

QUY MÔ HAY ĐA DẠNG? MÔ HÌNH SINH KẾ “ĐA GI NĂNG” TRONG BỐI CẢNH KINH TẾ HẬU HIỆN ĐẠI

PGS.TS. Lâm Minh Châu

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn

Đại học Quốc gia Hà Nội

Email: lamminhchau86@gmail.com

Tóm tắt: Thông qua việc phân tích một mô hình sinh kế với tên gọi ‘đa gi năng’ ở một địa bàn nông thôn miền Bắc Việt Nam, bài viết bàn về tầm quan trọng của đa dạng sinh kế trong bối cảnh kinh tế của thời kỳ hậu hiện đại. Một trong những đặc trưng căn bản của thời kỳ hậu hiện đại, theo David Harvey, là tốc độ thay đổi chóng mặt của môi trường kinh tế trên quy mô toàn cầu, đặc biệt là dưới tác động của những biến chuyển liên tục của nhu cầu, thị hiếu và công nghệ. Hệ quả là các mô hình kinh tế theo kiểu Fordism, nhấn mạnh vào quy mô, ngày càng trở nên khô cứng và khó có thể thích ứng với môi trường kinh tế mới. Ngược lại, các mô hình kinh tế nhấn mạnh vào tính đa dạng lại cho thấy sức chống chịu cũng như khả năng thích nghi linh hoạt trước những biến đổi nhanh chóng. Điều này đặt ra nhiều hàm ý cho quá trình hoạch định chính sách phát triển kinh tế của Việt Nam, đặc biệt là yêu cầu cân bằng giữa việc phát triển các hình thức sản xuất quy mô lớn với việc đảm bảo tính đa dạng, linh hoạt và thích ứng của nền kinh tế trước những đổi thay chóng mặt của thế giới hiện tại.

Từ khóa: Mô hình sinh kế, sinh kế “đa gi năng”, kinh tế hậu hiện đại.

Abstract: This article analyses a livelihood model called “đa gi năng” (multi-functional) in a rural area in Northern Vietnam, by which it discusses the importance of livelihood diversity in a post-modern economic context. David Harvey contends that one of the fundamental features of the post-modern era is the accelerating pace of change in the economic environment on a global scale, especially under the influence of constant changes in demands, needs, tastes, and technology. As a result, Fordist economic models, which emphasize scale, become increasingly rigid and struggle in adaption to the new economic environment. In contrast, economic models that emphasize diversity show resilience as well as the flexibility in adapting to rapid changes. This poses numerous implications for Vietnam's economic development policy-making process, especially the need to balance the development of large-scale production with the diversity, flexibility, and adaptability of the economy to the rapid changes of the modern world.

Keywords: Livelihood model, multi-functional livelihood, post-modern economy.

Ngày nhận bài: 30/10/2021; ngày gửi phản biện: 2/11/2021; ngày duyệt đăng: 20/11/2021.

Mở đầu

David Harvey (1989), một học giả hàng đầu về khái niệm hậu hiện đại cho rằng, một trong những đặc trưng của bối cảnh kinh tế hậu hiện đại là sự suy tàn của mô hình “kinh tế dựa vào quy mô” (economies of scale). Theo Harvey, kinh tế toàn cầu bắt đầu bước vào giai đoạn hậu hiện đại từ giữa những năm 1960 và đặc biệt là từ đầu những năm 1970 với dấu hiệu là sự đi xuống của chủ nghĩa Ford (Fordism), mô hình kinh tế tiêu biểu của nền sản xuất tư bản chủ nghĩa trong giai đoạn nửa đầu thế kỷ 20, với đặc trưng là mức độ quy mô của sản xuất (Harvey, 1989). Mô hình Fordism được mô tả là “một mô hình phát triển kinh tế và công nghệ dựa trên sản xuất hàng loạt”, tức là “sản xuất các sản phẩm giống hệt nhau với số lượng cực lớn” bằng “các máy móc chuyên dùng để tạo ra các sản phẩm đó” (Tolliday và Zeitlin chủ biên, 1987). Hiểu một cách đơn giản, mô hình này nhấn mạnh việc tập trung nguồn lực vào một (hoặc một số ít) sản phẩm nào đó, tối ưu hóa khả năng sản xuất sản phẩm đó và sản xuất nó càng nhiều càng tốt. Chính vì đặc điểm này, nên mô hình Fordism thường được đặc trưng bởi các nhà máy đại quy mô, tuyển dụng hàng ngàn hoặc thậm chí hàng chục ngàn công nhân, chuyên sâu vào sản xuất một hàng hóa duy nhất với số lượng rất lớn.

Mô hình này có hai thế mạnh chính. Thứ nhất là khả năng sản xuất ra số lượng hàng hóa rất lớn và nhanh chóng, do quy trình sản xuất được tối ưu hóa cho việc sản xuất một loại hàng hóa. Thứ hai là khả năng tối đa hóa lợi nhuận từ việc sản xuất hàng hóa đó. Khi sản xuất trên quy mô lớn cùng một loại sản phẩm, thì chi phí trên một đơn vị sản phẩm (cost per unit) sẽ giảm đi, nhờ quy trình sản xuất được tối ưu (hay nói cách khác là năng suất được tối đa), cũng như nhờ tiết kiệm được các chi phí về lao động, nguyên liệu và cơ sở vật chất khi sản xuất với số lượng lớn¹. Điều này đồng nghĩa với việc mức lợi nhuận trên một sản phẩm (profit per unit) sẽ tăng lên. Càng sản xuất ra nhiều, thì mức độ lợi nhuận của nhà sản xuất sẽ càng lớn².

Tuy nhiên, trong bối cảnh kinh tế hậu hiện đại, mô hình kinh tế dựa vào quy mô đã cho thấy những hạn chế lớn. Những hạn chế này về cơ bản đều bắt nguồn từ một đặc trưng của thời kỳ hậu hiện đại, đó là tốc độ thay đổi chóng mặt của môi trường kinh tế trên quy mô toàn cầu. Tốc độ thay đổi này bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân. Tuy nhiên, trong khuôn khổ bài viết này tôi tập trung vào ba nguyên nhân chính là nhu cầu, thị hiếu và công nghệ.

¹ Lấy một ví dụ đơn giản, giả định rằng công ty A muốn sản xuất 100 chiếc ô tô. Nếu sản xuất duy nhất 1 mẫu xe sẽ cần đào tạo một ekip công nhân và đầu tư một dây chuyền sản xuất cho mẫu xe đó. Tuy nhiên, nếu sản xuất 10 mẫu xe khác nhau sẽ cần đào tạo 10 ekip công nhân và 10 dây chuyền sản xuất khác nhau.

² Cần lưu ý rằng mô hình kinh tế dựa vào quy mô đòi hỏi cả 2 yếu tố: chuyên môn hóa - tức chỉ tập trung vào một hoặc một vài sản phẩm nhất định và quy mô lớn. Chuyên môn hóa có tác dụng tối ưu hóa quy trình sản xuất và giảm chi phí sản xuất trên một đơn vị sản phẩm, nhưng nhà sản xuất chỉ có lợi nhuận nếu thực sự sản xuất trên quy mô lớn và bán được càng nhiều sản phẩm càng tốt. Ngược lại, sản xuất quy mô lớn nhưng không tối ưu hóa thì mức lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm sẽ thấp, đồng nghĩa với việc tổng lợi nhuận giảm đi hoặc thậm chí là chịu lỗ do giá bán không đủ để bù đắp chi phí sản xuất.

Theo Harvey (1989), trong bối cảnh kinh tế hậu hiện đại, nhu cầu thay đổi liên tục và một trong những nguyên nhân khiến nhu cầu biến động thường xuyên là thị hiếu và xu hướng tiêu dùng (tastes and consumption patterns). Trong thời kỳ nửa đầu những năm của thế kỷ XX, khi mô hình Fordism còn thịnh hành, thị hiếu và xu hướng tiêu dùng tương đối ổn định. Người tiêu dùng về cơ bản hài lòng với cùng một kiểu dáng, cùng một mẫu mã và tính năng của sản phẩm trong một thời gian tương đối dài. Mẫu xe Ford Model T, mẫu xe hơi giá rẻ được sản xuất hàng loạt đầu tiên của Ford được bán trong gần 20 năm, từ 1908 đến 1927, với rất ít thay đổi về kiểu dáng và sử dụng cùng một loại động cơ. Trong giai đoạn từ 1914 đến 1925, chiếc xe thậm chí chỉ có một màu là đen (Ford Motor Company, 2021). Tuy nhiên, trong thời kỳ hậu hiện đại, xu hướng tiêu dùng và thị hiếu thay đổi liên tục. Một sản phẩm hôm nay được coi là đẹp, nhưng chỉ một năm sau đó đã có thể bị coi là cũ kỹ và lỗi thời. Chiếc Hyundai Santa Fe, từ khi được giới thiệu lần đầu tiên năm 2001 cho đến năm 2018 đã trải qua ba thế hệ với sự thay đổi căn bản về kiểu dáng và tính năng kỹ thuật, tức là chu kỳ chỉ còn 6 năm. Trong từ một đến hai năm, chiếc xe lại được nâng cấp giữa vòng đời một lần. Tương tự, từ khi chiếc Iphone đầu tiên được giới thiệu năm 2007 cho đến năm 2021, Iphone đã trải qua ít nhất 7 lần thay đổi căn bản về kiểu dáng và thiết kế (Về sự thay đổi của thị hiếu và nhu cầu tiêu dùng, xem Jean Comaroff và John Comaroff, 2000).

Bên cạnh sự thay đổi chóng mặt về nhu cầu và thị hiếu, thời kỳ hậu hiện đại còn được đặc trưng bởi sự thay đổi hàng ngày của công nghệ. Các công nghệ mới về sản xuất (như tự động hóa và rô bốt) cũng như các công nghệ về quản lý sản xuất (như các hệ thống hậu cần, kho bãi) liên tục xuất hiện với tần suất ngày càng cao. Sự ra đời của các công nghệ mới khiến cho quy trình sản xuất liên tục trở nên lạc hậu nếu không thay đổi. Một quy trình sản xuất ở hiện tại được coi là tối ưu có thể trở nên lỗi thời chỉ trong 10 năm với sự ra đời của một công nghệ tốt hơn. Trong bối cảnh đó, những đặc tính vốn làm nên thành công của mô hình kinh tế kiểu Fordism lại trở thành yếu điểm của nó. Thứ nhất, do môi trường thay đổi liên tục, nên việc chuyên môn hóa vào một mặt hàng, hay một lĩnh vực sản xuất duy nhất trên quy mô lớn trở nên hết sức rủi ro. Một công ty toàn cầu có thể lụn bại nếu toàn bộ hoạt động sản xuất của nó được tối ưu cho một dòng sản phẩm duy nhất và một sự thay đổi đột ngột về nhu cầu và thị hiếu đối với dòng sản phẩm xảy ra khiến cho sản phẩm của công ty không còn được ưa chuộng và không thể bán được nữa. Thứ hai, do quy mô đầu tư lớn nên việc chuyển đổi rất khó khăn. Các quy trình sản xuất, phương pháp quản lý, kỹ năng của công nhân và cơ sở vật chất, vốn được thiết kế chuyên biệt cho việc sản xuất một loại hàng hóa cố định trên quy mô lớn, sẽ rất khó có thể chuyển đổi nhanh chóng sang một mô hình sản xuất khác và chi phí cho việc chuyển đổi cũng rất cao (Hounshell, 1984; Harvey 1989)³.

³ Theo Hounshell (1984), sản xuất hàng loạt có điểm yếu là rất khó để thay đổi thiết kế sản phẩm do dây chuyền sản xuất cũng như nguồn nhân lực đã được đầu tư chuyên biệt để sản xuất theo một thiết kế và quy trình nhất định. Ngoài ra, do các sản phẩm sản xuất hàng loạt đều giống nhau về công năng và kiểu dáng nên rất khó để thỏa mãn nhu cầu đa dạng và thị hiếu liên tục thay đổi của người dùng.

Harvey (1989) nhận định rằng trong bối cảnh kinh tế của thời kỳ hậu hiện đại, các mô hình kinh tế dựa trên tính đa dạng thay vì quy mô, mới là mô hình kinh tế có khả năng phát triển cao nhất. Một doanh nghiệp tham gia cùng một lúc vào nhiều lĩnh vực sản xuất khác nhau hoặc nhiều sản phẩm khác nhau, sẽ có khả năng chống chịu tốt hơn trước các cú sốc của môi trường kinh tế do tài sản của nó được dàn trải ra nhiều lĩnh vực, giúp giảm bớt rủi ro. Thứ hai, do quy mô của từng lĩnh vực sản xuất nhỏ hơn, nên mô hình này linh hoạt hơn và có thể dễ dàng điều chỉnh và thay đổi so với quy mô lớn. Trong phần còn lại của bài viết, tôi sẽ phân tích sự khác biệt giữa “quy mô” và “đa dạng” thông qua một mô hình đa dạng sinh kế độc đáo với tên gọi “đa gi năng” ở một địa bàn nông thôn miền Bắc Việt Nam.

1. Những người nông dân “đa gi năng”

Địa bàn nghiên cứu, xã Xuân, là một xã thuộc huyện H của tỉnh Thái Bình, cách thủ đô Hà Nội 120 km⁴. Đây là địa phương có nền kinh tế năng động với nhiều hoạt động sinh kế đa dạng khác nhau. Sự đa dạng này bắt nguồn từ một phương thức sinh kế mà đa số các hộ gia đình ở Xuân theo đuổi, với tên gọi là “đa gi năng”. Các gia đình ở Xuân dùng từ này để mô tả một chiến lược kinh tế mà họ đã áp dụng để thích ứng với những thách thức và nắm bắt những cơ hội của thời kỳ Đổi mới. Tôi đã trình bày về “đa gi năng” trong một số nghiên cứu trước (Xem Lâm Minh Châu, 2017; Chau, 2019). Trong phạm vi bài viết này, tôi tập trung vào một khía cạnh nổi trội của chiến lược kinh tế “đa gi năng”: đó là mô hình sinh kế dựa trên sự đa dạng. Các hộ gia đình cùng một lúc theo đuổi nhiều sinh kế quy mô nhỏ thay vì tập trung vào một sinh kế duy nhất.

Hầu hết các hộ gia đình ở Xuân vẫn trồng lúa trên phần ruộng mà họ được chia từ đầu những năm 1990. Tuy nhiên, từ lâu nguồn thu từ lúa chỉ còn chiếm một phần rất nhỏ trong thu nhập của các gia đình trong xã. Nguồn thu chính của họ chủ yếu đến từ các sinh kế khác. Ba phần tư các hộ gia đình tham gia vào những hoạt động chăn nuôi và nghề phụ. Phổ biến nhất là chăn nuôi lợn, gà và vịt để cung cấp cho các xã xung quanh, cũng như cho các thương lái từ thành phố Thái Bình và thậm chí là từ nơi khác đến mua để cung ứng cho các chợ ở đô thị. Ngoài chăn nuôi, các gia đình còn làm bún, bánh cày và kẹo lạc.

Hai phần ba các gia đình có sinh kế thứ ba là buôn bán. Hoạt động buôn bán trước đây được tập trung ở khu chợ trung tâm của xã. Khu chợ này do chính quyền địa phương quản lý. Đa phần các hộ buôn bán thường thuê một gian hàng nhỏ, khoảng 3-4 mét vuông, theo thời hạn một năm hoặc đôi khi chỉ là 6 tháng. Do quy mô gian hàng nhỏ, nên số lượng hàng hóa mà một tiểu thương có thể bày bán khá khiêm tốn. Với nhiều trường hợp, toàn bộ số hàng hóa có thể xếp gọn vào một chiếc xe đẩy hàng. Bên cạnh các sinh kế trên, vào năm 2011 trên địa bàn xã đã hình thành một khu công nghiệp, tập trung các công ty vốn FDI, chủ

⁴ Trong bài viết này, tên huyện, xã và người cung cấp thông tin đã được thay đổi để đảm bảo quy tắc ẩn danh trong nghiên cứu điền dã dân tộc học.

yếu làm hàng dệt may xuất khẩu. Hiện khu công nghiệp có khoảng 2.000 công nhân đang làm việc, trong đó riêng số công nhân là người trong xã đã lên đến gần 500.

Gia đình chú Thành là một trường hợp điển hình cho các gia đình “đa gi năng” ở xã Xuân. Gia đình chú có vài mảnh ruộng, nhưng mấy năm gần đây đã không còn canh tác mà đem cho người trong xã thuê vì nguồn thu từ ruộng quá ít ỏi. Thu nhập của gia đình chú đến từ ba nguồn chính. Thứ nhất là chăn nuôi gà. Gia đình có một đàn gà nhỏ khoảng 100 con, được nuôi trong bốn chuồng gà thô sơ do chú Thành tự xây dựng từ các vật liệu dễ kiếm, rẻ tiền. Chi phí cho đàn gà là khoảng 15 triệu đồng tính cả vốn đầu tư ban đầu. Một năm, gia đình xuất chuồng được 3 lứa; mỗi lứa được lãi khoảng 3 triệu đồng, tương ứng khoảng 9 triệu đồng/một năm. Bên cạnh chăn nuôi gà, gia đình chú Thành có nguồn thu thứ hai từ chăn nuôi lợn. Giống như nuôi gà, chú Thành cũng chỉ chăn nuôi ở quy mô nhỏ, thường khoảng 10 con, nuôi ở ba chuồng khác nhau. Tổng chi phí chăn nuôi lợn, bao gồm cả chuồng trại là 40 triệu đồng. Mỗi một năm xuất chuồng 2 lần; trung bình tiền lãi được 5 triệu một lần, tương ứng với khoảng 10 triệu/một năm. Sinh kế thứ ba là một gian hàng nhỏ của vợ chú Thành ở khu chợ của xã. Cô Liên, vợ chú Thành, thuê gian hàng theo năm với mức giá khá rẻ, cộng với tiền hàng khoảng 30 triệu đồng. Cô chủ yếu bán “hàng khô,” một từ địa phương chỉ chung các hàng tạp hóa (ngoài nhóm thực phẩm tươi sống) như gia vị, bánh kẹo, đồ dùng thiết yếu, văn phòng phẩm,... Toàn bộ hàng hóa của cô Liên có thể chất đầy một chiếc xe đẩy hàng mà cô thường dùng để di chuyển dễ dàng qua những con ngõ hẹp và quanh co. Nhờ có chiếc xe đẩy, hàng ngày cô Liên có thể chuyển toàn bộ hàng hóa từ nhà đến chợ và từ chợ về nhà sau mỗi buổi chợ. Nhờ đó, cô có thể tiếp tục bán hàng ngoài giờ họp chợ, ngay tại nhà cho những người hàng xóm thi thoảng chạy vội sang mua một gói bột canh, hay vài gói dầu gội. Gian hàng cho lãi trung bình là 1.5 triệu đồng/một tháng, tức là 22 triệu đồng/một năm.

2. Mạnh mún đàn trâu

Bất chấp sự năng động của các gia đình ở Xuân trong việc nắm bắt những cơ hội của kinh tế thị trường trong thời kỳ Đổi mới, các cán bộ địa phương liên tục phàn nàn với tôi về phương thức sinh kế “đa gi năng”. Các lãnh đạo địa phương cho rằng, mỗi gia đình ở Xuân nên tập trung chuyên môn hóa vào một hoạt động kinh tế duy nhất và đầu tư để sản xuất trên quy mô lớn, ví dụ như một trang trại chăn nuôi với quy mô hàng ngàn con gà, hoặc các đại lý bán lẻ với mặt bằng rộng rãi. Việc các hộ gia đình đi theo mô hình “đa gi năng” bị cho là đầu tư dàn trải, dẫn đến hiệu quả kinh tế và năng suất thấp. “*Cứ lấy nhà ông Thành làm ví dụ nhé. Nếu họ dồn hết vào làm một thứ thôi, chẳng hạn như chăn nuôi gà đi, tôi chắc chắn họ có đủ tiền xây một cái trang trại, với chuồng trại hàng ngàn, nuôi 1000 - 2000 con gà và thu lãi gấp mấy chục lần mức lãi bây giờ ấy chứ*”, một cán bộ xã nói với tôi. “*Thế nhưng họ lại dàn trải ra, mỗi thứ một tí, rất mạnh mún, đâm ra lời lãi chả được bao nhiêu. Anh muốn làm giàu,*

muốn nâng cao năng suất thì phải chuyên môn hóa, quy mô lớn. Chứ cứ manh mún, dàn trải, nhỏ lẻ mãi như thế này thì bao giờ mới phát triển, mới tiến lên hiện đại được?”

3. Những gia đình kinh doanh quy mô lớn

Trong khi phàn nàn về tính dàn trải và quy mô nhỏ của mô hình sinh kế “đa gi năng” mà đa số các hộ gia đình ở Xuân đang theo đuổi, các cán bộ xã thường so sánh với một số gia đình trong xã được coi là điển hình trong việc phát triển kinh tế theo con đường chuyên môn hóa và quy mô lớn. Một trong những điển hình như vậy là gia đình chị Tuyên. Khác với chú Thành, gia đình chị Tuyên, ngoài ruộng ra thì chỉ có một sinh kế chủ lực là một trại gà 1000 con. Khoảng 3 năm trước đây, chị Tuyên thuê một khu đất từ quỹ đất chung của xã, nằm gần con mương chảy qua xã. Chị Tuyên đầu tư 30 triệu đồng vào việc xây dựng chuồng trại để phục vụ chăn nuôi quy mô lớn. Chuồng xây bằng gạch và có mái tôn kiên cố, có hệ thống thoát nước và bạt rèm che để chống nóng, cùng với máng ăn, máng uống nước và hệ thống sưởi ấm cho gà được đầu tư đồng bộ.

Nhờ chăn nuôi quy mô lớn nên chi phí bình quân của gia đình chị Tuyên so với những hộ nuôi nhỏ lẻ như chú Thành được giảm đi đáng kể, đặc biệt là các chi phí về con giống, thức ăn đều được các đại lý chiết khấu khá nhiều. Thêm vào đó, nhờ hệ thống chuồng trại được đầu tư đúng tiêu chuẩn nên tỉ lệ gà ốm, chết giảm đáng kể. Số lượng gà đủ tiêu chuẩn xuất chuồng rất cao, lên tới 95% (trong khi bình thường chỉ được 85%). Tính ra trên mỗi con gà, chị Tuyên lãi trung bình 45 nghìn, còn các hộ nuôi nhỏ lẻ như nhà chú Thành chỉ lãi khoảng 30 nghìn. Với tổng mức đầu tư khoảng 6 lần nhà chú Thành (khoảng 90 triệu đồng, chưa tính phí thuê đất của xã được trả hàng năm), trong năm đầu tiên chị Tuyên đạt lợi nhuận lên tới 135 triệu đồng, tức là cao hơn 15 lần.

Một trường hợp làm ăn lớn khác là gia đình anh Tuấn. Vào cuối năm 2018, hai vợ chồng anh Tuấn bắt đầu mở một cửa hàng tiện lợi bán đồ bách hóa. Tổng mức đầu tư lên tới 200 triệu, trong đó hơn một nửa là tiền đi vay. Riêng tiền đầu tư cho mặt bằng và cơ sở vật chất đã chiếm một phần khá lớn. Chưa kể chi phí 20 triệu cho giá, kê và trang trí cửa hàng, vợ chồng anh Tuấn tốn tới 60 triệu một năm cho việc thuê mặt bằng. Cửa hàng của vợ chồng anh Tuấn thuê lại của một gia đình khác, nằm ngay ở trục đường lớn chạy qua trung tâm xã, trước cổng chính dẫn vào khu chợ. Đây là khu vực buôn bán đông đúc và sầm uất nhất ở xã, với mật độ người qua lại rất cao. Vợ chồng anh Tuấn thỏa thuận thuê luôn 3 năm để được giảm giá. Với các hộ buôn bán lớn như anh Tuấn, việc thuê mặt bằng lớn và đắc địa có ý nghĩa quan trọng. *“Một là địa thế đẹp, tiện lợi thì người ta vào mua nhiều, bán được nhiều, hai là gian hàng to thì càng bày bán được nhiều hàng. Có người chỉ định vào mua gói bánh nhưng họ thấy các đồ khác, họ cũng nhân tiện mua luôn, nên số lượng hàng bán được càng lớn. Còn nếu mặt bằng nhỏ, như các gian hàng trong khu chợ, không có chỗ bày bán, thì người ta chỉ mua thứ họ định trước thôi”*, anh Tuấn giải thích. Việc bán hàng quy mô lớn

cũng giúp anh Tuấn được chiết khấu lớn, thậm chí có mặt hàng được giảm tới 20% so với giá nhập hàng của vợ chú Thành. Nhờ vị trí đặc địa, hàng bán được nhiều, chi phí đầu vào giảm và quay vòng nhanh, nên trong năm đầu tiên anh Tuấn lãi khá lớn, lên tới 15 triệu đồng một tháng, tổng cộng gần 180 triệu trong một năm. Sau khi trừ chi phí 5 triệu tiền thuê nhà, anh Tuấn vẫn còn lãi trung bình 10 triệu một tháng.

4. Quy mô và đa dạng

Bất chấp những thành công ấn tượng ban đầu, mô hình sinh kế quy mô lớn của chị Tuyên và anh Tuấn nhanh chóng bộc lộ nhiều bất cập. Khoảng hơn một năm sau khi triển khai, trại gà của chị Tuyên bắt đầu gặp khó khăn. Vào năm 2019, các nhà hàng và khu công nghiệp trong vùng vốn lấy hàng của chị Tuyên đồng loạt chuyển sang sử dụng gà nhập khẩu với giá rẻ hơn. Đầu ra cho đàn gà của chị Tuyên bị ảnh hưởng nghiêm trọng, đồng thời mức giá thu mua của thương lái cũng giảm nhanh. Có lần chị Tuyên phải chấp nhận xuất chuồng chậm gần 2 tháng, hy vọng giá sẽ tăng lên nhưng cuối cùng vẫn không thể bán được giá hòa vốn. Do không kham nổi chi phí thức ăn cho đàn gà 1000 con, chị Tuyên cuối cùng phải chấp nhận bán với giá rẻ, chịu lỗ gần 30 triệu đồng.

Sau hai lần thua lỗ, chị Tuyên cảm thấy rất băn khoăn về triển vọng của việc nuôi gà. Tuy nhiên, do tiếc kinh phí đã đầu tư vào chuồng trại, do chị Tuyên đã đăng ký thuê đất của xã lên tới 5 năm và chưa thể trả lại ngay được nên chị Tuyên quyết định đánh liều, tiếp tục bỏ vốn để gây dựng một đàn gà với quy mô tương tự vào đầu năm 2020 với hy vọng tình hình sẽ thay đổi. Tuy nhiên, tình hình trong năm 2020 thậm chí còn khó khăn hơn. Do dịch Covid-19, nhu cầu tiêu thụ gà ở địa phương nói chung giảm hẳn. Đàn gà của chị Tuyên thậm chí chỉ có thể bán được chưa đến 100 con do không có người mua. Đến giữa năm 2020, chị Tuyên phải bán toàn bộ đàn gà với giá rất rẻ, lỗ tiếp 60 triệu đồng. Tuy nhiên, ngay cả khi bán xong đàn gà chị Tuyên vẫn đang rơi vào tình trạng tiến thoái lưỡng nan do xã chưa đồng ý cho trả lại phần đất đã thuê (một năm phải trả tiền thuê đất gần 15 triệu), chưa kể hệ thống chuồng trại đã đầu tư chắc chắn không thể chuyển đổi sang một hoạt động sinh kế nào khác được⁵.

Anh Tuấn cũng lâm vào tình cảnh tương tự. Sau một năm đầu tiên thu lãi lớn, đến năm 2019, cửa hàng của anh bắt đầu chịu sự cạnh tranh dữ dội từ các hình thức bán hàng online, vốn trước đây chỉ có ở các thành phố nhưng bây giờ đã bắt đầu trở nên phổ biến đến tận các vùng nông thôn. Một trong những điều kiện cho sự thay đổi này là việc người dân ở Xuân, cũng như ở các xã xung quanh, phần lớn đều đã có điện thoại thông minh giá rẻ và đều sử dụng mạng internet trong cuộc sống hàng ngày.

⁵ Một trong những yêu cầu căn bản để theo đuổi kinh tế dựa trên quy mô là phải đầu tư lớn và chuyên biệt hóa vào việc sản xuất một loại sản phẩm nào đó (máy móc chuyên dùng, đào tạo công nhân) hoặc vào việc chiếm lĩnh một thị trường nào đó (chi phí cho quảng cáo, chào bán sản phẩm, khuyến mại lớn để chiếm lĩnh thị trường). Đầu tư càng lớn, càng chuyên biệt hóa và càng lâu dài thì càng tối ưu hóa cho việc sản xuất loại sản phẩm cụ thể đó, hoặc là cho việc chiếm lĩnh thị trường cụ thể đó.

Các kênh bán hàng online mà người dân ở Xuân có thể tiếp cận rất đa dạng. Một số hệ thống siêu thị lớn, với chi nhánh ở thành phố Thái Bình, cách Xuân chỉ 7 km, triển khai bán qua các website được thiết kế công phu. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp và hộ kinh doanh quy mô nhỏ hơn cũng tận dụng các kênh bán hàng online mới nổi như các trang facebook và nhóm zalo để tiếp thị sản phẩm. Thông qua hình thức bán hàng online, các chủ kinh doanh có thể tiếp thị và bán được khối lượng hàng hóa lớn mà không cần mặt bằng quy mô. Do tiết kiệm được chi phí thuê mặt bằng, nên giá bán của họ cạnh tranh hơn nhiều so với các cửa hàng truyền thống như cửa hàng của anh Tuấn. Trước sự cạnh tranh dữ dội từ bán hàng online, lượng khách đến cửa hàng của anh Tuấn giảm hẳn so với trước. Tiền lãi thu được trong năm thứ hai gần như chỉ đủ trả tiền mặt bằng.

Sang đến năm 2020, do dịch Covid, người dân không còn mặn mà với việc đến cửa hàng. Hàng nhập về phần nhiều ế ẩm. Vợ chồng anh Tuấn bị thiệt hại nặng vì hàng tồn kho không bán được, trong khi vẫn phải trả tiền mặt bằng 5 triệu đồng mỗi tháng. Do kinh doanh khó khăn, anh Tuấn cũng tính đến việc chuyển sang sinh kế khác hoặc chuyển sang bán online. Tuy nhiên, do quy mô đầu tư ban đầu lớn nên việc chuyển đổi rất khó khăn. Chủ cho thuê không đồng ý nhận lại mặt bằng và nếu thanh lý cửa hàng thì giá trị trang thiết bị đã đầu tư để bán hàng cũng coi như mất.

Trong bối cảnh đó, các gia đình “đa gi năng” như chú Thành lại cho thấy khả năng chống chịu và thích nghi tốt hơn nhiều. Thứ nhất, do nguồn vốn đầu tư của gia đình được chia đều cho nhiều sinh kế quy mô nhỏ, nên mức độ rủi ro khi gặp điều kiện bất lợi cũng giảm đi. Khi nhu cầu tiêu thụ gà đi xuống, chú Thành chỉ cần một tháng để tiêu thụ toàn bộ đàn gà 100 con, một phần nhờ sự giúp đỡ của họ hàng và hàng xóm, phần còn lại chú chấp nhận bán với giá rẻ và chỉ lỗ một khoản nhỏ. Do chi phí đầu tư chuồng trại rất ít, nên chú Thành quyết định tạm dừng nuôi gà để chuyển sang sinh kế khác mà không phải bận tâm nhiều. Với gian hàng của vợ chú Thành cũng vậy. Do vợ chú chỉ thuê gian hàng theo năm, với mức thuê rất rẻ, nên khi thấy xu hướng người dân chuyển sang mua hàng online và tình hình dịch bệnh, gia đình chú cũng không gia hạn thời gian thuê. Bên cạnh việc hạn chế rủi ro, mô hình đa dạng sinh kế còn đem lại lợi ích cho chú Thành. Trong khi gà mất giá thì thịt lợn lại lên giá và nguồn thu tăng thêm từ bán lợn giúp chú Thành bù đắp được, thậm chí còn dư ra một chút so với số hao hụt từ nuôi gà và bán hàng khô.

Việc các sinh kế của gia đình đều ở quy mô nhỏ cũng giúp gia đình chú Thành chuyển đổi nhanh chóng sang các hình thức khác. Thay vì bán hàng tại gian hàng, vợ chú bây giờ bán qua mạng với sự giúp đỡ của cậu con trai đang làm công nhân trong khu công nghiệp, khá thạo về công nghệ. Vợ chú Thành hiện giờ chủ yếu bán hàng qua Zalo và facebook cho người dân trong xã, cũng như các công nhân là đồng nghiệp của con trai chú trong khu công nghiệp, còn chú Thành và con trai đảm nhận việc giao hàng tại nhà. Khoản tiền nhàn rỗi từ việc bán đàn gà cũng được chú giao cho con trai để nhập thêm một số đồ tiện ích, chủ yếu là các hàng gia dụng để bán có xuất xứ từ Trung Quốc, để đa dạng hóa các mặt hàng kinh doanh của gia đình. Điều

làm tôi thấy thú vị là dù kinh doanh online khá lâu, nhưng chú Thành cũng không hề có ý định mở rộng đầu tư vào hình thức sinh kế mới này. “*Chú lấy hàng vừa đủ thôi, bán hết mới lấy thêm. Cũng không hy vọng lâu dài. Nếu thời gian tới cái này không bán được thì lại quay trở về nuôi gà như cũ*”, chú Thành chia sẻ.

5. Đa dạng trong thế giới hậu hiện đại

Câu chuyện ở Xuân cho thấy những hạn chế rõ ràng của mô hình kinh tế dựa vào quy mô trước sự thay đổi nhanh chóng về thị hiếu, nhu cầu và công nghệ. Do quy mô lớn và nền sản xuất được chuyên biệt hóa nên mức độ thiệt hại sẽ rất lớn và khả năng chuyển đổi cũng rất khó khăn. Khi nhu cầu hay thị hiếu thay đổi, một mặt hàng vốn từng rất được ưa chuộng sẽ trở thành đồ bỏ đi. Khi một công nghệ mới ra đời, toàn bộ một mô hình sản xuất dựa trên một công nghệ cũ hơn có thể trở nên lạc hậu ngay lập tức. Cửa hàng bán lẻ rộng rãi và ở vị trí đắc địa mà anh Tuấn thuê là một công nghệ rất quan trọng để tối ưu hóa hoạt động buôn bán quy mô lớn, vốn trước đây chủ yếu dựa vào diện tích mặt bằng và vị trí cửa hàng để tối đa hóa số lượng hàng hóa bán được. Nhưng khi một công nghệ mới xuất hiện như bán hàng online, mô hình truyền thống dựa trên công nghệ cũ ngay lập tức trở nên lạc hậu và kém hiệu quả. Trong khi đó, mô hình sinh kế dựa trên sự đa dạng lại có rất nhiều lợi thế trong bối cảnh kinh tế hậu hiện đại. Việc chia nhỏ các tài sản và nguồn lực cho nhiều sinh kế đồng nghĩa với việc giảm bớt thiệt hại khi khủng hoảng xảy ra, đồng thời nguồn thu bị mất từ sinh kế này có thể được bù đắp bởi các sinh kế còn lại. Các sinh kế quy mô nhỏ cũng linh hoạt hơn và dễ chuyển đổi hơn để thích ứng với các thay đổi chóng vánh về thị hiếu, nhu cầu và công nghệ trong thế giới hiện nay.

Mô hình kinh tế dựa vào quy mô từng là mô hình kinh tế thống trị thế giới trong thời kỳ hậu Chiến tranh thế giới thứ Hai. Mô hình này đã được áp dụng và sùng bái ở nhiều nước tư bản phương Tây phát triển, cũng như được nhiều nước xã hội chủ nghĩa ủng hộ và theo đuổi, trong đó có cả Liên Xô và Trung Quốc (Scott, 1998). Trong thời gian trước Đổi mới, mô hình kinh tế này đã có ảnh hưởng không nhỏ đến các chính sách kinh tế của Việt Nam (Đặng Phong, 2002). Bước sang thời kỳ Đổi mới, mặc dù tư duy kinh tế của Việt Nam đã có nhiều chuyển biến nhưng định hướng phát triển dựa vào quy mô vẫn còn xuất hiện trong nhiều chính sách kinh tế ở cấp trung ương cũng như ở các địa phương. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030 vẫn nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đẩy mạnh sản xuất quy mô lớn và chuyên môn hóa trên các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế, thể hiện qua các mục tiêu như “Củng cố, phát triển một số tập đoàn kinh tế nhà nước có quy mô lớn”; “phát triển nông nghiệp hàng hóa tập trung quy mô lớn theo hướng hiện đại, vùng chuyên canh hàng hóa chất lượng cao”; “đẩy mạnh phát triển công nghiệp theo hình thức cụm liên kết ngành, nhóm sản phẩm chuyên môn hóa và tạo thành các tổ hợp công nghiệp quy mô lớn” (Ban Chấp hành Trung ương Đảng, 2021).

Trong điều kiện phát triển của Việt Nam, việc thúc đẩy sản xuất theo hướng quy mô lớn có nhiều điểm ưu việt, đặc biệt là trong việc đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế. Bài viết này không có ý nói rằng mô hình kinh tế dựa vào quy mô đã lỗi thời, mà chỉ nhấn mạnh rằng nó có những hạn chế không nhỏ trong bối cảnh kinh tế hiện đại. Để thích ứng, thì chính sách phát triển kinh tế của Việt Nam cần cân bằng giữa việc phát triển các hình thức sản xuất quy mô lớn với việc đảm bảo tính đa dạng, linh hoạt và thích ứng của nền kinh tế với những đổi thay chóng mặt của thế giới hiện tại, đặc biệt là các thay đổi về thị trường, nhu cầu tiêu dùng, thị hiếu, lao động và công nghệ. “Quá trình phát triển (trong thời kỳ) hậu hiện đại”, Harvey viết, đã trở nên gắn liền với “sự vận động ngày càng linh hoạt của tư bản, với đặc trưng là sự ưu tiên cho cái mới, cái ngắn ngủi, cái thoáng qua, cái nhất thời và sự khó đoán của đời sống hiện đại, hơn là những giá trị đóng đinh và bất biến của chủ nghĩa Fordism” (Harvey, 1989, tr. 171).

Tài liệu tham khảo

1. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2021), *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030*.
2. Lâm Minh Châu (2017), *Đổi mới, kinh tế thị trường và hiện đại hóa: Trải nghiệm ở một làng nông thôn Bắc Bộ Việt Nam*, Nxb. Hà Nội, Hà Nội.
3. Chau, L. (2019), Negotiating Uncertainty in Late-Socialist Vietnam: Households and livelihood options in the marketizing countryside, *Modern Asian Studies*, 53 (6), 1701-1735.
4. Comaroff, J. và John Comaroff, J. (2000), Millennial Capitalism: First thoughts on a Second coming, *Public Culture* 12 (2), 291-343.
5. Ford Motor Company (2021), *The model T*. <https://corporate.ford.com/articles/history/the-model-t.html> (Truy cập ngày 22/9/2021).
6. Harvey, D. (1989), *The Condition of Postmodernity*, London: Basil Blackwell.
7. Hounshell, D. (1984), *From the American System to Mass Production, 1800-1932: The Development of Manufacturing Technology in the United States*, Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press.
8. Đặng Phong (2002), *Lịch sử kinh tế Việt Nam 1945-2000*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
9. Scott, J. (1998), *Seeing like a state: How certain schemes to improve the human condition have failed*, New Haven: Yale University Press.
10. Tolliday, S. and Zeitlin, J. (ed, 1987), *The Automobile industry and its workers: between Fordism and flexibility*, New York: St. Martin's Press.