

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

Nguyễn Văn Thông¹, Nguyễn Thị Vân²

Nguyễn Thị Hương³

Tóm tắt

Để phân tích chuỗi giá trị rau an toàn tỉnh Thái Nguyên, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu truyền thống như thống kê, so sánh, phân tích kinh tế chuỗi để khái quát tình hình sản xuất rau an toàn và các hoạt động của tác nhân cấu thành chuỗi giá trị rau an toàn tại địa bàn nghiên cứu; xác định được sơ đồ chuỗi giá trị rau an toàn và mối liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị từ quá trình sản xuất đến phân phối sản phẩm cho người tiêu dùng. Thông qua phân tích kinh tế chuỗi giá trị rau cải xanh Hoàng Mai đã xác định được lợi nhuận của chuỗi cũng như phân phối lợi ích cho từng tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Đồng thời phân tích các hoạt động quản lý chuỗi để thấy được khả năng đáp ứng, tính linh hoạt và chất lượng sản phẩm giá trị rau an toàn tỉnh Thái Nguyên. Tuy nhiên, bài viết cũng chỉ ra những hạn chế tồn tại và nguyên nhân của nó trong chuỗi giá trị rau an toàn của tỉnh. Từ đó đề xuất ba nhóm giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị rau an toàn tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới.

Từ khóa: Rau an toàn; phân tích chuỗi giá trị rau an toàn; tỉnh Thái Nguyên.

ANALYSIS OF THE VALUE CHAIN OF SAFE VEGETABLES IN THAI NGUYEN PROVINCE

Abstract

To analyze the value chain of organic vegetables in Thai Nguyen province, the author uses traditional research methods such as statistics, comparison, economic analysis of the chain to generalize the situation of safe vegetable production and the activities of the farmers. components of the SV value chain in the study area; identify the safe vegetable value chain diagram and the link between actors participating in the value chain from the production process to the distribution of products to consumers. Through economic analysis of the broccoli value chain, Hoang Mai has determined the profits of the chain as well as the distribution of benefits for each actor participating in the value chain. At the same time, analyze the chain management activities to see the responsiveness, flexibility and quality of valuable products of Thai Nguyen province. However, the article also points out the existing limitations and its causes in the province's SV value chain. From there, three groups of solutions are proposed to develop the value chain of organic waste in Thai Nguyen province in the coming time.

Keywords: Safe vegetables; value chain analysis of safe vegetables; Thai Nguyen province.

JEL classification: O13; Q13.

1. Đặt vấn đề

Thái Nguyên là trung tâm chính trị, kinh tế của khu Việt Bắc nói riêng, của vùng trung du miền núi đông bắc nói chung, với diện tích tự nhiên là 3.562,82 km² gồm 9 đơn vị hành chính, dân số là 1.286.751 người. Thái Nguyên được thiên nhiên ưu đãi về khí hậu và đất đai nên thuận lợi cho canh tác nông lâm nghiệp và phát triển kinh tế xã hội nói chung. Năm 2020, cơ cấu kinh tế của tỉnh là: Công nghiệp và xây dựng chiếm 57,8%; thương mại – dịch vụ chiếm 30,9%; nông, lâm nghiệp, thủy sản chiếm 11,3%, thu nhập đầu người đạt 88,7 triệu đồng [5]. Cơ sở hạ tầng tỉnh Thái Nguyên đã cơ bản đáp ứng được nhu cầu sản xuất, thúc đẩy phát triển nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa và làm thay đổi đáng kể diện mạo nông thôn, nâng cao thu nhập nông dân. Kinh tế tập thể, hợp tác, liên kết theo chuỗi giá trị giữa doanh nghiệp, hợp tác xã (HTX) và nông hộ trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm được hình thành, củng cố và phát triển. Xác định được vị trí và vai trò của cây rau mà đặc biệt là rau an toàn (rau an toàn là rau có sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật cùng với phân bón hóa học nhưng ở ngưỡng an toàn với sức khỏe người tiêu dùng) [7], Thái Nguyên đã tổ chức điều tra, quy hoạch trồng cây rau trên địa bàn tỉnh. Các vùng sản xuất rau tập trung, ứng dụng công nghệ cao, các mô

hình liên kết trong sản xuất kinh doanh theo chuỗi giá trị cũng đã được hình thành và đang từng bước khẳng định vị thế, tính hiệu quả kinh tế. Theo kết quả điều tra tại một số vùng sản xuất rau chuyên canh của tỉnh (tháng 3 năm 2020) cho thấy sản xuất rau thông thường cho lãi thuần 156 triệu đồng/ha/năm thì sản xuất rau ứng dụng công nghệ nhà màng, nhà lưới cho lãi thuần 372 triệu đồng/ha/năm [6]. Tuy nhiên, chuỗi giá trị rau an toàn (RAT) tỉnh Thái Nguyên còn bộc lộ những hạn chế, bất cập như: Sự gắn kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị còn quá lỏng lẻo, các tác nhân trong chuỗi khó tiếp cận nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức, sản phẩm của chuỗi giá trị RAT khó tiếp cận được thị trường; phần lớn sản phẩm rau của tỉnh chưa xây dựng được thương hiệu, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc; nhận thức hành vi của nhiều người tiêu dùng về sản phẩm RAT còn hạn chế, chưa ý thức được đầy đủ giá trị đích thực của sản phẩm RAT. Thực tiễn trên, rất cần có sự nghiên cứu, phân tích thực trạng chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên, chỉ ra những điểm đạt được, tồn tại và nguyên nhân của nó từ đó đề xuất giải pháp phát triển chuỗi giá trị RAT cho tỉnh Thái Nguyên.

2. Cơ sở lý luận về phân tích thực trạng chuỗi giá trị RAT

Theo Goletti (2004): Phân tích chuỗi là một

hướng nghiên cứu mang tính tổng hợp chú trọng tính liên kết các hoạt động đã được chuyên môn hóa ở trình độ cao vào một trục chính là tạo ra và phân chia giá trị gia tăng cho các tác nhân tham gia chuỗi cũng như ảnh hưởng của chuỗi đến tăng trưởng và phát triển [3].

Phân tích chuỗi giá trị giúp xác định những khó khăn của từng khâu trong chuỗi, từ đó đưa ra các giải pháp khắc phục để sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của thị trường và phát triển bền vững đồng thời xây dựng chiến lược phát triển chuỗi giá trị liên quan đến những gì mà tác nhân tham gia chuỗi giá trị phải làm để trở nên cạnh tranh hơn và để giá trị gia tăng lớn hơn trong tương lai. Phân tích chuỗi còn giúp các nhà hỗ trợ xác định được các nút thắt cần hỗ trợ đối với các tác nhân trong các khâu của chuỗi và có những tác động hỗ trợ phát triển chuỗi khi doanh nghiệp: bắt đầu một quá trình thay đổi, nhằm cung cấp thông tin, thiết kế và chuẩn bị một chiến lược nâng cấp, xác định cơ sở cho hoạt động theo dõi [2].

Để phân tích chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên tác giả tập trung vào 4 nội dung cơ bản sau: Lập sơ đồ chuỗi giá trị: Sơ đồ thể hiện các hoạt động các khâu, các tác nhân chính trong chuỗi và những mối liên kết của họ; phân tích hoạt động và mối liên kết các tác nhân tham gia chuỗi giá trị: các hoạt động được thực hiện trong chuỗi giá trị RAT, xác định các bên tham gia chuỗi giá

trị RAT hay còn gọi là các nhà vận hành chuỗi giá trị RAT, xác định những dòng chảy trong chuỗi giá trị RAT, xác định mối liên kết trong chuỗi giá trị RAT; phân tích kinh tế chuỗi giá trị: phân tích kết quả hoạt động của chuỗi giá trị thông qua các chỉ tiêu doanh thu, chi phí, lợi nhuận của từng tác nhân và của toàn chuỗi; phân tích hoạt động quản lý chuỗi giá trị: khả năng đáp ứng, tính linh hoạt, chất lượng sản phẩm.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập thông tin thứ cấp và sơ cấp

Thu thập thông tin thứ cấp: Thu thập từ những tài liệu đã công bố như: số liệu thống kê, báo cáo của tỉnh Thái Nguyên, sách, báo, đề tài, công trình nghiên cứu khoa học có liên quan đến chuỗi giá trị RAT.

Thu thập thông tin sơ cấp: Tác giả tiến hành điều tra, phỏng vấn các tác nhân tham gia chuỗi giá trị RAT tại 3 vùng rau của 3 địa phương Đại Từ, Đồng Hỷ, TX Phổ Yên và các đối tượng có liên quan đến chuỗi RAT tỉnh Thái Nguyên. Chọn mẫu điều tra được xác định theo phương pháp định hướng và ngẫu nhiên không lặp lại với các bước cụ thể là: (1) chọn danh sách có chủ định (chọn các hộ có trồng rau an toàn do các tổ chức cung cấp). (2) xác định được mẫu ở mỗi nhóm tác nhân. (3) chọn ngẫu nhiên các đối tượng tác nhân khác nhau. Tổng số lượng mẫu điều tra 815, phân bổ chi tiết được thể hiện trên bảng 1.

Bảng 1: Số lượng mẫu điều tra các tác nhân theo địa bàn

Điểm điều tra	Tác nhân tham gia					
	Cung cấp đầu vào	Sản xuất	Thu gom	Bán buôn	Bán lẻ	Tiêu dùng
Đại Từ	10		13	20	30	52
Phổ Yên	10		10	23	32	59
Đồng Hỷ	10		12	19	24	41
Thái Nguyên			11	14	28	48
Hà Nội				5	17	37
HTX Hùng sơn-ĐT		123				
HTX Đông Cao-PY		80				
THT Bình Thuận-ĐT		27				
MH rau Nam Hòa-ĐH		60				
Tổng số	30	290	46	81	131	237

Nguồn: Tác giả xây dựng

Điều tra theo mẫu phiếu với các câu hỏi được in sẵn. Phần trả lời được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ từ 1 đến 5, với quy ước 1: hoàn toàn không đồng ý; 2: không đồng ý; 3: thân văn; 4: đồng ý; 5: hoàn toàn đồng ý. Ý nghĩa của thang đo: khoảng cách từ 1, 00 – 1,80 là rất kém; 1,81 – 2,60 là kém; 2,61 – 3,40 là trung bình; 3,41 – 4,20 là tốt; 4,21 – 5,00 là rất tốt.

3.2. Phương pháp phân tích thông tin

Đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả để thống kê mô tả chuỗi giá trị RAT, phân tích chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên và rút ra kết luận: phương pháp so sánh (gồm cả số tuyệt đối và số tương đối) được dùng để so sánh hiệu quả kinh tế

giữa phương thức sản xuất theo chuỗi giá trị RAT với sản xuất đại trà (thông thường), chỉ ra những thành công, tồn tại và nguyên nhân của tồn tại.

4. Tình hình sản xuất RAT của tỉnh Thái Nguyên

Toàn tỉnh đã hình thành một số vùng sản xuất rau tập trung với tổng diện tích hơn 1.200 ha, tập trung ở các xã: Linh Sơn, Huống Thượng, Đồng Bầm (TP Thái Nguyên); Nhã Lộng, Đào Xá (huyện Phú Bình); Động Đạt (huyện Phú Lương); Hùng Sơn, Bình Thuận (huyện Đại Từ); Đông Cao (TX Phổ Yên); Nam Hòa (huyện Đồng Hỷ)...

Tại một số vùng rau, đã hình thành mô hình liên kết kinh tế chuỗi giá trị với sự tham gia liên

kết giữa nông dân, HTX, doanh nghiệp, hệ thống cửa hàng, siêu thị cung cấp sản phẩm tới người tiêu dùng trên địa bàn. Điểm hình như:

- HTX rau an toàn thị trấn Hùng Sơn huyện Đại Từ với 123 thành viên, diện tích sản xuất 40ha, trong đó có 20ha rau được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP. Trung bình mỗi tháng HTX cung cấp ra thị trường trên 50 tấn rau an toàn. Hiện nay, HTX đang cung cấp rau ổn định cho Công ty CP Chế biến nông sản Thái Nguyên, 8 trường học trên địa bàn huyện và một số công ty khác (theo hình thức hợp đồng tiêu thụ sản phẩm). Doanh thu của HTX đạt khoảng 600 triệu đồng/tháng [1].

- Tổ hợp tác (THT) sản xuất RAT xã Bình Thuận huyện Đại Từ, với 27 tổ viên, diện tích trồng RAT trên 3ha trong đó mô hình trồng rau trong nhà lưới là 0,8ha, THT sản xuất RAT theo tiêu chuẩn VietGAP. Riêng nguồn vốn thực hiện mô hình trồng rau nhà lưới do huyện hỗ trợ 70% gồm hệ thống nhà lưới và hệ thống tưới phun sương tự động, còn người dân đối ứng 30% (thông tin từ Đào Thị Hương – Chuyên viên Phòng Nông nghiệp huyện Đại Từ), rau của mô hình làm ra chủ yếu cung cấp cho các thương lái tại các chợ đầu mối trên địa bàn huyện. Rau VietGAP của THT cung cấp cho Công ty cổ phần chế biến nông sản Thái Nguyên và một số trường mầm non trên địa bàn huyện.

- HTX RAT Đông Cao thị xã Phổ Yên, với 80 hộ liên kết trồng rau, diện tích trồng rau 6,3 ha, sản xuất RAT theo tiêu chuẩn VietGAP, năng suất bình quân 195 tạ/ha/năm, sản lượng thu hoạch 120 tấn/năm, doanh thu 1.800.000.000 đồng. Từ năm 2017 đến nay, HTX ký hợp đồng liên kết với công ty thực phẩm Nguyên Phong (Hà Nội) để bao tiêu 3 - 5 tạ rau/ ngày cho thành viên, với mức giá ổn định và cao hơn thị trường 20 - 30% [4].

- Mô hình ứng dụng TBKT với 20 hộ dân tham gia, sản xuất 3,0 ha rau cải ăn lá theo hướng hữu cơ an toàn trên đất lúa tại xã Nam Hòa, huyện Đồng Hỷ năm 2019; năng suất đạt 26,5 tấn/ha chênh lệch so với sản xuất đại trà là 7,5 tấn/ha - tăng 39,47%.

- Mô hình ứng dụng TBKT với 20 hộ dân tham gia, sản xuất 2,0 ha rau bắp cải theo hướng hữu cơ an toàn trên đất lúa tại xã Nam Hòa, huyện Đồng Hỷ năm 2019; năng suất đạt 35,0 tấn/ha chênh lệch so với sản xuất đại trà là 11,0 tấn/ha - tăng 45,83%.

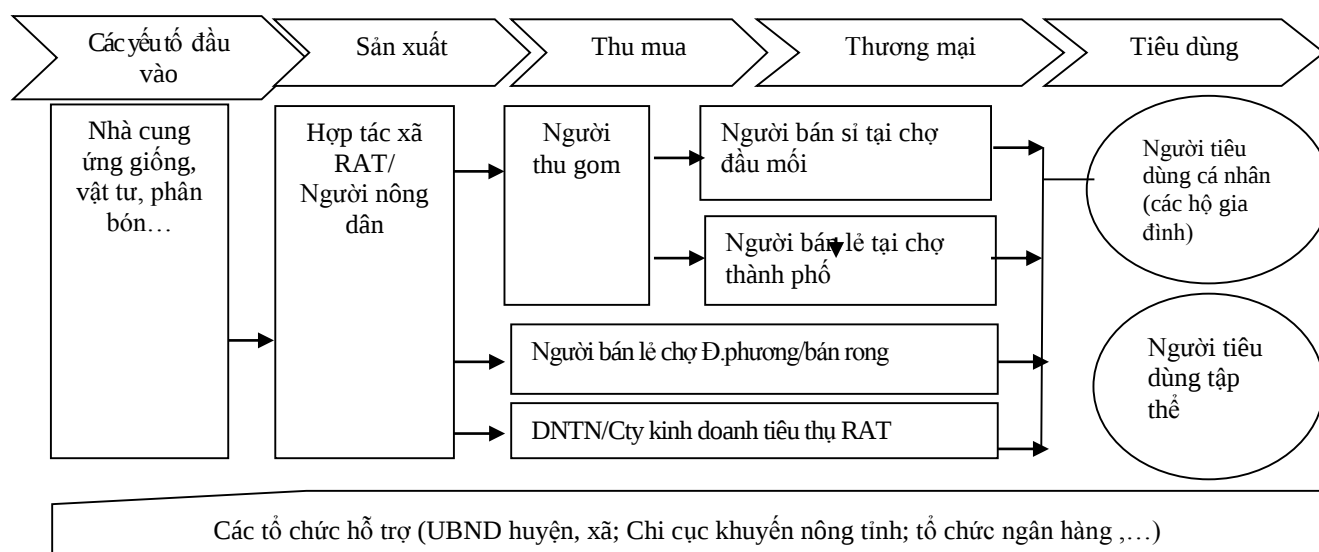
- Mô hình ứng dụng TBKT với 20 hộ dân tham gia, sản xuất 5,0 ha rau cải ăn lá theo hướng hữu cơ an toàn trên đất lúa tại xã Nam Hòa, huyện Đồng Hỷ năm 2020; năng suất đạt 26,0 tấn/ha chênh lệch so với sản xuất đại trà là 6,5 tấn/ha - tăng 33,33%.

5. Phân tích chuỗi giá trị rau an toàn tỉnh Thái Nguyên

Qua khảo sát thực địa, tác giả nhận thấy sản xuất RAT tại Thái Nguyên với nhiều chủng loại rau, nhưng rau cải các loại là loại rau ăn lá được trồng khá phổ biến ở Thái Nguyên. Giai đoạn (2018 – 2020) bình quân mỗi năm sản xuất khoảng 28.083 tấn rau cải các loại và đã hình thành chuỗi giá trị RAT. Trong phần phân tích chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên, tác giả tập trung phân tích chuỗi giá trị RAT đối với giống rau cải xanh Hoàng Mai tại các địa bàn nghiên cứu để có cơ sở đề xuất giải pháp phát triển chuỗi giá trị đối với các loại rau khác.

5.1. Sơ đồ chuỗi giá trị rau an toàn tại các địa bàn nghiên cứu

Từ kết quả nghiên cứu thực trạng sản xuất RAT của tỉnh Thái Nguyên, có thể mô tả tổng quan sơ đồ chuỗi giá trị rau cải an toàn ở các địa bàn nghiên cứu theo sơ đồ 1.



Sơ đồ 1. Sơ đồ tổng quan chuỗi giá trị RAT tại các địa bàn nghiên cứu

Qua sơ đồ 1 cho thấy chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên gồm 5 hoạt động cơ bản là: Cung ứng các yếu tố đầu vào, sản xuất, thu mua, bán buôn, bán lẻ và tiêu dùng. Các tác nhân (thành phần) tham gia chuỗi giá trị là: Nhà cung ứng các yếu tố đầu vào, người nông dân sản xuất, người thu gom (HTX, tiểu thương hay doanh nghiệp), người bán sỉ, bán lẻ, bán rong và cuối cùng là người tiêu dùng sản phẩm RAT. Trong chuỗi giá trị thì các hộ nông dân sản xuất là thành phần có quan hệ với hầu hết các thành phần khác bởi sản phẩm họ sản xuất ra ngoài phần tiêu thụ qua các doanh nghiệp, người thu gom, bán sỉ, phần còn lại hộ nông dân tự tiêu thụ.

Bên cạnh đó còn có các tổ chức hỗ trợ đóng vai trò thúc đẩy chuỗi giá trị gồm: Sở NN&PTNT, Sở Công Thương, Trung tâm Khuyến nông, Chi cục Trồng Trọt và Bảo vệ Thực vật, UBND huyện, Hợp tác xã, ngân hàng, tổ chức tín dụng... trên địa bàn nghiên cứu.

5.2. Phân tích hoạt động và mối liên kết các tác nhân tham gia chuỗi giá trị

Một chuỗi giá trị RAT có rất nhiều dòng chảy: dòng sản phẩm, hàng hóa, dòng tiền, thông tin, dịch vụ,... Vấn đề đặt ra là phải tiến hành phân tích các dòng chảy đó.

5.2.1. Nguồn cung ứng các yếu tố đầu vào

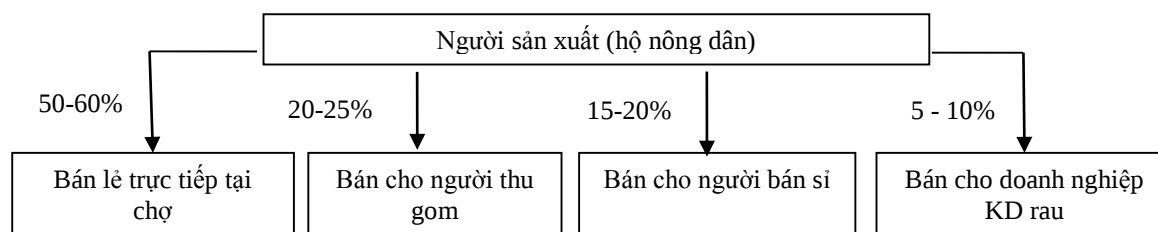
- Giống: Nguồn cung ứng giống rau khá phong phú, có rất nhiều cơ sở cung cấp, phân bố rộng rãi trên tất cả các địa phương trong tỉnh. Các hộ nông dân còn được hỗ trợ giống của Sở NN&PTNT, UBND các huyện, thành phố và các tổ chức hỗ trợ khác. Tuy nhiên, công tác du nhập, khảo nghiệm giống rau còn hạn chế nên các loại rau

nông dân sản xuất chủ yếu là các loại rau thông thường mà chưa sản xuất được các loại rau cao cấp (loại trừ mô hình rau Nam Hòa, Đồng Hỷ).

- Phân bón, thuốc BVTV: Hiện nay, số lượng cơ sở kinh doanh phân bón, thuốc BVTV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên khá nhiều, tuy nhiên việc thực hiện cấp chứng chỉ hành nghề chỉ mới đạt dưới 50% nên việc kiểm tra, quản lý các cơ sở kinh doanh thuốc BVTV cũng như việc hướng dẫn, hỗ trợ nông dân trong việc lựa chọn phân bón, thuốc BVTV đúng tiêu chuẩn và đảm bảo an toàn thực phẩm còn gặp nhiều khó khăn.

- Tín dụng: Do quy mô diện tích nhỏ, phân tán và nhu cầu vốn đầu tư cho sản xuất RAT ít nên người nông dân thường sử dụng vốn tự có để phục vụ sản xuất. Bên cạnh đó, tỉnh Thái Nguyên còn có các nguồn vốn hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp do Ngân hàng chính sách xã hội, ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cung cấp thông qua nhiều kênh như: Hội phụ nữ, Hội nông dân, Hội Cựu chiến binh... nhưng trên thực tế rất ít hộ nông dân tiếp cận được với các nguồn vốn tín dụng này để phát triển sản xuất.

- Khuyến nông: Trong thời gian gần đây, công tác khuyến nông về sản xuất RAT đã được chú trọng. Trung tâm Khuyến nông lâm, Chi cục quản lý chất lượng nông sản và thủy sản Thái Nguyên, Chi cục Trồng trọt và BVTV tỉnh Thái Nguyên đã triển khai nhiều mô hình sản xuất RAT theo tiêu chuẩn VietGAP, chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM) trên cây rau, góp phần giúp nông dân giảm chi phí sản xuất, tăng năng suất, chất lượng rau.



Sơ đồ 2. Khách hàng và các mối quan hệ

Nguồn: Kết quả khảo sát hộ nông dân sản xuất tại THT, HTX nghiên cứu

5.2.2. Người sản xuất

Người sản xuất RAT: Chủ yếu là những hộ nông dân chuyển từ trồng lúa, trồng rau thông thường sang sản xuất RAT. Mối quan hệ của hộ nông dân với các khách hàng (tác nhân) được thể hiện trên sơ đồ 5.2. Sản phẩm của hộ nông dân bán cho doanh nghiệp kinh doanh rau thì người nông dân thu được lợi nhuận cao hơn khoảng từ 1.000 - 1.500 đồng/kg và có thể được ứng trước kinh phí để mua giống, vật tư, phân bón ... nhưng chỉ chiếm từ 5-10% sản lượng sản phẩm các hộ sản xuất ra. Tuy nhiên, còn một số vấn đề đặt ra đó là:

Quy mô sản xuất nhỏ, hộ có diện tích từ 2.000 m² trở lên chỉ chiếm 19,6% (thống kê từ 290 tác nhân sản xuất); một số vùng rau còn sản xuất manh mún, chưa đầu tư tổ chức sản xuất chuyên canh. còn có nông dân áp dụng chưa triệt để quy trình kỹ thuật canh tác RAT; khi thu hoạch, các hộ nông dân hầu như chưa chú trọng đến việc sơ chế, bảo quản nông sản; việc tiêu thụ sản phẩm chủ yếu do người nông dân tự tiêu thụ nên giá bán sản phẩm không cao; phần lớn sản phẩm chưa có thương hiệu, nhãn hiệu để phân biệt giữa RAT và rau thường trên thị trường.

5.2.3. Người thu gom

Người thu gom chủ yếu là ở quy mô nhỏ, mua sản phẩm từ nông dân để bán cho khách hàng là người bán sỉ, người bán lẻ tại các chợ lớn của tỉnh và cung cấp trực tiếp cho các nhà hàng, khách sạn, cơ sở bếp ăn công nghiệp. Có một số hộ thu gom để cung cấp cho các doanh nghiệp kinh doanh rau nhưng số lượng rất ít, không đáng kể.

Quan hệ giữa người thu gom và khách hàng thường là quan hệ quen biết, thực hiện giao dịch nhiều lần nhưng chưa có sự thỏa thuận bằng hợp đồng. Trung bình một người thu gom thực hiện cung cấp sản phẩm cho từ khoảng 3-4 khách hàng, mỗi khách hàng cung cấp từ 20-30 kg/lần, giá trị giao dịch từ 150.000 - 200.000 đồng/lần. Tuy nhiên, còn một số vấn đề đặt ra; người thu gom vận chuyển chủ yếu bằng xe máy hoặc xe thô nên ảnh hưởng đến chất lượng và tỷ lệ hao hụt. Chưa có đầu mỗi thu mua, tiêu thụ ổn định, giá cả sản phẩm bấp bênh; số lượng, chủng loại rau từ nông dân không thường xuyên, phụ thuộc vào mùa vụ sản xuất; thiếu vốn để đầu tư, mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh.

5.2.4. Người bán sỉ

Người bán sỉ rau tập trung chủ yếu ở Chợ đầu mối Túc Duyên (thành phố Thái Nguyên), thu mua rau từ nhiều nguồn để cung cấp lại cho người bán lẻ tại các chợ trên địa bàn. Nguồn cung cấp rau cho người bán sỉ rất đa dạng, từ nhiều tỉnh, thành trong cả nước như: Lâm Đồng, Gia Lai, Đắk Lắk, Sơn La, Hải Dương... Nguồn rau của nông dân trong tỉnh Thái Nguyên chiếm tỷ trọng nhỏ, chủ yếu là cung cấp cho người thu gom và bán lẻ trên địa bàn tỉnh.

Trước khi cung cấp rau cho người bán lẻ, người bán sỉ có thực hiện sơ chế, phân loại rau tại nơi bán. Quy trình sơ chế cũng khá đơn giản là giữ cho sạch đất, nhặt bỏ lá hư trong quá trình vận chuyển. Sau khi sơ chế xong, người bán sỉ bỏ vào từng bó theo chủng loại rau bỏ vào bao ni lông để giao cho người bán lẻ. Tuy nhiên, việc giao dịch, buôn bán của người bán sỉ thực hiện trong ngày nên họ không có kho lạnh bảo quản sản phẩm nên tỷ lệ hao hụt rất lớn khoảng từ 15-20% nguyên nhân là do dập nát, hư hỏng trong quá trình vận chuyển (kết quả khảo sát của tác giả); người bán sỉ còn thiếu kiến thức về sơ chế, bảo quản sản phẩm; chưa quan tâm đến nguồn gốc, xuất xứ và tiêu chuẩn rau; quan hệ với người bán lẻ chủ yếu là quen biết, mà chưa thực hiện hợp đồng trong tiêu thụ sản phẩm; thiếu vốn để đầu tư, mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh.

5.2.5. Người bán lẻ

Người bán lẻ thu mua rau từ nhiều nguồn: mua của người bán sỉ tại chợ đầu mối, của nông dân, của người thu gom nhỏ tại các địa phương. Tại các

vùng rau của huyện thành phần lớn người bán lẻ mua rau từ các hộ nông dân để tiêu thụ tại các chợ gần nhà. Bên cạnh đó cũng có một số hộ nông dân tự sản xuất và tự bán lẻ sản phẩm của mình tại các chợ nhỏ, bình quân nông dân bán lẻ khoảng từ 20-30kg/ngày (Phỏng vấn sâu người bán lẻ). Tại các chợ lớn trong tỉnh, người bán lẻ chủ yếu mua rau từ người bán sỉ tại chợ đầu mối Túc Duyên, do rau tại chợ đầu mối được thu mua từ nhiều nguồn nên không phân biệt được RAT và rau thường. Tại các siêu thị của TP Thái Nguyên thực hiện bán lẻ RAT nhưng chủ yếu là sản phẩm từ vùng rau Đà Lạt, Hà Nội, Hải Dương... Riêng Siêu thị Minh Cầu có RAT của Doanh nghiệp tư nhân Cao Bắc (huyện Đồng Hỷ và một số cơ sở liên kết).

Tuy nhiên, người bán lẻ chủ yếu thực hiện mua bán trong ngày, không có phương tiện bảo quản sản phẩm; ít quan tâm đến nguồn gốc, xuất xứ rau và quan hệ giữa người bán sỉ với người bán lẻ chủ yếu là quan hệ quen biết, mua bán thường xuyên, không thực hiện hợp đồng trong tiêu thụ sản phẩm.

5.2.6. Người tiêu dùng

Khách hàng tiêu dùng sản phẩm RAT bao gồm 02 nhóm:

- Khách hàng cá nhân mua sản phẩm phục vụ cho nhu cầu hằng ngày của gia đình. Họ thường mua sản phẩm tại các chợ gần nhà, thói quen mua sắm tại chỗ người bán có uy tín hoặc quen biết. Họ rất kỳ vọng và mong muốn được tiêu dùng thực phẩm sạch, an toàn nhưng giá cả hợp lý. Rau mà người tiêu dùng nhận được phải trải qua nhiều trung gian nên chất lượng có phần giảm mà giá bán lại cao. Xu hướng hiện nay, đối với những người có thu nhập cao thì thường thích mua rau tại các siêu thị, khi mua rau tại siêu thị thì người tiêu dùng an tâm, tin tưởng hơn là mua tại các chợ.

- Khách hàng tổ chức là các bếp ăn tập thể, nhà trẻ, bệnh viện, trường học... Họ là khách hàng tiêu thụ sản phẩm thường xuyên và ổn định. So với khách hàng cá nhân thì nhóm khách hàng này đòi hỏi cao về chất lượng cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm.

5.2.7. Chuỗi giá trị RAT của Công ty CP Chế biến nông sản Thái Nguyên

Công ty CP Chế biến nông sản Thái Nguyên thực hiện thu mua sản phẩm RAT của nông dân tại HTX RAT thị trấn Hùng Sơn và THT RAT xã Bình Thuận huyện Đại Từ. Sơ đồ chuỗi giá trị của Công ty (Sơ đồ 3) được mô tả như sau:

Bảng 1: Tổng hợp chi phí, lợi nhuận sản xuất rau cải xanh Hoàng Mai an toàn truyền thống và sản xuất cải ăn lá đại trà

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thành tiền	
			Cải xanh H/Mai	Cải ăn lá đại trà
I	Tính cho 1 sào (360m²)			
1	Chi phí sản xuất	Đồng	3.419.485	2.501.190
a	Chi phí đầu vào	Đồng	2.353.985	1.691.190
b	Chi phí lao động	Đồng	1.065.600	810.000
2	Sản lượng	kg	936	702
3	Giá bán	Đồng/kg	5.500	4.200
4	Doanh thu	Đồng	5.148.000	2.948.400
5	Hiệu quả			
	Lợi nhuận	Đồng	1.728.515	448.210
	Thu nhập	Đồng	2.794.115	1.257.210
II	Tính cho 01 kg			
1	Giá vốn (chi phí sản xuất)	Đồng/kg	3.653,30	3.562,95
	Chi phí đầu vào	Đồng/kg	2.514,94	2.409,10
	Chi phí lao động	Đồng/kg	1.138,46	1.153,85
2	Lợi nhuận và thu nhập			
	Lợi nhuận	Đồng	1.846,70	638,48
	Thu nhập	Đồng	2.985,17	1.790,90

Nguồn: Số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra và tính toán của tác giả

5.3. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị rau cải Xanh Hoàng Mai an toàn

5.3.1. Chi phí, lợi nhuận sản xuất của nông dân

Trên cơ sở định mức kinh tế kỹ thuật của Trung tâm Khuyến nông và kết quả khảo sát, điều tra các hộ nông dân tại thời điểm tháng 11/2021, chi phí và lợi nhuận sản xuất rau cải xanh Hoàng Mai so với rau sản xuất đại trà được tổng hợp trên bảng 1.

Bảng 1 cho thấy, tổng chi phí sản xuất cải xanh Hoàng Mai an toàn là 3.653,30 đồng/kg (trong đó chi phí các yếu tố đầu vào là 2.514,94 đồng/kg, chi phí lao động là 1.138,46 đồng/kg), cao hơn so với chi phí sản xuất rau cải ăn lá đại trà là 25,36%. Lợi nhuận của rau cải xanh Hoàng Mai an toàn cao đạt 1.728.515 đồng/sào, thu nhập đạt 2.794.115 đồng/sào.

Do đặc điểm các hộ nông dân sản xuất với quy mô nhỏ, sử dụng lao động của gia đình, không thuê mướn lao động nên thu nhập của hộ nông dân chính là phần doanh thu sau khi đã trừ đi chi phí đầu vào. Thu nhập của hộ nông dân bao gồm cả công lao động trên 1 kg cải xanh Hoàng Mai an toàn đạt 4.123,63 đồng/kg, bằng 74,98% doanh thu.

5.3.2. Phân tích chi phí, lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị

Theo kênh phân phối truyền thống, sản phẩm đi từ người nông dân đến người thu gom, người bán sỉ, người bán lẻ rồi mới đến người tiêu dùng. Trên cơ sở kết quả điều tra, khảo sát và tính toán hiệu quả kinh tế của các tác nhân trong chuỗi giá trị được tổng hợp trên bảng 2.

Bảng 2: Phân phối chi phí, lợi nhuận trong chuỗi giá trị (1kg cải Xanh Hoàng Mai an toàn)

Chỉ tiêu	ĐVT	Nông dân	Thu gom	Bán sỉ	Bán lẻ	Tiêu dùng	Tổng cộng
1. Chi phí đầu vào	đồng	2.515					
2. Chi phí lao động	đồng	1.138					
3. Giá vốn	đồng	3.653	5.500	7.000	9.000	12.000	
4. CPgom/bán, marketing	đồng		700	750	1.130		
a. CP vận chuyển	đồng		300		300		
b. CP bao bì, đóng gói	đồng		100	150	100		
c. Phí chợ	đồng			40	50		
d. Hao hụt	đồng		300	560	680		
5. Tổng chi phí	đồng	3.653	6.200	7.750	10.130		
6. Giá bán	đồng	5.500	7.000	9.000	12.000		
7. Lợi nhuận	đồng	1.847	800	1.250	1.870		5.767
8. Chi phí trung gian	đồng	1.138	700	750	1.130		3.718
9. Tỷ lệ lợi nhuận	%	32,03	13,87	21,67	32,43		100,00
10. Tỷ lệ CP trung gian	%	30,61	18,83	20,17	30,39		100,00
11. Tỷ lệ LN/giá bán	%	33,58	11,43	13,89	15,58		

Nguồn: Số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra và tính toán của tác giả

Qua bảng 2, chúng tôi có nhận xét như sau:

- Phân phối chi phí, lợi nhuận giữa các thành phần trong chuỗi giá trị là chưa hợp lý, nông dân là người trực tiếp tạo ra sản phẩm, tạo ra chi phí gia tăng nhiều nhất nhưng lợi nhuận đạt được không cao. Trong khi đó bán lẻ tạo ra chi phí gia tăng ít hơn nông dân nhưng lợi nhuận đạt được cao hơn cả số tuyệt đối và số tương đối.

- Chênh lệch giữa giá bán sản phẩm từ người nông dân đến người tiêu dùng khá cao (gấp gần 2,2 lần), từ 5.500 đồng/kg lên đến 12.000 đồng/kg; chi phí trung gian trong chuỗi giá trị cao (3.718 đồng), chủ yếu là tăng chi phí hao hụt do trải qua nhiều khâu trung gian phân phối, luân chuyển. Đây cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của các thành phần trong chuỗi giá trị.

5.4. Phân tích các hoạt động quản lý chuỗi giá trị RAT tỉnh TN

5.4.1. Khả năng đáp ứng của chuỗi

Đánh giá khả năng đáp ứng của chuỗi bằng sự hài lòng của người tiêu dùng về chất lượng, chủng loại và giá cả sản phẩm, thương hiệu và dịch vụ của chuỗi. Kết quả điều tra, phỏng vấn được tổng hợp

Bảng 3: Mức độ hài lòng của người tiêu dùng về sản phẩm và thái độ phục vụ của chuỗi giá trị rau cải xanh Hoàng Mai an toàn (n=237)

Chỉ tiêu	Tần suất tích lũy (%)					Điểm trung bình	Ý nghĩa của mức
	Hoàn toàn không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng		
Chất lượng	5,49	19,41	25,74	14,35	35,01	3,54	Tốt
Chủng loại	13,92	19,41	24,89	32,07	9,71	3,04	T.Bình
Giá cả	23,21	23,63	19,41	17,30	16,45	2,80	T.Bình
Thái độ của người bán hàng	13,08	17,30	32,49	20,67	16,25	3,00	T.Bình
Giải quyết khi sản phẩm bị hư hỏng	15,61	22,36	25,74	21,94	14,35	2,97	T.Bình

Nguồn: Số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra và tính toán của tác giả
lý chuỗi đã khơi dậy được tính năng động, chủ động và sáng tạo trong phương thức hoạt động của chuỗi, không chỉ trông chờ vào sự chỉ đạo và hướng dẫn của cán bộ quản lý chuỗi. Theo đánh giá của người tiêu dùng thì địa điểm bán hàng của chuỗi đang có tần suất tích lũy ở cả 5 mức độ. Tuy nhiên, ở mức thuận tiện và rất thuận tiện đã đạt 56,88% và điểm trung bình là 3,54 tức là khá thuận lợi.

5.4.2. Tính linh hoạt của chuỗi

* Chia sẻ thông tin của các tác nhân trong chuỗi

Bảng 4 cho thấy các tác nhân trong chuỗi thường xuyên trao đổi, chia sẻ thông tin với nhau có 336 người chiếm 41,23%. Tiêu chí chia sẻ thông tin của chuỗi cải Xanh Hoàng Mai có điểm trung bình là 3,40. Kết quả này cho thấy hoạt động quản

Bảng 4: Mức độ chia sẻ thông tin của các tác nhân trong chuỗi và đánh giá của người tiêu dùng về địa điểm bán sản phẩm

Tiêu chí	Số lượng người tham gia đánh giá (người)					Điểm TB	Mức ý nghĩa
	Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5		
Chia sẻ thông tin (n=815)	-	168	232	336	79	3,40	T.Bình
Địa điểm bán sản phẩm (n=237)	21	36	46	60	74	3,54	Khá

Nguồn: Số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra và tính toán của tác giả

5.4.3. Chất lượng sản phẩm

Kết quả khảo sát 237 người tiêu dùng trên địa bàn nghiên cứu đánh giá chất lượng sản phẩm RAT Thái Nguyên là khá tốt (Điểm trung bình đạt 3,54), chi tiết tại bảng 5.4. Ngoài ra hoạt động quản lý chất lượng sản phẩm trong chuỗi giá trị trên địa bàn tỉnh còn có sự kiểm tra giám sát, đánh giá mức độ đảm bảo an toàn thực phẩm của các cơ quan chức năng tỉnh Thái Nguyên.

6. Đánh giá chung về chuỗi giá trị rau an toàn tỉnh Thái Nguyên

6.1. Những kết quả đạt được

Đã hình thành được liên kết chuỗi sản xuất RAT với 4 tác nhân chính là: Người sản xuất, người thu gom, người bán buôn và người bán lẻ, đây là kênh tiêu thụ sản phẩm truyền thống. Tuy nhiên kênh người sản xuất – Công ty CP Chế biến nông sản TN – người tiêu dùng là mang lại hiệu quả kinh tế nhất; bước đầu công ty, doanh nghiệp và người dân đã sử dụng các hợp đồng bằng văn bản để tạo mối liên kết ràng buộc giữa các tác nhân trong chuỗi; hiệu quả sản xuất rau cải Xanh Hoàng Mai theo chuỗi giá trị RAT cao hơn nhiều so với rau cải ăn lá đại trà; sản phẩm của chuỗi giá trị RAT đã từng bước đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng đặc biệt là chất lượng.

6.2. Những khó khăn, hạn chế

- Sản xuất RAT tại tỉnh Thái Nguyên thiếu tập trung, quy mô còn nhỏ, sản lượng ít chưa đáp ứng đủ nhu cầu, sản xuất RAT nhưng không có cơ quan kiểm tra giám sát chất lượng, không có thương hiệu, chưa đưa được vào hệ thống siêu thị,...

- Đã hình thành chuỗi giá trị RAT nhưng còn yếu, sự gắn kết giữa các tác nhân trong chuỗi còn quá lỏng lẻo; rất ít liên kết được thực hiện bằng các hợp đồng dưới dạng văn bản mà họ mới chỉ thực hiện hợp đồng miệng; quan hệ liên kết kinh tế chưa thực sự được đảm bảo, thiếu chế tài thực thi nghiêm túc theo hợp đồng; biện pháp thực hiện liên kết chưa có sự bình đẳng về lợi ích giữa các bên; giá trị gia tăng toàn chuỗi còn thấp.

- Các tác nhân trong chuỗi còn thiếu vốn để đầu tư sản xuất và kinh doanh.

- Sản phẩm RAT khó tiếp cận được thị trường, sản xuất rau theo tiêu chuẩn VietGAP, theo mô hình ứng dụng công nghệ cao thì giá thành cao nếu không có thị trường đầu ra ổn định cho RAT thì khó có thể tiêu thụ trên thị trường (chợ truyền thống), nhất là trong bối cảnh dịch bệnh như hiện nay thì RAT lại càng khó khăn tìm kiếm thị trường tiêu thụ.

6.3. Nguyên nhân của những hạn chế

- Do nhận thức của tác nhân về mối liên kết kinh tế trong chuỗi giá trị còn hạn chế, phân định các tác nhân tham gia chuỗi giá trị RAT cũng chưa thật rõ ràng dẫn đến mối liên kết giữa các tác nhân

trong chuỗi còn lỏng lẻo, yếu cả liên kết theo chiều ngang và chiều dọc.

- Các tác nhân tham gia vào từng mắt xích của chuỗi còn hạn chế về trình độ, năng lực chuyên môn nên mối quan hệ liên kết với nhau chủ yếu dưới dạng quan hệ thời điểm, không có hợp đồng sản xuất - tiêu thụ, tức là mua đứt bán đoạn dẫn đến thiếu sự gắn kết cũng như ràng buộc giữa các tác nhân với nhau. Hoạt động của chuỗi cũng chưa có cơ chế thi hành để bảo đảm sự tuân theo những nguyên tắc đã được đề ra và các quy định pháp luật khác để quản trị mối quan hệ của họ trong chuỗi giá trị.

- Quy mô sản xuất RAT của các hộ nông dân còn nhỏ nên không tránh khỏi sản xuất nhỏ lẻ, manh mún dẫn đến sản phẩm không ổn định, không đủ lớn, khó có thể tìm kiếm được những hợp đồng tiêu thụ bền vững nên khi bán tại chợ thường lại bị mất giá dẫn đến yếu tố tâm lý người sản xuất bị giao động.

- RAT được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP của các hộ nông dân nhưng phần lớn lại chưa được gắn nhãn mác, không có thương hiệu (chỉ có sản phẩm của THT, HTX, mô hình mới có nhãn mác, tem truy xuất nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng), nên khi RAT tiêu thụ trên thị trường (chợ địa phương) khó có thể phân biệt được đúng đâu là sản phẩm an toàn hay không an toàn.

- Các phương tiện, thiết bị phục vụ hoạt động của các tác nhân trong chuỗi, đặc biệt là ở khâu kinh doanh (thu gom, bán buôn, bán lẻ) còn thô sơ, không đáp ứng yêu cầu đảm bảo chất lượng sản phẩm và vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Thiếu vốn nhưng khó tiếp cận được vốn vay từ các tổ chức tín dụng chính thức vì thời gian thẩm định dài, không đáp ứng đủ nhu cầu vay, điều kiện vay vốn và thủ tục vay phức tạp.

- Chưa có những quy định và cơ sở pháp lý đủ mạnh để xử lý các trường hợp vi phạm hợp đồng, bảo đảm tôn trọng cam kết trong hợp đồng kinh tế giữa cơ sở chế biến với người sản xuất.

7. Giải pháp phát triển chuỗi giá trị sản phẩm rau an toàn tỉnh Thái Nguyên

7.1. Giải pháp chung

- Thành lập tổ chức hỗ trợ phát triển rau an toàn (Giải pháp bước đầu thành lập Bộ phận hỗ trợ phát triển rau an toàn trực thuộc Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ở cấp huyện; Phòng hỗ trợ phát triển rau an toàn trực thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ở cấp tỉnh) nhằm thực hiện một số chức năng sau: Làm đầu mối trao đổi thông tin giữa các thành phần trong chuỗi giá trị, bao gồm: thông tin thị trường, thông tin quảng bá sản phẩm, thông tin phản hồi của người tiêu dùng...; tổ chức điều tra khảo sát thường xuyên nhu cầu thị trường tiêu thụ và các

đôi thủ cạnh tranh; trực tiếp tham gia các công tác khác nhằm phát triển chuỗi rau an toàn như xây dựng và quản lý thương hiệu, tổ chức các cuộc họp, hội thảo thường xuyên giữa các tác nhân trong chuỗi (giữa nông dân và người mua gom; giữa nông dân, người mua gom, đại lý với khách hàng từ các tập đoàn siêu thị lớn), qua đó thông tin đầy đủ về mục đích, các nội dung cũng như lợi ích của chuỗi; cung cấp các kênh thông tin, tạo điều kiện cho người dân trong vùng, huyện và thành phố có thể phân biệt giữa RAT và rau thông thường; quản lý trang web chung của thương hiệu rau an toàn tại địa phương.

- Giao cho Thanh tra Sở, Chi cục quản lý chất lượng nông lâm thủy sản, Chi cục bảo vệ thực vật thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn là cơ quan quản lý chất lượng an toàn thực phẩm: hướng dẫn, tạo điều kiện cho các vùng rau an toàn áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất; hướng dẫn, hỗ trợ nông dân trong việc lựa chọn giống, phân bón, thuốc BVTV...; chịu trách nhiệm kiểm tra chất lượng an toàn thực phẩm.

- Tăng cường mối liên kết ngang, liên kết dọc giữa các tác nhân theo chuỗi giá trị: Các tác nhân cần phối hợp chặt chẽ hơn nữa với nhau bằng cách thành lập liên minh sản xuất, nhằm liên kết các tác nhân thành một chuỗi liên kết khép kín từ sản xuất, bảo quản, chế biến, tiêu thụ sản phẩm; tăng cường và phát huy vai trò các cấp quản lý trong việc sản xuất - tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng bằng văn bản.

- Xây dựng thương hiệu sản phẩm RAT tỉnh Thái Nguyên: Xây dựng và phát triển thương hiệu phải bắt đầu từ chính các tác nhân tham gia chuỗi và phải được thực hiện ở tất cả các khâu của chuỗi; các nhãn hiệu, mẫu mã, chất lượng sản phẩm là tài sản của mỗi tác nhân. Do đó việc chăm lo, giữ gìn, bảo vệ phát triển là quyền và trách nhiệm của chính các tác nhân tham gia.

- Giải pháp phát triển thị trường về sản phẩm rau an toàn: Xây dựng kênh phân phối RAT, xây dựng website giới thiệu và cung cấp thông tin về RAT.

7.2. Giải pháp cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị RAT

- *Nhóm giải pháp cho hộ sản xuất:* Nâng cao trình độ chuyên môn cho người sản xuất; Nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng chính thức; Nâng cao chất lượng sản phẩm; Liên kết các hộ sản xuất nhỏ lẻ để tạo nên sức mạnh tập thể.

- *Nhóm giải pháp cho tác nhân kinh doanh:* Tăng cường tiếp cận nguồn vốn tín dụng chính thức cho tác nhân kinh doanh; Hỗ trợ, đổi mới công nghệ chế biến bảo quản sản phẩm; Nâng cao chất lượng dịch vụ cho người bán lẻ.

7.3. Giải pháp hỗ trợ chuỗi giá trị RAT

- Hỗ trợ tài chính và pháp lý: Miễn giảm thuế sử dụng đất đối với đất trồng RAT theo quy định của pháp luật; hỗ trợ giống, phân bón và các đầu vào khác theo yêu cầu của nông dân; cho vay vốn ưu đãi, giảm thuế hoặc có chính sách trợ giá khi cần thiết.

- Tăng cường năng lực của các tác nhân trong chuỗi: Đào tạo, cho đi học tập thực tế đối với các cán bộ quản lý nhà nước cũng như cán bộ nghiên cứu.

- Truyền bá, nâng cao nhận thức của tác nhân tham gia chuỗi: Người sản xuất, người thu gom, người bán sỉ và bán lẻ, người tiêu dùng.

- Liên kết để phát triển chuỗi giá trị: Phối hợp với các tỉnh trong khu vực và trên cả nước để trao đổi thông tin về kinh nghiệm sản xuất rau, phối hợp nghiên cứu bổ sung xây dựng quy trình canh tác RAT; đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm thông qua các hoạt động tổ chức phiên chợ, hội chợ.

8. Kết luận

Rau là thành phần không thể thiếu trong mỗi bữa ăn hàng ngày của con người. Khi mà mức sống của người dân ngày một được cải thiện thì nhu cầu về rau không những phải đáp ứng về số lượng mà đòi hỏi phải không ngừng nâng cao về mặt chất lượng, đặc biệt là RAT được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobGAP, hữu cơ. Qua phân tích chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên, kết quả cho thấy đã có sự liên kết, vai trò cũng như quyền lợi của từng tác nhân trong chuỗi giá trị đó là Người sản xuất, người thu gom, người sơ chế, chế biến, người bán buôn và người bán lẻ. Phân tích kinh tế chuỗi cho thấy sản xuất rau theo chuỗi giá trị RAT hiệu quả gấp nhiều lần so với rau sản xuất đại trà; sản phẩm của chuỗi giá trị RAT đã người tiêu dùng đón nhận, đặc biệt là chất lượng và bảo đảm an toàn thực phẩm, bảo vệ sức khỏe người lao động và người tiêu dùng. Tuy nhiên, qua phân tích chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên cũng chỉ ra những hạn chế, tồn tại như sự gắn kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị RAT còn quá lỏng lẻo, rất ít liên kết được thực hiện bằng các hợp đồng dưới dạng văn bản, quan hệ liên kết kinh tế chưa thực sự được đảm bảo, thiếu chế tài thực thi nghiêm túc theo hợp đồng. Các tác nhân trong chuỗi có nhu cầu vay nhưng khó tiếp cận được nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức; thị trường đầu ra cho sản phẩm RAT vẫn đang là bài toán khó giải bấy lâu nay nhất là trong bối cảnh dịch bệnh covid-19 hiện nay. Xuất phát từ những hạn chế, nguyên nhân và định hướng của tỉnh, tác giả đề xuất 3 nhóm giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị RAT tỉnh Thái Nguyên góp phần phát triển ổn định kinh tế - xã hội tỉnh trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Hải Đăng. (2017). *HTX rau an toàn thị trấn Hùng Sơn, Đại Từ: Cung cấp ổn định sản phẩm rau an toàn*. Website: <http://thcsnguyentatthanh.daitu.edu.vn/tin-tuc-su-kien/htx-rau-an-toan-thi-tran-hung-son-dai-tu-cung-cap-on-dinh-sa.html>.
- [2]. Eschborn. (2007). *Liên kết chuỗi giá trị - ValueLinks*, GTZ.
- [3]. GTZ. (2009). *Phát triển chuỗi giá trị, công cụ gia tăng giá trị cho sản xuất nông nghiệp*.
- [4]. Đồng Văn Thường. (2017). *HTX mỗi hộ trồng một loại rau an toàn, hiệu quả cao, không có mà bán*. Website: <https://danviet.vn/htx-moi-ho-trong-mot-loai-rau-an-toan-hieu-qua-cao-khong-co-ma-ban-7777813951.htm>.
- [5]. UBND tỉnh Thái Nguyên. (2020). *Báo cáo số 208/BC-UBND kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2020; mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2021*.
- [6]. UBND tỉnh Thái Nguyên. (2021). *QĐ 139/QĐ-UBND về việc phê duyệt Đề án Phát triển sản phẩm nông nghiệp chủ lực tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030*.
- [7]. <https://www.nongsanantoanthanhhoa.vn/tin-tuc/rau-an-toan-va-rau-huu-co-khac-nhau-nhu-the-nao>

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Văn Thông

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh

2. Nguyễn Thị Vân

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh

3. Nguyễn Thị Hương

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh

- Địa chỉ email: huongbphk@gmail.com

Ngày nhận bài: 18/4/2022

Ngày nhận bản sửa: 4/5/2022

Ngày duyệt đăng: 25/9/2022