

CHẾ ĐỘ ĂN UỐNG Ở MÔNG PHỤ*

NGUYỄN ĐỨC TRUYỀN

Bài viết này sẽ trình bày những kết quả nghiên cứu, được rút ra từ một nghiên cứu về “Những tác động qua lại giữa hệ thống sản xuất nông nghiệp và chế độ ăn uống ở một vùng ngoại thành Hà Nội, giai đoạn 1993-2002” (1). Lý do của sự lựa chọn chủ đề nghiên cứu này nảy sinh từ một giả thuyết nghiên cứu cho rằng hệ thống sản xuất nông nghiệp và chế độ ăn uống của người nông dân luôn có sự tác động qua lại với nhau. Kinh tế nông dân, về căn bản, là một hệ thống tự cung tự cấp (auto-consumption), cho dù người nông dân không chỉ sản xuất để tự nuôi sống mình mà còn để trao đổi với thị trường xung quanh nơi họ sống. Hệ thống tự cung tự cấp này giả định một mối liên hệ chặt chẽ giữa cái được sản xuất ra với cái được tiêu dùng, tức là giữa hệ thống nông nghiệp và chế độ ăn uống.

Sự tương ứng giữa hai yếu tố trên có thể được duy trì ổn định trong những quãng thời gian dài rồi nhanh chóng biến đổi sang những dạng tương ứng khác. Sự xuất hiện những sản phẩm mới trong sản xuất nông nghiệp thường bổ sung những loại thực phẩm mới cho chế độ ăn uống truyền thống và sự cải thiện chế độ ăn uống cũng thường đẩy tới những hoạt động sản xuất mới (Henri Mendras, 1976). Giai đoạn nghiên cứu 1993-2002 được lựa chọn, vì đó là thời kỳ đổi mới kinh tế-xã hội của Việt Nam. Trong suốt giai đoạn này, hệ thống nông nghiệp Việt Nam trải qua những biến đổi sâu sắc trên các lĩnh vực cơ bản là sản xuất và phân phối nên tất yếu có những tác động đến tiêu dùng.

Để tìm hiểu mối liên hệ giữa các sản phẩm nông nghiệp do người dân Mông Phụ sản xuất ra và những sản phẩm mà họ tiêu dùng, trong thời kỳ 1992 và 2003, chúng tôi đã đưa ra một

danh sách gồm 60 sản phẩm thường xuyên có mặt tại địa phương vào thời điểm điều tra, các hộ được hỏi được yêu cầu nhớ lại và cho biết là trong khoảng thời gian đó, họ có sản xuất hay tiêu dùng các sản phẩm đó hay không? Và nếu có thì xu hướng của chúng như thế nào? Các thông tin định lượng thu được, sẽ được kết hợp với các thông tin định tính của cuộc điều tra trên để có thể xác minh giả thuyết đã nêu ở trên, đồng thời cho phép mở rộng sự hiểu biết của chúng ta về chế độ ăn uống của người nông dân ven đô thị Việt Nam cũng như những vấn đề của nó, trong thời kỳ đổi mới.

I. Biến đổi của hệ thống sản xuất nông nghiệp

a. Sự thu hẹp diện tích canh tác, xu hướng thâm canh và đa dạng hoá nông nghiệp ở Mông Phụ

Mông Phụ là một làng ven đô của thị xã Sơn Tây. Sự thu hẹp diện tích canh tác ở đây không chỉ do gia tăng dân số mà còn do quá trình đô thị hoá đã điều chỉnh một phần diện tích đất nông nghiệp sang diện tích đất xây dựng hay công nghiệp. Năm 1988, số dân của làng là 1285 người và 329 hộ. Đến năm 2001, số dân đã tăng lên thành 1525 người và 370 hộ, trong khi đó diện tích tự nhiên của làng vẫn là 1.070.000 m². Chỉ trong vòng 13 năm, dân số của làng đã tăng 19% và diện tích canh tác thực tế đã giảm 28%. (2)

Để bù lại sự thu hẹp diện tích canh tác, các mảnh ruộng được thâm canh tăng vụ, từ một vụ sang hai vụ lúa một năm. Canh tác rau màu cũng không ngừng được tăng vụ, từ một vụ sang hai, ba vụ một năm. Tổng diện tích của đất canh tác và đất tăng vụ, do đó tăng tới 53%. (3)

Bên cạnh sự gia tăng dân số, quá trình phát triển sản xuất và giải phóng thị trường cũng làm cho những nhu cầu tiêu dùng và trao đổi tăng cả về số lượng và các loại sản phẩm. Sự gia tăng của những nhu cầu mới này, trong những điều kiện sinh thái và kĩ thuật cho phép đã làm thay đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp

địa phương. Bảng 1 dưới đây cho thấy, người dân Mông Phụ, một mặt vẫn tìm cách duy trì và nâng cao sản lượng lúa và màu bình quân đầu người hàng năm, một mặt tập trung tăng mạnh sản lượng rau nhằm phát huy lợi thế sản xuất hàng hoá của một vùng ven đô.

Bảng 1. Hiệu quả sản xuất nông nghiệp thời kỳ 1993-2002 ở Mông Phụ

Tăng trưởng sản xuất thời kỳ 1992 và 2002 (kg)				
Cây trồng	Bình quân hộ 1992	Bình quân hộ 2002	Biến đổi	%
Lúa	1441.7	1482.1	41.1	3.0
Cây màu (đỗ, lạc, khoai lang)	131.1	132.1	1	0.7
Rau (cải bẹ, cải củ và rau muống)	101.1	118.1	17.2	17

b. Sự giảm sút tỷ trọng của thu nhập từ nông nghiệp và mở rộng các nguồn thu nhập phi nông nghiệp trong kinh tế hộ gia đình

Trong hệ thống sản xuất nông nghiệp Việt Nam trước đổi mới, chăn nuôi chủ yếu cung cấp phân hữu cơ hỗ trợ cho sản xuất nông nghiệp, đồng thời tận dụng các nguồn chất thải sinh hoạt gia đình. Từ sau đổi mới, chăn nuôi không chỉ là một yếu tố thúc đẩy sự phát triển của sản xuất nông nghiệp mà còn trở thành một hoạt động độc lập với nông nghiệp

và một nguồn thu nhập chính trong kinh tế hộ gia đình. Sau 10 năm, thu nhập trung bình hàng năm của các hộ ở đây đã tăng gấp đôi, thu nhập từ chăn nuôi lên tới 37% (bảng 2). Cùng với chăn nuôi, các hoạt động kinh tế phi nông nghiệp cũng đóng góp một phần quan trọng trong cơ cấu thu nhập gia đình, đưa thu nhập của sản xuất nông nghiệp từ vị trí chủ yếu xuống vị trí thứ yếu. Thu nhập từ lúa và màu chỉ còn chiếm khoảng 23%, trong khi thu nhập từ chăn nuôi và nghề phụ chiếm tới 77% (bảng 2.).

Bảng 2. Tỷ trọng của thu nhập từ chăn nuôi trên tổng thu nhập gia đình, 1993-2002 (4)

Năm	Thu nhập từ chăn nuôi gia đình và % trên tổng thu nhập		Tổng thu nhập
	triệu đồng	%	triệu đồng
1992	2.4	35	6.9
2002	5.0	37	13.5

Do có sự thay đổi vị trí của sản xuất nông nghiệp, sản xuất nông nghiệp ở Mông Phụ chỉ còn đảm nhiệm chức năng đáp ứng tối đa nhu cầu tự cung tự cấp của các hộ nông dân. Khi sản xuất nông nghiệp chỉ còn là một nguồn thu thứ yếu, nó chỉ đảm bảo phần lương thực phẩm tự cung tự cấp chủ yếu nhất trong

gia đình. Các nguồn thu bằng tiền, từ chăn nuôi và các hoạt động phi nông, được dành cho các khoản chi không cơ bản, hay ngoài ăn uống. Trong bảng 3 dưới đây, tỷ lệ thu nhập từ nông nghiệp chiếm khoảng 27,5% thu nhập gia đình. Điều này có thể trùng hợp với nhận định của các nhà kinh tế khi cho rằng

tỷ lệ tự cung tự cấp trong nông thôn chiếm khoảng 30% tổng chi phí tiêu dùng của họ. Chúng ta có thể kiểm định giả thuyết này qua phần trình bày dưới đây về cơ cấu các sản phẩm nông nghiệp ở Mông Phụ.

Bảng 3. Cơ cấu thu nhập của các hộ ở Mông Phụ năm 2002 (5)

(đơn vị: 1.000. 000 VND)

Thu nhập từ lúa	%	Thu nhập từ cây màu	%	Thu nhập từ chăn nuôi	%	Thu nhập phi nông	%	Tổng thu nhập
3,0	22.3	0.7	5.18	5,0	37	4.8	35.5	13.5

C. Sự lựa chọn các sản phẩm trong sản xuất nông nghiệp ở Mông Phụ, thời kỳ 1993-2002

Do những khó khăn trong điều kiện sản xuất nông nghiệp, sự lựa chọn các sản phẩm cho sản xuất nông nghiệp gia đình trở thành một xu thế chung nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu tự cung tự cấp trong gia đình và đem lại hiệu quả kinh tế trên thị trường.

Trong số 60 sản phẩm được nêu ra trong các phiếu phỏng vấn, sản xuất nông nghiệp

của những người dân Mông Phụ tập trung vào 16 sản phẩm (26%), được trình bày trong bảng 4 dưới đây. Để xác nhận rằng các sản phẩm nào đó được người dân ở đây lựa chọn thay vì canh tác một cách ngẫu nhiên, chúng phải được ít nhất từ 5 hộ sản xuất trở lên (nhóm 5- 9 hộ). Các sản phẩm được nhiều hộ sản xuất sẽ được coi là vị trí cao hơn trong trật tự - ưu tiên, như các sản phẩm thuộc các nhóm ‘ 10-19 hộ’ , ‘ 20-29 hộ’ , nhóm đông nhất, từ ‘ 30 đến 39’ hay ‘ 40 hộ’ .

Bảng 4. Các sản phẩm nông nghiệp theo số hộ sản xuất thời kỳ 1993-2002

Thứ tự	Sản phẩm	Phân bố các sản phẩm nông nghiệp theo số hộ sản xuất 1993-2002									
		5-9 hộ		10-19 hộ		20-29 hộ		30-39 hộ		40 hộ	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Lúa							39	39		
02	Khoai lang				16			33			
03	Ngô			10	0						
04	Sắn		9	17							
05	Rau muống					27	25				
06	Rau cải						22	30			
07	Củ cải					29	22				
08	Đậu					25	21				
09	Lợn							38	34		
10	Gà							37	39		

11	Vịt		9	11						
12	Cá sông	6	6							
13	Trứng						32	32		
14	Lạc								40	40
15	Bánh bột						33	32		
16	Kẹo mạch nha		9	12						

Trong số 16 sản phẩm được lựa chọn trong giai đoạn 1993-2002, chúng ta có ba nhóm sản phẩm với một trật tự ưu tiên từ cao xuống thấp như sau:

- 6 sản phẩm có nhiều hộ sản xuất nhất là: cá, lạc, trứng, thịt, gạo và bánh bột.

- 5 sản phẩm có số hộ sản xuất trung bình: rau muống, rau cải, củ cải, các loại đậu và khoai lang.

- 5 sản phẩm có số hộ sản xuất ít nhất là: sắn, ngó vịt, cốm và kẹo.

Trật tự ưu tiên của các sản phẩm trên đây được xác định thông qua trật tự của các nhóm có số các hộ tham gia sản xuất theo từng sản phẩm. Để giải thích trật tự ưu tiên trên đây của các sản phẩm được sản xuất tại địa phương, bằng quan sát trực tiếp, chúng ta có thể phải đưa ra 2 yếu tố sau đây: Trước hết là giá trị thương mại trên thị trường của các sản phẩm (lô gích thị trường) là yếu tố ảnh hưởng tới sự lựa chọn của chúng. Hai là giá trị sử dụng của các sản phẩm, đem lại sự tiện lợi, sự yên tâm cho người tiêu dùng, phù hợp với tập quán canh tác và tiêu dùng của họ (lô gích tự cung tự cấp). Ba là sự sử dụng các sản phẩm cho chăn nuôi gia đình.

Dựa vào yếu tố giá trị thương mại của các sản phẩm trên thị trường, chúng ta có thể giải thích vị trí ưu tiên của các sản phẩm chăn nuôi trong nhóm thứ nhất, nhưng không thể giải thích vì sao một số sản phẩm chăn nuôi lại bị xếp trong nhóm thứ ba cho dù giá trị thương

phẩm của chúng không hề thua kém các sản phẩm trong nhóm thứ nhất. Vì thế sự can thiệp của yếu tố tập quán sản xuất gắn với tập quán tiêu dùng của người dân địa phương có thể giúp trả lời cho câu hỏi vừa nêu. Chăn nuôi cá và vịt chỉ mới được chú ý trong những năm gần đây. Việc trồng ngô và sắn cũng vậy, do cuộc sống được cải thiện, người ta không còn phải ăn ngô hay sắn thay cơm như trước nên không muốn trồng các sản phẩm này nữa, mà tập trung vào trồng lúa và các sản phẩm có giá trị thương mại cao hơn. Với các sản phẩm nông nghiệp thuần túy như lúa, ngô, khoai sắn và các loại rau đậu, sự khác biệt trong tập quán canh tác của chúng, chủ yếu là do thói quen tiêu dùng và sự tiện lợi của các sản phẩm. Gạo thường được coi là loại sản phẩm đứng đầu trong nhóm các sản phẩm ngũ cốc. Tuy nhiên việc phát triển các sản phẩm có lợi thế trên thị trường và trong tiêu dùng bên cạnh việc duy trì các sản phẩm có giá trị tiêu dùng và thương mại thấp như sắn, đậu, khoai lang, cho dù ở mức độ hạn chế có thể có những mục đích trung gian khác như để chăn nuôi, để bán là điều chúng ta cần xác minh.

II. Sản xuất nông nghiệp và chế độ ăn uống ở Mông Phụ

Trên cơ sở các sản phẩm nông nghiệp và chăn nuôi địa phương được thể hiện ở đây, chúng ta có thể hình dung một chế độ ăn uống của người nông dân Mông Phụ chủ yếu dựa vào khả năng sản xuất tại chỗ của họ.

Tuy nhiên trong một nền kinh tế thị trường như ở Việt Nam từ sau 1993, người nông dân hoàn toàn có thể dựa vào các nguồn thực phẩm được cung cấp trên thị trường để tạo cho mình một chế độ ăn uống phù hợp. Tất nhiên là khi điều kiện sản xuất nông nghiệp bị hạn chế, phần tự cung tự cấp của người nông dân bị thu hẹp, phần thực phẩm mua của họ sẽ phải tăng lên. Nếu các nguồn thu nhập bằng tiền không có khả năng đáp ứng các khoản chi mới, sở thích ăn uống của họ sẽ rất khó thực hiện. Chế độ ăn uống của người nông dân vì thế không chỉ bị chi phối bởi cơ cấu sản xuất nông nghiệp mà còn bị chi phối bởi khả năng cải thiện các nguồn thu nhập của họ cũng như khả năng cung cấp thực phẩm của thị trường.

Chế độ ăn uống của người Việt Nam, theo một quan niệm chung và truyền thống, luôn được đồng nhất với các bữa cơm (hay bữa ăn) hàng ngày. Từ “cơm” luôn đi kèm với từ “bữa” để ám chỉ rằng, cơm là món ăn chính nếu không phải là món ăn duy nhất trong các bữa ăn (chế độ ăn uống) hàng ngày của họ. Trong các nghiên cứu về chế độ ăn uống của người Việt Nam, Nelly Krowolski đưa ra nhận xét: “Bữa cơm Việt nam, từ Bắc đến Nam, trong mọi tầng lớp dân cư, được tóm gọn ở hai yếu tố: cơm, là thức ăn chính, và thức ăn bổ sung cho nó, là thức ăn phụ. Cơm, theo diễn giải, là thứ nuôi sống con người, các món ăn phụ, là những thứ bổ trợ, những thứ làm cho người ta cảm thấy ngon miệng khi ăn cơm.96)” Từ quan niệm trên về bữa ăn của người Việt Nam, chúng ta hiểu vị trí trung tâm của cơm trong bữa ăn, trong chế độ ăn uống của họ và của lúa trong hệ thống sản xuất nông nghiệp Việt Nam.

Trong cơ cấu bữa ăn hay chế độ ăn uống của người Việt Nam, mỗi bữa cơm thông thường, ngoài cơm là thức ăn chính, còn có 4 món phụ hay bổ sung, vì chúng giúp cho người ăn có thể “nuốt trôi” phần cơm (không

phải bao giờ cũng đ-ợc nấu bằng gạo) của mình (7).

Bốn món phụ gồm tr-ớc hết là các món “mắm” hay “muối”, có độ đậm thực vật hay động vật nhất định, nh- ng chủ yếu là độ mặn cao để có thể ăn và bảo quản quanh năm nh- : “muối vừng, muối lạc, mắm cá, mắm tôm, mắm cua, mắm cáy, t-ơng” . Món thứ hai là “rau” các loại để ăn sống, luộc chín, hay xào với dầu mỡ hay thịt. Món thứ ba là “canh” với nhiều cách nấu và có nhiều thành phần dinh d-ỡng khác nhau. Canh rau chỉ là biến thể của rau, nh- ng canh hải sản, thịt lại là biến thể của các loại thức ăn động vật hay bổ sung các yếu tố động vật trong bữa ăn. Món thứ t- là các “món nấu” chủ yếu là các loại thịt, cá, tôm, trứng., th- ờng là giàu chất mỡ hay chất đạm. Bữa cơm rau mắm không có thịt cá, chính là đặc tr- ng của chế độ ăn uống của người nông dân Việt Nam tr- ớc thời kỳ đổi mới. Nelly Krwolskie đã có một nhận định đúng khi cho rằng cốt lõi của bữa ăn Việt Nam là “cơm-mắm”, “cơm-mắm – rau” rồi mới đến “cơm - mắm -rau-canh (cá,thịt)” và “cơm - mắm – rau – canh - món nấu” .

Trong chế độ ăn uống của người Việt Nam, có hai chế độ ăn uống chủ yếu là “chế độ ăn hàng ngày” và “chế độ ăn ngày tết”. Đối nghịch với chế độ hay bữa ăn hàng ngày là chế độ ăn ngày tết hay các “bữa cỗ”. Nếu trong bữa ăn hàng ngày, cơm là trung tâm và các món phụ chủ yếu là rau và mắm hay chỉ có canh rau (không thịt, cá) thì trong bữa cỗ, các món ăn có thịt hay món nhắm (món nhậu) và r- ợu trở nên có vai trò chính, cơm chỉ có vị trí của một món ăn phụ (8).

Đối với người dân Mông Phụ, trước thời kỳ đổi mới, quan niệm về bữa ăn cũng như thực tiễn ăn uống của họ luôn khẳng định quan niệm về bữa ăn của người Việt Nam. Nhưng từ sau đổi mới, nhất là từ sau 1993, những thay đổi của nền kinh tế đã có tác động mạnh

mẽ đến sản xuất, thu nhập của người dân và qua đó, đến chế độ ăn uống của họ.

Con số các thực phẩm tiêu dùng của người dân Mông Phụ trong giai đoạn 1993-2002, qua cuộc điều tra của chúng tôi vào tháng 7/2003, đã xác minh nhận định trên. Trong cuộc điều tra này, con số các sản phẩm được tiêu dùng ở Mông Phụ, đã vượt xa con số (gấp 3,2 lần) các sản phẩm do họ sản xuất, đã nêu ở phần trên. Chúng tôi đã ghi nhận được 49/60 sản phẩm có số hộ tiêu dùng thường xuyên (từ 5 hộ trở lên, như cách đọc số liệu các sản phẩm được sản xuất ở trên).

Trong số 49 sản phẩm được tiêu dùng rộng rãi ở Mông Phụ, không chỉ có các sản phẩm hiện đang được người dân ở đây sản

xuất, mà còn có cả các sản phẩm hiện nay họ không sản xuất nữa hay rất ít người sản xuất như “tương”, “mì gạo”, mà còn có cả các sản phẩm nông nghiệp, các sản phẩm chế biến của các vùng khác, được bán trên thị trường và các sản phẩm công nghiệp.

Trật tự ưu tiên của ba nhóm sản phẩm tiêu dùng như sau:

- Nhóm sản phẩm có số hộ tiêu dùng cao nhất (cột từ 30 đến 40 hộ): 32 sản phẩm.
- Nhóm sản phẩm có số hộ tiêu dùng trung bình (cột từ 10 đến 29 hộ): 14 sản phẩm
- Nhóm sản phẩm có số hộ tiêu dùng thấp nhất (cột từ 5 đến 9 hộ): 3 sản phẩm.

1. Nhóm sản phẩm có số hộ tiêu dùng cao nhất

Bảng 5. Sản phẩm tiêu dùng - ưu tiên của người dân Mông Phụ, thị trấn 1993-2002

	Sản phẩm tiêu dùng - ưu tiên	Sản phẩm theo nhóm hộ tiêu dùng									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Gạo*									40	40
02	Xúp lơ							35	35		
03	Bắp cải							36	36		
04	Xu hào							38	38		
05	Rau muống**								35	40	
06	Rau cải**							39			40
07	Khoai tây							37	36		
08	Cà chua							37	37		
09	Cải củ**							39	37		
10	D- a hấu							36	37		
11	Quýt							38	38		
12	Dứa							37	35		
13	B- ởi							38	37		
14	Chuối							38	39		

15	Cam							39	38		
16	Thịt lợn*									40	40
17	Gà*									40	40
18	Cá sông***									40	40
19	Trứng*									40	40
20	Mỡ lợn									40	40
21	Giò							35	36		
22	Lạc*									40	40
23	Đậu phụ									40	40
24	N- ốc mắt									40	40
25	R- ọu trắng							31	31		
26	Chè							39	39		
27	Mì gạo									40	40
28	Mì ăn liền									40	40
29	Mì chính									40	40
30	Bánh bột gạo*							39	38		
31	Kẹo***							35	35		

Trong số 31 sản phẩm có số ng-ời tiêu dùng cao nhất này, chúng ta thấy có mặt 11/31 (35%) sản phẩm đ-ợc sản xuất tại Mông Phụ (*), bao gồm 6 sản phẩm của nhóm có nhiều hộ sản xuất nhất (9), 3 sản phẩm (***) có số ng-ời sản xuất ở nhóm thứ hai (10) và 2 sản phẩm(***) có số ng-ời sản xuất thuộc nhóm thứ ba. Nh- thế có thể nói rằng đã có tới 68% (11/16) các sản phẩm sản xuất tại địa ph-ơng thuộc các sản phẩm tiêu dùng đ-ợc nhiều ng-ời - a thích nhất. Chỉ có 5 sản phẩm sản xuất tại địa ph-ơng là “ đậu, ngô, sắn, vệt và khoai lang” không nằm trong số các sản phẩm đ-ợc -u tiên tiêu dùng này mà nằm trong danh sách các sản phẩm tiêu dùng bình th-ờng hay hạn chế.

Nếu so sánh tổng số các sản phẩm đ-ợc sản xuất với tổng số các sản phẩm đ-ợc tiêu

dùng ở địa ph-ơng, chỉ có 1 sản phẩm (ngô) không còn đ-ợc ng-ời dân tiêu dùng với t-cách là thực phẩm vào năm 2002. Nói cho đúng ra thì ngô vẫn còn đ-ợc trồng vào năm 1992, nh- ng vào năm 2002 thì không còn ai trồng. Còn lại là 94% các sản phẩm đều thuộc danh sách các thực phẩm đ-ợc tiêu dùng tại địa ph-ơng. Có nghĩa là các sản phẩm đ-ợc sản xuất ở Mông Phụ đều là sản phẩm đ-ợc tiêu dùng tại chỗ hay tự cung tự cấp.

Cũng trong nhóm sản phẩm đ-ợc tiêu dùng -u tiên này, cơ cấu bữa ăn đã đ-ợc thể hiện đầy đủ chủ yếu bằng các sản phẩm địa ph-ơng nh- : cơm (gạo, sắn, ngô), mắm (muối lạc, mắm cá), rau (rau muống, rau cải, củ cải, đậu), món nấu (lợn, gà, vệt, cá sông, trứng). Chỉ trong món mắm, sản phẩm t-ơng truyền thống ở đây đã đ-ợc thay thế bằng mắm cá

vốn không phải là sản phẩm địa phương, còn muối lạc vẫn là món ăn truyền thống của vùng này.

Vì thế có thể nói rằng sản xuất nông nghiệp ở Mông Phụ, thời kỳ 1992 - 2002, chủ yếu vẫn

nhằm thoả mãn nhu cầu tự cung tự cấp trong tiêu dùng thực phẩm, dù rằng nó chỉ đáp ứng một phần rất hạn chế (32%, hay 16/49) số sản phẩm tiêu dùng của người dân ở đây.

2. Nhóm thực phẩm cơ sở tiêu dùng trung bình

Bảng 6. Sản phẩm tiêu dùng bình thường của người dân Mông Phụ, thời kỳ 1993-2002

	Sản phẩm Tiêu dùng	Sản phẩm theo nhóm hộ tiêu dùng										
		0-9		10-19		20-29		30-39		40		
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03	
01	Khoai lang				14	29						
02	Khoai sọ					26	24					
03	D- a gang					27	28					
04	D- a chuột						28	33				
05	D- a lê					22	28					
06	D- a bở					21	20					
07	Đậu						28	30				
08	Bò			18	15							
09	Vịt					29	28					
10	Sữa hộp					22	21					
11	Cá biển			17	16							
12	Dầu thực vật			12	18							
13	Bia					23	25					
14	Mía					25	21					
15	Cà phê					20	20					

Trong nhóm sản phẩm có số người tiêu dùng trung bình này, chủ yếu là các sản phẩm bổ sung hay thay thế cho các sản phẩm tiêu dùng quen thuộc của địa phương. Hai sản phẩm truyền thống của địa phương là đậu và khoai lang có mặt trong nhóm các sản phẩm phụ này ám chỉ chúng không còn quan trọng trong chế độ ăn uống ở đây, vì khẩu phần gạo trong bữa ăn không còn nguy cơ thiếu hụt nh-

tr- ớc nữa. Có lẽ vì thế, sự giảm sút số hộ tiêu dùng của hai sản phẩm này, cũng xảy ra đồng thời với sự giảm sút số hộ canh tác của chúng trong bảng các sản phẩm đ- ợc sản xuất trong giai đoạn 1993-2002.

Các sản phẩm khác trong bảng này thể hiện xu hướng của người dân ở đây muốn đa dạng hóa hay mở rộng nguồn thực phẩm địa phương. Tuy nhiên, khi mức sống người dân ở

đây vẫn còn khó khăn, các sản phẩm này vẫn ch- a có tầm quan trọng thực sự đối với họ. Các món ăn giàu dinh d- ỡng nh- : “ thịt bò, thịt vịt, sữa hộp, cá biển, dầu thực vật” cũng có mặt ở đây vì cơ cấu bữa ăn của ng- ời dân địa ph- ơng đã có những sản phẩm do họ tự sản xuất rẻ hơn, chủ động hơn và quen thuộc hơn. Các món “ rau, đậu” cũng vậy. Nhất là các đồ uống mới chỉ đ- ợc sử dụng trong những nhóm và tr- ờng hợp nhất định nh- trẻ em và ng- ời ốm mới uống sữa, thanh niên, nam giới trong bữa cỗ mới uống bia hay cà phê.

3. Nhóm thực phẩm c- s- h- ti- u- d- ỡng th- p

Các sản phẩm trong nhóm sản phẩm có ít ng- ời tiêu dùng nhất th- ờng đ- ợc coi là ít chất bổ hay nghèo dinh d- ỡng, chỉ phù hợp với những lúc khó khăn, thiếu thốn. Tr- ớc đây, ở nông thôn Việt Nam, trâu đ- ợc nuôi chỉ để kéo cày mà không để thịt. Ng- ời ta chỉ thịt trâu khi nó đã già không thể kéo cày hay bị tai nạn, nên thịt trâu không đ- ợc - a chuộng nh- các loại thịt thông th- ờng khác. Sản cũng chỉ đ- ợc coi là sản phẩm bổ sung khi thiếu gạo và các thức nấu khác. Còn vùng thì chỉ để bổ sung hay thay thế cho lạc. Vì thế, khi cuộc sống vật chất đ- ợc cải thiện, các sản phẩm này bị xếp xuống hàng các sản phẩm ít đ- ợc - a chuộng nhất (bảng 7).

B- ảng 7. Sản phẩm tiêu d- ỡng h- igh ch- igh c- igh a ng- igh dân M- igh Ph- igh, th- igh k- igh 1993-2002

	Sản phẩm tiêu d- ỡng h- igh ch- igh	Sản phẩm theo nhóm h- igh ti- u- d- ỡng									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Thịt trâu	9	6								
02	Sắn		7	13							
03	Vùng	6	5								

III. Th- igh tr- igh và ch- igh - igh ơn u- igh igh M- igh Ph- igh

Nh- igh đã nói ở trên, cơ cấu bữa ăn hay chế độ ăn uống hàng ngày của ng- ời dân M- igh Ph- igh không có gì thay đổi trong giai đoạn 1993-2002. Những thay đổi chủ yếu nhằm cải thiện và đa dạng hoá các món ăn hàng ngày khi điều kiện tài chính cho phép. Về đại thể, cơm vẫn là món ăn chính, sự thay đổi là ở chỗ nó không còn bị pha trộn hay thay thế bằng các loại ngũ cốc khác (ngô, khoai, sắn, với t- igh cách là l- igh thực, bị loại trừ ra khỏi bữa ăn hàng ngày). Trong món mắm, ng- ời ta sử dụng phổ biến hơn “ mắm cá”, thay thế cho t- igh truyền thống. Các món rau, canh và món nấu đ- ợc bổ sung và đa dạng hoá bằng

các loại rau, củ quả, các sản phẩm động vật của các vùng khác và sản phẩm công nghiệp do thị tr- ờng cung cấp.

Do những hạn chế của sản xuất nông nghiệp ở M- igh Ph- igh đã nêu trên, sự thay đổi trong chế độ ăn uống, chủ yếu thông qua trao đổi và mua bán trên thị tr- ờng. Số liệu điều tra của chúng tôi năm 2003 cho thấy có 48 sản phẩm có từ 5 đến 40 hộ (12.5 – 100.0%) mua trên thị tr- ờng. So với danh sách các sản phẩm tiêu dùng ở đây, chỉ có “ đậu” là sản phẩm không có tên trong danh sách các sản phẩm đ- ợc mua.

Con số các sản phẩm có trên 30 hộ (>70%) mua là 24 (bảng 8). Trong số các sản phẩm mua chủ yếu này, d- igh nh- igh không có

sự - u tiên nào cho bốn nhóm sản phẩm có mặt ở đây là “ rau” , “ quả” , “ thịt” và các sản phẩm bổ sung cho bữa ăn. Có vẻ nh- là ngẫu nhiên khi 4 nhóm sản phẩm này đều có 6 sản phẩm cho mỗi nhóm: rau (01-06), hoa quả (07-12), các sản phẩm từ thịt cá (13-18), nhóm sản phẩm phụ (19-24). Điều đáng chú ý

là các sản phẩm này đều rất quen thuộc với ng-ời nông dân Việt Nam nh-ng không có trong danh sách các sản phẩm đ-ợc sản xuất ở địa ph-ơng, trừ “ lợn” ,” mỡ” , “ r-ợu” và “ cá sông” là bốn sản phẩm hàng hoá hơn là sản phẩm tự cung tự cấp.

Bảng 8. Các sản phẩm ăn - uống mua ở Miền Bắc, 1993-2002

	Sản phẩm	Các sản phẩm ăn - uống									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Súp lơ							34	35		
02	Bắp cải							35	36		
03	Xu hào							36	37		
04	Khoai tây					29			37		
05	Cà chua							38	38		
06	D- a chuột							33	33		
07	D- a hấu							36	37		
08	Quýt							38	38		
09	Dứa							37	35		
10	B- ởi							34	34		
11	Chuối							35	36		
12	Cam							37	37		
13	Lợn									40	40
14	Cá sông							38	38		
15	Mỡ									40	40
16	Đậu phụ									40	40
17	N- óc mắ									40	40
18	Giò							35	36		
19	R- ợu							31	31		
20	Chè							39	39		
21	Mì gạo							39	39		
22	Mì ăn liền							39	39		
23	Mì chính									40	40
24	Kẹo							33	33		

Qua danh sách các sản phẩm mua chủ yếu này ta thấy chế độ ăn uống hàng ngày có xu hướng xích lại gần với chế độ ăn ngày tết thông qua các bữa ăn bất thường nhân các sự kiện trong gia đình. Đó là việc hầu hết các hộ đều có mua thêm các thực phẩm ở chợ để cải thiện bữa ăn, tăng thêm các món “nhậu” hay “đồ nhắm” và uống rượu trong bữa ăn, đã đưa vị trí của cơm xuống hàng thứ yếu. Chỉ khi uống rượu với các món nhắm xong, ngời ta mới ăn cơm.

Bên cạnh việc đa số hộ thường xuyên mua

thêm các sản phẩm trên thị trường để cải thiện bữa ăn, cũng có không ít hộ phải mua các sản phẩm sản xuất tại địa phương như gạo, ngô, khoai sọ, rau muống, rau cải, củ cải, thịt gà, thịt vịt và trứng. Đây có thể là cách để bù đắp cho sự thiếu hụt trong sản xuất gia đình hoặc để phát triển kinh tế hộ gia đình mà chúng ta có thể xác minh ở phần sau. Đồng thời cũng có không ít hộ bắt đầu thử các món ăn chưa thực sự quen thuộc với các vùng nông thôn như “bia”, “cà phê”, “thịt bò”, “cá biển”, “dầu thực vật” (bảng 9).

Bảng 9. Nhóm các sản phẩm các nhóm người mua trung bình

	Sản phẩm	Các sản phẩm ăn uống mua										
		0-9		10-19		20-29		30-39		40		
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03	
01	Gạo				18	20						
02	Ngô					21	29					
03	Khoai sọ					23	24					
04	Rau muống			18			22					
05	Rau cải,			16			23					
06	Dưa gang					27	28					
07	Dưa lê					28	22					
08	Củ cải,			15	19							
09	Dưa bở					21	20					
10	Thịt vịt			19			20					
11	Trứng					26	26					
12	Bia					22	26					
13	Thịt bò			18	15							
14	Mía					24	20					
15	Cá biển			17	16							
16	Dầu ăn			12	18							
17	Cà phê			19	19							
18	Bánh bột gạo			12	12							
19	Thịt gà			11	10							
20	Sữa hộp			19			20					

Với các sản phẩm ít có giá trị trong tiêu dùng, việc mua các sản phẩm này trên thị trường rõ ràng là không cần thiết nên rất hạn chế. Bốn sản phẩm điển hình ở đây gồm khoai lang, sắn, thịt trâu, vừng đều chỉ có rất ít hộ mua về ăn (bảng 10). Thậm chí, người ta chỉ mua

chúng trong những hoàn cảnh hay lý do nhất định như để thay thế các sản phẩm tiêu dùng muốn mua nhưng không có hay để dùng vào các mục đích ngoài ăn uống như chăn nuôi hay buôn bán.

Bảng 10. Các sản phẩm chính người mua ít nhất

	Sản phẩm	Các sản phẩm ăn - mua									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Khoai lang	4	5								
02	Sắn		9	11							
03	Thịt trâu	9	6								
04	Vừng	5	6								

IV. Kinh tế hộ gia đình và tiêu dùng thực phẩm

Trong khi tìm hiểu việc sử dụng các sản phẩm nông nghiệp ở Mông Phụ, chúng tôi thấy rằng người nông dân ở đây đã sử dụng phần lớn các sản phẩm nông nghiệp gia đình hay mua trên thị trường cho chăn nuôi gia đình. Phần lớn các hộ được hỏi (14-34/40) đều đã sử dụng các thực phẩm chủ yếu dành cho người vào mục đích chăn nuôi như gạo, ngô, khoai lang, sắn, rau cải và rau muống cho

chăn nuôi (bảng 11). Một số ít hộ cũng dùng ‘ củ cải’ và ‘ đậu’ cho chăn nuôi. Cách sử dụng các sản phẩm nông nghiệp này giải thích tầm quan trọng của chăn nuôi trong kinh tế hộ nông dân đã nêu ở trên. Tuy nhiên xu hướng này cũng đã chứng lại và suy giảm với hầu hết các sản phẩm. Điều này có lẽ là do nền công nghiệp chế biến thức ăn gia súc ở Việt Nam đã và đang dần chiếm lĩnh thị trường này nên người nông dân ngày càng giảm bớt việc tự chế biến thức ăn cho gia súc của mình.

Bảng 11. Các sản phẩm ăn - dành cho chăn nuôi

	Sản phẩm	Các sản phẩm ăn - dành cho chăn nuôi									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Gạo							35	34		
02	Ngô					27	30				
03	Khoai lang				14	29					
04	Sắn				14	24					

05	Rau muống						29	34			
06	Rau cải,			15	11						
07	Củ cải	6	4								
08	Đậu	9	8								

Trong các sản phẩm nông nghiệp gia đình đ-ợc dùng để bán, chúng ta thấy nổi bật là các sản phẩm chăn nuôi nh- : “ lợn” , “ gà” , “ trứng” và các sản phẩm từ hoa màu nh- : “ lạc” , “ đậu” , “ củ cải” , “ rau cải” , “ rau muống” . Bảng 12 d-ới đây cho thấy luôn có

từ 25% đến trên 70% số hộ có bán các sản phẩm trên để trao đổi sản phẩm hay để tăng thu nhập. Các sản phẩm có ít ng-ời bán là “ khoai tây” , “ khoai lang” và “ vịt” vì chỉ có ít ng-ời sản xuất và tiêu dùng chúng.

Bảng 12. Sản phẩm ợ bán ở Mng Ph

	Sản phẩm	Sản phẩm ợ bán									
		0-9		10-19		20-29		30-39		40	
		92	03	92	03	92	03	92	03	92	03
01	Khoai tây	5	0								
02	Khoai lang	7	0								
03	Rau muống			12	10						
04	Rau cải			15	12						
05	Củ cải			18	13						
06	Đậu			17	15						
07	Lạc							36	36		
08	Lợn					27	23				
09	Gà					29	28				
10	Vịt	5	5								
11	Trứng					22	22				

V. Kết luận

Sự thay đổi chế độ ăn uống của ng-ời dân Mng Ph, qua nghiên cứu của chúng tôi cho thấy, chế độ ăn uống về căn bản vẫn phụ thuộc vào hệ thống sản xuất nông nghiệp. Ng-ời dân vẫn ăn cơm là chính, trong khi không ngừng cải thiện chất l-ợng và số l-ợng

các món ăn hàng ngày. Sự thay đổi chế độ ăn uống hàng ngày, dẫu sao vẫn là một sự kiện đáng chú ý, không chỉ về mặt dinh d-ỡng và sức khoẻ của ng-ời dân, mà còn về chính bản thân nó nh- là kết quả của các quá trình xã hội.

Cùng với sự thay đổi của hệ thống sản xuất nông nghiệp, ng- ời nông dân không thể tồn tại mà không tham gia vào các quan hệ kinh tế thị tr- ờng. Sự tham gia này không chỉ đến từ sức ép của kinh tế thị tr- ờng, mà còn là giải pháp duy nhất cho phép họ đối phó với chính sức ép đó. Khi sản xuất nông nghiệp bị thu hẹp, họ tập trung vào sản xuất thực phẩm gia đình để đảm bảo chế độ tự cung tự cấp ở mức tối đa và trong điều kiện cho phép, tham gia sản xuất thực phẩm hàng hoá. Sự phát triển chăn nuôi không chỉ đáp ứng nhu cầu tự cung tự cấp, cải thiện chế độ ăn uống mà còn thúc đẩy kinh tế hộ gia đình phát triển.

Tuy nhiên, những thay đổi trong chế độ ăn uống của ng- ời nông dân hiện nay phụ thuộc vào khả năng cung cấp các nguồn thực phẩm của thị tr- ờng hơn là vào những điều kiện sản xuất nông nghiệp của họ. Sự tách rời giữa sản xuất và tiêu dùng đang có xu h- ớng phát triển càng nhấn mạnh vai trò của thị tr- ờng thực phẩm ở các vùng nông thôn. Chúng ta không thể chỉ quan tâm tới việc thu gom thực phẩm từ nông thôn để cung cấp cho thành thị mà còn phải cung cấp cho nông thôn những sản phẩm cần thiết để cho họ có thể duy trì sự cân bằng thực phẩm cũng nh- để cải thiện chế độ ăn uống của họ.

Ch□ th□ch

1. Mông Phụ thuộc xã Đường Lâm, thị xã Sơn Tây, tỉnh Hà Tây, cách Hà Nội chừng 45 km về phía Tây Bắc.
2. Nguyễn Đức Truyền, *Interactions entre systóme de production agricole et systóme alimentaire, etude de cas du village de Mong Phu, dans la rỏgion pỏri-urbaine de Hanoi entre 1993 et 2002, S/CIRAD/MALICA.*
3. Nguyễn Đức Truyền, s.đ.d, tr, 9.
4. Nh- trên.
5. Nguyễn Đức Truyền, S.đ.d, tr. 10.

6. Nguyễn Đức Truyền, S.đ.d, tr. 10.
7. Nelly Krowolski, *Manger" au Vietnam : repas et autres prises alimentaires*, Centre National de la Recherche Scientifique, Laboratoire d'Asie du Sud Est et du monde austronésien, 2005. Tr. 5.
8. Nelly Krowolski, s.đ.d, tr. 3.
9. Nh- trên.
10. ô lúa, lạc, trứng, lợn, gà và bánh bột.»
11. “ cá sông và kẹo”

Tài li□u tham kh□o

1. Nguyễn Đức Truyền, *Interactions entre systóme de production agricole et systóme alimentaire, etude de cas du village de Mong Phu, dans la rỏgion pỏri-urbaine de Hanoi entre 1993 et 2002, S/CIRAD/MALICA*
2. Nelly Krowolski, *Manger «au Vietnam : repas et autres prises alimentaires*, Centre National de la Recherche Scientifique, Laboratoire d'Asie du Sud Est et du monde austronésien, 2005. Tr. 5.
3. Muriel Figuié & Nicolas Bricas, « *L'évolution de la consommation alimentaire* », in Malica, *Marché alimentaire et développement agricole au Viet nam*, 2003, p. 37.
4. Mark Granovetter, *Le marché autrement*, Paris, Desclée de Brouwer, 2000.
5. Philippe Steiner, *La sociologie économique*, Paris, La Découverte, 1999.
6. Malica, *Marché alimentaire et développement agricole au Viet nam*, 2003.
7. General Statistic Office, *Vietnamese living standard Survey, VLSS, 1997-1998.*
8. Nguyễn Đức Truyền & Tr- ờng Thuý Hàng, *The formalization of urban markets, The discrimination in access to foodstuff market by the poor in Hanoi. Market research at Hom and Mo markets during 2003 -2004, IOS/CIRAD/MALICA*