

HIỆU QUẢ SẢN XUẤT - TIÊU THỤ VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG RAU AN TOÀN TRÊN ĐỊA BÀN ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Lưu Thanh Đức Hải*

1. Đặt vấn đề, mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Rau được sử dụng để làm thực phẩm cùng với lương thực trong bữa ăn hàng ngày của con người. Rau là nguồn thực phẩm tươi xanh rất cần thiết cho nhu cầu dinh dưỡng của con người vì trong thành phần của rau có nhiều vitamin, chất khoáng và chất xơ. Hiện nay, cùng với sự phát triển của xã hội nhu cầu về dinh dưỡng của con người, nhu cầu về rau trong bữa ăn hàng ngày càng được nâng cao cả về số lượng và chất lượng, trong đó rau xanh là một trong những lựa chọn để đảm bảo sức khỏe của con người, cải thiện nhu cầu về đạm và vitamin.

Các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) đã và đang có nhiều thuận lợi cơ bản để đẩy nhanh sản lượng rau mà đặc biệt là rau an toàn (RAT) để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho các hộ gia đình, nhà hàng, khách sạn, quán ăn ở các trung tâm thành phố lớn. Tuy nhiên nếu đánh giá tổng quan về thực trạng sản xuất và tiêu thụ hoa màu nói chung và rau an toàn nói riêng trong giai đoạn hiện nay và phân tích triển vọng trong tương lai thì còn nhiều vấn đề cần phải giải quyết.

1) Nhu cầu rau nói chung và rau an toàn nói riêng ngày càng tăng trong khi rau sản xuất hiện nay chủ yếu theo phương thức truyền thống và do nông dân tự quyết định về qui trình canh tác, bón phân, phòng trừ sâu bệnh và sản phẩm chưa được kiểm tra, giám định chất lượng trước khi đưa đến người tiêu dùng dẫn đến nhiều trường hợp bị ngộ độc do sử dụng rau.

2) Môi trường sản xuất ở một số vùng trồng rau đang bị ảnh hưởng của nhiều loại chất thải, nước thải công nghiệp, rác sinh hoạt chưa được xử lý. Việc sử dụng bữa bãi các loại thuốc bảo vệ thực vật đã làm cho sản phẩm có chứa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt mức qui định khá cao làm tăng khả năng gây ngộ độc ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

3) Người trồng rau không biết mình sẽ bán cho ai và giá cả như thế nào. Ngược lại người tiêu dùng đi mua rau cũng rất lo lắng khi phải đối diện với nhiều nơi sản xuất rau không đủ điều kiện để đảm bảo là rau an toàn. Việc quản lý hệ thống tiêu thụ chưa tốt, nhiều thương nhân mua bán rau cố tình “mượn danh” rau an toàn để tiêu thụ rau trôi nổi không đạt tiêu chuẩn an toàn gây mất lòng tin khách hàng.

4) Làm thế nào để người trồng rau an toàn tại Đồng bằng sông Cửu Long có đầu ra ổn định là vấn đề có tính thời sự trong giai đoạn hiện nay. Làm sao để gắn kết giữa các hộ sản xuất và người tiêu thụ rau an toàn lại với nhau để họ có thể hỗ trợ cho nhau trong sản xuất, trong phân phối và trong tiêu thụ

Trước những vấn đề bất cập như vừa nêu trên, việc đầu tư nghiên cứu một cách toàn diện hệ thống sản xuất rau an toàn ở các hộ gia đình, trang trại trồng rau, phân tích cấu trúc thị trường tiêu thụ, phân tích các chính

* Lưu Thanh Đức Hải, Tiến sỹ kinh tế, Phó chủ nhiệm Khoa Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ.

sách, cơ chế điều hành kinh doanh, phân tích mối quan hệ tương tác giữa hệ thống sản xuất và tiêu thụ các loại rau đặc sản chủ yếu theo hướng phát triển toàn diện dựa trên khả năng liên kết vùng và thế mạnh của các tỉnh ĐBSCL là vấn đề hết sức cần thiết. Kết quả nghiên cứu nhằm đề xuất mô hình liên kết sản xuất – tiêu thụ RAT, hình thành chiến lược marketing thích hợp, tìm ra giải pháp tối ưu cho đầu ra của sản phẩm RAT góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ, tăng hiệu quả kinh doanh của các thương nhân, các tổ chức hiệp hội, chợ đầu mối và lợi ích cho người tiêu dùng.

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm hướng đến giải quyết các vấn đề chủ yếu sau:

- i) Phân tích thực trạng hệ thống sản xuất các loại rau đặc sản chủ yếu trong vùng theo các phương diện: quy mô, chất lượng, hiệu quả kinh tế, khả năng thích ứng đối với sự thay đổi của nhu cầu thị trường. Qua đó tổ chức lại hệ thống sản xuất rau an toàn trong vùng.
- ii) Khảo sát hệ thống tiêu thụ các loại rau an toàn trong vùng theo phương diện: cấu trúc kênh phân phối, phân tích hiệu quả của hoạt động tiêu thụ. Qua đó đề xuất mô hình liên kết sản xuất – tiêu thụ rau an toàn theo hướng phát triển toàn diện dựa trên thế mạnh của địa phương.
- iii) Đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất và tiêu thụ như: tổ chức sản xuất theo mô hình tối ưu, cải tiến mạng lưới kênh phân phối, các biện pháp xúc tiến bán hàng, hình thành các tổ chức hợp tác, hiệp hội ngành hàng để tổ chức tiêu thụ hiệu quả.

Trong nghiên cứu này chúng tôi sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể sau đây:

- Phân tích dữ liệu thứ cấp liên quan đến hoạt động sản xuất và tiêu thụ rau thuộc địa bàn các tỉnh ĐBSCL.

- Điều tra thực địa, thu thập dữ liệu sơ cấp bằng phương pháp nghiên cứu ngành hàng thông qua việc tiếp cận, phỏng vấn các

tác nhân trong ngành hàng. Số liệu được thu thập từ các địa bàn trọng điểm như An Giang, Cần Thơ, Sóc Trăng, Vĩnh Long và Tiền Giang.

- Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất và tiêu thụ: ước lượng chi phí sản xuất, chi phí marketing, biên tế marketing¹ và lợi nhuận thu được của từng thành viên tham gia trong ngành hàng.

- Phân tích cấu trúc thị trường, hệ thống kênh phân phối hiện có, phát triển hệ thống kênh phân phối “lý tưởng” nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng và hình thành kênh phân phối hiệu quả.

2. Thực trạng sản xuất rau an toàn ở ĐBSCL

2.1. Diện tích, sản lượng, năng suất và chủng loại rau chủ yếu trên các địa bàn

Trong những năm gần đây, diện tích trồng rau của đồng bằng sông Cửu Long đã tăng lên nhanh chóng. Với những lợi thế về điều kiện tự nhiên, khí hậu,... nơi đây đã trở thành vùng sản xuất rau chủ yếu của cả nước. Tuy nhiên, ngành sản xuất rau mới chỉ hướng đến phục vụ thị trường trong nước.

Tính đến năm 2007, tổng diện tích trồng rau các loại ở ĐBSCL đạt 188,5 ngàn ha, sản lượng 4.080 ngàn tấn. Do diện tích năm 2007 so với năm 2006 tăng 13,8 ngàn ha (tốc độ tăng bình quân 7,90%/năm), sản lượng 2007 so với 2006 tăng 300 ngàn tấn (tốc độ tăng bình quân tăng 7,94%/năm) nên năng suất không đổi. Nguyên nhân chủ yếu là do trong năm 2006 – 2007 các Hợp tác xã (HTX) sản xuất RAT vừa nắm bắt được khoa học kỹ thuật, vừa nâng cấp và nhân rộng mô hình trồng rau. Ngoài ra, việc trồng RAT còn được sự hỗ trợ của các ban ngành ở địa phương.

Thực trạng diện tích sản xuất RAT ở ĐBSCL là chưa đủ lớn, nơi cao nhất thuộc tỉnh Vĩnh Long chiếm 1.012 ha vào khoảng 55,2% diện tích rau của toàn vùng. Nhưng diện tích đó lại nằm rải rác, bằng chứng là diện tích tập trung là 28 ha của HTX sản

Bảng 1. Diện tích và sản lượng trồng rau an toàn của ĐBSCL qua các năm

Vùng	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	So sánh giữa năm 2006 và 2005		So sánh giữa năm 2007 và 2006	
				Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
Diện tích (1000 ha)	164,3	174,7	188,5	10,4	6,33	13,8	7,90
Sản lượng (1000 tấn)	2.732,6	3780	4.080	1.047,4	38,33	300	7,94
Năng suất (tấn/ha)	16,63	21,64	21,64	5,01	30,13	0	0

Nguồn: Tổng cục Thống kê, năm 2007.

xuất RAT Thanh Lợi – Bình Tân và của HTX sản xuất RAT Phước Hậu – Long Hồ là 175 ha. Hoạt động sản xuất nói chung vẫn còn manh mún và nhỏ lẻ, có những nơi chỉ mới dừng lại ở sản xuất của hộ gia đình, tổ sản xuất, hoặc khá hơn nữa là một số HTX. Mặt khác có những địa phương trước kia có phong trào sản xuất lâu đời và phát triển khá mạnh là An Giang (chủ yếu là TP Long Xuyên), nhưng những năm gần đây sản xuất đã bị thu hẹp, chỉ có chiều hướng phát triển trở lại khi đầu năm 2007 có 07 HTX đã được hình thành.

Hiện nay các địa phương tuy có quan tâm chỉ đạo, giúp đỡ nông dân chuyển sang canh tác RAT. Nhưng chỉ có một số nơi như TP Cần Thơ, tỉnh Tiền Giang, Long An, Vĩnh Long, An Giang là thực hiện tương đối hiệu quả, còn hầu như tại các địa phương khác ít quan tâm hoặc chỉ dừng lại ở mức thử nghiệm mô hình trên một số diện tích nhỏ.

Hộ nông dân ĐBSCL trồng rất nhiều loại rau nhưng chủ yếu chia thành 3 nhóm chính sau:

- 1) Rau ăn lá: cải xanh, cải ngọt, cải trắng, cải thìa, xà lách, rau dền, mồng tơi, tần ô, rau đay, rau muống.
- 2) Rau gia vị: Rau gia vị làm cho món ăn thêm màu sắc, hấp dẫn, lôi cuốn bởi những hương vị đặc trưng chứa trong tinh dầu thơm của nó. Rau gia vị phần lớn có chất kháng sinh thực vật có tác

dụng kìm hãm vi khuẩn phát triển. Rau gia vị ở Việt Nam có tới vài chục loại khác nhau: ngổ, mùi tàu, húng, tía tô, kinh giới, rau răm, hành, tỏi, lá lốt, diếp cá, củ riềng, củ rừng, cải cúc.

- 3) Rau khác: Cải bắp, cải bông, đậu cô ve, đậu đũa, dưa leo, khổ qua, mướp, cải củ, bầu, bí, cà chua, cà các loại, ớt.

Sản phẩm RAT tuy có đa dạng, nhưng lại mang tính chủ quan của các hộ sản xuất, chưa có hướng đi tiếp cận nhu cầu của thị trường, mặc dù sản phẩm sản xuất ra vẫn được tiêu thụ hết nhưng hiệu quả kinh tế chưa cao.

2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất rau an toàn

Việc sản xuất rau an toàn giúp nông dân sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hợp lý nên chi phí sản xuất bằng và thấp hơn so với sản xuất theo tập quán cũ. Chi phí sản xuất trung bình là 17,9 triệu đồng/vụ/ha. Trong đó, chi phí thuốc bảo vệ thực vật là 1,2 triệu đồng/ha chiếm 6,5% tổng chi phí (so với sản xuất rau thường là 11,5%). Giá thành sản xuất rau an toàn thấp hơn từ 10-15% so với rau thường do tiết kiệm từ 1/3 – 1/2 lượng phân hóa học, thay cho việc sử dụng phân hữu cơ các loại. Giảm số lần phun thuốc cho từng chủng loại rau, áp dụng biện pháp IPM hoặc các biện pháp sinh học để giảm chi phí.

Bảng 2. Một số địa bàn sản xuất rau an toàn chủ lực tại một số tỉnh ĐBSCL

Tỉnh, thành phố	Mô hình sản xuất	Diện tích (ha)	Hình thức SX	Chủng loại
1. TP Cần Thơ.		225		
- Quận Bình Thủy.	01 HTX và Tổ SX	17	Chuyên canh và xen canh.	Theo mùa: Chủ yếu là dưa hấu và rau ăn lá.
- Quận Cái Răng.	Tổ SX và SX lẻ	150	Chuyên canh và xen canh.	Xu hào, bắp cải, bí xanh, rau ăn lá
- Quận, huyện khác.	Tổ SX và SX lẻ	58	Chuyên canh và xen canh.	Rau ăn lá, gia vị, rau ăn củ, quả các loại,...
2. Tiền Giang.		494,58		
- Xã Tân Mỹ Chánh (TP Mỹ Tho)	01 HTX	85	Chuyên canh	Cải bắp, cà chua, đậu hà lan, xu hào, cải các loại.
- Xã Long Hoà (TX. Gò Công)	01 HTX	15	Chuyên canh và xen canh.	Cải các loại, đậu quả, cà chua, cải bắp, rau muống.
- Xã Thân Cửu Nghĩa (H. Châu Thành)	01 HTX	8,5	Chuyên canh	Các loại rau gia vị: mùi tàu, rau thơm và rau các loại.
- Huyện, thị khác.	Tổ SX và SX lẻ	377,08	Chuyên canh và xen canh.	Rau ăn lá, gia vị, rau ăn củ, quả các loại,...
3. Vĩnh Long.		1.012		
- TX Vĩnh Long.	Tổ SX và SX lẻ	04	Chuyên canh và xen canh.	Các loại rau muống, ngót, mồng tơi, bí...
- Huyện Long Hồ.	01 HTX Hộ nông dân	25 150	Chuyên canh và xen canh.	Su lơ, cà chua, rau muống, gia vị và cải các loại...
- Huyện Bình Tân.	01 HTX	28	Chuyên canh và xen canh.	Cà tím và cải các loại...
- Huyện, thị khác.	Tổ SX và SX lẻ	798	Chuyên canh và xen canh.	Rau ăn lá, gia vị, rau ăn củ, quả các loại,...
4. An Giang		20		
- TP. Long Xuyên	Tổ SX và SX lẻ	8	Chuyên canh và xen canh.	Bắp cải, xu hào, ngô bao tử, cải các loại...
- Huyện Chợ Mới	05 HTX và Tổ SX	10	Chuyên canh và xen canh.	Bắp cải, xu hào, ngô bao tử, cải các loại...
- Huyện khác.	01 HTX và Tổ SX	02	Chuyên canh và xen canh.	Rau ăn lá, gia vị, rau ăn củ, quả các loại,...
5. Tỉnh khác:	HTX và Tổ SX	88,3	Chuyên canh và xen canh.	Rau ăn lá, gia vị, rau ăn củ, quả các loại,...
Tổng		1.832,38		

Nguồn: Sở NN&PTNT một số tỉnh thành khu vực ĐBSCL.

Theo kết quả điều tra thực tế thì 1 ha canh tác rau an toàn đạt giá trị sản lượng bình quân 160 triệu đồng/ha/năm. Hiệu quả kinh tế sản xuất rau an toàn đạt kết quả cao hơn sản xuất rau thường từ 1,2 - 1,7 lần.

Thu nhập bình quân của các nông hộ sản xuất rau an toàn đạt từ 60-100 triệu đồng/ha/năm. Đặc biệt với mô hình sản xuất rau an toàn trong nhà lưới có thu nhập từ 150-180 triệu đồng/ha/năm.

Bảng 3. Hiệu quả của một số loại rau trồng theo qui trình an toàn ở ĐBSCL

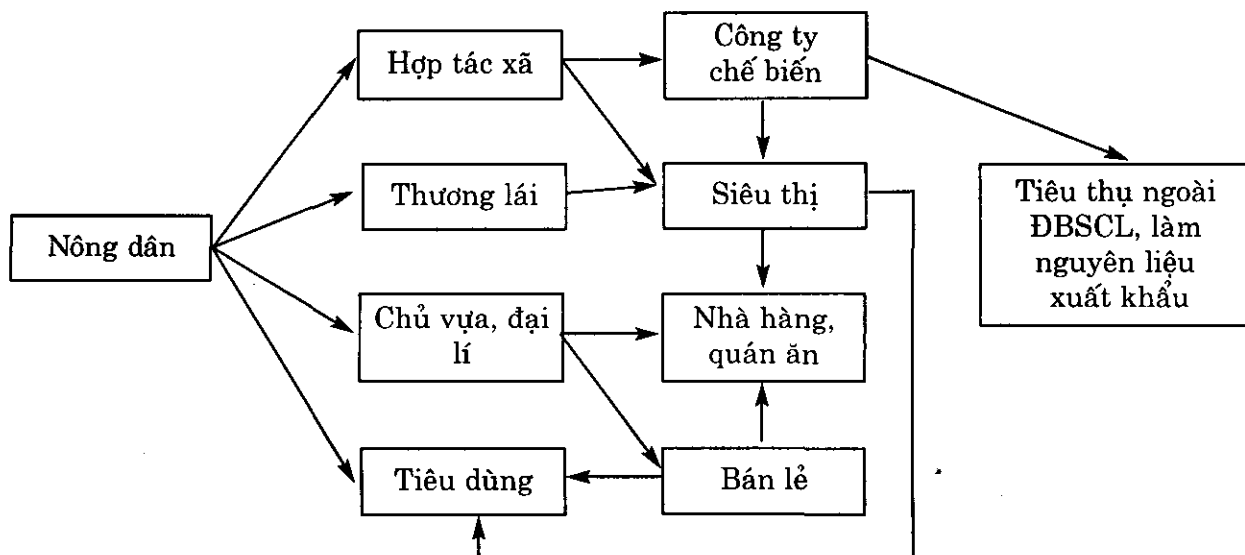
Đơn vị tính: 1.000 đồng/ha/vụ

Loại rau trồng	Tổng chi phí sản xuất	Trong đó		Tổng giá trị sản lượng	Lợi nhuận	Lợi nhuận so với rau thường
		Chi phí vật tư	Chi phí công			
Dưa leo	26.800	24.300	2.500	47.200	20.400	1.200
Rau gia vị	39.600	15.100	24.500	125.500	85.900	1.400
Cà tím	34.050	20.050	14.000	90.000	55.950	1.200
Khổ qua	55.600	23.600	32.000	94.830	39.230	1.300
Cải ngọt	3.650	2.580	1.070	14.400	10.750	1.700
Cải dớn	4.290	3.000	1.290	18.040	13.750	1.500
Cải xanh	3.800	2.750	1.050	15.200	11.400	1.400
Sà lách	17.000	6.500	10.500	33.000	16.000	1.100
Đậu Còve	21.850	12.000	9.850	41.000	19.150	1.300
Bắp cải	12.700	6.985	5.715	24.130	11.430	1.200

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2008.

3. Hệ thống kênh tiêu thụ rau an toàn.

Sơ đồ 1. Hệ thống kênh tiêu thụ rau an toàn ĐBSCL



3.1. Mô tả kênh phân phối

Rau an toàn ở ĐBSCL sau khi thu hoạch sẽ được tiêu thụ qua các kênh chủ lực như sau:

Kênh 1: Nông hộ → Thương lái → Chủ vựa/đại lí → Người bán lẻ → Người tiêu dùng.

Đây là kênh truyền thống đã hình thành từ lâu đời và chiếm khoảng 30% sản lượng rau hàng cung ứng trên thị trường.

Kênh 2: Nông hộ → Hợp tác xã → Siêu thị
(a) Nhà hàng quán ăn hoặc (b) Người tiêu dùng. Kênh này chiếm trên 50% sản lượng rau cung ứng cho thị trường.

Kênh 3: Nông hộ → Hợp tác xã → Công ty thu mua ngoài ĐBSCL → Tiêu dùng/Xuất khẩu

Đây là kênh tiêu thụ ngoài vùng ĐBSCL (kể cả làm nguyên liệu chế biến xuất khẩu). Kênh này chiếm khoảng từ 18% đến 20% lượng rau trên thị trường.

Kênh 4: Nông hộ → Người tiêu dùng.

Kênh này chủ yếu tiêu thụ ở các địa phương. Người nông dân tổ chức tiêu thụ trực tiếp tại các chợ địa phương ở huyện, xã. Lượng tiêu thụ qua kênh này chỉ khoảng 1% – 2%.

3.2. Chi phí marketing, lợi nhuận và sự phân phối giá trị tăng thêm của một số mặt hàng rau qua các kênh thị trường

Qua số liệu điều tra thực tế ở các địa bàn, Bảng 4 thể hiện chi tiết chi phí marketing và lợi nhuận của từng tác nhân trong hệ thống phân phối rau. Giá nghiên cứu là giá trung bình sản phẩm rau tại thời điểm điều tra, chi phí được tính toán là chi phí trung bình trong ngày của các tác nhân tính trên một kg sản phẩm rau điển hình. Kết quả phân tích này là những cơ sở để đánh giá những biến động về giá trên thị trường và sự phân bổ lợi nhuận qua các tác nhân.

Bảng 4. Sự thay đổi giá sản phẩm dưa leo qua từng tác nhân trong kênh phân phối

Các tác nhân trong kênh phân phối	Kênh 1		Kênh 2a				Kênh 3		Kênh 4	
			Kênh 2a		Kênh 2b					
	Giá bán (đ/kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/kg)	Tỷ lệ (%)
Giá từ nông hộ	2.500	57,5	2.800	60,9	2.800	63,6	3.550	58,2	3.600	100
Giá từ thương lái/HTX	3.100	71,3	3.500	76,1	3.500	79,5	4.550	74,6	-	-
Giá từ bán sỉ/Siêu thị	3.550	81,6	4.600	100,0	4.400	100,0	-	-	-	-
Giá từ người bán lẻ	4.350	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Giá từ công ty thu mua	-	-	-	-	-	-	6.100	100	-	-

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra trực tiếp năm 2008.

Kết quả phân tích cho thấy chi phí sản xuất chiếm tỷ lệ lớn trong cơ cấu hình thành giá (57,5% ở kênh 1; 60% đến 63% ở kênh 2; 58,2% ở kênh 3), mức biến động tăng giá chủ yếu do chi phí marketing diễn ra ở giao dịch

giữa thương lái, bán sỉ, siêu thị và người bán lẻ (42,5% ở kênh 1, khoảng 40% ở kênh 2 và 41,8% ở kênh 3).

Trong kênh tiêu thụ thì chi phí marketing của thương lái là cao hơn người bán lẻ.

Do vậy lợi nhuận thu được của thương lái trên đơn vị sản phẩm kinh doanh luôn thấp hơn hộ mua bán lẻ. Tuy nhiên tổng lợi nhuận thu được hàng ngày thì cao hơn do khối lượng rau mua bán của thương lái khá lớn dao động từ 250- 400kg/ngày tùy địa bàn. Số liệu thống kê cũng cho thấy đối với các công ty chế biến, hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ rau có chi phí thành lập, chi phí hoạt động là rất cao, do đó tỷ suất lợi nhuận/chí phí cũng cao. Đối với thương lái và đại lý có chi phí thấp hơn, giá bán luôn thay đổi, nhưng tỷ suất lợi nhuận/chí phí là rất cao. Lợi nhuận của thương lái bán cho người bán lẻ thấp hơn bán trực tiếp cho người tiêu dùng (200 đồng/kg so với 400 đồng/kg). Chi phí của người bán lẻ tương đối thấp, nên tỷ suất lợi nhuận/chí phí cao.

Kết quả điều tra thực tế cũng cho thấy trong kênh tiêu thụ rau không có sự tập trung lợi ích quá lớn vào một nhóm tác nhân nào. Mức giá bán ra của nông dân và các trung gian trong kênh phân phối phụ thuộc hoàn toàn vào quan hệ cung cầu thị trường. Nếu giá bán rau trên thị trường thay đổi thì các thành viên trong kênh có khả năng điều chỉnh mức giá mua thấp xuống hoặc cao hơn tùy theo sự biến động. Các kênh thông tin không chính thức trên thị trường tự do có thể giúp cho mặt bằng giá giữa các vùng sản xuất giữ ở mức cân bằng.

4. Giải pháp phát triển rau an toàn

Qua kết quả nghiên cứu, nhằm tạo động lực thúc đẩy hệ thống sản xuất và tiêu thụ RAT phát triển trong tương lai, chúng ta cần phối hợp thực hiện đồng bộ các giải pháp sau đây.

- Trước hết cần thực hiện các giải pháp liên quan đến tổ chức sản xuất, trong đó phải ưu tiên cho khâu kiểm tra, thẩm định để cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất RAT cho các nông hộ, trang trại, HTX. Chi cục Bảo vệ thực vật trực tiếp thẩm định các điều kiện qui định về đất, nước tưới, địa bàn canh tác rồi trình Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn xét cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất rau an toàn. Trước khi tiến hành sản xuất, các cá nhân,

tổ chức sản xuất rau an toàn phải công bố tiêu chuẩn chất lượng theo qui định tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa. Nên xây dựng chương trình nghiên cứu ứng dụng cơ giới hóa từ khâu làm đất, tưới tiêu, gieo trồng, bón phân, phun thuốc bảo vệ thực vật, thu hoạch, sơ chế, đóng gói, bảo quản sản phẩm. Nghiên cứu ứng dụng công nghệ plastic các dụng cụ sử dụng trong ngành rau như cắm chà, dây cột, màng phủ, lưới, khay đựng, nhà trồng rau phù hợp cho từng loại rau.

- Giải pháp tiếp theo liên quan đến việc xây dựng mô hình hợp tác sản xuất. Các địa phương cần quan tâm xây dựng các tổ hợp tác sản xuất tại các vùng trọng điểm sản xuất rau an toàn. Mỗi địa bàn nên hình thành từ 1 - 2 tổ hợp tác sản xuất có ban điều hành, điều lệ, qui chế hoạt động. Chi cục quản lý HTX ở địa phương cần giúp đỡ, hướng dẫn các tổ hợp tác xây dựng kế hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, tổ chức giám sát thực hiện qui trình sản xuất, đảm bảo chất lượng sản phẩm khi thu hoạch.

- Về đầu ra của sản phẩm, cần có các giải pháp tích cực tổ chức hệ thống tiêu thụ, bảo đảm đầu ra ổn định, liên tục. Trước mắt nên chú ý kênh tiêu thụ tại chỗ thông qua hệ thống chợ địa phương và xây dựng kênh tiêu thụ RAT tại các chợ trong tỉnh. Đồng thời, cần quan tâm xây dựng các quầy hàng kinh doanh RAT ở các chợ trên địa bàn, tại các khu dân cư tập trung. Ở các quầy kinh doanh RAT cần trang bị kho chứa sản phẩm, quầy bán và các vật dụng cần thiết khác bảo đảm các yêu cầu về vệ sinh môi trường và an toàn thực phẩm. Có thể triển khai ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các bếp ăn tập thể của khu công nghiệp, cơ quan, trường học trên địa bàn, các doanh nghiệp kinh doanh rau an toàn ở thành phố Hồ Chí Minh và hệ thống siêu thị.

- Về hoạt động Marketing, cần đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, quan tâm xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu RAT độc quyền, tạo lòng tin với người tiêu dùng. Đẩy mạnh thông tin tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng: báo, đài truyền hình và phát thanh để giới thiệu

năng lực sản xuất và chủng loại sản phẩm rau của các tổ, HTX sản xuất với các doanh nghiệp, bếp ăn tập thể, trường học. Tích cực tham gia các phiên chợ rau an toàn, hội chợ nông nghiệp tại tỉnh và khu vực để giới thiệu sản phẩm. Xây dựng kênh bán sỉ và lẻ tại các chợ đầu mối, các chợ trong tỉnh để tiếp thị trực tiếp với người tiêu dùng. Hỗ trợ xây dựng Website cho các tổ hợp tác, HTX rau an toàn đạt chất lượng nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm.

- Giải pháp cuối cùng liên quan đến hoạt động tuyên truyền trong cộng đồng dân cư về lợi ích của việc sử dụng RAT. Cần phối hợp với các ban ngành địa phương xây dựng chương trình vận động, tuyên truyền nâng cao ý thức sử dụng RAT rộng rãi trong người dân vì sức khỏe cộng đồng thông qua các phương tiện thông tin, hội thảo, hội chợ. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chi Cục Bảo Vệ Thực Vật tỉnh Sóc Trăng năm (2005), *Chương trình sản xuất rau an toàn tỉnh Sóc Trăng năm 1998 – 2004*, Báo cáo kết quả tổng hợp tại Hội nghị sản xuất nông nghiệp và phát triển nông thôn Tỉnh Sóc Trăng năm 2005.

- Bảng báo cáo tổng kết năm của các Hợp tác xã rau an toàn Tỉnh Tiền Giang.
- Báo cáo tổng kết dự án Cung ứng giống và chuyển giao khoa học công nghệ phát triển RAT, sản xuất nấm rơm Tỉnh Vĩnh Long năm 2004, 2005, 2006.*
- Đào Thế Anh, Hồ Thanh Sơn (2006), *Phân tích ngành hàng rau an toàn tại Thành phố Hà Nội*, Chương trình hợp tác nghiên cứu của Tổ chức GTZ; Metro Vietnam và Bộ Thương Mại.
- Đào Thế Anh, Đào Đức Huân, Đặng Đức Chiến (2005), *Phân tích ngành hàng rau tại Tỉnh Vĩnh Phúc*, Chương trình hợp tác nghiên cứu của Tổ chức GTZ; Metro Vietnam và Bộ Thương Mại.
- Hứa Thị Thía (2006), *Thực trạng và giải pháp tiêu thụ hoa màu Huyện Chợ Mới Tỉnh An Giang*. Báo cáo Hội nghị nghiên cứu khoa học Tỉnh An Giang.
- Lưu Thanh Đức Hải (2008), *Nghiên cứu đề xuất mô hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn theo hướng liên kết vùng tại DBSCL*, Đề tài nghiên cứu trọng điểm của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- Nguyễn Phạm Thanh Nam, Trương Chí Tiến, Lưu Thanh Đức Hải (2007), *Cấu trúc thị trường và hệ thống tiêu thụ trái cây DBSCL*. Tuyển tập các đề tài liên kết Chương trình NPT Hà Lan, Nhà xuất bản Giáo dục.
- Sở Nông Nghiệp Và PTNT Sóc Trăng, Chi Cục Bảo Vệ Thực Vật, (2007), *Báo Cáo tình hình sản xuất nông nghiệp và sản xuất rau màu trên địa bàn Tỉnh Sóc Trăng 2005, 2006, 2007.*

- 1 Biên tế Marketing được tính bằng giá trị chênh lệch giữa giá bán ra và giá mua vào