

THƯƠNG LÁI: MẮT XÍCH KHÔNG THỂ THIẾU CỦA CHUỖI CUNG ỨNG GẠO VIỆT NAM

ThS. BÙI KHÁNH VÂN

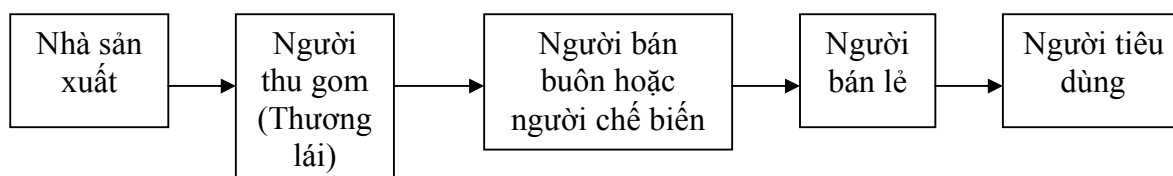
Trong “Từ điển bách khoa Việt Nam” không có khái niệm thương lái. Thương lái là một thuật ngữ xuất phát từ từ “lái”. “Lái” có nghĩa là người buôn bán một hàng hóa nhất định (ví dụ lái trâu, lái buôn, lái vuren). Thương lái là một thuật ngữ được sử dụng rộng rãi trong những năm gần đây. Thương lái thường được hiểu là người thu gom nông sản hàng hóa từ nông dân.

Trong thực tế, những người mua gom hàng hóa có quy mô rất khác nhau từ nhỏ đến lớn và thường đảm trách các khâu không giống nhau: thu gom lúa, phơi sấy, xay sát gạo nguyên liệu, dự trữ, bảo quản, chế biến gạo thương phẩm. Do vậy, tùy quy mô và chức năng mà thương lái thường được gọi với nhiều thuật ngữ

khác: cò chân ruộng (cò lúa), thương lái, hàng xáo, cò gạo, chủ vựa...

Trong thương mại nói chung, người ta thường sử dụng thuật ngữ “thương nhân”. “Thương nhân” là người mua – bán (thương mại) hàng hóa nói chung. Tuy nhiên, theo Luật Thương mại, thương nhân được định nghĩa: “Thương nhân bao gồm tổ chức kinh tế được thành lập hợp pháp, cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh”. Theo định nghĩa trên, “thương lái” không phải là “thương nhân”, tuy nhiên trên thực tế người ta hiểu thương lái là thương nhân vì họ chính là chủ thể tham gia hoạt động thương mại trong quá trình kinh doanh hàng hóa nông sản và đóng vai trò trọng yếu tiêu thụ nông sản của nông dân.

Theo Hill và Ingersent (1977), trong chuỗi giá trị sản xuất nông sản, bao gồm các chủ thể kinh doanh như sau:



Trước khi nói tới vai trò của thương lái không thể không đề cập đến đặc điểm của sản xuất nông nghiệp nước ta. Việt Nam là nước nông nghiệp với 70,1% dân số ở khu vực nông

thôn (số liệu Tổng cục thống kê 2010), từ một quốc gia luôn thiếu lương thực trước những năm 1990 đã trở thành nước đứng thứ 2 thế giới về sản lượng gạo xuất khẩu.

Bảng : Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam (2004 - 2010)

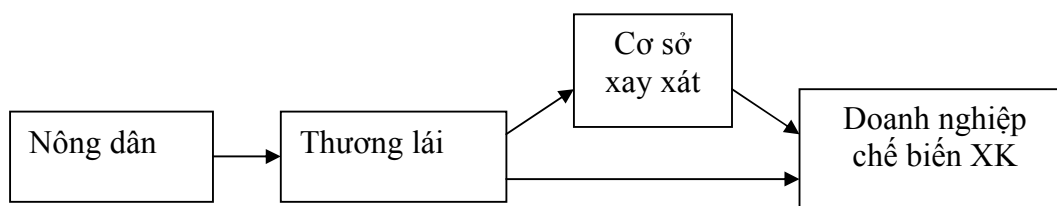
Năm	Khối lượng gạo xuất khẩu (1.000 tấn)	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)	Giá gạo xuất khẩu (USD/tấn)
2004	4.060	950	234
2005	5.250	1.407	268
2006	4.500	1.238	275
2007	4.300	1.500	349
2008	4.679	2.663	569
2009	6.000	2.600	433,33
2010	6.880	3.230	469,5

(Nguồn: Trung tâm thông tin Phát triển Nông nghiệp nông thôn - Bộ Nông Nghiệp & PTNT và Tạp chí Kinh tế Sài Gòn <http://www.thesaigontimes.vn>)

Tuy nhiên phần lớn lúa gạo được sản xuất ở quy mô nhỏ, đơn lẻ, dựa trên mô hình kinh tế hộ gia đình là chủ yếu, vì vậy số lượng sản phẩm thường không lớn và phân bố không tập trung. Các doanh nghiệp chế biến gạo hiện nay nhất là các doanh nghiệp nhà nước xuất khẩu gạo không thể tự tổ chức các hình thức thu mua để mua được lúa nguyên liệu tại chân ruộng của nông dân (không đủ nhân lực, thiếu kinh nghiệm, cơ sở hạ tầng kỹ

thuật phục vụ vận chuyển, phơi sấy, kho bảo quản và vốn yếu, thiếu), do vậy, vai trò của thương lái rất quan trọng. Thương lái thu gom nguyên liệu từ các hộ sản xuất đơn lẻ, sau đó đem bán lại cho doanh nghiệp, hoặc các đại lý của doanh nghiệp chế biến hoặc các cơ sở xay xát chế biến nhỏ của tư nhân trong vùng. Ước tính hàng năm thương lái thu mua khoảng 90% sản lượng lúa từ nông dân. (theo Hiệp hội lương thực Việt Nam)

Sơ đồ thu mua lúa từ nông dân qua trung gian các thương lái, hàng sáo được mô tả như sau:



Thương lái có một số ưu điểm nổi bật như sau:

- ❖ Chiếm số lượng lớn, có vốn, có phương tiện vận chuyển đa dạng và thường đảm nhiệm luôn khâu phơi sấy và xay xát;
- ❖ Rất cơ động, linh hoạt và mềm dẻo trong việc xác định giá cả và phương thức thanh toán cũng như phương thức hỗ trợ nông dân;
- ❖ Có nhiều kinh nghiệm và rất nhạy cảm về giá, chất lượng hàng hoá, am hiểu địa bàn, hiểu tâm lý nông dân và doanh nghiệp;
- ❖ Chịu khó đi vào các vùng sâu vùng xa, nơi hẻo lánh để mua lúa đưa về các cơ sở xay xát tư nhân gia công bán lại cho các doanh nghiệp.

Như vậy thương lái có vai trò rất quan trọng, giúp cho nông dân, đặc biệt, nông dân ở những vùng sâu, vùng xa tiêu thụ được lúa hàng hóa, đồng thời giúp các doanh nghiệp ổn định sản xuất. Không có thương lái, các doanh nghiệp rất khó có đủ nguyên liệu đầu vào. Bản thân doanh nghiệp không thể ký hợp đồng trực tiếp tiêu thụ nông sản cho nông dân còn nông dân thì chỉ muốn bán cho các thương lái và việc mua bán với thương lái dễ dàng dàng hơn. Vì thế, thương lái hiện nay được coi là cánh tay nối dài của các Công ty lương thực.

Những vấn đề còn tồn tại của hoạt động thương lái:

- Hành vi ứng xử của thương lái hoàn toàn theo tín hiệu của thị trường, dễ dẫn đến tình trạng "được mùa mất giá và mất mùa được giá". Do thương lái hầu hết xuất phát từ nông dân, nên vốn ít, số thương lái có vốn từ vài trăm triệu đến hàng tỷ đồng chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ, phổ biến là thương lái có vốn từ 15-50 triệu đồng.

- Nhiều thương lái không quan tâm đến chất lượng gạo nên mua tất cả dù chất lượng tốt hay xấu. Điều này làm cho gạo sản xuất ra không đồng đều về chất lượng, là một trong những nguyên nhân khiến giá gạo xuất khẩu của Việt Nam luôn thấp hơn giá gạo Thái Lan.

Một số nhận thức về thương lái và mô hình liên kết với thương lái:

❖ **Nhận thức mới**

Theo ông Vương Cao Biên (PGĐ Công ty Lương thực An Giang): “lực lượng hàng xáo có vai trò trung gian trong khâu kiểm phẩm, xử lý độ ẩm, xay xát, vận chuyển, bốc xếp, thanh toán. Họ đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ lúa của nông dân, nhất là ở vùng sâu, ở những nơi bà con không thể tiếp cận các kho của doanh nghiệp”. Các doanh nghiệp đều cho rằng ưu điểm lớn nhất của lực lượng thương lái, hàng xáo là giúp cho các doanh nghiệp nắm bắt kịp thời thông tin về tình hình mùa vụ, giống lúa, số lượng và chất lượng lúa ... góp phần tạo sự ổn định trong tiêu thụ, giữ giá lúa ở mức cao cho nông dân, nhất là ở thời điểm thu hoạch rộ.

Trong thời kỳ hiện nay, xã hội đã nhìn nhận thương lái - hàng xáo là lực lượng không thể thiếu được trong hệ thống phân phối hàng hóa vì chính lực lượng này đã thu mua đến 90% sản lượng lúa của nông dân. Theo TS. Lê Văn Bảnh, Viện trưởng Viện Lúa Đồng bằng sông Cửu Long: “Vai trò của hàng xáo là cực kỳ quan trọng. Không có hàng xáo thì nông dân không bán được lúa do mình làm ra”.

Ông Phạm Văn Thiện - thành phố Cần Thơ là thương lái với trên 30 năm kinh nghiệm cho biết: “hiện tại công việc kinh doanh của thương lái vô cùng tiện lợi, mọi người có thể thỏa thuận với nhau bằng điện thoại, thậm chí

bằng e-mail”. Chỉ riêng gia đình ông Thiện, mỗi năm đã thu mua vài chục ngàn tấn lúa, xay xát, lau bóng rồi giao cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Ông Thiện cho biết, chỉ có hàng xáo mới có thể len lỏi vào tận vùng sâu, vùng xa mua lúa, điều mà các doanh nghiệp không thể làm được.”

❖ **Quan điểm mới:** bắt tay giữa doanh nghiệp với thương lái, hàng xáo.

Từ tháng 03/2010, Hiệp hội lương thực Việt Nam (VFA) đã hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện thí điểm phương án liên kết với thương lái trên địa bàn nhằm quản lý, kiểm soát giá, bình ổn thị trường và bảo đảm lợi ích cho nông dân. Đến nay, có 15 doanh nghiệp lương thực liên kết với gần 1.900 đầu mối, trong đó, hơn 1.400 hàng xáo. Từ vụ Đông Xuân 2009-2010 đến vụ Hè Thu này, gần 500 hàng xáo và cơ sở xay xát cung ứng cho doanh nghiệp gần 500.000 tấn gạo. Đến nay, đã có tổng cộng 1.426 hàng xáo và 87 nhà máy xay xát tham gia ký kết biên bản thỏa thuận mua bán lúa gạo cho doanh nghiệp. Mô hình tổ chức liên kết như thành lập Câu lạc bộ những nhà cung ứng lúa gạo Aflix của Công ty xuất nhập khẩu nông sản thực phẩm An Giang, với các hội viên đăng ký và hoạt động theo điều lệ. Tổ chức hội nghị khách hàng, tập hợp lực lượng hàng xáo để phổ biến chủ trương liên kết và thiết lập mạng lưới vệ tinh thu mua lúa gạo gắn với hệ thống của doanh nghiệp, và hiện nay hầu hết các doanh nghiệp triển khai. Công ty lương thực tỉnh Tiền Giang đã nhận từ các hàng xáo trong hai vụ lúa vừa qua trên 58.120 tấn lúa theo mô hình liên kết.

Để mô hình liên kết có hiệu quả, phía doanh nghiệp cung cấp thông tin thị trường, giá cả và chủng loại, phẩm chất, thời gian giao hàng,

còn hàng xáo có trách nhiệm cung ứng theo hình thức mua đứt bán đoạn, giao hàng đến đâu trả tiền đến đó. Ngoài ra, để đảm bảo lợi nhuận cho nông dân, hàng xáo cũng phải có bảng kê mua lúa của nông dân để doanh nghiệp có thể kiểm tra giá mua khi cần thiết. Ưu điểm của thí điểm tổ chức là thông qua liên kết giá thu mua lúa gạo được giữ ổn định trong từng thời điểm và được điều chỉnh linh hoạt theo biến động thị trường, thuận lợi cho cả 3 phía: nông dân, hàng xáo và doanh nghiệp. Các xí nghiệp cam kết giữ giá ổn định trong thời gian thu gom của hàng xáo, nếu giá thị trường tăng xí nghiệp sẽ điều chỉnh tăng giá, đảm bảo mức lãi hợp lý cho hàng xáo, nông dân không bị ép giá và doanh nghiệp cũng mua được nhiều hàng hóa.

Ông Đoàn Hữu Gặp một thương lái ở Chợ Gạo, Tiền Giang cho biết: trước đây các doanh nghiệp xuất khẩu thường quan hệ với thương lái theo kiểu mua đứt bán đoạn nhưng hiện nay nhờ liên kết với Công ty Lương thực Tiền Giang mà ông được cung cấp thông tin kịp thời về thị trường, nhu cầu tiêu thụ các loại gạo nên có kế hoạch thu mua phù hợp, từ đó có mức lãi hợp lý. “Đặc biệt, giá mua được giữ ổn định và nông dân cũng không bị ép giá”, ông Gặp nhận định.

Đại diện một số doanh nghiệp tham gia thí điểm mô hình liên kết thừa nhận, khi bắt tay với hàng xáo thì nguồn nguyên liệu chủ động hơn, chất lượng lúa gạo có cải thiện nhờ hàng xáo làm thay nông dân việc gom trữ và sấy, đồng thời thông tin mùa vụ, giống lúa cũng được cập nhật nhanh ... Ngược lại hàng xáo cũng được đảm bảo lợi nhuận, thoát cảnh hồi hộp ngóng giá như trước đây do doanh nghiệp cam kết giữ giá mua từ 3-7 ngày dù giá có hạ, còn nếu giá tăng thì sẽ nâng theo./.