao động, thâm dụng tài nguyên thiên nhiên. Tích hợp đa giá trị là kết tinh tài nguyên bản địa, với các kỹ thuật, công nghệ chế biến tiên tiến, và cả những bản sắc văn hoá - xã hội, tạo thành thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp, nông thôn. Tích hợp đa giá trị là kết nối hài hoà nông nghiệp truyền thống với các mô hình nông nghiệp hữu cơ, thông minh, tuần hoàn,... Với cách thức tiếp cận “đa giá trị”, các công trình hạ tầng, các đề án, kế hoạch phục vụ, hỗ trợ phát triển nông nghiệp, hay mở rộng ra đến tất cả các vấn đề của ngành nông nghiệp, đều có thể được quan sát, nhìn nhận trong tổng thể của sự kết nối, của tính đa công dụng, đa chức năng, đa mục tiêu. Ví dụ như ở ngành lâm nghiệp, một khu rừng không chỉ có giá trị từ ngành khai thác, chế biến gỗ, mà còn được xem là một nguồn lực thiên nhiên, với tính “đa dụng” của nó. Cùng với giá trị từ cây gỗ thô, rừng còn là không gian bảo tồn các động vật hoang dã, những loài thảo mộc tự nhiên, dược liệu có giá trị dinh dưỡng cao, là nơi trải nghiệm cảnh quang thiên nhiên, là nơi gìn giữ tính đa dạng sinh học, hấp thụ khí carbon, giúp cân bằng hệ sinh thái. Ví dụ, khi đầu tư một cảng cá cho chiến lược thủy sản, nếu chúng ta nghĩ nó là cảng cá, thì đó chỉ đơn thuần là nơi neo đậu tàu, thuyền. Nhưng nếu chúng ta nghĩ nó là một khu phức hợp, trong đó có chế biến thủy sản, huấn luyện nghề cho ngư dân, làm du lịch... thì sẽ kích hoạt đa giá trị ở cảng cá đó. Cũng như các hồ thủy điện của chúng ta, rất đẹp nhưng chỉ đơn thuần là hồ chứa và cung cấp nước. Vậy, sao chúng ta không nghĩ đập Tam Hiệp của Trung Quốc mỗi năm đón mấy triệu khách du lịch. Họ biến công trình thủy lợi không chỉ có chức năng chứa nước, mà phải mang lại giá trị khác nữa. Trước giờ chúng ta quan niệm nông sản là thực phẩm. Nhưng nếu chúng ta tiếp cận rằng, nông nghiệp không chỉ là

thực phẩm, mà cả dược phẩm, là mỹ phẩm, thì lúc đó mới tạo ra nhiều giá trị khác, nâng cao giá trị của nông sản tạo ra.

Phát triển nông nghiệp xanh, nông nghiệp sinh thái bằng việc áp dụng đồng bộ các quy trình, công nghệ; sử dụng hợp lý, tiết kiệm vật tư đầu vào cho sản xuất nông nghiệp, sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên, không gây ảnh hưởng tới môi trường, sức khỏe con người. Chuyển mạnh từ xây dựng các chuỗi cung ứng nông sản, sang phát triển các chuỗi giá trị ngành hàng. Ưu tiên hoàn chỉnh chuỗi giá trị cho các ngành hàng chủ lực của các địa phương. Đầu tư phát triển các khu, cụm công nghiệp, dịch vụ ở khu vực nông thôn, có chính sách thu hút đầu tư để khuyến khích các doanh nghiệp công nghiệp, dịch vụ đầu tư vào nông thôn, nhất là các ngành sử dụng nhiều lao động, để từng bước giảm tình trạng chuyển dịch lao động từ nông thôn ra thành thị, đảm bảo “ly nông bất ly hương”... Một điều quan trọng nữa là, khẩn trương đào tạo, bồi dưỡng người nông dân trở thành công nhân nông nghiệp, chuyên nghiệp, thành thạo ứng dụng công nghệ cao trong cả sản xuất, lưu thông, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp...