

**BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
VĂN PHÒNG ĐIỀU PHỐI NÔNG THÔN MỚI TRUNG ƯƠNG**



**TÀI LIỆU TẬP HUẤN
NÂNG CAO NHẬN THỨC VÀ CHUYỂN ĐỔI TƯ DUY
CỦA NGƯỜI DÂN NÔNG THÔN VÀ CỘNG ĐỒNG
VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ NÔNG NGHIỆP
TRONG XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI**

*(Ban hành kèm theo Công văn số 99/VPĐP-NV&MT ngày 31/01/2024
của Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương)*

TÀI LIỆU THAM KHẢO - LƯU HÀNH NỘI BỘ

Hà Nội, năm 2024

MỤC LỤC

CHUYÊN ĐỀ 1: MỘT SỐ NỘI DUNG TRỌNG TÂM CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021-2025	5
I. MỤC TIÊU VÀ PHẠM VI CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021 - 2025.....	5
II. NỘI DUNG TRỌNG TÂM CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021 - 2025.....	7
III. CÁC CHƯƠNG TRÌNH CHUYÊN ĐỀ	22
1. Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2021-2025	22
2. Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025	23
3. Chương trình khoa học công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025.....	23
4. Chương trình chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới nông thôn mới thông minh giai đoạn 2021-2025	24
5. Chương trình tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025	25
6. Chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025.....	26
CHUYÊN ĐỀ 2: NÔNG DÂN VÀ SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA THEO CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG	29
I. VAI TRÒ SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA CỦA NÔNG DÂN TRONG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG	29
1. Khái lược cơ chế thị trường	29
2. Một số hạn chế của nông dân trong cơ chế thị trường.....	29
3. Nông dân là người sản xuất hàng hóa trong cơ chế thị trường.....	30
II. THAY ĐỔI TƯ DUY TỪ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP SANG TƯ DUY KINH TẾ NÔNG NGHIỆP	31
1. Khái niệm, đặc trưng của tư duy sản xuất nông nghiệp.....	31
2. Khái niệm, đặc trưng của tư duy kinh tế nông nghiệp.....	31
3. Sự khác biệt cơ bản của tư duy sản xuất nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp	32
4. Những hạn chế của tư duy sản xuất nông nghiệp	33

5. Đổi mới tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp	33
III. THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN	36
1. Khái niệm thị trường nông sản.....	36
2. Một số đặc điểm và yếu tố ảnh hưởng đến thị trường nông sản.....	36
IV. SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA THEO NHU CẦU THỊ TRƯỜNG....	37
1. Xác định nhu cầu và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường.....	37
2. Tổ chức sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu thị trường.....	39
CHUYÊN ĐỀ 3: SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP ĐA GIÁ TRỊ VÀ TUẦN HOÀN	41
I. NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA SẢN XUẤT – KINH DOANH NÔNG NGHIỆP ...	41
1. Khái niệm sản xuất - kinh doanh nông nghiệp.....	41
2. Nội dung cơ bản của tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp	42
II. SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP ĐA GIÁ TRỊ	44
1. Khái niệm và nội dung cơ bản của nông nghiệp đa giá trị.....	44
2. Nội dung sản xuất nông nghiệp đa giá trị	46
III. SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP TUẦN HOÀN	49
1. Khái niệm và sự cần thiết của nông nghiệp tuần hoàn.....	49
2. Một số mô hình nông nghiệp tuần hoàn ở Việt Nam.....	50
3. Nội dung sản xuất nông nghiệp tuần hoàn	52
CHUYÊN ĐỀ 4: ỨNG DỤNG CHUYÊN ĐỔI SỐ TRONG NÔNG NGHIỆP	56
I. KHÁI QUÁT VỀ CHUYÊN ĐỔI SỐ TRONG SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG NGHIỆP	57
1. Một số khái niệm liên quan.....	57
2. Các hoạt động cơ bản của chuyển đổi số	58
3. Sự cần thiết phải chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp	59
4. Cơ hội và thách thức đối với nông dân trong bối cảnh chuyển đổi số.....	59
II. NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN VỀ CHUYÊN ĐỔI SỐ TRONG SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG NGHIỆP	60
1. Sản xuất - kinh doanh nông nghiệp theo phương thức truyền thống.....	60
2. Chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp.....	60
3. Một số yêu cầu đặt ra đối với nông dân khi thực hiện chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp.....	61

4. Một số ứng dụng công nghệ số trong thực tiễn sản xuất - kinh doanh nông nghiệp	62
---	----

CHUYÊN ĐỀ 5: LIÊN KẾT SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG SẢN THEO CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ TỔ CHỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN.....65

I. LIÊN KẾT SẢN XUẤT - KINH DOANH THEO CHUỖI GIÁ TRỊ65

1. Một số khái niệm.....	65
2. Lợi ích liên kết sản xuất và kinh doanh theo chuỗi giá trị nông sản.....	68
3. Một số mô hình liên kết sản xuất - kinh doanh trong nông nghiệp	68
4. Tổ chức liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi giá trị nông sản	70

II. TỔ CHỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN.....79

1. Khái niệm và ý nghĩa của tổ chức tiêu thụ nông sản	79
2. Các kênh tiêu thụ nông sản	81
3. Tổ chức tiêu thụ nông sản	86

CHUYÊN ĐỀ 6: TỔ CHỨC SẢN XUẤT VÀ HẠCH TOÁN KINH TẾ TRONG NÔNG NGHIỆP92

I. TỔ CHỨC SẢN XUẤT TRONG NÔNG NGHIỆP.....92

1. Quá trình sản xuất và các yếu tố của quá trình sản xuất trong nông nghiệp ..	92
2. Các hình thức tổ chức sản xuất trong nông nghiệp.....	92
3. Phương án sản xuất kinh doanh	93
4. Tổ chức các yếu tố trong sản xuất nông nghiệp.....	94

II. HẠCH TOÁN KINH TẾ TRONG SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP97

1. Khái niệm, vai trò, chức năng của hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp.....	97
2. Hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp.....	98

CHUYÊN ĐỀ 7: KHẢO SÁT THỰC TẾ VỀ THAY ĐỔI TƯ DUY CỦA NGƯỜI DÂN NÔNG THÔN VÀ CỘNG ĐỒNG VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ NÔNG NGHIỆP103

CHUYÊN ĐỀ 1
MỘT SỐ NỘI DUNG TRỌNG TÂM CỦA
CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI
GIAI ĐOẠN 2021-2025

I. MỤC TIÊU VÀ PHẠM VI CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021 - 2025

Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại quyết định 263/QĐ-Tg ngày 22 tháng 02 năm 2022 với nội dung chủ yếu sau:

1. Mục tiêu của Chương trình

1.1. Mục tiêu tổng quát

Tiếp tục triển khai chương trình gắn với thực hiện có hiệu quả cơ cấu lại ngành nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn, quá trình đô thị hoá, đi vào chiều sâu, hiệu quả, bền vững; thực hiện xây dựng nông thôn mới nâng cao, nông thôn mới kiểu mẫu và nông thôn mới cấp thôn, bản. Nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân nông thôn, thúc đẩy bình đẳng giới. Xây dựng hạ tầng kinh tế - xã hội nông thôn đồng bộ và từng bước hiện đại, bảo đảm môi trường, cảnh quan nông thôn sáng, xanh, sạch, đẹp, an toàn, giàu bản sắc văn hóa truyền thống, thích ứng với biến đổi khí hậu và phát triển bền vững.

1.2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2025

- Cả nước có ít nhất 80% số xã đạt chuẩn nông thôn mới, trong đó có khoảng 40% số xã đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao, ít nhất 10% số xã đạt chuẩn nông thôn mới kiểu mẫu và không còn xã dưới 15 tiêu chí; thu nhập bình quân của người dân nông thôn tăng ít nhất 1,5 lần so với năm 2020;

- Cả nước có ít nhất 50% huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh đạt chuẩn nông thôn mới, hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới, trong đó có ít nhất 20% số huyện đạt chuẩn được công nhận là huyện nông thôn mới nâng cao, huyện nông thôn mới kiểu mẫu;

- Phần đầu cả nước có khoảng từ 17-19 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (sau đây gọi là tỉnh) được Thủ tướng Chính phủ công nhận hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới;

- 60% số thôn, làng, ấp, bản, buôn, phum, sóc (sau đây gọi là thôn) thuộc các xã đặc biệt khó khăn khu vực biên giới, vùng núi, vùng bãi ngang ven biển và hải đảo được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới theo các tiêu chí nông thôn mới do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định.

2. Phạm vi và đối tượng của chương trình

- Phạm vi thực hiện: Trên địa bàn nông thôn của cả nước, bao gồm: Các thôn, các xã, các huyện, các thị xã và thành phố thuộc tỉnh có xã của 63 tỉnh, thành phố thuộc trung ương.

- Đối tượng thụ hưởng: Người dân, cộng đồng dân cư, hợp tác xã, doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội trên địa bàn nông thôn.

- Đối tượng thực hiện: Hệ thống chính trị từ trung ương đến cơ sở và toàn xã hội trong đó chủ thể là người dân trên địa bàn nông thôn.

3. Một số điểm mới của chương trình

Chương trình vẫn giữ kết cấu 11 nội dung thành phần như giai đoạn 2016-2020, nhưng trong 54 nội dung cụ thể, đã bổ sung những điểm mới để tập trung triển khai đảm bảo phù hợp với định hướng chỉ đạo của Trung ương và điều kiện thực tế, cụ thể:

(1) Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, sáng tạo trong cơ cấu lại ngành nông nghiệp và phát triển kinh tế nông thôn; triển khai mạnh mẽ Chương trình Mỗi xã một sản phẩm; phát triển du lịch nông thôn; nâng cao hiệu quả hoạt động của các hệ thống kết nối, xúc tiến tiêu thụ nông sản; đa dạng hóa các kênh phân phối, tiêu thụ nông sản, trong đó ưu tiên phát triển thương mại điện tử (bài học từ hơn 02 năm phòng, chống đại dịch Covid-19);

(2) Thúc đẩy chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới; tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, xây dựng nông thôn mới thông minh (giai đoạn 2016-2020 chưa đề cập);

(3) Nâng cao chất lượng hoạt động văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy sự đa dạng, phong phú về các giá trị văn hóa ở nông thôn, làm cơ sở để nhân rộng các mô hình trải nghiệm, du lịch nông thôn mới; tăng cường kiểm kê, ghi danh các di sản văn hoá;

(4) Giữ gìn và khôi phục cảnh quan truyền thống của nông thôn Việt Nam, tăng tỉ lệ trồng hoa, trồng cây xanh phân tán; thu gom, tái chế, tái sử dụng các loại chất thải (phụ phẩm nông nghiệp, chất thải chăn nuôi, bao gói thuốc bảo vệ thực vật, chất thải nhựa) theo nguyên lý tuần hoàn; xây dựng cộng đồng dân cư không rác thải nhựa (giai đoạn 2016-2020 chưa đề cập);

(5) Cải thiện tình trạng dinh dưỡng cho trẻ em và nâng cao chất lượng khám chữa bệnh cho người dân nông thôn; đẩy mạnh hệ thống theo dõi và khám chữa bệnh trực tuyến... (giai đoạn 2016-2020 mới chỉ tập trung vào xây dựng và phát triển mạng lưới y tế cơ sở);

(6) Tăng cường giải pháp nhằm bảo đảm bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới; tăng cường chăm sóc và bảo vệ trẻ em và hỗ trợ những người dễ bị tổn thương (giai đoạn 2016-2020 chưa đề cập);

(7) Chuyển đổi tư duy của người dân về phát triển kinh tế nông nghiệp (chuyển đổi từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp);

(8) Đưa Cuộc vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh”, vấn đề lấy ý kiến hài lòng của người dân, phong trào “Nông dân thi đua sản xuất - kinh doanh giỏi, đoàn kết giúp nhau làm giàu và giảm nghèo bền

vững”, “Đề án hỗ trợ Phụ nữ khởi nghiệp”, “Chương trình trí thức trẻ tình nguyện”, ... trở thành một trong những nội dung trọng tâm triển khai thực hiện,...

II. NỘI DUNG TRỌNG TÂM CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021 - 2025

Nội dung của chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 đã được quy định tại quyết định 263/QĐ-TTg ngày 22 tháng 02 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ với 11 nội dung thành phần như sau:

1. Quy hoạch

Nâng cao hiệu quả quản lý và thực hiện xây dựng nông thôn mới theo quy hoạch nhằm nâng cao đời sống kinh tế - xã hội nông thôn gắn với quá trình đô thị hoá.

1.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu của tiêu chí số 1 thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới, xã nông thôn mới nâng cao, huyện nông thôn mới, huyện nông thôn mới nâng cao;

- Đến năm 2025:

+ Cấp xã: Có 100% số xã đạt tiêu chí số 1 về Quy hoạch thuộc Bộ tiêu chí về xã nông thôn mới, có ít nhất 50% số xã đạt tiêu chí số 1 về Quy hoạch thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao;

+ Cấp huyện: Có ít nhất 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 1 về Quy hoạch thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới, trong đó, có ít nhất 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 1 về Quy hoạch thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

1.2. Nội dung

- Nội dung 01: Rà soát, điều chỉnh, lập mới (trong trường hợp quy hoạch đã hết thời hạn) và triển khai, thực hiện quy hoạch chung xây dựng xã gắn với quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa theo quy định pháp luật về quy hoạch, phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, trong đó có quy hoạch khu vực hỗ trợ phát triển kinh tế nông thôn. Từng bước lập quy hoạch chi tiết xây dựng (sau quy hoạch chung xây dựng xã) nhằm quản lý hoạt động đầu tư xây dựng, quản lý không gian, kiến trúc cảnh quan ở khu vực nông thôn. Tập trung quy hoạch lại các khu cụm dân cư/thôn, bản tại các xã biên giới;

- Nội dung 02: Rà soát, điều chỉnh lập quy hoạch xây dựng vùng huyện gắn với quá trình công nghiệp hóa - đô thị hóa nhằm đáp ứng yêu cầu xây dựng nông thôn mới, trong đó, có quy hoạch khu vực hỗ trợ phát triển kinh tế nông thôn;

- Nội dung 03: Xây dựng, rà soát, điều chỉnh quy hoạch tỉnh, tạo điều kiện thực hiện Chương trình gắn với phát triển kinh tế, xã hội và bảo vệ môi trường.

1.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Tích cực tham gia đóng góp ý kiến trong các cuộc họp, hội nghị về lập, điều chỉnh quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất tại địa phương.

- Khi quy hoạch đã được phê duyệt thì chấp hành nghiêm túc kế hoạch sử dụng đất của địa phương trong xây dựng nông thôn mới. Không xâm phạm mốc lộ giới, không tự ý sử dụng đất đai trái với mục đích sử dụng đất, gây phá vỡ quy hoạch chung.

- Chủ động tham gia kiểm tra, giám sát việc thực hiện quy hoạch tại địa phương, tố giác các sai phạm trong xây dựng, sử dụng đất đai trái mục đích.

2. Hạ tầng kinh tế - xã hội

Phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội, cơ bản đồng bộ, hiện đại, đảm bảo kết nối nông thôn - đô thị và kết nối các vùng miền.

2.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 2 về giao thông, tiêu chí số 3 về thủy lợi và phòng chống thiên tai, tiêu chí số 4 về điện, tiêu chí số 5 về trường học, tiêu chí số 6 về cơ sở vật chất văn hóa, tiêu chí số 7 về cơ sở hạ tầng nông thôn, tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông, tiêu chí số 15 về y tế, tiêu chí số 17 về môi trường và an toàn thực phẩm thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 2 về giao thông, tiêu chí số 3 về thủy lợi và phòng chống thiên tai, tiêu chí số 4 về điện, tiêu chí số 5 về giáo dục, tiêu chí số 6 về văn hóa, tiêu chí số 7 về cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn, tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông, tiêu chí số 17 về môi trường, tiêu chí số 18 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 2 về giao thông, tiêu chí số 3 về thủy lợi và phòng, chống thiên tai, tiêu chí số 4 về điện, tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục, tiêu chí số 6 về kinh tế, tiêu chí số 7 về môi trường, tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 2 về giao thông, tiêu chí số 3 về thủy lợi và phòng, chống thiên tai, tiêu chí số 4 về điện, tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục, tiêu chí số 6 về kinh tế, tiêu chí số 7 về môi trường, tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

2.2. Nội dung

- Nội dung 01: Tiếp tục hoàn thiện và nâng cao hệ thống hạ tầng giao thông trên địa bàn xã, hạ tầng giao thông kết nối liên xã, liên huyện.

- Nội dung 02: Hoàn thiện và nâng cao chất lượng hệ thống thủy lợi và phòng chống thiên tai cấp xã, huyện, đảm bảo bền vững và thích ứng với biến đổi khí hậu.

- Nội dung 03: Cải tạo và nâng cấp hệ thống lưới điện nông thôn theo hướng an toàn, tin cậy, ổn định và đảm bảo mỹ quan.

- Nội dung 04: Tiếp tục xây dựng, hoàn chỉnh các công trình cấp xã, cấp huyện đảm bảo đạt chuẩn cơ sở vật chất cho các trường mầm non, trường tiểu học, trường trung học cơ sở, trường trung học phổ thông hoặc trường phổ thông có nhiều cấp học, trung tâm giáo dục nghề nghiệp - giáo dục thường xuyên đảm bảo đạt chuẩn theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- Nội dung 05: Xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất văn hóa thể thao cấp xã, thôn, các trung tâm văn hóa - thể thao huyện; tu bổ, tôn tạo các di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch nông thôn.

- Nội dung 06: Đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn, chợ an toàn thực phẩm cấp xã; các chợ trung tâm, chợ đầu mối, trung tâm thu mua - cung ứng nông sản an toàn cấp huyện; trung tâm kỹ thuật nông nghiệp; hệ thống trung tâm cung ứng nông sản hiện đại.

- Nội dung 07: Tập trung đầu tư cơ sở hạ tầng đồng bộ các vùng nguyên liệu tập trung gắn với liên kết chuỗi giá trị, cơ sở hạ tầng các cụm làng nghề, ngành nghề nông thôn. Đến năm 2025: Có ít nhất 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 6 về kinh tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; có 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 6 về kinh tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

- Nội dung 08: Tiếp tục xây dựng, cải tạo và nâng cấp cơ sở hạ tầng, trang thiết bị cho các trạm y tế xã, trung tâm y tế huyện.

- Nội dung 09: Phát triển, hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng số, chuyển đổi số trong nông nghiệp, nông thôn (theo Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã được phê duyệt tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ); tăng cường xây dựng cơ sở vật chất cho hệ thống thông tin và truyền thông cơ sở, ưu tiên phát triển, nâng cấp các đài truyền thanh xã có cụm loa hoạt động đến thôn và tăng cường phương tiện sản xuất các sản phẩm thông tin, tuyên truyền cho cơ sở truyền thanh, truyền hình cấp huyện; phát triển và duy trì các điểm cung cấp dịch vụ bưu chính. Đến năm 2025, có 97% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; có 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

- Nội dung 10: Xây dựng, hoàn thiện các công trình cấp nước sinh hoạt tập trung, đảm bảo chất lượng đạt chuẩn theo quy định.

- Nội dung 11: Tập trung xây dựng cơ sở hạ tầng bảo vệ môi trường nông thôn; thu hút các doanh nghiệp đầu tư các khu xử lý chất thải tập trung quy mô liên huyện, liên tỉnh; đầu tư hạ tầng các điểm tập kết, trung chuyển chất thải rắn sinh hoạt; xây dựng các mô hình xử lý chất thải sinh hoạt quy mô tập trung (cấp huyện và liên huyện), ứng dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại, thân thiện với môi trường; đầu tư, cải tạo, nâng cấp đồng bộ hệ thống thu gom, thoát nước thải và các công trình xử lý nước thải sinh hoạt tập trung và tại chỗ phù hợp; trong đó có phát triển các mô hình xử lý nước thải sinh hoạt quy mô hộ gia đình, cấp thôn.

2.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Tích cực đóng góp, tham gia xây dựng, bảo trì, bảo dưỡng hệ thống hạ tầng kinh tế - xã hội theo quy định.

- Chấp hành tốt các quy định về sử dụng hệ thống hạ tầng giao thông trên địa bàn. Không sử dụng các phương tiện giao thông quá tải trọng, quá khổ giới hạn của đường bộ, gây hư hỏng đến hạ tầng giao thông. Không vi phạm pháp luật về trật tự, an toàn giao thông như lấn chiếm lòng đường, hè phố, tham gia giao thông không đúng quy định, ...

- Tích cực tham gia bảo vệ hệ thống thủy lợi, phòng chống thiên tai cấp xã, huyện nhằm thích ứng tốt với biến đổi khí hậu.

- Tuân thủ các quy định an toàn của hệ thống lưới điện, lập tức báo cáo cho cơ quan chức năng khi có sự cố. Không phá hoại hệ thống điện bằng các hành vi vi phạm pháp luật như cắt trộm cáp điện, dán tờ rơi tại các cột điện gây mất thẩm mỹ, ...

- Sử dụng các công trình công cộng (trường học, bệnh viện, nhà văn hoá, công viên, ...) theo đúng mục đích, tránh gây hư hỏng.

- Chủ động báo cáo cho cơ quan chức năng khi phát hiện có sai phạm trong xây dựng và sử dụng cơ sở hạ tầng tại địa phương.

3. Kinh tế nông thôn

Tiếp tục thực hiện có hiệu quả cơ cấu lại ngành nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn; triển khai mạnh mẽ Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) nhằm nâng cao giá trị gia tăng, phù hợp với quá trình chuyển đổi số, thích ứng với biến đổi khí hậu; phát triển mạnh ngành nghề nông thôn; phát triển du lịch nông thôn; nâng cao hiệu quả hoạt động của các hợp tác xã; hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp ở nông thôn; nâng cao chất lượng đào tạo nghề cho lao động nông thôn... góp phần nâng cao thu nhập người dân theo hướng bền vững.

3.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 10 về thu nhập, tiêu chí số 12 về lao động, tiêu chí số 13 về tổ chức sản xuất và phát triển kinh tế nông thôn thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; tiêu chí số 10 về thu nhập, tiêu chí số 12 về lao động, tiêu chí số 13 về tổ chức sản xuất và phát triển kinh tế nông thôn thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao; tiêu chí số 6 về kinh tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; tiêu chí số 6 về kinh tế, thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

- Đến năm 2025:

+ Có 90% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 10 về thu nhập; 95% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 12 về lao động; 100% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 13 về tổ chức sản xuất và phát triển kinh tế nông thôn thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; có 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 10 về thu nhập; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 12 về lao động; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 13 về tổ chức sản xuất và

phát triển kinh tế nông thôn thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao;

+ Có ít nhất 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 6 về kinh tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 6 về kinh tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

3.2. Nội dung

- Nội dung 01: Tập trung triển khai cơ cấu lại ngành nông nghiệp và phát triển kinh tế nông thôn, tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ theo hướng kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái, phát huy lợi thế về địa hình, khí hậu, cảnh quan thiên nhiên và hạ tầng kinh tế xã hội.

- Nội dung 02: Xây dựng và phát triển hiệu quả các vùng nguyên liệu tập trung, cơ giới hóa đồng bộ, nâng cao năng lực chế biến và bảo quản nông sản theo các mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị gắn với tiêu chuẩn chất lượng và mã vùng nguyên liệu; ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp hiện đại, chuyển đổi cơ cấu sản xuất, góp phần thúc đẩy chuyển đổi số trong nông nghiệp.

- Nội dung 03: Tiếp tục thực hiện hiệu quả các chính sách đầu tư bảo vệ, phát triển rừng, chính sách chi trả dịch vụ môi trường rừng và Chương trình phát triển lâm nghiệp bền vững giai đoạn 2021 - 2025; chú trọng đẩy mạnh phát triển các mô hình liên kết trồng rừng gỗ lớn tập trung, gắn với cấp chứng chỉ rừng bền vững; phát triển lâm sản ngoài gỗ theo thế mạnh của từng vùng.

- Nội dung 04: Triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) gắn với lợi thế vùng miền, thành lập Trung tâm OCOP Quốc gia; phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề và dịch vụ nông thôn, bảo tồn và phát huy các làng nghề truyền thống ở nông thôn; đẩy mạnh sản xuất, chế biến muối theo chuỗi giá trị.

- Nội dung 05: Nâng cao hiệu quả hoạt động của các hình thức tổ chức sản xuất trong đó, ưu tiên hỗ trợ các hợp tác xã nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao liên kết theo chuỗi giá trị; thu hút khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy thực hiện bảo hiểm trong nông nghiệp.

- Nội dung 06: Nâng cao hiệu quả hoạt động của các hệ thống kết nối, xúc tiến tiêu thụ nông sản; đa dạng hoá hệ thống kênh phân phối, tiêu thụ đảm bảo bền vững trước các biến động của thiên tai, dịch bệnh, trong đó ưu tiên phát triển thương mại điện tử; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thương mại nông thôn gắn với việc đáp ứng các tiêu chí cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn và đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Nội dung 07: Tiếp tục thực hiện có hiệu quả Chương trình khoa học công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025.

- Nội dung 08: Thực hiện hiệu quả Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống theo hướng bền vững, bao trùm và đa giá trị.

- Nội dung 09: Tiếp tục nâng cao chất lượng đào tạo nghề cho lao động nông thôn, gắn với nhu cầu của thị trường; hỗ trợ thúc đẩy và phát triển các mô hình khởi nghiệp, sáng tạo ở nông thôn.

3.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp theo hướng tuần hoàn, phù hợp với xu hướng biến đổi khí hậu và điều kiện kinh tế - xã hội - tự nhiên tại địa phương.

- Chủ động tham gia các chuỗi liên kết sản xuất nhằm nâng cao giá trị nông sản, có tiêu chuẩn chất lượng rõ ràng và tổ chức tiêu thụ trên đa dạng các kênh phân phối nhằm giảm rủi ro.

- Ứng dụng các công nghệ số phù hợp với điều kiện sản xuất nhằm gia tăng năng suất trong nông nghiệp.

- Tiến hành sản xuất lâm sản gắn với bảo vệ và phát triển rừng.

- Tham gia chương trình OCOP, gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng của địa phương, cụ thể: lồng ghép các giá trị văn hoá, lịch sử của địa phương vào câu chuyện sản phẩm để tích hợp giá trị; chủ động áp dụng cơ giới hóa, hiện đại hóa trong sản xuất sản phẩm; ứng dụng chuyển đổi số trong sản xuất, chế biến, truy xuất nguồn gốc và tiêu thụ sản phẩm; xây dựng nhãn hiệu, chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm theo chuỗi giá trị, đảm bảo an toàn thực phẩm phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất, yêu cầu thị trường; sáng tạo trong hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu ...

- Tham gia phát triển du lịch nông thôn, cụ thể: thiết kế, xây dựng các điểm du lịch phù hợp với năng lực; liên kết với các tổ chức, cá nhân trong các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch để tạo nên tuyến, tour du lịch ở địa phương; chủ động ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong phát triển sản phẩm du lịch nông thôn; tích cực nâng cao năng lực kinh doanh dịch vụ du lịch đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách; sáng tạo trong quảng bá cơ sở du lịch, các sản phẩm du lịch; xây dựng các mô hình du lịch nông thôn theo hướng du lịch xanh, có trách nhiệm và bền vững

- Tham gia bảo tồn và phát triển các làng nghề, nhất là làng nghề truyền thống nhằm thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cải thiện và nâng cao đời sống cho dân cư nông thôn, cụ thể: tham gia các hợp tác xã của làng nghề phù hợp với điều kiện của cá nhân, hộ gia đình; liên kết với các cá nhân trong làng nghề và tổ chức bên ngoài cung ứng nguyên vật liệu đầu vào và tổ chức quảng bá tiêu thụ sản phẩm để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh; nâng cao trách nhiệm cùng nhau bảo vệ môi trường làng nghề; chủ động ứng dụng khoa công nghệ và chuyển đổi số trong sản xuất sản phẩm phù hợp điều kiện, năng lực và quy mô.

4. Giảm nghèo

Giảm nghèo bền vững, đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi, vùng bãi ngang ven biển và hải đảo.

4.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu của tiêu chí số 9 về nhà ở dân cư và tiêu chí số 11 về hộ nghèo thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về nông thôn mới; tiêu chí số 9 về nhà ở dân cư và tiêu chí số 11 về hộ nghèo thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

- Đến năm 2025, có 90% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 9 về nhà ở dân cư, 90% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 11 về hộ nghèo thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 9 về nhà ở dân cư, 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 11 về hộ nghèo thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

4.2. Nội dung

- Nội dung 01: Thực hiện có hiệu quả Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2021 - 2025, Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030.

- Nội dung 02: Triển khai hiệu quả các chính sách hỗ trợ nhà ở, xóa nhà tạm, dột nát; nâng cao chất lượng nhà ở dân cư.

4.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Chủ động tham gia các chương trình hỗ trợ giảm nghèo nếu thuộc diện hộ nghèo tại địa phương.

- Sử dụng các nguồn lực được hỗ trợ một cách hiệu quả, đúng mục đích để thoát nghèo.

- Phát huy tinh thần đoàn kết “tương thân, tương ái”, giúp đỡ người nghèo, người có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn, cộng đồng nghèo, ưu tiên các địa bàn vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, vùng bị thiệt hại do ảnh hưởng thiên tai.

- Tích cực ủng hộ Quỹ “Vì người nghèo”, hưởng ứng phong trào “Cả nước chung tay vì người nghèo - không để ai bị bỏ lại phía sau”.

5. Giáo dục, y tế và chăm sóc sức khỏe

Nâng cao chất lượng giáo dục, y tế và chăm sóc sức khỏe người dân nông thôn.

5.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu của tiêu chí số 14 về giáo dục và đào tạo; tiêu chí số 15 về y tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Đến năm 2025, có 90% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 14 về giáo dục và đào tạo; 100% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 15 về y tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 5 về giáo dục; tiêu chí số 14 về y tế trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có 60% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 5 về giáo dục; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 14 về y tế thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ

tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có ít nhất 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

5.2. Nội dung

- Nội dung 1: Tiếp tục nâng cao chất lượng, phát triển giáo dục ở nông thôn, trong đó, chú trọng duy trì, nâng cao chất lượng phổ cập giáo dục mầm non cho trẻ năm tuổi, phổ cập giáo dục tiểu học, phổ cập giáo dục phổ thông cơ sở. Duy trì, củng cố chất lượng biết chữ mức độ 1; từng bước nâng cao tỷ lệ biết chữ mức độ 2 cho người lớn trong độ tuổi 15-60 tuổi.

- Nội dung 02: Tăng cường chất lượng dịch vụ của mạng lưới y tế cơ sở đảm bảo chăm sóc sức khỏe toàn dân; đẩy mạnh hệ thống theo dõi và khám chữa bệnh trực tuyến; đảm bảo hiệu quả phòng chống bệnh lây nhiễm, truyền nhiễm; cải thiện sức khỏe, dinh dưỡng của phụ nữ và trẻ em; nâng cao tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm y tế.

5.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Vận động con em đến trường học tập đầy đủ, không vì điều kiện kinh tế mà để con em tham gia lao động thay vì đến trường.

- Khuyến khích và tạo điều kiện để mọi người trong độ tuổi từ 15 đến 60 hoàn thành chương trình phổ cập giáo dục tiểu học.

- Tích cực tham gia các hoạt động bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe.

- Chăm sóc dinh dưỡng cho trẻ em, không để trẻ em bị suy dinh dưỡng hoặc béo phì.

- Tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện, bảo hiểm y tế đầy đủ và tiến hành khám sức khỏe định kỳ thường xuyên tại trạm y tế, bệnh viện, ...

- Tuân thủ các quy định phòng chống dịch bệnh tại địa phương, tiêm chủng vaccine đầy đủ.

6. Văn hoá

Nâng cao chất lượng đời sống văn hóa của người dân nông thôn; bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống theo hướng bền vững gắn với phát triển du lịch nông thôn.

6.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 16 về văn hóa thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Đến năm 2025, có 80% số xã chuẩn đạt tiêu chí số 16 về văn hóa thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 6 về văn hóa thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có 50% số xã chuẩn đạt tiêu chí số 6 về văn hóa thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có 25% số huyện đạt tiêu chí số 5 về y tế - văn hóa - giáo dục thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

6.2. Nội dung

- Nội dung 01: Nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống thiết chế văn hóa, thể thao cơ sở; tăng cường nâng cao chất lượng hoạt động văn hóa, thể thao nông thôn, gắn với các tổ chức cộng đồng, đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, nâng cao sức khỏe cho người dân (nhất là trẻ em, phụ nữ và người cao tuổi). Phát động các phong trào thể dục thể thao, rèn luyện sức khỏe, văn hóa, văn nghệ quần chúng phù hợp với từng đối tượng, từng địa phương; nhân rộng mô hình câu lạc bộ hoạt động văn hóa văn nghệ nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

- Nội dung 02: Tăng cường kiểm kê, ghi danh các di sản văn hóa; bảo tồn và phát huy di sản văn hóa; nghiên cứu, mở rộng mô hình kết nối văn hóa truyền thống và văn hóa mới, đảm bảo đa dạng về văn hóa vùng miền, dân tộc phục vụ phát triển du lịch.

6.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Tích cực thường xuyên tham gia các hoạt động luyện tập thể dục thể thao, rèn luyện sức khỏe, văn hóa, văn nghệ.

- Tích cực tham gia các chương trình văn hóa hoặc văn nghệ quần chúng tại địa phương. Tham gia các mô hình câu lạc bộ hoạt động văn hóa văn nghệ nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống

- Tham gia xây dựng và chấp hành hương ước, quy ước của cộng đồng.

- Thực hiện nếp sống văn minh trong việc cưới, việc tang và lễ hội.

- Tham gia bảo vệ di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, cảnh quan thiên nhiên của địa phương.

- Tham gia việc kiểm kê, ghi danh các di sản văn hóa, bảo tồn và phát huy di sản văn hóa.

- Tham gia đóng góp ý kiến và thực hiện việc xây dựng mô hình kết nối văn hóa truyền thống và văn hóa mới, đảm bảo đa dạng về văn hóa vùng miền, dân tộc phục vụ phát triển du lịch.

- Xây dựng gia đình có nếp sống lành mạnh, hòa thuận, hạnh phúc, tiến bộ, văn minh, ứng xử có văn hóa.

- Phòng chống bạo lực gia đình và phòng chống xâm hại trẻ em.

- Thực hiện hôn nhân tự nguyện, một vợ một chồng, bình đẳng, hòa thuận, thủy chung. Không tảo hôn, cưỡng ép kết hôn.

- Thực hiện tốt chính sách dân số; thực hiện bình đẳng giới; không lựa chọn giới tính của trẻ khi mang thai

- Tích cực, chủ động tham gia các phong trào từ thiện, nhân đạo, đền ơn đáp nghĩa, khuyến học khuyến tài.

7. Môi trường và cảnh quan nông thôn

Nâng cao chất lượng môi trường; xây dựng cảnh quan nông thôn sáng - xanh - sạch - đẹp, an toàn; giữ gìn và khôi phục cảnh quan truyền thống của nông thôn Việt Nam.

7.1 Mục tiêu

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 17 về môi trường và an toàn thực phẩm thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Đến năm 2025, có ít nhất 90% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 17 về môi trường và an toàn thực phẩm thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới.

- Đạt yêu cầu về tiêu chí số 17 về môi trường và tiêu chí số 18 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có ít nhất 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 17 về môi trường; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 18 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 7 về môi trường và tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới. Đến năm 2025, có ít nhất 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 7 về môi trường; có khoảng 70% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí về huyện nông thôn mới.

- Đạt yêu cầu về tiêu chí số 7 về môi trường và tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có ít nhất 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 7 về môi trường; 40% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 8 về chất lượng môi trường sống thuộc Bộ tiêu chí về huyện nông thôn mới nâng cao.

7.2. Nội dung

- Nội dung 01: Xây dựng và tổ chức hướng dẫn thực hiện các Đề án/Kế hoạch tổ chức phân loại, thu gom, vận chuyển chất thải rắn trên địa bàn huyện đảm bảo theo quy định; phát triển, nhân rộng các mô hình phân loại chất thải tại nguồn phát sinh;

- Nội dung 02: Thu gom, tái chế, tái sử dụng các loại chất thải (phụ phẩm nông nghiệp, chất thải chăn nuôi, bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng, chất thải nhựa...) theo nguyên lý tuần hoàn; tăng cường công tác quản lý chất thải nhựa trong hoạt động sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp ở Việt Nam;

- Nội dung 03: Đẩy mạnh xử lý, khắc phục ô nhiễm và cải thiện chất lượng môi trường tại những khu vực tập trung nhiều nguồn thải, những nơi gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng và các khu vực mặt nước bị ô nhiễm; sử dụng hiệu quả và tiết kiệm các nguồn tài nguyên;

- Nội dung 04: Cải tạo nghĩa trang phù hợp với cảnh quan môi trường; xây dựng mới và mở rộng các cơ sở mai táng, hỏa táng phải phù hợp với các quy định và theo quy hoạch;

- Nội dung 05: Giữ gìn và khôi phục cảnh quan truyền thống của nông thôn Việt Nam; tăng tỷ lệ trồng hoa, cây xanh phân tán gắn với triển khai Đề án trồng một tỷ cây xanh giai đoạn 2021 - 2025 đã được phê duyệt tại Quyết định số 524/QĐ-TTg ngày 01 tháng 4 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ; tập trung phát triển các mô hình thôn, xóm sáng, xanh, sạch, đẹp, an toàn; khu dân cư kiểu mẫu;

- Nội dung 06: Tăng cường quản lý an toàn thực phẩm tại các cơ sở, hộ gia đình sản xuất - kinh doanh thực phẩm; đảm bảo vệ sinh môi trường tại các cơ sở chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản; cải thiện vệ sinh hộ gia đình;

- Nội dung 07: Triển khai hiệu quả Chương trình “Tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025”.

7.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Các công trình phụ trợ (bếp, nhà tiêu, chuồng trại chăn nuôi...) phải được bố trí đảm bảo vệ sinh, thuận tiện cho sinh hoạt, thu gom các loại chất thải (nước thải và chất thải rắn).

- Thực hiện phân loại chất thải rắn tại nguồn phát sinh, hướng đến cộng đồng dân cư không rác thải nhựa.

- Giảm thiểu sử dụng đồ nhựa dùng một lần; tái sử dụng, tái chế chất thải nhựa phát sinh trên địa bàn.

- Không để xảy ra tình trạng tồn đọng nước thải sinh hoạt tại các khu dân cư tập trung.

- Tổ chức thực hiện việc mai táng, hỏa táng theo quy hoạch và quy định của pháp luật.

- Không vi phạm các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng chống dịch bệnh.

- Tham gia tập huấn, sinh hoạt chuyên đề về thu gom, tái chế, tái sử dụng các loại chất thải (phụ phẩm nông nghiệp, chất thải chăn nuôi, bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng, chất thải nhựa...) theo nguyên lý tuần hoàn.

- Thu gom bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng và xử lý phù hợp.

- Chủ động phòng ngừa, hạn chế tác động xấu đối với môi trường, ứng phó sự cố môi trường.

- Tham gia giữ gìn và khôi phục cảnh quan truyền thống của nông thôn Việt Nam; tham gia trồng cây theo Đề án trồng một tỷ cây xanh giai đoạn 2021 - 2025; tham gia thực hiện mô hình thôn, xóm sáng, xanh, sạch, đẹp, an toàn.

- Khai thác, sử dụng hợp lý và tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, ...

8. Dịch vụ hành chính công; chuyển đổi số; tiếp cận pháp luật; bình đẳng giới

Đẩy mạnh và nâng cao chất lượng các dịch vụ hành chính công; nâng cao chất lượng hoạt động của chính quyền cơ sở; thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong nông thôn mới, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, xây dựng nông thôn mới thông minh; bảo đảm và tăng cường khả năng tiếp cận pháp luật cho người dân; tăng cường giải pháp nhằm đảm bảo bình đẳng giới và phòng chống bạo lực trên cơ sở giới.

8.1. Mục tiêu

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông, tiêu chí số 18 về hệ thống chính trị và tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Đến năm 2025, có ít nhất 97% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông; 95% xã đạt chuẩn tiêu chí số 18 về tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông, tiêu chí số 15 về hành chính công, tiêu chí số 16 về tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có ít nhất 50% số xã đạt tiêu chí số 8 về thông tin và truyền thông; ít nhất 50% số xã chuẩn đạt tiêu chí số 15 về hành chính công; 50% số xã đạt chuẩn tiêu chí số 16 về tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 9 về an ninh, trật tự - hành chính công trong Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới. Đến năm 2025, có 60% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 9 về an ninh trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới.

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 9 về an ninh, trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, 25% số huyện đạt chuẩn tiêu chí số 9 về an ninh trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

8.2. Nội dung

- Nội dung 01: Triển khai đề án về đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, năng lực quản lý hành chính, quản lý kinh tế - xã hội chuyên sâu, chuyển đổi tư duy về phát triển kinh tế nông thôn cho cán bộ, công chức xã theo quy định, đáp ứng yêu cầu xây dựng nông thôn mới.

- Nội dung 02: Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong thực hiện các dịch vụ hành chính công nhằm nâng cao chất lượng giải quyết thủ tục hành chính theo hướng minh bạch, công khai và hiệu quả ở các cấp (xã, huyện, tỉnh); gắn mã, cập nhật, thông báo và gắn biển địa chỉ số cho từng hộ gia đình và các cơ quan, tổ chức trên địa bàn nông thôn gắn với bản đồ số Việt Nam; bồi dưỡng, tập huấn kiến thức, kỹ năng số và an toàn thông tin cho cán bộ cấp xã; phổ biến kiến thức, nâng cao kỹ năng số và năng lực tiếp cận thông tin cho người dân nông thôn.

- Nội dung 03: Triển khai hiệu quả Chương trình chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới nông thôn mới thông minh giai đoạn 2021 - 2025.

- Nội dung 04: Tăng cường hiệu quả công tác phổ biến, giáo dục pháp luật, hòa giải ở cơ sở, giải quyết hòa giải, mâu thuẫn ở khu vực nông thôn.

- Nội dung 05: Nâng cao nhận thức, thông tin về trợ giúp pháp lý; tăng cường khả năng thụ hưởng dịch vụ trợ giúp pháp lý.

- Nội dung 06: Tăng cường giải pháp nhằm đảm bảo bình đẳng giới và phòng chống bạo lực trên cơ sở giới; tăng cường chăm sóc, bảo vệ trẻ em và hỗ trợ những người dễ bị tổn thương trong các lĩnh vực của gia đình và đời sống xã hội.

8.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Kịp thời cung cấp thông tin, tố giác tội phạm các hành vi ngược đãi phụ nữ, trẻ em, người dễ bị tổn thương trong các lĩnh vực của gia đình và đời sống xã hội.

- Tham gia các buổi sinh hoạt chuyên đề về tham vấn tâm lý, trợ giúp pháp lý, phổ biến pháp luật.

- Tham gia thực hiện việc chuyển đổi số ở nông thôn, hướng tới nông thôn mới thông minh giai đoạn 2021 - 2025.

- Tham gia tập huấn phổ biến kiến thức, nâng cao kỹ năng và năng lực tiếp cận công nghệ thông tin.

9. Hệ thống chính trị

Nâng cao chất lượng, phát huy vai trò của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội trong xây dựng nông thôn mới.

9.1. Mục tiêu

Đáp ứng yêu cầu tiêu chí số 18 về hệ thống chính trị và tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Đến năm 2025, có 100% số xã đạt tiêu chí số 18 về hệ thống chính trị và tiếp cận pháp luật thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới.

9.2. Nội dung

- Nội dung 01: Tiếp tục tổ chức triển khai Cuộc vận động “Toàn dân đoàn kết xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh”; nâng cao hiệu quả thực hiện công tác giám sát và phản biện xã hội trong xây dựng nông thôn mới; tăng cường vận động, phát huy vai trò làm chủ của người dân trong xây dựng nông thôn mới; nâng cao hiệu quả việc lấy ý kiến sự hài lòng của người dân về kết quả xây dựng nông thôn mới;

- Nội dung 02: Triển khai hiệu quả phong trào “Nông dân thi đua sản xuất kinh doanh giỏi, đoàn kết giúp nhau làm giàu và giảm nghèo bền vững”; xây dựng các Chi hội nông dân nghề nghiệp, Tổ hội nông dân nghề nghiệp theo nguyên tắc “5 tự” và “5 cùng”;

- Nội dung 03: Triển khai hiệu quả Đề án “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017-2025”;

- Nội dung 04: Thúc đẩy chương trình khởi nghiệp, thanh niên làm kinh tế; triển khai hiệu quả Chương trình trí thức trẻ tình nguyện tham gia xây dựng nông thôn mới;

- Nội dung số 05: Vun đắp, gìn giữ giá trị tốt đẹp và phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam; thực hiện Cuộc vận động “Xây dựng gia đình 5 không, 3 sạch”.

9.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Thực hiện quyền giám sát, kiểm tra, phát huy vai trò làm chủ của người dân trong xây dựng nông thôn mới.

- Đóng góp ý kiến về sự hài lòng đối với kết quả xây dựng nông thôn mới.

- Tham gia vào các phong trào thi đua sản xuất kinh doanh, hỗ trợ cộng đồng giảm nghèo và đoàn kết giúp nhau làm giàu.

- Tham gia các Chi hội nông dân nghề nghiệp, Tổ hội nông dân nghề nghiệp theo nguyên tắc “5 tự” và “5 cùng”.

- Tham gia các chương trình “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017-2025”; Thanh niên khởi nghiệp, làm kinh tế; Trí thức trẻ tình nguyện tham gia xây dựng nông thôn mới.

- Không ngừng vun đắp, gìn giữ giá trị tốt đẹp và phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam;

- Tham gia tích cực Cuộc vận động “Xây dựng gia đình 5 không, 3 sạch”.

10. Quốc phòng, an ninh và trật tự xã hội

Giữ vững quốc phòng, an ninh và trật tự xã hội nông thôn.

10.1. Mục tiêu

- Đạt tiêu chí số 19 về quốc phòng và an ninh thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới, xã nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có 99% số xã đạt tiêu chí số 19 về quốc phòng và an ninh thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; 50% số xã đạt tiêu chí số 19 về quốc phòng và an ninh thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao;

- Đạt yêu cầu tiêu chí số 9 về an ninh, trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới, huyện nông thôn mới nâng cao. Đến năm 2025, có ít nhất 60% số huyện đạt tiêu chí số 9 về an ninh trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; 25% số huyện đạt tiêu chí số 9 về an ninh trật tự - hành chính công thuộc Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao.

10.2. Nội dung

- Nội dung 01: Tăng cường công tác bảo đảm an ninh, trật tự ở địa bàn nông thôn, phát hiện, giải quyết kịp thời các nguy cơ tiềm ẩn về an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, những vấn đề phức tạp nảy sinh ngay từ đầu, từ nơi xuất phát và ngay tại cơ sở; đồng thời phải sẵn sàng các phương án để đối phó kịp thời và hiệu quả khi xảy ra tình huống phức tạp theo phương châm “bốn tại chỗ”, hạn chế

để hình thành các điểm nóng phức tạp về an ninh, trật tự...; nâng cao chất lượng, hiệu quả phong trào toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc; củng cố, xây dựng, nhân rộng các mô hình tổ chức quần chúng tham gia bảo vệ an ninh, trật tự ở cơ sở theo hướng tự phòng, tự quản, tự vệ, tự hòa giải...; triển khai hiệu quả Chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025;

- Nội dung 02: Xây dựng lực lượng dân quân vững mạnh, rộng khắp, hoàn thành các chỉ tiêu quân sự, quốc phòng được giao; góp phần xây dựng nền quốc phòng toàn dân, thế trận quốc phòng toàn dân gắn với nền an ninh nhân dân, thế trận an ninh nhân dân; tích cực xây dựng địa bàn nông thôn vững mạnh toàn diện, bảo đảm giữ vững tiêu chí quân sự, quốc phòng trong xây dựng nông thôn mới.

10.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Giữ gìn an ninh, trật tự ở địa bàn nông thôn.

- Hạn chế các xung đột, mâu thuẫn dẫn đến các hành vi gây rối an ninh, trật tự ở địa phương.

- Tham gia các buổi sinh hoạt chuyên đề nâng cao ý thức phòng, chống tội phạm; nâng cao cảnh giác các phương thức, thủ đoạn hoạt động của các loại tội phạm như cướp giật, trộm cắp tài sản tại địa phương.

- Cung cấp thông tin, tố giác tội phạm liên quan đến an ninh trật tự và các hành vi vi phạm pháp luật khác.

- Phối hợp với lực lượng an ninh tại địa phương thực hiện hiệu quả phong trào Toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc.

- Tham gia xây dựng, thực hiện các mô hình tổ chức quần chúng bảo vệ an ninh, trật tự tại địa phương theo hướng tự phòng, tự quản, tự vệ, tự hòa giải.

11. Giám sát, đánh giá và truyền thông

Tăng cường công tác giám sát, đánh giá thực hiện Chương trình; nâng cao năng lực xây dựng nông thôn mới; truyền thông về xây dựng nông thôn mới; thực hiện Phong trào thi đua cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới.

11.1. Mục tiêu

- Đảm bảo 100% cán bộ chuyên trách xây dựng nông thôn mới các cấp, 100% cán bộ trong hệ thống chính trị tham gia chỉ đạo xây dựng nông thôn mới được bồi dưỡng, tập huấn kiến thức xây dựng nông thôn mới;

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống Văn phòng Điều phối nông thôn mới các cấp; triển khai sâu rộng Phong trào cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới từ trung ương đến cơ sở.

11.2. Nội dung

- Nội dung 01: Nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác kiểm tra, giám sát, đánh giá kết quả thực hiện Chương trình; xây dựng hệ thống giám sát, đánh giá đồng bộ, toàn diện đáp ứng yêu cầu quản lý Chương trình, đặc biệt xây dựng hệ

thống giám sát thông qua bản đồ số và cơ sở dữ liệu; nhân rộng mô hình giám sát an ninh hiện đại và giám sát của cộng đồng;

- Nội dung 02: Tiếp tục tăng cường nâng cao năng lực, chuyên đổi nhận thức, tư duy cho đội ngũ cán bộ làm công tác xây dựng nông thôn mới các cấp, đặc biệt cán bộ cơ sở;

- Nội dung 03: Đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao nhận thức và chuyển đổi tư duy của người dân và cộng đồng về phát triển kinh tế nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới;

- Nội dung 04: Đẩy mạnh, đa dạng hình thức thông tin, truyền thông nhằm nâng cao nhận thức, chuyển đổi tư duy của cán bộ, người dân về xây dựng nông thôn mới; thực hiện có hiệu quả công tác truyền thông về xây dựng nông thôn mới;

- Nội dung 05: Tiếp tục triển khai rộng khắp phong trào thi đua “Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”.

11.3. Hoạt động tham gia của người dân

- Phát huy tinh thần làm chủ của người dân và cộng đồng trong giám sát, kiểm tra và đánh giá việc thực hiện Chương trình.

- Tham gia các khóa đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao nhận thức và chuyển đổi tư duy về phát triển kinh tế nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới.

- Tham gia tích cực phong trào thi đua “Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”.

- Lan toả những gương người tốt việc tốt, những sáng kiến, cách làm hay trong xây dựng nông thôn mới.

III. CÁC CHƯƠNG TRÌNH CHUYÊN ĐỀ

Nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện Chương trình, tập trung giải quyết những vấn đề cấp thiết sau 10 năm thực hiện, trong giai đoạn 2021-2025, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt 06 chương trình chuyên đề, cụ thể:

1. Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2021-2025

1.1. Mục tiêu

Phát triển sản phẩm OCOP nhằm khơi dậy tiềm năng, lợi thế khu vực nông thôn nhằm nâng cao thu nhập cho người dân; góp phần tiếp tục cơ cấu lại ngành nông nghiệp gắn với phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ và du lịch nông thôn; thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển bền vững, trên cơ sở tăng cường ứng dụng chuyển đổi số và kinh tế tuần hoàn, bảo tồn các giá trị văn hóa, quản lý tài nguyên, bảo tồn đa dạng sinh học, cảnh quan và môi trường nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới đi vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững.

1.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Tổ chức sản xuất gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng;

- Chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường
- Nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động cho các chủ thể OCOP;
- Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP;
- Xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP;
- Nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP;
- Tăng cường chuyển đổi số trong Chương trình OCOP.

2. Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025

2.1. Mục tiêu

Đẩy mạnh phát triển du lịch nông thôn gắn với phát huy tiềm năng, lợi thế về nông nghiệp, làng nghề, văn hóa và môi trường sinh thái của các địa phương, nhằm nâng cao chất lượng đời sống vật chất, tinh thần của người dân nông thôn, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng tích hợp đa giá trị, bao trùm và phát triển bền vững.

2.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Nâng cấp, đầu tư phát triển điểm du lịch nông thôn gắn với việc thực hiện các tiêu chí xây dựng nông thôn mới;
- Phát triển sản phẩm du lịch nông thôn mang đặc trưng vùng, miền;
- Phát triển nguồn nhân lực du lịch nông thôn có chất lượng
- Truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch nông;
- Xây dựng và triển khai các mô hình thí điểm về phát triển du lịch nông thôn theo hướng du lịch xanh, có trách nhiệm và bền vững.

3. Chương trình khoa học công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025

3.1. Mục tiêu

Cung cấp kịp thời những luận cứ khoa học, thực tiễn và giải pháp thúc đẩy thực hiện hiệu quả Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 và định hướng đến năm 2030 thông qua tập hợp nguồn lực khoa học và công nghệ đa ngành; góp phần phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường nông thôn; nâng cao chất lượng đời sống của người dân; thúc đẩy liên kết và thu hẹp khoảng cách giữa các vùng miền.

3.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Nghiên cứu hoàn thiện và đổi mới cơ chế, chính sách, giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới;

- Nghiên cứu các giải pháp phát triển nông thôn, xây dựng nông thôn bền vững: (1) phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn; (2) giải pháp xây dựng làng, xã đáp ứng an ninh nguồn nước thích ứng với biến đổi khí hậu, phòng chống thiên tai, bảo đảm phát triển nông nghiệp, nông thôn bền vững; (3) đề xuất giải pháp bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa làm động lực phát triển kinh tế du lịch vùng nông thôn; (4) giải pháp bảo tồn, phát triển kiến trúc, hoàn thiện cơ sở hạ tầng cảnh quan nông thôn phù hợp với đặc thù của vùng, miền trong xây dựng nông thôn mới và gắn với quá trình đô thị hóa; (5) giải pháp nâng cao chất lượng giáo dục; giải pháp chăm sóc sức khỏe, phòng chống dịch bệnh cộng đồng; (6) giải pháp bảo vệ môi trường nông thôn trong xu thế công nghiệp hóa, hiện đại hóa và đô thị hóa, chú trọng đến thu gom và xử lý rác thải rắn, chất thải nhựa, nước thải sinh hoạt và làng nghề; (7) giải pháp phát triển hạ tầng thương mại, công nghiệp hỗ trợ và dịch vụ logistic phục vụ sản xuất nông nghiệp hàng hóa, giải pháp tăng cường áp dụng các chứng nhận chất lượng trong sản xuất và thương mại nông sản.

- Xây dựng các mô hình nông thôn mới trên cơ sở ứng dụng các giải pháp khoa học và công nghệ để phát triển kinh tế, xã hội: (1) Mô hình hợp tác, liên kết ứng dụng các công nghệ tiên tiến, công nghệ cao, nông nghiệp chính xác, vật liệu mới; (2) mô hình sơ chế và chế biến nông, lâm, thủy sản theo hướng an toàn, hữu cơ, sinh thái và phát triển sản phẩm OCOP; (3) Mô hình ứng dụng công nghệ số; (4) Mô hình làng sinh thái, làng thông minh; (5) Mô hình khai thác bền vững tài nguyên đất, nước, đa dạng sinh học; (6) Mô hình cảnh quan và bảo vệ môi trường nông thôn; (7) Mô hình xã hội hóa, mô hình hợp tác công tư

- Thực hiện các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức xã hội và quảng bá thành tựu khoa học công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới.

4. Chương trình chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới nông thôn mới thông minh giai đoạn 2021-2025

4.1. Mục tiêu

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong xây dựng nông thôn mới nhằm tăng cường hiệu quả thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, góp phần thúc đẩy kinh tế nông thôn, nâng cao chất lượng đời sống nông thôn, thu hẹp dần khoảng cách về chất lượng dịch vụ giữa nông thôn - thành thị, từng bước hướng tới nông thôn mới thông minh.

4.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới;

- Đẩy mạnh xây dựng chính quyền số trong xây dựng nông thôn mới: Xây dựng và áp dụng hệ thống dịch vụ công trực tuyến liên thông, đồng bộ; đẩy mạnh áp dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động quản lý, điều hành các cấp (huyện, xã); tăng cường áp dụng công nghệ số trong tổ chức triển khai Chương trình Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới...

- Thúc đẩy kinh tế số trong phát triển kinh tế nông thôn: Tăng cường ứng dụng công nghệ số trong phát triển kinh tế nông thôn theo hướng kinh tế tuần hoàn và kinh tế số; số hóa, xây dựng bản đồ số nông nghiệp nông thôn, cơ sở dữ liệu đồng bộ, thực hiện quản lý mã số vùng nguyên liệu, truy xuất nguồn gốc; ứng dụng trực tuyến, công nghệ thực tế ảo, thực tế ảo tăng cường trong công tác quảng bá, xúc tiến thương mại, thương mại điện tử, ...

- Tập trung phát triển xã hội số trong xây dựng nông thôn mới: Ứng dụng công nghệ số trong hoạt động lấy ý kiến sự hài lòng của người dân về kết quả xây dựng nông thôn mới; cung cấp dịch vụ số đầu tư, phát triển và cung cấp dịch vụ trực tuyến về y tế, giáo dục, văn hóa, ...

5. Chương trình tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025

5.1. Mục tiêu

Thực hiện hiệu quả nội dung vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới góp phần tạo ra môi trường sống ở nông thôn sáng - xanh - sạch - đẹp, an toàn, giàu bản sắc văn hóa truyền thống; góp phần bảo vệ sức khỏe, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân nông thôn, đưa nông thôn thành nơi đáng sống.

5.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Cấp nước sạch nông thôn: (1) Rà soát, điều chỉnh và cập nhật nội dung cấp nước sạch nông thôn vào quy hoạch nông thôn mới; (2) Hỗ trợ đầu tư một số mô hình cấp nước sạch tập trung tại các vùng đặc thù, vùng khan hiếm, khó khăn về nguồn nước; (3) Sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mở rộng công trình cấp nước sạch tập trung đã có; (4) Xây dựng và triển khai thí điểm một số mô hình thu, xử lý và trữ nước an toàn hộ gia đình hoặc nhóm hộ gia đình, mô hình cấp nước hộ gia đình thích ứng với biến đổi khí hậu cho dân cư vùng đặc thù, chưa có khả năng tiếp cận với cấp nước tập trung, khan hiếm, khó khăn về nguồn nước.

- Chất thải rắn sinh hoạt: (1) Hỗ trợ kỹ thuật, trang thiết bị, chế phẩm sinh học để thực hiện phân loại chất thải rắn sinh hoạt tại hộ gia đình; xây dựng và triển khai mô hình phân loại, thu gom chất thải rắn sinh hoạt phù hợp; (2) Tổ chức mạng lưới thu gom triệt để và hiệu quả; (3) Xây dựng, triển khai và hoàn thiện mô hình liên kết thị trường để thu hồi, sản xuất, tiêu thụ các sản phẩm tái chế, tái sử dụng từ chất thải; (4) Đầu tư xây dựng từ 1-2 mô hình xử lý chất thải sinh hoạt quy mô cấp huyện hoặc liên huyện, áp dụng công nghệ phù hợp.

- Nước thải sinh hoạt: (1) Rà soát, xây dựng phương án tổ chức thoát nước và xử lý nước thải sinh hoạt; (2) Xây dựng và nhân rộng các mô hình thu gom, xử lý nước thải sinh hoạt nông thôn phù hợp với đặc thù của từng địa phương; (3) Triển khai thí điểm một số mô hình thu gom, xử lý nước thải sinh hoạt nông thôn.

- Chất thải và phụ phẩm nông nghiệp: (1) Xây dựng và nhân rộng các mô hình xử lý chất thải chăn nuôi và phụ phẩm nông nghiệp theo hướng tuần hoàn;

(2) Xây dựng và nhân rộng mô hình quản lý chất thải nhựa trong sản xuất nông nghiệp.

- Bao gói thuốc bảo vệ thực vật: (1) Đầu tư trang thiết bị, dụng cụ, phương tiện thu gom, lưu trữ và vận chuyển bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng; (2) Xây dựng một số mô hình thí điểm ứng dụng công nghệ về xử lý bao gói thuốc bảo vệ thực vật; (3) Hoàn thiện và nhân rộng các mô hình quản lý bao gói thuốc bảo vệ thực vật đã qua sử dụng phù hợp với điều kiện từng địa phương.

- Bảo vệ môi trường làng nghề: (1) Hỗ trợ đầu tư, nâng cấp, xây dựng và vận hành hệ thống thu gom, xử lý nước thải, chất thải rắn phù hợp đáp ứng yêu cầu về bảo vệ môi trường với từng làng nghề truyền thống; (2) Hỗ trợ xây dựng mô hình khắc phục ô nhiễm và cải thiện môi trường tại các làng nghề bị ô nhiễm nghiêm trọng.

- Cảnh quan môi trường nông thôn: (1) Xây dựng, phê duyệt và triển khai thực hiện đề án cấp huyện về cải tạo chất lượng và cảnh quan môi trường nước mặt khu vực công cộng; (2) Hỗ trợ xây dựng và nhân rộng các mô hình cải tạo cảnh quan theo hướng đa chức năng; tăng cường trồng cây xanh phân tán tại các khu vực công cộng, tuyến đường giao thông; gắn xây dựng cảnh quan với phát triển du lịch nông thôn và xây dựng đời sống văn hóa cơ sở.

- An toàn thực phẩm nông lâm thủy sản: (1) Các xã, huyện đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao có đề án sản xuất nông nghiệp hữu cơ được phê duyệt; (2) Hỗ trợ xây dựng các mô hình chợ an toàn thực phẩm quy mô cấp huyện, liên huyện, cấp tỉnh và liên tỉnh đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh và an toàn thực phẩm; (3) Tổ chức tập huấn, nâng cao năng lực giám sát của cộng đồng về an toàn thực phẩm.

- Công tác vệ sinh: Hoàn thiện, phổ biến và nhân rộng các mô hình nhà tiêu hợp vệ sinh đơn giản, ứng phó với thiên tai và biến đổi khí hậu, phù hợp tập quán địa phương và khả năng chi trả của người dân; áp dụng thí điểm tại các nhà vệ sinh của trường học, nhà văn hóa, công sở.

6. Chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025

6.1. Mục tiêu

Đảm bảo giữ vững an ninh, trật tự, an toàn xã hội ở địa bàn nông thôn, tạo điều kiện cho người dân yên tâm lao động sản xuất, phát triển kinh tế, góp phần thực hiện tốt các mục tiêu chung về xây dựng nông thôn mới, nhằm nâng cao chất lượng đời sống, vật chất, tinh thần cho người dân.

6.2. Nhiệm vụ trọng tâm

- Đổi mới nội dung, hình thức tuyên truyền, vận động nhân dân tham gia bảo vệ an ninh, trật tự góp phần xây dựng nông thôn mới;

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác bảo đảm an ninh chính trị ở địa bàn nông thôn;

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác bảo đảm trật tự, an toàn xã hội ở địa bàn nông thôn;
- Nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xây dựng phong trào toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc ở địa bàn nông thôn;
- Tiếp tục đẩy mạnh xây dựng lực lượng Công an xã chính quy đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ trong tình hình mới;
- Tăng cường củng cố mối quan hệ phối hợp trong việc bảo đảm an ninh, trật tự ở địa bàn nông thôn./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị định số 52/ 2018/ NĐ- CP ngày 12 tháng 4 năm 2018 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn.
2. Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050;
3. Quyết định số 263/QĐ-TTg ngày 22/02/2022 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025.
4. Quyết định số 318/QĐ-TTg ngày 08/03/2022 của Thủ tướng Chính phủ về Ban hành Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới và Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới nâng cao giai đoạn 2021-2025.
5. Quyết định số 320/QĐ-TTg ngày 08/03/2022 của Thủ tướng Chính phủ về Ban hành Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới; quy định thị xã, thành phố trực thuộc cấp tỉnh hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới và bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới nâng cao giai đoạn 2021-2025.
6. Quyết định số 321/QĐ-TTg ngày 8/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ về việc quy định tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;
7. Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025;
8. Quyết định số 922/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;
9. Quyết định số 923/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình khoa học và công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025
10. Quyết định số 924/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình chuyên đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới nông thôn mới thông minh giai đoạn 2021-2025;

11. Quyết định số 925/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;

12. Quyết định số 926/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;

CHUYÊN ĐỀ 2

NÔNG DÂN VÀ SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA THEO CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG

I. VAI TRÒ SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA CỦA NÔNG DÂN TRONG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG

1. Khái lược cơ chế thị trường

Cơ chế thị trường là tổng thể các yếu tố cung, cầu, giá cả và thị trường cùng các mối quan hệ cơ bản vận động dưới sự điều tiết của các quy luật thị trường trong môi trường cạnh tranh, nhằm mục tiêu duy nhất là lợi nhuận.

Cơ chế thị trường giải quyết các vấn đề cơ bản của nền sản xuất, đó là: Sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? Sản xuất cho ai? Sản xuất khi nào?

Như vậy, người nông dân cần phải biết vận dụng quy luật của cơ chế thị trường để có hiệu quả cao khi sản xuất nông sản. Hiểu đơn giản, người nông dân khi sản xuất nông sản cần trả lời một số câu hỏi chính sau:

- Sản xuất ra nông sản gì?
- Sản xuất nông sản để bán cho ai?
- Nông sản theo tiêu chuẩn chất lượng nào?
- Cách sản xuất/quy trình sản xuất nông sản như thế nào để phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng?
- Giá cả nông sản ra sao? Thời gian nào cung ứng nông sản để có giá cả tốt nhất?
- Những ai cùng sản xuất nông sản giống mình? Sự giống và khác nhau về nông sản so với người khác? Có cách nào để nông sản của mình tốt hơn?
- Sản xuất nông sản đó có lợi nhuận không?

2. Một số hạn chế của nông dân trong cơ chế thị trường

Hiện nay, có một số nông dân rất sáng tạo trong các hoạt động sản xuất, họ là những nông dân sản xuất giỏi, trở nên giàu có chính nhờ vào những mảnh ruộng của mình. Họ là những tấm gương sáng để cho cộng đồng noi theo.

Tuy nhiên, vẫn còn một số nông dân dù có ruộng đất, nhưng vẫn rất nghèo, bởi chính họ có những hạn chế chủ yếu như sau:

- Người nông dân vốn quen với những gì xưa nay có. Với nghề nông, họ đã gắn bó qua nhiều đời, nên việc phải thay đổi cách thức sản xuất mới, từ giống cho đến quy trình là điều không dễ. Do đó, họ vẫn sản xuất với quy trình canh tác truyền thống, cây, con giống trước nay mình có. Đặc biệt, với những loại cây, con càng dễ trồng, dễ nuôi, người nông dân càng gắn bó. Vì điều này, sản phẩm được sản xuất ra sẽ khó đáp ứng được sự thay đổi về nhu cầu của người tiêu dùng.

- Người nông dân thường sản xuất với quy mô nhỏ lẻ, manh mún, thiếu liên kết, nên không tận dụng được lợi thế theo quy mô. Số lượng sản phẩm ít, chi phí sản xuất cao, nên nông dân thường bị hạn chế trong thương lượng, đàm phán và thường bị ép giá. Vì vậy, nông dân khó có thể thu được lợi nhuận cao.

- Người nông dân cũng vốn chỉ gắn bó với cộng đồng dân cư trong địa bàn thôn/ấp. Do đó, khó có thể tiếp cận những thông tin, kỹ thuật mới bên ngoài. Mặt khác, tính cộng đồng cao, nên cũng là một nguyên nhân khi sản xuất- kinh doanh theo kiểu “bắt chước” và trở thành một phong trào, mà không biết việc sản xuất - kinh doanh có hiệu quả hay không. Đồng thời, người nông dân sản xuất thường sản xuất theo mùa vụ cố định, nên chỉ cung ứng nông sản vào thời điểm cố định vào mùa vụ thu hoạch. Khi thuận lợi, được mùa thì cung lại vượt xa cầu, dẫn đến tình trạng giá cả nông sản giảm mạnh và lời nguyên “giải cứu” vẫn mãi lưu truyền. Khi giá nông sản xuống kéo dài, có người chặt để trồng cây khác thì sẽ thành hiệu ứng nhiều người chặt theo và “điệp khúc trồng - chặt” cứ lặp lại, gây thiệt hại cho chính người nông dân.

- Một mặt, khi sản xuất, nông dân đặt mục tiêu đạt được là năng suất cao và sản lượng nhiều nhất. Từ đó, họ lạm dụng đầu vào để tăng năng suất mà không biết rằng điều đó sẽ dẫn đến chi phí cao trong quá trình sản xuất. Mặt khác, họ có thể tăng vụ để tăng sản lượng. Nếu năng suất cao và sản lượng cao mà giá bán thấp, hoặc giá cao nhưng thấp hơn giá thành, không đủ bù chi phí thì sẽ dẫn đến lỗ. Hiện tượng sản xuất nhiều nhưng chỉ “lấy công làm lãi” mà không có lãi thực, dẫn đến hệ lụy là cái nghèo vẫn theo mãi người nông dân. Một số đông những người nông dân khác do điều kiện, hoàn cảnh không thể xa quê hương, hoặc do không đủ năng lực để lựa chọn nghề phù hợp mà chấp nhận nghề nông, mặc dù biết rằng hiệu quả không thể đạt được theo mong muốn, nhưng vẫn chấp nhận sản xuất - kinh doanh nông nghiệp chỉ để có thu nhập từ chính tiền công của mình.

3. Nông dân là người sản xuất hàng hóa trong cơ chế thị trường

Bác Hồ đã nói: “Nông dân ta giàu thì nước ta giàu. Nông nghiệp ta thịnh thì nước ta thịnh”. Song, để nông dân giàu thì không ai khác, chính người nông dân là những người phải biết sản xuất hiệu quả trên mảnh đất của họ, để không chỉ đủ bù đắp chi phí, mà còn tích lũy tái sản xuất và phát triển.

Với vai trò mới trong cơ chế thị trường, nông dân không thể chỉ có sản xuất ra vật phẩm của ngành nông nghiệp, sau đó chỉ chờ sự may rủi của thị trường: khi giá cao thì thu được lợi nhuận, còn giá thấp thì không có lãi hoặc lỗ. Nông dân phải thực sự biết ra quyết định sẽ sản xuất nông sản hàng hóa gì? Khi nào? Bao nhiêu? Chất lượng gì? Bằng cách nào? Cụ thể là, họ phải chịu trách nhiệm với quyết định và kỳ vọng thu được lợi nhuận từ quyết định đó của mình. Nói cách khác, nông dân là người sản xuất nông sản hàng hóa, hay nói đầy đủ hơn, nông dân dần dần phải trở thành doanh nhân thực thụ sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Muốn vậy, họ phải thay đổi tư duy cũ đã ăn sâu vào tiềm thức trước đây, đó là tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp để sản xuất hàng

hóa nông sản theo yêu cầu thị trường và có thể bán giá cao nhất có thể, đảm bảo có lãi, từng bước đi lên làm giàu trên mảnh đất của mình.

II. THAY ĐỔI TƯ DUY TỪ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP SANG TƯ DUY KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

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

1.1. Khái niệm tư duy sản xuất nông nghiệp

Tư duy sản xuất nông nghiệp là quá trình nhận thức các quy luật khách quan về sinh học của cây trồng, vật nuôi và quy luật chuyên hóa của nguyên vật liệu sản xuất, sử dụng tài nguyên vật liệu để gia tăng năng suất và sản lượng sản phẩm.

1.2. Đặc trưng của tư duy sản xuất nông nghiệp

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.

- Mục tiêu mong muốn đạt được sản lượng cao nhất. Người sản xuất đã xác định mục tiêu là sản lượng chứ không phải lợi nhuận. Đó là lý do trong thời gian dài, nhiều người nông dân không thể khá lên được chỉ vì xác định mục tiêu không đúng.

2. Khái niệm, đặc trưng của tư duy kinh tế nông nghiệp

2.1. Khái niệm tư duy kinh tế nông nghiệp

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.

2.2. Đặc trưng của tư duy kinh tế nông nghiệp

Tư duy kinh tế 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 chuẩn 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 xuất nguồn gốc...

- Chủ động tiêu thụ sản phẩm với giá hợp lý. Theo cách tư duy kinh tế nông nghiệp, người nông dân cần phải chủ động 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, tổ chức liên kết tiêu thụ, người nông dân 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 đã 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. Sự khác biệt cơ bản của tư duy sản xuất nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp

Sự khác biệt cơ bản của tư duy sản xuất nông nghiệp và tư duy kinh tế nông nghiệp thể hiện bảng 2.1.

Bảng 2.1. 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?	Chưa quan tâm đúng mức	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.

4. 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.

- Khi thu hoạch, thường phó mặc cho người mua và không chú ý đến gia tăng giá trị, như: xây dựng nhãn hiệu hàng hóa, truy xuất nguồn gốc và chế biến nông sản.

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

Xuất phát từ những hạn chế của tư duy sản xuất sản xuất nông nghiệp, nếu người nông dân không thay đổi tư duy, thì khó thể có thể nâng cao thu nhập. 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:

5.1. Sản xuất theo nhu cầu thị trường

Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Lê Minh Hoan từng nói: “Càng ngày, chúng ta thấy rằng, vai trò của thị trường, định vị thị trường quan trọng hơn sản xuất. Bởi, nếu chúng ta sản xuất mà không có thị trường, thì sản xuất sẽ bị tắc nghẽn”.

Tuy nhiên, một số nông dân ngại thay đổi, do đó, 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.

5.2. 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 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, bao gồm: Chi phí sản xuất; Doanh thu; Lợi nhuận.

5.3. 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.

5.4. Cải tiến nâng cao chất lượng, 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, họ luôn tìm cách để gia tăng đầu vào như: giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật và tăng vụ. Hậu quả là sản phẩm được tạo ra sẽ tồn dư nitrat, 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 đó 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 sản phẩm có giá trị cao hơn.

5.5. Gia tăng giá trị nông sản hàng hóa

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, tem truy xuất nguồn gốc, không có điện thoại liên hệ thì khó tạo được sự an tâm, lòng tin về sản phẩm. Sản phẩm bán ngay sau 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. Mặt khác, phải thiết kế bao bì tiện dụng, nhãn hiệu đẹp và hàm chứa giá trị riêng của sản phẩm, thiết kế tem truy xuất để khách hàng có thể biết thông tin sản xuất, tiêu chuẩn sản phẩm rõ ràng, tạo sự tin tưởng và làm tăng mức độ sẵn lòng trả. Tất nhiên, khi đó sẽ thu được nhiều tiền hơn nhờ bán được sản phẩm giá cao hơn.

5.6. Chủ động liên kết sản xuất

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...

5.7. Xác định lợi thế và chiến lược cạnh tranh

Xác định lợi thế cạnh tranh là quá trình người sản xuất xác định các điểm mạnh, điểm yếu hoặc điểm khác biệt của bản thân trong việc sản xuất – kinh doanh so với những người sản xuất khác trên thị trường. Việc xác định được đúng các lợi thế cạnh tranh sẽ giúp người nông dân có chiến lược cạnh tranh tốt hơn, tổ chức sản xuất một cách rõ ràng, hiệu quả hơn, đáp ứng đúng nhu cầu thị trường để thu được lợi nhuận. Ví dụ: Nếu một người nông dân có lợi thế về chi phí, có thể sản xuất nông sản với chi phí thấp, thì người đó có thể lựa chọn chiến lược chi phí thấp để cạnh tranh, bán được nhiều nông sản có giá thành thấp để thoả mãn nhu cầu hàng giá rẻ của người tiêu dùng. Hoặc nếu người nông dân có lợi thế về chất lượng nông sản, thì có thể lựa chọn chiến lược khác biệt hoá, bán những nông sản có chất lượng cao, độc đáo, ít thấy trên thị trường nhằm thu hút được nhiều khách hàng.

Mặc dù sự cạnh tranh là nền tảng của thị trường, sự hợp tác cũng đóng vai trò quan trọng không kém. Bằng cách hợp tác, người nông dân có thể nâng cao

khả năng cạnh tranh của bản thân trên thị trường. Ví dụ: Người nông dân có thể hợp tác với các nhà khoa học, cán bộ khuyến nông để nâng cao hiệu quả sản xuất bằng cách sử dụng vật nuôi, cây trồng mới, hoặc hợp tác với những người nông dân khác trong hợp tác xã để sản xuất với số lượng lớn, giảm chi phí và đồng bộ về chất lượng nông sản, nhằm cạnh tranh tốt hơn trên thị trường.

5.8. 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 thông tin thị trường....

Thị trường nông sản luôn luôn định hướng và quyết định cho người sản xuất. Vì vậy, nông dân muốn sản xuất nông sản hàng hóa đáp ứng thị trường phải hiểu về thị trường, đặc điểm và các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường nông sản, biết quy luật cung- cầu, giá cả và lợi dụng quy luật đó để gia tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả sản xuất.

III. THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN

1. Khái niệm thị trường nông sản

Thị trường nông sản 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 nông sản sẽ nhận được thứ mà mình cần và ngược lại, người có nông sản sẽ nhận được một số tiền tương ứng. Việc mua bán, trao đổi theo các thông lệ hiện hành với số lượng, tiêu chuẩn và giá cả nông sản mà hai bên thỏa thuận mua, bán.

Thị trường nông sản thường gắn với một nông sản cụ thể, như: thị trường gạo; thị trường cà phê; thị trường hồ tiêu; thị trường trái cây; thị trường thịt heo; thị trường; thị trường thịt gia cầm

2. Một số đặc điểm và yếu tố ảnh hưởng đến thị trường nông sản

2.1. Đặc điểm và yếu tố ảnh hưởng đến cung thị trường nông sản

- Đặc điểm của cung thị trường nông sản:

+ Tính mùa vụ: nguồn cung của thị trường nông sản thường chỉ tập trung vào vụ thu hoạch, tính mùa vụ của nguồn cung là khác nhau đối với các nông sản khác nhau.

+ Cung của thị trường nông sản phản ứng chậm và có độ trễ khi có sự biến động về giá: nông sản là hàng tươi sống được sản xuất theo mùa vụ và khả năng lưu trữ, bảo quản khó. Do đó, không sẵn có để có thể đưa ngay ra thị trường khi cần thiết, mà thường phải mất thời gian bằng một mùa mới có nông sản để cung ứng ra thị trường.

+ Cung nông sản không liên tục, không ổn định: nông sản cung theo mùa vụ và tác động yếu tố ngoại cảnh đến quá trình sinh trưởng, phát triển và quyết định

đến năng suất. Mặt khác, yếu tố giá cả cũng tác động đến việc duy trì và mở rộng sản xuất, nên ảnh hưởng đến nguồn cung nông sản.

- Một số yếu tố ảnh hưởng đến cung nông sản:

+ Giá của bản thân hàng nông sản: khi giá cả nông sản cao thì sẽ có nhiều người sản xuất và tăng khả năng cung ứng ra thị trường. Trường hợp giá cả nông sản rẻ, người sản xuất sẽ thu hẹp quy mô, từ đó giảm số lượng cung ứng ra thị trường.

+ Điều kiện tự nhiên: Khi điều kiện thời tiết khí hậu thuận lợi, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho cây trồng, vật nuôi phát triển. Khi đó, năng suất sẽ cao, lượng cung sẽ nhiều và ngược lại, năng suất sẽ thấp, nguồn cung nông sản sẽ giảm.

+ Tiến bộ của khoa học công nghệ ứng dụng trong nông nghiệp, trình độ kỹ thuật sản xuất: Việc ứng dụng tiến bộ khoa học vào sản xuất sẽ là nhân tố tác động đến năng suất, sản lượng nông sản, tức là làm cho nguồn cung gia tăng.

2.2. Đặc điểm và yếu tố ảnh hưởng đến cầu thị trường nông sản

- Đặc điểm của cầu thị trường nông sản:

+ Cầu nông sản tiêu dùng mang tính liên tục, tương đối ổn định. Con người có khả năng tiêu dùng lương thực, thực phẩm là thường xuyên và tương đối ổn định trong thời gian dài. Do đó, nhu cầu cũng tương đối ổn định, ngoại trừ có sự đột biến về dân số.

+ Cầu của các mặt hàng nông sản thiết yếu ít thay đổi khi giá nông sản biến động. Điều này được hiểu, những nhu cầu thiết yếu sẽ vẫn luôn phải đáp ứng khi con người cần cho cuộc sống hằng ngày mà không có sự thay thế nào khác.

+ Cầu nông sản ngày càng đa dạng, đòi hỏi khắt khe hơn về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Mỗi nhóm phân khúc khách hàng sẽ có nhu cầu nông sản khác nhau.

- Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu thị trường nông sản:

+ Thu nhập của người tiêu dùng: người tiêu dùng có thu nhập càng cao thì yêu cầu số lượng, chất lượng nông sản càng cao. Trong điều kiện thu nhập thấp, người tiêu dùng sẽ giảm nhu cầu về số lượng và chất lượng.

+ Thị hiếu và tập quán của người tiêu dùng: khi người tiêu dùng ưa chuộng loại nông sản nào, thì cầu nông sản sẽ tăng lên và ngược lại.

+ Giá của các sản phẩm khác có liên quan: khi giá của các sản phẩm khác có liên quan giảm, thì người tiêu dùng có thể dùng sản phẩm thay thế nông sản, từ đó làm cho cầu nông sản giảm.

IV. SẢN XUẤT NÔNG SẢN HÀNG HÓA THEO NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

1. Xác định nhu cầu và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường

1.1. Xác định được chủng loại, tiêu chuẩn sản phẩm và khả năng sản xuất nông sản

Nông dân khi sản xuất để bán nông sản ra thị trường, cần biết thị trường đang cần loại nào? Với sản phẩm đó, nông dân có sản xuất được không? Điều kiện tự nhiên về đất đai, thổ nhưỡng và thời tiết khí hậu có phù hợp với cây trồng vật nuôi đó không? Trong trường hợp không phải là cây trồng, vật nuôi bản địa thì cần phải có sản xuất thử nghiệm, rồi mới mở rộng đại trà để tránh rủi ro.

Đồng thời, tùy theo phân khúc thị trường và đối tượng khách hàng mà nông dân biết được tiêu chuẩn sản phẩm như thế nào để lựa chọn quy trình và đáp ứng yêu cầu đó. Chẳng hạn như, nhu cầu khách hàng ngày càng tăng, không chỉ đơn thuần đáp ứng số lượng, mà cần phải thoả mãn các chỉ tiêu chất lượng về dinh dưỡng và yêu cầu an toàn thực phẩm. Do đó, nông dân phải bắt buộc đáp ứng thì mới có thể bán được nông sản giá cao. Một số tiêu chuẩn có thể áp dụng trong sản xuất như VietGap hoặc các tiêu chuẩn cao hơn, chẳng hạn muốn xuất khẩu nông sản sang châu Âu, phải đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng Globalgap, xuất khẩu đi Nhật Bản thì phải đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn JAS,

Tuy nhiên, tùy thuộc khả năng của mình mà nông dân có thể áp dụng quy trình nào và tự chọn lấy tiêu chuẩn cho nhóm đối tượng phù hợp. Điều quan trọng là nông dân không sử dụng chất cấm, không lạm dụng hóa chất và phân hóa học, chọn hướng canh tác phù hợp nhưng vẫn đáp ứng nhu cầu của đối tượng khách hàng mà mình nhắm tới.

1.2. Xác định số lượng và thời điểm để cung ứng nông sản ra thị trường

Việc xác định số lượng nông sản cần thiết nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường là rất quan trọng. Nếu sản xuất thừa, sẽ không bán hết, dẫn đến phải hạ giá hoặc vứt bỏ, gây thua lỗ và ảnh hưởng đến sinh kế sau này. Nếu không đủ, sẽ không thoả mãn nhu cầu thị trường, bỏ lỡ cơ hội kiếm được thu nhập để nâng cao đời sống bản thân. Một phần khó khăn của nông dân trong việc cạnh tranh trên thị trường, chính là khối lượng sản xuất thường nhỏ lẻ. Trong trường hợp cần số lượng lớn nông sản, đồng nhất về chất lượng, người nông dân phải liên kết với nhau để sản xuất đủ nông sản và cung ứng vào thời điểm phù hợp theo yêu cầu thị trường. Ngoài ra, người sản xuất có thể chủ động lựa chọn thời điểm cung ứng nông sản khi trái vụ, hoặc thời điểm khan hàng sẽ có giá bán cao hơn.

1.3. Xác định giá cả thị trường của nông sản

Nhu cầu thị trường về một loại nông sản có thể là rất cao, nhưng nông dân muốn sản xuất hiệu quả, phải xác định được với giá cả mà thị trường chấp nhận. Từ đó, nông dân xác định chi phí hợp lý và giá bán kèm theo phương thức bán hàng phù hợp để có lãi. Nếu trong trường hợp chi phí hợp lý cao hơn giá bán, thì nông dân phải điều chỉnh sản xuất, hoặc không tham gia sản xuất nông sản đó để tránh lỗ. Trong thực tế, một số nông dân chỉ thấy những người sản xuất khác bán giá nông sản cao mà sản xuất theo phong trào, trong khi không quản lý được chi phí sản xuất, làm cho giá thành sản phẩm tăng cao, nên không thể đạt được hiệu quả kinh tế.

2. Tổ chức sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu thị trường

2.1. Tìm kiếm nguồn lực để tổ chức sản xuất nông sản hàng hóa

Nguồn lực là yếu tố đầu vào giúp hình thành nông sản. Ngoài nhân lực, nguồn lực trong sản xuất nông sản hàng hóa bao gồm một số yếu tố cơ bản sau đây:

- Đất đai: Đất đai là tư liệu sản xuất quan trọng trong tổ chức sản xuất nông sản hàng hóa. Đất đai có thể phù hợp loài cây này mà không phù hợp với loài cây khác. Do đó, khi biết nhu cầu thị trường về loại nông sản, nông dân cần xem điều kiện đất đai, thổ nhưỡng hiện tại liệu có phù hợp để sản xuất nông sản đó không, nếu phù hợp thì mới sản xuất. Sự phù hợp giữa đất đai với loại cây trồng là yếu tố quan trọng để gia tăng năng suất và chất lượng nông sản.

- Vốn: Vốn trong sản xuất nông sản bao gồm vốn lưu động và vốn cố định, như: máy móc, nhà xưởng, Tùy theo mức độ thực hiện các mắt xích chuỗi giá trị nông sản (bán ngay sau thu hoạch, lưu kho bãi hay cần sơ chế, chế biến) mà người nông dân cần chuẩn bị nguồn vốn để đảm bảo việc sản xuất không bị động và sử dụng hiệu quả nguồn vốn đó.

- Công nghệ: Tùy theo yêu cầu thị trường và khả năng gia tăng giá trị, nông dân sẽ lựa chọn quy trình sản xuất và công nghệ phù hợp. Từ đó, sẽ quyết định cần loại trang thiết bị nào để phục vụ sản xuất nhằm gia tăng giá trị nông sản. Đối với các loại trang thiết bị đắt tiền, nông dân có thể thuê hoặc cùng mua chung để nâng cao hiệu năng sử dụng.

2.2. Tổ chức sản xuất nông sản theo quy trình để đạt tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa theo yêu cầu thị trường

Khi thị trường tiêu thụ ngày càng đòi hỏi khắt khe về chất lượng, sự an toàn của sản phẩm, thì sản phẩm nông nghiệp cần phải được tiêu chuẩn hóa theo quy trình sản xuất. Việc sản xuất theo quy trình đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng rõ ràng, tạo cơ sở để truy xuất nguồn gốc, giúp nông dân chủ động hội nhập vào thị trường quốc tế và thúc đẩy phát triển bền vững. Đối với các sản phẩm mới, cần chú trọng khâu sản xuất thử nghiệm để có bước đánh giá hiệu quả; đối với sản phẩm đã có, thì sản xuất theo hướng hoàn thiện, đánh giá kết quả trước khi tiến hành sản xuất trên quy mô lớn hơn.

Căn cứ vào tiêu chuẩn khách hàng yêu cầu, nông dân tổ chức sản xuất theo quy trình phù hợp. Mỗi một quy trình khác nhau cách thức vận hành sẽ khác nhau. Đây là yêu cầu cần thiết để vừa thỏa mãn nhu cầu thị trường, vừa tiết kiệm được chi phí hợp lý, từ đó có thể gia tăng lợi nhuận.

2.3. Gia tăng giá trị và chủ động tìm kiếm kênh tiêu thụ nông sản

Tùy theo yêu cầu của khách hàng và tùy khả năng đáp ứng mà nông dân có thể lựa chọn một hay nhiều hoạt động gia tăng giá trị khác nhau sau đây: phân loại, rửa sạch, đóng bao bì, nhãn mác, sơ chế, chế biến... Trong trường hợp khả năng không thể đáp ứng các hoạt động gia tăng giá trị, nông dân có thể liên kết với các chủ thể sản xuất khác để đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Khi đã có sản phẩm, người nông dân cũng cần phải xác định được kênh tiêu thụ (bán trực tiếp, hay bán qua thương lái, qua sàn thương mại điện tử...). Việc xác định được các kênh tiêu thụ phù hợp sẽ giúp việc tiếp cận với nhiều đối tượng khách hàng, tăng khả năng đàm phán và tiêu thụ được nhiều nông sản với giá cả hợp lý hơn.

Nông dân sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu thị trường có thể tham khảo ở bảng sau:

Bảng 2.2. Hướng dẫn nông dân sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu thị trường

Stt	Nhu cầu của thị trường	Hướng dẫn nông dân sản xuất nông sản hàng hóa theo nhu cầu thị trường (gợi ý)
1	Chủng loại và thời điểm cung cấp nông sản	<ul style="list-style-type: none"> - Lựa chọn giống cây trồng vật nuôi theo loại nông sản của thị trường. - Lựa chọn đất đai, thổ nhưỡng phù hợp với cây trồng vật nuôi - Xây dựng kế hoạch sản xuất và áp dụng kỹ thuật để cung ứng nông sản theo thời điểm - Bảo quản lưu kho để cung ứng đúng thời điểm thị trường cần
2	Số lượng nông sản	<ul style="list-style-type: none"> - Liên kết sản xuất để gia tăng sản lượng (liên kết nông dân với nông dân) - Mở rộng quy mô sản xuất phù hợp bao gồm tăng diện tích
3	Tiêu chuẩn nông sản	<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng và thực hiện đúng quy trình sản xuất phù hợp để tạo ra nông sản đạt tiêu chuẩn theo nhu cầu thị trường - Thực hiện thu hoạch bảo quản lưu thông để đảm bảo duy trì chất lượng sau thu hoạch. - Xây dựng nhãn hiệu, bao bì có đầy đủ thông tin, lưu giữ bảo quản sản phẩm - Sơ chế, chế biến để gia tăng giá trị và đáp ứng yêu cầu của thị trường về tiêu chuẩn chất lượng nông sản
4	Giá cả nông sản	<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng quy trình tiên tiến để tối ưu chi phí. - Quản trị sản xuất để giảm chi phí hợp lý. - Liên kết mua chung, dùng chung để giảm chi phí sản xuất và bán chung để giảm chi phí lưu thông, tiêu thụ.

CHUYÊN ĐỀ 3

SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP ĐA GIÁ TRỊ VÀ TUẦN HOÀN

I. NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA SẢN XUẤT – KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

1. Khái niệm sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

1.1. Khái niệm

Sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là một quá trình tổ chức và quản lý việc sử dụng hiệu quả các nguồn lực để tạo ra nông sản đáp ứng nhu cầu thị trường.

Ví dụ: Người nông dân sử dụng đất, nước, lúa giống, phân bón... trồng lúa theo quy trình VietGap để tạo ra lúa sạch và bán ra thị trường.

1.2. Một số hình thức tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp ở nông thôn hiện nay

Hiện nay ở nông thôn, tổ chức sản xuất- kinh doanh nông nghiệp có một số hình thức chủ yếu sau:

Nông hộ: Nông hộ có thể là một gia đình nông dân, hoặc một nhóm người có cùng mối quan hệ huyết thống, hoặc không cùng huyết thống cùng nhau chia sẻ các hoạt động nông nghiệp ở nông thôn.

Tổ hợp tác: Là tổ chức không có tư cách pháp nhân, được hình thành trên cơ sở hợp đồng hợp tác do ít nhất 02 thành viên tự nguyện thành lập, cùng góp vốn, góp sức lao động để thực hiện những công việc nhất định, cùng hưởng lợi và cùng chịu trách nhiệm. Mục đích của tổ hợp tác là cộng tác, trao đổi kinh nghiệm, giúp đỡ lẫn nhau trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm, nhằm mục tiêu tối đa lợi nhuận của mỗi thành viên. Tổ hợp tác không có tư cách pháp nhân, hoạt động theo hợp đồng hợp tác.

HTX nông nghiệp: Hợp tác xã là tổ chức có tư cách pháp nhân, do ít nhất 05 thành viên chính thức tự nguyện thành lập, hợp tác tương trợ trong sản xuất, kinh doanh, tạo việc làm nhằm đáp ứng nhu cầu chung về kinh tế, văn hóa, xã hội của thành viên, góp phần xây dựng cộng đồng xã hội phát triển bền vững; thực hiện quản trị tự chủ, tự chịu trách nhiệm, bình đẳng và dân chủ.

Doanh nghiệp nông nghiệp: Doanh nghiệp nông nghiệp là tổ chức kinh tế tham gia vào sản xuất - kinh doanh nông nghiệp, tham gia toàn bộ vào thị trường đầu vào và đầu ra, được tổ chức và hoạt động phù hợp với Luật Doanh nghiệp mà Nhà nước ban hành. Doanh nghiệp hoạt động trên cơ sở đăng ký kinh doanh, được tổ chức theo quy định của Luật Doanh nghiệp. Doanh nghiệp tham gia toàn bộ vào thị trường đầu vào và đầu ra. Doanh nghiệp nông nghiệp có thể thuộc loại hình sở hữu tư nhân, nhà nước, tập thể hoặc có vốn đầu tư nước ngoài.

Tổ chức sản xuất theo hình thức liên kết sản xuất tiêu thụ: Liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm là cách thức tổ chức phân công lao động xã hội, trong đó các hộ, các doanh nghiệp phối hợp, gắn bó, phụ thuộc lẫn nhau thông qua các cam kết, các thỏa thuận về điều kiện sản xuất - tiêu thụ sản phẩm nhằm đem lại lợi ích

cho các bên.

2. Nội dung cơ bản của tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

2.1. Xác định mục tiêu sản xuất - kinh doanh

Mục tiêu sản xuất - kinh doanh là đích đến và những kết quả đạt được trong một khoảng thời gian nhất định, giúp chủ thể sản xuất - kinh doanh thu được lợi nhuận và phát triển bền vững. Để đạt được lợi nhuận cao nông dân cần xác định thị trường, tiêu chuẩn chất lượng, quy mô sản xuất, giá bán, doanh thu và lợi nhuận, trên cơ sở đó sẽ tiến hành tổ chức sản xuất- kinh doanh.

2.1.1. Xác định thị trường tiêu thụ và tiêu chuẩn chất lượng của nông sản

Thị trường tiêu thụ nông sản là nơi diễn ra hoạt động mua bán, trao đổi nông sản giữa những người bán và người mua để thỏa mãn nhu cầu mong muốn. Thị trường tiêu thụ nông sản rất đa dạng về chủng loại nông sản và diễn ra trên nhiều hình thức, địa điểm. Ví dụ: thị trường xuất khẩu, thị trường tiêu thụ trong nước; thị trường nông thôn, thị trường thành thị; chợ, siêu thị, thị trường online; thị trường rau củ, thị trường thịt, ...

Tiêu chuẩn chất lượng nông sản là chất lượng sản phẩm đạt được sau khi sản xuất theo một tiêu chuẩn nào đó, ứng với các chỉ tiêu về dinh dưỡng, thành phần các nguyên tố vi lượng cũng như thành phần khác. Một số tiêu chuẩn sản xuất nông sản phổ biến gồm:

- Tiêu chuẩn VietGAP: VietGAP là bộ tiêu chuẩn thực hành sản xuất nông nghiệp tốt ở Việt Nam. Tiêu chuẩn này bao gồm 3 lĩnh vực là trồng trọt, chăn nuôi và thủy sản.

- Tiêu chuẩn GlobalGAP: GlobalGAP là một bộ các tiêu chuẩn quốc tế chứng nhận việc thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (Good Agricultural Practice - GAP). Với mục tiêu tiên quyết tạo nên nền nông nghiệp an toàn và bền vững toàn cầu, các tiêu chuẩn GlobalGAP được xây dựng nhằm chuẩn hóa quy trình sản xuất nông nghiệp trong 3 lĩnh vực là trồng trọt, chăn nuôi và thủy sản.

- Tiêu chuẩn LocalGAP: LocalGAP là giai đoạn chuyên tiếp để các doanh nghiệp, nhà sản xuất chuẩn bị chứng nhận, đặc biệt là những nhà sản xuất không thể ngay lập tức được chứng nhận GlobalGAP. Đây là công cụ hỗ trợ nâng tầm chất lượng mặt hàng nông sản trong nước, tạo bàn đạp tiến tới hội nhập bền vững vào thị trường toàn cầu.

- Tiêu chuẩn hữu cơ: là hoạt động đánh giá, phân tích, kiểm chứng độ sạch và an toàn của nông sản sao cho phù hợp với các tiêu chuẩn hữu cơ của quốc gia hay thế giới.

- Các tiêu chuẩn khác: HACCP (phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn), tiêu chuẩn EU Organic Farming, tiêu chuẩn hữu cơ của Nhật – JAS ORGANIC, tiêu chuẩn hữu cơ của Mỹ – USDA ORGANIC

2.1.2. Quy mô sản xuất - kinh doanh

Quy mô sản xuất – kinh doanh được xác định bởi nhiều tiêu chí, như: tổng

mức đầu tư, năng lực sản xuất, hệ thống tài sản, nhà xưởng, kỹ thuật công nghệ, nhân công, ... Tuy nhiên, tiêu chí thường được sử dụng phổ biến cho nông hộ quy mô nguồn lực nhỏ là căn cứ theo số lượng sản phẩm hàng hóa sản xuất ra. Quy mô sản xuất – kinh doanh có những tác động nhất định đến hoạt động sản xuất – kinh doanh, hay cơ hội mở rộng hoạt động sản xuất – kinh doanh của chủ thể. Vì vậy, nếu xác định quy mô đúng với năng lực và mục tiêu thì sẽ đạt hiệu quả kinh tế tối ưu.

2.1.3. Giá bán, doanh thu, lợi nhuận

Giá bán được quyết định bởi đặc tính và cấp độ của chất lượng sản phẩm, đặc điểm thị trường, đối tượng khách hàng và giá bán sẽ quyết định hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh của chủ thể.

Doanh thu trong sản xuất nông nghiệp là tổng giá trị các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được sản xuất và tiêu thụ trong một thời kỳ nhất định.

Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa doanh thu và chi phí, là mục tiêu cuối cùng của hoạt động sản xuất - kinh doanh của các chủ thể.

2.2. Triển khai sản xuất, kinh doanh theo các mục tiêu đã định

Để triển khai tổ chức sản xuất – kinh doanh, cần xây dựng kế hoạch sản xuất - kinh doanh để đạt được các mục tiêu đã đặt ra, bao gồm một số nội dung chủ yếu như sau:

- Sử dụng nguyên vật liệu đầu vào: chất lượng và chủng loại cây giống, con giống, phân bón, thức ăn, nước uống, nước tưới, phòng chống sâu bệnh, chăm sóc vật nuôi, chủng loại đất đai, ... để đảm bảo tiêu chuẩn về sản lượng và chất lượng nông sản.

- Sử dụng lao động: đảm bảo làm đúng cách và hiệu quả, bao gồm lựa chọn và đào tạo lao động, phân công và giám sát công việc.

- Đầu tư trang thiết bị, công nghệ và áp dụng quy trình sản xuất: là yếu tố quan trọng của quá trình sản xuất – kinh doanh, trang thiết bị công nghệ được phân chia thành nhiều công đoạn khác nhau của quá trình sản xuất – kinh doanh. Tuỳ thuộc yêu cầu của quá trình sản xuất - kinh doanh để lựa chọn thiết bị và công nghệ phù hợp. Mặt khác, khi có trang thiết bị công nghệ, cũng sẽ áp dụng quy trình sản xuất phù hợp.

- Sản xuất thử sản phẩm và hoàn thiện sản phẩm: công đoạn này rất cần thiết để thực hiện thăm dò phản ứng của thị trường với sản phẩm, từ đó điều chỉnh để hoàn thiện sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu thị trường.

- Thu hoạch, sơ chế, chế biến: Thu hoạch, sơ chế, chế biến là những khâu cuối cùng của quá trình sản xuất. Công đoạn này ảnh hưởng đến sản lượng, chất lượng sản phẩm và giá trị hàng hoá. Thu hoạch là quá trình gom góp, tập trung sản phẩm của các loại cây trồng, vật nuôi trong sản xuất nông nghiệp. Để đảm bảo số lượng và chất lượng của nông sản, phải tiến hành thu hoạch đúng độ chín, nhanh gọn và cẩn thận. Sơ chế, chế biến là quá trình ứng dụng khoa học kỹ thuật

công nghệ để biến đổi các mặt hàng nông sản thành thực phẩm, hoặc sản phẩm ở dạng khác, qua đó nâng cao giá trị sử dụng và phù hợp với nhu cầu của thị trường.

- Bảo quản, đóng gói, thiết kế nhãn hiệu: Đóng gói nhằm bảo vệ giá trị sử dụng của hàng hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho việc bảo quản, vận chuyển, xếp dỡ và tiêu thụ sản phẩm. Nhãn hiệu sản phẩm bao gồm tên và mã số sản phẩm, mô tả về thành phần nguyên liệu thô, nhà cung cấp sản phẩm và nơi sản xuất, hướng dẫn sử dụng, ...

2.3. Tiêu thụ nông sản

Tiêu thụ nông sản là việc bán sản phẩm cho người mua. Để tiêu thụ nông sản, cần xác định đặc điểm của khách hàng, biết và hiểu được đối thủ cạnh tranh, phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của chủ thể để sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của mình. Đây là cơ sở quan trọng để xác định giá bán phù hợp với sản phẩm và thị trường; lựa chọn các kênh phân phối cùng với các biện pháp kỹ thuật hỗ trợ bán hàng phù hợp.

Ví dụ, nông dân có thể xem một sản phẩm cùng loại để phân tích chất lượng sản phẩm, nhãn mác, giá cả, khả năng phân phối, các hoạt động quảng bá,... của đối thủ cạnh tranh hiện có trên thị trường, rút ra những ưu điểm, nhược điểm so với đối thủ, từ đó cải tiến, hoàn thiện sản phẩm và nâng cao khả năng cạnh tranh.

2.4. Tái sử dụng các nguồn lực cho chu kỳ sản xuất tiếp theo

Hoạt động sản xuất, kinh doanh của chu kỳ trước có hiệu quả là nguồn lực quan trọng để tái đầu tư sản xuất, kinh doanh cho chu kỳ tiếp theo. Trên cơ sở tổng kết, đánh giá kết quả hoạt động sản xuất của kỳ trước, sẽ có những điều chỉnh về các hoạt động sản xuất – kinh doanh cho kỳ tiếp theo về các nội dung, như: chủ động về vật tư, nguyên liệu đầu vào như giống, phân bón, các vật tư nông nghiệp khác để giảm rủi ro về biến động giá cả, kế hoạch hợp tác liên kết sản xuất để gia tăng hiệu quả kinh tế. Ví dụ, tận dụng rơm rạ làm nguyên liệu trồng nấm, ủ thành phân hữu cơ để bón cho vụ lúa tiếp theo hoặc các cây trồng khác, ...

II. SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP ĐA GIÁ TRỊ

1. Khái niệm và nội dung cơ bản của nông nghiệp đa giá trị

1.1. Một số khái niệm

- Giá trị sản phẩm: Giá trị sản phẩm là tất cả những lợi ích mà khách hàng có thể nhận được khi mua sản phẩm, dịch vụ nào đó. Nó bao gồm cả lợi ích hữu hình và vô hình, lợi ích vật chất và tinh thần, lợi ích cơ bản và bổ sung, ...

- Giá trị sử dụng của sản phẩm: Giá trị sử dụng của một sản phẩm là tính chất có ích, công dụng của sản phẩm đó có thể thỏa mãn một nhu cầu nào đó cho việc sản xuất hoặc cho sự tiêu dùng cá nhân. Giá trị sử dụng được quyết định bởi những thuộc tính tự nhiên và những thuộc tính mà con người hoạt động tạo ra cho nó.

- Nông nghiệp đa giá trị là tạo ra giá trị gia tăng tối ưu trên một đơn vị diện tích canh tác, dựa trên khai thác hiệu quả các nguồn lực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, kết tinh tài nguyên bản địa và cả những bản sắc văn

hoá - xã hội, tạo thành thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp.

1.2. Lợi ích của sản xuất nông nghiệp đa giá trị

- Tạo ra lợi ích kinh tế:

+ Ngành nông nghiệp tạo ra nông sản cung cấp tiêu dùng và cung ứng cho ngành công nghiệp chế biến, góp phần gia tăng giá trị sản xuất của ngành nông nghiệp.

+ Mang lại lợi nhuận cao cho người sản xuất.

+ Tạo ra việc làm cho lao động ở nông thôn, góp phần phát triển nông thôn bền vững.

+ Sử dụng các nguyên liệu bản địa.

- Bảo vệ môi trường:

+ Sản xuất nông nghiệp đa giá trị cần phải đảm bảo tính bền vững, đó là việc sử dụng tài nguyên tự nhiên, tránh lạm dụng thuốc hóa học, bảo vệ môi trường, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và duy trì cân bằng sinh thái. Những tài nguyên thiên nhiên, như: đất, nước, đa dạng sinh học, và khoáng sản cần được quản lý và sử dụng có hiệu quả. Giảm lãng phí thực phẩm là một nội dung cần quan tâm, do đó, việc tìm ra các cách để sử dụng phụ phẩm, phế phẩm và chất thải trong quá trình sản xuất, chế biến thực phẩm càng nhiều càng tốt, nhằm giảm chất thải ra môi trường, tiết kiệm chi phí sản xuất.

- Phát huy giá trị văn hóa - xã hội:

+ Đối với người tiêu dùng:

Sản xuất nông nghiệp bền cạnh cung cấp nông sản đa dạng, chất lượng cao và một hệ sinh thái bền vững, còn bảo đảm khả năng và quyền tiếp cận của người dân đối với lương thực, thực phẩm an toàn, chất lượng, bảo đảm dinh dưỡng và minh bạch.

Nông sản, sản phẩm làng nghề, sản phẩm du lịch nông thôn là sự kết tinh giữa tài nguyên bản địa, nguyên liệu địa phương, bản sắc văn hoá – xã hội với kỹ thuật, công nghệ chế biến hiện đại. Ví dụ, OCOP chính là sản phẩm được kết tinh yếu tố bản sắc, giá trị văn hóa, tính nhân văn của từng vùng, miền.

Trích phát biểu của Bộ trưởng Bộ NN&PTNT Lê Minh Hoan: “Người tiêu dùng khi tiếp cận những nông sản, hay các sản phẩm nông nghiệp không chỉ bằng giá cả, bằng chất lượng, mà còn bởi các quy trình canh tác có bị tác động tới môi trường thiên nhiên, đa dạng sinh học hay không, có gây hiệu ứng nhà kính, biến đổi khí hậu hay không, kể cả trong lĩnh vực trồng trọt, thủy sản... Người tiêu dùng cũng quan tâm sản phẩm có được trồng ở những khu vực tác động đến thiên nhiên hoặc trồng ở những vùng đất là các khu rừng bị tàn phá hay không? Đối với cà phê và hạt điều, người ta sẽ truy xuất nguồn gốc trồng ở đâu, nơi đó có phải do phá rừng để lấy tài nguyên đất đai để canh tác nông nghiệp hay không?” (Hồng Kiều, 2023).

+ Đối với người sản xuất:

Sản xuất nông nghiệp đa giá trị đảm bảo vị thế của nông dân, tạo ra việc làm cho nông dân và giúp gia tăng lợi nhuận cho họ. Đồng thời, khi nông dân tổ chức sản xuất đa giá trị thì đời sống tinh thần ngày càng được nâng cao.

+ Đối với cộng đồng địa phương:

Xây dựng các mô hình sản xuất phù hợp với tập quán, nền văn hoá của địa phương sẽ góp phần phát triển sản xuất bền vững, tạo được sự gắn kết của cộng đồng địa phương, duy trì sự ổn định và giúp cho cộng đồng phát triển.

Việc bảo vệ môi trường, bảo vệ cảnh quan thiên nhiên trong quá trình sản xuất nông nghiệp sẽ góp phần phát triển các ngành dịch vụ và du lịch nông thôn, góp phần bảo tồn di sản văn hóa, lưu giữ hồn cốt làng quê, phát triển các sản phẩm mang đặc trưng vùng, miền. Xây dựng nông thôn thành vùng quê văn minh, là nơi đáng sống, để họ “ly nông bất ly hương”, tránh làn sóng di dân từ nông thôn ra thành thị, gây ra các tiềm ẩn cho xã hội, như: thiếu hụt lao động nông thôn, thất nghiệp ở thành thị.

2. Nội dung sản xuất nông nghiệp đa giá trị

Sản xuất nông nghiệp tích hợp đa giá trị là một hướng đi mới trong sản xuất nông nghiệp, với mục tiêu không chỉ là cung cấp sản lượng nông sản, mà còn gia tăng giá trị kinh tế, bảo vệ môi trường và phát huy các giá trị văn hoá - xã hội.

2.1. Sản xuất nông nghiệp mang lại nhiều giá trị kinh tế

2.1.1. Đa dạng hoá sản phẩm

Đa dạng hóa sản phẩm, không chỉ tập trung vào một sản phẩm chính, mà còn cung cấp các sản phẩm phụ và sản phẩm chế biến để tạo ra giá trị tăng thêm cho sản phẩm.

Ví dụ: Người nông dân trồng lúa, ngoài sản phẩm chính là lúa, thì còn có thể thu hoạch rơm rạ để ủ phân hữu cơ, làm nguyên liệu trồng nấm, xay bột ép thành viên nén phục vụ tưới ẩm.

2.1.2. Sơ chế, chế biến sâu

Sơ chế, chế biến nhằm biến đổi nông sản thành thực phẩm, hoặc sản phẩm dưới dạng khác, đa dạng mặt hàng, giảm rủi ro do phải tiêu thụ sản phẩm thô, từ đó nâng cao giá trị sử dụng, phù hợp với nhu cầu thị trường.

Hoạt động sơ chế, chế biến thúc đẩy nền nông nghiệp hàng hóa phát triển, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá, góp phần tạo ra công ăn việc làm cho lao động.

Ví dụ: quá trình xay xát lúa tạo ra cám làm thức ăn chăn nuôi, chế biến thành dầu gạo, tạo ra tấm; hoặc từ gạo có thể chế biến tiếp để tạo ra các sản phẩm khác có giá trị cao hơn, như: bột làm bánh, bún, phở, hủ tiếu, ...

2.1.3. Ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất kinh doanh nông sản

Ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số trong các khâu của quá trình sản xuất bắt đầu từ tiếp cận thông tin thị trường đến tiếp cận các yếu tố đầu vào, nhật ký sản xuất điện tử, truy xuất nguồn gốc và thương mại điện tử.

Thay vì chỉ bán nông sản đơn thuần, người nông dân chuyển sang bán cả quá trình sản xuất nông sản, qua đó tạo ra giá trị vô hình bằng cách cung cấp nhiều thông tin và tiện ích cho khách hàng, góp phần tăng giá bán cao hơn, lợi nhuận thu được nhiều hơn.

Nông dân có thể sử dụng sàn thương mại điện tử để tiếp cận với nhiều khách hàng hơn, mở rộng được thị trường, giảm các chi phí trung gian không cần thiết, qua đó giảm rủi ro trong khâu bảo quản, tiêu thụ, từ đó tăng được lợi nhuận.

2.1.4. Xây dựng thương hiệu

Thực hiện nội dung này cần tích hợp đa giá trị văn hoá - xã hội, khai thác nguồn tài nguyên bản địa, giá trị văn hoá để xây dựng thương hiệu cho nông sản.

Mỗi loại nông sản có sự khác biệt riêng, trước hết phụ thuộc vào giống. Việc lựa chọn giống cây trồng và vật nuôi bản địa có giá trị cao, giống có năng suất, chất lượng cao, chống chịu được dịch bệnh, thích ứng với biến đổi khí hậu để tạo nên một sản phẩm có thương hiệu riêng. Đồng thời, việc sản xuất sản phẩm đạt chuẩn (Gap, hữu cơ, ...), an toàn thực phẩm gắn với thị trường cụ thể, cũng là cách tạo cho khách hàng tin tưởng.

Ngoài ra, người sản xuất cần tập trung chú trọng các khâu thiết kế bao bì, tên gọi cho sản phẩm, tạo ra các đặc điểm nhận diện sản phẩm như màu sắc bao bì, biểu tượng (logo), khẩu hiệu (slogan).

2.2. Sản xuất nông nghiệp có giá trị bảo vệ môi trường

Trong sản xuất nông nghiệp có giá trị môi trường, cần chú trọng hai nội dung quan trọng. Thứ nhất, nông dân cần giảm thiểu thâm dụng đầu vào và các tác động xấu đến môi trường. Ví dụ: nông dân thực hiện trồng lúa theo kỹ thuật “một phải, năm giảm”. Thứ hai, các phụ phẩm, phế phẩm được tái sử dụng. Ví dụ: rơm dùng để trồng nấm, làm đệm lót... Thứ ba, chất thải ra môi trường được sử dụng lại cho quá trình sản xuất. Ví dụ: mô hình vườn, ao, chuồng sử dụng nước thải chăn nuôi.

2.3. Sản xuất nông nghiệp kết hợp khai thác và tích hợp giá trị văn hoá bản địa

Khi tổ chức sản xuất, kinh doanh, cần chú trọng việc khai thác tài nguyên văn hoá bản địa của vùng, miền để phát triển các sản phẩm du lịch nông thôn kết hợp với tham quan di sản văn hóa, mua sắm các sản phẩm làng nghề thủ công truyền thống mang đậm giá trị văn hóa lâu đời và sự sáng tạo của những nghệ nhân địa phương.

Hiện nay, phát triển du lịch nông thôn đã góp phần tạo sinh kế và tăng thu nhập cho cư dân nông thôn, duy trì được ngành nghề truyền thống, phát triển các hoạt động dịch vụ hỗ trợ cho du lịch, tạo việc làm tại chỗ, góp phần thay đổi cơ

cầu lao động nông thôn, khuyến khích người dân nâng cấp, đầu tư hoàn thiện nhà ở, cơ sở vật chất tiếp đón khách du lịch, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, giữ gìn cảnh quan xanh, sạch, đẹp tại điểm du lịch, tạo lối sống văn minh, lành mạnh và tăng cường mối quan hệ giữa các thành viên trong cộng đồng, góp phần đảm bảo an ninh, trật tự xã hội. Phát triển du lịch sẽ tác động lan tỏa tới các ngành kinh tế khác, đặc biệt là thương mại, dịch vụ, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao chất lượng đời sống vật chất và tinh thần của người dân nông thôn.

Tổ chức sản xuất nông nghiệp đa giá trị là một hướng đi mới và sáng tạo trong sản xuất nông nghiệp, mang lại nhiều lợi ích cho nông dân, người tiêu dùng và môi trường. Tuy nhiên, tùy theo năng lực sản xuất, kinh doanh của chủ thể để quyết định lựa chọn mô hình sản xuất, kinh doanh phù hợp nhằm mang lại hiệu quả cao nhất.

Ví dụ: Mô hình tổ chức sản xuất - kinh doanh tích hợp đa giá trị của sản phẩm chè Shan Tuyết

Bảng 3.1. Các cấp độ giá trị của chè Shan Tuyết

Cấp độ 1: Giá trị cốt lõi của sản phẩm	- Dùng làm thức uống giải nhiệt
Cấp độ 2: Phân cụ thể của sản phẩm	
Đa dạng sản phẩm nhờ thay đổi cách thu hoạch	<ul style="list-style-type: none"> - Một (1) đợt trà ở trên cọng non dùng để chế biến thành Trà đỉnh - Một (1) búp non đến 3 lá dùng để chế biến thành Trà búp - Đợt trà thêm 2 lá non liền kề dùng để chế biến thành Trà móc câu
Thay đổi cách chế biến (lên men) để tạo ra nhiều chủng loại trà	<ul style="list-style-type: none"> - Trà xanh - Trà đen - Hồng trà - Bạch trà
Thay đổi cách đóng gói để phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau	<ul style="list-style-type: none"> - Các hàng quán dùng số lượng nhiều, uống hàng ngày: Đóng gói đơn giản, khối lượng mỗi gói nhiều - Quà biếu, tặng: Trang trí đẹp, đóng gói cao cấp, hút chân không, mang tính nghệ thuật (ướp vào hoa sen tươi bảo quản lạnh)
Tận dụng phụ phẩm, phế phẩm trong quá trình thu hoạch, chế biến trà	- Ủ thành phân hữu cơ, góp phần gia tăng độ dinh dưỡng cho đất và môi trường trong lành phục vụ sản xuất trà hữu cơ, tiết kiệm chi phí sản xuất trà.

Cấp độ 3: Sản phẩm gia tăng	
Ứng dụng công nghệ số	- Ứng dụng công nghệ Blockchain để truy xuất nguồn gốc, ghi nhật ký sản xuất tạo ra sản phẩm “Cây trà của tôi” để bán cho khách hàng trong thời gian 5 năm
Dùng ống tre để làm hộp đựng trà	- Sử dụng nguyên liệu bản địa, tạo thêm việc làm cho người dân địa phương, giúp phát triển cộng đồng bền vững
Chứng nhận OCOP	- Thêm câu chuyện về cây trà và dân bản địa (trà Shan Tuyết gắn với dân tộc người Dao Đỏ vùng Hoàng Su Phì: Với độ cao trung bình 1.300m so với mực nước biển, quanh năm sương mù bao phủ. Cây trà sinh trưởng và phát triển hoàn toàn tự nhiên bởi tinh hoa đất trời)
Cấp độ 4: Sản phẩm tiềm năng	
Ứng dụng khoa học công nghệ để thay đổi chức năng	- Chế biến trà thành dược phẩm, mỹ phẩm
Du lịch cộng đồng	- Thương thức trà, mặc trang phục dân tộc chụp hình vườn trà, xem lễ hội dân tộc, cách sống của dân bản địa, thức ăn bản địa...) - Quảng bá, tiêu thụ nhiều đặc sản khác của địa phương - Tăng thu nhập, giao tiếp với khách du lịch - Gia tăng hiểu biết, nâng cao đời sống, giảm phá rừng, thêm yêu thương tài nguyên thiên nhiên

III. SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP TUẦN HOÀN

1. Khái niệm và sự cần thiết của nông nghiệp tuần hoàn

1.1. Một số khái niệm nông nghiệp tuần hoàn

Nông nghiệp tuần hoàn là nền nông nghiệp áp dụng các nguyên tắc của kinh tế tuần hoàn vào thực hành sản xuất - kinh doanh, phân phối và tiêu dùng các sản phẩm nông nghiệp. Theo đó, chu trình sản xuất là khép kín, các chất thải được quay trở lại, trở thành nguyên liệu cho sản xuất, từ đó giảm mọi tác động tiêu cực đến môi trường, hệ sinh thái và sức khỏe con người.

1.2. Sự cần thiết phải phát triển nông nghiệp tuần hoàn

Trong quá trình phát triển của loài người, ban đầu, do dân số ít, nhu cầu còn thấp nên canh tác tự nhiên có thể đáp ứng. Tuy nhiên, dân số ngày càng đông, nhu cầu về lương thực, thực phẩm ngày càng nhiều, do đó, con người phải tìm cách tăng sản lượng cây trồng, vật nuôi bằng cách tăng sử dụng phân bón, chất kích thích tăng trưởng, thuốc trừ sâu và sử dụng tối đa tài nguyên thiên nhiên,...

Mô hình kinh tế lạm dụng tài nguyên đã làm hệ sinh thái thay đổi đáng kể và ảnh hưởng bất lợi đến sự sinh tồn của con người. Những thay đổi bất lợi của thiên nhiên yêu cầu con người phải thay đổi từ sản xuất nông nghiệp lạm dụng tài nguyên và thiếu trách nhiệm với môi trường, sang các mô hình sản xuất nông nghiệp bền vững, an toàn, phù hợp với quy luật tự nhiên, thân thiện với môi trường, như: nông nghiệp tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái, ...

Bằng cách sản xuất nông nghiệp tuần hoàn, người sản xuất có thể tiết kiệm chi phí và gia tăng lợi nhuận thông qua việc tái chế các phụ phẩm, sản phẩm có giá trị cao hơn trên thị trường do an toàn và có chất lượng cao, ...

2. Một số mô hình nông nghiệp tuần hoàn ở Việt Nam

Theo khái niệm nông nghiệp tuần hoàn, mô hình nông nghiệp tuần hoàn chính sẽ mang đầy đủ các nội hàm. Mỗi mô hình dưới đây, tùy theo mức độ hoàn chỉnh, sẽ mang một hoặc một số hoặc đầy đủ các nội hàm của mô hình nông nghiệp tuần hoàn.

2.1. Các mô hình nông nghiệp tuần hoàn đã và đang thực hiện

- Mô hình Vườn - Ao - Chuồng
- Chuồng - Biogas (VACB), Vườn - Ao - Chuồng - Rừng (VACR)
- Mô hình Lúa - Tôm, Lúa - Cá
- Mô hình trồng lúa - trồng nấm - sản xuất phân hữu cơ - trồng cây ăn quả.
- Mô hình sản xuất phân hữu cơ từ chất thải nông nghiệp.
- Mô hình sản xuất tổng hợp bò - trùn quế - cỏ/ngô - gia súc, gia cầm - cá.
- Mô hình chăn nuôi an toàn sinh học 4F (Farm-Food-Feed-Fertilizer: trồng trọt - thực phẩm - chăn nuôi - phân bón).
- Sử dụng vỏ trấu lọc nước.
- Dùng bã mía lọc nước thải chăn nuôi.
- Mô hình “vòng tuần hoàn xanh” trong các trang trại bò sữa, vv...

2.2. Kết quả một số nghiên cứu về tiềm năng tận dụng phụ phẩm trong nông

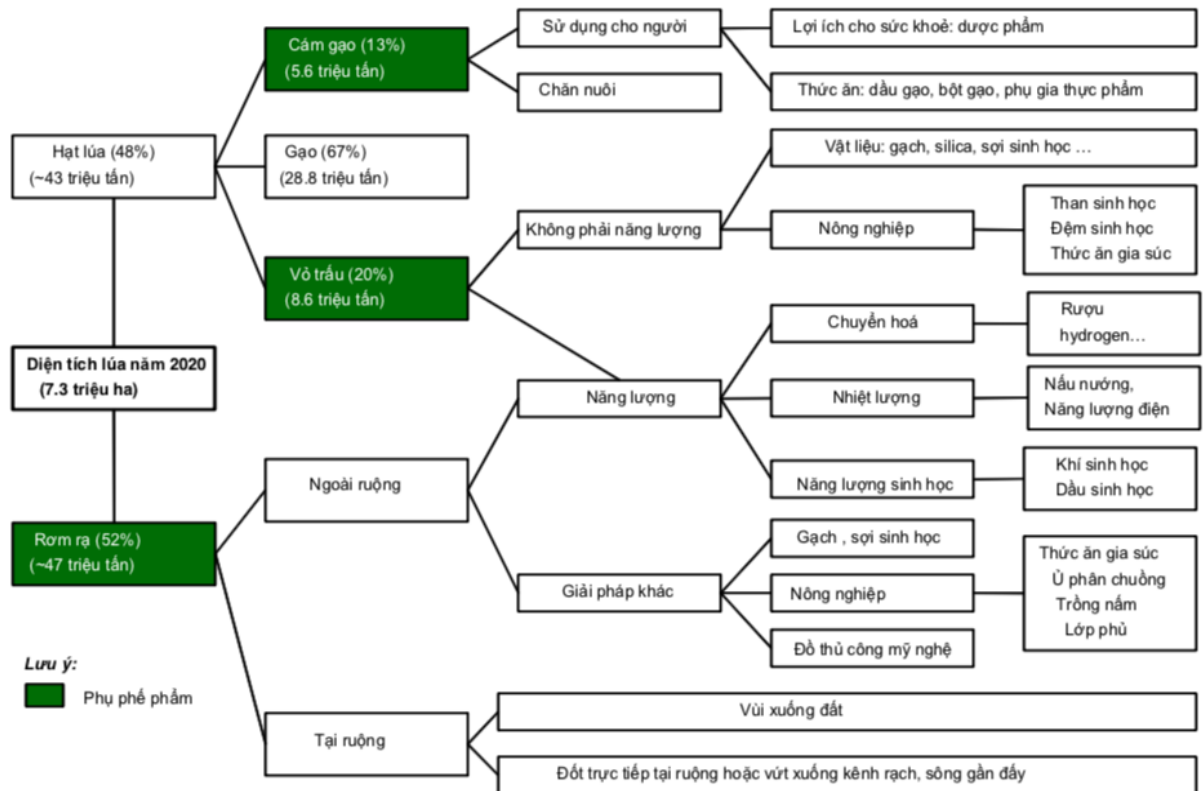
Bảng 3.2 dưới đây trình bày tiềm năng phụ phẩm nông nghiệp của Việt Nam.

Bảng 3.2. Tiềm năng phụ phẩm nông nghiệp của Việt Nam

	Lúa	Tôm	Cá tra	Trái cây *	Chăn nuôi **
Tổng sản lượng (tấn)	43.448.200	889.840	1420.000	8.800.000	5.313.000
Khối lượng phụ phẩm ước tính	47 triệu tấn rơm rạ, 8,6 triệu tấn tro trấu, 5,6 triệu tấn cám	35% trọng lượng tôm ước đạt 314.944 triệu tấn	70% trọng lượng cá ước đạt 994.00 tấn	50% trọng lượng quả ước đạt 4.400.000 tấn	74.639.000 tấn chất thải
Dạng phụ phẩm	Rơm, rạ, trấu, cám gạo	Vỏ tôm, đầu tôm, nước thải, bùn thải	Da, đầu, xương, mỡ, nước thải, bùn thải	Vỏ, cùi, hạt, phần dư thừa để chế biến, lá và thân cây	Chất thải, máu, xương, lông
Sản phẩm chế biến từ phụ phẩm	Phân bón sinh học, thức ăn chăn nuôi, giá thể trồng nấm, đệm lót sinh học, đồ thủ công mỹ nghệ	Chiết suất (Chitosan, Peptide), thực phẩm, thức ăn chăn nuôi, đầu tôm, phân bón, năng lượng tái tạo	Chiết suất (Collagen, Gelatin, enzyme), phân bón, dầu cá, thức ăn chăn nuôi, năng lượng tái tạo	Phân bón, than sinh học, dược phẩm thực phẩm	Năng lượng tái tạo, phân bón, thực phẩm chăn nuôi

Nguồn: Nguyễn Minh Tú (2022)

** Bao gồm nho, xoài, cam quýt, nhãn, vải và chôm chôm; ** Bao gồm lợn, trâu bò, gia cầm.*



Hình 3.1. Tiềm năng phụ phẩm chuỗi lúa gạo ĐBSCL

Nguồn: Nguyễn Minh Tú (2022)

3. Nội dung sản xuất nông nghiệp tuần hoàn

3.1. Xác định phụ phẩm, phế phẩm, chất thải của chu kỳ sản xuất trước

Quá trình sản xuất, thu hoạch, sử dụng thực phẩm sẽ tạo ra các phụ phẩm, phế phẩm, chất thải khác nhau, như: phụ phẩm cây trồng, chất thải thực phẩm và động vật,... Ưu tiên hàng đầu là ngăn chặn lãng phí các phụ phẩm, phế phẩm, ngăn chặn chất thải. Các sản phẩm phụ không thể sử dụng ngay cho con người cần được tái chế trở lại hệ thống thực phẩm, ví dụ: chất thải lò mổ, phân động vật, các chất thải thực phẩm không tránh khỏi khác.

3.2. Sử dụng phụ phẩm, phế phẩm, chất thải vào chu kỳ sản xuất tiếp theo

Sau khi xác định được phụ phẩm, phế phẩm hay chất thải của chu kỳ trước, người nông dân căn cứ điều kiện, khả năng của mình để có thể sử dụng một, một số hay toàn bộ vào chu kỳ sau nhằm tái chế, tái sử dụng vào quá trình sản xuất để gia tăng giá trị và giảm thiểu chất thải ra môi trường.

Một số mô hình sản xuất nông nghiệp tuần hoàn điển hình và có hiệu quả đã được triển khai trong cả nước:

- Mô hình Vườn -Ao - Chuồng (VAC). Theo đó, Vườn là hoạt động trồng trọt, Ao là nuôi trồng thủy sản và Chuồng là chăn nuôi gia súc, gia cầm trong các hộ gia đình, trang trại. VAC đã tạo ra một mô hình sản xuất nông nghiệp tổng hợp, gắn kết trồng trọt với chăn nuôi, hạn chế chất thải. Hiện nay, mô hình VAC

đã được cải tiến phù hợp với trình độ phát triển của sản xuất nông nghiệp cũng như điều kiện sinh thái của từng vùng địa lý khác nhau, đó là: Vườn - Ao - Chuồng - Bioga (VACB); Vườn - Ao - Chuồng - Rừng (VACR) ở các tỉnh miền núi; Vườn - Ao - Hồ (VAH) ở các tỉnh miền Trung. Thực hiện mô hình VAC vừa đem lại hiệu quả kinh tế cao, vừa giúp giảm phát thải khí nhà kính. Nhất là mô hình VACB đã giúp quản lý chất thải nông nghiệp, sử dụng hợp lý phế, phụ phẩm nông nghiệp làm phân bón trả lại độ phì cho đất, xử lý an toàn chất thải động vật, tạo năng lượng tái sinh, tạo nguồn chất đốt phục vụ sinh hoạt, chống ô nhiễm môi trường và góp phần giảm phát thải, giảm hiệu ứng nhà kính.

Cách thức thực hiện mô hình VAC: Tùy theo năng lực và khả năng của từng hộ gia đình, mô hình VAC lúc đầu có thể thực hiện với quy mô nhỏ lẻ, góp phần bảo đảm an ninh lương thực, xóa đói giảm nghèo, tiến tới nhân rộng phát triển với các hình thức đã được cải tiến cùng những ứng dụng linh hoạt trong quá trình tổ chức sản xuất và kinh doanh tại nhiều hộ gia đình, trang trại, hợp tác xã, doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế lớn.



Hình 3.2. Mô hình VAC

- Mô hình “lúa - tôm”; “lúa - cá”. Mô hình “lúa - tôm” được áp dụng từ đầu những năm 2000 ở các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, mô hình “lúa - cá” được thực hiện ở các tỉnh vùng trũng, hay ngập úng ở các tỉnh đồng bằng sông Hồng. Trong mô hình này, khi nuôi tôm hoặc cá trong ruộng lúa, phân của tôm, cá và thức ăn còn dư (của tôm, cá) sẽ làm phân bón bổ sung dinh dưỡng cho cây lúa; ngược lại, khi gặt lúa xong, thả tôm, cá vào ruộng, gốc rạ, thóc rơi vãi trở thành nguồn thức ăn cho tôm, cá. Với mô hình luân canh này, hầu như cây trồng, vật nuôi không phải dùng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kháng sinh, tạo ra sản phẩm sạch và bảo vệ môi trường. Mô hình “lúa - tôm”, “lúa - cá” được triển khai trong thực tiễn đã giúp giảm dịch bệnh, giảm ô nhiễm môi trường, tạo sản phẩm an toàn, nhất là giúp nông dân nâng cao thu nhập gấp từ 5-10 lần trên cùng một đơn vị diện tích so với chỉ trồng lúa. Đến nay, mô hình này đang được cải biến thành mô

hình “lúa thơm - tôm sạch” và “lúa thơm - cá sạch”. Trong mô hình cải biến này, chất thải sau vụ nuôi tôm, cá là nguồn phân bón để sản xuất lúa thơm, đồng thời, kết hợp sử dụng nấm xanh để trừ sâu rầy trong canh tác lúa thơm hữu cơ. Khi vùng nuôi tôm liên kết với nhà máy chế biến tôm thì vỏ tôm được tận dụng để sản xuất chitin (chất có tác dụng giúp kéo dài thời gian bảo quản rau quả, thịt; phụ gia dùng trong chế biến một số đồ uống), qua đó, tận dụng phụ phẩm, phế phẩm trong nuôi trồng thủy sản, nâng cao hiệu quả kinh tế, giảm thiểu tối đa tác động xấu đến môi trường, hệ sinh thái, cộng đồng dân cư.

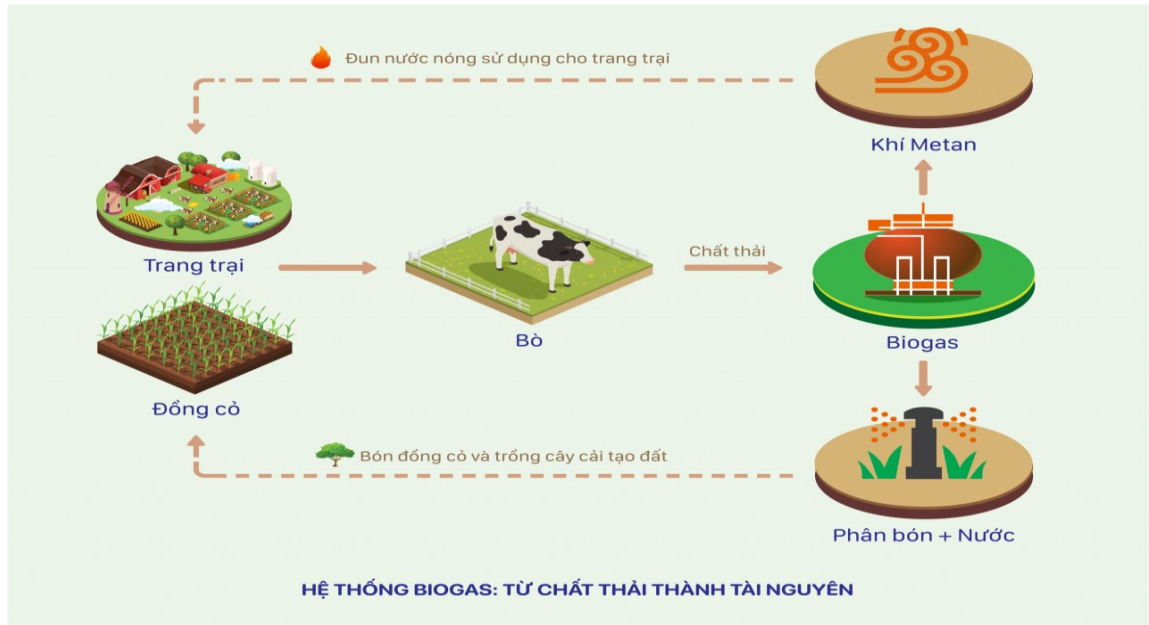


Hình 3.3. Mô hình lúa – tôm, lúa - cá

- Mô hình chăn nuôi an toàn sinh học 4F (Farm-Food-Feed-Fertilizer: trồng trọt - thực phẩm - chăn nuôi - phân bón): Có thể coi đây là mô hình kinh tế tuần hoàn đúng nghĩa đầu tiên trong nông nghiệp được ra mắt ngày 17-8-2020 của Tập đoàn Quế Lâm. Mô hình là chu trình sản xuất khép kín, gồm: chăn nuôi lợn hữu cơ, sản xuất các chế phẩm sinh học, sản xuất thức ăn chăn nuôi hữu cơ và sản xuất phân bón vi sinh. Trong mô hình này, chất thải trong trang trại được thu gom và xử lý để sản xuất phân bón hữu cơ vi sinh phục vụ trồng trọt, tạo thành quy trình sản xuất nông nghiệp khép kín từ chăn nuôi đến trồng trọt, từ cây đến đất. Thực hiện mô hình chăn nuôi an toàn sinh học 4F vừa tăng hiệu quả kinh tế, phòng ngừa dịch bệnh, vừa góp phần bảo vệ môi trường sinh thái và giảm phát thải khí nhà kính.

- Mô hình “vòng tuần hoàn xanh” trong các trang trại bò sữa: Đây là mô hình chăn nuôi được Công ty Vinamilk áp dụng để phát triển trang trại bò sữa thân thiện với môi trường. Trong mô hình chăn nuôi này, Vinamilk đã xây dựng và vận hành hệ thống trang trại bò sữa theo tiêu chuẩn quốc tế (Global GAP) và tiêu chuẩn hữu cơ châu Âu (EU Organic). Trong các trang trại bò sữa, Vinamilk thực hiện quy trình chăn nuôi khép kín: từ làm đất, trồng cỏ, chăm sóc bò đến xử lý

chất thải để tạo “vòng tuần hoàn xanh”. Nhờ công nghệ biogas, chất thải gia súc được xử lý để tiếp tục bón cho đồng cỏ, cải tạo đất và một phần khác được biến đổi thành khí metan dùng để đun nước nóng dùng cho hoạt động của trang trại. Việc tái tạo và tái sử dụng năng lượng vừa mang lại hiệu quả về kinh tế, vừa giảm thiểu đáng kể lượng phát thải CO₂, thích ứng với biến đổi khí hậu.



Hình 3.4. Mô hình “vòng tuần hoàn xanh”

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, giá cả vật tư nông nghiệp, thức ăn chăn nuôi tăng cao, thì sản xuất nông nghiệp tuần hoàn là một giải pháp hợp lý nhằm giảm chi phí đầu vào, nâng cao hiệu quả kinh tế cho người sản xuất, đảm bảo phát triển nông nghiệp bền vững. Tùy theo năng lực sản xuất, chủ thể có thể sẽ lựa chọn mức độ tuần hoàn phù hợp nhằm mang lại hiệu quả tốt nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 1342/QĐ-BNN-TCCB ngày 12/4/2022. Chương trình bồi dưỡng nông nghiệp tuần hoàn.
2. Nguyễn Minh Tú (2022), Kinh tế tuần hoàn trong nông nghiệp – Tiềm năng từ tận dụng phụ phẩm và các mô hình nông nghiệp kết hợp, Viện nghiên cứu kinh tế tuần hoàn – Đại học quốc gia TP.HCM.
3. Nguyễn Xuân Hồng (2020), Cơ sở thực tiễn và động lực thúc đẩy phát triển nông nghiệp tuần hoàn Việt Nam: Kinh tế VAC, Truy cập từ <https://kinhtenongthon.vn/co-so-thuc-tien-va-dong-luc-thuc-day-phat-trien-nong-nghiep-tuan-hoan-tai-viet-nam-kinh-te-vac-post38469.html>
4. Minh Huệ (2020), Mô hình “tôm - lúa” thu nhập hấp dẫn, vì sao Trung tâm Khuyến nông quốc gia cảnh báo không làm ồ ạt? Truy cập từ <https://danviet.vn/mo-hinh-tom-lua-thu-nhap-hap-dan-vi-sao-trung-tam-khuyen-nong-quoc-gia-can-bao-khong-lam-o-at-2020082716231797.htm>

5. Vũ Mưa (2020), Xây dựng mô hình “lúa thơm - cá sạch”, Truy cập từ <https://thuysanvietnam.com.vn/xay-du%CC%A3ng-mo-hinh-lua-thom-ca-sa%CC%A3ch/>

6. Vũ Bá Quan (2020), Sản xuất tuần hoàn - nội dung mới trong tái cơ cấu nông nghiệp, Truy cập từ <https://soctrang.dcs.vn/Default.aspx?sname=tinhuy&sid=4&pageid=469&catid=54386&id=285891&catname=Kinh-te&title=San-xuat-tuan-hoan---noi-dung-moi-trong-tai-co-cau-nong-nghiep>

7. Cao Tiến (2020), Ra mắt “Tổ hợp chăn nuôi an toàn sinh học 4F” đầu tiên tại Việt Nam, Truy cập từ <https://news.baodansinh.vn/ra-mat-to-hop-chan-nuoi-an-toan-sinh-hoc-4f-dau-tien-tai-viet-nam-2020071815532931.htm>

8. X.H (2020), Vinamilk vận dụng kinh tế tuần hoàn phát triển trang trại bò sữa thân thiện với môi trường, Truy cập từ <https://baodautu.vn/vinamilk-van-dung-kinh-te-tuan-hoan-phat-trien-trang-trai-bo-sua-than-thien-voi-moi-truong-d130347.html>

9. Lê Minh Hoan (2021). Nền nông nghiệp cần phát triển tích hợp đa giá trị, truy cập từ <https://nongnghiep.vn/nen-nong-nghiep-can-phat-trien-tich-hop-da-gia-tri-d304454.html>

10. Hồng Kiều (2023), Bộ trưởng Lê Minh Hoan: Điểm nhấn vai trò kiến tạo không gian thị trường cho nông nghiệp, Truy cập từ <https://mega.vietnamplus.vn/bo-truong-le-minh-hoan-diem-nhan-vai-tro-kien-tao-khong-gian-thi-truong-cho-nong-nghiep-5347.html>

CHUYÊN ĐỀ 4 ỨNG DỤNG CHUYÊN ĐỔI SỐ TRONG NÔNG NGHIỆP

I. KHÁI QUÁT VỀ CHUYÊN ĐỔI SỐ TRONG SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

1. Một số khái niệm liên quan

1.1. Khái niệm chuyên đổi số

Trong những năm gần đây, cụm từ “chuyên đổi số” được nhắc đến nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng, trong hoạt động của các cơ quan, đơn vị và trong đời sống Nhân dân. Chuyên đổi số là gì? Bắt nguồn từ đâu? Bản chất, nội dung của nó như thế nào? Tất cả những câu hỏi đó là mối quan tâm chung của nhiều tổ chức, cá nhân khi tìm hiểu về chuyên đổi số.

Khái niệm chuyên đổi số hình thành gắn liền với sự xuất hiện của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (gọi tắt là Cách mạng 4.0). Năm 2016, tại Hội nghị Davos, Thụy Sĩ, nội dung Cách mạng công nghiệp lần thứ tư chính thức được thảo luận. Dưới tác động của Cách mạng 4.0 nhiều mô hình tổ chức, quản lý xã hội mới xuất hiện, như: mô hình thành phố thông minh, mô hình làng thông minh, mô hình chính phủ thông minh. Đặc trưng cốt lõi của mô hình mới, đó là mọi hoạt động tổ chức, vận hành đều dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại (công nghệ 4.0). Ví dụ: trong mô hình thành phố thông minh, công nghệ đã thay con người điều tiết hoạt động giao thông công cộng; trong mô hình làng thông minh, nông dân sử dụng công nghệ làm cầu nối tiêu thụ nông sản mà không cần phải trực tiếp ra chợ; trong mô hình chính phủ thông minh, công chức ở nhà mà vẫn giải quyết được công việc của cơ quan.

Ý nghĩa của cuộc Cách mạng 4.0 mang lại cho xã hội, đó là: những ứng dụng công nghệ của cuộc cách mạng khi đưa vào thực tiễn cuộc sống giúp giải phóng sức lao động của con người, xóa bỏ khoảng cách về mặt địa lý, tăng cường kết nối giữa con người với con người, giữa con người với vạn vật nhằm phục vụ cho đời sống của con người ngày một tốt hơn.

Để đưa các thành tựu của cuộc Cách mạng 4.0 vào thực tiễn, biến nó thành tiện ích phục vụ cho đời sống xã hội, mọi tổ chức, cá nhân phải thực hiện một chuỗi các hoạt động cần thiết để đạt được mục tiêu đó, hoạt động đó gọi là chuyên đổi số. Bản chất của hoạt động chuyên đổi số là thay đổi nhận thức về cách sống, cách làm việc dựa trên nền tảng công nghệ số. Nhưng, quá trình thay đổi đó không diễn ra một cách đơn lẻ của một vài cá nhân, một vài bộ phận, một vài hoạt động, mà nó là sự thay đổi có tính chất bao trùm, tổng thể gắn với các yếu tố có liên quan. Do đó, “chuyên đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số”.

1.2. Khái niệm công nghệ số

Hiểu theo nghĩa rộng: công nghệ số là công nghệ xử lý tín hiệu số (được biểu thị dưới dạng nhị phân 0 và 1) hay công nghệ thông tin. Theo nghĩa này, công nghệ số là bước phát triển tiếp theo trong chu trình phát triển của công nghệ thông tin.

Hiểu theo nghĩa hẹp: công nghệ số là một trong ba công nghệ cơ bản tạo nên cuộc Cách mạng 4.0. Các công nghệ số cơ bản bao gồm: trí tuệ nhân tạo, internet kết nối vạn vật, chuỗi khối, cảm biến, dữ liệu lớn, điện toán đám mây...

1.3. Khái niệm chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

Chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của các chủ thể có liên quan đến hoạt động sản xuất - kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp dựa trên nền tảng công nghệ số, nhằm tạo ra một nền nông nghiệp hiện đại, hiệu quả gắn với mục tiêu phát triển bền vững. Nội hàm của khái niệm này được hiểu như sau:

Thứ nhất, đây là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện gắn với nhiều chủ thể có liên quan. Thay đổi tổng thể và toàn diện là thay đổi có tính hệ thống, bao gồm nhiều mặt, nhiều lĩnh vực có liên quan với nhau. Việc thay đổi đó phải thực hiện đồng thời gắn với nhiều chủ thể khác nhau cùng hướng tới một mối quan tâm chung. Ví dụ: để đưa được nông sản lên sàn thương mại điện tử, cần thiết phải có sự thay đổi trong nhận thức, hành động từ phía cơ quan quản lý nhà nước, người sản xuất và cả người tiêu dùng.

Thứ hai, quá trình thay đổi của các chủ thể dựa trên nền tảng công nghệ số. Nội dung này cần được hiểu ở góc nhìn rộng hơn, công nghệ số ở đây được hiểu là tổng hợp các nền tảng công nghệ 4.0. Ví dụ: ứng dụng máy bay không người lái phục vụ gieo sạ, phun thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình tổ chức sản xuất nông nghiệp là sự kết hợp giữa công nghệ số và công nghệ vật lý.

Thứ ba, nhằm tạo ra một nền nông nghiệp hiện đại, hiệu quả gắn với mục tiêu phát triển bền vững. Nền nông nghiệp hiện đại là nền nông nghiệp mà ở đó máy móc, công nghệ thay thế con người trong nhiều công đoạn sản xuất - kinh doanh. Nền nông nghiệp hiệu quả là nền nông nghiệp thu lại được kết quả tốt nhất với chi phí bỏ ra thấp nhất. Tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp gắn với mục tiêu phát triển bền vững nhằm hướng tới việc phát triển ổn định, hài hòa giữa ba yếu tố phát triển kinh tế, phát triển xã hội gắn với hoạt động bảo vệ môi trường.

2. Các hoạt động cơ bản của chuyển đổi số

2.1. Số hóa dữ liệu

Bản chất của hoạt động này là quá trình mã hóa dữ liệu bằng công nghệ số. Ví dụ: trước đây, thông tin căn cước công dân được lưu trữ trên các văn bản giấy, thì ngày nay, tất cả thông tin đó được tích hợp trong mã vạch; quá trình chuyển thông tin từ bản giấy lên mã vạch gọi là số hóa dữ liệu. Như vậy, về mặt bản chất, thông tin trên bản giấy và thông tin trên mã vạch là giống nhau, nhưng khác nhau ở hình thức lưu trữ.

2.2. Số hóa quy trình

Bản chất của hoạt động này là quá trình mã hóa quy trình làm việc bằng công nghệ số. Ví dụ: quy trình canh tác lúa của nông dân thường được thiết lập bởi các bước cơ bản, như: làm đất, xuống giống, phun thuốc, chăm sóc, thu hoạch, sơ chế, bảo quản, tiêu thụ; hoạt động mã hóa các bước trong quy trình này bằng công nghệ số được gọi là số hóa quy trình.

Trên thực tế, hoạt động số hóa quy trình thường được thực hiện bởi các đơn vị cung cấp sản phẩm công nghệ. Tuy nhiên, để số hóa quy trình mang lại hiệu quả, cần thiết phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa đơn vị cung cấp dịch vụ công nghệ và tổ chức, cá nhân có nhu cầu số hóa quy trình.

2.3. Chuyển đổi số

Chuyển đổi số là quá trình thay đổi nhận thức, hành động của các cá nhân, tổ chức dựa trên nền tảng công nghệ số. Bản chất của chuyển đổi số là xóa bỏ cái cũ, thiết lập cái mới bằng công nghệ của thời đại 4.0. Ví dụ: nông dân thay đổi thói quen bán nông sản cho thương lái chuyển sang hình thức bán hàng trên nền tảng thương mại điện tử.

3. Sự cần thiết phải chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

3.1. Xuất phát từ xu thế phát triển của hoạt động sản xuất - kinh doanh nông nghiệp trên thế giới

Thứ nhất, hầu hết các nước trên thế giới đang đẩy mạnh chuyển đổi số để tạo lợi thế cạnh tranh trong lĩnh vực sản xuất - kinh doanh nông nghiệp. Vì vậy, chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là xu thế tất yếu của thời đại.

Thứ hai, thị trường xuất khẩu nông sản đặt ra những yêu cầu ngày càng khắt khe về tính minh bạch thông tin nguồn gốc sản phẩm, các tiêu chuẩn chất lượng thường gắn với yêu cầu về công nghệ truy xuất nguồn gốc. Vì vậy, chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là nhu cầu thực tiễn khách quan.

3.2. Xuất phát từ những tồn tại, hạn chế trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp trong nước

Những tồn tại, hạn chế cơ bản trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp trong nước, bao gồm: yếu kém trong tìm kiếm, kết nối thông tin thị trường, tiêu thụ nông sản; quy trình tổ chức sản xuất - kinh doanh chưa tạo ra được bước đột phá trong việc cắt giảm chi phí, tăng năng suất, lợi nhuận và bảo đảm mục tiêu phát triển bền vững; hoạt động lưu trữ, khai thác thông tin, dữ liệu chưa đáp ứng được yêu cầu truy xuất nguồn gốc nông sản, chưa tạo được niềm tin cho khách hàng.

4. Cơ hội và thách thức đối với nông dân trong bối cảnh chuyển đổi số

4.1. Cơ hội

Chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là giải pháp giúp nông dân khắc phục được những tồn tại, hạn chế; từng bước nâng cao trình độ quản trị, tổ chức sản xuất - kinh doanh, nâng cao giá trị các mặt hàng nông sản,

tạo sức mạnh cạnh tranh trên thị trường nông sản trong nước và thế giới; góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho người dân nông thôn và bảo đảm mục tiêu phát triển bền vững.

4.2. Thách thức

Sự cạnh tranh khốc liệt giữa các nước có cùng mặt hàng nông sản khi tham gia thị trường chung là thách thức không nhỏ đối với nông dân nước ta; nguy cơ bị bỏ lại phía sau luôn hiện hữu với bất cứ người nông dân nào nếu không chịu đổi mới tư duy và chủ động trong hành động.

II. NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

1. Sản xuất - kinh doanh nông nghiệp theo phương thức truyền thống

1.1. Hoạt động lưu trữ và khai thác dữ liệu

Trong phương thức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp truyền thống, hoạt động lưu trữ và khai thác dữ liệu chủ yếu được thực hiện theo hình thức thủ công. Ví dụ: để lưu lại nhật ký sản xuất, nông dân thường ghi chép bằng sổ giấy hoặc ghi nhớ theo hình thức truyền miệng. Vì vậy, thông tin thường bị sai lệch, bị mất, bị nhiễu, gây khó khăn trong quá trình sản xuất - kinh doanh; khách hàng khó có được thông tin chính xác về nguồn gốc sản phẩm.

1.2. Quy trình sản xuất - kinh doanh

Xét theo nghĩa rộng: quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp được thiết lập gắn với các bước cơ bản: đó là hoạt động tổ chức đầu vào, hoạt động sản xuất - kinh doanh, và hoạt động tổ chức đầu ra cho nông sản.

Xét theo nghĩa hẹp: quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là tập hợp các quy trình gắn với hoạt động sản xuất - kinh doanh nông nghiệp. Ví dụ: quy trình sản xuất - kinh doanh gắn với chuỗi giá trị của một mặt hàng nông sản cụ thể; quy trình tạo ra chuỗi cung ứng nông sản; quy trình tổ chức, vận hành hợp tác xã.

Đặc điểm nổi bật trong quy trình tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp truyền thống, đó là: các hoạt động trong quy trình được thực hiện bằng phương thức thủ công; máy móc, công nghệ hiện đại từng bước được ứng dụng, tuy nhiên chưa tạo ra được những đột biến. Đây cũng chính là điểm khác biệt lớn nhất khi so sánh với quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp gắn với chuyển đổi số.

2. Chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

2.1. Số hóa dữ liệu

Số hóa dữ liệu trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là quá trình mã hóa thông tin sản xuất - kinh doanh bằng công nghệ số. Ví dụ: nông dân ghi chép sản lượng gieo trồng mùa vụ vào nhật ký sản xuất điện tử.

Số hóa dữ liệu đóng vai trò rất quan trọng trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp. Thứ nhất, số hóa dữ liệu là bước đầu tiên giúp nông dân có được nguồn

thông tin, dữ liệu phục vụ cho hoạt động tổ chức sản xuất - kinh doanh, đặc biệt là hoạt động truy xuất nguồn gốc nông sản. Thứ hai, dữ liệu số giúp nông dân dễ dàng khai thác thông tin cho vụ mùa tiếp theo. Thứ ba, đây là tiền đề quan trọng để cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị dự báo có đủ căn cứ đưa ra quyết định.

2.2. Số hóa quy trình

Số hóa quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là quá trình mã hóa các quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp bằng công nghệ số. Hay nói cách khác, đây là hoạt động chuyển đổi từ quy trình sản xuất - kinh doanh nông nghiệp theo phương thức thủ công sang quy trình sản xuất - kinh doanh gắn với công nghệ số. Ví dụ: hợp tác xã thay đổi quy trình báo cáo kế toán theo hình thức thủ công sang quy trình báo cáo kế toán bằng phần mềm công nghệ số.

2.3. Chuyển đổi số

Bản chất của chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là quá trình thay đổi nhận thức, hành động của các chủ thể có liên quan dựa trên nền tảng công nghệ số. Trọng tâm của chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp hướng tới một số vấn đề cơ bản sau đây.

Thứ nhất, đây là quá trình thay đổi nhận thức, hành động gắn với nhiều chủ thể như: nông dân, nhà nước, doanh nghiệp, người tiêu dùng. Trong đó, thay đổi tư duy, hành động của nông dân đóng vai trò then chốt của vấn đề. Bởi vì, nông dân vừa là mục tiêu, vừa là chủ thể, là lực lượng lao động cơ bản trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp. Do đó, chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp trước hết phải bắt nguồn từ việc thay đổi nhận thức của nông dân.

Thứ hai, chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là quá trình vận hành các quy trình sản xuất - kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ số. Như vậy, số hóa dữ liệu, số hóa quy trình là những điều kiện cơ bản để tiến hành chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp. Vì vậy, nói đến chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp là nói đến quá trình vận hành, khai thác quy trình, dữ liệu đã được số hóa.

3. Một số yêu cầu đặt ra đối với nông dân khi thực hiện chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

3.1. Nâng cao nhận thức về chuyển đổi số

Chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp phải bắt đầu từ yếu tố thay đổi nhận thức người nông dân. Vì vậy, chỉ khi nào nông dân hiểu được lợi ích của việc chuyển đổi số thì khi đó chuyển đổi số mới đi đến thành công. Bởi vì, chuyển đổi trong sản xuất - kinh doanh nông nghiệp phải đáp ứng cả hai điều kiện cơ bản. Một là công nghệ số, hai là nhận thức về chuyển đổi số. Ví dụ: có công nghệ số nhưng nông dân không nhận thức được chuyển đổi số thì công nghệ đó cũng vô ích. Do đó, việc nâng cao nhận thức, trình độ cho nông dân về chuyển đổi số là yêu cầu cấp thiết, đây là nhiệm vụ chung của cả hệ thống chính trị và người dân.

3.2. Lựa chọn thứ tự ưu tiên

Nhu cầu và điều kiện sản xuất - kinh doanh nông nghiệp của mỗi nông dân là khác nhau. Vì vậy, phải biết lựa chọn thứ tự ưu tiên các lĩnh vực chuyển đổi số. Ví dụ: nông dân trồng sầu riêng nhận thấy việc tham gia thương mại điện tử là cấp thiết nhằm giải quyết đầu ra cho sản phẩm, thì đầu tư nguồn lực để tham gia thương mại điện tử, còn những hoạt động khác chưa cấp thiết thì có thể tiến hành ở những thời điểm thích hợp. Trong quá trình lựa chọn thứ tự ưu tiên, nông dân nên tìm hiểu, tham vấn ý kiến của chuyên gia, nhà quản lý, những người có kinh nghiệm ở địa phương để có được sự lựa chọn tốt nhất.

3.3. Bảo đảm nguồn lực thực hiện chuyển đổi số

Nguồn lực chuyển đổi số bao gồm nhiều yếu tố cả về nhân lực, vật lực, tài lực, trí lực; tùy thuộc vào từng mục đích cụ thể để xác định nguồn lực ưu tiên phù hợp. Trong đó, ưu tiên nguồn lực tài chính đầu tư ứng dụng công nghệ số là điều kiện cơ bản giúp nông dân chủ động hơn trong chuyển đổi số. Bên cạnh đó, nông dân cũng phải biết cân đối nguồn lực cho phù hợp với mục tiêu sản xuất - kinh doanh, tránh tình trạng lãng phí nguồn lực đầu tư.

4. Một số ứng dụng công nghệ số trong thực tiễn sản xuất - kinh doanh nông nghiệp

4.1. Ứng dụng máy bay không người lái

Lĩnh vực áp dụng: trong sản xuất lúa, cây ăn trái... (thích hợp với cây trồng với diện tích lớn).

Mô tả: xét trong trường hợp sử dụng ứng dụng vào mục đích phun thuốc bảo vệ thực vật. Ứng dụng được cài đặt tích hợp với máy bay sẽ tính toán diện tích, lượng thuốc vừa đủ, chế độ bay được cài đặt tự động, nông dân chỉ cần đứng trên bờ để điều khiển máy bay mà không cần phải trực tiếp xuống đồng ruộng như trước đây.

Lợi ích: tiết kiệm được lượng thuốc bảo vệ thực vật, góp phần bảo vệ môi trường; tất cả hoạt động được lập trình nên lượng thuốc phun lên cây trồng đều hơn các biện pháp thủ công giúp cây trồng phát triển tốt hơn.

Ví dụ: nông dân xã Đại Tâm, huyện Mỹ Xuyên, tỉnh Sóc Trăng sử dụng máy bay không người lái phun thuốc bảo vệ thực vật cho cây lúa.

4.2. Ứng dụng nhật ký sản xuất điện tử để truy xuất nguồn gốc

Lĩnh vực áp dụng: sản xuất lúa, cây ăn quả... (trên thực tế, nhật ký sản xuất điện tử áp dụng để truy xuất nguồn gốc sản phẩm trong nhiều lĩnh vực như: trồng trọt, chăn nuôi của hộ gia đình, hợp tác xã, trang trại...).

Mô tả: nông dân được cung cấp một mã QR code gắn với một tài khoản trên ứng dụng, sau đó nhập thông tin quá trình sản xuất. Nếu muốn tìm hiểu thông tin về canh tác (loại giống, ngày xuống giống, diện tích canh tác...), người có nhu cầu chỉ cần sử dụng điện thoại thông minh quét mã QR code mọi thông tin sẽ được hiển thị đầy đủ.

Lợi ích: nông dân có được thông tin để tính toán chi phí, lợi ích trong canh tác; lưu trữ thông tin để làm cơ sở cho mùa vụ tiếp theo; chia sẻ thông tin trong phát triển sản xuất - kinh doanh, qua đó nông dân có thêm kênh thông tin học hỏi lẫn nhau. Hợp tác xã, doanh nghiệp thu mua biết được quy trình sản xuất, nguồn gốc của sản phẩm. Cơ quan quản lý nhà nước có đầy đủ thông tin trong hoạt động quản lý.

Ví dụ: nông dân xã Mỹ Xương, huyện Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp ứng dụng nhật ký sản xuất điện tử để xây dựng mô hình Cây xoài nhà tôi.

4.3. Ứng dụng sàn thương mại điện tử

Lĩnh vực áp dụng: mua bán, vận chuyển nông sản.

Mô tả: sàn giao dịch thương mại điện tử là trang website được thiết lập nhằm mục đích hỗ trợ kết nối người mua và người bán. Trước đây, nông dân sản xuất nông sản phải mang ra chợ, hoặc cây nhờ đến thương lái để tiêu thụ sản phẩm, trong khi đó người tiêu dùng muốn có được sản phẩm phải đến siêu thị, cửa hàng để thương lượng, giao dịch... Ngày nay, với sàn giao dịch thương mại điện tử, tất cả các hoạt động đó được thực hiện trên điện thoại thông minh của người mua và người bán.

Lợi ích: tiết kiệm được chi phí cho cả người mua và người bán. Nông dân chủ động trong sản xuất - kinh doanh, vì thông qua sàn giao dịch có thể tìm kiếm được bạn hàng; người tiêu dùng được sử dụng các sản phẩm với chất lượng tối ưu nhất.

Ví dụ: nông dân xã Thanh Cường, huyện Thanh Hà, tỉnh Hải Dương bán vải thiều trên các sàn thương mại điện tử: voso.vn, sendo.vn, lazada.vn, alibaba.com.

4.4. Ứng dụng tưới thông minh

Lĩnh vực áp dụng: trồng trọt (thích hợp trong xây dựng vườn mẫu).

Mô tả: ứng dụng tưới thông minh được thiết kế rất đơn giản, bao gồm: hệ thống tưới thông thường được gắn với Bộ ứng dụng thông minh được kết nối với điện thoại thông minh của nông dân. Trước đây, nông dân muốn tưới nước phải trực tiếp đóng mở cầu giao điện, ngày nay với ứng dụng tưới thông minh nông dân chỉ cần thao tác mọi việc trên điện thoại.

Lợi ích: tiết kiệm được nguồn nước, tiết kiệm thời gian cho nông dân; thiết bị có chế độ hẹn giờ tự động nên nông dân rất chủ động trong mọi việc sản xuất và đời sống.

Ví dụ: nông dân thôn Hà Thanh, xã Tượng Sơn, huyện Thạch Hà, tỉnh Hà Tĩnh ứng dụng tưới thông minh trong xây dựng vườn mẫu.

4.5. Ứng dụng theo dõi, dự báo thời tiết

Lĩnh vực áp dụng: trồng trọt (chủ yếu là trồng hoa và rau màu).

Mô tả: hệ thống cảm biến sẽ thu thập các thông số về độ ẩm, nhiệt độ, lưu lượng gió, hàm lượng dinh dưỡng trong đất... thông tin được tải lên điện toán đám

mây và truyền về điện thoại thông minh, từ đó nông dân nắm bắt được các thông số cần thiết trên mảnh vườn của mình, trên cơ sở đó điều chỉnh lịch trồng, chăm sóc, thu hoạch. Hệ thống cảm biến được gắn với các thiết bị phân tích dữ liệu (trí tuệ nhân tạo AI) và đưa ra những lời khuyên, cảnh báo cho người nông dân. Như vậy, nếu như trước đây, để lên kế hoạch cho một vụ mùa, người nông dân phải tìm hiểu thời tiết, trực tiếp ra mảnh ruộng để xem xét đất đai, khí hậu... Nhưng với thiết bị cảm biến, nông dân sẽ không tốn công sức làm những việc đó nữa.

Lợi ích: nông dân chủ động trong sản xuất - kinh doanh, không còn phải “trông trời, trông đất, trông mây” như trước đây. Mặt khác, với thiết bị cảm biến, các thông số có được sẽ lưu lại trong bộ nhớ (Big data) nông dân có thể khai thác, tìm hiểu thông tin cho mùa vụ sau.

Ví dụ: nông dân xã Chúc Sơn, huyện Chương Mỹ, thành phố Hà Nội ứng dụng công nghệ theo dõi, dự báo thời tiết để trồng rau.

Trên thực tế, còn có rất nhiều ứng dụng công nghệ số phục vụ cho hoạt động tổ chức sản xuất - kinh doanh nông nghiệp khác, như: ứng dụng bao bì thông minh, ứng dụng kho lạnh thông minh, ứng dụng camera thông minh... Điều quan trọng là nông dân phải biết lựa chọn được ứng dụng phù hợp với điều kiện và mục đích phát triển của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết số 52-NQ/TT, ngày 27 tháng 09 năm 2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.
2. Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 03 tháng 06 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông, Cẩm nang về chuyển đổi số (2021).

CHUYÊN ĐỀ 5
LIÊN KẾT SẢN XUẤT - KINH DOANH NÔNG SẢN
THEO CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ TỔ CHỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN

I. LIÊN KẾT SẢN XUẤT - KINH DOANH THEO CHUỖI GIÁ TRỊ

1. Một số khái niệm

1.1. Khái niệm chuỗi giá trị

Khái niệm chuỗi giá trị (value chain) được Micheal Porter đưa ra lần đầu vào năm 1985. Ông cho rằng, công cụ quan trọng của doanh nghiệp để tạo ra giá trị lớn hơn cho khách hàng chính là chuỗi giá trị. Về thực chất, đây là một tập hợp các hoạt động nhằm thiết kế, sản xuất, bán hàng, giao hàng và hỗ trợ sản phẩm của doanh nghiệp. Chuỗi giá trị bao gồm 9 hoạt động tương ứng về chiến lược tạo ra giá trị cho khách hàng, trong đó, chia ra 5 hoạt động chính (cung ứng đầu vào, quá trình sản xuất, phân phối sản phẩm, marketing - bán hàng và dịch vụ) và 4 hoạt động hỗ trợ (quản trị tổng quát, quản trị nhân sự, phát triển công nghệ và hoạt động thu mua).

Tiếp đó, Kaplinsky và Morris (2006) mở rộng khái niệm và cho rằng: Chuỗi giá trị là nói đến một loạt những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) từ lúc còn là ý tưởng, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau, đến khi phân phối tới người tiêu dùng cuối cùng và loại bỏ sau khi đã sử dụng.

Như vậy, chuỗi giá trị được dùng để miêu tả cho một chuỗi các hoạt động có quan hệ chặt chẽ với nhiều tác nhân tham gia, từ nhà cung ứng nguyên liệu, nhà sản xuất, nhà phân phối và người tiêu dùng. Khi nói đến chuỗi cung ứng, người ta nhấn mạnh đến quá trình biến đổi các yếu tố vật chất thành sản phẩm cho người tiêu dùng cuối cùng. Còn khi nói đến chuỗi giá trị, người ta nhấn mạnh giá trị của một sản phẩm (dịch vụ) được tăng lên khi đi qua các tác nhân khác nhau để đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

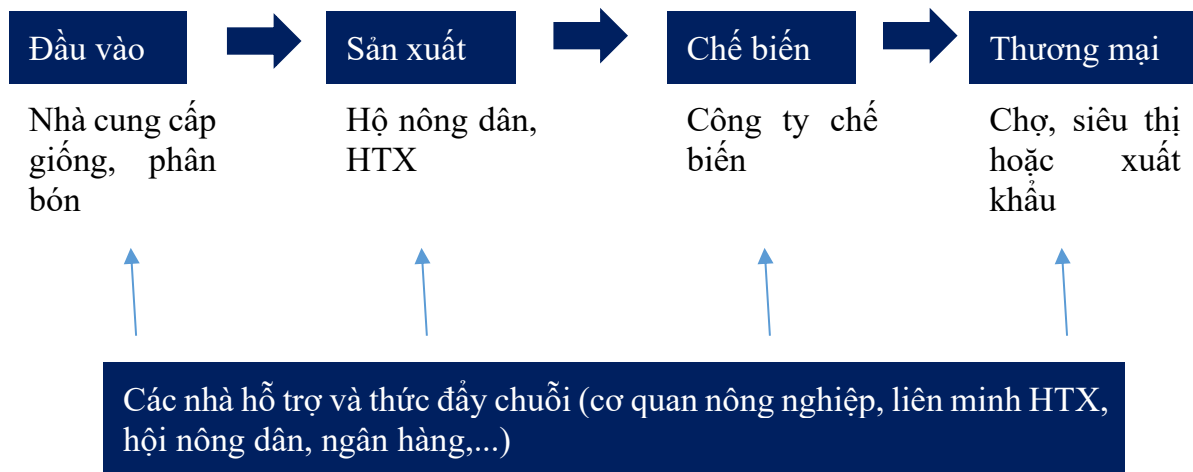
1.2. Khái niệm liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp (gọi tắt là chuỗi giá trị nông sản)

Liên kết sản xuất - kinh doanh sản phẩm nông nghiệp là việc thỏa thuận, tự nguyện cùng đầu tư, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp của các bên tham gia liên kết, như: nông dân, hộ kinh doanh, hợp tác xã, doanh nghiệp... để nâng cao hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp (theo Điều 3, Nghị định số 98/2018/NĐ-CP).

Liên kết theo chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp là hình thức liên kết trong sản xuất nông nghiệp theo chuỗi từ cung ứng vật tư, dịch vụ đầu vào, sản xuất, sơ chế hoặc chế biến gắn với tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp (theo Điều 3, Nghị định số 98/2018/NĐ-CP).

Như vậy, chuỗi giá trị nông sản là một loạt các hoạt động sản xuất, kinh doanh nông sản có quan hệ với nhau, từ việc phát triển và phân phối các giống

cây trồng, vật nuôi, cung cấp đầu vào, sản xuất, thu gom, sơ chế, chế biến, đóng gói, bảo quản, vận tải, khảo sát thị trường, bán sản phẩm, tài chính và cơ sở hạ tầng.

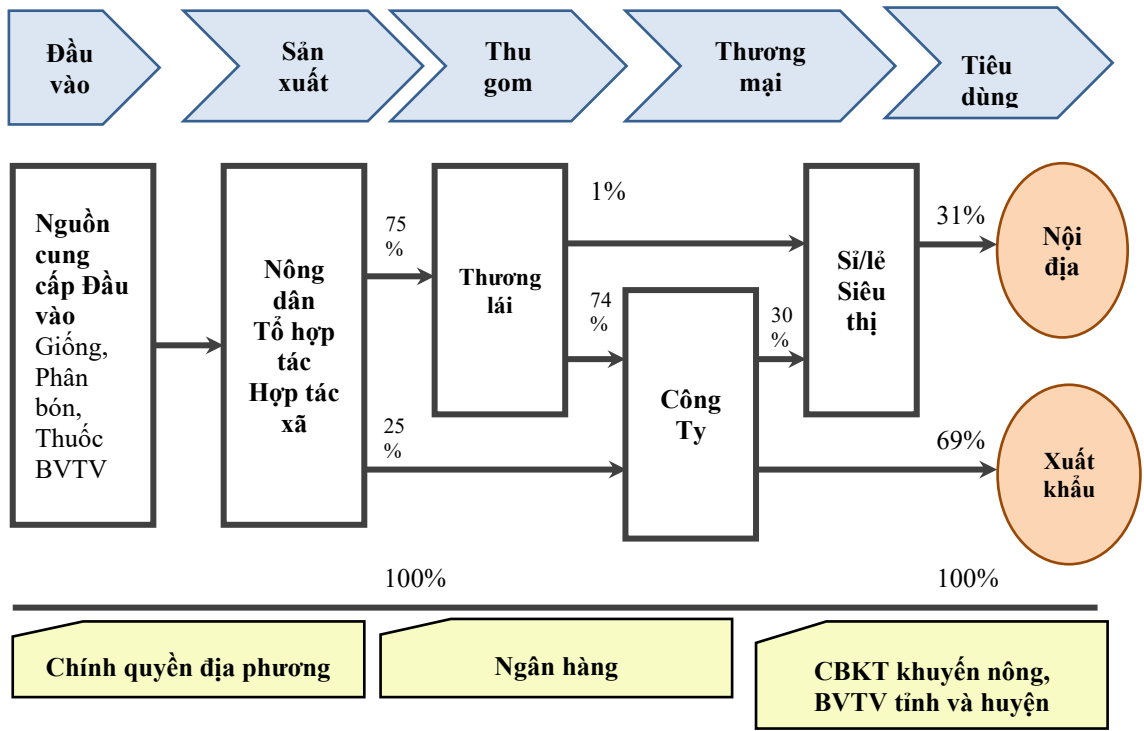


Hình 5.1. Mô hình chuỗi giá trị nông sản

Ví dụ: Chuỗi giá trị thủy sản với các bên tham gia chính là các tác nhân hoạt động trên mọi cấp độ của chuỗi thủy sản, bao gồm những người nuôi trồng/đánh bắt và thu hoạch, người sơ chế, người thu mua, các công ty chế biến, các đại lý vận tải, người phân phối, tiêu thụ. Ngoài ra, còn có đại diện của các đơn vị hỗ trợ, các trường, viện... là những người đóng vai trò thúc đẩy chuỗi.

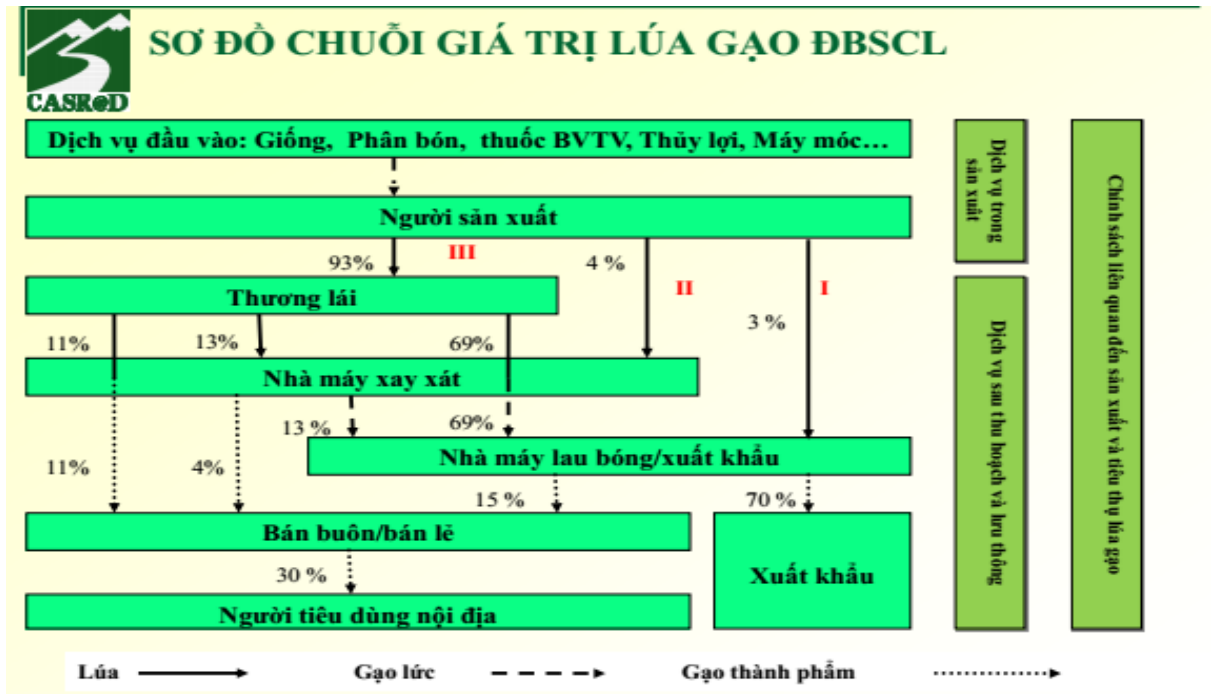
Một chuỗi giá trị thủy sản điển hình sẽ bao gồm các tác nhân chính: Sản xuất (đánh bắt, hoặc nuôi trồng thủy sản, hoặc kết hợp cả hai), chế biến, phân phối, tiếp thị và tiêu dùng cuối cùng. Các hoạt động kinh tế của các tác nhân chính là chức năng của các tác nhân đó trong chuỗi. Tên chức năng thường trùng với tên tác nhân. Ví dụ, hộ sản xuất có chức năng sản xuất, hộ chế biến có chức năng chế biến... Một tác nhân có thể có một vài chức năng. Các tác nhân đứng sau thường có chức năng hoàn thiện sản phẩm của các tác nhân đứng kề nó, hay sản phẩm của các tác nhân trước là chi phí trung gian của các tác nhân kề sau nó. Và giá trị hàng hóa của các tác nhân kế tiếp ngày càng tăng.

Ví dụ về chuỗi giá trị của một số nông sản được biểu diễn theo mô hình:



Hình 5.2. Chuỗi giá trị hành tím tại HTX Hành Tím Vĩnh Châu, tỉnh Sóc Trăng.

Nguồn: Trần Minh Hải (2014)



Hình 5.3. Chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL.

Nguồn: Trung tâm nghiên cứu hệ thống nông nghiệp – CASR & D (2014)

2. Lợi ích liên kết sản xuất và kinh doanh theo chuỗi giá trị nông sản

- Giúp người nông dân có thể yên tâm sản xuất, giảm chi phí đầu vào, ổn định đầu ra.

- Hợp tác xã/tổ hợp tác có thể chủ động về nguồn nguyên liệu đầu vào, ít bị động trong sản xuất, có nhiều cơ hội mở rộng quy mô sản xuất, mang lại lợi ích thiết thực cho thành viên hợp tác xã/tổ hợp tác.

- Doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm của hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ nông dân ổn định được vùng nguyên liệu, ổn định được thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Qua đó, tạo tiền đề để hình thành các nguồn cung ứng nông sản lớn, mang tính hàng hóa cao, chất lượng được nâng lên thông qua việc ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản và làm gia tăng giá trị sản phẩm nông nghiệp.

3. Một số mô hình liên kết sản xuất - kinh doanh trong nông nghiệp

3.1. Mô hình liên kết dọc

Là liên kết giữa hai hay nhiều bên tham gia chuỗi giá trị như liên kết giữa nhà cung cấp đầu vào với người sản xuất; liên kết giữa nhà sản xuất nguyên liệu với công ty chế biến, ...

Các hình thức cơ bản của liên kết dọc trong chuỗi giá trị nông sản:

3.1.1. Hình thức liên kết ở mức thấp

Là liên kết giữa người sản xuất – nhà chế biến – nhà bán lẻ dưới dạng quan hệ giao dịch theo thời điểm, không có hợp đồng sản xuất – tiêu thụ, chủ yếu là mua đứt bán đoạn. Hình thức liên kết này cũng không bảo đảm chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm vì không bị ràng buộc chặt chẽ trong quan hệ giao dịch.

Rủi ro về biến động giá và cung ứng nguyên liệu rất cao, vì sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến không được kiểm soát chặt chẽ. Thiệt hại nhiều nhất đến với người sản xuất vì dễ bị ép giá, hoặc không được trả tiền khi nhà chế biến gặp rủi ro. Nhà chế biến lại lệ thuộc vào nhà bán lẻ.

3.1.2. Hình thức liên kết dưới dạng sản xuất theo hợp đồng

Có hợp đồng sản xuất, bao tiêu sản phẩm giữa người sản xuất và nhà chế biến; và giữa nhà chế biến và nhà bán lẻ. Hợp đồng quy định rõ số lượng, chất lượng, quy trình sản xuất của sản phẩm, cơ chế thưởng phạt giữa hai bên. Tuy nhiên, dạng liên kết này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro khi người sản xuất hoặc nhà chế biến không tuân thủ hợp đồng vì lợi ích riêng của mình khi có biến động thị trường. Ví dụ, người sản xuất sẵn sàng bán cho người mua khác nếu có giá cao hơn, nhà chế biến sẵn sàng bỏ rơi người sản xuất khi giá bán cho người tiêu dùng xuống thấp.

Một hình thức đặc biệt của sản xuất theo hợp đồng là sản xuất gia công. Theo hình thức này, người sản xuất tự đầu tư đất đai, nhà xưởng, trang thiết bị sản xuất. Nhà chế biến đầu tư một phần vốn sản xuất dưới dạng phân bón, thức ăn gia súc,

con giống, và hỗ trợ kỹ thuật. Người sản xuất cung cấp sản phẩm theo hợp đồng theo mức giá thỏa thuận, và giảm rủi ro về thị trường tiêu thụ, ổn định thị trường và giá bán, có thể tính toán trước doanh thu, lợi nhuận, và giảm một phần vốn sản xuất. Ngược lại, nhà chế biến có vùng nguyên liệu gia công, bảo đảm ổn định nguyên liệu chế biến, ổn định giá, ít lệ thuộc vào biến động thị trường.

Mô hình này ràng buộc trách nhiệm chặt chẽ hơn và thường có sự tham gia của ngân hàng. Người sản xuất được cho vay vốn đầu tư khi có hợp đồng gia công vì bảo đảm được đầu ra. Nhà chế biến cũng được vay dễ dàng hơn vì có nguồn nguyên liệu chắc chắn. Ngân hàng mạnh tay cho vay vì giảm được rủi ro trong hoạt động cho vay, giảm rủi ro mất khả năng chi trả do biến động thị trường.

Mô hình sản xuất – chế biến – bán lẻ mang tính tổng hợp: Mô hình này là mô hình thể hiện sự hội tụ tất cả các hoạt động từ sản xuất đến chế biến và bán lẻ sản phẩm trong phạm vi của một doanh nghiệp, thậm chí cả hoạt động sản xuất nguyên liệu đầu vào cho sản xuất. Mô hình này cho phép doanh nghiệp kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm và thu được toàn bộ lợi nhuận ở tất cả các công đoạn sản xuất – chế biến và thương mại hóa sản phẩm, đồng thời hạn chế được rủi ro về nguồn nguyên liệu và chủ động được thị trường đầu ra.

Tuy nhiên, mô hình này chỉ có khả năng áp dụng khi doanh nghiệp có tiềm lực tài chính mạnh mẽ, và có bộ phận chuyên trách ở công đoạn sản xuất.

Ảnh hưởng tiêu cực của mô hình này chính là việc loại bỏ người sản xuất ra khỏi chuỗi giá trị. Doanh nghiệp chỉ bảo vệ lợi ích riêng của mình, thể hiện sự thiếu trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp khi không quan tâm đến sự phát triển chung của toàn ngành. Một khi người sản xuất không tham gia sản xuất nữa, doanh nghiệp không còn nguồn nguyên liệu nào khác để dựa vào, và dĩ nhiên là dẫn đến rủi ro thiếu nguyên liệu khi không tự đáp ứng được nhu cầu trên thị trường.

3.1.3. Mô hình liên kết đồng sở hữu

Trong đó người sản xuất đồng thời cũng là cổ đông của nhà chế biến. Người sản xuất có thể tham gia đồng sở hữu bằng cách mua cổ phần, hoặc nhà chế biến chia sẻ cổ phần cho người sản xuất; hoặc người sản xuất góp vốn dưới hình thức quyền sử dụng đất nông nghiệp, trang thiết bị sản xuất. Hình thức đồng sở hữu này có các lợi ích sau:

- Gắn lợi ích của người sản xuất vào lợi ích của nhà chế biến và ngược lại, vì vậy làm tăng tính liên kết.
- Giúp người sản xuất có thể chia sẻ thêm lợi ích từ hoạt động chế biến.
- Giúp nhà chế biến giảm chi phí đầu tư cho vùng nguyên liệu, chi phí sản xuất nguyên liệu, và giảm áp lực tiền mặt để mua nguyên liệu.
- Giúp cả hai bên mở rộng quy mô sản xuất khi cần vì có thể kêu gọi đầu tư góp vốn.
- Kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm trong toàn bộ chuỗi giá trị.

Tuy nhiên, trong trường hợp doanh nghiệp chế biến chỉ bảo vệ lợi ích riêng của mình, không quan tâm đến lợi ích chính đáng của người sản xuất nguyên liệu, và thiếu trách nhiệm cộng đồng thì mô hình này khó thành công.

3.2. Mô hình liên kết ngang

Là liên kết giữa các thành viên ở cùng một cấp trong chuỗi sản xuất, nông dân liên kết trong những câu lạc bộ, tổ hợp tác, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, ...

Nông dân và nông dân liên kết với nhau để tăng quy mô sản xuất, tăng khối lượng hàng hóa để tăng khả năng đàm phán bán giá cao hơn và tăng quy mô mua vật tư đầu vào để tăng khả năng đàm phán mua với giá thấp hơn.

Ví dụ: Tổ chức mua vật tư đầu vào theo tập thể có thể tạo ra một số lợi ích cho các thành viên bao gồm: (1) Mua vật tư với giá thấp nhờ mua số lượng lớn và trực tiếp từ người cung cấp; (2) Tổ chức mua theo tập thể sẽ giảm được chi phí vận chuyển nếu phải mua xa; (3) Tiêu thụ qua tập thể có khả năng hợp đồng bán với số lượng lớn, đảm bảo uy tín và giảm thiểu rủi ro...

Liên kết ngang mang lại các lợi thế:

- Giảm chi phí sản xuất - kinh doanh cho từng thành viên của tổ/nhóm qua đó tăng lợi ích kinh tế cho từng thành viên của tổ/nhóm.
- Có thể đảm bảo được chất lượng và số lượng cho khách hàng.
- Có thể ký hợp đồng đầu ra, sản xuất quy mô lớn đáp ứng nhu cầu của thị trường
- Phát triển sản xuất - kinh doanh một cách bền vững.

3.3. Mô hình liên kết hỗn hợp

Là hình thức liên kết có sự hỗ trợ từ bên ngoài về kỹ thuật từ các viện; trường; cán bộ khuyến nông; công ty cung ứng vật tư đầu vào; công ty chế biến; công ty xúc tiến thương mại; cơ quan kiểm soát thị trường và chất lượng sản phẩm; ngân hàng; chính quyền địa phương các cấp; ...

Hình thức liên kết này giúp chuỗi giá trị phát triển bền vững ở quy mô lớn, do giải quyết kịp thời và hiệu quả các vấn đề phát sinh từ bên ngoài và các điểm yếu bên trong chuỗi.

4. Tổ chức liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi giá trị nông sản

4.1. Lựa chọn hình thức tham gia liên kết

4.1.1. Lựa chọn mô hình liên kết dọc

- Một số mô hình liên kết dọc:
- + Mô hình doanh nghiệp + hợp tác xã/tổ hợp tác/nông dân:

Mô hình liên kết này được hình thành thông qua hợp đồng liên kết giữa doanh nghiệp và các hợp tác xã, tổ hợp tác hoặc nông dân để thực hiện các hoạt động sản xuất.

Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp: Mua sản phẩm của hợp tác xã hoặc tổ hợp tác hoặc nông dân, cung cấp giống, vật tư đầu vào, hướng dẫn kỹ thuật sản xuất.

Quyền và nghĩa vụ của hợp tác xã/tổ hợp tác/nông dân: Tổ chức sản xuất, thu gom sản phẩm của các thành viên, có thể đảm nhận cung ứng vật tư nếu doanh nghiệp không thực hiện dịch vụ cung ứng, hộ nông dân được ứng trước vật tư, hướng dẫn kỹ thuật và bán sản phẩm trực tiếp cho doanh nghiệp hoặc thông qua hợp tác xã.

+ Mô hình doanh nghiệp + đại lý/thương lái + hộ sản xuất/tổ hợp tác:

Mô hình liên kết này được xây dựng trên cơ sở doanh nghiệp kết nối với chủ thể sản xuất thông qua một đơn vị trung gian là đại lý hoặc thương lái. Đây là một mô hình ít sự ràng buộc ngoài việc thu mua sản phẩm.

Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp: Mua sản phẩm từ các đại lý/thương lái, cung cấp tín dụng cho đại lý/thương lái để thu mua sản phẩm.

Quyền và nghĩa vụ của đại lý/thương lái: Thu gom sản phẩm từ nông dân bán lại cho doanh nghiệp.

Quyền và nghĩa vụ của hộ sản xuất/tổ hợp tác: Bán sản phẩm cho đại lý/thương lái, được doanh nghiệp hỗ trợ các vật tư đầu vào.

+ Mô hình cơ sở thương mại + hợp tác xã /tổ hợp tác/hộ gia đình:

Hình thức liên kết này khá phổ biến hiện nay, được thực hiện ở rất nhiều các lĩnh vực sản xuất: trồng trọt, chăn nuôi... Tuy nhiên, điểm yếu của hình thức này là chỉ ràng buộc về mua bán sản phẩm và hợp đồng miệng, do đó, hợp đồng rất dễ bị phá vỡ khi có sự biến động về thị trường hoặc các xung đột về nội dung cam kết không được giải quyết tốt, như: giá bán, thời điểm thu mua, chất lượng,...

Quyền và nghĩa vụ của cơ sở thương mại: Thường không có tư cách pháp nhân, đóng vai trò là một tác nhân tiêu thụ sản phẩm trên thị trường, người kết nối giữa sản xuất và thị trường, liên kết với hợp tác xã/tổ nhóm/hộ gia đình để sản xuất và bao tiêu sản phẩm, cung ứng về giống, vật tư, hướng dẫn kỹ thuật.

Quyền và nghĩa vụ của hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ gia đình: Tổ chức sản xuất, tổ chức cho các thành viên chia sẻ về kỹ thuật, thu gom sản phẩm để cung ứng cho cơ sở thương mại.

- Điều kiện thực hiện liên kết dọc:

Tăng cường hợp tác giữa các tác nhân trong chuỗi để xây dựng chuỗi cung ứng nông sản bền vững, hiệu quả.

Tổ chức các buổi hội thảo, đào tạo, tư vấn để giúp các hộ sản xuất hiểu rõ hơn về các sản phẩm và tiêu chuẩn của doanh nghiệp; giúp doanh nghiệp hiểu được tình hình sản xuất và tồn kho của hộ sản xuất.

Ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số, quản lý mã số vùng trồng, xây dựng cơ sở dữ liệu nông sản, giúp các doanh nghiệp có thể theo dõi và quản lý tốt hơn các sản phẩm nông nghiệp.

Tìm kiếm các mô hình kinh doanh mới để tạo điều kiện cho các hộ sản xuất và doanh nghiệp kết nối với nhau một cách hiệu quả, đồng thời tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm nông nghiệp.

4.1.2. Lựa chọn mô hình liên kết ngang

- Một số mô hình liên kết ngang:

+ Mô hình hợp tác xã/tổ hợp tác tự tổ chức sản xuất hoặc liên kết:

Mô hình này được thực hiện với vai trò điều phối, tổ chức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của hợp tác xã hoặc tổ hợp tác.

Quyền và nghĩa vụ của hợp tác xã/tổ hợp tác: Tự tổ chức cho các thành viên sản xuất thông qua điều lệ hoặc thỏa thuận, thu mua sản phẩm của thành viên, hộ gia đình bên ngoài để tự tổ chức tiêu thụ, bán trực tiếp cho hệ thống phân phối (siêu thị, cửa hàng phân phối...)

+ Một số mô hình liên kết ngang khác, như: hiệp hội nông dân, liên minh hợp tác xã... với mục đích nhằm hỗ trợ về chính sách, tài chính, nghiên cứu thị trường, thống kê, dự báo, hướng dẫn, đào tạo và huấn luyện nâng cao năng lực cho các tổ chức thành viên. Hoặc những tổ chức liên kết cấp vĩ mô, như Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), Hội Nghề cá Việt Nam (VINAFIS), Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA)... Các tổ chức này tập trung vào hoạt động cầu nối với cơ quan chính phủ, đối thoại với chính phủ trong xây dựng chính sách, bảo vệ quyền lợi hội viên; đào tạo, tư vấn và huấn luyện nâng cao năng lực cho các thành viên của mình; tăng cường quan hệ với các đối tác chiến lược trong nước và quốc tế; thu thập, phân tích và cung cấp thông tin thị trường, công nghệ và tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại và phát triển thị trường.

- Điều kiện thực hiện liên kết ngang:

Một điều quan trọng khi thúc đẩy liên kết ngang là việc thành lập và hoạt động tổ hợp tác, HTX phải xuất phát từ nhu cầu của người dân và tham gia vào tổ hợp tác, HTX phải mang lại lợi ích kinh tế cho từng hộ. Như thế, hoạt động của tổ hợp tác, HTX mới có thể bền vững. Giống như các hình thức thúc đẩy liên kết dọc, thì các hình thức liên kết ngang cũng nhằm để các hộ sản xuất có cùng nhu cầu, sở thích, mục tiêu kinh tế gặp nhau.

Tổ chức tham quan cho các nông dân học tập mô hình sản xuất kinh doanh và học hỏi kinh nghiệm về kinh tế tập thể.

Tập huấn nâng cao kiến thức về thị trường cho người dân chỉ ra rõ ràng các lợi ích kinh tế khi tham gia vào tổ/nhóm.

Tổ chức đối thoại với những người trực tiếp sản xuất - kinh doanh.

4.1.3. Lựa chọn mô hình liên kết hỗn hợp

Một số mô hình liên kết hỗn hợp:

- Mô hình liên kết 4 nhà: Nhà nông - Nhà doanh nghiệp - Nhà khoa học - Nhà nước.

- Mô hình liên kết liên kết 5 nhà: Nhà nông - Nhà nước - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp - Nhà băng (ngân hàng).

- Mô hình liên kết liên kết 6 nhà: Nhà nông - Nhà nước - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp - Nhà băng (ngân hàng) - Nhà báo (truyền thông, báo chí).

Vai trò của Nhà nông: Sản xuất nông sản theo tiêu chuẩn và kỹ thuật của doanh nghiệp, tham gia sản xuất với quy mô lớn.

Vai trò của Nhà doanh nghiệp: Doanh nghiệp giữ vai trò quan trọng liên kết các nhà còn lại để hình thành vùng nguyên liệu sản xuất; hỗ trợ đầu vào và thu mua sản phẩm cho nông dân; tuyên truyền từng bước tiến tới xây dựng thương hiệu sản phẩm nông sản.

Vai trò của Nhà khoa học: Tạo “đầu vào” có chất lượng cao, giảm giá thành nhờ ứng dụng khoa học, công nghệ.

Vai trò của Nhà nước: Tạo ra hành lang pháp lý phù hợp, đảm bảo cho sự liên kết các nhà còn lại chặt chẽ và hiệu quả. Cần có những cơ chế hợp lý trong việc giải quyết tranh chấp trong liên kết giữa các nhà, đặc biệt là hợp đồng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm giữa nhà doanh nghiệp và nhà nông.

Vai trò của Nhà băng (ngân hàng): Hỗ trợ việc gia tăng giá trị và hiệu quả của chuỗi. Khi ngân hàng tham gia vào chuỗi giá trị, sẽ giúp giảm thiểu rủi ro thị trường, rủi ro người vay, rủi ro thời tiết, dịch bệnh; tiết kiệm chi phí...

Vai trò của Nhà báo (truyền thông, báo chí): thúc đẩy phát triển khoa học công nghệ và lan tỏa mô hình tốt, hiệu quả cao, liên kết hài hòa. Phổ biến kiến thức đến người dân cũng như các cấp quản lý là hết sức quan trọng.

Điều kiện thực hiện liên kết hỗn hợp: để chuỗi giá trị hoạt động có hiệu quả thì bên cạnh các hoạt động sản xuất phải có các hoạt động hỗ trợ như: quy hoạch vùng sản xuất, phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, cung cấp thông tin, cung cấp máy móc thiết bị, chuyển giao khoa học công nghệ, ... của các tác nhân trong chuỗi giá trị, cụ thể như sau:

- Nông dân tham gia HTX, tổ hợp tác và có được sự thống nhất cao trong việc thực hiện quy trình sản xuất chung theo cánh đồng lớn, từng trang trại hoặc vùng chăn nuôi với quy mô đủ lớn, đạt hiệu quả cao, đảm bảo chất lượng, đạt tiêu chuẩn nội địa hoặc quốc tế, chi phí sản xuất thấp và có nhiều lợi thế trong việc cạnh tranh trên thị trường. HTX, tổ hợp tác trở thành trung tâm liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp để thực hiện liên kết chuỗi giá trị sản xuất từ đầu vào đến đầu ra.

- Nông dân liên kết với các tác nhân khác để quyết định sử dụng các vật tư đầu vào, như: giống, phân bón, công nghệ, quy mô sản xuất, nắm bắt thông tin thị trường và tiêu thụ sản phẩm. Chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi để nâng cao

sản xuất nông nghiệp, tích tụ ruộng đất, quy hoạch vùng sản xuất tập trung, sản xuất theo quy mô lớn để khắc phục tình trạng sản xuất tự phát, không tập trung, quy mô nhỏ lẻ, diện tích manh mún và chuyên sang sản xuất hàng hóa theo nhu cầu thị trường.

- Doanh nghiệp, hiệp hội giữ vai trò là trung tâm trong hoạt động liên kết, tổ chức khởi xướng việc sản xuất theo hợp đồng với nông dân bao gồm: cung cấp các yếu tố đầu vào cho nhà nông như giống, thức ăn, phân bón, thuốc trừ sâu bệnh và vật tư máy móc trang thiết bị,... Ngân hàng cung cấp vốn cho nông dân và doanh nghiệp. Doanh nghiệp chủ động tìm kiếm thị trường để tiêu thụ sản phẩm, liên kết với nông dân và các địa phương để tạo vùng nguyên liệu.

- Các tổ chức khoa học giữ vai trò rất quan trọng trong quá trình liên kết, nghiên cứu giống cây trồng, vật nuôi có năng suất, chất lượng cao, giúp nông dân ứng dụng các công nghệ, tiến bộ kỹ thuật để nâng cao năng suất, chất lượng, giảm chi phí sản xuất, cải tiến công nghệ chế biến, đóng gói, bảo quản, tăng giá bán và tăng sức cạnh tranh của nông sản. Ngoài ra, việc chia sẻ các nguồn lực về khoa học kỹ thuật, cơ sở hạ tầng liên quan đến vận chuyển, truyền thông, lao động... cũng là yếu tố quyết định đến khả năng cạnh tranh.

- Nhà nước với vai trò định hướng, tổ chức, dẫn dắt và tạo môi trường thuận lợi để các tác nhân tham gia liên kết. Nhà nước ban hành chính sách, khung pháp lý quy định về quyền lợi, trách nhiệm và nghĩa vụ của các tác nhân khi tham gia liên kết sản xuất và kinh doanh nông sản sẽ xử lý kịp thời những phát sinh trong quan hệ hợp đồng; khuyến khích sự tham gia của các tác nhân, bảo đảm lợi ích của các tác nhân trong mô hình liên kết là nền tảng để phát triển liên kết có hiệu quả và bền vững.

- Cơ quan truyền thông tuyên truyền chủ trương, chính sách pháp luật trong phát triển nông nghiệp nói chung và liên kết chuỗi giá trị nông sản nói riêng.

4.2. Tổ chức thực hiện liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi giá trị

Bảng 5.1. Các bước thực hiện liên kết sản xuất – kinh doanh theo chuỗi giá trị.

Các bước	Nhiệm vụ	Tác nhân
<i>Bước 1: Điều tra đánh giá nguồn lực và khả năng tham gia chuỗi</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Đất đai và quy hoạch sản xuất nông nghiệp. - Nhân lực. - Các loại cây trồng, vật nuôi đã có. - Kỹ thuật canh tác, chăn nuôi đang áp dụng. - Cây trồng, vật nuôi có thể phát triển. - Cơ sở hạ tầng. - Các tổ chức liên kết đã có. - Nhu cầu và khả năng tham gia chuỗi của 	<ul style="list-style-type: none"> - Chính quyền; - Nông dân.

	<p>người dân ở từng công đoạn sản xuất.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn kỹ năng đàm phán cho nông dân. 	
<p><i>Bước 2:</i> <i>Đàm phán xây dựng chuỗi</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lựa chọn các tác nhân có thể tham gia chuỗi. - Đàm phán với các tác nhân: bao gồm các nội dung về quyền và nghĩa vụ trong trường hợp bình thường và rủi ro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nông dân; - Doanh nghiệp; - HTX.
<p><i>Bước 3:</i> <i>Thực hiện cam kết theo nội dung đàm phán</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cung ứng đầu vào hoặc giới thiệu đơn vị cung ứng đầu vào. - Tập huấn và chuyển giao kỹ thuật canh tác, thu hoạch, bảo quản. - Thu mua với “3 đúng”: đúng thời gian thu hoạch, đúng giá, đúng số lượng thực tế thu hoạch. - Chế biến, đóng gói. - Phân phối, thương mại. - Phát triển thương hiệu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Doanh nghiệp; - HTX; - Thương lái.
	<ul style="list-style-type: none"> - Sản xuất theo tiêu chuẩn yêu cầu của doanh nghiệp và khuyến cáo của ngành nông nghiệp. - Cung cấp thông tin quá trình sản xuất. - Cung cấp sản phẩm đúng theo tiêu chuẩn và số lượng. 	<p>Nông dân/chủ thể sản xuất.</p>

4.3. Các hoạt động cần chú ý trong tổ chức liên kết sản xuất - kinh doanh theo chuỗi giá trị

4.3.1. Xử lý nông sản sau thu hoạch

- Bảo quản: Là phương pháp giúp duy trì chất lượng và hàm lượng dinh dưỡng bên trong nông sản vì sau khi thu hoạch, việc tác động của môi trường tự nhiên sẽ gây ra những ảnh hưởng xấu đến chất lượng nông sản. Chúng có thể bị hỏng khi gặp nhiệt độ, độ ẩm và không khí không thích hợp. Với mỗi loại nông sản, sẽ có những đặc điểm sinh học riêng nên có hình thức bảo quản khác nhau. Và tùy theo điều kiện khí hậu của từng địa phương mà có thể lựa chọn phương pháp bảo quản và điều chỉnh cho phù hợp. Các phương pháp bảo quản hiện nay, như: Bảo quản nông sản trạng thái kín, bảo quản nông sản trạng thái lạnh, bảo quản nông sản bằng hóa học, bảo quản nông sản trong khí quyển điều chỉnh...

- Phân loại: Là quá trình tách riêng các sản phẩm đồng nhất dựa trên sự khác nhau về một hoặc một số tính chất đặc trưng nào đó, có dấu hiệu để phân loại sản phẩm, như: khối lượng, kích thước, hình dạng, màu sắc, bề mặt... Quá trình phân loại giúp nâng cao giá trị sản phẩm nhờ vào sự đồng đều, giúp đảm bảo rằng sản phẩm cuối cùng đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng và kích thước mong muốn từ người tiêu dùng. Quá trình này cũng hỗ trợ trong việc quản lý hàng hóa, vận chuyển và lưu trữ một cách hiệu quả, từ đó giảm thiểu lãng phí và tăng cường giá trị thương mại của nông sản.

- Làm sạch (vệ sinh): Là quá trình tách các tạp chất ra khỏi nông sản như những tạp chất có nguồn gốc vô cơ, thực vật, vi sinh vật, động vật, hóa chất... nhằm đảm bảo mỹ quan của sản phẩm, kiểm soát phản ứng sinh hóa trong nông sản và loại đi các tạp chất ảnh hưởng đến chất lượng và an toàn thực phẩm. Có 2 nhóm phương pháp làm sạch cơ bản như sau:

+ Làm sạch ướt: Ngâm, phun, rửa...

+ Làm sạch khô: Sàng, chà, thổi, đánh bóng, nhật...

- Sơ chế: Là quá trình làm biến đổi sơ bộ nguyên liệu hoặc bán thành phẩm để việc thực hiện những quá trình tiếp theo sẽ dễ dàng hơn. Có rất nhiều công đoạn sơ chế, như: phối trộn, tạo hình, nghiền vỡ, nghiền nát, đồng hóa dưới dạng nhũ tương hoặc huyền phù, ép lấy nước, ép lấy dầu, ép lấy xác, chần, thanh trùng và tiệt trùng, chiên, nướng, rang, sao, làm lạnh, đông lạnh, cô đặc bằng nhiệt, ly trích, sấy, đông tụ, kết tinh, chưng cất, hấp thụ và hấp phụ, trao đổi ion, lên men, uơm mầm...

- Chế biến: Là quá trình làm biến đổi sâu sắc thành phần hóa học và các tính chất nguyên liệu theo xu hướng có lợi để chuyển hóa nguyên liệu thành sản phẩm như tinh bột, mì, bún sợi, bánh mì, bánh bích quy, mì ăn liền, đường, mạch nha, kẹo, đồ hộp, trái cây ngâm đường, mứt, muối chua, dưa chua, các sản phẩm từ đậu, thức uống không cồn, thức uống có cồn, thức uống lên men, bia, rượu, trà, cà phê, ca cao, chocolate, dầu tinh luyện, bơ, pa-tê, xúc xích, cá thịt xông khói, sữa tiệt trùng, sữa cô đặc, phô mai, phô-mát, kem...

- Đóng gói: Là công đoạn hỗ trợ đắc lực trong quá trình phân phối sản phẩm nhờ vào các chức năng bảo quản, quảng cáo thông tin và thẩm mỹ... Đóng gói có thể tạo cho sản phẩm một giá trị cao hơn, hỗ trợ định vị sản phẩm và thu hút khách hàng.

4.3.2. Xây dựng nhãn hiệu hàng hóa

Theo Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 định nghĩa: “Nhãn hiệu hàng hóa là dấu hiệu riêng được dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất, kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hay nhiều màu sắc”.

Nhãn hiệu hàng hóa là một trong những dấu hiệu giúp người tiêu dùng có thể nhận biết được nguồn gốc, xuất xứ và loại sản phẩm được bày bán và lưu hành

trên thị trường. Nhãn hiệu hàng hóa bao gồm: Nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu liên kết, nhãn hiệu nổi tiếng.

Ngoài bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, pháp luật cũng rất chú trọng bảo hộ nhãn hiệu tập thể, là nhãn hiệu thuộc sở hữu của một hiệp hội ngành nghề hoặc một tổ chức khác.

Nội dung bắt buộc phải thể hiện trên nhãn hàng hóa: Tên hàng hóa; tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; xuất xứ hàng hóa; các nội dung khác theo tính chất của mỗi loại hàng hóa.



Hình 5.4. Nhãn hiệu sản phẩm hạt tiêu Sơn Ka có in tem truy suất nguồn gốc của Hợp tác xã sản xuất - kinh doanh - dịch vụ tổng hợp Kon Rẫy Kon Tum.

4.3.3. Tiếp thị nông sản

Theo Philip Kotler, marketing hay tiếp thị là một quá trình quản lý và xã hội, nhờ nó mà các cá nhân và tổ chức đạt được những gì họ cần và mong muốn thông qua việc tạo ra và trao đổi giá trị với các cá nhân và tổ chức khác.

Tiếp thị nông sản là các hoạt động liên quan đến dòng hàng hóa và dịch vụ từ người sản xuất (nông dân) đến người tiêu dùng cuối cùng. Nói cách khác, tiếp thị nông sản liên quan đến tất cả các hoạt động cần thiết để chuyển nông sản từ người sản xuất (nông dân) đến người tiêu dùng cuối cùng.

Trong tiếp thị nông sản, quảng cáo bán hàng đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sản phẩm đến với khách hàng mục tiêu, tạo ra sự nhận thức và hứng thú với sản phẩm đó. Có nhiều công cụ quảng cáo bán hàng phổ biến, thường sử dụng để tiếp cận và thu hút khách hàng, như:

- Quảng cáo trên mạng xã hội: Sử dụng các nền tảng như Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, và Pinterest để đăng quảng cáo. Các mạng xã hội cung cấp các công cụ quảng cáo như quảng cáo hiển thị, video, quảng cáo định hình mục tiêu, và quảng cáo cửa sổ nhúng.

- Quảng cáo trên truyền hình và đài phát thanh: Đây vẫn là một phương tiện quảng cáo truyền thống phổ biến, đặc biệt hiệu quả đối với sản phẩm tiêu thụ hàng ngày hoặc đối tượng khách hàng rộng.

- Quảng cáo trên trang web và ứng dụng di động: Quảng cáo bằng banner, popup, hoặc định dạng khác trên các trang web hoặc ứng dụng di động... Hiện nay, Google Ads cũng là một nền tảng quảng cáo rất được quan tâm, thông qua công cụ tìm kiếm của Google, cho phép đặt quảng cáo hiển thị khi người dùng tìm kiếm từ khóa liên quan đến sản phẩm nào đó liên quan.

- Email marketing: Gửi email quảng cáo hoặc thông tin khuyến mãi đến danh sách khách hàng hiện tại hoặc tiềm năng. Điều này có thể thông qua việc gửi newsletter, thông báo khuyến mãi, hoặc thông tin sản phẩm mới.

- Quảng cáo trực tiếp: Gửi quảng cáo tới địa chỉ nhà hoặc văn phòng của khách hàng tiềm năng qua các tài liệu quảng cáo phổ biến, như: danh thiếp, tờ rơi, bao bì giới thiệu sản phẩm...

- Marketing Influencer: Hợp tác với các người ảnh hưởng hoặc người nổi tiếng để quảng cáo sản phẩm. Họ có thể giới thiệu sản phẩm thông qua các bài viết, video hoặc ảnh trên các kênh mạng xã hội của họ.

4.3.4. Truy xuất nguồn gốc

Là quá trình theo dõi và xác minh nguồn gốc của sản phẩm từ khi nó được sản xuất đến khi đến tay người tiêu dùng.

Truy xuất nguồn gốc đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo an toàn và tính minh bạch của hàng hóa, đặc biệt là với các loại hàng nông sản trong ngành nông nghiệp. Bằng cách theo dõi từng bước của chuỗi giá trị từ nguồn nguyên liệu đến sản phẩm cuối cùng đến tay người tiêu dùng, truy xuất nguồn gốc đảm bảo người tiêu dùng có thông tin chính xác về xuất xứ, quy trình sản xuất và vận chuyển, giúp họ đưa ra quyết định mua hàng thông minh. Đồng thời, việc này cũng giúp ngăn chặn gian lận, hàng giả và đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật, từ đó tăng cường an ninh thực phẩm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Thêm vào đó, việc truy xuất nguồn gốc cũng góp phần cải thiện hiệu quả của chuỗi chuỗi giá trị bằng cách tối ưu hóa quy trình vận chuyển, lưu trữ và quản lý hàng hóa, từ đó xây dựng nền tảng cho một môi trường kinh doanh minh bạch và công bằng hơn.

Hiện nay, tem truy xuất nguồn gốc được dùng phổ biến cho hoạt động này. Đây là một loại tem điện tử được cấu thành từ hệ thống truy xuất, công nghệ dữ liệu biến đổi ma trận, mã Qr code và lớp phủ bảo vệ. Tem truy xuất nguồn gốc có nhiều thiết kế khác nhau nhưng nhìn chung, thiết kế trên mỗi con tem truy xuất gốc sẽ bao gồm: Logo doanh nghiệp, tên thương hiệu doanh nghiệp, mã Qr và số seri. Tem truy xuất nguồn gốc có thể sử dụng các chất liệu, như: Decal vỡ (khi tách rời sẽ tách ra từng mảnh chống tái sử dụng), decal rác, decal thường, ảnh ba chiều... Mẫu thiết kế sẽ tùy biến vào sản phẩm doanh nghiệp mà có các dạng hình chữ nhật, tròn, vuông, elip...khác nhau.



Hình 5.5. Tem truy suất nguồn gốc của sản phẩm hạt tiêu Sơn Ka của Hợp tác xã sản xuất - kinh doanh - dịch vụ tổng hợp Kon Rẫy Kon Tum.

4.3.5. Quản lý chất lượng nông sản

Hoạt động quản lý chất lượng nông sản bao gồm một loạt các hoạt động được thực hiện để đảm bảo rằng sản phẩm nông nghiệp đáp ứng được các tiêu chuẩn về an toàn, chất lượng và tuân thủ các quy định.

Đây là quá trình quản lý toàn diện từ khâu sản xuất, thu hoạch, chế biến, đến vận chuyển và bảo quản. Cụ thể gồm những hoạt động sau:

- Kiểm nghiệm thực phẩm: Luật An toàn thực phẩm năm 2010 quy định: “Kiểm nghiệm thực phẩm là việc thực hiện một hoặc các hoạt động thử nghiệm, đánh giá sự phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật và tiêu chuẩn tương ứng đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm, chất hỗ trợ chế biến thực phẩm, chất bổ sung vào thực phẩm, bao gói, dụng cụ, vật liệu chứa đựng thực phẩm”. Phương pháp phổ biến nhất gồm: Thử nghiệm hóa học phân tích, kiểm tra bằng cảm quan, phân tích dinh dưỡng, kiểm tra vi sinh...

- Quản lý quy trình sản xuất: Bao gồm việc theo dõi và kiểm soát các bước sản xuất nông sản từ việc chọn giống, canh tác, sử dụng phân bón thuốc một cách hợp lý và an toàn. Các tiêu chuẩn và quy trình sản xuất sạch và bền vững cũng được đưa vào quản lý để đảm bảo chất lượng cuối cùng của sản phẩm.

- Quản lý rủi ro và an toàn thực phẩm: Việc đảm bảo an toàn thực phẩm đóng vai trò rất quan trọng. Quản lý chất lượng nông sản bao gồm việc xác định và giảm thiểu các rủi ro tiềm ẩn liên quan đến an toàn thực phẩm và đảm bảo vệ sinh trong quá trình chế biến và vận chuyển. Ngoài ra, cũng quan tâm đến việc theo dõi thông tin về nguồn gốc và lịch sử của sản phẩm từ khi nó được trồng trọt đến khi đến tay người tiêu dùng, giúp đảm bảo tính minh bạch và truy xuất nguồn gốc của sản phẩm.

II. TỔ CHỨC TIÊU THỤ NÔNG SẢN

1. Khái niệm và ý nghĩa của tổ chức tiêu thụ nông sản

1.1. Khái niệm

Tổ chức tiêu thụ nông sản là quá trình tập hợp, sắp xếp, vận chuyển, lưu thông, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng. Hoạt động này nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến tiêu thụ sản phẩm

nông nghiệp, bao gồm chất lượng sản phẩm, giá cả, định giá, thương mại, bảo quản, chế biến, vận chuyển và quảng cáo sản phẩm.

1.2. Ý nghĩa

- Tăng khả năng tiêu thụ, giúp gia tăng thu nhập cho người sản xuất: Một trong những mục đích, ý nghĩa quan trọng của hoạt động kết nối thị trường và tổ chức tiêu thụ nông sản là giúp tăng khả năng tiêu thụ của sản phẩm nông nghiệp. Khi sản phẩm được tiếp cận và tiêu thụ nhanh chóng, giá bán của sản phẩm cũng sẽ được gia tăng. Điều này giúp cho người sản xuất có thể đảm bảo thu nhập gia tăng, phục vụ cho các hoạt động sản xuất, kinh doanh trong tương lai. Kết nối thị trường và tổ chức tiêu thụ nông sản còn giúp cho người sản xuất có thể khai thác tối đa tiềm năng của thị trường, từ đó tăng sản lượng và giảm chi phí sản xuất, giảm giá thành sản phẩm. Kết quả là giúp gia tăng thu nhập cho người sản xuất.

- Tạo cơ hội tìm hiểu nhu cầu thị trường và điều chỉnh quy trình sản xuất – kinh doanh phù hợp: Đối với các nhà sản xuất nông nghiệp, kết nối thị trường và tổ chức tiêu thụ nông sản tạo ra cho họ cơ hội để tìm hiểu nhu cầu thị trường. Việc hiểu rõ nhu cầu của thị trường rất quan trọng để họ có thể sản xuất các mặt hàng phù hợp với yêu cầu của khách hàng. Điều này cũng giúp giảm thiểu lượng sản phẩm bị lãng phí, giúp tăng lợi nhuận cho các nhà sản xuất. Việc tìm hiểu nhu cầu của thị trường cũng giúp nhà sản xuất có thể điều chỉnh và cải thiện các quy trình sản xuất, thu hoạch, bảo quản, chế biến và tiêu thụ phù hợp hơn. Khi điều chỉnh các quy trình này đúng cách, nhà sản xuất có thể đáp ứng lại các yêu cầu của thị trường, đồng thời tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm chi phí và tăng lợi nhuận. Ngoài ra, việc điều chỉnh quy trình sản xuất, thu hoạch, bảo quản, chế biến và tiêu thụ phù hợp còn giúp tăng tính cạnh tranh của các sản phẩm nông nghiệp trên thị trường, đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng, từ đó giúp nâng cao giá trị thương mại của nông sản.

- Giúp cân bằng cung cầu, tránh được việc “giải cứu” nông sản: Việc “giải cứu” nông sản thường xảy ra khi sản lượng nông sản vượt quá nhu cầu tiêu thụ trên thị trường, dẫn đến giá cả giảm sút, hàng tồn kho và thậm chí phải bán với giá rẻ hoặc tiêu hủy. Điều này ảnh hưởng tiêu cực đến nhà sản xuất nông nghiệp và cả nền kinh tế quốc gia. Khi có hoạt động kết nối thị trường và tổ chức tiêu thụ nông sản, nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp sẽ được thông báo về nhu cầu và tiêu chuẩn của thị trường, từ đó có thể điều chỉnh sản xuất theo hướng phù hợp với nhu cầu thị trường. Ngoài ra, hoạt động kết nối thị trường và tổ chức tiêu thụ nông sản còn giúp họ tìm kiếm được đối tác kinh doanh và mở rộng thị trường tiêu thụ, giúp cân bằng cung cầu trên thị trường nông sản và tránh được việc “giải cứu” nông sản.

- Tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh: Kết nối thị trường nông sản giúp tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh, giúp cho các đối tác kinh doanh có thể cùng nhau phát triển và cùng nhau cạnh tranh. Kết nối thị trường nông sản giúp cho các sản phẩm nông nghiệp được tiếp cận với thị trường quốc tế, giúp tăng cơ hội xuất khẩu và nâng cao uy tín của nông sản. Ngoài ra, hoạt động kết nối thị trường năng sản cũng giúp cho người sản xuất có thể tiếp cận với các công

nghệ mới và cải thiện quy trình sản xuất. Khi sản phẩm của họ được tiếp cận với thị trường rộng hơn, họ có thể học hỏi được các kinh nghiệm và kiến thức mới từ các đối tác, khách hàng và đối thủ cạnh tranh. Điều này giúp cho người sản xuất có thể nâng cao hiệu quả sản xuất và tăng cường sức cạnh tranh của sản phẩm trong thị trường.

2. Các kênh tiêu thụ nông sản

Có nhiều kênh tiêu thụ nông sản khác nhau mà các nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp có thể khai thác để bán sản phẩm của mình. Việc tìm ra kênh tiêu thụ nông sản thích hợp có thể giúp các nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp tối đa hóa giá trị sản phẩm của mình và đảm bảo thu nhập ổn định. Một số kênh tiêu thụ nông sản tiêu biểu đó là:

2.1. Kênh tiêu thụ nông sản qua nơi sản xuất, trang trại

Kênh tiêu thụ qua nơi sản xuất, trang trại là nơi sản xuất cho phép người tiêu dùng trực tiếp đến trang trại, nơi sản xuất để mua sản phẩm.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Giúp giảm bớt số lượng trung gian và giá thành của sản phẩm, từ đó có được giá bán tốt hơn.

+ Đối với người mua: Giúp người mua có cơ hội tìm hiểu về quá trình sản xuất của sản phẩm, đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Yêu cầu người sản xuất phải có một không gian phù hợp để bán hàng và quản lý.

+ Đối với người mua: Không phải là kênh tiêu thụ nông sản phổ biến nhất và không thuận tiện cho tất cả người mua. Nếu nơi sản xuất, trang trại nằm ở ngoại ô hoặc xa trung tâm thì người mua có thể gặp khó khăn khi đến mua hàng.

2.2. Kênh tiêu thụ nông sản qua cửa hàng bán lẻ

Các cửa hàng bán lẻ là một kênh tiêu thụ quan trọng cho các sản phẩm nông nghiệp. Là một địa điểm bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng cuối cùng, cung cấp nhiều lựa chọn cho khách hàng và giúp nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp tiếp cận thị trường tiêu thụ.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Giúp người bán dễ dàng tiêu thụ sản phẩm và tạo ra thu nhập nhanh chóng. Giúp giới thiệu sản phẩm đến khách hàng mới và nâng cao nhận thức về sản phẩm của người tiêu dùng.

+ Đối với người mua: Kênh tiêu thụ qua cửa hàng giúp sản phẩm nông nghiệp tiếp cận trực tiếp với người mua, cho phép người mua xem và chọn lựa sản phẩm một cách dễ dàng.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Khi đến mùa vụ đồng loạt, việc cung cấp sản phẩm quá nhiều tại các cửa hàng có thể dẫn đến mất giá, thiệt hại cho người bán. Việc vận chuyển sản phẩm tới cửa hàng cũng là một vấn đề đáng quan tâm, đặc biệt khi cửa hàng nằm xa vùng sản xuất. Điều này có thể tăng chi phí vận chuyển và ảnh hưởng đến giá thành của sản phẩm.

+ Đối với người mua: Thông thường, khi sản phẩm được bán qua cửa hàng bán lẻ, giá sẽ cao hơn so với khi mua trực tiếp từ người bán, do chi phí cho việc vận hành cửa hàng, thuê mặt bằng, chi phí quảng cáo, và lợi nhuận của cửa hàng. Khi sản phẩm được vận chuyển từ nơi sản xuất đến cửa hàng bán lẻ, thời gian và điều kiện vận chuyển có thể làm cho sản phẩm không còn tươi mới như ban đầu. Điều này có thể ảnh hưởng đến chất lượng và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm.

2.3. Kênh tiêu thụ nông sản qua các đại lý phân phối

Các đại lý phân phối cũng là một kênh tiêu thụ nông sản quan trọng. Các đại lý phân phối thường mua các loại nông sản từ các nông dân, các nhà sản xuất nông nghiệp và sau đó bán lại cho các nhà bán lẻ hoặc các khách hàng khác. Các đại lý phân phối có thể đưa ra một giá trị thêm cho sản phẩm bằng cách đóng gói, xử lý hoặc vận chuyển tới khách hàng.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Các đại lý phân phối có thể cung cấp một kênh tiêu thụ rộng lớn hơn, giúp sản phẩm đến được khách hàng ở nhiều địa điểm khác nhau. Điều này giúp tăng doanh số và giúp sản phẩm của nhà sản xuất đến với nhiều người hơn. Ngoài ra, các đại lý phân phối có thể giúp tiết kiệm thời gian cho các hoạt động quản lý và điều hành. Giúp nhà sản xuất tập trung vào việc sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

+ Đối với người mua: Các đại lý phân phối thường được cung cấp sản phẩm từ nhiều nguồn khác nhau, giúp người mua có nhiều lựa chọn về loại sản phẩm, chất lượng sản phẩm và giá thành hợp lý. Ngoài ra, các đại lý phân phối thường được phân bố rộng khắp, giúp người mua tiết kiệm thời gian và chi phí cho việc đi lại khi mua hàng. Các đại lý còn cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như giao hàng, bảo hành sản phẩm, tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật, giúp người mua có thể mua hàng một cách thuận tiện và an tâm hơn.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Vì sản phẩm của người bán đi qua nhiều đại lý phân phối, nếu không kiểm soát tốt quá trình sản xuất và vận chuyển sản phẩm, người bán có thể gặp phải vấn đề liên quan đến chất lượng sản phẩm và khó khăn trong việc giải quyết khi có vấn đề xảy ra. Ngoài ra, sử dụng các đại lý phân phối để tiếp cận với thị trường tiêu thụ nông sản sẽ tăng thêm chi phí vận chuyển, lưu trữ, quảng cáo, phí hoa hồng cho các đại lý này.

+ Đối với người mua: Do sản phẩm đã qua nhiều đại lý phân phối, người mua khó có thể xác định nguồn gốc của sản phẩm, dẫn đến nguy cơ mua phải hàng giả, hàng nhái. Ngoài ra, thường thì khi sản phẩm được trung gian qua nhiều

đại lý phân phối, người mua sẽ chịu giá cả của sản phẩm tăng lên do chi phí vận chuyển, lưu trữ, quảng cáo của các đại lý.

2.4. Kênh tiêu thụ nông sản qua các chợ truyền thống

Chợ truyền thống là nơi tập trung các tiểu thương, người bán hàng và người mua hàng giao dịch trực tiếp. Đây cũng là một kênh tiêu thụ nông sản quan trọng, đặc biệt là đối với các sản phẩm nông nghiệp nhỏ. Các nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp có thể bán sản phẩm của mình trực tiếp cho khách hàng tại chợ truyền thống, tạo ra một nguồn thu ổn định cho sản xuất nông sản địa phương.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Các chợ truyền thống thường là nơi tập trung đông đảo người mua và bán, giúp cho người bán dễ dàng tiếp cận thị trường và tiếp cận khách hàng tiềm năng, tạo được mối quan hệ tin tưởng với khách hàng thông qua việc giao tiếp trực tiếp và tạo sự quen thuộc. Người bán có thể linh hoạt điều chỉnh giá cả và số lượng hàng hóa để đáp ứng nhu cầu của khách hàng tại thời điểm cụ thể. Việc bán hàng tại các chợ truyền thống giúp người bán tiết kiệm chi phí vận chuyển và quảng cáo do không cần phải đầu tư nhiều vào các hoạt động này.

+ Đối với người mua: Chợ truyền thống có nhiều loại sản phẩm đa dạng, từ thực phẩm đến hàng tiêu dùng và đồ gia dụng. Người mua có thể tương tác trực tiếp với người bán để hỏi thông tin về sản phẩm, đàm phán giá cả và có thể thử sản phẩm trước khi mua. Sự cạnh tranh giữa các tiểu thương sẽ giúp người mua mua được sản phẩm với giá cả hợp lý hơn. Chợ truyền thống thường không tốn nhiều chi phí quảng cáo hoặc bố trí kinh doanh, vì vậy người mua có thể mua hàng với giá cả thấp hơn so với các kênh bán hàng khác.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Do các chợ truyền thống thường có nhiều người bán cạnh tranh với nhau, việc kiểm soát giá cả trở nên khó khăn. Tại chợ truyền thống không có quy trình kiểm soát chất lượng sản phẩm nghiêm ngặt, các sản phẩm kém chất lượng có thể tràn lan trên thị trường, ảnh hưởng đến uy tín của người bán. Người bán chỉ có thể tiếp cận được khách hàng trong khu vực gần chợ, khó tiếp cận được khách hàng ở xa, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay, khi thị trường trở nên rộng lớn hơn và các hình thức kinh doanh trực tuyến đang phát triển mạnh mẽ.

+ Đối với người mua: Chợ truyền thống thường lớn và đông đúc, điều này khiến người mua mất nhiều thời gian để tìm kiếm sản phẩm. Bên cạnh đó, chợ truyền thống thường không có một cơ chế kiểm soát chất lượng sản phẩm như các cửa hàng bán lẻ khác. Không phải lúc nào cũng tiện lợi cho người mua đến chợ truyền thống, đặc biệt là trong điều kiện thời tiết xấu hoặc khu vực chợ xa nhà.

2.5. Kênh tiêu thụ nông sản qua các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn

Các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn cũng là một kênh tiêu thụ nông sản tiềm năng, đặc biệt là đối với các sản phẩm nông nghiệp lớn. Các siêu thị, trung tâm

mua sắm lớn có thể mua hàng loạt các sản phẩm từ các nhà sản xuất nông nghiệp và sau đó bán lại cho các nhà bán lẻ hoặc khách hàng cuối.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn thường có lượng khách hàng lớn, cho phép người bán quảng bá sản phẩm của mình đến một số lượng khách hàng rộng lớn.

+ Đối với người mua: Kênh tiêu thụ nông sản qua các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn cung cấp nhiều sản phẩm khác nhau trong một địa điểm cho người mua. Tại đây, cung cấp các phương thức thanh toán đa dạng, giúp cho người mua có nhiều lựa chọn hơn để thanh toán sản phẩm.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn có thể yêu cầu phí phân phối cao hơn so với các kênh tiêu thụ khác, làm tăng chi phí bán hàng đối với người bán. Ngoài ra, các siêu thị, trung tâm mua sắm lớn có thể yêu cầu các sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng cao, khiến cho người bán cần phải đầu tư nhiều hơn mới đáp ứng được.

+ Đối với người mua: Thường thì giá cả của các sản phẩm nông sản ở siêu thị, trung tâm mua sắm lớn sẽ cao hơn so với giá trực tiếp tại các chợ nông sản do chi phí tổ chức vận hành nhiều hơn.

2.6. Kênh tiêu thụ nông sản trực tuyến và ứng dụng thương mại điện tử

Kênh tiêu thụ trực tuyến và ứng dụng thương mại điện tử như Facebook, Instagram, Shopee, Lazada, Tiki... đang trở thành kênh tiêu thụ nông sản ngày càng phổ biến. Các nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp có thể quảng cáo sản phẩm của mình trên các trang mạng xã hội, thu hút khách hàng trực tiếp thông qua các nền tảng thương mại điện tử.

Đặc biệt, hiện nay kênh tiêu thụ nông sản thông qua hoạt động livestream. Livestream là việc truyền tải video trực tiếp qua mạng internet, áp dụng với các nền tảng thương mại trực tuyến như Tiktok, Facebook... Đây là một hình thức tiếp thị và quảng bá sản phẩm ngày càng phổ biến, giúp nông dân, HTX và doanh nghiệp nông nghiệp có thể kết nối trực tiếp với khách hàng mục tiêu của họ. Trong bối cảnh thị trường nông sản hiện nay, livestream được sử dụng để trực tiếp giới thiệu và quảng cáo sản phẩm từ các nông trại hoặc các gian hàng kinh doanh nông sản đến trực tiếp cho người xem trực tuyến.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Các kênh tiêu thụ trực tuyến như các trang web bán hàng trực tuyến hoặc các ứng dụng thương mại điện tử giúp cho việc tiếp cận khách hàng trở nên dễ dàng hơn, sản phẩm nông nghiệp được tiêu thụ nhanh chóng và tiết kiệm chi phí. Sử dụng kênh tiêu thụ nông sản trực tuyến và ứng dụng thương mại điện tử giúp người bán có thể quản lý đơn hàng dễ dàng hơn, thông qua việc tự động hóa quy trình đặt hàng và thanh toán.

+ Đối với người mua: Người mua có thể mua các sản phẩm nông sản từ nhà mà không cần phải ra ngoài, tiết kiệm thời gian và công sức. Các ứng dụng thương mại điện tử cung cấp cho người mua một sự lựa chọn đa dạng về sản phẩm và nhà cung cấp, giá cả hợp lý và có nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Người mua có thể đọc các đánh giá, nhận xét và phản hồi của người dùng khác về sản phẩm trên các ứng dụng thương mại điện tử, giúp người mua có được sự đánh giá khách quan về sản phẩm trước khi mua.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Người bán cần phải đầu tư vào các phần mềm quản lý đơn hàng, phần mềm thanh toán trực tuyến và các dịch vụ vận chuyển để có thể sử dụng kênh tiêu thụ nông sản trực tuyến và ứng dụng thương mại điện tử, điều này có thể tăng chi phí đầu tư ban đầu. Khi sử dụng kênh tiêu thụ nông sản trực tuyến và ứng dụng thương mại điện tử, người bán cần đảm bảo an toàn thông tin khách hàng và các giao dịch trực tuyến, tránh các rủi ro về bảo mật thông tin và các hình thức lừa đảo trực tuyến.

+ Đối với người mua: Khi mua sản phẩm trực tuyến, người mua không thể xem trực tiếp sản phẩm và kiểm tra chất lượng của nó trước khi mua. Điều này có thể dẫn đến việc mua phải sản phẩm không đúng chất lượng hoặc không đáp ứng được nhu cầu của mình. Việc đàm phán giá cả và trao đổi thông tin với người bán có thể khó khăn hơn so với mua hàng trực tiếp tại cửa hàng. Điều này có thể dẫn đến sự bất hòa trong việc mua bán hoặc mua sản phẩm với giá cao hơn so với giá thực tế. Bên cạnh đó, việc hoàn trả sản phẩm có thể gặp nhiều khó khăn hơn so với mua hàng trực tiếp tại cửa hàng, nhiều trang web thương mại điện tử có chính sách hoàn trả khá phức tạp. Bên cạnh đó, thông tin cá nhân và thông tin thẻ tín dụng của người mua có thể bị đánh cắp hoặc lộ ra ngoài, gây ra những vấn đề về an ninh thông tin và gây thiệt hại về tài chính.

2.7. Kênh xuất khẩu

Xuất khẩu là một kênh tiêu thụ nông sản quan trọng, đặc biệt là đối với các sản phẩm nông nghiệp lớn như lúa, ngô... Nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp có thể bán sản phẩm của mình cho các công ty xuất khẩu hoặc các nhà phân phối đến các thị trường quốc tế.

- Ưu điểm:

+ Đối với người bán: Kênh xuất khẩu cho phép nông sản tiếp cận với các thị trường mới trên toàn thế giới, giúp người bán mở rộng khách hàng và tăng doanh số bán hàng. Bên cạnh đó, nông sản được tiếp cận với các thị trường có nhu cầu cao và sẵn sàng trả giá tốt hơn, giúp tăng giá trị của nông sản.

+ Đối với người mua: Khi mua nông sản qua kênh xuất khẩu, người mua có thể tin tưởng vào chất lượng sản phẩm, vì các sản phẩm này thường phải đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường quốc tế. Người mua còn có thể tiếp cận với các loại sản phẩm đa dạng từ khắp nơi trên thế giới, và có thể tìm được sản phẩm phù hợp với nhu cầu của mình.

- Nhược điểm:

+ Đối với người bán: Kênh xuất khẩu có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố địa chính trị, kinh tế và môi trường trên toàn cầu, như các biện pháp phòng chống thương mại của các quốc gia khác nhau có thể ảnh hưởng đến khả năng xuất khẩu của một quốc gia. Khi sản phẩm xuất khẩu, người bán có thể chịu chi phí vận chuyển và phí xuất khẩu có thể rất cao, đặc biệt là đối với các sản phẩm nông nghiệp đông lạnh hoặc có giới hạn thời gian sử dụng. Thị trường xuất khẩu nông sản rất cạnh tranh, người bán phải cạnh tranh với các đối thủ khác từ các quốc gia khác nhau. Điều này có thể đưa đến giá cả cạnh tranh và tạo ra áp lực lớn về giá và chất lượng sản phẩm.

+ Đối với người mua: Khi mua nông sản qua kênh xuất khẩu, thời gian giao hàng thường sẽ lâu hơn so với việc mua ở trong nước do phải thông qua các thủ tục nhập khẩu và hải quan. Người mua khó kiểm soát chất lượng sản phẩm trực tiếp, do đó có thể gặp phải tình trạng sản phẩm không đạt yêu cầu hoặc bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển. Vì sản phẩm phải được vận chuyển theo các yêu cầu khắt khe và chi phí vận chuyển nông sản qua kênh xuất khẩu thường cao hơn so với việc mua sản phẩm trong nước.

3. Tổ chức tiêu thụ nông sản

Tổ chức tiêu thụ nông sản cho nông dân đóng vai trò then chốt, góp phần tạo ra một chuỗi giá trị thành công. Điều này rất cần đến việc nâng cao năng lực cho nông dân, để trang bị cho họ những kiến thức về thị trường và cách tiếp cận người tiêu dùng. Thông qua việc hiểu rõ nhu cầu thị trường, nông dân có thể điều chỉnh sản phẩm để phù hợp với mong muốn của người tiêu dùng, thậm chí đổi mới sản phẩm bằng việc áp dụng công nghệ tiên tiến, từ đó có thể tối ưu hóa giá trị của sản phẩm, tăng thu nhập và giảm thiểu lãng phí.

Sự thành công của nông dân trong việc tiếp cận thị trường tiêu thụ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự ổn định và bền vững của ngành nông nghiệp trước những biến đổi của môi trường kinh doanh và thị trường. Triển khai những nội dung sau đây sẽ giúp cho việc tổ chức tiêu thụ nông sản cho nông dân đạt hiệu quả cao và phù hợp với nhu cầu thị trường.

3.1. Nâng cao nhận thức cho người dân khi tham gia thị trường nông sản

- Nâng cao khả năng tìm hiểu thị trường và xây dựng các mối quan hệ:

+ Cần phải tìm hiểu và đánh giá thị trường để hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và sản xuất sản phẩm phù hợp với nhu cầu đó. Ngoài ra, họ cần tìm kiếm thông tin về các tiêu chuẩn và quy định liên quan đến sản phẩm của mình để đáp ứng yêu cầu của thị trường.

+ Cần phải xây dựng mối quan hệ với khách hàng để tìm kiếm những cơ hội tiếp cận thị trường mới. Điều này có thể đạt được bằng cách tham gia các sự kiện liên quan đến ngành nông nghiệp, kết nối với các nhà phân phối và đại lý, cũng như đặt hàng trực tiếp từ khách hàng.

- Phát triển kỹ năng bán hàng, đàm phán và thương lượng:

Nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp cần phải có hiểu biết về nhu cầu thị trường, đặc điểm của khách hàng, các xu hướng mới và các cơ hội tiếp cận thị trường. Phát triển kỹ năng bán hàng, đàm phán và thương lượng giúp họ tìm hiểu rõ hơn về thị trường, phát triển mối quan hệ tốt với khách hàng, đàm phán giá cả và các điều khoản hợp đồng, tìm cách tối ưu hóa lợi nhuận từ sản phẩm của mình.

Hơn nữa, phát triển kỹ năng đàm phán và thương lượng còn giúp họ tìm kiếm những đối tác cung ứng đáng tin cậy và đàm phán có lợi cho cả hai bên, từ đó đảm bảo nguồn cung ứng ổn định và chất lượng sản phẩm tốt.

- Thực hiện quảng bá sản phẩm:

Quảng bá sản phẩm là một phương tiện quan trọng để giới thiệu sản phẩm đến khách hàng tiềm năng và tạo sự quan tâm từ thị trường. Các tổ chức liên quan có thể hỗ trợ nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp trong việc xây dựng chiến lược quảng bá sản phẩm và tạo ra các công cụ quảng bá hiệu quả.

Cần thực hiện quảng bá sản phẩm để thu hút khách hàng và đảm bảo lợi nhuận cho mình. Điều này cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng và dựa trên các yếu tố như chi phí sản xuất, giá cả thị trường và giá trị của sản phẩm.

- Tăng cường thông tin truyền tải giữa các bên liên quan:

Tăng cường thông tin truyền tải giữa các bên liên quan như nông dân, các tổ chức nông nghiệp, các doanh nghiệp kinh doanh nông sản, đại lý phân phối, các cơ quan chức năng và khách hàng sẽ giúp nâng cao nhận thức của các bên và tăng cường sự liên kết giữa chúng.

Cần sử dụng công nghệ thông tin để tăng cường truyền tải thông tin một cách hiệu quả. Có thể sử dụng các ứng dụng trên điện thoại để tìm kiếm thông tin về thị trường, đặt hàng và quản lý sản phẩm của mình...

3.2. Tìm hiểu thị trường và các kênh tiêu thụ nông sản

Tìm hiểu về thị trường và các kênh tiêu thụ nông sản gồm một số nội dung như sau:

- Đối tượng tiêu thụ: Cần xác định đối tượng tiêu thụ cho sản phẩm của mình là ai, địa chỉ, nhu cầu của họ, khả năng mua hàng của họ.

- Thị trường nội địa: Tìm hiểu các yêu cầu của thị trường nội địa về giá cả, chất lượng, bao bì, quy định pháp lý...

- Thị trường xuất khẩu: Tìm hiểu thông tin về thị trường xuất khẩu, quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật, giấy tờ yêu cầu để xuất khẩu sản phẩm.

- Các kênh tiêu thụ nông sản: Tìm hiểu các kênh tiêu thụ nông sản từ nơi sản xuất đến người tiêu dùng như bán lẻ, siêu thị, chợ đầu mối...

- Các đối tác trong chuỗi giá trị: Tìm hiểu về các đối tác trong chuỗi giá trị sản phẩm như nhà sản xuất, nhà phân phối, nhà bán lẻ, công ty xuất khẩu... để phối hợp và tạo ra giá trị cho sản phẩm.

- Giá cả và chất lượng sản phẩm: Tìm hiểu giá cả và chất lượng sản phẩm

trên thị trường, từ đó điều chỉnh sản lượng, chất lượng sản phẩm phù hợp với yêu cầu của thị trường.

- Các quy định về an toàn thực phẩm: Nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp cần nắm vững các quy định về an toàn thực phẩm để đảm bảo chất lượng và sự an toàn của sản phẩm trên thị trường.

Tìm hiểu và cập nhật thông tin về thị trường và các kênh tiêu thụ nông sản giúp đưa ra các quyết định sản xuất và kinh doanh hiệu quả, từ đó tăng sản lượng và giá trị của sản phẩm.

3.3. Tổ chức đàm phán về nhu cầu của bên mua và năng lực của bên bán

Khi tổ chức đàm phán về nhu cầu của bên mua và năng lực của bên bán, các nội dung cần tập trung vào một số nội dung:

- Hiểu rõ nhu cầu bên mua: Bên mua sẽ có nhu cầu về sản phẩm như thế nào, cần tìm hiểu những sản phẩm đang có nhu cầu cao, xu hướng tiêu thụ của người tiêu dùng, giá cả, tiêu chuẩn chất lượng và các yêu cầu khác của bên mua.

- Đánh giá năng lực sản xuất: Bên bán cần phải đánh giá khả năng sản xuất của mình, bao gồm năng lực sản xuất hiện tại, khả năng mở rộng sản xuất và tài chính để đáp ứng được nhu cầu của bên mua.

- Thương lượng về giá cả: Các bên cần thảo luận và đàm phán để đạt được giá cả hợp lý và công bằng cho cả hai bên. Trong quá trình này, các bên cần phải lưu ý đến giá thành sản phẩm, chi phí sản xuất, giá thị trường và các yếu tố khác.

- Thỏa thuận về sản phẩm và điều kiện giao hàng: Các bên cần thảo luận và đồng ý về sản phẩm, số lượng, chất lượng và thời gian giao hàng.

- Xác định các điều kiện và cam kết pháp lý: Các bên cần phải thỏa thuận về các điều kiện và cam kết pháp lý để đảm bảo đầy đủ quyền lợi cho cả hai bên trong quá trình giao dịch.

- Xác định các điều kiện vận chuyển và lưu trữ: Nếu sản phẩm cần vận chuyển và lưu trữ, các bên cần đàm phán để đảm bảo sản phẩm được vận chuyển và lưu trữ đúng cách để tránh hư hỏng hoặc mất mát.

- Đánh giá lại thỏa thuận: Sau khi đạt được thỏa thuận, các bên cần đánh giá lại các điều kiện và cam kết để đảm bảo đầy đủ quyền lợi của mình và đối tác.

3.4. Tổ chức thực hiện kết quả đàm phán

Sau khi đã đạt được thỏa thuận giữa bên mua và bên bán trong việc đàm phán về nhu cầu của bên mua và năng lực của bên bán, để thực hiện kết quả đàm phán cần thực hiện các bước sau:

Bước 1: Lập hợp đồng và chuẩn bị sản phẩm

Bên mua và bên bán cần lập hợp đồng để ghi nhận các điều khoản thỏa thuận được đạt được trong quá trình đàm phán, bao gồm số lượng nông sản, chất lượng, giá cả, thời gian giao hàng, phương thức thanh toán, điều kiện bảo đảm và các điều khoản khác.

Bên bán cần chuẩn bị sản phẩm theo đúng yêu cầu của bên mua, đảm bảo chất lượng và số lượng sản phẩm như đã thỏa thuận.

Bước 2: Vận chuyển và thanh toán

Bên bán cần vận chuyển sản phẩm đến địa điểm được thống nhất trong hợp đồng, đảm bảo thời gian và chất lượng sản phẩm không bị ảnh hưởng.

Bên mua và bên bán cần thực hiện thanh toán đúng thời hạn và theo đúng điều kiện đã thỏa thuận trong hợp đồng.

Bước 3: Kiểm tra, xác nhận và giải quyết khiếu nại

Sau khi sản phẩm được vận chuyển đến địa điểm, bên mua cần kiểm tra sản phẩm và xác nhận đúng chất lượng và số lượng sản phẩm đã thỏa thuận trong hợp đồng.

Trong trường hợp xảy ra tranh chấp hoặc khiếu nại, hai bên cần tham gia giải quyết để đảm bảo quyền lợi cho cả hai bên.

Bước 4: Đánh giá và rút kinh nghiệm

Sau khi thực hiện hợp đồng, hai bên cần đánh giá kết quả và rút ra kinh nghiệm để cải thiện trong các lần hợp tác sau.

3.5. Cải tiến và nâng cao chất lượng hoạt động kết nối thị trường tiêu thụ

Để cải tiến và nâng cao chất lượng hoạt động kết nối thị trường nông sản, cần phải quan tâm đến các nội dung chính sau:

- Tạo ra các kênh thông tin cập nhật thị trường nhanh chóng và đầy đủ. Kết nối với các tổ chức, cơ quan có liên quan, các trang mạng xã hội để cập nhật những thông tin mới nhất về giá cả, tình hình sản xuất, tiêu thụ, xu hướng thị trường... nhằm giúp nông dân và nhà sản xuất nông nghiệp có thể theo dõi và đưa ra quyết định sản xuất kịp thời.

- Tìm hiểu thị trường và đưa ra các thông tin, giới thiệu sản phẩm một cách chi tiết, đầy đủ, hấp dẫn để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng. Tạo nên thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm của mình, tăng khả năng tiếp cận với các thị trường tiêu thụ.

- Khai thác các kênh tiêu thụ nông sản để giới thiệu sản phẩm của mình đến với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Tăng cường quảng cáo, truyền thông để đưa sản phẩm của mình đến gần hơn với người tiêu dùng.

- Áp dụng các công nghệ tiên tiến, tối ưu hóa quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng năng suất sản xuất. Đồng thời, nâng cao khả năng quản lý sản xuất để đảm bảo sản phẩm được sản xuất đúng quy trình, chất lượng, an toàn thực phẩm, đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

- Thúc đẩy hợp tác giữa các nông dân và doanh nghiệp. Tạo ra các hợp tác xã, liên kết sản xuất giữa các nông dân để sản xuất hàng hoá có chất lượng đồng đều, tiêu chuẩn cao, đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Tìm kiếm các doanh nghiệp có nhu cầu mua sản phẩm, đàm phán để tìm ra giải pháp thúc đẩy hợp tác.

- Xây dựng hệ thống thông tin liên kết giữa các bên liên quan trong hoạt động kết nối thị trường nông sản giúp tăng tính minh bạch và đảm bảo quyền lợi cho các bên tham gia. Hệ thống thông tin liên kết có thể bao gồm các công cụ, như: website, ứng dụng di động, email, tin nhắn và các kênh truyền thông xã hội để đảm bảo việc trao đổi thông tin nhanh chóng và thuận tiện.

- Tăng cường giám sát và đánh giá để đảm bảo rằng hoạt động kết nối thị trường nông sản được thực hiện đúng cách và đạt được kết quả như mong đợi. Các tổ chức cần có cơ chế giám sát, đánh giá để đo lường hiệu quả của các hoạt động kết nối thị trường và đưa ra các biện pháp cải tiến.

- Tạo động lực và hỗ trợ cho các bên tham gia trong hoạt động kết nối thị trường nông sản là cần thiết để đảm bảo sự hợp tác và thành công của hoạt động này. Các biện pháp hỗ trợ có thể bao gồm việc cung cấp thông tin thị trường, giúp đỡ về kỹ thuật sản xuất, hỗ trợ tài chính và hỗ trợ vận chuyển.

3.6. Đa dạng hóa kênh tiêu thụ nông sản

Để đa dạng hóa kênh tiêu thụ nông sản, cần phải tìm hiểu và xác định các kênh tiêu thụ tiềm năng dựa trên đặc thù của sản phẩm và nhu cầu của khách hàng. Từ đó xây dựng chiến lược và kế hoạch đa dạng hóa phù hợp. Những yêu cầu cần quan tâm trong đa dạng hóa kênh tiêu thụ nông sản:

- Các kênh tiêu thụ có thể bao gồm trực tiếp tại điểm bán hàng như các chợ, siêu thị, cửa hàng tạp hóa, cửa hàng nông sản; hoặc qua các đối tác địa phương như nhà hàng, khách sạn, cơ sở sản xuất thực phẩm chế biến.

- Cần tìm hiểu và khai thác các kênh tiêu thụ trực tuyến như website, mạng xã hội, ứng dụng thương mại điện tử để tiếp cận khách hàng trên diện rộng, tiện lợi và hiệu quả hơn.

- Cần quan tâm đến việc thúc đẩy xuất khẩu nông sản. Nông dân và các nhà sản xuất nông nghiệp có thể xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác nước ngoài để xuất khẩu sản phẩm của mình. Điều này giúp tìm kiếm thị trường tiêu thụ mới, mở rộng thị trường và gia tăng thu nhập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 5 tháng 7 năm 2018. Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

2. Bộ NN&PTNT (2022), Tài liệu giám đốc HTX. Chuyên đề 14: Phát triển liên kết chuỗi giá trị, sản phẩm OCOP trong HTX Nông nghiệp

3. Trường Cán bộ Quản lý NN và PTNT II (2020), Chuỗi giá trị nông sản, liên kết trong chuỗi giá trị và vai trò của HTX.

4. Đinh Công Tiến (2021), Bài giảng “Chuỗi giá trị và chiến lược nâng cấp chuỗi”, Trường Chính sách công và PTNT.

5. Trần Minh Hải (2021), Bài giảng “Thông tin thị trường nông sản”, Trường Chính sách công và PTNT.

6. OECD (2015), Báo cáo rà soát Nông nghiệp và Lương thực của OECD – Chính sách nông nghiệp Việt Nam 2015.

7. Trần Tiến Khai (2013), Phân tích chuỗi giá trị và ngành hàng nông nghiệp, Truy cập từ <https://fsppm.fulbright.edu.vn/cache/MPP05-551-LN18V-2013-04-16-09583980.pdf>

8. Nguyễn Ngọc Trân (2015), Tiêu thụ hàng nông sản trong bối cảnh hội nhập, Truy cập từ <https://thuvien.quochoi.vn/vi/tieu-thu-hang-nong-san-trong-boi-can-hoi-nhap-kinh-nghiem-tu-dbscl>

9. Vũ Huy Hùng (2022), Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại thị trường nông thôn (phần 1), Truy cập từ <https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/thu-c-tra-ng-va--gia-i-pha-p-phat-trien-thuong-mai-thi-truong-nong-thon--pha-n-1--4826.4050.html>

10. Vũ Huy Hùng (2022), Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại thị trường nông thôn (phần 2), Truy cập từ <https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/thu-c-tra-ng-va--gia-i-pha-p-phat-trien-thuong-mai-thi-truong-nong-thon--pha-n-2--4832.4050.html>

CHUYÊN ĐỀ 6

TỔ CHỨC SẢN XUẤT VÀ HẠCH TOÁN KINH TẾ TRONG NÔNG NGHIỆP

I. TỔ CHỨC SẢN XUẤT TRONG NÔNG NGHIỆP

1. Quá trình sản xuất và các yếu tố của quá trình sản xuất trong nông nghiệp

Quá trình sản xuất trong nông nghiệp là quá trình sử dụng các yếu tố sản xuất (đất đai, lao động, vốn, vật tư, kỹ thuật) để tạo ra sản phẩm nông nghiệp. Các yếu tố của quá trình sản xuất trong nông nghiệp bao gồm:

- Đất đai: là yếu tố quan trọng nhất của sản xuất nông nghiệp, là môi trường sống và phát triển của cây trồng, vật nuôi.

- Lao động: là yếu tố chủ thể của sản xuất nông nghiệp, là người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất.

- Vốn: là toàn bộ giá trị của các tư liệu sản xuất và sức lao động được sử dụng trong quá trình sản xuất.

- Vật tư: là các tư liệu sản xuất không tự nhiên (phân bón, thuốc trừ sâu, thức ăn chăn nuôi, ...) được sử dụng trong quá trình sản xuất.

- Kỹ thuật: là trình độ của khoa học kỹ thuật được ứng dụng vào sản xuất.

Các yếu tố của quá trình sản xuất trong nông nghiệp có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, tác động qua lại lẫn nhau. Để sản xuất nông nghiệp đạt hiệu quả cao, cần có sự kết hợp hài hòa giữa các yếu tố này, ít tiêu hao nhất có thể.

2. Các hình thức tổ chức sản xuất trong nông nghiệp

Hình thức tổ chức sản xuất trong nông nghiệp là cách thức kết hợp các yếu tố sản xuất để tạo ra sản phẩm nông nghiệp. Các hình thức tổ chức sản xuất trong nông nghiệp được phân chia theo các tiêu chí sau:

- Theo quy mô, bao gồm:

- + Sản xuất nông nghiệp hộ gia đình;
- + Sản xuất nông nghiệp trang trại;
- + Sản xuất nông nghiệp doanh nghiệp.

- Theo hình thức sở hữu, bao gồm:

- + Sản xuất nông nghiệp tư nhân;
- + Sản xuất nông nghiệp hợp tác xã;
- + Sản xuất nông nghiệp nhà nước.

- Theo hình thức liên kết, bao gồm:

- + Liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị;
- + Liên kết sản xuất theo hợp đồng;

+ Liên kết sản xuất theo dự án.

3. Phương án sản xuất, kinh doanh

Phương án sản xuất, kinh doanh hiệu đơn giản là một bản kế hoạch chi tiết về cách thức sản xuất và kinh doanh sản phẩm/dịch vụ nông nghiệp. Phương án này cần bao gồm các yếu tố sau:

- Căn cứ xây dựng: Căn cứ xây dựng phương án sản xuất, kinh doanh có thể là tình hình sản xuất nông nghiệp của địa phương, nhu cầu thị trường, điều kiện kinh tế của hộ gia đình.

- Mục tiêu: Mục tiêu của phương án sản xuất, kinh doanh cần được xác định rõ ràng, cụ thể, có thể đo lường được, có tính thực tế và khả thi.

- Chiến lược: Chiến lược sản xuất kinh doanh cần được xây dựng dựa trên mục tiêu của phương án. Chiến lược cần bao gồm các nội dung như: loại sản phẩm, quy mô sản xuất, thị trường mục tiêu, kênh phân phối, ...

- Các hoạt động cụ thể: Phương án cần xác định các hoạt động cụ thể cần thực hiện để đạt được mục tiêu. Các hoạt động này bao gồm: sản xuất, thu hoạch, bảo quản, chế biến, tiêu thụ, ...

- Kế hoạch tài chính: Kế hoạch tài chính cần bao gồm các chi phí đầu tư, chi phí sản xuất, doanh thu, lợi nhuận, ...

Dưới đây là một ví dụ về phương án sản xuất kinh doanh lúa đơn giản cho nông dân:

- Căn cứ xây dựng:

+ Tình hình sản xuất nông nghiệp của địa phương và nông hộ: Thuận lợi, phù hợp với trồng lúa.

+ Nhu cầu thị trường: Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, nhu cầu tiêu thụ lúa gạo của Việt Nam năm 2023 ước đạt 44 triệu tấn, trong đó nhu cầu tiêu thụ nội địa là 35 triệu tấn, nhu cầu xuất khẩu là 9 triệu tấn.

+ Điều kiện kinh tế của hộ gia đình: Có 4 ha đất trồng lúa, có nguồn vốn đầu tư ban đầu khoảng 150 triệu đồng.

- Mục tiêu:

+ Sản xuất lúa đạt năng suất 7 tấn/ha, sản lượng 28 tấn/năm.

+ Thu nhập từ trồng lúa đạt 200 triệu đồng/năm.

- Chiến lược:

+ Loại sản phẩm: Lúa.

+ Quy mô sản xuất: 4 ha.

+ Thị trường mục tiêu: Người dân địa phương, các doanh nghiệp chế biến lương thực.

+ Kênh phân phối: Bán trực tiếp, bán cho các doanh nghiệp chế biến lương thực.

- Các hoạt động cụ thể:

+ Khâu sản xuất:

- Chuẩn bị đất: Làm đất, bón lót, gieo sạ.
- Chăm sóc: Bón phân, phòng trừ sâu bệnh.

+ Khâu thu hoạch: Gặt, tuốt, phơi sấy.

+ Khâu bảo quản: Bảo quản lúa trong kho.

+ Khâu chế biến: Có thể xay xát thành gạo bán trực tiếp hoặc bán cho các doanh nghiệp chế biến lương thực.

- Kế hoạch tài chính:

+ Chi phí các yếu tố đầu vào: 50 triệu đồng

- Chi phí thuê đất: 0,5 triệu đồng.
- Chi phí giống: 9,5 triệu đồng.
- Chi phí phân bón: 20 triệu đồng.
- Chi phí thuốc bảo vệ thực vật: 10 triệu đồng.
- Chi phí khác: 10 triệu đồng.

+ Chi phí trong quá trình sản xuất: 80 triệu đồng/năm

- Chi phí nhân công: 30 triệu đồng/năm.
- Chi phí phân bón: 25 triệu đồng/năm.
- Chi phí thuốc bảo vệ thực vật: 15 triệu đồng/năm.
- Chi phí khác: 10 triệu đồng/năm.

+ Doanh thu dự kiến: 168 triệu đồng/năm.

- Giá bán lúa: 6.000 đồng/kg.
- Sản lượng lúa: 28 tấn/năm.

+ Lợi nhuận dự kiến:

Lợi nhuận = Doanh thu - Chi phí các yếu tố đầu vào - Chi phí trong quá trình sản xuất

Lợi nhuận = 168 triệu đồng/năm - 50 triệu đồng/năm - 80 triệu đồng/năm = 38 triệu đồng/năm.

- Nhận định:

Với phương án kinh doanh trên, sau 01 năm sản xuất, nông hộ sẽ thu được lợi nhuận 38 triệu đồng/năm. Đây là một mức lợi nhuận phù hợp với điều kiện kinh tế của hộ gia đình.

4. Tổ chức các yếu tố trong sản xuất nông nghiệp

4.1. Tổ chức đất đai trong sản xuất nông nghiệp

Tổ chức đất đai trong sản xuất nông nghiệp là việc sử dụng đất đai vào quá trình sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả, nhằm đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra.

Với xu hướng tất yếu của nền nông nghiệp hiện đại, việc tổ chức sử dụng đất hiệu quả hiện nay trong nông nghiệp được hiểu là tổ chức đất đai trong sản xuất nông nghiệp từ đơn giá trị sang đa giá trị. Vì điều kiện đất đai ngày càng hạn hẹp, nông nghiệp cần phải nâng cao hiệu quả sử dụng đất, đồng thời khai thác tối đa các giá trị tiềm năng của đất đai để góp phần phát triển kinh tế-xã hội bền vững.

Như vậy, tổ chức đất đai trong sản xuất nông nghiệp từ đơn giá trị sang đa giá trị là việc sử dụng đất đai một cách hợp lý, hiệu quả, nhằm đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra, đồng thời khai thác tối đa các giá trị tiềm năng của đất đai, bao gồm cả giá trị kinh tế, giá trị xã hội và giá trị môi trường, gồm những nội dung sau:

- Xác định mục đích sử dụng đất: là việc xác định loại đất, mục đích sử dụng đất cho từng khu vực, từng đơn vị sản xuất. Ví dụ: đất dùng trồng cam; đất dùng trồng lúa; đất dùng trồng cà phê; đất dùng trồng chè.

- Phân loại đất: là việc phân chia đất đai thành các loại đất khác nhau, phù hợp với mục đích sử dụng. Ví dụ: đất feralit, đất mùn núi cao, đất phù sa sông và biển

- Tổ chức sử dụng đất: là việc bố trí, sắp xếp các loại đất theo mục đích sử dụng, phù hợp với yêu cầu của sản xuất. Ví dụ: tổ chức đất “đất nào cây ấy”, đất phù sa sông có thể trồng cây ăn trái, trồng lúa.

4.2. Tổ chức lao động trong sản xuất nông nghiệp

Tổ chức lao động trong sản xuất nông nghiệp là việc phân chia, bố trí, sắp xếp lao động theo các vị trí, chức năng, nhiệm vụ cụ thể thực hiện quá trình sản xuất nhằm phát huy tối đa năng lực của người lao động, nâng cao hiệu quả sản xuất, gồm những nội dung sau:

- Phân chia lao động: là việc xác định các công việc cần thực hiện trong quá trình sản xuất, từ đó phân chia cho từng người lao động thực hiện.

- Bố trí lao động: là việc xác định vị trí, địa điểm làm việc của người lao động.

- Sắp xếp lao động: là việc xác định thời gian làm việc, nghỉ ngơi của người lao động.

Các nguyên tắc trong tổ chức lao động

- Nguyên tắc phân công lao động theo trình độ, năng lực của người lao động.

- Nguyên tắc bố trí lao động theo vị trí, địa điểm làm việc phù hợp.

- Nguyên tắc sắp xếp lao động hợp lý, khoa học.

Ví dụ: Trong sản xuất lúa, việc tổ chức lao động trong sản xuất lúa bao gồm việc sắp xếp, bố trí người lao động vào từng khâu gieo cấy, chăm sóc, thu hoạch

theo từng thời gian của một vụ lúa (chu kỳ sản xuất). Trong quá trình tổ chức lao động cần xem xét khả năng của lao động để có thể đảm bảo sử dụng các công cụ thành thực hiệu quả. Đồng thời đạt được yêu cầu tăng năng suất lao động và giảm chi phí sản xuất:

- Lao động khâu làm đất
- Lao động khâu xử lý giống và gieo cấy
- Lao động khâu chăm sóc bao gồm diệt cỏ, tưới tiêu nước, phun thuốc
- Lao động thu hoạch

Trong quá trình tổ chức lao động có thể kết hợp các biện pháp kỹ thuật tiên tiến như cơ giới hóa, tự động hóa trong điều kiện cho phép, các phương pháp tổ chức sản xuất hợp lý để tăng năng suất lao động và giảm trong sản xuất lúa.

4.3. Tổ chức vốn trong sản xuất nông nghiệp

Tổ chức vốn trong sản xuất nông nghiệp là việc huy động, phân bổ và sử dụng vốn vào quá trình sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả, nhằm đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra, gồm những nội dung sau:

- Huy động vốn: là việc thu hút các nguồn vốn từ các thành phần kinh tế, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để phục vụ cho sản xuất nông nghiệp. Ví dụ: nông dân huy động vốn gồm vốn của gia đình, của người thân, bạn bè, vốn của các dự án mà nông dân là đối tượng được cấp/ vay, vốn vay ngân hàng...

- Phân bổ vốn: là việc phân chia vốn theo các mục tiêu, nhiệm vụ sản xuất, phù hợp với điều kiện cụ thể của từng đơn vị sản xuất. Ví dụ: vốn cho mua giống, vốn cho mua phân bón, vốn cho thuê máy...

- Sử dụng vốn: là việc sử dụng vốn một cách hiệu quả, tiết kiệm, đảm bảo đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra.

4.4. Tổ chức vật tư trong sản xuất nông nghiệp

Tổ chức vật tư trong sản xuất nông nghiệp là việc cung ứng, sử dụng vật tư vào quá trình sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả, nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất đã đề ra, gồm những nội dung sau:

- Cung ứng vật tư: là việc mua sắm, dự trữ, bảo quản vật tư phục vụ cho sản xuất nông nghiệp. Ví dụ: phân bón, thuốc trừ sâu,

- Sử dụng vật tư: là việc sử dụng vật tư một cách hợp lý, tiết kiệm, đảm bảo đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra. Ví dụ: sử dụng phân bón 4 đúng: chủng loại, liều lượng, thời điểm và cách sử dụng.

4.5. Tổ chức cơ sở vật chất kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp

Tổ chức cơ sở vật chất kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp là việc bố trí, sắp xếp, sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật vào quá trình sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả, nhằm đạt được mục tiêu sản xuất đã đề ra, gồm những nội dung sau:

- Xác định nhu cầu cơ sở vật chất kỹ thuật: là việc xác định loại hình, số lượng, chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật cần thiết cho sản xuất.

- Chuẩn bị cơ sở vật chất kỹ thuật: là việc đầu tư xây dựng, mua sắm, lắp đặt cơ sở vật chất kỹ thuật. Ví dụ: xây lò sấy, mua máy phun thuốc, xây dựng hệ thống tưới tự động

- Sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật: là việc bố trí, sắp xếp, vận hành, bảo quản, sửa chữa cơ sở vật chất kỹ thuật. Ví dụ: Phun thuốc sâu bằng máy bay, dự báo độ ẩm bằng Robot, cấy lúa bằng máy...

- Bảo trì, sửa chữa cơ sở vật chất kỹ thuật: là việc duy trì tình trạng hoạt động tốt của cơ sở vật chất kỹ thuật.

- Đánh giá hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật: là việc xác định mức độ sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật, hiệu quả kinh tế của việc sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật. Ví dụ: đánh giá số ngày làm việc của máy móc trong năm theo công suất thiết kế; năng suất bơm tưới của trạm bơm so với công suất lắp đặt.

II. HẠCH TOÁN KINH TẾ TRONG SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP

1. Khái niệm, vai trò, chức năng của hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp

1.1 Khái niệm

Hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp là quá trình thu thập, xử lý, phân tích và sử dụng thông tin kinh tế (doanh thu, chi phí, lợi nhuận, ...) nhằm phục vụ cho việc quản lý, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh trong nông nghiệp.

1.2. Vai trò

Hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp có vai trò quan trọng trong việc phát triển sản xuất nông nghiệp, cụ thể là:

- Là cơ sở để ra quyết định kinh tế: Thông qua hạch toán kinh tế, các chủ thể kinh tế nông nghiệp có thể nắm bắt được tình hình sản xuất, kinh doanh của đơn vị mình, từ đó có những quyết định kinh tế phù hợp.

- Nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh: Hạch toán kinh tế giúp các chủ thể kinh tế nông nghiệp huy động và sử dụng các nguồn lực sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh.

- Tạo điều kiện cho việc phát triển kinh tế nông nghiệp: Hạch toán kinh tế góp phần thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả sản xuất nông nghiệp, đáp ứng nhu cầu thị trường và hội nhập quốc tế.

1.3. Chức năng

Hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp có những chức năng sau:

- Chức năng thông tin: Hạch toán kinh tế cung cấp thông tin kinh tế phục vụ cho việc quản lý, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh trong nông nghiệp.

- Chức năng kiểm tra, đánh giá: Hạch toán kinh tế giúp kiểm tra, đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch, mục tiêu sản xuất kinh doanh trong nông nghiệp.

- Chức năng quản lý: Hạch toán kinh tế giúp các chủ thể kinh tế nông nghiệp quản lý các hoạt động sản xuất - kinh doanh của đơn vị mình một cách hiệu quả.

2. Hạch toán kinh tế trong sản xuất nông nghiệp

2.1. Doanh thu

2.1.1 Khái niệm

Doanh thu trong sản xuất nông nghiệp là tổng giá trị các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được sản xuất, tiêu thụ trong một thời kỳ nhất định. Doanh thu trong sản xuất nông nghiệp được xác định theo công thức sau:

$$\text{Doanh thu} = \text{Giá bán sản phẩm} \times \text{Số lượng sản phẩm}$$

Doanh thu từ hoạt động sản xuất - kinh doanh của các chủ thể kinh tế nông nghiệp, bao gồm:

- Doanh thu bán sản phẩm: là giá trị bán ra của các sản phẩm nông nghiệp, như lúa gạo, rau củ quả, thủy sản, ...

- Doanh thu bán dịch vụ: là giá trị bán ra của các dịch vụ nông nghiệp, như dịch vụ trồng trọt, dịch vụ chăn nuôi, dịch vụ thủy sản, ...

2.1.2. Theo dõi, ghi nhận doanh thu

Để ghi nhận, theo dõi, hạch toán doanh thu trong sản xuất nông nghiệp, chủ thể kinh doanh cần thực hiện các bước sau:

Bước 1: Xác định doanh thu

Chủ thể kinh doanh cần xác định rõ doanh thu bán sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp của mình bao gồm những gì. Cụ thể, doanh thu bán sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp bao gồm:

- Doanh thu bán sản phẩm nông nghiệp, ví dụ như lúa gạo, rau củ quả, thủy sản, ...

- Doanh thu bán dịch vụ nông nghiệp, ví dụ như dịch vụ trồng trọt, dịch vụ chăn nuôi, dịch vụ thủy sản, ...

Bước 2: Ghi nhận doanh thu

Doanh thu bán sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp được ghi nhận khi đáp ứng đủ các điều kiện sau:

- Ghi nhận doanh thu theo nguyên tắc thực tế bán hàng, tức là doanh thu được ghi nhận khi sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đã hoàn thành và giao cho khách hàng, khách hàng đã chấp nhận sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và doanh nghiệp đã thu được tiền bán sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ hoặc đã có bằng chứng về việc khách hàng sẽ thanh toán.

- Ghi nhận doanh thu theo từng loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.

- Ghi nhận doanh thu theo từng thời kỳ.
- Ghi nhận doanh thu theo từng khách hàng.

Bước 3: Phân loại doanh thu

Doanh thu bán sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp được phân loại theo các tiêu chí sau:

- Theo loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ: Doanh thu bán sản phẩm nông nghiệp, doanh thu bán dịch vụ nông nghiệp, ...
- Theo thời gian: Doanh thu bán hàng kỳ trước, doanh thu bán hàng kỳ này, ...
- Theo khách hàng: Doanh thu bán hàng cho khách hàng nội địa, doanh thu bán hàng cho khách hàng nước ngoài, ...

Bước 4: Lập chứng từ kế toán

Chủ thể kinh doanh cần lập các chứng từ kế toán theo quy định của pháp luật để ghi nhận doanh thu, bao gồm:

- Hợp đồng bán hàng, cung cấp dịch vụ
- Phiếu xuất kho
- Hóa đơn giá trị gia tăng
- Biên bản giao nhận hàng hóa

Theo quy định hiện hành, hộ nông dân có doanh thu dưới 100 triệu đồng/năm không phải kê khai thuế và lập đầy đủ các chứng từ kế toán trên. Tuy nhiên, tối thiểu cần có Biên nhận/xác nhận nhận tiền cung cấp dịch vụ, Biên bản giao nhận hàng hóa. Việc lập chứng từ đầy đủ và rõ ràng sẽ giúp nông dân ghi nhận doanh thu một cách chính xác, tránh tổn thất và phát sinh khiếu nại về sau.

Bước 5: Lập báo cáo thống kê doanh thu

Ví dụ: Nông dân A thu hoạch vụ Đông Xuân được 5000 kg lúa, giá lúa bán được là 8000đ/ kg, vậy doanh thu vụ Đông Xuân của nông dân A là:

$$5.000 \text{ kg} \times 8.000 \text{ đ/kg} = 40.000.000 \text{ đ}$$

2.2. Chi phí

2.2.1. Khái niệm

Chi phí trong sản xuất nông nghiệp là toàn bộ các khoản tiền, tài sản mà các chủ thể kinh tế nông nghiệp bỏ ra để thực hiện quá trình sản xuất, kinh doanh.

2.2.2. Theo dõi, ghi nhận chi phí

Để ghi nhận, theo dõi, hạch toán chi phí trong sản xuất nông nghiệp, chủ thể kinh doanh cần thực hiện các bước sau:

Bước 1: Xác định chi phí

Chủ thể kinh doanh cần xác định rõ chi phí sản xuất - kinh doanh trong sản xuất nông nghiệp của mình bao gồm những gì.

Chi phí trong sản xuất nông nghiệp được phân loại thành các loại sau:

- Chi phí sản xuất: là giá trị của các yếu tố sản xuất vật chất đã tiêu hao trong quá trình sản xuất, như giá trị đất đai, giá trị giống cây trồng, vật nuôi, giá trị phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, nguyên liệu, nhiên liệu, ...

- Chi phí nhân công: là giá trị của lao động sống đã tiêu hao trong quá trình sản xuất, bao gồm tiền lương, tiền công, các khoản phụ cấp, ...

- Chi phí quản lý: là chi phí cho các hoạt động quản lý của doanh nghiệp, như chi phí tiền lương, tiền công của cán bộ quản lý, chi phí vật tư văn phòng, ...

Bước 2: Ghi nhận chi phí

Chi phí sản xuất - kinh doanh được ghi nhận khi phát sinh và có đủ căn cứ chứng minh.

Chủ thể kinh doanh có thể sử dụng các chứng từ kế toán sau để ghi nhận chi phí:

- Hóa đơn mua hàng: Dùng để ghi nhận chi phí nguyên vật liệu, chi phí dịch vụ mua ngoài, ...

- Lương, thưởng: Dùng để ghi nhận chi phí nhân công.

- Hồ sơ khấu hao tài sản cố định: Dùng để ghi nhận chi phí khấu hao tài sản cố định.

Bước 3: Phân loại chi phí

Chi phí sản xuất, kinh doanh được phân loại theo các tiêu chí sau:

- Theo tính chất kinh tế: Chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công, chi phí sản xuất chung, chi phí bán hàng, chi phí quản lý, ...

- Theo thời gian: Chi phí sản xuất kỳ trước, chi phí sản xuất kỳ này, ...

- Theo địa điểm phát sinh: Chi phí phát sinh tại nơi sản xuất (là những chi phí phát sinh tại nơi sản xuất sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ) và Chi phí phát sinh ngoài nơi sản xuất (là những chi phí phát sinh ngoài nơi sản xuất sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, như chi phí bán hàng, chi phí quản lý ...).

Bước 4: Ghi nhận chứng từ kế toán

Chứng từ chi phí sản xuất nông nghiệp là những giấy tờ hợp pháp, hợp lệ dùng để ghi nhận các khoản chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất nông nghiệp. Chứng từ chi phí sản xuất nông nghiệp bao gồm:

- Hóa đơn: Là chứng từ thể hiện giao dịch mua bán hàng hóa, dịch vụ giữa hai bên. Hóa đơn được lập bởi bên bán hàng hoặc bên cung cấp dịch vụ.

- Phiếu chi: Là chứng từ thể hiện việc chi tiền mặt hoặc chuyển khoản để thanh toán các khoản chi phí. Phiếu chi được lập bởi người được giao nhiệm vụ chi tiền.

- Giấy đề nghị thanh toán: Là chứng từ thể hiện việc đề nghị thanh toán các khoản chi phí. Giấy đề nghị thanh toán được lập bởi người có nhu cầu sử dụng chi phí.

- Biên bản thanh lý hợp đồng: Là chứng từ thể hiện việc thanh lý các khoản chi phí phát sinh theo hợp đồng. Biên bản thanh lý hợp đồng được lập bởi hai bên tham gia hợp đồng.

- Sổ chi phí: Là sổ ghi chép tổng hợp các khoản chi phí phát sinh trong kỳ.

Chứng từ chi phí sản xuất nông nghiệp cần phải được lập đầy đủ, chính xác và kịp thời theo đúng quy định của pháp luật. Việc lập chứng từ chi phí sản xuất nông nghiệp đúng quy định giúp cho việc quản lý, kiểm soát chi phí được hiệu quả hơn.

Bước 5: Thống kê chi phí tương ứng với doanh thu trong kỳ

Để ghi nhận chứng từ chi phí sản xuất nông nghiệp một cách chính xác, đầy đủ, cần lưu ý các quy định của pháp luật về kế toán và các quy định nội bộ của đơn vị kinh doanh nông nghiệp.

Ví dụ: Nông dân A sản xuất lúa vụ Đông Xuân hết các chi phí sau:

- Lúa giống: 2.600.000 đ
 - Thuê máy làm đất: 1.200.000.
 - Thuê máy bơm nước: 2.600.000 đ
 - Thuê máy xạ: 2.200.000 đ
 - Mua thuốc sâu: 3.200.000 đ
 - Mua phân bón: 8.000.000 đ
 - Thuê máy gặt: 3.000.000 đ
 - Mua bao bì đựng lúa: 300.000 đ
 - Nhân công của gia đình: 4.200.000 đ
- Tổng chi phí: 27.300.000 đ

2.3. Lợi nhuận

2.3.1. Khái niệm

Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa doanh thu và chi phí, là mục tiêu cuối cùng của hoạt động sản xuất - kinh doanh của các chủ thể kinh tế nông nghiệp.

Lợi nhuận = Doanh thu - Chi phí

Lợi nhuận là chỉ tiêu quan trọng nhất phản ánh hiệu quả sản xuất, kinh doanh trong sản xuất nông nghiệp. Người sản xuất biết được chỉ tiêu lợi nhuận để quyết định các biện pháp canh tác, nâng cao chất lượng hay các biện pháp khác nhằm mang lại lợi nhuận cao nhất. Trong trường hợp không có lợi nhuận, có thể sẽ không tiếp tục sản xuất để chuyển sang mặt hàng nông sản khác.

2.3.2. Theo dõi, ghi nhận lợi nhuận trong kỳ kinh doanh

Để theo dõi lợi nhuận trong sản xuất kinh doanh nông nghiệp trong kỳ kinh doanh, cần thực hiện các bước sau:

Bước 1: Xác định doanh thu

Bước này thực hiện ở phần 2.1

Bước 2: Xác định chi phí

Bước này thực hiện ở phần 2.2

Bước 3: Tính toán lợi nhuận

Lợi nhuận được tính theo công thức sau:

Lợi nhuận = Doanh thu - Chi phí

Ví dụ: Lợi nhuận nông dân A sản xuất lúa vụ Đông Xuân là:

$$40.000.000 - 27.300.000 = 12.700.000 \text{ đ}$$

Bước 4: Theo dõi biến động lợi nhuận

Cần theo dõi biến động lợi nhuận trong kỳ kinh doanh để kịp thời phát hiện các vấn đề phát sinh, từ đó có biện pháp điều chỉnh kịp thời.

Đối với nông dân, việc theo dõi biến động thường theo mùa vụ. Sau một mùa, sẽ biết được hiệu quả tăng, giảm so với các vụ khác và cũng biết được nguyên nhân tăng, giảm do yếu tố nào: giống, chăm sóc, vật tư, thời tiết khí hậu, ... để có biện pháp thích ứng khi sản xuất vụ tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Quang Thìn (2022), Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế trong nông nghiệp, NXB. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
2. Nguyễn Thị Thu Hương (2022), Giáo trình Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế trong nông nghiệp, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
3. Nguyễn Văn Khuyến (2021), Giáo trình Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế nông nghiệp, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
4. Nguyễn Văn Việt, Nguyễn Văn Thơ (2022), Giáo trình Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế nông nghiệp, Nhà xuất bản Nông nghiệp.
5. Nguyễn Văn Thanh (2020), Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế trong nông nghiệp, NXB. Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Thúy (2021), Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế trong nông nghiệp, NXB. Lao động - Thương binh và Xã hội, Hà Nội.
7. Trần Thị Bích Thủy (2022), Tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế trong nông nghiệp, NXB. Nông nghiệp, Hà Nội.

CHUYÊN ĐỀ 7
KHẢO SÁT THỰC TẾ VỀ THAY ĐỔI TƯ DUY CỦA NGƯỜI DÂN
NÔNG THÔN VÀ CỘNG ĐỒNG VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

1. Địa điểm

Chọn mô hình điển hình có sự chuyển biến rõ rệt trong nhận thức và tư duy của người dân và cộng đồng dân trong phát triển kinh tế nông thôn trong những năm gần đây, với những tiêu chí chính như sau:

- Có mô hình chuyển đổi sản xuất theo hướng kinh tế hàng hoá tiêu biểu, mang hiệu quả kinh tế cao.
- Có ứng dụng chuyển đổi số trong sản xuất và kinh doanh, liên kết chuỗi giá trị sản phẩm.
- Thu nhập bình quân của lao động làm việc tại mô hình cao hơn bình quân thu nhập của người dân ở trong xã.
- Cộng đồng, người dân có sự chuyển biến tích cực trong tư duy, sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm của bản thân cho mọi người.
- Ưu tiên mô hình thu hút sự tham gia của nhiều hộ dân trên địa bàn.
- Ưu tiên mô hình có loại hình sản xuất đặc trưng đối với mặt hàng chủ lực của địa phương.
- Ưu tiên địa phương đã đạt chuẩn nông thôn mới và tiêu biểu về cảnh quan môi trường nông thôn.

2. Mục tiêu

Nhằm giúp học viên tìm hiểu thực tế và phân tích các yếu tố thúc đẩy việc nâng cao nhận thức, thay đổi tư duy của người dân và cộng đồng trong phát triển kinh tế nông thôn, đa dạng nguồn sinh kế, nâng cao thu nhập cho người dân, phát triển kinh tế địa phương, góp phần thực hiện thành công Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

3. Nội dung khảo sát

- Khảo sát điển hình người dân thay đổi tư duy sản xuất theo nhu cầu thị trường và chủ động liên kết sản xuất tiêu thụ nông sản theo chuỗi giá trị.
- Điển hình về liên kết, hợp tác trong sản xuất
- Điển hình về tổ chức sản xuất nông nghiệp tích hợp đa giá trị và nông nghiệp tuần hoàn.
- Điển hình về ứng dụng chuyển đổi số trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông sản.

(Tùy vào tình hình thực tế khi khảo sát các chủ thể sản xuất có thể có từng nội dung đơn lẻ hoặc có thể bao hàm nhiều điển hình nêu trên)

4. Phương pháp khảo sát

- Quan sát trực tiếp (quan sát có tham dự và quan sát không tham dự; quan sát mô tả và quan sát phân tích).

- Phỏng vấn trực tiếp (phỏng vấn để phát hiện và phỏng vấn sâu để khai thác chi tiết).

- Điều tra theo phiếu lập sẵn (nếu có điều kiện).

5. Yêu cầu trong việc tổ chức khảo sát

- Phải có thông tin giới thiệu về địa điểm tổ chức khảo sát (về đặc trưng của địa phương, mô hình sản xuất, các giá trị tiêu biểu của mô hình,...)

- Phải có kế hoạch chi tiết về việc tổ chức khảo sát, lộ trình khảo sát, thời gian khảo sát ít nhất là ½ ngày.

- Phải có người giới thiệu, hướng dẫn tại địa điểm khảo sát.

- Bố trí thời gian, địa điểm, đối tác để trao đổi, thảo luận về mô hình được khảo sát.

- Phải có báo cáo thu hoạch sau khảo sát.

6. Nội dung báo cáo thu hoạch sau khảo sát

a) Mục tiêu khảo sát

b) Địa điểm khảo sát

c) Phương pháp khảo sát

d) Nội dung khảo sát

e) Kết quả khảo sát

- Người dân và cộng đồng nâng cao nhận thức và thay đổi tư duy phát triển kinh tế nông thôn thông qua hình thức nào? (tự học; qua tập huấn, đào tạo; sự giúp đỡ của cộng đồng, ...).

- Hoạt động tổ chức sản xuất cụ thể của người dân được áp dụng khi thay đổi tư duy phát triển kinh tế nông nghiệp.

- Những lợi ích mang lại cho người khi thay đổi tư duy phát triển kinh tế nông nghiệp.

- Những hạn chế rút ra khi thay đổi tư duy áp dụng trong phát triển kinh tế nông nghiệp của người dân nơi khảo sát./.