

LIÊN KẾT TRONG SẢN XUẤT, TIÊU THỤ RAU AN TOÀN TẠI XÃ ĐẶNG XÁ, HUYỆN GIA LÂM, HÀ NỘI

Lê Thị Kim Oanh¹, Nguyễn Quang Tín²

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm phân tích liên kết trong sản xuất, tiêu thụ rau an toàn tại xã Đặng Xá, Gia Lâm, Hà Nội thông qua điều tra 105 hộ sản xuất rau an toàn. Bằng phương pháp thống kê và so sánh, nghiên cứu đã chỉ ra những ưu, nhược điểm, lợi ích, khó khăn của các hộ sản xuất khi tham gia liên kết với doanh nghiệp (bao gồm liên kết trực tiếp và gián tiếp), thu gom, người bán lẻ trong sản xuất, tiêu thụ rau an toàn. So với nhóm hộ không liên kết, đối với các chỉ tiêu giá bán, giá trị sản xuất, giá trị gia tăng, nhóm hộ liên kết trực tiếp với doanh nghiệp có kết quả cao hơn trong khi nhóm hộ liên kết gián tiếp có kết quả không khác biệt. Từ đó nghiên cứu đề xuất những giải pháp nhằm tăng cường hoạt động liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn tại xã Đặng Xá trong thời gian tới.

Từ khóa: Liên kết, rau an toàn, sản xuất, tiêu thụ, Hà Nội.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Liên kết kinh tế chỉ tình huống khi mà các khu vực khác nhau của một nền kinh tế thường là khu vực công nghiệp và nông nghiệp hoạt động phối hợp với nhau một cách có hiệu quả và phụ thuộc lẫn nhau, là một yếu tố của quá trình phát triển [3]. Một số tác giả phát triển quan điểm liên kết kinh tế thành các phương thức khác nhau bao gồm liên kết theo chiều ngang và liên kết theo chiều dọc. Kiểu liên kết theo chiều dọc toàn diện nhất bao gồm các giai đoạn từ sản xuất, chế biến nguyên liệu đến phân phối thành phẩm. Kết quả của liên kết dọc là hình thành nên chuỗi giá trị của một ngành hàng và có thể làm giảm đáng kể chi phí vận chuyển, chi phí cho khâu trung gian [1]. Liên kết theo chiều ngang là hình thức liên kết mà trong đó mỗi tổ chức hay cá nhân tham gia là một đơn vị hoạt động độc lập nhưng có mối quan hệ với nhau thông qua một bộ máy kiểm soát chung. Trong liên kết này, mỗi thành viên tham gia có sản phẩm hoặc dịch vụ cạnh tranh nhau nhưng họ liên kết lại để nâng cao khả năng cạnh tranh cho từng thành viên nhờ phát huy lợi ích kinh tế nhờ quy mô của tổ chức kinh tế [2].

Shepherd (2007) với nghiên cứu về “Các tiếp cận trong kết nối nông dân với thị trường” đã cho rằng liên kết có thể được thực hiện theo nhiều hình thức khác nhau. Tác giả cho rằng trong điều kiện sản xuất

phát triển hình thức liên kết thông qua hợp đồng thể hiện được nhiều ưu điểm hơn [6]. Cùng với sự phát triển nông nghiệp giá trị cao, sự phát triển của hệ thống siêu thị, thực phẩm chế biến và nền nông nghiệp định hướng xuất khẩu đã cho thấy vai trò ngày càng quan trọng của việc sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng [5]. Mô hình sản xuất theo hợp đồng thúc đẩy sản xuất cho các hộ nông dân thông qua cung ứng đầu vào kịp thời, tập huấn kỹ thuật, giảm các rủi ro trong sản xuất; thúc đẩy tiêu thụ thông qua ổn định, mở rộng thị trường cho người nông dân [4].

Trong sản xuất rau an toàn (RAT), mô hình hợp đồng đã phát huy tác dụng đáng kể. Doanh nghiệp khi tham gia vào chuỗi liên kết sẽ có nguồn nguyên liệu ổn định, chất lượng đáp ứng nhu cầu của thị trường [8]. Đối với các hộ sản xuất RAT, tham gia liên kết giúp hộ nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng giá bán, tăng thu nhập, đảm bảo đầu ra bền vững [9].

Xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm được coi là một trong những vùng sản xuất rau an toàn lớn của thành phố Hà Nội. Trung bình mỗi ngày địa phương này đã sản xuất và cung ứng cho người tiêu dùng các quận nội thành khoảng 15 tấn rau các loại [7]. Tuy nhiên việc sản xuất và tiêu thụ RAT của nông hộ vẫn gặp nhiều khó khăn như giá bán RAT thấp, đầu ra không ổn định. Sự liên kết giữa người sản xuất với các tác nhân như đại lý cung ứng vật tư nông nghiệp, người thu gom, bán lẻ còn lỏng lẻo. Bài viết này phân tích tình hình liên kết trong sản xuất, tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá, Gia Lâm, Hà Nội, chỉ ra những lợi ích và khó khăn trong liên kết giữa người sản xuất và môi

¹ Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: ltkoanh2010@gmail.com

² Vụ Khoa học công nghệ & MT, Bộ Nông nghiệp và PTN

tác nhân, từ đó đưa ra giải pháp nhằm tăng cường hoạt động liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá trong thời gian tới.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nội dung, phạm vi, đối tượng nghiên cứu

2.1.1. Nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu hoạt động liên kết trong sản xuất, tiêu thụ rau an toàn tại xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm, Hà Nội.

2.1.2. Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu hoạt động liên kết ngang, liên kết dọc trong sản xuất, tiêu thụ rau an toàn của các hộ nông dân tại xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm, Hà Nội.

2.1.3. Đối tượng nghiên cứu

Các hoạt động liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn giữa hộ nông dân với các tác nhân khác bao gồm HTX, doanh nghiệp, hộ thu gom, hộ bán lẻ rau an toàn.

2.2. Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng tài liệu thứ cấp bao gồm các tài liệu về các báo cáo, nghiên cứu khoa học và tạp chí chuyên ngành có liên quan đến liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT.

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra 105 hộ sản xuất RAT, trong đó có 20 hộ liên kết trực tiếp với doanh nghiệp (DN), 40 hộ liên kết gián tiếp với DN thông qua HTX và 45 hộ không liên kết với DN tại 2 thôn Hoàng Long, Đồng Xuyên là 2 thôn có diện tích trồng RAT lớn nhất xã.

Ngoài ra, đã tiến hành phỏng vấn cán bộ HTX nông nghiệp dịch vụ Đặng Xá, người thu gom, người bán lẻ và DN tiêu thụ RAT của xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm trong năm 2020.

2.3. Phương pháp xử lý số liệu

Đề tài sử dụng công cụ trợ giúp bằng chương trình Excel và phần mềm SPSS 20 để phân tích, xử lý số liệu.

2.4. Phương pháp phân tích

Phương pháp so sánh được dùng để so sánh mức độ liên kết, lợi ích, khó khăn của hộ sản xuất khi tham gia liên kết với mỗi tác nhân; so sánh kết quả và hiệu quả sản xuất RAT giữa nhóm hộ liên kết trực tiếp, liên kết gián tiếp và không liên kết với DN. Đây là cơ sở quan trọng để đưa ra các định hướng phát

triển liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT trên địa bàn xã Đặng Xá trong thời gian tới.

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phân tích kết quả, hiệu quả sản xuất RAT của 3 nhóm hộ: liên kết trực tiếp, liên kết gián tiếp và không liên kết với DN. Tiêu chí phân tổ của số liệu sơ cấp được lựa chọn bao gồm: hộ liên kết trực tiếp với doanh nghiệp (20), liên kết gián tiếp với DN (40) và hộ không liên kết với doanh nghiệp (45). Các chỉ tiêu phản ánh kết quả, hiệu quả sản xuất RAT của hộ bao gồm: Giá bán, năng suất, giá trị sản xuất (GO), chi phí trung gian (IC), giá trị gia tăng (VA), tỷ lệ GO/IC, VA/IC.

2.5. Thời gian và địa điểm nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành từ tháng 1 - 12/2020.

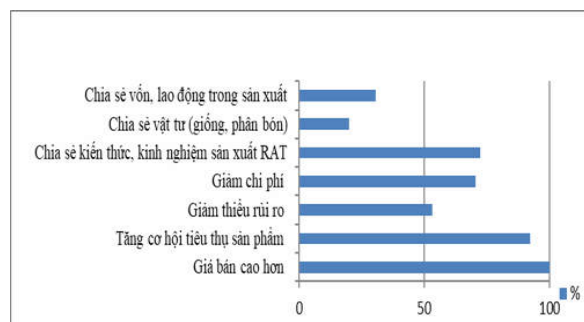
Địa bàn nghiên cứu là xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm, Hà Nội.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Các hình thức liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT trên địa bàn xã Đặng Xá

3.1.1. Liên kết ngang trong sản xuất và tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá

Liên kết ngang trong sản xuất - tiêu thụ RAT giúp các tác nhân có cơ hội cùng chia sẻ những thông tin về sản xuất và tiêu thụ trong sản xuất RAT. Hiện tại, ở Đặng Xá, mối liên kết ngang được thể hiện rõ nhất giữa người sản xuất với người sản xuất. 100% số hộ nông dân tham gia liên kết với các hộ nông dân khác nhưng dưới hình thức thỏa thuận miệng. Người sản xuất liên kết dựa trên sự quen biết và tin tưởng lẫn nhau nên hầu hết họ liên kết bằng thỏa thuận miệng chứ không tham gia ký kết hợp đồng. 72% số hộ được phỏng vấn đánh giá liên kết này là chặt chẽ.



Hình 1. Lợi ích trong liên kết ngang giữa các hộ sản xuất

Trong số các lợi ích khi tham gia liên kết giữa các hộ sản xuất, lợi ích giá bán cao hơn được 100% hộ sản xuất lựa chọn. Người sản xuất còn đánh giá cao lợi ích tăng cơ hội tiêu thụ sản phẩm khi tham gia liên kết (có 92,4% số người chọn lợi ích này). Giảm chi phí cũng là một lợi ích được đánh giá cao (70,5%). Ngoài ra người sản xuất còn lựa chọn các lợi ích khác có được khi tham gia liên kết là giảm thiểu rủi ro (53,3%) và chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm sản xuất rau an toàn (72,4%), chia sẻ vật tư nông nghiệp (20%), chia sẻ vốn, lao động trong sản xuất (30,5%).

3.1.2. Liên kết dọc trong sản xuất RAT tại xã Đặng Xá

Liên kết trong cung ứng vật tư nông nghiệp gồm: giống rau, phân bón, thuốc BVTV ở xã Đặng Xá diễn ra chủ yếu dưới hình thức liên kết giữa hộ với các đại lý vật tư nông nghiệp. Các đại lý thường đặt địa điểm ở ngay tại địa phương, lấy hàng trực tiếp từ các công ty giống rau và vật tư nông nghiệp trên cả nước sau đó cung ứng cho các hộ. 81,9% số hộ tham gia liên kết này với các đại lý vật tư với 100% là hình thức thỏa thuận miệng, dựa trên sự tin tưởng và quen biết lâu năm. 45,3% hộ đánh giá liên kết này chặt chẽ, còn 54,7% hộ đánh giá liên kết không chặt chẽ. Kết quả điều tra cho thấy, tỷ lệ hộ đánh giá chất lượng giống, vật tư nông nghiệp không đảm bảo từ các đại lý vẫn chiếm 26,8%. Về tập huấn kỹ thuật thì chỉ có sự cung cấp từ các tác nhân là HTX và DN, thông qua các buổi tập huấn kỹ thuật từ HTX và DN. 80% số hộ tham gia liên kết này với HTX và 20% số hộ tham gia liên kết trong sản xuất với DN. Đa số các hộ đều đánh giá cao các nội dung tập huấn là phù hợp với tỷ lệ từ 82-100%.

3.1.3. Liên kết dọc trong tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá

a. Liên kết giữa hộ với doanh nghiệp

Liên kết gián tiếp giữa hộ sản xuất với DN thông qua HTX trong tiêu thụ RAT

Về phía hộ: Hiện nay cả xã Đặng Xá có khoảng 15 nhóm hộ được tổ chức theo nhóm PGS (có sự giám sát lẫn nhau giữa các hộ dân, và tự đảm bảo chất lượng sản phẩm). Mỗi nhóm có 1 nhóm trưởng quản lý khoảng 20 hộ. Mỗi nhóm trưởng sẽ đứng ra ký cam kết chất lượng sản phẩm với HTX. Quy trình sản xuất và thu hoạch RAT cung cấp cho DN của người sản xuất phải tuân thủ chặt chẽ theo đúng quy định của HTX. Sau khi thu hoạch, người sản xuất sẽ vận chuyển đến điểm thu gom của HTX để phân loại, đóng gói sản phẩm. Các hộ tự mua vật tư để sản xuất RAT theo khuyến cáo trong quy trình sản xuất. Mức giá bán RAT bằng giá thị trường, tuy nhiên các hộ không phải tự chở RAT đi bán ở chợ đầu mối mà có nguồn tiêu thụ khá ổn định từ HTX.

Về phía HTX: HTX sẽ chịu trách nhiệm về chất lượng, khối lượng, chủng loại rau đối với doanh nghiệp liên kết thông qua việc cử người theo dõi quy trình sản xuất của các hộ, đặc biệt về liều lượng phân và chủng loại thuốc bảo vệ thực vật, thời điểm thu hoạch rau đảm bảo đủ số ngày cách ly theo quy định. Hàng ngày khi giao hàng cho DN, HTX sẽ phải gửi lại mẫu rau để DN kiểm tra (test) chất lượng. Tuy nhiên phía DN không test thường xuyên, chủ yếu tin vào cam kết của HTX.

Bảng 1. Liên kết dọc giữa hộ với các tác nhân trong tiêu thụ RAT

Các chỉ tiêu theo dõi	Hộ liên kết gián tiếp với DN thông qua HTX	Hộ liên kết trực tiếp với DN	Hộ - Thu gom	Hộ - Bán lẻ
1. Tổng số hộ điều tra (Hộ): 105				
Số hộ có liên kết (Hộ)	40	20	84	64
Tỷ lệ hộ liên kết (%)	38,1	19,4	80	60,9
2. Hình thức liên kết				
Hợp đồng (%)	100	100	0	0
Thỏa thuận miệng (%)	0	0	100	100

Về phía DN: Công ty TNHH suất ăn công nghiệp Nhân Hòa chuyên cung cấp rau cho các bếp ăn của một số trường tiểu học, mầm non bán trú trên địa bàn huyện Gia Lâm, ký hợp đồng với HTX từ năm 2018, với số lượng khoảng 5 tạ/ngày và giá cả thỏa

thuận, thường là bằng giá thị trường. Công ty chỉ liên kết trong tiêu thụ, còn khâu tập huấn kỹ thuật, cung ứng vật tư thì công ty không cung cấp. Về điều khoản số lượng, nếu hộ không đáp ứng đủ số lượng theo hợp đồng vì lý do thời tiết..., HTX sẽ phải báo trước

cho DN 24h. DN sẵn sàng chia sẻ khó khăn với các hộ dân như ưu tiên tiêu thụ sản phẩm khi mức cung trên thị trường dư thừa, đảm bảo giá cả thu mua bằng giá thị trường.

Tuy nhiên khối lượng rau an toàn tiêu thụ qua kênh này chưa nhiều, chỉ chiếm khoảng 2% trên tổng sản lượng của người sản xuất. Trong tổng số 105 hộ được phỏng vấn, chỉ có 40 hộ (chiếm 38,1%) tham gia liên kết trong tiêu thụ RAT với HTX dưới hình thức hợp đồng.

Liên kết trực tiếp giữa hộ sản xuất với DN trong tiêu thụ RAT

Liên kết giữa nông dân với DN tiêu thụ RAT được thực hiện thông qua ký kết hợp đồng kinh tế. Hiện tại chỉ có 1 nhóm hộ gồm 30 hộ liên kết với DN Vineco tại xã Đặng Xá. Vineco sẽ phân phối RAT đến các cửa hàng Vinmart. Trưởng nhóm, đại diện cho nhóm hộ đứng ra ký hợp đồng với DN từng năm một. Liên kết này thực hiện trong khâu quy trình sản xuất dưới sự giám sát nghiêm ngặt của DN và khâu tiêu thụ với mức sản lượng rau ký kết trung bình 1 ngày khoảng 6 tạ rau, mức giá bán cao hơn thị trường khoảng 500 đồng/kg.

Tại thôn Đồng Xuyên, nhóm trưởng cho biết, nhóm sản xuất rau an toàn PGS (có sự giám sát lẫn nhau giữa các hộ dân, và tự đảm bảo chất lượng sản phẩm) gồm 30 hộ gia đình. Các hộ sản xuất RAT trên ruộng rau của mình, có sổ nhật ký ghi chép công việc hàng ngày. Đặc biệt, phải phun thuốc có nguồn gốc sinh học, liều lượng theo khuyến cáo trên bao bì của nhà sản xuất, thời gian cách ly sau khi phun 3 - 5 ngày mới thu hái. Ngoài yêu cầu ghi chép nhật ký đầy đủ, Vineco còn tăng thời lượng đi kiểm tra 1 lần/tuần; còn việc lấy mẫu rau đi xét nghiệm thì bất kỳ lúc nào (thường là 1 lần/tuần). Nếu hộ nào vi phạm sẽ bị dừng hợp đồng 03 tháng. Tuy nhiên, đến nay các hộ tuân thủ tốt yêu cầu từ phía DN nên chưa có trường hợp nào bị phạt dừng hợp đồng.

Về điều khoản số lượng, nếu hộ không đáp ứng đủ số lượng theo hợp đồng vì lý do thời tiết..., nhóm trưởng sẽ phải báo trước cho DN 24h. Lợi ích của hộ liên kết là ổn định đầu ra, giá bán cao hơn thị trường khoảng 500 đồng/kg, được tập huấn kỹ thuật sản xuất RAT, giảm thiểu rủi ro trong sản xuất và tiêu thụ RAT.

Trách nhiệm của DN là tập huấn kỹ thuật trồng RAT cận kề cho nhóm hộ. DN báo trước với nhóm hộ

chúng loại, số lượng, giá cả rau mua hàng tuần. Nếu có thay đổi đột xuất về tăng, giảm khối lượng rau, DN sẽ báo trước 1 ngày. Trong quá trình giao dịch, nếu nhóm hộ có gì khó khăn đều được phía DN lắng nghe, sẵn sàng tháo gỡ.

Trong mối liên kết này DN yên tâm về chất lượng sản phẩm thu mua. Tuy nhiên chỉ có 20 hộ trong tổng số 105 hộ điều tra là tham gia mô hình liên kết này, chiếm 19%.

b. Liên kết tiêu thụ RAT giữa hộ sản xuất với các tác nhân khác

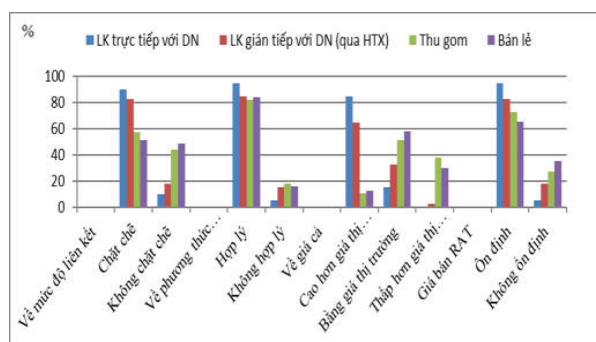
Liên kết tiêu thụ RAT giữa hộ sản xuất và người thu gom

Đây là hình thức liên kết dọc đơn giản giữa hộ sản xuất và người thu gom địa phương. Trong giao dịch này 100% là thỏa thuận miệng và không có liên kết bằng hợp đồng. Việc sản xuất rau của người dân chủ yếu ở quy mô nhỏ và mang tính tự phát. Rau đến vụ thu hoạch thường được người thu gom đến tận nơi thu mua, hoặc các hộ chở rau đến nhà người thu gom. Tuy nhiên, các hộ thu gom thường chở rau bằng phương tiện thô sơ nên rau dễ bị dập nát, hư hao. Tại xã Đặng Xá, đây là hình thức liên kết có quy mô lớn nhất. Tuy nhiên trong mối liên kết này không có hình thức liên kết bằng hợp đồng. Đây là mối liên kết giữa các hộ trong cùng một địa bàn nên có sự gắn kết khá chặt chẽ và tin tưởng lẫn nhau. Số hộ tham gia hình thức liên kết này chiếm khoảng 80%.

Liên kết tiêu thụ RAT giữa hộ sản xuất với người bán lẻ

Qua bảng 1 ta thấy, trong tổng số hộ điều tra thì có 64 hộ tham gia liên kết với người bán lẻ chiếm 60,9% trên tổng số hộ, dưới hình thức liên kết bằng thỏa thuận miệng (100%) do các hộ quen biết nhau từ trước nên khá tin tưởng nhau. Các hộ đem rau đi bán cho người bán lẻ tại xã và ở các chợ đầu mối, do đó mối liên kết này không được bền vững, chỉ có 51,6% hộ đánh giá là chặt chẽ. Rau đến vụ thu hoạch thường được người sản xuất chở đến nhà người bán lẻ tại xã. Các hộ bán lẻ chở rau bằng phương tiện thô sơ nên rau dễ bị dập nát, hư hao. Tại xã Đặng Xá, đây là hình thức liên kết có quy mô lớn thứ hai, sau hình thức bán cho người thu gom.

c. Đánh giá về thực trạng liên kết dọc giữa hộ sản xuất với các tác nhân trong tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá



Hình 2. Đánh giá tình hình liên kết dọc giữa hộ sản xuất với các tác nhân trong tiêu thụ RAT tại xã Đặng Xá

Sự đánh giá của người sản xuất trong liên kết tiêu thụ RAT với các tác nhân được thể hiện trên hình 2. Về mức độ liên kết, tỷ lệ các hộ đánh giá liên kết chặt chẽ với HTX và DN lần lượt là 82,5% và 90%, cao hơn so với liên kết với thu gom và bán lẻ, chỉ đạt 57,1% và 51,6%. Trong mối liên kết với HTX và DN, yếu tố tuân thủ hợp đồng khá chặt chẽ, thường xuyên có sự báo trước giữa hai bên. Còn trong mối liên kết với thu gom tại xã và người bán lẻ tại xã hoặc chợ đầu mối, sự ràng buộc giữa hai bên không chặt, thường xảy ra việc phá vỡ các thỏa thuận về số lượng hay giá bán.

Về phương thức thanh toán, trong các mối liên kết với các tác nhân, tỷ trọng các hộ đánh giá phương thức thanh toán hợp lý khá cao, chiếm khoảng 82 – 95%. Phương thức thanh toán hiện nay giữa hộ nông dân và DN, HTX, thu gom, người bán lẻ chủ yếu là bằng tiền mặt, do các tác nhân tự thương lượng với nhau.

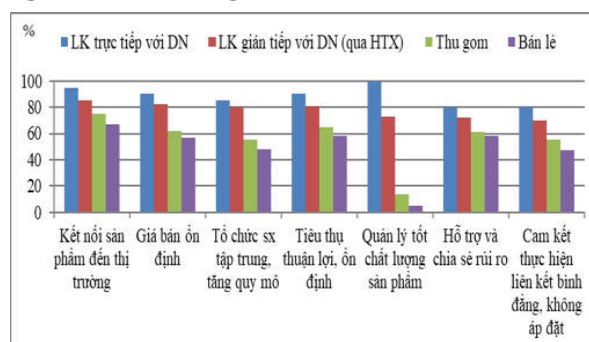
Về mức giá bán RAT, trong liên kết với DN và HTX, tỷ trọng các hộ đánh giá mức giá cao hơn thị trường là cao nhất, chiếm 85% và 65%. Trong liên kết với người thu gom và bán lẻ, tỷ trọng các hộ đánh giá giá bằng thị trường là cao nhất, chiếm 51,2% và 57,8%.

3.2. Lợi ích của hộ sản xuất RAT khi liên kết với các tác nhân khác

Các lợi ích như kết nối sản phẩm với thị trường, giá bán ổn định là những lợi ích được hộ đánh giá cao nhất khi liên kết với DN, với tỷ lệ hộ đánh giá khoảng 90-95%, tiếp đến là liên kết gián tiếp qua HTX, khoảng 82-85% hộ đánh giá, trong khi liên kết với người bán lẻ, lợi ích này chỉ được 57-75% hộ đánh giá.

Tổ chức sản xuất tập trung, tăng quy mô cũng được hộ sản xuất ghi nhận, với tỷ lệ đánh giá trong liên kết với DN, khoảng 85%, tiếp đến là 80% trong

liên kết gián tiếp HTX, thấp nhất là trong liên kết với người bán lẻ, khoảng 48%.



Hình 3. Ý kiến đánh giá của hộ về lợi ích liên kết trong sản xuất tiêu thụ RAT

Lợi ích tiêu thụ thuận lợi, ổn định được 90% hộ đánh giá khi liên kết với DN, tiếp đến là liên kết gián tiếp qua HTX, khoảng 81% hộ đánh giá, trong khi liên kết với người bán lẻ, lợi ích này chỉ được 58-65% hộ đánh giá.

Lợi ích quản lý tốt chất lượng sản phẩm cũng được hộ sản xuất ghi nhận, với tỷ lệ đánh giá cao trong liên kết với DN, là 100%, tiếp đến là 73% trong liên kết gián tiếp qua HTX, thấp nhất là trong liên kết với người bán lẻ, khoảng 5%.

Lợi ích được hỗ trợ và chia sẻ rủi ro cũng được hộ sản xuất ghi nhận, với tỷ lệ đánh giá cao trong liên kết với DN, khoảng 80%, tiếp đến là 72% trong liên kết gián tiếp qua HTX, thấp nhất là trong liên kết với người bán lẻ, khoảng 58%.

Về cam kết thực hiện liên kết bình đẳng, không áp đặt, trong liên kết trực tiếp với DN và gián tiếp qua HTX, được 70-80% hộ đánh giá, trong khi đó với liên kết giữa hộ và thu gom, bán lẻ, chỉ 47-55% hộ đánh giá là có cam kết công bằng.

Nhờ những lợi ích trên, mà kết quả và hiệu quả của các bên gia tăng bền vững cả về sản lượng và giá trị thông qua kết quả số liệu so sánh thể hiện trong bảng 2.

Qua bảng 2 cho thấy giá bán của các hộ tham gia liên kết trực tiếp với DN cao hơn so với các hộ không tham gia liên kết là 500 đồng/kg. Do chất lượng rau cao, đảm bảo độ an toàn thông qua quy trình sản xuất chặt chẽ nên giá rau của các hộ tham gia liên kết trực tiếp với DN thường cao hơn. Đối với nhóm hộ liên kết gián tiếp thông qua HTX, không có sự chênh lệch giữa giá bán của nhóm hộ này với nhóm hộ không liên kết. Điều đó chứng tỏ chất lượng RAT

của nhóm hộ này chưa cao, chưa đi vào được những kênh tiêu thụ cao cấp như trong siêu thị.

Hiệu quả sản xuất của 4 loại rau trên đối với nhóm hộ liên kết trực tiếp với DN là lớn nhất trong 3 nhóm hộ. Cụ thể, trong khi chi phí trung gian IC giữa 3 nhóm hộ không khác biệt lớn, thì giá trị sản xuất GO của các hộ liên kết trực tiếp lại lớn hơn khá nhiều, dẫn đến giá trị gia tăng (VA) của nhóm hộ liên kết trực tiếp cao hơn nhóm hộ không liên kết, cụ thể như sau: VA măng toi của hộ liên kết trực tiếp là 16,606 triệu đồng/sào, cao hơn hẳn so với hộ liên kết gián tiếp với DN là 13,428 triệu đồng/sào và hộ không liên kết là 12,622 triệu đồng/sào. VA cải ngồng của hộ liên kết trực tiếp là 22,203 triệu

đồng/sào, cao hơn hẳn so với hộ liên kết gián tiếp với DN là 16,764 triệu đồng/sào và hộ không liên kết là 16,611 triệu đồng/sào. VA rau cải canh của hộ liên kết trực tiếp là 24,466 triệu đồng/sào, cao hơn hẳn so với hộ không liên kết là 20,084 triệu đồng/sào.

Như vậy VA của loại rau măng toi, cải ngồng, cải canh của nhóm hộ liên kết trực tiếp cao hơn nhóm hộ không liên kết khoảng từ 4 - 6 triệu đồng/ 1 sào RAT, tương đương cao hơn 21-33% so với nhóm hộ không liên kết. Đối với nhóm hộ liên kết gián tiếp, VA của các loại rau không có sự chênh lệch đáng kể so với nhóm hộ không liên kết. Điều đó cho thấy mô hình này chưa đem lại hiệu quả kinh tế rõ ràng.

Bảng 2. Kết quả, hiệu quả SXKD của hộ liên kết trực tiếp (LKTT), liên kết gián tiếp (LKGT) và hộ không liên kết với DN

Chỉ tiêu	ĐVT	Bắp cải				Rai cải canh				Rau măng toi				Rau cải ngồng			
		LK TT	LK GT	Ko LK	P value	LK TT	LK GT	Ko LK	P value	LK TT	LK GT	Ko LK	P value	LK TT	LK GT	Ko LK	P value
1.Kết quả sx																	
-Giá bán	Đồng	6777	6060	6190	0,166	7500 ^a	6910	6920 ^b	0,039**	6070 ^a	5380 ^b	5350 ^b	0,006***	7190 ^a	6530	6380 ^b	0,026
-Năng suất	Kg/sào	3069	2850	2959	0,284	3718	3417	3400	0,375	3200	3056	2911	0,194	3593	3168	3178	0,174
-GO	Trđ/sào	20,953	17,596	18,696	0,117	27,519 ^a	23,893	23,278 ^b	0,083*	19,571 ^a	16,493 ^b	15,627 ^b	0,006***	25,581 ^a	20,513 ^b	20,310 ^b	0,01**
-IC	Trđ/sào	4,201	4,359	4,363	0,854	3,652	3,589	3,754	0,859	2,965	3,065	3,005	0,946	3,377	3,348	3,299	0,983
-VA	Trđ/sào	16,752	13,237	14,333	0,103	24,466 ^a	21,175	20,084 ^b	0,086*	16,606 ^a	13,428 ^b	12,622 ^b	0,01**	22,203 ^a	16,764 ^b	16,611 ^b	0,005***
2.Hiệu quả sx																	
GO/IC	Lần	4,98	4,04	4,28		7,53	6,65	6,2		6,6	5,38	5,19		7,57	6,13	6,15	
VA/IC	Lần	3,98	3,04	3,28		6,69	5,89	5,35		5,6	4,38	4,19		6,57	5,01	5,03	

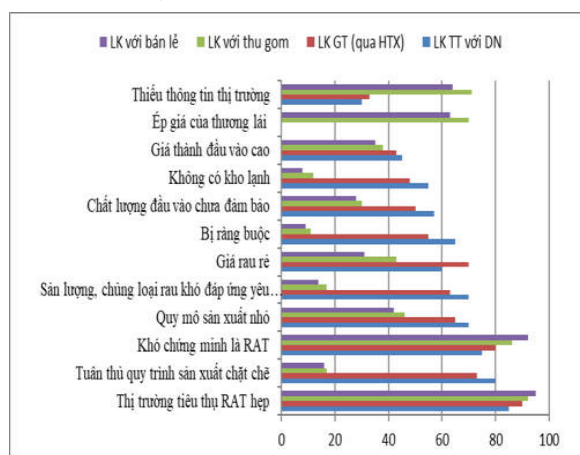
*Chú thích: Kiểm định Anova với mức ý nghĩa 95%; ***, **, * thể hiện ở mức ý nghĩa tương ứng 1%, 5% và 10%*

3.3. Khó khăn của hộ sản xuất trong liên kết với các nhân khác

Qua hình 4, thị trường tiêu thụ RAT hẹp là khó khăn lớn nhất của các hộ, với tỷ lệ số hộ đánh giá khá cao từ 85-95%. Khó khăn nhất của người trồng rau hiện nay là thị trường tiêu thụ RAT hẹp, chưa ổn định. Tiêu thụ rau trên địa bàn thành phố Hà Nội có 6 hình thức chính: bán buôn tại các chợ đầu mối chiếm 55,8%; người sản xuất tự bán tại các chợ bán lẻ (chợ dân sinh) chiếm 26,8%; các thương lái thu gom chiếm 12,6%; bán trực tiếp cho các siêu thị chiếm khoảng 1,5% tổng sản lượng; cửa hàng phân phối bán

lẻ rau an toàn chiếm 1,5%; còn lại hình thức giao theo hợp đồng (nhà hàng, bếp ăn...) chỉ chiếm 1,8% (Thanh Bình, 2019). Ở Đặng Xá, lượng rau được tiêu thụ thông qua hợp đồng với DN (trực tiếp và gián tiếp) chỉ chiếm 3-5% (HTX Nông nghiệp và DV Đặng Xá, 2020). Thị trường tiêu thụ RAT hẹp thứ nhất là do người tiêu dùng (NTD) thiếu niềm tin vào RAT. Việc quản lý, giám sát RAT còn lỏng lẻo, chưa có quy định về kiểm soát nguồn gốc, xuất xứ rau lưu thông, thương mại trên thị trường. Một số siêu thị đã không giữ được uy tín, chỉ dựa vào đầu mối cung cấp rau, trong khi các đầu mối lại "đánh lặn con đen" bằng

cách mua rau "trôi nổi", mua ở các chợ đầu mối khác về "phù phép" đóng gói biến từ rau không rõ nguồn gốc trở thành rau sạch. Thứ hai, các bếp ăn tập thể, trường mầm non, đơn vị... vẫn mua rau trôi nổi trên thị trường, mà không chịu quy định bắt buộc phải lấy RAT từ những đơn vị được chứng nhận chất lượng an toàn thực phẩm. Thứ ba, công tác tuyên truyền về các thực phẩm an toàn đến với người tiêu dùng chưa được chú trọng đúng mức. NTD vẫn giữ thói quen mua rau theo cảm tính, hay theo số đông; người ta ăn được mình cũng ăn được cho nên rau không an toàn vẫn có "đất sống". Việc chưa ý thức được tác hại của việc ăn rau không an toàn ảnh hưởng đến sức khỏe như thế nào nên NTD chưa sẵn sàng trả giá cao hơn để có được loại rau đảm bảo hơn.



Hình 4. Khó khăn của hộ sản xuất khi liên kết với các tác nhân khác

Khó khăn lớn thứ hai hộ gặp phải là sự tuân thủ quy trình sản xuất chặt chẽ, yêu cầu chất lượng RAT cao. Đặc biệt trong liên kết giữa hộ với DN (trực tiếp và gián tiếp), các hộ phải ghi chép lịch trình sản xuất đầy đủ, phun thuốc trừ sâu đúng thuốc, đúng thời điểm và thu hoạch rau phải đảm bảo thời gian cách ly. Bên cạnh đó, số hoạt chất và tên thương hiệu thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) có mặt trên thị trường không ngừng tăng lên. Các DN kinh doanh thuốc BVTV liên tục quảng cáo với nhiều hình thức và khuyến mại hấp dẫn khiến người trồng rau khó khăn trong việc lựa chọn đúng thuốc, nhất là đối với những hộ chưa qua tập huấn về quản lý dịch hại tổng hợp (IPM). Hơn nữa, nhiều nông dân chưa quen với việc sản xuất theo hợp đồng, với các tiêu chuẩn, quy chuẩn sản xuất hàng hóa khắt khe. Do đó, có tới 73-80% người sản xuất chọn đây là yếu tố khó khăn.

Khó khăn lớn thứ ba là việc chứng minh là rau an toàn. Người tiêu dùng thiếu lòng tin với rau an toàn khi không thể phân biệt rau an toàn với rau không an toàn bằng cảm quan, chỉ phân biệt được khi có tem nhãn nhận diện của các doanh nghiệp, nhưng có rất ít doanh nghiệp tham gia do lợi nhuận thấp, rủi ro cao. Một số trường hợp gian lận trong việc gắn tem nhãn, hoặc việc cấp giấy chứng nhận rau an toàn dễ dãi khiến NTD không tin rau của các hộ là RAT.

Khó khăn lớn thứ tư là quy mô sản xuất manh mún. Hệ thống chứng nhận chất lượng RAT như VietGAP chỉ thích hợp với sản xuất quy mô lớn với các tiêu chí kỹ thuật phức tạp, chi phí áp dụng cao cho nên nông dân sản xuất quy mô nhỏ khó có thể tiếp cận. Trong khi đó không thể có sản xuất quy mô lớn bởi hệ lụy không tích tụ được ruộng đất do sản xuất rau đang có giá trị cao, nông dân chưa sẵn sàng nhượng đất khi chưa có sinh kế khác.

Ngoài ra, những khó khăn khác cũng được các hộ ghi nhận như: Yêu cầu về sản lượng, chủng loại rau từ phía DN và HTX khó đáp ứng (63-70%), giá rau rẻ (60-70%), bị ràng buộc (55-65%), chất lượng đầu vào chưa đảm bảo (50-57%), không có kho lạnh để bảo quản RAT (48-55%), giá đầu vào sản xuất RAT cao (43-45%). Trong liên kết giữa hộ với thu gom, người bán lẻ, các khó khăn chính là khó chứng minh rau sản xuất ra là an toàn (86-92%), sự ép giá của thương lái (63-70%), thiếu thông tin thị trường (64-71%), quy mô sản xuất nhỏ (42-46%), giá rau rẻ (31-43%).

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Kết luận

Trong tổng số 105 hộ điều tra thì đa số là hộ có liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT, tuy nhiên hình thức liên kết của các hộ chủ yếu là thỏa thuận bằng miệng, giữa hộ sản xuất với người thu gom hoặc người bán lẻ. Hình thức thỏa thuận miệng còn lỏng lẻo, giá bán thấp và thiếu ổn định. Hình thức liên kết bằng hợp đồng văn bản, giữa hộ sản xuất gián tiếp với DN thông qua HTX và giữa hộ sản xuất trực tiếp với DN chiếm tỷ trọng thấp. Hình thức liên kết trực tiếp với DN đã nâng cao hiệu quả kinh tế cho hộ sản xuất, đảm bảo đầu ra ổn định, giảm rủi ro cho các hộ. So với nhóm hộ không liên kết, nhóm hộ liên kết trực tiếp với DN có giá bán cao hơn 500đ/kg, giá trị gia tăng (VA) cao hơn từ 21-33%. Tuy nhiên,

các hộ sản xuất vẫn gặp một số khó khăn chủ yếu khi tham gia liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT bao gồm thị trường tiêu thụ RAT hạn hẹp, tuân thủ quy trình sản xuất nghiêm ngặt, quy mô sản xuất nhỏ, sản lượng, chủng loại rau thiếu, giá rau rẻ, chất lượng đầu vào chưa đảm bảo.

4.2. Kiến nghị

Để thúc đẩy liên kết bền vững trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn cần:

- DN cần thể hiện vai trò dẫn dắt trong mối quan hệ liên kết với nông dân qua các khía cạnh sau: Thứ nhất, DN phải đảm bảo lợi ích cho người nông dân khi tham gia liên kết thông qua các chính sách như hỗ trợ tập huấn kỹ thuật trồng RAT, cung ứng vật tư nông nghiệp chất lượng, mua rau theo giá thị trường, phân chia rủi ro và quyền quyết định, cam kết thực hiện các điều khoản trong hợp đồng một cách bình đẳng, không áp đặt, sẵn sàng chia sẻ khó khăn với nông dân. Thứ hai, các doanh nghiệp đủ điều kiện nên được khuyến khích tham gia và đóng vai trò là người hướng dẫn trong các hợp tác xã/hiệp hội nông dân để điều chỉnh kỹ thuật sản xuất của nông dân và cung cấp tín dụng kịp thời. Thứ ba, DN phải có khả năng tìm kiếm và phát triển thị trường tiêu thụ RAT, luôn khẳng định được uy tín, thương hiệu của mình để chinh phục niềm tin của khách hàng thông qua việc kiểm soát chặt chẽ quy trình sản xuất RAT.

- Củng cố và phát triển HTX: Chức năng của hợp tác xã nên được tăng cường trong việc tìm kiếm thị trường đầu vào/đầu ra, phổ biến kiến thức và thúc đẩy hợp tác sâu sắc giữa các thành viên. Việc giảm thiểu rủi ro chủ động có thể được thực hiện thông qua việc trang bị cho thành viên HTX sự hỗ trợ kỹ thuật bền vững, cung cấp vật tư chất lượng cao và phổ biến kiến thức về tầm quan trọng của hợp đồng. HTX cần tăng cường khâu giám sát quy trình sản xuất RAT để đảm bảo rau an toàn thực sự, đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường. Ngoài ra, HTX cần nâng động trong việc tìm kiếm bạn hàng, nhất là các bếp ăn, siêu thị, khách sạn, nhà hàng.

- Hộ sản xuất cần nghiêm túc tuân thủ theo quy trình sản xuất RAT để đảm bảo chất lượng sản phẩm, trang bị kiến thức tốt hơn về thị trường để chủ động trong sản xuất, tránh tình trạng bị ép giá, chủ động tìm đến các hình thức liên kết, hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Tiếp tục duy trì, phát huy mô

hình hoạt động của các nhóm PGS nhằm nâng cao chất lượng RAT.

- Khuyến khích người thu gom liên kết với các tác nhân khác trên thị trường ký kết hợp đồng mua bán sản phẩm RAT.

- DN cung ứng vật tư nông nghiệp cần ký kết hợp đồng kinh tế với các đại lý, đảm bảo cung cấp vật tư chất lượng, áp dụng chế độ thanh toán trả chậm để các đại lý cũng cho nông dân mua chịu, giúp họ khi thiếu vốn.

- Chính quyền xã Đặng Xá cần thu hút các DN đầu tư vào sản xuất RAT làm hạt nhân liên kết, hỗ trợ kịp thời cho người nông dân từ các chính sách như chính sách về đất đai, chính sách vay vốn, đầu tư mở rộng và nâng cấp cơ sở hạ tầng nông thôn. Ngoài ra, xã Đặng Xá cần tăng cường hơn nữa trách nhiệm quản lý nhà nước về chất lượng vật tư nông nghiệp và an toàn thực phẩm; đẩy mạnh công tác quảng bá về RAT để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng, cung cấp thông tin về thị trường về giá cả RAT cho hộ sản xuất.

- Chính phủ cần dành nhiều nỗ lực hơn để việc thực hiện hợp đồng được áp dụng rộng rãi cũng như thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ RAT. Thực tế, nông dân canh tác còn manh mún, phân tán cũng như trình độ sản xuất và quản lý còn lạc hậu. Do đó, Nhà nước cần tạo điều kiện về cơ chế, chính sách giúp các doanh nghiệp thực thi tốt vai trò nòng cốt, dẫn dắt trong mối liên kết. Nhà nước cần phải đầu tư nhiều hơn vào các chương trình đào tạo về VietGAP, Global GAP và thu hút nông dân tham gia vào các chương trình đó; đầu tư vào nghiên cứu và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật để tạo ra những sản phẩm RAT có giá thành chấp nhận được, với mẫu mã thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, Nhà nước cần có những động thái nhằm thay đổi suy nghĩ của người tiêu dùng về RAT qua các chương trình tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức về ý nghĩa cũng như sự cần thiết của RAT đối với đời sống xã hội. Ngoài ra, Chính phủ cần ban hành Nghị định quy định về kiểm soát nguồn gốc xuất xứ rau lưu thông, thương mại trên thị trường, có chế tài xử lý nghiêm hơn, mạnh tay hơn với những hộ sản xuất, kinh doanh rau không an toàn...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Văn Lương (2008). *Nghiên cứu mối liên kết sản xuất tiêu thụ rau an toàn trên địa bàn Hà Nội*,

Luận văn thạc sỹ kinh tế, trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

2. Phạm Thị Minh Nguyệt (2006). *Giáo trình kinh tế hợp tác trong nông nghiệp*, NXB Nông nghiệp.

3. David. W.Peace (1999). *Từ điển kinh tế học hiện đại*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

4. Le Thi Kim, O. (2018). *The contract farming as a determinant promoting tea production and marketing at farm household in Vietnam: a case study in Phu Tho province* (Doctoral dissertation, Gembloux Agro-Bio Tech Université de Liège).

5. Miyata, S., N. Minot, D. Hu (2009). *Impact of contract farming on income: Linking small farmers, packers, and supermarkets in China*. World Development 3 (11):1781-1790.

6. Shepherd, A, 2007. *Approaches to Linking Producers to Markets*, FAO Rural Infrastructure and Agro-Industries Division, Rome. www.fao.org/ag/ags/subjects/en/agmarket/linkages/agsf13.pdf.

7. Hải Tiến, Hưng Giang (2019). *Vua rau an toàn Đặng Xá*. Truy cập từ trang http://www.vietgap.com/thong-tin/996_9917/vua-rau-an-toan-dang-xa.html, ngày 2/10/2019

8. Hoàng Yên (2020). *Khi nông dân chú trọng trồng rau an toàn*. Truy cập từ trang <http://baolamdong.vn/kinhte/202009/khi-nong-dan-chu-trong-trong-rau-an-toan3020451/index.htm>, ngày 10/4/2021

9. Lê Ngọc (2019). *Nhiều rào cản trong liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản an toàn*. Truy cập từ trang <https://baothanhhoa.vn/kinh-te/nhieu-rao-can-trong-lien-ket-san-xuat-nbsp-tieu-thu-nong-san-an-toan/100690.htm>, ngày 10/4/2021

LINKAGES IN PRODUCTION AND MARKETING OF SAFE VEGETABLES IN DANG XA COMMUNE, GIA LAM DISTRICT, HA NOI CITY

Le Thi Kim Oanh, Nguyen Quang Tin

Summary

This study aimed at analyzing the linkages in production and marketing of safe vegetables in Dang Xa commune, Gia Lam, Ha Noi through surveying 105 households producing safe vegetables. By statistical and comparison methods, this research showed the advantages, disadvantages, benefits and difficulties of each form of association when they cooperate with enterprises (including direct and indirect linkages), collectors, retailers in production and marketing of safe vegetables. Compared with the non-affiliated households, for the indicators of selling price, gross output, value added, the group of households directly cooperated with enterprises had higher results whereas the group of households with indirect linkage had not differences. Since then this research proposed some solutions to promote association activities in production and marketing of safe vegetables in Dang Xa commune in the coming time.

Keywords: *Linkage, safe vegetables, production, marketing, Ha Noi.*

Người phản biện: TS. Dương Ngọc Thị

Ngày nhận bài: 2/7/2021

Ngày thông qua phản biện: 22/7/2021

Ngày duyệt đăng: 6/8/2021