

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY TIÊU THỤ SẢN PHẨM RAU SẢN XUẤT THEO QUY TRÌNH VIETGAP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HÒA BÌNH

Nguyễn Anh Minh¹, Nguyễn Tuấn Sơn²

^{1,2}Học viện Nông nghiệp Việt Nam

TÓM TẮT

Mục đích của bài viết này là nhằm đánh giá thực trạng tiêu thụ sản phẩm rau sản xuất theo quy trình VietGAP (rau VietGAP) trên địa bàn tỉnh Hòa Bình, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới. Kết quả nghiên cứu từ điều tra khảo sát người sản xuất và thảo luận với các cán bộ địa phương cho thấy toàn tỉnh hiện chỉ có 5 đơn vị chủ yếu là đầu mối trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP thông qua 6 kênh tiêu thụ chính, trong đó sản lượng rau VietGAP của tỉnh chủ yếu được tiêu thụ qua các HTX, tổ hợp tác (chiếm tới 53%) và qua các doanh nghiệp (chiếm khoảng 29%). Nhìn chung việc tiêu thụ rau VietGAP của tỉnh Hòa Bình gặp khá nhiều khó khăn do vấn đề liên kết trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP chưa chặt chẽ, trình độ kỹ thuật của người sản xuất còn hạn chế, lòng tin của người tiêu dùng vào sản phẩm an toàn chưa cao. Tăng cường mối quan hệ liên kết giữa người sản xuất với các đơn vị tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP, thúc đẩy xây dựng thương hiệu sản phẩm, tăng cường các hoạt động xúc tiến bán hàng... là những giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, từ đó thúc đẩy phát triển sản xuất rau VietGAP trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới.

Từ khóa: Hòa Bình, rau VietGAP, tiêu thụ.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hòa Bình là một tỉnh miền núi có diện tích sản xuất rau khá lớn với gần 11.000 ha rau các loại. Những năm gần đây, sản xuất rau được coi là thế mạnh và là ưu tiên hàng đầu trong phát triển sản xuất trồng trọt của tỉnh. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Hòa Bình lần thứ XVI nhiệm kỳ 2015 - 2020 đã chỉ rõ mục tiêu “Đẩy mạnh và hình thành vùng chuyên canh sản xuất rau an toàn, rau sạch đặc sản”. Tuy nhiên, đến năm 2015, diện tích gieo trồng rau an toàn của tỉnh mới đạt khoảng 200 ha (chiếm tỷ lệ 1,91% diện tích rau toàn tỉnh), trong đó rau sản xuất theo quy trình VietGAP (Rau VietGAP) đạt 55 ha (chiếm 0,51% diện tích rau toàn tỉnh). Theo ý kiến đánh giá của đa số người sản xuất rau và cán bộ địa phương thì khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP là vấn đề cơ bản, có ảnh hưởng lớn đến phát triển sản xuất rau VietGAP của tỉnh. Nhiều cơ sở sản xuất rau an toàn hoặc rau VietGAP như HTX Quyết Chiến (Tân Lạc), HTX nông sản hữu cơ Lương Sơn, HTX nông nghiệp Dân Chủ (TP Hòa Bình), các nhóm hộ sản xuất rau an toàn tại huyện Yên Thủy...

đang phải đối mặt với nguy cơ không tiêu thụ được sản phẩm, hoặc phải tiêu thụ sản phẩm với mức giá thấp (tương đương rau sản xuất thường), dẫn đến việc sản xuất rau VietGAP không mang lại hiệu quả kinh tế. Làm thế nào để thúc đẩy quá trình tiêu thụ, ổn định giá bán sản phẩm, từ đó phát triển sản xuất rau VietGAP trên địa bàn tỉnh là vấn đề được nhiều hộ nông dân và cán bộ chính quyền các cấp ở tỉnh Hòa Bình đang rất quan tâm. Chính vì vậy nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tình hình tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP trên địa bàn tỉnh Hòa Bình, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy sản xuất rau VietGAP trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu được trình bày trong nghiên cứu này được tổng hợp từ các báo cáo, số liệu thống kê và kết quả điều tra 150 hộ sản xuất rau, trong đó có 60 hộ sản xuất rau thường và 90 hộ sản xuất rau an toàn/VietGAP thuộc các hình thức tổ chức sản xuất khác nhau gồm hộ sản xuất đơn lẻ, tổ hợp tác/HTX và doanh nghiệp tại 3 địa bàn trọng điểm nghiên cứu là xã Quyết

Chiến (huyện Tân Lạc), xã Dân Chủ (TP. Hòa Bình) và thị trấn Lương Sơn (huyện Lương Sơn); 147 cán bộ nông nghiệp từ cấp xã đến cấp tỉnh thuộc 11 huyện, thành phố của tỉnh Hòa Bình. Ngoài ra, nghiên cứu còn khảo sát, thu thập thông tin từ 21 người thuộc các tổ chức, cá nhân tham gia cung ứng dịch vụ và 10 nhà khoa học có các nghiên cứu liên quan đến sản xuất, chế biến và tiêu thụ rau theo hướng VietGAP trên địa bàn tỉnh Hòa Bình nhằm

khẳng định rõ hơn sự chính xác, khách quan trong các đánh giá, nhận xét và đề xuất trong quá trình nghiên cứu. Các phương pháp thống kê mô tả, phân tích so sánh là những phương pháp chủ yếu được sử dụng trong quá trình nghiên cứu.

III. KẾT QUẢ QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Khái quát tình hình sản xuất rau theo hướng VietGAP tại tỉnh Hòa Bình

Bảng 1. Diện tích và sản lượng rau an toàn/VietGAP giai đoạn 2013 - 2015

Diễn giải	ĐVT	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
		Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
I. Tổng DT rau	ha	10.894	100,00	11.054	100,00	10.874	100,00
1. Rau thường	ha	10.529	96,65	10.659	96,43	10.457	96,17
2. Rau an toàn	ha	125	1,15	177	1,60	208	1,91
2.1. Rau VietGAP	ha	38	0,35	48	0,43	55	0,51
2.2. RAT khác	ha	87	0,80	129	1,17	153	1,41
II. Tổng SL rau	tấn	148.246	100,00	150.485	100,00	151.226	100,00
1. Rau thường	tấn	146.826	99,04	148.305	98,55	148.376	98,12
2. Rau an toàn	tấn	1.420	0,96	2.180	1,45	2.850	1,88
2.1. Rau VietGAP	tấn	440	0,30	600	0,40	758	0,50
2.2. RAT khác	tấn	980	0,66	1.580	1,05	2.092	1,38

Nguồn: Sở Nông nghiệp và PTNT tỉnh Hòa Bình

Số liệu trong bảng 1 cho thấy trong các năm từ 2013 đến 2015, diện tích gieo trồng rau an toàn của tỉnh đều tăng lên, từ 125 ha (năm 2013) lên 208 ha (năm 2015), song chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ, dao động từ 1,15% đến 1,91% diện tích gieo trồng rau toàn tỉnh. Do diện tích gieo trồng rau an toàn liên tục tăng nên sản lượng rau an toàn cũng tăng theo, từ 1.420 tấn vào năm 2013 (chiếm 0,96% sản lượng rau toàn tỉnh) lên 2.850 tấn vào năm 2015 (chiếm

1,88% sản lượng rau toàn tỉnh). Diện tích và sản lượng rau VietGAP giai đoạn 2013 - 2015 cũng tăng hàng năm. Năm 2014, diện tích rau VietGAP tăng 10 ha so với năm 2013 (tốc độ tăng 26,32%), sản lượng tăng 160 tấn (tốc độ tăng 36,36%); năm 2015, diện tích tiếp tục tăng thêm 7ha so với năm 2014 (tốc độ tăng 14,58%), sản lượng tăng 158 tấn (tốc độ tăng 26,33%).

Bảng 2. Diện tích gieo trồng một số loại rau an toàn chủ yếu của tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2013 - 2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (ha)	Năm 2014 (ha)	Năm 2015 (ha)	Tốc độ phát triển (%)	
				2014/2013	2015/2014
Tổng diện tích RAT	125	177	208	141,60	117,51
1. Bí xanh	10	22	24,5	220,00	111,36
2. Cải các loại	18,4	21,2	24	115,22	113,21
3. Cải bắp	10	14,4	17	144,00	118,06
4. Rau muống	15,2	17,5	19	115,13	108,57
5. Su hào	11,5	14,5	16	126,09	110,34
6. Susu	18	20	30	111,11	150,00

(Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Hòa Bình, 2016)

Giai đoạn 2013 - 2015, sản xuất rau an toàn/VietGAP tại tỉnh Hòa Bình chủ yếu tập trung sản xuất các loại rau su su, bí xanh, cải các loại, cải bắp, su hào, rau muống với tổng

diện tích luôn chiếm khoảng 60 - 65% tổng diện tích trồng rau an toàn của tỉnh và có tốc độ phát triển khá, đạt từ 111,11 - 150%/năm (số liệu thống kê tổng hợp tại bảng 2).

Bảng 3. Diện tích gieo trồng rau an toàn giai đoạn 2013 - 2015 phân theo hình thức tổ chức sản xuất

Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
	Diện tích (ha)	Tỷ lệ (%)	Diện tích (ha)	Tỷ lệ (%)	Diện tích (ha)	Tỷ lệ (%)
Tổng số	125	100	177	100	208	100
1. Hộ sản xuất đơn lẻ	2	1,60	3	1,69	3	1,44
2. Tổ hợp tác/HTX	113	90,40	148	83,62	175	84,14
3. Doanh nghiệp	10	8,00	26	14,69	30	14,42

(Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Hòa Bình, 2016)

Hiện nay trên địa bàn tỉnh có 3 hình thức tổ chức sản xuất rau an toàn và rau VietGAP gồm hộ sản xuất đơn lẻ, tổ hợp tác/HTX và doanh nghiệp (bảng 3). Trong đó, trên 83% diện tích gieo trồng hàng năm được tổ chức sản xuất và tiêu thụ bởi tổ hợp tác/HTX, từ 8 - 14% diện tích do doanh nghiệp tự tổ chức sản xuất, tiêu thụ hoặc liên kết với các tổ hợp tác/HTX sản xuất theo hợp đồng và bao tiêu sản phẩm. Các hộ đơn lẻ tham gia sản xuất rau an toàn chủ yếu thông qua việc tham gia thực hiện các mô hình sản xuất rau an toàn/VietGAP trên địa bàn.

Theo Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật, trong giai đoạn 2013 - 2015, số hộ sản xuất rau

an toàn/VietGAP trên địa bàn tỉnh liên tục tăng năm sau cao hơn năm trước. Đến năm 2015 toàn tỉnh có 630 hộ sản xuất rau an toàn/VietGAP, trong đó 86,63% số hộ tham gia các tổ hợp tác/HTX, 13,17% số hộ là các hộ sản xuất đơn lẻ. Đáng chú ý là các hộ có liên kết với doanh nghiệp trong sản xuất rau an toàn/VietGAP có xu hướng giảm mạnh từ 13,10% số hộ (năm 2013) xuống còn 3,96% (năm 2014) và đến năm 2015 là 0% (bảng 4). Khảo sát thực tế cho thấy, hiện nay các doanh nghiệp sản xuất rau an toàn/VietGAP trên địa bàn tỉnh đều thực hiện thuê đất để đầu tư sản xuất, họ chỉ thuê nhân công lao động tại địa phương.

Bảng 4. Số hộ và tỷ lệ hộ sản xuất rau an toàn/VietGAP giai đoạn 2013 - 2015 phân theo hình thức tổ chức sản xuất

Diễn giải	Đơn vị tính	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015
1. Số hộ	Hộ	313	505	630
Phân theo hình thức tổ chức sản xuất				
- Hộ sản xuất đơn lẻ	Hộ	34	58	83
- Tổ hợp tác/HTX	Hộ	238	427	547
- Doanh nghiệp	Hộ	41	20	0
2. Tỷ lệ hộ	%	100,00	100,00	100,00
Phân theo hình thức tổ chức sản xuất				
- Hộ sản xuất đơn lẻ	%	10,86	11,49	13,17
- Tổ hợp tác/HTX	%	76,04	84,55	86,83
- Doanh nghiệp	%	13,10	3,96	0,00

(Nguồn: Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật tỉnh Hòa Bình)

3.2. Khái quát tình hình tiêu thụ rau sản xuất theo hướng VietGAP trên địa bàn tỉnh Hòa Bình

Mặc dù đã được Bộ Nông nghiệp và PTNT ban hành từ năm 2008, song đến nay việc triển khai thực hiện quy trình sản xuất VietGAP trên địa bàn tỉnh Hòa Bình còn khá chậm. Theo điều tra quy hoạch thì tỉnh Hòa Bình có trên 9200 ha đủ điều kiện sản xuất rau an toàn, trải

rộng khắp 11 huyện, thành phố thuộc tỉnh. Nguồn nước tưới của tỉnh khá dồi dào và ở nhiều nơi nguồn nước này có thể đảm bảo cho sản xuất nông nghiệp theo quy trình VietGAP. Tuy nhiên cho đến nay diện tích sản xuất rau an toàn của toàn tỉnh mới đạt 208 ha, và có 55 ha rau sản xuất theo quy trình VietGAP, sản lượng rau an toàn đạt trên 151.000 tấn, sản lượng rau VietGAP mới đạt 758 tấn.

Bảng 5. Các đơn vị chủ yếu tham gia tiêu thụ sản phẩm rau an toàn và rau VietGAP ở Hòa Bình

Đơn vị	Loại hình được chứng nhận	Hình thức liên kết với hộ sản xuất	Thị trường tiêu thụ chủ yếu
1. Công ty TNHH Phương Huyền	VietGAP	Ký hợp đồng hàng năm	Tư thương tại Hà Nội
2. HTX nông sản hữu cơ Lương Sơn	Rau hữu cơ	Ký hợp đồng hàng năm	Công ty Tâm Đạt, Trảng An và Vinagap
3. HTX Quyết Thắng	VietGAP	Ký hợp đồng hàng năm	Tư thương tại Hà Nội
4. HTX Dân Chủ	VietGAP	Ký hợp đồng hàng năm	Tư thương tại Hà Nội
5. 6 nhóm hộ nông dân Yên Thủy	Đủ điều kiện ATTP	Cùng tiêu thụ	Tư thương tại Hà Nội

(Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Hòa Bình)

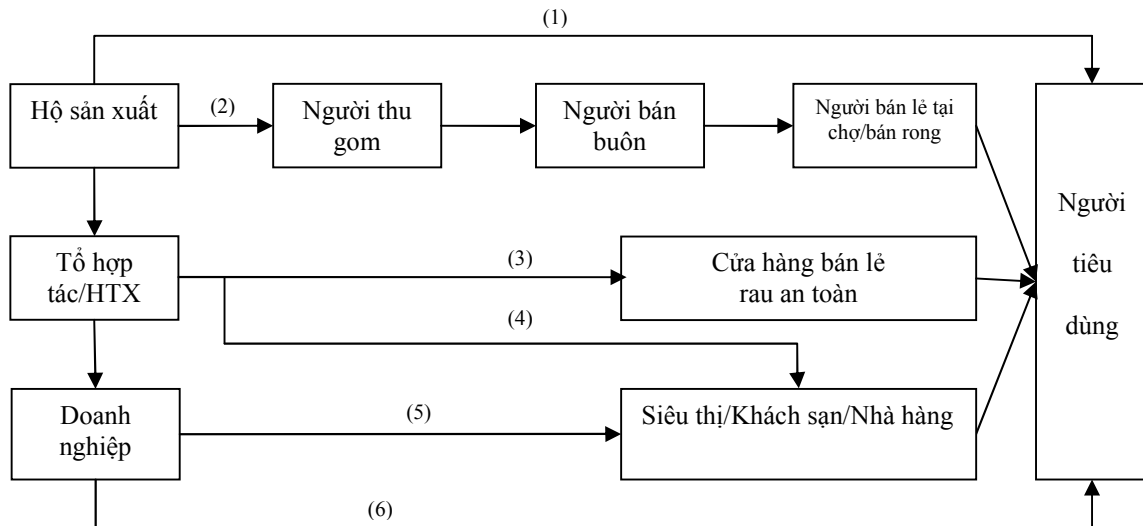
Kết quả khảo sát cho thấy trong thời gian qua chỉ có 5 đơn vị tham gia vào sản xuất và tiêu thụ rau an toàn, rau VietGAP trong tỉnh, đó là Công ty TNHH Phương Huyền (sản xuất rau su su lấy ngọn theo tiêu chuẩn VietGAP, quy mô 3,5 ha tại huyện Mai Châu); HTX Quyết Thắng (sản xuất rau su su lấy ngọn theo tiêu chuẩn VietGAP, quy mô 9,9 ha tại huyện Tân Lạc); HTX nông sản hữu cơ Lương Sơn (liên kết với 14 nhóm hộ nông dân sản xuất rau hữu cơ, quy mô 7 ha tại huyện Lương Sơn); 6 nhóm hộ tại 5 xã Bảo Hiệu, Đoàn Kết, Phú Lai, Yên Trị, Yên Lạc với quy mô 30 ha tại huyện Yên Thủy; HTX Dân Chủ (đã được chứng nhận vùng đủ điều kiện sản xuất theo VietGAP với diện tích 30 ha tại thành phố Hòa Bình). Tất cả các đơn vị này không trực tiếp đầu tư vào sản xuất của các hộ nông dân mà chỉ hỗ trợ công tác tổ chức sản xuất, hướng dẫn kỹ thuật, giới thiệu hoặc cung ứng giống, vật tư phân bón và là đầu mối bao tiêu sản phẩm

cho các hộ nông dân sản xuất rau.

3.3. Thực trạng kênh tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP tại tỉnh Hòa Bình

Kết quả điều tra từ các hộ nông dân, các HTX và doanh nghiệp sản xuất rau VietGAP cho thấy trên địa bàn tỉnh Hòa Bình hiện có 6 kênh tiêu thụ rau VietGAP (hình 1).

Kênh 1: là kênh tiêu thụ rau trực tiếp, hộ nông dân sản xuất rau trực tiếp bán sản phẩm cho người tiêu dùng. Theo kênh này, hộ nông dân sẽ bán được giá cao nhất (bằng giá bán lẻ), song họ phải mất chi phí vận chuyển, thời gian và công sức đi bán (thường tại các chợ gần nơi họ sinh sống). Giá bán được thỏa thuận nhanh ngay tại nơi tiêu thụ (thường là chợ bán lẻ) giữa nông dân và người mua. Giá này thay đổi theo mùa vụ và buổi chợ “chợ sớm giá cao, chợ chiều giá thấp, hết buổi chợ rau héo, dập nát phải đổ đi”, dao động ở mức cao hơn so với giá rau thường từ 40 - 67%. Phương thức thanh toán chủ yếu là bằng tiền mặt.



Hình 1. Các kênh tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP của tỉnh Hòa Bình

(Nguồn: Thảo luận nhóm, 2015)

Kênh 2: là kênh tiêu thụ rau gián tiếp với 3 cấp. Ở kênh này, hộ nông dân bán cho người thu gom nên thường bị ép giá (có thời điểm phải bán ngang bằng với giá rau thường cùng chủng loại), song bù lại họ bán được cùng một lúc với khối lượng sản phẩm lớn hơn, thời gian giao dịch ngắn hơn so với kênh tiêu thụ trực tiếp và không mất chi phí vận chuyển do sản phẩm được bán ngay tại ruộng. Qua khảo sát, những người thu gom thường xem xét và định giá mua trên cơ sở yếu tố thời tiết, mức độ khối lượng sản phẩm ở vùng sản xuất tại thời điểm mua và khả năng tiêu thụ của họ để định giá. Mức giá thường cao hơn so với rau thường từ 25 - 40%. Phương thức thanh toán bằng tiền mặt.

Kênh 3: là kênh tiêu thụ gián tiếp với 1 cấp. Ở kênh này, các hộ sản xuất tham gia vào các tổ hợp tác/HTX và được tổ hợp tác/HTX bao tiêu một phần sản phẩm và được bán tới tay người tiêu dùng thông qua cửa hàng bán lẻ của tổ hợp tác/HTX ở tại địa phương. Tiêu thụ qua kênh này, các hộ phải chịu một khoản phí để bù đắp chi phí bán hàng, song bù lại họ bán được với mức giá ổn định (gần bằng với giá bán lẻ), thuận tiện cho việc kiểm soát chất lượng rau. Mức giá được tính như nhau với tất cả các hộ tham gia tổ hợp tác/HTX và được định trước, cao hơn từ 30 - 40% so với rau

thường. Phương thức thanh toán bằng tiền mặt.

Kênh 4: là kênh tiêu thụ gián tiếp với 1 cấp. Ở kênh này, các tổ hợp tác/HTX tiêu thụ một phần sản phẩm cho các hộ thành viên thông qua hợp đồng ký kết với các siêu thị/khách sạn/nhà hàng. Hầu hết lượng rau tiêu thụ qua kênh này được bán tại thị trường Hà Nội. Tiêu thụ qua kênh này, các hộ phải chịu một khoản phí để bù đắp chi phí giao dịch và vận chuyển, song bù lại họ bán được với khối lượng rau ổn định với mức giá thỏa thuận theo thị trường và mùa vụ. Qua khảo sát cho thấy, mức giá tiêu thụ qua kênh này thời gian qua dao động cao hơn từ 35 - 50% so với rau thường. Phương thức thanh toán linh hoạt, có thể bằng chuyển khoản hoặc tiền mặt.

Kênh 5: là kênh tiêu thụ gián tiếp với 2 cấp. Ở kênh này, các tổ hợp tác/HTX bao tiêu một phần sản phẩm của các hộ thông qua hợp đồng tiêu thụ với doanh nghiệp. Để tiêu thụ sản phẩm qua kênh này, các hộ phải cam kết về chất lượng sản phẩm của mình và chịu sự giám sát nội bộ của doanh nghiệp trong quá trình sản xuất. Doanh nghiệp sử dụng thương hiệu, uy tín của mình bán sản phẩm cho các siêu thị/khách sạn/nhà hàng. Khối lượng và giá cả được thỏa thuận trước, ít có sự thay đổi. Hầu hết lượng rau tiêu thụ qua kênh này được bán

tại thị trường Hà Nội. Qua khảo sát cho thấy, mức giá tiêu thụ qua kênh này thời gian qua dao động cao hơn từ 35 - 40% so với rau

thường. Phương thức thanh toán bằng chuyển khoản.

Bảng 6. Khối lượng và tỷ lệ rau VietGAP của các doanh nghiệp, tổ hợp tác/HTX và hộ điều tra phân theo kênh tiêu thụ năm 2015

	Kênh 1	Kênh 2	Kênh 3	Kênh 4	Kênh 5	Kênh 6
1. Khối lượng (tấn)	27,4	65,4	42,9	247,0	86,0	76,3
2. Tỷ lệ (%)	5,0	12,0	7,9	45,3	15,8	14,0

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

Kênh 6: là kênh tiêu thụ trực tiếp sản phẩm của doanh nghiệp đến tay người tiêu dùng thông qua hệ thống cửa hàng bán lẻ của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp tự tổ chức sản xuất hoặc hợp đồng sản xuất với tổ hợp tác/HTX để có nguồn cung sản phẩm rau VietGAP cho thị trường. Sản phẩm tiêu thụ ở kênh này thường có chất lượng tốt (do doanh nghiệp yêu cầu tuân thủ nghiêm ngặt quy trình VietGAP) và giá bán cao. Ở kênh này, người sản xuất trực tiếp (hộ nông dân, tổ hợp tác/HTX) được bao tiêu toàn bộ sản phẩm với mức giá ổn định theo cam kết. Toàn bộ lượng rau tiêu thụ qua kênh này được bán tại thị trường Hà Nội. Qua khảo sát cho thấy, mức giá tiêu thụ qua kênh này thời gian qua dao động cao hơn từ 35 - 55% so với rau thường. Phương thức thanh toán bằng chuyển khoản.

Theo số liệu điều tra thì sản phẩm rau VietGAP ở Hòa Bình chủ yếu được tiêu thụ qua kênh 4 (tiêu thụ qua tổ hợp tác/HTX tới các cửa hàng bán lẻ). Tỷ lệ sản phẩm được tiêu thụ qua kênh này chiếm tới 45,7% tổng lượng rau VietGAP trên địa bàn tỉnh. Cùng với việc bán sản phẩm tới các nhà hàng, khách sạn thì

lượng rau VietGAP được tiêu thụ qua các tổ hợp tác/HTX đạt tới 53,19% tổng sản lượng rau VietGAP của tỉnh. Bên cạnh đó các doanh nghiệp sản xuất rau an toàn chủ yếu tiêu thụ rau VietGAP qua các nhà hàng khách sạn và qua hệ thống cửa hàng bán lẻ của doanh nghiệp. Hình thức tổ chức sản xuất theo mô hình doanh nghiệp có tỷ lệ khối lượng tiêu thụ đạt 29,78% tổng lượng rau VietGAP (kênh 5 và 6). Sản lượng tiêu thụ trực tiếp từ hộ nông dân tới người tiêu dùng (kênh 1) và từ hộ nông dân thông qua tư nhân thu gom (kênh 2) chiếm tỷ lệ nhỏ (khoảng 5% và 12%) so với tổng sản lượng tiêu thụ trên địa bàn tỉnh.

3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến tình hình tiêu thụ rau VietGAP ở tỉnh Hòa Bình

a. Tình hình liên kết trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP

Mặc dù mối quan hệ liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông sản được xác định là một trong những khâu then chốt để phát triển sản xuất nông nghiệp hiệu quả (Chu Khôi, 2013), tuy nhiên quan hệ liên kết trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP ở Hòa Bình chưa thực sự phát triển mạnh.

Bảng 3. Tổng hợp kết quả đánh giá chéo giữa các chủ thể về mức độ tham gia liên kết tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP tại tỉnh Hòa Bình

Các bên tham gia liên kết	Điểm đánh giá bình quân			
	Hộ nông dân	Doanh nghiệp	Nhà khoa học	Nhà nước
Hộ nông dân	-	3,83	3,40	3,66
Doanh nghiệp	3,42	-	3,20	2,90
Nhà khoa học	4,11	4,50	-	4,20
Nhà nước	3,54	3,77	3,52	-

Theo kết quả đánh giá chéo giữa các chủ thể về mức độ liên kết trong tiêu thụ sản phẩm thì *Nông dân* có mức độ tham gia kém trong liên kết tiêu thụ sản phẩm rau tại Hòa Bình. Chỉ một số ít nông dân tham gia liên kết tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP thông qua các tổ hợp tác/HTX. Phỏng vấn sâu một số doanh nghiệp, họ cho rằng: Muốn các mối liên kết đó phát triển cả về số lượng và chất lượng, trước hết người nông dân phải có các tổ chức của riêng mình để liên kết các hộ lại với nhau (như các tổ hợp tác, HTX...) và làm trung gian, đại diện cho các hộ trong thực hiện liên kết với các bên. Không chỉ vậy, người nông dân cần phải bỏ thói quen làm ăn tự phát, chuyển sang làm quen với việc làm ăn theo hợp đồng, liên kết (theo luật hoặc thông lệ quốc tế); tôn trọng, tuân thủ hợp đồng cả về số lượng, chất lượng sản phẩm và thời gian thực hiện.

Doanh nghiệp đã có mối liên kết với các bên trong tiêu thụ rau VietGAP trên địa bàn tỉnh Hòa Bình, song các mối liên kết đó là chưa tốt. Doanh nghiệp cần tích cực hơn nữa trong vai trò là “đầu tàu” thúc đẩy các mối liên kết phát triển. Muốn vậy, doanh nghiệp cần chủ động chia sẻ lợi ích với các bên tham gia liên kết, đặc biệt là người nông dân.

Nhà khoa học có mức độ tham gia liên kết tiêu thụ rau VietGAP kém với mức điểm từ 4,11 đến 4,5 điểm. Điều đó chỉ ra rằng, các nhà khoa học có vai trò và mức độ tham gia khá “mờ nhạt” trong mối liên kết với các bên.

Nhà nước có mức độ tham gia liên kết tiêu thụ rau VietGAP là trung bình kém với mức điểm từ 3,52 đến 3,77 điểm. Qua phỏng vấn sâu một số hộ nông dân, doanh nghiệp và nhà khoa học, họ cho biết việc thực hiện chính sách hỗ trợ và tạo hành lang pháp lý cho liên kết tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP của chính quyền địa phương các cấp tại Hòa Bình còn chưa kịp thời, nhiều bất cập và thiếu hiệu quả.

b. Thị trường tiêu thụ

Sản lượng rau bình quân đầu người năm

2015 trên địa bàn tỉnh Hòa Bình đạt khoảng 183 kg, cao hơn so với bình quân trung của cả nước (khoảng 171 kg/người/năm). Thực tế khảo sát cho thấy lượng rau tiêu thụ ở thành thị luôn cao hơn ở nông thôn. Với dự tính mức tiêu thụ rau trên đầu người tới năm 2020 trên địa bàn tỉnh Hòa Bình ở khu vực đô thị là 200kg/người/năm; khu vực nông thôn là 180kg/người/năm. Theo đó, dự báo tới năm 2020 nhu cầu rau xanh các loại cần có để đáp ứng nhu cầu của dân cư trong tỉnh khoảng 159,9 ngàn tấn. Ngoài ra, Hòa Bình còn là tỉnh cung cấp rau cho thành phố Hà Nội, với dân số Hà Nội khoảng 8 triệu dân hiện tại và khoảng 9 triệu người vào những năm 2020 thì nhu cầu tiêu thụ rau hiện tại là khoảng trên 1.000.000 tấn mỗi năm, với thị phần khoảng 10% thì phân cung cấp cho Hà Nội cũng trên 100.000 tấn mỗi năm. Như vậy, với thực trạng sản xuất rau hiện nay (sản lượng rau toàn tỉnh năm 2015 đạt 151,2 ngàn tấn), nếu duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân như giai đoạn 2013 - 2015 (khoảng 1%/năm) thì đến năm 2020, sản lượng rau của tỉnh đạt khoảng 159 ngàn tấn, đáp ứng được khoảng 61% nhu cầu tiêu dùng rau của thị trường (trong tỉnh và 10% nhu cầu của thành phố Hà Nội). Qua đó chỉ ra rằng, thị trường đầu ra của sản phẩm rau đang là yếu tố tích cực tác động tới tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP được sản xuất ra trên địa bàn tỉnh Hòa Bình.

c. Trình độ của người sản xuất

Để có được các sản phẩm rau vừa đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng về chất lượng, đảm bảo an toàn và mẫu mã tươi ngon... thì người sản xuất rau phải có sự hiểu biết về rau an toàn, các quy trình sản xuất và áp dụng đầy đủ các điều kiện, tiêu chuẩn của quy trình trong sản xuất rau.

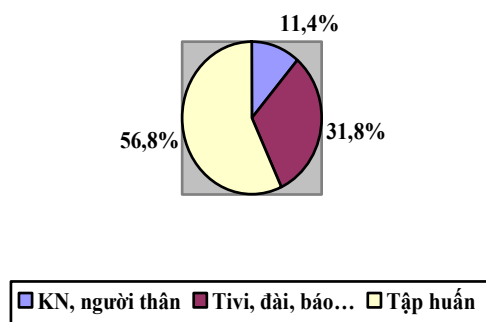
Qua khảo sát tại Hòa Bình cho thấy các hộ biết về quy trình VietGAP chủ yếu thông qua các lớp tập huấn và qua phương tiện thông tin đại chúng (tivi, đài, báo...) với tỷ lệ là 88,6%,

số còn lại biết về quy trình thông qua cán bộ khuyến nông và người thân. Tuy nhiên, sự hiểu biết của các hộ về quy trình VietGAP thường không được đầy đủ, số liệu khảo sát cho thấy có tới trên 56,8% số hộ biết về quy trình VietGAP nhưng chỉ nhận thức được dưới 50% các nội dung của quy trình, chỉ có 4,5% số hộ nhận thức được từ 10 nội dung (trong tổng số

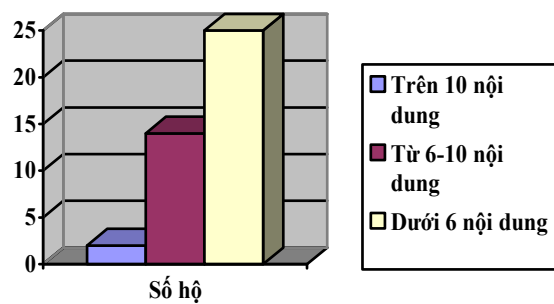
12 nội dung) của quy trình trở lên (hình 2).

Số liệu điều tra cũng cho thấy 100% số hộ biết về qui trình sản xuất VietGAP qua các lớp tập huấn đều đã tham gia sản xuất rau theo tiêu chuẩn VietGAP, tuy nhiên đến nay sau một thời gian áp dụng đã có 28% số hộ không sản xuất theo quy trình VietGAP nữa do không có người thu mua sản phẩm.

Kênh thông tin hộ biết về VietGAP



Mức độ hiểu biết về quy trình VietGAP



Hình 2. Kênh thông tin và mức độ hiểu biết của hộ về quy trình VietGAP

d. Thái độ và lòng tin của người tiêu dùng

Do thị trường tiêu thụ rau an toàn và rau VietGAP hiện nay còn khá nhiều bất cập, đặc biệt là tình trạng trà trộn, làm giả sản phẩm rau an toàn hoặc rau VietGAP trong khi việc truy xuất nguồn gốc rau an toàn gặp nhiều khó khăn đã có ảnh hưởng lớn đến lòng tin của người tiêu dùng. Tình trạng thật giả lẫn lộn trên thị trường rau an toàn hiện nay làm cho người tiêu dùng không thể phân biệt được đâu là rau an toàn, rau VietGAP thật nên lưỡng lự khi mua sản phẩm rau an toàn hoặc không sẵn lòng trả giá cao hơn giá sản phẩm rau thông thường. Nhiều người tiêu dùng có thái độ quay lưng lại với sản phẩm rau an toàn vì tính không rõ ràng của sản phẩm. Điều này đã có những ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm rau an toàn của các địa phương

cũng như đối với rau an toàn trên địa bàn tỉnh Hòa Bình.

3.5. Một số giải pháp chủ yếu thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm rau theo hướng VietGAP tại tỉnh Hòa Bình

a. Giải pháp về quy hoạch và tổ chức sản xuất

- *Quy hoạch và thực hiện quy hoạch:* Thực hiện công bố và tuyên truyền rộng rãi và thường xuyên về các nội dung quy hoạch. Xây dựng quy hoạch chi tiết cho các vùng sản xuất rau an toàn tập trung, nhất là các huyện, thành phố trọng điểm. Quy mô mỗi vùng sản xuất rau theo quy trình rau an toàn theo hướng thực hành nông nghiệp tốt (VietGAP) tùy điều kiện cụ thể ở từng nơi nhưng không nên quá nhỏ (không nhỏ hơn 03 ha). Tăng cường công tác dồn điền đổi thửa, tích tụ ruộng đất và tập trung đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cho vùng

sản xuất.

- *Tổ chức sản xuất*: Thúc đẩy thành lập các tổ nhóm/HTX sản xuất rau VietGAP trên nguyên tắc tự nguyện tham gia. Trước mắt, nên tập trung khuyến khích thành lập ở những nơi được quy hoạch vùng sản xuất rau an toàn tập trung. Tăng cường hoạt động khuyến nông về sản xuất rau VietGAP cho người nông dân cả về số lượng và chất lượng, trong đó chú trọng tuyên truyền, hướng dẫn nông dân sử dụng đa dạng và hợp lý các công thức luân canh trên cơ sở tận dụng triệt để lợi thế về tự nhiên của từng vùng.

b. Giải pháp về tổ chức thị trường, xúc tiến thương mại

- *Xây dựng và quảng bá thương hiệu rau an toàn* trên cơ sở thực tiễn phát triển sản xuất, tiến hành xây dựng và triển khai thực hiện các chương trình, đề án xây dựng thương hiệu rau an toàn cho từng vùng sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu và tạo niềm tin với người tiêu dùng; thương hiệu phải gắn liền với lợi ích của người sản xuất. Tổ chức các hội trợ, triển lãm trưng bày, giới thiệu, quảng bá các sản phẩm rau an toàn tới người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh, chú trọng vào thị trường Hà Nội.

- *Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại*, xây dựng nhãn hiệu hàng hóa; cung cấp thông tin, dự báo nhu cầu thị trường đối với các chủng loại rau, các yêu cầu của các thị trường trong nước và xuất khẩu để người sản xuất biết và định hướng sản xuất.

- *Tổ chức hệ thống phân phối sản phẩm rau VietGAP đồng bộ*, có hiệu quả nhằm giảm các chi phí trung gian từ đó làm giảm giá thành sản phẩm khi tới tay người tiêu dùng. Phát triển mạng lưới tiêu thụ rau VietGAP với nhiều kênh phân phối đa dạng (chú trọng vào các kênh 3, 4, 5, 6 nêu trên) gắn với chứng nhận

theo GAP phải có bao bì nhãn mác, đóng gói theo quy định và địa chỉ rõ ràng theo thương hiệu của nhà sản xuất với giá cả hợp lý để giúp người tiêu dùng phân biệt được sản phẩm an toàn. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát làm giảm gian lận trong khâu phân phối (rau an toàn/rau không an toàn) từ đó làm tăng lòng tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm rau an toàn/VietGAP.

- *Hỗ trợ các tổ chức, cá nhân tham gia vào thị trường tiêu thụ rau VietGAP trên địa bàn tỉnh*: Hàng năm tiến hành khảo sát, lựa chọn các cửa hàng, siêu thị có hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các hộ nông dân, tổ hợp tác/hợp tác xã sản xuất rau VietGAP để có kế hoạch hỗ trợ đầu tư nâng cấp trang thiết bị phục vụ mở rộng mạng lưới kinh doanh rau an toàn theo hướng VietGAP.

c. Giải pháp về tăng cường liên kết “4 nhà” trong tiêu thụ rau

- *Xác định rõ trách nhiệm của các bên trong liên kết “4 nhà”*: Nhà nước phải là người giữ vai trò tổ chức và điều phối hiệu quả quá trình liên kết, tạo điều kiện tốt nhất để các chủ thể tham gia liên kết làm tròn trách nhiệm và bổn phận của mình. Theo đó, Nhà nước cần sớm hoàn thiện các cơ chế chính sách liên quan trực tiếp đến vấn đề liên kết, đặc biệt là những quy định, chế tài xử phạt nghiêm những tổ chức và cá nhân vi phạm các cam kết của quá trình liên kết. Tăng cường đào tạo, tập huấn giúp nhà nông nâng cao nhận thức, trình độ kỹ thuật về sản xuất rau VietGAP. Tích cực, chủ động hơn trong việc tham gia các hoạt động liên kết thông qua việc ký kết các hợp đồng kinh tế với doanh nghiệp, vừa nâng cao hiệu quả kinh tế, vừa nâng cao trình độ nhận thức. Nhà khoa học cần gần gũi hơn với người sản xuất,

đặc biệt là nông dân, bám sát thực tiễn sản xuất để phát hiện kịp thời những vấn đề cản trở sản xuất và tiêu thụ rau VietGAP, nghiên cứu và đề xuất các giải pháp giải quyết các vấn đề đó. Nhà doanh nghiệp cần phát huy triệt để vai trò là “đầu tàu” trong phát triển các mối liên kết. Chủ động hơn trong tìm kiếm các đối tác, đặc biệt là người nông dân, các tổ hợp tác/HTX để thiết lập các mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau VietGAP.

- *Xây dựng các mối liên kết ngang, liên kết dọc giữa người sản xuất và người trung gian tiêu thụ sản phẩm:* Trên cơ sở quy hoạch vùng sản xuất rau an toàn, rau VietGAP, chính quyền các cấp cần tăng cường hỗ trợ việc xây dựng và chứng nhận các vùng sản xuất, đơn vị sản xuất rau VietGAP, đặc biệt tại các vùng quy hoạch sản xuất tập trung. Chủ động khâu nối hình thành các liên kết ổn định giữa doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ hoặc xuất khẩu rau với các đơn vị sản xuất rau VietGAP, đặc biệt là các tổ hợp tác/HTX ở vùng sản xuất rau an toàn tập trung. Tạo hành lang pháp lý thông thoáng và có chính sách ưu đãi “đu mạnh” để thu hút các doanh nghiệp đầu tư sản xuất và tiêu thụ rau an toàn/VietGAP trên địa bàn tỉnh.

IV. KẾT LUẬN

Phát triển sản xuất rau an toàn, rau VietGAP được xác định là một trong những mục tiêu quan trọng nhằm phát triển sản xuất ngành trồng trọt của tỉnh Hòa Bình. Mặc dù vậy, tiêu thụ sản phẩm rau an toàn, rau VietGAP của tỉnh đang gặp không ít khó khăn. Toàn tỉnh hiện chỉ có 5 đơn vị chủ yếu là đầu mối trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP, trong đó lượng tiêu thụ qua các HTX, tổ hợp tác chiếm tới 53%, lượng tiêu thụ qua các

doanh nghiệp chiếm khoảng 29% so với sản lượng rau VietGAP của tỉnh. Mặc dù có tiềm năng trong sản xuất rau an toàn/VietGAP do gần với thị trường tiêu thụ rau an toàn lớn là thủ đô Hà Nội và có điều kiện về đất đai, nguồn nước... nhưng việc tiêu thụ rau VietGAP của tỉnh Hòa Bình gặp khá nhiều khó khăn do vấn đề liên kết trong tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP chưa chặt chẽ, trình độ kỹ thuật của người sản xuất còn hạn chế, lòng tin của người tiêu dùng vào sản phẩm an toàn chưa cao. Tăng cường mối quan hệ liên kết giữa người sản xuất với các đơn vị tiêu thụ sản phẩm rau VietGAP, thúc đẩy xây dựng thương hiệu sản phẩm, tăng cường các hoạt động xúc tiến bán hàng... là những giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, từ đó thúc đẩy phát triển sản xuất rau theo hướng VietGAP trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Khôi (2013). Lận đận mối liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp. <http://www.kinhtenongthon.com> truy cập ngày 20 tháng 8 năm 2013.
2. Trần Quốc Nhân và Ikuo Takeuchi (2012). Phân tích nguyên nhân dẫn đến việc thực thi hợp đồng tiêu thụ nông sản kém giữa nông dân và doanh nghiệp ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, Tập 10. Số 7.
3. Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình (2014). Quyết định số 2364/QĐ-UBND ngày 31/12/2014 phê duyệt Quy hoạch vùng đủ điều kiện sản xuất rau an toàn của tỉnh Hòa Bình đến năm 2020.
4. Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình (2015). *Quyết định số 11/2015/QĐ-UBND ngày 27/4/2015*, Quy định một số cơ chế hỗ trợ phát triển sản xuất hàng hóa trong lĩnh vực trồng trọt, giai đoạn 2015 - 2020 trên địa bàn tỉnh Hòa Bình.
5. Sở Nông nghiệp và PTNT Hòa Bình (2015). *Báo cáo số 547/BC-SNN ngày 14/9/2015*, Báo cáo kết quả sản xuất rau an toàn.

**CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS
TO ENHANCE THE CONSUMPTION OF VIETGAP VEGETABLES
IN HOA BINH PROVINCE**

Nguyen Anh Minh¹, Nguyen Tuan Son²

^{1,2}Vietnam National University of Agriculture

SUMMARY

This study aims to assess the current situation of VietGAP vegetable consumption in Hoa Binh province, then to propose the solutions for enhancing the consumption of VietGAP vegetable in the province in the coming time. The results of the study that come from interviews of VietGAP vegetable producers and discussions with the local staff show that VietGAP vegetables in the whole province was currently distributed by only 5 main marketing actors through 6 marketing channels, mainly by cooperatives or cooperative groups (accounting for 53%) and by enterprises (accounting for 29%). In general, the consumption of VietGAP vegetables produced in Hoa Binh province had faced quite many difficulties due to the unclosed linkages between producers and marketing actors, producers' limited understandings on VietGAP requirements, consumers' low trust on safety of VietGAP vegetables. Enhancing the linkages between VietGAP vegetable producers and marketing actors, building the VietGAP vegetable brands, and promoting the marketing activities... were proposed as the main solutions for enhancing the consumption of VietGAP vegetables in Hoa Binh province in the coming time.

Keywords: Consumption, Hoa Binh province, VietGAP vegetable.

Ngày nhận bài : 26/4/2017

Ngày phản biện : 03/5/2017

Ngày quyết định đăng : 15/5/2017