

Nâng cao năng lực tiếp cận thị trường cho phụ nữ nông thôn trong quá trình phát triển nông nghiệp hàng hóa

QUYỀN ĐÌNH HÀ

Phụ nữ nông thôn chiếm tỷ lệ lớn và giữ vai trò quan trọng trong sản xuất nông nghiệp. Do quy mô sản xuất nhỏ và thói quen của lối sản xuất phục vụ tiêu dùng, phân phối dư mới đem bán trên thị trường, nên phụ nữ nông thôn ít có điều kiện hiểu biết và tham gia thị trường với tư cách là người sản xuất hàng hóa. Trong quá trình phát triển đất nước, nền nông nghiệp nước ta đang từng bước chuyển sang sản xuất nông nghiệp hàng hóa, do đó giúp đỡ phụ nữ nông thôn hiểu biết về thị trường, nâng cao năng lực tiếp cận thị trường, để ra quyết định sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp một cách hợp lý, đạt hiệu quả ngày càng cao là việc làm cấp bách hiện nay và đó cũng là nội dung chủ yếu của bài viết này.

Nông nghiệp nước ta tạo ra gần 20% GDP cả nước, cung cấp lương thực, thực phẩm cho toàn xã hội, bảo đảm an ninh lương thực quốc gia, nhưng sản xuất còn manh mún, quy mô nhỏ lẻ, sức cạnh tranh hàng nông sản thấp, 90% sản phẩm nông nghiệp bán ra ở dạng thô và 60% sản phẩm bị bán ép với giá thấp. Bình quân mỗi hộ nông dân có gần 2,5 lao động và chỉ có 0,7 ha đất canh tác. Trong kinh tế hộ khu vực nông nghiệp, nông thôn, phụ nữ chiếm 68% lực lượng lao động, giữ vai trò chủ đạo trong các hoạt động sản xuất nông nghiệp, đặc biệt trong trồng trọt, chăn nuôi, chế biến nông lâm sản. Nhìn chung, những kiến thức cơ bản và sự hiểu biết về thị trường của phụ nữ nông thôn hiện nay còn thấp; khả năng thu nhận thông tin, xử lý, ứng xử với thị trường trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp đang là những rào cản làm cho năng lực tiếp cận thị trường yếu.

1. Sự cần thiết nâng cao năng lực tiếp cận thị trường cho phụ nữ nông thôn

Thị trường là nơi mà người sản xuất nói chung và người phụ nữ nói riêng mua các loại vật tư đầu vào và bán ra sản phẩm cây

trồng, vật nuôi họ sản xuất được. Thị trường nông sản được xem như một bước đi trung gian để chuyển tải hàng hóa từ nhà sản xuất, trực tiếp hoặc gián tiếp tới tay người tiêu dùng cuối cùng trong chuỗi giá trị hàng hóa nông nghiệp. Vì vậy việc tiếp cận thị trường nông sản là rất quan trọng đối với người nông dân nói chung và người phụ nữ nông thôn nói riêng trong hoạt động sản xuất nông nghiệp.

Trên thực tế rất nhiều phụ nữ nhận ra rằng, một trong những nguyên nhân làm cho họ khó có thể cải thiện thu nhập và nâng cao mức sống của gia đình mình đó là tiếp cận thị trường. Hậu quả đem lại của việc thiếu khả năng tiếp cận thị trường là lượng sản phẩm giao dịch mua đầu vào và bán sản phẩm đầu ra thấp, không đúng đối tượng mà họ cần mua hoặc bán, từ đó sẽ dẫn đến: ra quyết định sản xuất, kinh doanh không hợp lý; năng suất và sản lượng cây trồng, vật nuôi thấp; thu nhập của gia đình thấp; nghèo đói, thiếu an ninh lương thực và khả năng tiếp cận với các dịch vụ xã hội như y tế, giáo dục thấp.

Quyền Đình Hà, PGS.TS., Trường đại học Nông nghiệp Hà Nội.

Toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại mang lại nhiều cơ hội để phụ nữ nông thôn kết nối với thị trường bên ngoài, nhưng đồng thời cũng đem lại nhiều rủi ro do tính cạnh tranh cao, dao động bất thường của giá cả và về lâu dài làm giảm giá của các mặt hàng nông sản. Hơn nữa, người nông dân cũng như người phụ nữ sản xuất nhỏ không chỉ phải cạnh tranh với các đối thủ lớn có tiềm lực cao hơn về vốn, về công nghệ, mà còn phải đối mặt với sự phức tạp của thị trường. Các mối quan hệ thương mại sẽ bị tác động bởi vô số người bán và người mua, khi đó giá mua vật tư đầu vào và giá bán sản phẩm cần có sự thương thảo trong phạm vi rộng. Yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về độ an toàn, chất lượng sản phẩm, mẫu mã sản phẩm và cả số lượng sản phẩm khiến cho các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị trở nên chuyên nghiệp và chuyên môn hóa hơn, tiến tới một nền kinh tế thị trường phát triển mạnh mẽ ở khu vực nông thôn. Người sản xuất nếu không có năng lực và hiểu biết về thị trường thì khó có thể cạnh tranh và đứng vững.

Thực tế hiện nay cho thấy các hoạt động kinh tế của phần lớn phụ nữ nông thôn vẫn theo tập quán và kinh nghiệm truyền thống, họ chưa được đào tạo kỹ năng nghề nông. Vì vậy, mặc dù công sức của chị em và gia đình bỏ ra rất lớn, nhưng thu nhập từ cây trồng, vật nuôi chưa cao và dễ gặp rủi ro.

Do là lực lượng sản xuất chính trong nông nghiệp, nên phụ nữ nông thôn rất cần có các thông tin về vật tư đầu vào và sản phẩm nông nghiệp làm ra:

- Nên trồng cây gì, nuôi con gì phù hợp với điều kiện sản xuất và yêu cầu của thị trường?

- Nên sử dụng loại giống cây, con nào để đáp ứng yêu cầu chất lượng và thị hiếu người tiêu dùng?

- Cách thức sử dụng thức ăn, phân bón để có năng suất và chất lượng?

- Cách sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y để bảo đảm an toàn cho sản phẩm?

- Thông tin về hỗ trợ sản xuất, hỗ trợ tiêu thụ như thế nào để người sản xuất nắm bắt được, làm cho sản xuất có lợi hơn?

- Thông tin về tiêu thụ sản phẩm, kênh tiêu thụ để lựa chọn bán sản phẩm nhằm đưa lại hiệu quả cao?

- Các thông tin cập nhật như: giá cả sản phẩm, thị hiếu người tiêu dùng, chính sách của Nhà nước và của các doanh nghiệp chế biến nông sản?

Trước bối cảnh và yêu cầu nêu trên, thì việc nâng cao năng lực tiếp cận thị trường cho phụ nữ ở nông thôn là một việc làm cần thiết hiện nay.

2. Những yếu tố ảnh hưởng tới năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn

- Nhận thức và quyết tâm của phụ nữ

Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn đó là do nhận thức của chính họ. Đôi lúc cũng chính họ cho rằng, những công việc nội trợ, chăm sóc gia đình, con cái... là công việc của phụ nữ, còn những quyết định trong công việc làm ăn kinh tế hay việc tiếp cận thị trường là của người đàn ông, phụ nữ không cần thiết phải quan tâm. Chính những suy nghĩ, những quan niệm của một bộ phận phụ nữ đã tự trói buộc họ vào công việc gia đình, làm hạn chế năng lực tiếp cận thị trường, hay làm giảm nhu cầu tham gia thị trường của họ. Nếu có sự tuyên truyền và giúp đỡ để họ nhận thức đúng đắn hơn, vượt qua sự mặc cảm của bản thân, có quyết tâm trong cuộc sống, trong lao động sản xuất, thì khả năng tiếp cận thị trường của họ sẽ được nâng cao hơn.

- Trình độ của lao động nữ nông thôn

Trong xã hội truyền thống, việc đào tạo và giáo dục kiến thức được ưu tiên cho con trai - người kế thừa sản nghiệp và nối dõi tông đường. Nếu cho cả con gái và con trai đi học, thì phần lớn học lên cao hơn vẫn là con trai. Quan niệm cũ này trong xã hội hiện nay đã được gạt bỏ, ngày càng đảm bảo quyền bình đẳng nam nữ trong mọi lĩnh vực của đời sống

xã hội. Tuy vậy quan niệm này chưa hoàn toàn thay đổi trong một số gia đình, một số người và trong suy nghĩ của một số phụ nữ nông thôn. Sự chuyển đổi cơ chế, xóa bỏ bao cấp, đồng thời với khó khăn trong tìm kiếm việc làm phi nông nghiệp là trở ngại lớn cho sự tiến bộ về học vấn của một bộ phận phụ nữ khu vực nông thôn. Trình độ hạn chế làm ảnh hưởng đến năng lực tiếp thu tiến bộ kỹ thuật mới trong sản xuất, ảnh hưởng đến khả năng tìm kiếm, khai thác thông tin thị trường. Sự quyết tâm học tập để nâng cao kiến thức, trình độ sẽ giúp phụ nữ nông thôn làm việc tốt hơn, biết phát huy nội lực để làm giàu và đứng vững hơn trong cơ chế thị trường.

- Thời gian

Ở nông thôn, do mất nhiều thời gian cho lao động sản xuất và nội trợ hàng ngày, nên phụ nữ còn ít thời gian để nghỉ ngơi trong ngày-bình quân là 11,2 giờ, chiếm 46,8% quỹ thời gian một ngày, cao nhất 18 giờ, chiếm 75% quỹ thời gian và thấp nhất khi thời vụ khẩn trương một số phụ nữ chỉ được nghỉ 6 giờ chiếm 25% quỹ thời gian một ngày. Công việc bận rộn đã chiếm hết tâm trí của họ, nên việc tìm hiểu những thông tin về thị trường như giá cả đầu ra, đầu vào, nhu cầu của người mua sản phẩm là những việc làm ít được quan tâm. Nhiều người cho rằng mua, bán theo số đông là được, hoặc giá cả là giá chung của địa phương, khi nào cần mua thì mua, khi nào cần tiền hoặc có cơ hội thì bán sản phẩm, do đó đã hạn chế rất lớn đến năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn.

- Nguồn lực tài chính của hộ

Nguồn lực tài chính là một yếu tố thể hiện điều kiện kinh tế của gia đình, mà người phụ nữ thường có vai trò quan trọng nắm giữ tài chính và chi tiêu. Kết quả điều tra tại khu vực đồng bằng sông Hồng có 64,7% phụ nữ nông thôn nắm tài chính và chi tiêu cho sinh hoạt gia đình. Nếu có kinh tế khá giả thì tần suất đi chợ và giao lưu với xã hội của phụ nữ cũng nhiều và việc nắm bắt những thông tin về giá cả, về nhu cầu cũng như các sản phẩm mới sẽ tốt hơn những phụ nữ ít đi chợ, ít giao lưu xã

hội. Phụ nữ sẽ cảm thấy việc tìm hiểu những thông tin thị trường là một việc làm có lợi cho việc mua hay bán một sản phẩm nào đó. Nên nguồn lực tài chính là một trong những yếu tố ảnh hưởng khá nhiều tới năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn.

- Cơ sở hạ tầng

Sự yếu kém về cơ sở hạ tầng, sự thiếu hụt phương tiện lưu thông trên thị trường sẽ làm giảm khả năng của người sản xuất trong việc mua bán hàng hóa. Kết quả là chi phí vận chuyển và chi phí giao dịch tăng cao. Chi phí vận chuyển cao, cùng với trở ngại trong khâu bảo quản, thường là nguyên nhân chính dẫn đến việc phụ nữ có xu hướng bán nông sản ngay tại địa phương. Khoảng cách xa xôi tới thị trường với sự kém phát triển của hệ thống giao thông, làm giảm sự lựa chọn của nông dân, mà kết quả là giới hạn cơ hội thị trường, giảm giá bán tại chỗ và chi phí vật tư đầu vào tăng. Hệ thống các phương tiện thông tin thị trường yếu cũng làm cho phụ nữ ít được tiếp cận với các phương tiện thông tin thị trường, giá cả và các kiến thức về kinh doanh, hạch toán kinh tế... Do vậy cơ sở hạ tầng là một trong những yếu tố ảnh hưởng không nhỏ đến việc tiếp cận thị trường của nông dân nói chung và phụ nữ nông thôn nói riêng.

- Môi trường thông tin kinh tế - xã hội

Môi trường kinh tế - xã hội như môi trường sống quanh khu vực sống của người phụ nữ, phong tục tập quán,... đều có ảnh hưởng tới năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn. Nếu khu vực sinh sống có nhiều hàng quán, có chợ, có nhiều doanh nghiệp, thì năng lực tiếp cận thị trường của họ sẽ tốt hơn rất nhiều so với những phụ nữ sống ở những nơi xa xôi, hẻo lánh, thông tin thị trường chưa phát triển. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cho thấy chỉ có 18,2% phụ nữ nông thôn thường xuyên nắm bắt thông tin qua đài, tivi; 9,1% phụ nữ nông thôn thường xuyên được tiếp cận với sách, báo. Điều này cũng lý giải tại sao phụ nữ ở các khu vực thành thị lại năng động, nắm bắt thông tin, phản ứng nhanh nhạy với thị trường hơn phụ nữ nông

thôn (nhất là những phụ nữ ở vùng sâu, vùng xa) rất nhiều.

- Chính sách và sự bình đẳng giới

Quan niệm về giới, sự bất bình đẳng nam nữ và phong tục tập quán là một nguyên nhân cơ bản cản trở sự tiến bộ, vai trò của người phụ nữ trong phát triển kinh tế và tiếp cận thị trường. Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản pháp lý nhằm cụ thể hóa quyền bình đẳng nam nữ; tạo điều kiện cho phụ nữ ngày càng có nhiều cơ hội và điều kiện tham gia vào các hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội... "Giải phóng phụ nữ là mục tiêu và nội dung quan trọng của công cuộc đổi mới".

Theo FAO thì phụ nữ hoàn toàn chiếm ưu thế trong lĩnh vực nâng cao thu nhập trong sản xuất ở nông thôn qua các công việc chế biến, sản xuất và bán lương thực, kinh doanh, sản xuất hàng thủ công và lao động được trả lương... (FAO,1997).

Thực tế cho thấy rằng, Đảng và Nhà nước ta đã có rất nhiều chính sách về bình đẳng giới và phát huy vai trò của phụ nữ nói chung, phụ nữ nông thôn nói riêng trong đời sống, xã hội. Tuy vậy, tác động của các chủ trương, chính sách tới khả năng nhận thức và năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn chưa thực sự đạt kết quả như mong muốn. Lý do một phần có thể là các chính sách này chưa đến được với từng phụ nữ ở nông thôn, do thông tin chưa đầy đủ; hoặc khả năng áp dụng, thực hiện các chính sách này của địa phương, của bản thân người phụ nữ còn hạn chế.

Ngoài những yếu tố trên, cũng còn nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến năng lực tiếp cận thị trường của phụ nữ nông thôn như nhu cầu tham gia thị trường của họ, tần suất ra khỏi địa phương, hoặc vị trí của phụ nữ trong gia đình, ... Mỗi yếu tố này đều ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến năng lực tiếp cận thị trường của từng phụ nữ nông thôn.

3. Một số giải pháp chủ yếu tăng cường năng lực tiếp cận thị trường cho phụ nữ nông thôn nước ta

Trong sự chuyển biến của sản xuất nông nghiệp đòi hỏi phụ nữ nông thôn nói riêng, người dân nông thôn nói chung phải không

ngừng nâng cao năng lực tiếp cận thị trường, để sản phẩm nông nghiệp làm ra được tiêu thụ ngày càng nhiều, có sức cạnh tranh cao hơn và đứng vững trên thị trường quốc tế và trong nước. Muốn làm được điều đó cần quan tâm nâng cao sự hiểu biết về thị trường và năng lực tiếp cận thị trường cho phụ nữ nông thôn, thực hiện tốt một số nội dung sau:

- Đào tạo nghề và nâng cao kỹ năng của lao động nữ

Phụ nữ nông thôn làm nông nghiệp phần lớn chưa qua đào tạo nghề, mặt bằng trình độ văn hóa thấp hơn so với nam giới. Trong khi đó số đông lao động nam ở nhiều vùng quê rời quê hương đi vào thành thị, các khu công nghiệp tìm kiếm việc làm và thu nhập ngoài nông nghiệp, để lại ruộng vườn cho phụ nữ đảm nhiệm. Cần ưu tiên đào tạo nghề cho lao động nữ nông thôn, trong thời kỳ công nghiệp hóa đào tạo nghề không phải là kiến thức sản xuất phổ thông đơn thuần, mà cần trang bị cho họ kiến thức về giống cây trồng, con vật nuôi mới, kỹ năng làm việc để đạt năng suất, chất lượng cao, đảm bảo tiêu chuẩn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến, tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn thực phẩm, biết áp dụng công nghệ mới vào sản xuất, hiểu biết về thị trường, biết hạch toán kinh tế, ra quyết định sản xuất phù hợp, biết tiêu thụ sản phẩm làm ra có lợi và đạt hiệu quả kinh tế cao. Công tác đào tạo nghề phải gắn với nhu cầu của phụ nữ từng địa phương, thiết thực với các vùng nông thôn đang từng bước phát triển nông nghiệp thành vùng sản xuất hàng hóa tập trung (như các vùng: lúa gạo, chè, cà phê, rau, cây ăn quả, chăn nuôi bò sữa, nuôi lợn, nuôi trồng thủy sản...). Có những mô hình điểm để gắn học lý thuyết với tham quan, thực hành thực tế, giúp chị em phụ nữ áp dụng thành công trong phát triển sản xuất ở gia đình mình. Sản xuất nông nghiệp giỏi, tạo ra nhiều sản phẩm, lao động nữ sẽ quan tâm hơn đến khâu tiêu thụ, đến tìm hiểu thị trường để sản xuất có hiệu quả hơn.

* Nghị quyết 04 ngày 12-7-1993 của Bộ Chính trị, Ban Chấp hành trung ương Đảng về Đổi mới tăng cường công tác vận động phụ nữ trong tình hình mới.

- Hỗ trợ phụ nữ nông thôn nâng cao hiểu biết về thị trường và tiếp cận thị trường

Nhiều phụ nữ nông thôn chưa có hiểu biết về kinh tế thị trường, các kiến thức về thị trường và tiếp cận thị trường, nhất là bộ phận lao động nữ trung niên và có tuổi đang là lực lượng lao động chính của các hộ nông dân. Hiện nay ở nông thôn mới có 25 % nông dân tiếp cận được với thông tin thị trường, các điều kiện và phương tiện truyền thông về thị trường chưa phổ cập với người dân nông thôn, nhất là người nghèo. Thông qua tổ chức Hội phụ nữ các cấp địa phương, các tổ chức khuyến nông cần có những buổi tập huấn chuyên đề về thị trường, cách tìm hiểu và khai thác thông tin thị trường trên các phương tiện thông tin, sách báo, internet, quảng cáo... cách tìm kiếm thông tin thị trường, giá cả, chất lượng vật tư nông nghiệp; thị trường tiêu thụ, giá tiêu thụ, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm nông nghiệp, cách tiếp thị và quảng bá sản phẩm..., cách ứng xử và ra quyết định sản xuất và quyết định tiêu thụ sản phẩm hợp lý. Các cơ quan chính quyền địa phương, các hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp, Hội phụ nữ, các tổ chức NGO..., tạo điều kiện và giúp đỡ để phụ nữ nông thôn thành lập các “nhóm tiêu thụ sản phẩm”, “nhóm thị trường” cùng mỗi quan tâm trong sản xuất và tiêu thụ, để hợp tác giúp nhau phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Các phương tiện thông tin tăng cường các chương trình khuyến nông, thông tin thị trường cho người dân nông thôn nắm bắt các tiến bộ kỹ thuật mới, nắm bắt thông tin thị trường đầu vào, đầu ra, hỗ trợ tiếp thị nông sản phẩm. Các tổ chức khuyến nông phát hành các tờ rơi, đơn giản hóa các kiến thức cơ bản về thị trường nông thôn, cách tiếp cận thị trường, cách ứng xử và ra quyết định sản xuất, tiêu thụ sản phẩm dựa trên các thông tin thị trường cho phụ nữ nông thôn và các thành viên gia đình họ.

- Tạo điều kiện giúp phụ nữ nông thôn tiếp cận tín dụng để phát triển sản xuất hàng hóa

Phụ nữ nông thôn và hộ gia đình của họ mong muốn phát triển sản xuất nông nghiệp,

tạo ra ngày càng nhiều nông sản phẩm cho xã hội, song một trong những khó khăn họ gặp phải là thiếu vốn cho phát triển sản xuất. Khu vực nông thôn chiếm hơn 90 % người nghèo cả nước, kinh tế hộ nông dân quy mô nhỏ bé, nông nghiệp là ngành sản xuất có năng suất lao động và hiệu quả kinh tế thấp, vì vậy thiếu vốn cho phát triển sản xuất nông nghiệp của hộ nông dân là vấn đề cần được cả xã hội quan tâm. Chính sách miễn giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp, miễn giảm thủy lợi phí cho nông dân của Đảng và Nhà nước ta thời gian qua đã giúp họ phần nào có điều kiện tích lũy và đầu tư vào phát triển sản xuất nông nghiệp. Để phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa cần lượng vốn đầu tư lớn hơn trên một đơn vị diện tích đất đai, kể cả đầu tư cao hơn của Nhà nước và địa phương cho cải thiện cơ sở hạ tầng nông thôn-như thủy lợi, điện, giao thông... Cần tiếp tục tạo điều kiện và môi trường chính sách tốt hơn để phụ nữ nông thôn và hộ gia đình họ tiếp cận dễ dàng các nguồn vốn ưu đãi từ Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Ngân hàng Chính sách xã hội, các quỹ tín dụng khác ở khu vực nông thôn cho đầu tư mua máy móc, giống cây trồng, vật nuôi, công cụ sản xuất, vật tư nông nghiệp khác để phát triển sản xuất nông nghiệp theo hướng hàng hóa. Chỉ khi sản xuất hàng hóa phát triển, nhu cầu tiếp cận thị trường mới trở nên cần thiết, kiến thức về thị trường mới phát huy hết tác dụng.

- Tăng cường sự tham gia của phụ nữ trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

Quan điểm và cách tiếp cận mới trong kinh tế thị trường ở các nước đang phát triển là tiếp cận theo chuỗi giá trị sản phẩm, trong đó bảo đảm sự phối hợp và chia sẻ lợi ích giữa các tác nhân tham gia ở tất cả các khâu: sản xuất - thu gom - chế biến - phân phối sản phẩm. Phụ nữ nông thôn tham gia với tư cách là lực lượng chính ở khâu sản xuất sản phẩm nông nghiệp và khâu thu gom sản phẩm. Khi công nghiệp chế biến chưa phát triển mạnh mẽ, nông nghiệp chưa phát triển thành các vùng hàng hóa tập trung thì người sản xuất gặp nhiều khó khăn trong tiêu thụ sản phẩm, tình

trạng “trúng mùa thì mất giá” và “trúng giá thì mất mùa” luôn là nỗi lo của phụ nữ nông thôn và họ luôn là người chịu thiệt thòi. Bởi vậy cần có các mối liên kết giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị, thông qua các hợp đồng liên kết để cùng hỗ trợ và thúc đẩy lẫn nhau trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm; cùng chịu trách nhiệm về sản phẩm cuối cùng, cùng góp phần nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm làm ra.

- Phát triển mạng mẽ thương mại nông thôn

Phát triển mạng mẽ thương mại nông thôn trong quá trình xây dựng nông thôn mới theo Quyết định 23/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 – 2015 và tầm nhìn đến năm 2020”. Phấn đấu đến năm 2015 tỷ lệ hàng nông sản được tiêu thụ qua hợp đồng chiếm từ 25 – 30 % và là 45 – 50 % vào năm 2020. Muốn thực hiện được mục tiêu đó phải làm tốt quy hoạch hạ tầng thương mại nông thôn, chú trọng phát triển mạng lưới chợ nông thôn, xây dựng và đưa vào hoạt động có hiệu quả chợ đầu mối bán buôn hàng nông sản tại các vùng sản xuất hàng hóa tập trung, tại các vùng ngoại ô các đô thị. Đến năm 2020 tất cả các xã có chợ đạt chuẩn theo tiêu chí nông thôn mới. Hình thành mạng lưới kinh doanh cá nhân, HTX thương mại, doanh nghiệp sản xuất - chế biến ở nông thôn; tổ chức mạng lưới kinh doanh theo từng ngành hàng như nông sản, vật tư nông nghiệp, hàng tiêu dùng. Từng bước thí điểm và xây dựng mô hình

doanh nghiệp – hợp tác xã – nông dân, mô hình doanh nghiệp – hộ kinh doanh – nông dân. Có như vậy mới tạo môi trường và điều kiện cho phụ nữ nông thôn, cho hộ gia đình họ có điều kiện tham gia thị trường thuận lợi và bền vững./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đề án “Vấn đề nông nghiệp, nông dân và nông thôn” của Bộ Chính trị, ngày 9-7-2008.
2. Nghị quyết 04 ngày 12-7-1993 của Bộ Chính trị, Ban Chấp hành trung ương Đảng về Đổi mới tăng cường công tác vận động phụ nữ trong tình hình mới.
3. Quyết định 23/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ phê duyệt đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 – 2015 và tầm nhìn đến năm 2020”.
4. Quyển Đĩnh Hà, Nguyễn Tuyết Lan, Nguyễn Việt Đăng, Nguyễn Minh Thu, Đỗ Thu Huyền: Nghiên cứu vai trò của phụ nữ trong nông nghiệp, và phát triển nông thôn ở xã Nghĩa Hiệp, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên”, Tạp chí Khoa học kỹ thuật nông nghiệp, Trường đại học Nông nghiệp I Hà Nội, số 4/2006
5. Nguyễn Thị Thanh Hòa: Nâng cao vị thế của phụ nữ Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Tạp chí Cộng sản, số 816, tháng 10-2010
6. Hoàng Bá Thịnh: Chính sách đối với phụ nữ nông thôn trong thời kỳ công nghiệp hóa, Tạp chí Cộng sản, số 816, tháng 10-2010.
7. FAO (1997): Phụ nữ trong nông nghiệp, bảo vệ môi trường và nông thôn; Bản tóm lược tình hình Việt Nam, Băng Cốc; Tổ chức Nông nghiệp và lương thực của Liên hợp quốc.
8. Gammage, S., N. Diamond...(2005): “Hỗ trợ phụ nữ tiếp cận thị trường và giảm nghèo: tổng quan về thực hành tốt nhất”, Phát triển dịch vụ và đào tạo, Inc. Virginia.
9. ADC, CTA (1999). The Economic role of Women in Agricultural and Rural Development, Athens.
10. USAID (2005), Enhancing Womens market access and promoting pro-poor growth.[http:// www.usaid.gov](http://www.usaid.gov).