

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN TIÊU THỤ RAU THÔNG QUA HỆ THỐNG CHỢ VÀ SIÊU THỊ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Thị Tân Lộc^{1*}, Đỗ Kim Chung²

¹*NCS Khoa Kinh tế và PTNT, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

²*Khoa Kinh tế và PTNT, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

Email*: *nguyen.thi.tan.loc@gmail.com*

Ngày gửi bài: 24.03.2015

Ngày chấp nhận: 08.08.2015

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm phản ánh hiện trạng tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị trên địa bàn thành phố Hà Nội, phân tích các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất giải pháp phát triển sản xuất và tiêu thụ rau sao cho giảm thiểu rủi ro cho người sản xuất. Khảo sát các đối tượng sản xuất rau trên địa bàn thành phố cho thấy 82,31% rau được tiêu thụ qua hệ thống chợ, hệ thống siêu thị tiêu thụ 4,04% sản lượng. Những hộ thuộc các hợp tác xã kiểu mới và các doanh nghiệp cung ứng 90 - 95% lượng sản phẩm của họ vào các siêu thị và bếp ăn tập thể, còn các hộ sản xuất thuộc các hợp tác xã nông nghiệp và hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp bán trên 90% sản phẩm của họ ra chợ. Tiêu thụ rau thông qua chợ và siêu thị có những ưu, nhược điểm khác nhau và khẳng định Hà Nội cần tồn tại cả hai hệ thống phân phối này. Bốn nhóm giải pháp đã được đề xuất: (i) Đổi mới quy hoạch, khuyến khích và xây dựng liên kết, thanh tra, giám sát, hỗ trợ xúc tiến thương mại; (ii) Hỗ trợ hình thành mô hình hợp tác xã kiểu mới và tạo điều kiện nâng cao năng lực quản trị sản xuất và tiêu thụ cho các tác nhân trong ngành hàng rau; (iii) Tăng cường cơ sở vật chất cho hệ thống chợ; (iv) Tăng cường thông tin và quảng bá giúp người tiêu dùng nhận diện về sản phẩm rau có nguồn gốc rõ ràng và lợi ích của việc tiêu dùng rau.

Từ khóa: Chợ, giải pháp, Hà Nội, sản xuất rau, siêu thị, tiêu thụ rau.

Solutions for Developing the Distribution of Vegetables through Market and Supermarket System in Ha Noi City

ABSTRACT

This study was conducted to understand the current situation of the distribution of vegetables through market and supermarket system in Ha Noi, to analyze factors affecting it and to propose some solutions to develop the production and distribution of vegetables to reduce risks for producers. According to interviews with producers, 82.31% and 4.04% vegetables produced in Ha Noi were distributed to markets and supermarkets, respectively. Households engaged in new-type cooperatives and enterprises supplied 90-95% of their products to supermarkets and canteens, while others in the Agriculture Cooperatives and Agricultural Service Cooperatives sold 90% of their products to markets. The distribution of vegetables through markets and supermarkets is achieved through two mainstream channels in Ha Noi, however, they also have different advantages and disadvantages. The study indicated that it is necessary that all these channels exist in Ha Noi. The paper proposes four solution groups: (i) Innovating planning, encouraging and establishing linkages, monitoring and supporting marketing promotion; (ii) Supporting the establishment of new-type cooperatives and enhancing the management capacity for actors in the production and distribution of vegetable commodities; (iii) Investing more infrastructures for the of market system, and (iv) Strengthening the provision of information and helping consumers in identifying the origin of vegetables and benefits from the consumption of vegetables.

Keywords: Market, Ha Noi city, supermarket, vegetable production and distribution.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hà Nội là địa bàn sản xuất và tiêu thụ rau lớn của cả nước. Sản lượng rau hàng năm ước đạt gần 600.000 tấn (Chi cục Thống kê Hà Nội, 2014 và 2015) song giữa các tác nhân trong ngành hàng rau chưa có sự liên kết chặt chẽ nên giá sản phẩm còn bấp bênh, đặc biệt người sản xuất chịu nhiều thiệt thòi. Lượng rau này được tiêu thụ thông qua nhiều kênh khác nhau, trong đó có hai kênh là hệ thống chợ và siêu thị. Tiêu thụ rau qua chợ bao gồm cả các chợ quy hoạch và chợ tạm nên còn nhiều bất cập trong việc quản lý chất lượng cũng như nguồn gốc. Tiêu thụ rau qua hệ thống siêu thị đã giúp hình thành được kênh chất lượng song có thách thức lớn khi các thị trường mới có những yêu cầu đặc biệt ở khía cạnh về chất lượng và thời hạn giao hàng (Carlton and Perloff, 1994). Còn người tiêu dùng (NTD) chưa thực sự tin tưởng vào chất lượng rau an toàn và họ còn gặp khó khăn khi nhận diện sản phẩm tại thị trường truyền thống. Vậy trong bối cảnh này, các đối tượng sản xuất rau đã thực hiện tiêu thụ sản phẩm của họ làm ra như thế nào? Kênh nào là kênh tiêu thụ phù hợp với họ hiện tại và chiến lược trong tương lai? Lý do? Bài viết này phản ánh hiện trạng tiêu thụ nguồn rau được sản xuất rau tại Hà Nội và đưa ra một số giải pháp thúc đẩy tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị trên địa bàn thành phố Hà Nội và qua đó cũng là cơ sở để khuyến cáo cho các nông sản khác.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu trình bày trong nghiên cứu này được tổng hợp từ các báo cáo khoa học, hiện trạng, số liệu thống kê và kết quả điều tra 138 hộ sản xuất rau, trong đó: (i) 120 hộ thuộc các huyện Gia Lâm, Thanh Trì, Sóc Sơn và Hoài Đức, đại diện cho các hộ thuộc đối tượng quản lý của các hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp (HTX DV NN) hoặc HTX NN; (ii) 13 hộ thuộc các HTX mới thành lập tại Vân Nội, Đông Anh, đại diện cho nhóm hộ thuộc các HTX sản xuất và tiêu thụ rau được thành lập tại các thời điểm khác nhau sau 1997, gọi chung là các HTX kiểu mới, 5 hộ thuộc nhóm sản xuất rau hữu cơ (RHC), đại diện cho các

nhóm sản xuất RHC. Bốn doanh nghiệp (ở các hình thức khác nhau), 158 tác nhân kinh doanh ở 11 chợ và 6 siêu thị đã được chọn và phỏng vấn. Các chợ được chọn nghiên cứu đại diện cho các chợ quy hoạch và chợ tạm; chợ bán buôn và bán lẻ, trong khu vực nội thành, ngoại thành và các siêu thị được chọn đại diện cho các siêu thị lớn, trung bình và nhỏ và theo hình thức sở hữu của trong nước và và liên doanh với nước ngoài. Ngoài ra, nghiên cứu còn tham khảo thông tin khảo sát từ người mua rau ở 11 chợ và 6 siêu thị kể trên trong một nghiên cứu đã công bố. Đồng thời, tác giả còn khảo sát 9 người phụ trách các Ban quản lý chợ, siêu thị, những người làm công tác quản lý sản xuất và kinh doanh rau của thành phố, huyện và xã cũng như những người trong ban quản lý tại các hình thức tổ chức sản xuất rau khác nhau. Số liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm Excel. Các phương pháp phân tích được áp dụng như phân tổ, so sánh, quy nạp để thấy được sự khác nhau của các kênh tiêu thụ, các đối tượng sản xuất và hệ thống chung cho quy mô toàn thành phố.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng nguồn cung ứng rau được sản xuất tại Hà Nội

Địa bàn Hà Nội có 3 đối tượng tham gia sản xuất rau chủ yếu: hộ nông dân thuộc các HTX NN hoặc HTX DV NN quản lý; Hộ nông dân thuộc các HTX kiểu mới hoặc nhóm sản xuất rau hữu cơ (RHC) và gần đây có các doanh nghiệp. Diện tích gieo trồng rau của Hà Nội có xu hướng tăng dần, đạt cao nhất 30.040ha (2013), sau đó giảm xuống còn 29.407ha vào năm 2014. Năng suất rau của Hà Nội đạt cao so với các địa phương khác trong cả nước, 200 tạ/ha (2014) nên sản lượng rau đạt gần 600 nghìn tấn (Cục Thống kê Hà Nội, 2015). Kết quả nghiên cứu cho thấy các hộ sản xuất thuộc các HTX NN và HTX DV NN tự quyết định việc sản xuất và tiêu thụ rau của mình, chủng loại rau sản xuất đơn điệu (1-3 loại/hộ), thường lựa chọn chủng loại rau giống như hàng xóm, thiếu sự liên kết và công tác giám sát nội bộ chỉ được thực hiện khi có hợp đồng tiêu thụ. 25% sản phẩm sản

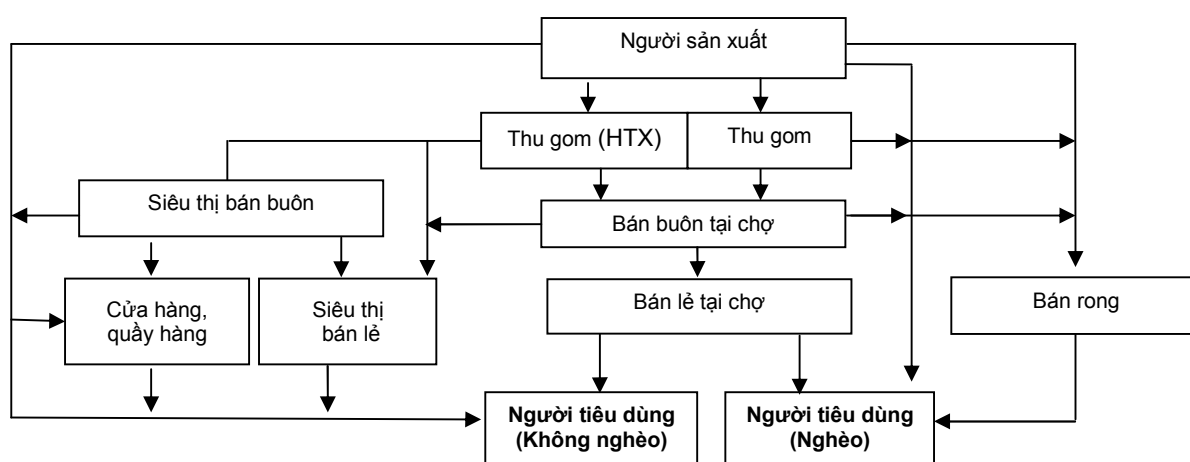
xuất ra bán qua hệ thống chợ, 53% sản phẩm bán cho người thu gom tại địa phương, 14,75% bán trực tiếp tới người bán lẻ và NDT, còn lại 7,25% bán tới các hộ thu mua để bán tới các siêu thị và bếp ăn tập thể. Song với số lượng 17.400 hộ, sản xuất đạt 96,67% diện tích nhưng chỉ đạt 95,35% sản lượng rau sản xuất ra. Với cách làm đó và trên một diện rộng nên các hộ luôn phải đối mặt với nhiều rủi ro về giá bán sản phẩm. Các hộ thuộc các HTX kiểu mới chỉ sản xuất trên 3% diện tích đất canh tác nhưng đạt 4,32% sản lượng rau và việc tổ chức sản xuất và tiêu thụ có kế hoạch, theo hợp đồng, có sự liên kết ngang và liên kết dọc nên 90-95% sản phẩm của họ sản xuất ra được bán tới các siêu thị, bếp ăn tập thể. Họ có nhiều kinh nghiệm trong tổ chức sản xuất và tiêu thụ nên hiệu quả sản xuất của họ luôn cao hơn so với các hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN từ 1,5 đến 2 lần. Vậy, làm thế nào để các hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN có thể nhận thấy được lợi ích của mô hình HTX kiểu mới và họ tự nguyện đi theo xu hướng này? Làm thế nào để tỷ lệ sản phẩm của các hộ tại các HTX NN và HTX DV NN bán thông qua hợp đồng gia tăng? Các HTX kiểu mới và nhóm tập trung tại Đông Anh (Vân Nội) và Sóc Sơn (Thanh Xuân). Đây là địa bàn đã nằm trong vùng quy hoạch sản xuất rau an toàn (RAT) tập trung của thành phố. Do đó, cần có sự hỗ trợ của thành phố triển khai công tác quy hoạch vùng

sản xuất rau và RAT trên toàn địa bàn thành phố và sự hỗ trợ phát triển liên kết giúp thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ.

3.2. Thực trạng tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị

Các kênh tiêu thụ rau tươi thông qua chợ và siêu thị trên địa bàn thành phố Hà Nội được thể hiện tại sơ đồ 1.

Như vậy có sự hình thành rất rõ các kênh truyền thống (chợ bán buôn, bán lẻ và bán rong): mua, bán tự do, không có kiểm tra nguồn gốc sản phẩm và các kênh hiện đại (siêu thị, cửa hàng và quầy hàng RAT): mua, bán theo hợp đồng, có sự kiểm tra nguồn gốc của đơn vị mua và các cơ quan liên ngành. Từ thực tế hai hệ thống phân phối này thấy được sự khác nhau rất rõ ràng về số lượng điểm bán: chợ: 411; siêu thị: 87; nguồn rau được cung ứng; hình thức, phương thức tiêu thụ; giá cả, chất lượng sản phẩm; hình thức thanh toán và vấn đề kiểm tra và giám sát nguồn gốc sản phẩm. Như vậy, thấy rõ ưu, nhược điểm của từng hệ thống tiêu thụ, đồng thời chỉ ra lý do các hộ sản xuất thuộc các HTX NN và HTX DV NN lựa chọn hình thức bán sản phẩm ra thị trường tự do: thuận tiện, rất dễ dàng (không đòi hỏi bất kỳ một loại giấy tờ nào) và thanh toán 90% tiền mặt ngay sau khi giao hàng. Hình thức tiêu thụ này phù hợp



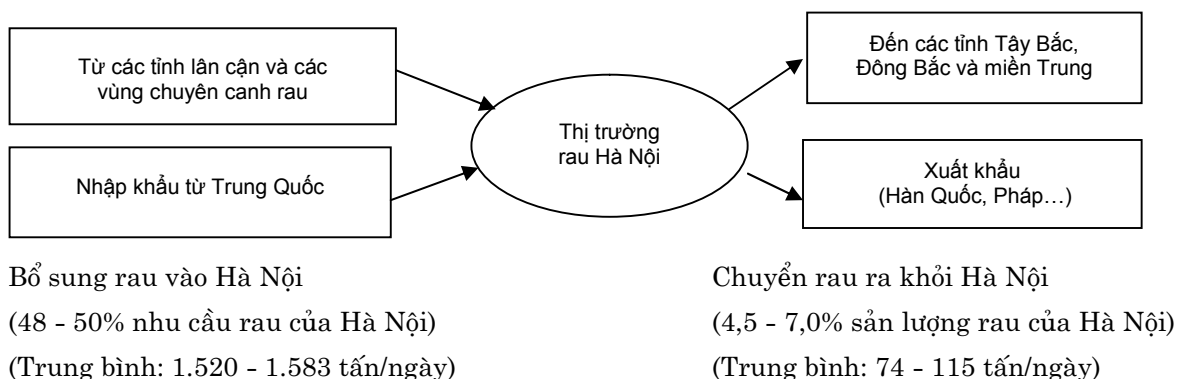
Sơ đồ 1. Tóm tắt các kênh tiêu thụ rau tươi qua hệ thống chợ và siêu thị trên địa bàn Hà Nội

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014

với họ trong điều kiện hiện nay. Kết quả nghiên cứu chỉ ra các hộ sản xuất thuộc các HTX kiểu mới hoặc doanh nghiệp bán sản phẩm vào các siêu thị, bếp ăn tập thể thông qua các hợp đồng bằng văn bản với thời hạn thường là 1 năm. Điều kiện để họ thực hiện được việc này là đơn vị có tư cách pháp nhân, có giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất rau an toàn (RAT) hoặc VietGAP và có tài khoản tại ngân hàng, đặc biệt họ có khả năng cung ứng lượng hàng lớn, đều đặn, giao hàng đúng thời điểm. Chất lượng sản phẩm là vấn đề đáng lo ngại nhất đối với người mua rau tại hệ thống chợ hiện nay và thậm chí cả tại một số siêu thị như trong thời gian vừa qua do đó NTD vẫn luôn gặp khó khăn trong việc xác định và lựa chọn nguồn rau. Theo NTD, chợ là vô cùng quan trọng, nhất là những NTD có thu nhập trung bình và thấp, tức Hà Nội cần thiết tồn tại cả chợ và siêu thị nhằm bổ sung cho

nhau cùng đáp ứng nhu cầu đa dạng của NTD. Nhưng qua đây cũng thấy được những thách thức lớn của hộ sản xuất rau thuộc các HTX NN và HTX DV NN quản lý không chỉ tại thời điểm hiện nay mà đặt ra cả trong thời kỳ hội nhập. Họ chưa tiếp cận thành công trong việc tiêu thụ sản phẩm qua kênh hiện đại, chưa liên kết với nhau lại để gia tăng khả năng cung ứng rau với khối lượng lớn, đa dạng chủng loại, đều đặn cho các siêu thị.

Về nguồn rau tại thị trường Hà Nội, tính tổng thể sản lượng sản xuất rau tại Hà Nội mới đáp ứng được 52% nhu cầu rau của toàn thành phố, nên thành phố Hà Nội vẫn thiếu rau, nhất là các tháng mùa mưa. Tuy nhiên, rau được sản xuất tại Hà Nội lại được đưa đi một số địa bàn khác trong nước và xuất khẩu. Cụ thể thông tin được mô phỏng qua sơ đồ 2.



Sơ đồ 2. Tóm tắt nguồn rau bổ sung đến và đi tiêu thụ ngoài thị trường Hà Nội

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014

Bảng 1. Tình hình tiêu thụ rau được sản xuất tại Hà Nội qua khảo sát các kênh khác nhau

Bán qua các kênh	Ước theo	
	Khối lượng (tấn/ngày)	Cơ cấu (%)
Hệ thống chợ (Chợ bán buôn, bán lẻ, bán rong)	1.352,94	82,31
Cửa hàng và quầy hàng RAT	66,5	4,04
Siêu thị có bán rau	66,5	4,04
Khác (Các bếp ăn, trực tiếp tới nhóm NTD)	158,06	9,61
Tổng lượng rau cần tiêu thụ/ngày	1.644	100,00

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2014

Thực tế lượng rau được bổ sung vào Hà Nội từ nhiều nguồn khác nhau và đặt ra vấn đề về quản lý chất lượng nguồn rau: không chỉ rau được sản xuất tại Hà Nội mà cả nguồn rau từ các tỉnh khác đưa về, đặc biệt rau nhập khẩu từ Trung Quốc. Đi sâu nghiên cứu về việc tiêu thụ rau được sản xuất tại địa bàn Hà Nội cho thấy chúng được tiêu thụ thông qua các kênh khác nhau như bảng 1.

Tóm lại, lượng rau được tiêu thụ qua hệ thống chợ và bán rong chiếm tỷ lệ rất lớn: 82,31%, trong đó lượng rau được bán bởi người bán rong ước đạt 42%. Tỷ lệ này gia tăng so với 5 năm trước đây (Nguyễn Thị Tân Lộc và cs., 2010) làm giảm lượng rau tiêu thụ tại các chợ. Còn lượng rau tiêu thụ qua hệ thống siêu thị chiếm tỷ lệ rất nhỏ, 4,04% tổng lượng rau được sản xuất trên địa bàn thành phố Hà Nội. Cũng tương tự như vậy đối với lượng rau tiêu thụ tại các cửa hàng RAT. Ở đây thấy được hiện nay khối lượng rau tiêu thụ tại các siêu thị đã gia tăng rất nhiều so với 5 năm trước đây (Nguyễn Thị Tân Lộc và cs., 2010) song do mức độ gia tăng về nhu cầu rau của toàn thành phố lớn hơn nên tỷ lệ rau do siêu thị bán được so với tổng nhu cầu vẫn rất nhỏ. Nguồn rau do các siêu thị thu mua đa dạng nên tính tổng thể lượng rau được sản xuất tại Hà Nội ước chiếm 70% lượng rau được bán tại các siêu thị. Cũng ở mức như vậy đối với các cửa hàng, quầy hàng bán RAT. Các siêu thị chia sẻ, nhiều NTD Hà Nội thích một số sản phẩm rau từ Tây Bắc và Lâm Đồng. Tại sao lượng rau của Hà Nội sản xuất ra tiêu thụ qua hệ thống siêu thị chiếm tỷ lệ nhỏ trong khi hiện đã có nhiều giống rau ôn đới có khả năng chịu nhiệt? Ở đây cần có nghiên cứu tiếp theo để giúp người sản xuất rau tại Hà Nội có điều chỉnh phù hợp nhằm gia tăng lượng rau tiêu thụ qua hệ thống siêu thị.

3.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị

3.3.1. Quy hoạch vùng sản xuất rau và sản xuất rau an toàn

Có sự khác nhau giữa vùng được quy hoạch sản xuất RAT và chưa được quy hoạch về số lượng đơn vị nhóm, HTX sản xuất rau kiểu mới

được hình thành; Tại các vùng được quy hoạch đã có 184 đơn vị được cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất RAT (4.931ha), 21 giấy chứng nhận VietGAP (171ha), chứng nhận PGS cho RHC (10ha) và 54 cơ sở đạt chứng nhận sơ chế RAT (Chi cục BVTV Hà Nội, 2014). Các đơn vị ký kết được hợp đồng tiêu thụ và đặc biệt tới các siêu thị và các bếp ăn tập thể hoặc xuất khẩu đều là các đơn vị đã có giấy chứng nhận.

3.3.2. Đặc trưng của người sản xuất rau trên địa bàn thành phố Hà Nội

Quy mô sản xuất: Diện tích sản xuất rau của hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN đạt trung bình là 1.973m² phân bố trên 5 - 6 mảnh ruộng, hộ thuộc các HTX kiểu mới và nhóm đạt 1.786 m² chia làm 4 - 5 thửa, phân tán nên rất khó tổ chức sản xuất và quản lý, đặc biệt có ảnh hưởng đến việc tổ chức sản xuất và tiêu thụ tới các kênh siêu thị. Chịu ảnh hưởng của tốc độ đô thị hóa rất lớn. Hà Nội không có xã còn trên 80% diện tích đất nông nghiệp từ năm 2010 (Denis Sautier et al., 2013).

Năng lực tổ chức sản xuất và tiêu thụ: Các hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN là yếu nhất và chưa được hỗ trợ thông qua tập huấn. Các hộ thuộc các HTX kiểu mới và nhóm hoặc có hỗ trợ tập huấn, hoặc đã có sự trải nghiệm. Đến nay những người này, đặc biệt là các thành viên trong các Ban quản lý HTX (Ban giám đốc) đã có những kinh nghiệm thực tế rất đáng trân trọng và chúng tôi xác định đây là những “điển hình”. Đối với nhóm là các chủ doanh nghiệp, họ là những người có năng lực tổ chức rất tốt và có sự tính toán hoàn hảo.

Sự liên kết trong sản xuất và tiêu thụ: Giữa các hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN chưa có sự liên kết chặt chẽ nhằm gia tăng khả năng cung ứng cũng như chưa có sự liên kết chặt chẽ với các tác nhân khác trong ngành hàng nên khâu tiêu thụ sản phẩm luôn là vấn đề khó khăn nhất của các hộ.

3.3.3. Sự phát triển của hệ thống chợ và siêu thị

Hà Nội đã có đến 411 chợ các loại (Bộ Công Thương, 2013), chúng được phân bố rải rác khắp

các quận, huyện, rất thuận tiện cho việc tiếp cận. Song gần đây có một số chợ mới đưa vào hoạt động nhưng hiệu quả chưa cao, nhất là các chợ xây dựng theo mô hình chợ mới như chợ Hàng Da, Phùng Khoang... Còn một số chợ thuộc các quận mới quá chật trội so với nhu cầu, ví dụ, chợ Ngọc Lâm, số người họp chợ lớn gấp 10 lần so với số chỗ quy hoạch.

Siêu thị đầu tiên xuất hiện ở Hà Nội năm 1993, số lượng siêu thị tại Hà Nội luôn ở trạng thái gia tăng (Nguyễn Thị Tân Lộc, 2002) và tính đến tháng 6/2014 đã có 156 siêu thị (Sở Công Thương Hà Nội, 2014). Từ 13 điểm bán rau tại siêu thị vào năm 2002, khảo sát đã thống kê được 87 điểm bán tại siêu thị vào tháng 6/2014. Chúng phân bố khá đồng đều tại các quận nội thành và đã có mặt tại một số huyện ngoại thành. Đây là các yếu tố rất thuận lợi cho sự hình thành và phát triển kênh tiêu thụ rau chất lượng.

3.3.4. Đặc điểm của các tác nhân tham gia tiêu thụ rau tại hệ thống chợ và siêu thị

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, tỷ lệ người sản xuất mang rau đến chợ bán rất thấp: 20% tại chợ bán buôn và < 15% tại các chợ bán lẻ, còn 53% bán cho người thu gom. Chính vì thế, các tác nhân tham gia tại chợ bán buôn chủ yếu là người thu gom và bán buôn, tại chợ bán lẻ chủ yếu là người chuyên bán lẻ. Lý do là họ muốn tập trung vào sản xuất và ngại đối mặt với những rủi ro tại chợ như mất cắp, mua chịu, đánh cãi chửi nhau và cả tai nạn giao thông...

chính vì vậy giảm đi các cơ hội cho người sản xuất được tiếp cận trực tiếp với NTD, cuối cùng khó có những thông tin về sản phẩm và cơ hội để học hỏi tại các điểm bán hàng giúp cho người sản xuất có những điều chỉnh trong sản xuất. Đồng thời cũng theo người bán lẻ tại các chợ, với tổ chức ngành hàng như hiện nay đôi khi họ cũng khó khăn trong việc xác định nguồn gốc rau do người thu gom hoặc bán buôn không trung thực. Tương tự như vậy đối với các siêu thị, các nhà cung ứng thu mua sản phẩm của các hộ nông dân cung ứng tới các siêu thị nên người sản xuất cũng không có cơ hội tiếp cận với người mua, do đó họ cũng chỉ nhận thông tin gián tiếp qua các nhà cung ứng. Như vậy, trong cả hai trường hợp người sản xuất chỉ có thể tham gia hoạt động cung ứng tại hệ thống chợ, không trực tiếp tham gia tại hệ thống siêu thị.

3.3.5. Đặc điểm của người mua rau tại hệ thống chợ và siêu thị

Theo Đỗ Kim Chung và Nguyễn Linh Trung (2015), đặc điểm cơ bản của người mua rau tại chợ và siêu thị được thể hiện như sau (Bảng 2).

Trong quá trình nghiên cứu chúng tôi phát hiện ngày càng có nhiều hộ gia đình đến mua rau trực tiếp tại các chợ bán buôn với nguyên nhân chính là mức giá rau hấp dẫn, đa dạng chủng loại. Một điểm làm chúng tôi băn khoăn đó là tại các siêu thị, NTD vừa quan tâm đến độ an toàn của rau, vừa quan tâm đến hình thức bên ngoài và cả yếu tố giá. Chính từ điều này đã tạo ra bài toán cho người sản xuất và nhà phân

Bảng 2. Một số đặc điểm cơ bản của người mua rau tại hệ thống chợ và siêu thị

Diễn giải	Hệ thống chợ	Hệ thống siêu thị
Tần suất đi chợ 4 - 7 lần/tuần (%)	81,9	81,8
Tiêu chí lựa chọn địa điểm mua rau:		
a. Sự đa dạng chủng loại (%)	21,1	21,0
b. Sự thuận tiện (%)	20,4 (Dễ tiếp cận)	22,4 (Mua được nhiều loại hàng hóa khác nhau)
c. Giá sản phẩm (%)	16,4	11,6
d. Nguồn gốc sản phẩm (%)	10,9	18,2
Mức thu nhập (triệu đồng/hộ/tháng)	Đa phần < 15	Đa phần > 15

Nguồn: Đỗ Kim Chung và Nguyễn Linh Trung, 2015

phối: Làm thế nào để có sản phẩm rau đảm bảo an toàn, bề ngoài hấp dẫn và giá cả phù hợp? Thực tế ba tiêu chí này đồng hành là thực sự khó.

3.4. Một số giải pháp thúc đẩy tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị

3.4.1. Đổi mới quy hoạch, khuyến khích và xây dựng liên kết, thanh tra, giám sát, hỗ trợ xúc tiến thương mại

UBND thành phố với vai trò là chủ thể quản lý, tổ chức lại sản xuất và đặc biệt là đơn vị định hướng cho mọi hoạt động. Trên cơ sở đó, thành phố cần phát huy vai trò tạo lập môi trường, thúc đẩy việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng giữa các tác nhân trong ngành hàng. Cụ thể như sau: *Thứ nhất, Hà Nội cần quy hoạch vùng sản xuất rau* cụ thể cho từng xã, huyện để các đối tượng yên tâm đầu tư sản xuất và việc tiêu thụ của họ cũng dễ dàng hơn, nhất là đối với các đơn vị lựa chọn tiêu thụ thông qua kênh hiện đại. Đồng thời thành phố cũng giao cho Sở NN và PTNT phối hợp với chỉ đạo chung của Bộ NN và PTNT để có quy hoạch phù hợp cho Hà Nội giúp người sản xuất giảm thiểu rủi ro và cùng nhau đáp ứng nhu cầu của NTD thành phố về rau tốt nhất. *Thứ hai, xây dựng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau.* Việc liên kết này được hình thành không chỉ là giữa các tác nhân trong ngành hàng rau trên địa bàn thành phố Hà Nội mà giữa Hà Nội và các tỉnh khác. Cần hình thành và phát triển sự liên kết giữa những người sản xuất để gia tăng khả năng thương thảo, cung ứng về số lượng, chủng loại và khả năng giao hàng đều đặn và cả sự liên kết giữa các tác nhân trong ngành hàng rau để việc sản xuất được tổ chức dựa theo kế hoạch tiêu thụ giúp giảm thiểu rủi ro cho người sản xuất, hình thành sản xuất theo chuỗi cung ứng bền vững. *Thứ ba, thực hiện thanh tra, kiểm soát chất lượng rau.* Thành phố cần làm tốt công tác thanh kiểm tra, kiểm soát (i) các nguồn rau được đưa từ các nơi khác vào Hà Nội; (ii) Các cơ sở kinh doanh vật tư đầu vào. Thường xuyên kiểm tra chuyên ngành, liên ngành các cơ sở sản

xuất, sơ chế RAT và lấy mẫu rau phân tích để kiểm tra chất lượng và có thông báo kết quả với người sản xuất, đồng thời công bố rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng giúp nhà phân phối và NTD biết được. *Thứ tư, thực hiện hỗ trợ xúc tiến thương mại.* Thành phố duy trì hỗ trợ một số hoạt động xúc tiến thương mại và việc sử dụng nhãn nhận diện nguồn gốc xuất xứ sản phẩm, dán tem nhận diện “RAU AN TOÀN HÀ NỘI”.

3.4.2. Hỗ trợ hình thành mô hình HTX kiểu mới và tạo điều kiện nâng cao năng lực quản trị sản xuất và tiêu thụ cho các tác nhân trong ngành hàng rau

Sản xuất và tiêu thụ rau thông qua hợp đồng chỉ có thể phát huy được hiệu quả khi có sự đồng thuận giữa người sản xuất, doanh nghiệp và có sự vào cuộc của chính quyền địa phương. Tuy nhiên, trong bối cảnh của Hà Nội, cần có sự hỗ trợ về hình thức tổ chức như mô hình HTX kiểu mới hoặc nhóm và nâng cao năng lực quản trị sản xuất và tiêu thụ. Cụ thể: *Ủy ban nhân dân các huyện, xã cần* giúp các hộ nông dân tại các HTX NN hoặc HTX DV NN có nhu cầu và nguyện vọng để thành lập các nhóm nông dân tự nguyện hoặc mô hình HTX kiểu mới hoặc doanh nghiệp có khả năng đầu tư sản xuất rau hiệu quả. *Các cơ quan khuyến nông, các HTX và doanh nghiệp* cần hỗ trợ các hộ nắm được kiến thức về tổ chức sản xuất và tiêu thụ thông qua các khóa tập huấn, tham quan và giao lưu chia sẻ kinh nghiệm với những đơn vị đã làm tốt. Hỗ trợ họ được tập huấn về kiến thức tiếp cận thông tin thị trường, lập kế hoạch sản xuất theo kế hoạch tiêu thụ. Đây là những khâu trọng yếu nhất (Chính phủ, 2013). *Các hộ nông dân, các doanh nghiệp, các HTX và tổ nhóm* cần tham gia đầy đủ các khóa tập huấn nhằm cải thiện nhanh nhất năng lực thực hành nông nghiệp và thực hành thị trường tốt nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao hiện nay. Nâng cao nhận thức về việc tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng và kiến thức hội nhập để tránh rủi ro.

3.4.3. Tăng cường cơ sở vật chất cho hệ thống chợ

Cần rà soát lại các chợ trên toàn địa bàn để có hỗ trợ hoàn thiện cơ sở hạ tầng như cho phép xây mới, sửa chữa hoặc nâng cấp để đáp ứng nhu cầu của người bán và người mua, hệ thống kho chứa phù hợp với nhu cầu sử dụng và môi trường của chợ được sạch sẽ. Đặc biệt, đối với các chợ thuộc khu vực các huyện nội thành mới quá chật chội so với nhu cầu cần được ưu tiên trước. Đặt hệ thống biển báo về các địa điểm họp chợ, siêu thị để cả người bán và người mua dễ dàng tiếp cận. Xóa bỏ các điểm họp tạm, nhất là các điểm họp như tính chất chợ bán buôn để dễ dàng quản lý chất lượng nguồn rau cũng như các khoản thu. Ban hành quy định chung về mức thu phí đối với những người kinh doanh chuyên nghiệp tại các chợ khác nhau để tránh những trường hợp thu quá cao khiến những người chuyên kinh doanh rau gặp khó khăn và những người sản xuất khó tiếp cận.

Ban quản lý các chợ cần sắp xếp cho việc đưa hàng vào, đi lại trong chợ được thuận lợi cho cả người bán và người mua. Cần bổ sung hệ thống chiếu sáng ở các chợ họp ban đêm giúp cho việc mua-bán thuận lợi hơn cũng như hạn chế tệ nạn, sự mất an toàn. Quản lý nguồn rau bán tại chợ. Tạo điều kiện cho những ai có nhu cầu kinh doanh RAT có điều kiện bán hàng thuận lợi nhất và có thể Ban quản lý chợ là cầu nối giữa các cơ sở sản xuất và các quầy hàng giúp thúc đẩy tiêu thụ RAT mạnh hơn.

Người bán rau tại các chợ cần chấp hành đầy đủ các quy định của chợ về các khoản phí, vệ sinh môi trường và văn hóa thương mại.... góp phần tạo môi trường chợ được cải thiện, thu hút khách hàng.

3.4.4. Tăng cường thông tin và quảng bá giúp người tiêu dùng nhận diện về sản phẩm rau có nguồn gốc rõ ràng và lợi ích của việc tiêu dùng rau.

Ngành nông nghiệp và công thương thành phố Hà Nội cần hỗ trợ cung cấp các thông tin về các cơ sở sản xuất và phân phối rau đảm bảo, không đảm bảo qua các phương tiện thông tin

đại chúng khác nhau. Đồng thời các cơ quan nghiên cứu và cơ quan chức năng giúp NTD nhận biết rõ tác dụng của việc tiêu dùng rau, nhất là RAT và tác hại của tiêu dùng rau không an toàn. *Người tiêu dùng* nên tiếp cận thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau để biết rõ loại rau, xuất xứ nguồn gốc, địa điểm mua đi đến lựa chọn rau cho tiêu dùng một cách phù hợp

4. KẾT LUẬN

Nguồn rau tiêu thụ qua hệ thống chợ và siêu thị ở Hà Nội chủ yếu được cung ứng bởi các hộ sản xuất thuộc các HTX NN và HTX DV NN, các hộ thuộc các HTX kiểu mới và doanh nghiệp. Các hộ thuộc các HTX NN và HTX DV NN quản lý bán trên 90% sản phẩm của họ qua hệ thống chợ và chưa có khả năng tiếp cận để bán sản phẩm của mình vào các siêu thị. Chỉ có các hộ thuộc các HTX kiểu mới và các doanh nghiệp mới có khả năng cung ứng với khối lượng rau lớn vào các siêu thị và các bếp ăn tập thể. Hơn 82% sản lượng rau sản xuất tại Hà Nội được bán ở các chợ, hơn 4% sản lượng rau của Hà Nội được tiêu thụ qua siêu thị. Nguồn rau tại hệ thống chợ chưa được quản lý chặt chẽ. Với xu hướng phát triển như hiện nay, thành phố cần duy trì cả hệ thống chợ và siêu thị.

Để thúc đẩy phát triển sản xuất, tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ, siêu thị, Hà Nội cần đổi mới quy hoạch, khuyến khích và xây dựng liên kết hình thành chuỗi giá trị ra bán tại chợ và siêu thị, tăng cường thanh tra và giám sát, thực hiện hỗ trợ xúc tiến thương mại, xây dựng HTX sản xuất ra kiểu mới gắn kết với thị trường, đổi mới việc đầu tư và quản lý hệ thống chợ, tăng cường cung cấp thông tin cho người tiêu dùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Carlton, D.W, Perloff. J. M (1994). Modern Industrial Organization. Haper Collin. New York.
- Bộ Công Thương (2013). Hội nghị tổng kết công tác phát triển và quản lý chợ do Bộ Công Thương tổ chức ngày 20/05/2013 tại Hà Nội.

- Chi cục Bảo vệ thực vật Hà Nội (2014). Báo cáo tiến độ, kết quả thực hiện đề án sản xuất và tiêu thụ rau an toàn đến quý I/2014; Phương hướng và nhiệm vụ trong thời gian tới. Tháng 3/2014.
- Cục Thống kê Hà Nội (2015). Diện tích, năng suất và sản lượng rau của Hà Nội năm 2010, 2011, 2012, 2013 và 2014.
- Chính Phủ (2013). Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn.
- Denis Sautier, D., Dao, T.A., Nguyen N.M., Moustier P., Pham C.N. (2013). Enjeux de l'agriculture periurbaine et croissance urbaine a Ha Noi». In Chaléard, J.C. (coord). Métropoles aux Suds, le défi des périphéries? Paroix, Editions Karthala, p. 271-285.
- Nguyen Thi Tan Loc (2002). Le développement des magazines et des supermarchés dans la filière des légumes à Ha Noi et à Ho Chi Minh villes, Viet Nam. Memoire de Master, Montpellier: CNEARC/CIRAD, 106 pages.
- Nguyễn Thị Tân Lộc, Hoàng Việt Anh và Nguyễn Thị Hoàng Yến (2010). Thực trạng tiêu thụ rau tươi trên địa bàn thành phố Hà Nội. Tạp chí Khoa học và Công nghệ nông nghiệp Việt Nam. Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam, 5: 98-104.
- Sở Công Thương Hà Nội (2014). Báo cáo đánh giá hiện trạng mạng lưới phân phối trên địa bàn thành phố Hà Nội.
- Đỗ Kim Chung và Nguyễn Linh Trung (2015). Sự lựa chọn của người mua rau tại chợ và siêu thị trên địa bàn thành phố Hà Nội. Tạp chí Khoa học và Phát triển, 13(2): 308-315.