

UBND TỈNH NINH BÌNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KH&CN CẤP CƠ SỞ

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ
RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH

Chủ nhiệm nhiệm vụ: ThS. ĐINH THỊ THÚY
Đơn vị: KHOA KINH TẾ

NINH BÌNH, 2023

UBND TỈNH NINH BÌNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KH&CN CẤP CƠ SỞ

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ
RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH

Chủ nhiệm nhiệm vụ: ThS. ĐINH THỊ THÚY

Đơn vị: KHOA KINH TẾ

Các thành viên: TS. VŨ ĐỨC HẠNH

ThS. PHAN THỊ HÀNG NGA

ThS. NGUYỄN THỊ BÍCH NGỌC

Xác nhận của Chủ tịch HĐ nghiệm thu

(họ tên, chữ ký)

.....

Chủ nhiệm nhiệm vụ

(họ tên, chữ ký)

.....)

NINH BÌNH, 2023

MỤC LỤC

| | |
|---|----|
| MỞ ĐẦU | 2 |
| Chương 1 | 6 |
| CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ SỰ CẦN THIẾT VẬN DỤNG CHUỖI GIÁ TRỊ CHO SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU AN TOÀN | 6 |
| 1.1. CHUỖI GIÁ TRỊ | 6 |
| 1.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị | 6 |
| 1.1.2. Nội dung cơ bản của chuỗi giá trị | 9 |
| 1.1.2.1. Quy tắc vận hành một chuỗi giá trị | 9 |
| 1.1.2.3. Quy trình chuỗi giá trị | 10 |
| 1.1.2.4. Liên kết kinh tế trong chuỗi giá trị | 14 |
| 1.2 SỰ CẦN THIẾT VẬN DỤNG CHUỖI GIÁ TRỊ ỨNG DỤNG KINH DOANH RAU AN TOÀN | 15 |
| 1.2.1 Khái niệm và vai trò của sản xuất và kinh doanh rau an toàn | 15 |
| 1.2.1.1 Khái niệm rau an toàn | 15 |
| 1.2.1.2. Vai trò của rau an toàn của sản xuất và kinh doanh rau an toàn | 16 |
| 1.2.2. Sự cần thiết của chuỗi giá trị trong kinh doanh rau an toàn | 17 |
| 1.2.2.1. Lợi ích chuỗi giá trị đem lại | 17 |
| 1.2.2.2. Lợi ích việc ứng dụng chuỗi giá trị trong kinh doanh rau an toàn | 18 |
| 1.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN | 19 |
| 1.3.1 Các yếu tố khách quan | 19 |
| 1.3.2 Các yếu tố chủ quan | 20 |
| Chương 2 | 22 |
| THỰC TRẠNG CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN TẠI | 22 |
| THÀNH PHỐ NINH BÌNH | 22 |
| 2.1. ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ XÃ HỘI CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH | 22 |
| 2.1.1. Điều kiện tự nhiên | 22 |
| 2.1.2. Điều kiện kinh tế xã hội của Thành phố Ninh Bình | 23 |
| 2.2. Thực trạng chuỗi giá trị rau an toàn của Thành phố Ninh Bình | 25 |
| 2.2.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn của thành phố Ninh Bình | 25 |
| 2.2.2. Phân tích chuỗi giá trị rau an toàn của thành phố Ninh Bình | 30 |
| 2.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH | 46 |
| 2.3.1. Các yếu tố khách quan | 46 |
| 2.3.2. Các yếu tố chủ quan | 49 |

| | |
|--|----|
| 2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH..... | 50 |
| 2.4.1. Mặt tích cực chuỗi giá trị đem lại..... | 50 |
| 2.4.2. Các hạn chế trong chuỗi..... | 50 |
| Chương 3 | 53 |
| MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH | 53 |
| 3.1. NHỮNG GIẢI PHÁP NHẪM THÚC ĐẨY SẢN XUẤT RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH..... | 53 |
| 3.1.1. Giải pháp về khoa học kỹ thuật trong trồng RAT | 53 |
| 3.1.2. Hoàn thiện về cơ chế chính sách cho phát triển RAT | 54 |
| 3.1.3. Giải pháp luân canh cây trồng..... | 55 |
| 3.1.4. Giải pháp đầu tư các yếu tố đầu vào cho sản xuất RAT | 56 |
| 3.1.5. Giải pháp tuyên truyền | 58 |
| 3.2. Những giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ rau an toàn tại thành phố Ninh Bình .. | 59 |
| 3.2.1. Giải pháp về thị trường, tổ chức tiêu thụ rau an toàn..... | 59 |
| 3.2.2. Liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân tham gia sản xuất và tiêu thụ rau an toàn. 60 | |
| 3.2.2.1 <i>Giải pháp đối với người sản xuất</i> | 61 |
| 3.2.2.2. <i>Giải pháp đối với người thu gom</i> | 62 |
| 3.2.2.3. <i>Giải pháp đối với người bán lẻ</i> | 62 |
| 3.2.2.4. <i>Giải pháp xây dựng thương hiệu sản phẩm rau an toàn</i> | 63 |
| DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO | 66 |
| PHỤ LỤC: Phiếu khảo sát..... | 68 |

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

| | |
|---------|-------------------------------------|
| RAT | Rau an toàn |
| RTT | Rau thông thường |
| BVTV | Bảo vệ thực vật |
| HTX | Hợp tác xã |
| VSATTP | Vệ sinh an toàn thực phẩm |
| NN&PTNT | Nông nghiệp và phát triển nông thôn |
| UBND | Ủy ban nhân dân |

DANH MỤC BẢNG BIỂU

| | |
|---|----|
| Bảng 1.1. Bảng các bước lập và phân tích chuỗi giá trị..... | 14 |
| Bảng 2.1 Năng suất và sản lượng RAT ở thành phố Ninh Bình qua các năm..... | 26 |
| Bảng 2.2 Diện tích, năng xuất, sản lượng phân bố rau tại các phường trên địa bàn thành phố Ninh Bình..... | 27 |
| Bảng 2.3. Thị trường tiêu thụ rau an toàn tại thành phố tính % theo sản lượng..... | 28 |
| Bảng 2.4 Chênh lệch giá RAT và RTT tại thành phố Ninh Bình năm 2022..... | 29 |
| Bảng 2.5. Nội dung liên kết của hộ sản xuất với HTXNN..... | 34 |
| Bảng 2.6. Nội dung liên kết của hộ sản xuất với các tác nhân thu mua..... | 26 |
| Bảng 2.7 Tổng diện tích, sản lượng và năng suất của các hộ điều tra..... | 36 |
| Bảng 2.8. Đặc điểm các hộ trồng rau trên địa bàn năm 2022..... | 37 |
| Bảng 2.9: Chi phí phân bón, thuốc trừ sâu để sản xuất rau của hộ trên một sào..... | 38 |
| năm 2022..... | 38 |
| Bảng 2.10: Bảng chi phí giá tiền giống/sào năm 2022..... | 39 |
| Bảng 2.11: Chi phí và thu nhập của người nông dân/sào năm 2022..... | 39 |
| Bảng 2.12: Hiệu quả kinh tế của các hộ sản xuất rau trên địa bàn năm 2022..... | 39 |
| Bảng 2.13: Kết quả và hiệu quả kinh tế của người thu gom, bán buôn và bán lẻ năm 2022 (tính cho 1 tạ rau cải ngọt)..... | 40 |
| Bảng 2.14: Phần giá trị tăng thêm qua từng khâu trong chuỗi..... | 41 |
| (tính cho 1 tạ rau cải ngọt)..... | 41 |
| Biểu đồ 2.1 Cơ cấu cây trồng thành phố Ninh Bình năm 2022..... | 24 |
| Biểu đồ 2.2. Đánh giá mức độ tham gia liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT..... | 36 |
| Biểu đồ 2.3. Nhận thức của người tiêu dùng về rau an toàn..... | 49 |

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

| | |
|---|----|
| Hình 1.1: Chuỗi giá trị của Michael Porter | 7 |
| Hình 1.2: Hệ thống giá trị..... | 8 |
| Hình 1.3. Mối liên hệ trong chuỗi giá trị giải đơn..... | 9 |
| Hình 1.4: 5 nguyên tắc cốt lõi trong chuỗi giá trị..... | 10 |
| Hình 1.5: Sơ đồ phân tích chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp..... | 12 |
| Sơ đồ 2.1: Chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình | 31 |
| Sơ đồ 2.2: Chuỗi cung ứng sản phẩm RAT tại Thành phố Ninh Bình..... | 42 |

THÔNG TIN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

1. Tên nhiệm vụ KH&CN: Một số giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình.

2. Lĩnh vực nghiên cứu : Kinh tế

3. Loại hình nghiên cứu: Ứng dụng

4. Thời gian thực hiện: 12 tháng.

Từ tháng 11 năm 2022 đến tháng 11 năm 2023.

5. Chủ nhiệm nhiệm vụ KH&CN

Họ và tên: Đinh Thị Thúy

Học hàm/Học vị: Thạc sỹ

Chuyên ngành đào tạo: kinh tế và quản lý

Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế

Điện thoại di động: 0976754279

E-mail: dingthithuy@hluv.edu.vn

6. Những thành viên tham gia nghiên cứu đề tài

| T T | Họ và tên | Đơn vị công tác và lĩnh vực chuyên môn | Nội dung nghiên cứu cụ thể được giao | Chữ ký |
|--------|---------------------------|---|---|--------|
| 1 | ThS. Đinh Thị Thúy | Khoa Kinh tế, Quản trị kinh doanh | Viết chương 1, chương 2 | |
| 2 | TS. Vũ Đức Hạnh | Khoa Kinh tế, Quản lý kinh tế | Viết chương 2, chương 3 | |
| 3 | ThS. Phan Thị Hằng Nga | Khoa Kinh tế, Quản trị kinh doanh | Viết chương 1, chương 3 | |
| 4 | ThS. Nguyễn Thị Bích Ngọc | Khoa Kinh tế, Kinh tế | Viết chương 1, chương 2 | |

7. Đơn vị phối hợp chính: Không

MỞ ĐẦU

1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Nghiên cứu phát triển và xây dựng chuỗi rau an toàn là một nội dung nghiên cứu không mới trong thời gian qua, tuy nhiên tùy vào điều kiện thời gian và không gian nó lại có cách thức tổ chức và cách làm khác nhau. Dưới đây chúng tôi khái quát một số nghiên cứu về chuỗi rau an toàn thông qua các chương trình dự án, luận văn và các bài báo in trên các tạp chí chuyên ngành như sau:

1) Lê Minh Tài (2013), Phân tích chuỗi giá trị và đề xuất giải pháp phát triển bền vững cây Khóm huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang, luận văn thạc sỹ, trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh. Đề tài nghiên cứu chuỗi giá trị cây Khóm huyện Tân Phước –Tiền Giang, với 3 tác nhân: người sản xuất, thu gom và công ty chế biến. Bên cạnh việc đề nghị phát triển về cơ sở hạ tầng hỗ trợ cho chuỗi, đề tài nhấn mạnh đến mối liên kết dọc, trong đó, người sản xuất đóng vai trò trung tâm bên cạnh nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và sự hỗ trợ từ ngân hàng.

2) Nguyễn Phú Sơn và cộng sự (2014), Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm Tỏi ở tỉnh Ninh Thuận, Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Cần Thơ. Nghiên cứu khảo sát 70 tác nhân tham gia chuỗi giá trị tại 2 huyện Ninh Hải và Ninh Phước, tỉnh Ninh Thuận, bao gồm 7 nhà cung cấp cây giống, 7 nhà cung cấp vật tư nông nghiệp, 20 hộ trồng, 6 thương lái trong tỉnh, 15 chủ vựa và nhà buôn sỉ trong và ngoài tỉnh, 14 nhà bán lẻ trong và ngoài tỉnh và 1 siêu thị ở ngoài tỉnh. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở phương pháp tiếp cận liên kết chuỗi giá trị và phân tích lợi thế cạnh tranh ngành hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chuỗi giá trị hiện tại có 2 kênh phân phối chính: 70% lượng tỏi được bán cho những người buôn sỉ và chủ vựa trong tỉnh và 20% bán cho những thương lái trong tỉnh. Kết quả nghiên cứu cho thấy điểm nghẽn lớn nhất của chuỗi giá trị tỏi của Ninh Thuận là khả năng tiếp cận thị trường của các tác nhân tham gia trong chuỗi còn hạn chế.

3) Ngô Thị Thanh Hương (2015), Xây dựng chuỗi cung ứng mặt hàng rau an toàn ở Việt Nam, luận văn thạc sỹ (Đại học quốc gia Hà nội). Tác giả nghiên cứu các hình thức cung ứng rau an toàn của một số địa phương trên toàn quốc, từ đó xây dựng các chuỗi cung rau an toàn mang tính chất điển hình và cơ bản ở Việt Nam.

4) Lê Thị Bích Thảo, Trần Cao Bảo (2021), Nghiên cứu chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Pleiku, tỉnh Gia Lai, Tạp chí Công thương. Phân tích thực trạng sản xuất, chế biến và tiêu thụ RAT tại tỉnh Gia Lai. Lập bản đồ chuỗi giá trị và phân tích kinh tế chuỗi giá trị sản phẩm RAT. Phân tích SWOT ngành sản xuất RAT tại tỉnh Gia Lai. Đề xuất các chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị RAT và các hoạt động cần thiết để thực hiện chiến lược.

5) Nguyễn Thị Hương, Nguyễn Thanh Minh (2022), Cơ sở khoa học và kinh nghiệm thực tiễn để phát triển chuỗi giá trị sản phẩm rau an toàn của tỉnh Thái Nguyên, Tạp chí Công thương. Bài báo của các tác giả đã khái quát cơ sở lý luận và thực tiễn về chuỗi giá trị rau an toàn, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thái Nguyên.

Tuy nhiên, hiện nay chưa có đề tài nào nghiên cứu về chuỗi giá trị rau an toàn tại Thành phố Ninh Bình.

2. Tính cấp thiết của nhiệm vụ KH&CN

Rau là một loại thực phẩm không thể thiếu trong bữa ăn hàng ngày của con người. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm để đảm bảo sức khỏe người dân đang được đặt ra ngày càng cao. Do vậy nhu cầu về rau an toàn ngày càng tăng, nhất là trong các thành phố. Rau an toàn (RAT): là những sản phẩm rau tươi (bao gồm tất cả các loại rau an: lá, thân, củ, hoa, quả, hạt, các loại nấm thực phẩm...) được sản xuất, thu hoạch, sơ chế, bao gói, bảo quản theo quy định kỹ thuật bảo đảm tồn dư về vi sinh vật, hóa chất độc hại dưới mức giới hạn tối đa cho phép theo quy định.

Tỉnh Ninh Bình đã xây dựng được nhiều vùng sản xuất nông nghiệp hàng hóa, nhiều sản phẩm có lợi thế, gắn kết thị trường tiêu thụ và hiệu quả kinh tế bền vững dựa trên cơ sở khai thác tối đa tiềm năng, lợi thế của địa phương. Đồng thời, tăng cường tuyên truyền, hỗ trợ, nhân rộng các mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn, quy chuẩn: mô hình sản xuất, chăn nuôi, trồng trọt theo hướng VietGAP; mô hình sản xuất theo hướng hữu cơ; mô hình sản xuất đảm bảo an toàn sinh học; mô hình chăn nuôi sử dụng chế phẩm sinh học... Bên cạnh đó, quy mô nền kinh tế của tỉnh không ngừng được mở rộng. Giai đoạn 2016-2020, tổng sản phẩm GRDP giai đoạn này tăng bình quân 8,03%/năm, cao hơn bình quân chung của cả nước, GRDP bình quân đầu người đạt 64,8 triệu đồng, gấp 1,57 lần so với năm 2015. Quá trình xây dựng nông thôn mới của tỉnh đã gắn liền với việc thực hiện đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp. Trọng tâm là phát triển kinh tế nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa, ứng dụng

công nghệ cao, hình thức tổ chức sản xuất tiên tiến, bền vững.

Chuỗi giá trị là một hoạt động kinh doanh có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các đầu vào cho một sản phẩm, đến sơ chế, vận chuyển, tiếp thị, đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng. Sản xuất rau và kinh doanh RAT theo chuỗi giá trị giúp giá trị của sản phẩm được gia tăng trong mỗi khâu trung gian, góp phần mở rộng thị trường, xây dựng các mô hình kinh tế mới, đây là phương án tối ưu để giải quyết việc làm, tăng thu nhập và nâng cao đời sống cho người nông dân.

Thành phố Ninh Bình là một trong những vùng sản xuất chuyên canh rau màu và hoa các loại của tỉnh Ninh Bình, cung cấp cho thị trường trong và ngoài tỉnh. Người nông dân thành phố năng động, sáng tạo, biết cách ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất nên đã góp phần tăng năng suất, giá trị trên từng ha canh tác. Tuy nhiên việc sản xuất rau an toàn hiện nay tại thành phố Ninh Bình vẫn còn tồn tại một số những khó khăn như: Công tác thực hiện quy hoạch diện tích trồng rau an toàn trên toàn thành phố; Chất lượng sản phẩm rau chưa được quan tâm; các quy trình kỹ thuật sản xuất rau an toàn vẫn chưa được áp dụng thường xuyên và phổ biến; sản xuất rau vẫn còn mang tính tự phát, manh mún, nhỏ lẻ; Sự liên hệ giữa các khâu chốt trong chuỗi hệ thống giá trị từ người nông dân cho đến thương lái, nhà bán si-nhà bán lẻ-siêu thị từ công tác thu hoạch, đóng gói, bảo quản, nhãn hiệu và vận chuyển đến việc tăng cường sự nhận biết sản phẩm rau an toàn và sử dụng trong người tiêu dùng vẫn còn yếu kém .

Xuất phát từ những vấn đề trên và nhận thức được tầm quan trọng của việc phát triển chuỗi giá trị rau an toàn nhóm nghiên cứu chọn đề tài: “Một số giải pháp phát triển chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình” làm đề tài NCKH.

3. Mục tiêu của nhiệm vụ KH&CN

Trên cơ sở hệ thống hóa cơ sở lý luận về chuỗi giá trị, tác giả xác định cấu trúc chuỗi giá trị và phân tích hoạt động của từng tác nhân tham gia chuỗi giá trị rau an toàn của tỉnh trong những năm 2020, 2021, 2022; đánh giá những tồn tại, hạn chế trong chuỗi giá trị rau an toàn của tỉnh. Từ đó, đề xuất những giải pháp phát triển chuỗi giá trị rau an toàn.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của nhiệm vụ KH&CN

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Các hoạt động trong chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi về nội dung: chuỗi giá trị rau an toàn

Phạm vi không gian: Tại thành phố Ninh Bình

Phạm vi thời gian: 2020-2022

5. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cách tiếp cận

Lý thuyết – Thực trạng – Giải pháp

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp toán thống kê; Phương pháp phỏng vấn, điều tra (điều tra 60 hộ sản xuất ở 3 xã: mỗi xã 10 hộ sản xuất rau thường, 10 hộ sản xuất rau an toàn; điều tra 20 nhà thu gom; và điều tra 30 khách hàng sử dụng RAT).

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ SỰ CẦN THIẾT VẬN DỤNG CHUỖI GIÁ TRỊ CHO SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU AN TOÀN

1.1. CHUỖI GIÁ TRỊ

1.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị

Khái niệm “Chuỗi giá trị - Value chain” được GS. Michael Porter nêu ra trong cuốn sách “Lợi thế cạnh tranh” được xuất bản vào năm 1985. Porter đã sử dụng khung phân tích chuỗi giá trị để đánh giá xem một công ty nên tự định vị mình như thế nào trên thị trường và trong mối quan hệ với các nhà cung cấp, khách hàng và đối thủ cạnh tranh. Ý tưởng về lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp có thể được tóm tắt như sau: một công ty có thể cung cấp cho khách hàng với một mặt hàng (hoặc dịch vụ) có giá trị tương đương với đối thủ cạnh tranh của mình nhưng với chi phí thấp hơn (chiến lược giảm chi phí) như thế nào? Cách khác là làm thế nào để một doanh nghiệp có thể sản xuất một mặt hàng mà khách hàng muốn mua với giá cao hơn (chiến lược khác biệt hóa).

Trong bối cảnh này, khái niệm chuỗi giá trị được sử dụng như một khung khái niệm mà các doanh nghiệp có thể dùng để tìm ra các nguồn lợi thế cạnh tranh (thực tế và tiềm tàng) của mình. Đặc biệt, Porter đã tranh luận rằng nguồn lợi thế cạnh tranh không thể tìm ra nếu nhìn vào công ty như một tổng thể. Một công ty cần được phân tách một loạt hoạt động và có thể tìm thấy lợi thế cạnh tranh trong một (hoặc nhiều hơn) những hoạt động đó. Porter phân biệt giữa các hoạt động sơ cấp, trực tiếp đóng góp phần tăng thêm giá trị cho sản xuất hàng hóa (hoặc dịch vụ) và hoạt động hỗ trợ có ảnh hưởng gián tiếp vào giá trị cuối cùng của sản phẩm.

Trong khung phân tích của Porter, khái niệm chuỗi giá trị không trùng với ý tưởng về chuyển đổi vật chất. Porter giới thiệu ý tưởng theo đó tính cạnh tranh của một công ty không chỉ liên quan đến quy trình sản xuất. Tính cạnh tranh của một doanh nghiệp có thể phân tích bằng cách xem xét chuỗi giá trị bao gồm thiết kế, sản xuất, mua vật tư đầu vào, hậu cần, hậu cần bên ngoài, tiếp thị, bán hàng, các dịch vụ hậu mãi và dịch vụ hỗ trợ như kế hoạch chiến lược, nguồn nhân lực, hoạt động nghiên cứu, v.v..

Do vậy, trong khung phân tích của Porter, khái niệm chuỗi giá trị chỉ áp dụng trong kinh doanh. Kết quả là phân tích chuỗi giá trị chủ yếu nhằm hỗ trợ các quyết định quản lý và chiến lược điều hành. Ví dụ như một phân tích về chuỗi giá trị của một siêu thị ở Châu Âu có thể chỉ lợi thế cạnh tranh của một siêu thị đó với các đối thủ cạnh tranh là khả năng cung cấp rau quả giống nước ngoài. Tìm ra lợi thế cạnh tranh là thông tin có giá trị cho các mục đích kinh doanh. Tiếp theo những kết quả tìm được đó, doanh nghiệp kinh doanh siêu thị có lẽ sẽ tăng cường củng cố mối quan hệ với các nhà sản xuất hoa quả giống ngoại và chiến dịch quảng cáo sẽ chú ý đặc biệt đến những vấn đề này.



Hình 1.1: Chuỗi giá trị của Michael Porter

(Nguồn: Sổ tay thực hành phân tích chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo – 2007)

Các hoạt động chính: bao gồm đầu vào, sản xuất, đầu ra, marketing và bán hàng, dịch vụ khách hàng.

+ Đầu vào: Những hoạt động liên quan đến việc nhận, lưu trữ, dịch chuyển đầu vào sản phẩm, chẳng hạn như quản trị nguyên vật liệu, kho bãi, kiểm soát tồn kho, lên lịch trình xe cộ và trả lại sản phẩm cho nhà cung cấp....

+ Sản xuất: là hoạt động chuyển nguyên vật liệu đầu vào thành sản phẩm hoàn thành.

+ Đầu ra: gồm những hoạt động kết hợp thu thập, lưu trữ và phân phối sản phẩm từ nhà sản xuất đến người mua.

+ Marketing và bán hàng: là những hoạt động liên quan đến việc quảng cáo, khuyến mại, lựa chọn kênh phân phối, quản trị mối quan hệ trong kênh và định giá.

+ Dịch vụ khách hàng: (dịch vụ sau bán hàng) liên quan đến việc cung cấp dịch vụ nhằm gia tăng, duy trì giá trị của sản phẩm.

Các hoạt động hỗ trợ: bao gồm các hoạt động như thu mua, phát triển công nghệ, quản trị nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng của công ty.

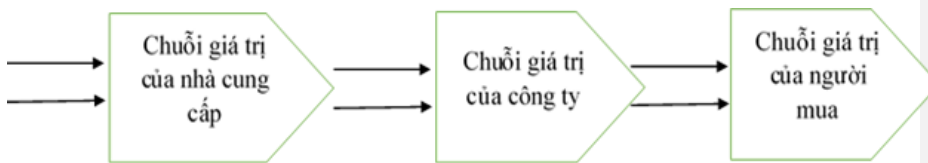
+ Thu mua: liên quan đến chức năng mua nguyên vật liệu đầu vào bao gồm nguyên vật liệu, các nhà cung cấp, máy móc...

+ Phát triển công nghệ: liên quan tới các bí quyết, quy trình, thủ tục, công nghệ được sử dụng.

+ Quản trị nguồn nhân lực: bao gồm các hoạt động liên quan tới chiêu mộ, tuyển dụng, đào tạo, phát triển và quản trị thù lao cho người lao động trong công ty.

+ Cơ sở hạ tầng công ty: bao gồm quản lý chung, lập kế hoạch quản lý, tuân thủ luật pháp, tài chính, kế toán, quản lý chất lượng, quản lý cơ sở vật chất...

Một cách khác của phương pháp phân tích lợi thế cạnh tranh là dựa vào khái niệm của hệ thống giá trị. Thay vì chỉ phân tích lợi thế cạnh tranh của một công ty duy nhất, có thể xem các hoạt động của công ty như một phần của chuỗi các hoạt động rộng hơn mà Porter gọi là hệ thống giá trị. Một hệ thống giá trị bao gồm các hoạt động do tất cả các công ty tham gia trong việc xuất sản một hàng hóa hoặc dịch vụ thực hiện, bắt đầu từ nguyên vật liệu thô đến phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng. Vì vậy, khái niệm hệ thống giá trị rộng hơn so với chuỗi giá trị của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cần chỉ ra rằng trong khung phân tích của Porter, khái niệm hệ thống giá trị chủ yếu là một công cụ giúp quản lý điều hành đưa ra những quyết định có tính chiến lược.



Hình 1.2: Hệ thống giá trị

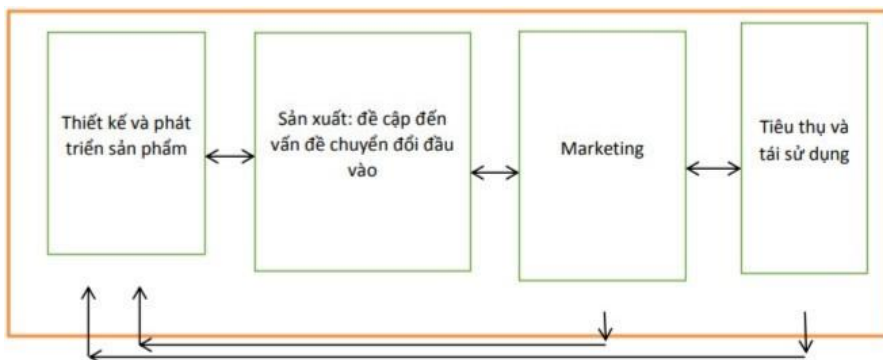
(Nguồn: Sổ tay thực hành phân tích chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo – 2007)

Theo Kaplinsky R. And Morris M. (2001), khái niệm Chuỗi giá trị là nói đến tất cả những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm hoặc một dịch vụ từ lúc còn là

khái niệm, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau, đến khi phân phối tới người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng.

Kaplinsky R. And Morris M. (2001) đã đưa ra hai khái niệm về chuỗi giá trị:

+ Chuỗi giá trị giản đơn: Là một chuỗi giá trị gồm một loạt các hoạt động thực hiện trong một công ty để sản xuất ra một sản phẩm nhất định. Những hoạt động này gồm : thiết kế và phát triển sản phẩm, sản xuất, marketing và cuối cùng là tiêu thụ và tái sử dụng.



Hình 1.3. Mối liên hệ trong chuỗi giá trị giản đơn

Nguồn: [15]

+ Chuỗi giá trị mở rộng: là một phức hợp những hoạt động do nhiều người tham gia khác nhau thực hiện (người sản xuất sơ cấp, người chế biến, thương nhân, người cung cấp dịch vụ,...) để biến một nguyên liệu thô thành thành phẩm được bán lẻ. Cách tiếp cận này xem xét tất cả các mối liên hệ ngược và xuôi cho đến khi nguyên liệu thô được sản xuất, được kết nối với người tiêu dùng cuối cùng.

1.1.2. Nội dung cơ bản của chuỗi giá trị

1.1.2.1. Quy tắc vận hành một chuỗi giá trị

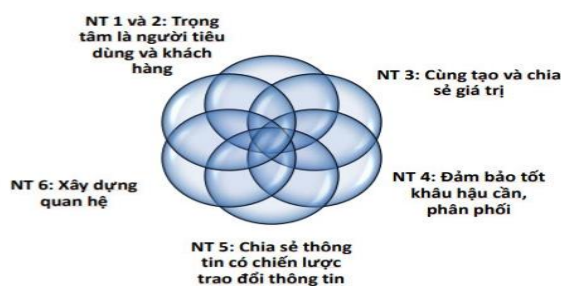
Chuỗi giá trị là một chuỗi các hoạt động, các sản phẩm trải qua tất cả các hoạt động của chuỗi theo một thứ tự và tại mỗi hoạt động thì sản phẩm đó gia tăng thêm một số giá trị. Chuỗi các hoạt động cung cấp cho các sản phẩm giá trị gia tăng nhiều hơn so với số tiền được thêm vào các giá trị của tất cả các hoạt động đó. Một viên kim cương sau khi được gọt dũa với một chi phí nào đó sẽ có giá trị gấp nhiều lần so với viên kim cương đó lúc còn nguyên thủy. Đây là một sự khác biệt cơ bản về giá trị của viên kim cương sau khi nó đã trải qua một chuỗi các hoạt động gọt dũa.

Từ chuỗi giá trị này phải tạo ra được ba điểm khác biệt cơ bản:

- + Tạo ra được các sản phẩm có chất lượng vượt trội, khác biệt;
- + Có chi phí thấp;
- + Chọn lọc và tập trung.

Chuỗi giá trị chỉ tồn tại khi tất cả những người tham gia trong chuỗi đều hoạt động để tạo ra tối đa giá trị trong toàn chuỗi và tuân theo nguyên tắc là xem xét từng tác nhân tham gia trong chuỗi và quan hệ một bước tiến, một bước lùi, bắt đầu từ sản xuất nguyên vật liệu cho đến người tiêu dùng cuối cùng. Để có thể làm được điều đó, chuỗi giá trị phải tuân thủ theo 5 nguyên tắc cốt lõi:

- + Trọng tâm chuỗi giá trị là người tiêu dùng và khách hàng
- + Các tác nhân cùng tạo và sẽ chia giá trị
- + Để giá trị được bền vững cần đảm bảo tốt khâu hậu cần và phân phối
- + Liên kết giá trị có chủ đích với nhau của các tác nhân, cùng chia sẻ thông tin và có chiến lược để có thể trao đổi thông tin
- + Cùng xây dựng và củng cố mối quan hệ dựa trên giá trị chung các chuỗi [1]



Hình 1.4: 5 nguyên tắc cốt lõi trong chuỗi giá trị

Nguồn: [9]

1.1.2.3. Quy trình chuỗi giá trị

Theo Kaplinsky và Morris (2001) bốn khía cạnh trong phân tích chuỗi giá trị áp dụng trong nông nghiệp bao gồm:

- + Thứ nhất, ở mức độ cơ bản nhất, lập sơ đồ phân tích một chuỗi giá trị gồm hệ thống các bên tham gia vào sản xuất, phân phối, tiếp thị và bán một (hoặc nhiều) sản phẩm cụ thể. Việc lập sơ đồ này đánh giá các đặc điểm của những người tham gia, cơ

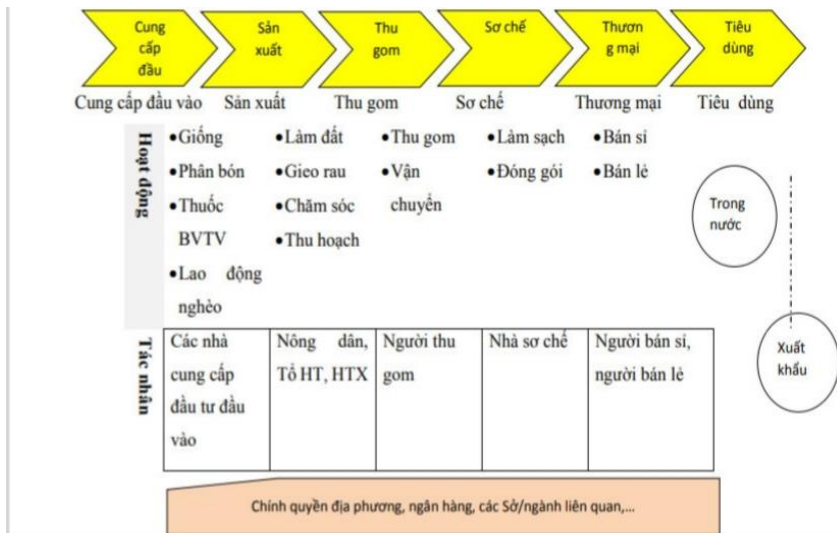
cấu lõi và chi phí, dòng hàng hóa trong chuỗi, đặc điểm việc làm và khối lượng và điểm đến của hàng hóa được bán trong nước và ngoài nước.

+ Thứ hai, phân tích chuỗi giá trị có vai trò trung tâm trong việc xác định sự phân phối lợi ích của những người tham gia trong chuỗi. Có nghĩa là, phân tích lợi nhuận và lợi nhuận biên trên một sản phẩm trong chuỗi để xác định ai được hưởng lợi nhờ tham gia chuỗi và những người tham gia nào có thể được hưởng lợi nhờ được tổ chức và hỗ trợ nhiều hơn.

+ Thứ ba, phân tích chuỗi giá trị có thể dùng để xác định vai trò của việc nâng cấp trong chuỗi giá trị. Nâng cấp gồm cải thiện chất lượng và thiết kế sản phẩm giúp nhà sản xuất thu được giá trị cao hơn hoặc đa dạng hóa dòng sản phẩm. Phân tích quá trình nâng cấp gồm đánh giá khả năng sinh lời của các bên tham gia trong chuỗi cũng như thông tin về những cản trở đang tồn tại.

+ Cuối cùng, phân tích chuỗi giá trị có thể nhấn mạnh vai trò của quản trị trong chuỗi giá trị. Quản trị chuỗi giá trị nói đến cơ cấu các mối quan hệ và cơ chế điều phối tồn tại giữa các bên tham gia trong chuỗi giá trị. Quản trị quan trọng từ góc độ chính sách thông qua xác định các sắp xếp về thể chế có thể cần nhắm tới để nâng cao năng lực trong chuỗi giá trị, điều chỉnh các sai lệch về phân phối và tăng giá trị gia tăng trong ngành.[15]

Sơ đồ thể hiện các hoạt động sản xuất/kinh doanh (khâu), các tác nhân chính trong chuỗi và những mối liên kết của họ. Lập sơ đồ chuỗi giá trị có nghĩa là vẽ một sơ đồ về hiện trạng của hệ thống chuỗi giá trị. Thể hiện qua ví dụ về sơ đồ chuỗi giá trị dưới đây:



Hình 1.5: Sơ đồ phân tích chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp

Nguồn: [9]

Ghi chú:

Các giai đoạn sản xuất/khâu:



Các tác nhân chính thực hiện các khâu trong chuỗi:



Người tiêu dùng cuối cùng:



Nhà hỗ trợ chuỗi giá trị:



Sơ đồ chuỗi giá trị luôn luôn thể hiện hiện trạng của chuỗi. Để lập sơ đồ chuỗi giá trị cần phải thu thập thông tin về hiện trạng của chuỗi giá trị. Các bước để lập và phân tích chuỗi giá trị bao gồm:

| | |
|---------------|---|
| Bước 1 | <p>Không nên bắt đầu vẽ sơ đồ từ khâu “cung cấp đầu vào”!</p> <p>Hãy xác định cụ thể người tiêu dùng cuối cùng của chuỗi giá trị! Các câu hỏi định hướng sau đây để xác định cụ thể người tiêu dùng cuối cùng trong chuỗi giá trị.</p> |
|---------------|---|

| | |
|----------------------------|--|
| Câu hỏi sử dụng: | <p>Người tiêu dùng là ai? Họ ở đâu? Độ tuổi nào? Giàu hay nghèo? V.v. Họ muốn mua sản phẩm gì?</p> <p>Người tiêu dùng đòi hỏi chất lượng sản phẩm phải như thế nào?</p> <p>Người tiêu dùng mua nhiều hay ít? Nhiều là bao nhiêu?</p> <p>Họ mua vào thời điểm nào?</p> <p>Họ mua ở đâu?</p> <p>Họ sẵn sàng bỏ bao nhiêu tiền để mua sản phẩm?...</p> |
| Bước 2 | Xác định các khâu trong chuỗi giá trị. Sau khi xác định được người tiêu dùng cuối cùng trong chuỗi giá trị, hãy đi từng khâu kể trước người tiêu dùng và sau đó khâu kế tiếp v.v. Tùy vào chuỗi giá trị sơ đồ có thể chênh lệch trong cách khâu. |
| Câu hỏi sử dụng | <p>Để người tiêu dùng có thể mua sản phẩm thì trước đó phải làm/có cái gì?</p> <p>Để người bán lẻ có sản phẩm đi bán thì trước đó phải làm/có cái gì?</p> <p>Để người chế biến có sản phẩm để chế biến thì trước đó phải làm/có cái gì?</p> <p>Để người thu gom có sản phẩm để thu gom thì trước đó phải làm/có cái gì?</p> <p>Để người sản xuất tạo ra sản phẩm họ cần làm/có cái gì?</p> |
| Bước 3 | Xác định các hoạt động của từng khâu trong chuỗi. |
| Câu hỏi định hướng sử dụng | <p>Khâu “Cung cấp đầu vào” bao gồm các hoạt động gì?</p> <p>Khâu “Sản xuất” bao gồm các hoạt động gì?</p> <p>Khâu “Thu gom” bao gồm các hoạt động gì?</p> <p>Khâu “Chế biến” bao gồm các hoạt động gì?</p> <p>Khâu “Thương mại” bao gồm các hoạt động gì? v.v</p> |
| Bước 4 | Xác định các tác nhân trong chuỗi giá trị |
| Câu hỏi định hướng sử dụng | <p>Hiện nay, ai thực hiện các hoạt động trong các khâu:</p> <p>Khâu “Cung cấp đầu vào”? Ai</p> <p>Khâu “Sản xuất”? Ai Khâu “Thu gom”? Ai</p> <p>Khâu “Chế biến”? Ai?</p> |

| | |
|----------------------------|---|
| | Khâu “Thương mại” Ai?... v.v |
| Bước 5 | Xác định các nhà hỗ trợ trong chuỗi giá trị |
| Câu hỏi định hướng sử dụng | Hiện nay, ai hỗ trợ các tác nhân thực hiện các khâu trong chuỗi? Các hỗ trợ giải quyết khó khăn nào của các tác nhân trong các khâu? |
| Bước 6 | Kết luận từ sơ đồ chuỗi giá trị |
| Câu hỏi định hướng sử dụng | Sơ đồ thể hiện những khâu nào? Liên kết của các khâu có được tổ chức chặt chẽ không? Người nông dân sản xuất nhỏ lẻ hay tập thể? Các nhà hỗ trợ có hỗ trợ đúng lúc và đúng nơi không? Giải pháp nâng cấp chuỗi giúp phát triển giá trị sản phẩm cao hơn là gì? v...v... |

Bảng 1.1: Bảng các bước lập và phân tích chuỗi giá trị

Nguồn: [9]

1.1.2.4. Liên kết kinh tế trong chuỗi giá trị

Khái niệm liên kết kinh tế

Liên kết kinh tế là hình thức hợp tác và phối hợp thường xuyên các hoạt động do các đơn vị kinh tế tự nguyện tiến hành để cùng đề ra và thực hiện các chủ trương, biện pháp có liên quan đến công việc sản xuất, kinh doanh của các bên tham gia nhằm thúc đẩy sản xuất, kinh doanh phát triển theo hướng có lợi nhất. Được thực hiện trên cơ sở nguyên tắc tự nguyện, bình đẳng, cùng có lợi thông qua hợp đồng kinh tế kí kết giữa các bên tham gia và trong khuôn khổ pháp luật của các nhà nước.

Các hình thức liên kết kinh tế trong chuỗi giá trị

Liên kết ngang: là liên kết giữa các tác nhân trong cùng một khâu (Ví dụ: liên kết những người nghèo sản xuất/kinh doanh riêng lẻ thành lập nhóm cộng đồng/ tổ hợp tác) để giảm chi phí, tăng giá bán sản phẩm.

+ Lợi ích của liên kết ngang:

- Giảm chi phí sản xuất, kinh doanh cho từng thành viên của tổ/nhóm qua đó tăng lợi ích kinh tế cho từng thành viên của tổ.

- Tổ/nhóm có thể đảm bảo được chất lượng và số lượng cho khách hàng.
- Tổ/nhóm có thể ký hợp đồng đầu ra, sản xuất quy mô lớn.
- Tổ/nhóm phát triển sản xuất, kinh doanh một cách bền vững.

Liên kết dọc: là liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi (Ví dụ: nhóm cộng đồng liên kết với doanh nghiệp thông qua hợp đồng tiêu thụ sản phẩm).

+ Lợi ích của liên kết dọc:

- Giảm chi phí chuỗi.
- Có cùng tiếng nói của những người trong chuỗi.
- Hợp đồng bao tiêu sản phẩm được bảo vệ bởi luật pháp nhà nước.
- Tất cả thông tin thị trường đều được các tác nhân biết được để sản xuất đáp

ứng nhu cầu thị trường.

1.2 SỰ CẦN THIẾT VẬN DỤNG CHUỖI GIÁ TRỊ ỨNG DỤNG KINH DOANH RAU AN TOÀN

1.2.1 Khái niệm và vai trò của sản xuất và kinh doanh rau an toàn

1.2.1.1 Khái niệm rau an toàn

Rau an toàn (RAT) là khái niệm được sử dụng để chỉ các loại rau được canh tác trên các diện tích đất có thành phần hóa - thổ nhưỡng được kiểm soát (nhất là kiểm soát hàm lượng kim loại nặng và chất độc hại có nguồn gốc từ phân bón, từ các chất bảo vệ thực vật và các chất thải sinh hoạt còn tồn tại trong đất đai), được sản xuất theo những quy trình nhất định (đặc biệt là quy trình sử dụng phân bón thuốc trừ sâu và tưới nước), và nhờ vậy rau đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm do các cơ quan quản lý nhà nước đặt ra.

Gọi là RAT vì trong quá trình sản xuất rau người ta vẫn sử dụng phân bón nguồn gốc vô cơ và chất bảo vệ thực vật, tuy nhiên với liều lượng hạn chế hơn, thời điểm phù hợp hơn và chỉ sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật trong danh mục cho phép. Trong RAT tồn tại một dư lượng nhất định các chất độc hại, nhưng không đến mức ảnh hưởng tới sức khỏe của con người.

Theo tổ chức y tế thế giới RAT là rau cần phải đạt được các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về dư lượng thuốc BVTV, phân bón, kim loại nặng, và vi sinh vật trong rau phải

đạt dưới mức tiêu chuẩn cho phép. Nếu vi phạm một trong bốn tiêu chuẩn trên thì không được gọi là RAT.

RAT của Việt Nam được nói tới chủ yếu để phân biệt với rau được canh tác bằng các kỹ thuật thông thường, họ kiểm soát trên góc độ vệ sinh an toàn thực phẩm. Ở các nước phát triển với quy trình công nghệ sản xuất rau chuẩn, với sử dụng phân bón, thuốc BVTV kiểm soát được, vấn đề rau an toàn về cơ bản đã được giải quyết.

Theo quyết định số 67/ 1998/QĐ - BNN - KHCV ngày 28/04/1998 về các quy định tạm thời về sản xuất rau an toàn của Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn thì: *“Những sản phẩm rau tươi bao gồm tất cả các loại rau ăn củ, thân, lá, hoa, quả có chất lượng đúng với đặc tính giống của chúng, hàm lượng các hoá chất độc và mức độ nhiễm các vi sinh vật gây hại ở dưới mức tiêu chuẩn cho phép, an toàn cho người tiêu dùng và môi trường thì được coi là rau đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, gọi tắt là: Rau an toàn”*

Vậy sản phẩm rau đạt yêu cầu về an toàn khi thỏa mãn:

+ Sạch, hấp dẫn về hình thức: tươi, sạch bụi bẩn và tạp chất, thu và đóng gói đúng độ chín, không có triệu chứng bệnh, có bao bì vệ sinh hấp dẫn.

+ Sạch, an toàn về chất lượng: Khi sản phẩm rau chứa dư lượng thuốc

BVTV, dư lượng nitrat, dư lượng kim loại nặng và lượng vi sinh vật gây hại không vượt quá ngưỡng cho phép của tổ chức Y tế thế giới.

=> Tóm lại, theo quan điểm của nhiều nhà khoa học cho rằng: RAT là rau được sản xuất theo quy trình kỹ thuật đáp ứng nhu cầu sau:

- RAT là rau đảm bảo phẩm cấp, chất lượng, không bị gây hại, dập nát, héo úa

- Dư lượng thuốc trừ sâu, BVTV hàm lượng NO₃ và hàm lượng kim loại nặng dưới mức cho phép

- Không bị sâu bệnh, không có vi sinh vật gây hại cho người và gia súc

1.2.1.2. Vai trò của rau an toàn của sản xuất và kinh doanh rau an toàn

- *Đối với người tiêu dùng:* Trong bữa ăn hàng ngày, rau là thức ăn không thể thiếu, là nguồn cung cấp vitamin phong phú nên nhiều thực phẩm khác không thể thay thế được như các loại vitamin A, B, C, D, E, K, các loại axit hữu cơ và khoáng chất như Ca, P, Fe rất cần cho sự phát triển của con người. Rau không chỉ cung cấp vitamin và khoáng chất mà còn có tác dụng chữa bệnh. Chất xơ trong rau có tác dụng ngăn

ngừa bệnh tim, huyết áp và bệnh đường ruột, vitamin C giúp ngăn ngừa ung thư dạ dày, vitamin D trong rau giàu caroten có thể hạn chế những biến cố về ung thư phổi.

- Sử dụng RAT có tác dụng tốt đến sức khỏe con người, giúp con người hấp thụ đầy đủ hơn các vitamin và dưỡng chất cần thiết có trong rau, không phải lo lắng về vấn đề ngộ độc thực phẩm hay những ảnh hưởng lâu dài đến sức khỏe.

- Trong thời gian gần đây, sự tràn lan những sản phẩm rau không rõ xuất xứ nguồn gốc, không có đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và tình trạng ngộ độc thực phẩm do sản phẩm rau gây ra đã giúp cho người tiêu dùng nhận định rõ hơn về sự cần thiết đối với RAT.

- *Đối với người sản xuất:* sản xuất và tiêu thụ RAT tạo điều kiện cho người nông dân có thu nhập cao (nếu đạt được tiêu chuẩn RAT thì giá cao hơn gấp 1,5- 2 lần so với rau thường), người sản xuất có thể tiếp cận với công nghệ kỹ thuật tiên tiến trong sản xuất: công nghệ trồng trong nhà lưới, vườn treo không dùng đất... Và với xu thế tiêu dùng những “sản phẩm sạch” khi đất nước ngày càng phát triển, thu nhập ngày càng tăng, sức khỏe là vấn đề đặt lên hàng đầu thì việc tăng cường sản xuất RAT là để đáp ứng mặt cầu của người tiêu dùng.

- Khi tham gia sản xuất RAT: ngoài việc tăng thêm thu nhập do giá trị RAT mang lại, người nông dân còn có thể tự bảo vệ sức khỏe của bản thân khỏi các tác nhân gây bệnh của các chất độc hại. Thêm vào đó việc sản xuất RAT có thể canh tác trên quy mô lớn, mọi thành viên trong gia đình có thể cùng tham gia trồng rau nói chung hay RAT nói riêng. Điều này rất có ý nghĩa trong việc giải quyết lao động ở nông thôn.

1.2.2. Sự cần thiết của chuỗi giá trị trong kinh doanh rau an toàn

1.2.2.1. Lợi ích chuỗi giá trị đem lại

Sản xuất theo chuỗi giá trị dựa trên một tổ chức chặt chẽ từ người sản xuất đến chế biến rồi phân phối ra thị trường, giữa các khâu thực hiện theo hợp đồng, theo kế hoạch nên tính tin cậy và hiệu quả cao hơn.

Ở mức độ cao hơn nữa, sản xuất theo chuỗi còn nâng cao được giá trị gia tăng thông qua chế biến sâu, qua bao bì nhãn mác, qua thương hiệu- đó là sự khác nhau giữa sản xuất hiện nay và sản xuất theo chuỗi giá trị trong tương lai.

Sản xuất theo chuỗi giá trị là một trong những đột phá quan trọng hàng đầu trong tái cơ cấu ngành nông nghiệp bởi ba lý do:

+ *Thứ nhất*, nó cho phép tập trung các nguồn tài nguyên, nguồn vốn... vào các mặt hàng mà nước ta có lợi thế;

+ *Thứ hai*, sản xuất theo chuỗi sẽ sắp xếp tổ chức lại sản xuất theo hướng chia sẻ đều quyền lợi cũng như rủi ro cho các tác nhân tham gia chuỗi liên kết, từ đó tạo động lực cho sản xuất, các tác nhân phát huy được hết khả năng của mình;

+ *Thứ ba*, sản xuất theo chuỗi cho phép kiểm tra chất lượng, vệ sinh an toàn và các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm, hàng hóa từ đó duy trì được thương hiệu, tăng khả năng cạnh tranh, đưa hàng hóa vào thị trường.

1.2.2.2. Lợi ích việc ứng dụng chuỗi giá trị trong kinh doanh rau an toàn

Trong thực tế RAT vẫn còn chưa được phân phối rộng rãi trên thị trường một phần do người sản xuất vẫn chưa biết tiếp cận thị trường. Vẫn tập trung sản xuất manh mún, nhỏ lẻ không có gắn kết giá trị giữa các bên, sản xuất ra cái mình có chưa nhìn nhận được tầm quan trọng của việc tiếp cận cái thị trường cần.

Chuỗi giá trị giúp cho ta có cái nhìn tổng thể đường đi sản phẩm từ sản xuất đến tiêu thụ. Khung phân tích chuỗi giá trị sẽ phải làm rõ các mắt xích của chuỗi giá trị, đặc điểm và cơ cấu của mỗi mắt xích, mối quan hệ giữa các mắt xích, vai trò của mỗi mắt xích và phân phối lợi nhuận dọc theo chuỗi.

Chuỗi giá trị nhìn sản phẩm không phải tại một khâu, một mắt xích cụ thể nào đó mà là tổng thể chu trình vận động của sản phẩm qua các khâu khác nhau cho đến khi đến tay người tiêu dùng. Nhờ đó, nó khắc phục được sự hạn chế của các phương pháp nghiên cứu chi tiết chỉ tập trung và một khâu nào đó như sản xuất, tiêu thụ, chế biến, ... Cụ thể, tiếp cận chuỗi giá trị trong nông nghiệp đi từ đầu vào của hộ nông dân sản xuất nông sản cho đến khi nông sản đến bàn ăn của người tiêu dùng. Để sản xuất nông sản, hộ nông dân cần phải mua (hoặc tự sản xuất) giống, phân bón, thuốc trừ sâu/hoặc thuốc thú y. Sản phẩm nông sản có thể trải qua nhiều khâu trung gian như người mua gom, nhà bán buôn, nhà chế biến, nhà xuất khẩu, cho đến bán lẻ và tiêu dùng. Tiếp cận chuỗi giá trị cho phép nghiên cứu riêng từng mắt xích này cũng như tổng thể cả chuỗi giá trị.

Trong một chuỗi giá trị nếu các tác nhân trong chuỗi bảo đảm các khâu từ yếu tố đầu vào, sản xuất đến sơ chế vận chuyển và phân phối đều được đảm bảo về giảm thiểu tối đa mặt chi phí, nâng cao giá trị sản phẩm đến người tiêu dùng thì giá trị nhận được của các tác nhân tham gia cũng gia tăng tạo nên một lợi thế cạnh tranh của chuỗi giá trị. Khách hàng cảm thấy hài lòng hơn về giá trị sản phẩm so với giá bán mà họ phải bỏ ra để sở hữu sản phẩm tạo nên sự ổn định cho sản phẩm RAT trên thị trường. Mỗi bước trong chuỗi giá trị đảm bảo đúng giá trị thực hiện tại đó sẽ khiến cho chuỗi giá trị về sản phẩm RAT thống nhất lợi nhuận thu về của cả chuỗi là tối ưu.

Như vậy, chuỗi giá trị là một mô hình hữu hiệu giúp cho các tác nhân và toàn thể chuỗi có lợi thế hơn:

+ *Lợi thế về chi phí*: bằng việc nắm bắt rất rõ các loại chi phí và cắt giảm chúng trong các hoạt động tạo ra giá trị gia tăng.

+ *Khác biệt hóa*: bằng việc tập trung vào các hoạt động có liên quan đến khả năng cốt lõi và thực hiện chúng nổi trội hơn đối thủ cạnh tranh

Nhờ có chuỗi giá trị mà RAT mang lại nhiều hơn cho khách hàng từ đó thông tin về sản phẩm sẽ được truyền tải nhiều hơn trên các phương tiện thông tin đại chúng; sự xuất hiện của các cửa hàng tiện lợi; hệ thống trực tuyến thuận lợi và xây dựng được thương hiệu rõ ràng ... chuỗi giá trị đã nâng cao được nhu cầu có khả năng thanh toán của người tiêu dùng.

Sự gắn kết tạo giá trị riêng của mỗi khâu vận hành liên tục, chức năng nhiệm vụ rõ ràng và chặt chẽ đảm bảo cho việc cung cấp phân phối RAT liên tục đến với người tiêu dùng không gây ra sự chậm trễ và gián đoạn.

1.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN

Nghiên cứu một chuỗi giá trị sản phẩm cần trả lời được các câu hỏi: Các tác nhân trong chuỗi hoạt động có hiệu quả hay không? Sự phân phối giá trị gia tăng, lợi ích giữa các tác nhân ra sao? Kết quả hoạt động của tác nhân này ảnh hưởng như thế nào đến các tác nhân còn lại trong chuỗi? ... Câu trả lời của các câu hỏi trên phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Trong nghiên cứu này, sẽ đề cập đến hai nhóm yếu tố là các yếu tố khách quan và các yếu tố chủ quan.

1.3.1 Các yếu tố khách quan

Các yếu tố khách quan ảnh hưởng đến chuỗi giá trị rau an toàn bao gồm:

Một là: Các chính sách của Nhà nước và địa phương về phát triển sản phẩm rau theo hướng hàng hóa. Đây là một trong những yếu tố hỗ trợ quan trọng cho hoạt động của toàn bộ chuỗi giá trị, đặc biệt là người sản xuất. Những chính sách này vừa mang tính chỉ đạo, vừa mang tính định hướng và góp phần tạo động lực cho chuỗi phát triển. Chính sách, luật pháp được đề ra tạo điều kiện thuận lợi cho các tác nhân liên kết với nhau, hoạt động một cách chuyên môn hóa nên hiệu quả hoạt động sẽ được nâng cao.

Hai là: Sự phát triển khoa học công nghệ trong ngành sản xuất cây rau vụ đông. Cây rau vụ đông có đặc điểm sinh lý ngắn, hay gặp sâu bệnh ngoài ra còn dễ bị hư hỏng trong khâu bảo quản. Vì vậy áp dụng các kỹ thuật canh tác mới, công cụ lao động hiện đại trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản và tiêu thụ đóng vai trò hết sức quan trọng trong sự mở rộng, phát triển bền vững của chuỗi giá trị rau an toàn trong thời kỳ tới.

Ba là: Sự phát triển của giai đoạn chế biến, tiêu thụ. Việc tiêu thụ rau còn nhỏ lẻ, theo kiểu tự cung tự cấp, chưa xây dựng được thương hiệu rau an toàn.

Bốn là: Các yếu tố rủi ro khác như thời tiết, sâu bệnh, thiên tai, ...đều nằm ngoài những dự tính của con người, do vậy việc chủ động phòng tránh, tăng cường công tác dự báo là cách tốt nhất để đối phó với rủi ro.

1.3.2 Các yếu tố chủ quan

Các yếu tố chủ quan ảnh hưởng tới chuỗi giá trị rau an toàn bao gồm:

Một là: trình độ của cán bộ địa phương, HTX: Cán bộ địa phương, HTX có vai trò quản lý, giám sát, hỗ trợ đối với các hoạt động của các tác nhân trong chuỗi giá trị rau an toàn được đảm bảo thực hiện tốt.

Hai là: trình độ và nhận thức của người dân trong sản xuất tiêu thụ sản phẩm: Yếu tố quyết định để nâng cao giá trị gia tăng và lợi ích của toàn chuỗi giá trị sản phẩm chính là chất lượng sản phẩm. Đối với các mặt hàng nông sản nói chung, rau an toàn nói riêng, chất lượng sản phẩm ngoài phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên như đất, nước, khí hậu, còn phụ thuộc rất lớn vào trình độ, sự hiểu biết của người trồng. Người trồng rau an toàn có trình độ, kinh nghiệm canh tác thuần thực, khả năng nhận thức các biến động, xu hướng thị trường sẽ có cách thức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm sao cho hiệu quả nhất, hạn chế tối đa các rủi ro, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm, xây

dựng được niềm tin vững chắc với các tác nhân khác trong chuỗi, thúc đẩy chuỗi phát triển.

Ba là: sự liên kết giữa các tác nhân trong kênh tiêu thụ: Yếu tố này là điều kiện tiên quyết hình thành nên chuỗi giá trị, sự liên kết bền chặt giữa các tác nhân sẽ giúp người sản xuất yên tâm sản xuất, các tác nhân trung gian yên tâm có nguồn hàng để phân phối, tiêu thụ. Các tác nhân thực hiện đúng chức năng chuyên môn của mình thì tất yếu sẽ đạt được hiệu quả cao hơn. Tuy nhiên, trên thực tế sự liên kết giữa người trồng với các trung gian còn lỏng lẻo, liên kết yếu. Đây chính là nguyên nhân dẫn tới sự phân phối không hiệu quả giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị mà người chịu thiệt thường là người nông dân.

Chương 2

THỰC TRẠNG CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH

2.1. ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ XÃ HỘI CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH

2.1.1. Điều kiện tự nhiên

Vị trí địa lý

Ninh Bình nằm ở vị trí ranh giới 3 khu vực địa lý: Tây Bắc, châu thổ Sông Hồng và Bắc Trung Bộ. Tỉnh này cũng nằm giữa 3 vùng kinh tế: vùng Hà Nội, vùng duyên hải Bắc Bộ và vùng duyên hải miền Trung. Ninh Bình nằm ở trọng tâm của nửa phía Bắc Việt Nam, khu vực các tỉnh từ Thừa Thiên Huế trở ra.

Phía bắc giáp với Hòa Bình, Hà Nam

Phía đông giáp Nam Định qua sông Đáy

Phía tây giáp Thanh Hóa

Phía nam giáp biển Đông

Điểm cực Đông tại cảng Đò Mười, xã Khánh Thành, Yên Khánh; điểm cực Tây tại rừng Cúc Phương, Nho Quan; điểm cực Nam tại bãi biển gần xã Kim Đông, Kim Sơn và điểm cực Bắc tại vùng núi xã Xích Thổ, Nho Quan. Trung tâm tỉnh là thành phố Ninh Bình cách thủ đô Hà Nội 93 km về phía nam. Thành phố Tam Điệp cách Thủ đô Hà Nội 105 km.

Địa hình, địa mạo

Ở vị trí điểm nút của cạnh đáy tam giác châu thổ sông Hồng, Ninh Bình bao gồm cả ba loại địa hình. Vùng đồi núi và bán sơn địa ở phía tây bắc bao gồm các huyện Nho Quan, Gia Viễn, Hoa Lư, Tam Điệp. Đỉnh Mây Bạc thuộc rừng Cúc Phương với độ cao 648 m là đỉnh núi cao nhất Ninh Bình. Vùng đồng bằng ven biển ở phía đông nam thuộc 2 huyện Kim Sơn và Yên Khánh. Xen giữa 2 vùng lớn là vùng chiêm trũng chuyển tiếp. Rừng ở Ninh Bình có đủ cả rừng sản xuất và rừng đặc dụng các loại. Có 4 khu rừng đặc dụng gồm rừng Cúc Phương, rừng môi trường Vân Long, rừng văn hóa lịch sử môi trường Hoa Lư và rừng phòng hộ ven biển Kim Sơn. Khu rừng đặc dụng Hoa Lư - Tràng An đã được UNESCO công nhận là di sản thế giới thuộc quần thể danh thắng Tràng An. Ninh Bình có bờ biển dài 18 km.

Bờ biển Ninh Bình hàng năm được phù sa bồi đắp lấn ra trên 100m. Vùng ven biển và biển Ninh Bình đã được UNESCO công nhận là khu dự trữ sinh quyển thế giới. Hiện 2 đảo thuộc Ninh Bình là đảo Cồn Nổi và Cồn Mờ.

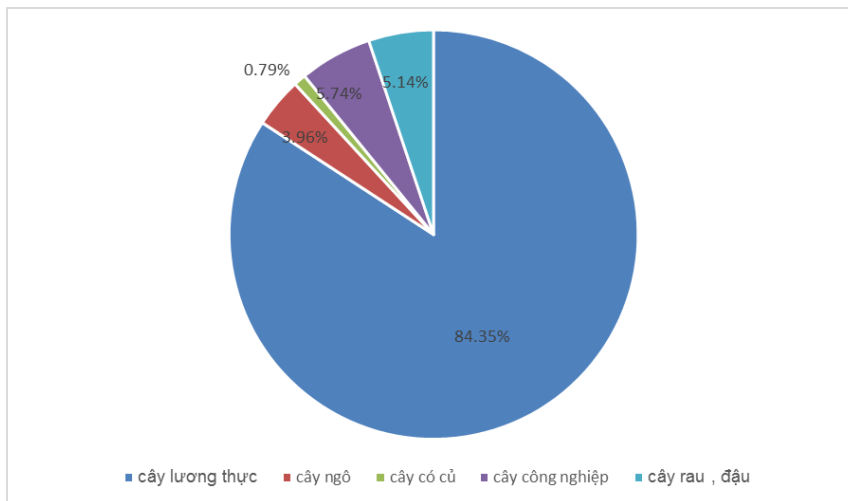
Đặc điểm khí hậu

Ninh Bình nằm trong vùng khí hậu cận nhiệt đới ẩm: mùa hè nóng ẩm, mưa nhiều từ tháng 5 đến tháng 9; mùa đông khô lạnh từ tháng 11 năm trước đến tháng 3 năm sau; tháng 4, tháng 10 là mùa xuân và mùa thu, tuy không rõ rệt như các vùng nằm phía trên vành đai nhiệt đới. Lượng mưa trung bình hàng năm: 1.700-1.800 mm; Nhiệt độ trung bình 23,5 °C; Số giờ nắng trong năm: 1.600-1.700 giờ; Độ ẩm tương đối trung bình: 80-85%.

2.1.2. Điều kiện kinh tế xã hội của Thành phố Ninh Bình

Sản xuất nông nghiệp

Trồng trọt: Tổng diện tích gieo trồng cây hàng năm vụ chiêm xuân năm 2022 đạt 49,2 nghìn ha, tăng 0,8% (+0,4 nghìn ha) so với cùng vụ năm trước. Trong đó: diện tích cây lương thực có hạt đạt 42,6 nghìn ha, tăng 0,4% (diện tích lúa đạt 40,6 nghìn ha, giảm 0,1%; diện tích ngô đạt trên 2,0 nghìn ha, tăng 11,9%); diện tích cây có củ đạt 0,4 nghìn ha, giảm 27,0% (diện tích cây khoai lang đạt 230,2 ha, giảm 22,4%); diện tích cây công nghiệp đạt 2,9 nghìn ha, giảm 25,6% (cây lạc đạt 2,6 nghìn ha, giảm 7,4%); diện tích cây rau, đậu các loại đạt trên 2,6 nghìn ha, tăng 14,2% so với cùng vụ năm trước.



Biểu đồ 2.1 Cơ cấu cây trồng thành phố Ninh Bình năm 2022

(Nguồn: Chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình 2022)

Sản xuất công nghiệp

Chỉ số công nghiệp (IIP) toàn tỉnh tháng Tư năm 2022 ước tính tăng 30,65% so với cùng tháng năm trước, trong đó ngành công nghiệp khai khoáng giảm 17,76%, công nghiệp chế biến tăng 33,01%, ngành công nghiệp sản xuất phân phối điện tăng 14,32%, ngành cung cấp nước và xử lý rác thải giảm 17,64%.

So với tháng trước (tháng 03/2022), chỉ số phát triển công nghiệp (IIP) toàn tỉnh tháng này tăng 0,36%, trong đó ngành công nghiệp khai khoáng tăng 3,3%; công nghiệp chế biến tăng 0,59%; công nghiệp sản xuất, PP điện giảm 3,54%; sản xuất cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải giảm 10,82%.

Tính chung lại 4 tháng đầu năm 2022 chỉ số phát triển công nghiệp (IIP) toàn tỉnh tăng 21,31%, trong đó ngành công nghiệp khai khoáng giảm 20,21%; công nghiệp chế biến tăng 22,41%; công nghiệp sản xuất, PP điện tăng 18,21%; sản xuất cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 2,08%.

Xuất, nhập khẩu hàng hóa

Xuất khẩu: Giá trị xuất khẩu tháng Tư năm nay ước đạt 202,1 triệu USD, tăng 83,2% so với cùng tháng năm trước. Tổng giá trị xuất khẩu 4 tháng đầu năm ước đạt trên 677,3 triệu USD, tăng 51,2% so với cùng kỳ năm trước. Một số mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn là: Quần áo các loại đạt 82,3 triệu USD; xi măng, clanke đạt 164,2 triệu USD; giày dép các loại đạt 94,1 triệu USD; camera và linh kiện điện thoại 283,8 triệu USD; linh kiện điện tử 13,3 triệu USD.

Nhập khẩu: Giá trị nhập khẩu trong tháng ước đạt 279,0 triệu USD, tăng 39,6% so với tháng 4/2021. Tổng giá trị nhập khẩu 4 tháng đầu năm ước đạt gần 960,5 triệu USD, tăng 73,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, giá trị các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là: Vải may mặc 26,1 triệu USD; phụ liệu may mặc 64,0 triệu USD; linh kiện điện tử 486,3 triệu USD; phụ liệu sản xuất giày dép 18,0 triệu USD; linh kiện ô tô đồng bộ các loại 309,8 triệu USD.

Ninh Bình là thành phố đang trên đà phát triển trên toàn bộ các mảng từ nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ, du lịch ... nên trong những năm gần đây thành phố đã có những dự án phát triển trên địa bàn trong đó có dự án mô hình trồng rau an toàn trên

khắp địa bàn thành phố và tỉnh, nên đã thúc đẩy nông dân trồng trọt rau theo một hướng mới và ngành càng phát triển hơn trên mô hình trồng rau an toàn kiên người dân có một hướng phát triển mới và có doanh thu cao hơn so với trước đây.

Do điều kiện tự nhiên của Ninh Bình thuận lợi tiếp giáp với nhiều thành phố đang phát triển nên dễ dàng phát triển tiếp thu những kiến thức về các mô hình giúp thành phố thúc đẩy phát triển về công nghiệp cũng như nông nghiệp. Du lịch Ninh Bình có nhiều danh lam thắng cảnh nhiều địa danh được nhiều người biết đến như chùa Bái Đính, động Tràng An... thu hút được nhiều lượt khách du lịch đến thăm quan, từ đó nhu cầu về ẩm thực tăng lên đồng thời phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, do đó nhu cầu về rau an toàn gia tăng về số lượng và chất lượng.

2.2. Thực trạng chuỗi giá trị rau an toàn của Thành phố Ninh Bình

2.2.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn của thành phố Ninh Bình

Qua nghiên cứu, nông dân tại thành phố Ninh Bình sẽ trực tiếp sản xuất tạo nên sản phẩm rau an toàn. Họ có hợp đồng với Hợp tác xã về bao tiêu sản phẩm với một giá cố định đã ghi rõ trong bản hợp đồng. Một nhóm người nông dân khác lại bán sản phẩm cho thương lái. Một số khác năng động hơn đã tìm được người tiêu dùng cho mình, thuận lợi là giá của sản phẩm qua kênh này sẽ có giá cao hơn các kênh khác.

Thực trạng sản xuất của thành phố Ninh Bình:

Tỉnh và thành phố luôn quan tâm chỉ đạo và có chính sách hỗ trợ cho sản xuất rau an toàn, cùng với nhận thức của nông dân về an toàn thực phẩm ngày càng cao nên diện tích sản xuất rau theo quy trình rau an toàn ngày càng được mở rộng. Tuy nhiên, do sản xuất rau an toàn đòi hỏi vốn đầu tư lớn, cơ sở hạ tầng đồng bộ, kênh tiêu thụ chưa ổn định nên diện tích sản xuất rau theo hướng an toàn đến nay đạt khoảng 39.40 ha, chiếm 15% tổng diện tích rau, năng suất đạt trên 120,2 tạ/ha, sản lượng đạt khoảng 4.733,88 tạ. Các loại rau được sản xuất theo quy trình an toàn chủ yếu là rau muống, cà chua, su hào, súp lơ, hành, cải các loại...

Bắt đầu 2015, các hộ ở thành phố Ninh Bình bắt đầu sản xuất thử nghiệm có hiệu quả quy trình sản xuất rau an toàn đối với cải bắp, cà chua, su hào, súp lơ, xà lách xoăn. Từ đó đến nay, sản xuất rau an toàn tiếp tục phát triển, số hộ trồng rau an toàn ngày càng tăng.

Qua nghiên cứu về năng suất và sản lượng tại thành phố Ninh Bình, bảng 2.1 đã

được hình thành để chỉ ra số liệu biến động qua các năm như sau.

Bảng 2.1 Năng suất và sản lượng RAT ở thành phố Ninh Bình qua các năm

| STT | Diễn giải | Năm 2020 | Năm 2021 | Năm 2022 |
|-----|-------------------|----------|----------|----------|
| 1 | Năng suất (tạ/ha) | 115,50 | 117,80 | 120,20 |
| 2 | Sản lượng (tạ) | 431,51 | 454,36 | 473,60 |

(Nguồn: Chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình 2022)

Qua bảng số liệu 2.1 cho thấy, năng suất bình quân trên 1 ha gieo giống của thành phố Ninh Bình năm 2020 là 115,5 tạ/ha, năm 2022 là 120,2 tạ/ha.

Năm 2020 năng suất 115,5 tạ mà đến năm 2022 tăng lên 120,2 tạ nguyên nhân ở đây là do các hộ đã đưa vào sản xuất những giống cây mới có năng suất cao, thay thế một số giống cũ có chất lượng kém, có thêm nhiều kinh nghiệm hơn và áp dụng nhiều công nghệ tiên tiến vào việc sản phẩm.

Diện tích rau an toàn của thành phố Ninh Bình đang có xu hướng tăng lên, do quá trình công nghiệp hóa đô thị hiện nay, diện tích đất nông nghiệp càng ngày càng bị thu hẹp lại, đòi hỏi người nông dân phải tăng được thu nhập trên cùng một diện tích nên người dân đã chuyển từ trồng sản phẩm nông nghiệp sang trồng rau. Mặt khác, do nhu cầu của người dân ngày càng tăng cao về vệ sinh an toàn thực phẩm do đó người nông dân chuyển hướng sang sản xuất rau an toàn.

Sản xuất rau an toàn tại thành phố Ninh Bình nhìn chung là phát triển nhờ diện tích tăng và năng suất tăng tạo ra sản lượng tăng. Qua bảng 2.2 nhìn thấy, sản lượng rau an toàn của thành phố Ninh Bình qua 3 năm 2020 – 2022 liên tục tăng lên.

Như vậy, với tốc độ tăng sản lượng rau an toàn, cùng với sự quan tâm của các lãnh đạo các cơ quan, các ngành, các cấp cũng như người sản xuất về vấn đề sản xuất rau an toàn của thành phố Ninh Bình thì trong những năm tới, sản lượng rau an toàn của thành phố sẽ còn tăng, đáp ứng nhu cầu rau an toàn ngày càng tăng của thị trường.

Bảng 2.2 Diện tích, năng suất, sản lượng phân bố rau tại các phường trên địa bàn thành phố Ninh Bình

| TT | Tên xã, phường | Năm 2020 | | | Năm 2021 | | | Năm 2022 | | |
|----|-----------------|---------------------|-------------------|----------------|---------------------|-------------------|----------------|---------------------|-------------------|----------------|
| | | DT rau an toàn (ha) | Năng suất (tạ/ha) | Sản lượng (tạ) | DT rau an toàn (ha) | Năng suất (tạ/ha) | Sản lượng (tạ) | DT rau an toàn (ha) | Năng suất (tạ/ha) | Sản lượng (tạ) |
| 1 | Phường Ninh Sơn | 14,95 | 115,5 | 172,67 | 15,43 | 117,8 | 181,77 | 15,76 | 120,2 | 189,53 |
| 2 | Xã Ninh Nhất | 13,08 | 115,5 | 151,07 | 13,50 | 117,8 | 159,03 | 13,79 | 120,2 | 165,76 |
| 3 | Xã Ninh Phúc | 9,34 | 115,5 | 107,88 | 9,65 | 117,8 | 113,59 | 9,85 | 120,2 | 118,40 |

(Nguồn : Chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình)

Qua bảng 2.2 cho thấy diện tích sản xuất rau an toàn được áp dụng tại các phường xã trên địa bàn thành phố Ninh Bình. Sản xuất rau an toàn nhiều nhất tại phường Ninh Sơn với diện tích rau an toàn từ 14,95 ha năm 2020 đến năm 2022 tăng lên 15,76 ha, các xã còn lại đều tăng nhưng không tăng mạnh như xã Ninh Sơn. Năng suất sản xuất rau an toàn tại Ninh Sơn và các xã khác đều như nhau là 120,2 tạ năm 2022.

Theo điều tra, nhìn chung rau an toàn được quy hoạch đầu tư phát triển tại những địa phương có truyền thống rau từ lâu đời như phường Ninh Sơn tại thành phố Ninh Bình. Các địa phương có diện tích và sản lượng, năng suất cao như Ninh Sơn, Ninh Nhất, Ninh Phúc... có vị trí thuận lợi cho việc lưu thông, vận chuyển sản phẩm vào trong nội thành hay cũng như sang các tỉnh lân cận khác. Đây là điều kiện thuận lợi cho phát triển sản xuất hàng hóa nói chung và đặc biệt đối với cây rau nói riêng vì sản phẩm chứa nhiều nước do vậy thời gian và điều kiện vận chuyển ảnh hưởng đến chất lượng của sản phẩm.

Thực trạng thị trường tiêu thụ Rau an toàn tại thành phố

Thị trường tiêu thụ rau an toàn của thành phố Ninh Bình những năm vừa qua vẫn ở thị trường truyền thống. Hiện tại rau an toàn chỉ chiếm khoảng gần 5 tấn trong toàn bộ sản lượng rau trên thị trường tiêu thụ ở Ninh Bình, cùng với sự phát triển của kinh tế thì đời sống của nhân dân ngày càng tăng, người dân sẽ quan tâm đến chất lượng bữa ăn và nhu cầu tiêu thụ rau an toàn sẽ tăng nhanh.

Bảng 2.3. Thị trường tiêu thụ rau an toàn tại thành phố tính % theo sản lượng*(Đơn vị : %)*

| STT | Thị trường | 2020 | 2021 | 2022 |
|-----|---------------------|------|-------|------|
| 1. | Thành phố Ninh Bình | 85 | 85 | 85 |
| 2. | Các khu vực lân cận | 15 | 12-13 | 12 |
| 3. | Xuất khẩu | 0 | 2 | 3 |

(Nguồn : Chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình, 2022)

Thị trường tiêu thụ rau an toàn của thành phố Ninh Bình chủ yếu là thị trường truyền thống trong trên địa bàn thành phố chiếm 85 % sản lượng thông qua các chợ đầu mối, siêu thị và bán lẻ, 12-15 % lượng rau an toàn của thành phố được tiêu thụ tại các khu vực lân cận như Huyện Hoa Lư, Thành phố Tam Điệp, Hà Nội.. ngoài ra chỉ có 3% lượng rau được xuất sang Nhật Bản và Trung Quốc.

Giá cả và tình hình tiêu thụ của RAT

** Về giá cả tiêu thụ RAT*

Giá bán sản phẩm là yếu tố quan trọng trong việc đưa ra quyết định sản xuất của người nông dân. Cũng như các loại nông sản khác, giá cả của rau xanh luôn biến động theo thời điểm, mùa vụ và chủng loại. Rau xanh tiêu thụ trên thị trường tự do thường xuyên gặp những rủi ro được mùa thì mất giá mà được giá thì mất mùa. Chính vì vậy, có những năm một số chủng loại rau thì rất ít đất, có năm thì lại rất rẻ. Vì thế gây ảnh hưởng đến khả năng mở rộng sản xuất. Tính cung trong nông nghiệp mang tính cung chậm, người nông dân không nắm được này vì thế họ luôn là người bị động trong sản xuất.

Do chi phí sản xuất RAT cao hơn chi phí sản xuất **RTT** trong khi năng suất thu được lại thấp, nên giá bán RAT luôn cao hơn từ 1,2 – 1,5 lần so với giáRTT. Mức chênh lệch giá còn được thể hiện qua hình thức bán hàng, để đánh giá cụ thể chúng tôi đã tiến hành khảo sát giá bán RAT qua các đối tượng kinh doanh khác nhau.

Bảng 2.4 Chênh lệch giá RAT và RTT tại thành phố Ninh Bình năm 2022

| STT | Chủng loại | Chợ | | | Cửa hàng | | Siêu thị | |
|-----|--------------|------------|------------|---------------|------------|---------------------|------------|---------------------|
| | | RTT (đồng) | RAT (đồng) | RAT/RTT (lần) | RAT (đồng) | Cửa hàng/ chợ (lần) | RAT (đồng) | Siêu thị/ chợ (lần) |
| 1 | Rau muống | 3.000 | 3.000 | 1.00 | 6.000 | 2.00 | 6.500 | 2.17 |
| 2 | Đậu đũa | 12.000 | 13.000 | 1.08 | 15.000 | 1.15 | 18.000 | 1.40 |
| 3 | Cà chua | 8.000 | 9.000 | 1.12 | 12.000 | 1.33 | 15.000 | 1.66 |
| 4 | Bí đỏ | 8.000 | 10.000 | 1.25 | 12.000 | 1.20 | 15.000 | 1.50 |
| 5 | Rau cải ngọt | 6.000 | 8.000 | 1.33 | 10.000 | 1.25 | 12.000 | 1.50 |
| 6 | Dưa chuột | 10.000 | 12.000 | 1,20 | 15.000 | 1.25 | 20.000 | 1.67 |

(Nguồn: Số liệu điều tra, năm 2022)

Tiến hành khảo sát giá bán rau an toàn và rau thông thường qua các đối tượng kinh doanh khác nhau là chợ, cửa hàng, siêu thị nhằm đánh giá mức bán tăng qua các trung gian.

Qua bảng 2.4 nhận thấy sự chênh lệch giá rau an toàn và rau thông thường được bán ở chợ, cửa hàng, và siêu thị có sự khác nhau rõ rệt. Giá rau an toàn và rau thông thường ở chợ không có sự chênh lệch nhiều lắm. Giá chênh lệch giao động từ 1,0 – 1,30 lần. Chênh lệch giá rau an toàn của siêu thị so với chợ cao hơn cửa hàng/chợ trong bình 0,4 lần, nên khách hàng rau của cửa hàng đa dạng hơn nhiều. Thành phần khách của cửa hàng bao gồm các hộ gia đình có thu nhập thấp tương đối cao, các bếp ăn tập thể, nhà hàng, trường học. Khách hàng của siêu thị bán rau an toàn chủ yếu là các công chức có thu nhập cao, ngoài ra có 1 số ít nhà hàng, khách sạn cao cấp.

**Về tình hình tiêu thụ rau an toàn*

Rau an toàn có tiêu thụ được hay không ngoài phụ thuộc vào yếu tố chất lượng, giá cả, mẫu mã... thì nó còn phụ thuộc vào niềm tin của người tiêu dùng hay là sự uy tín của nhà sản xuất.

Một mô hình được Hội nông dân các cấp triển khai nhằm cụ thể Đề án "Nông dân nói không với thực phẩm bẩn" chính là mô hình Cửa hàng nông sản an toàn. Với sự ra đời cửa hàng nông sản an toàn đầu tiên từ tháng 7/2017, đến nay, các cấp Hội trong tỉnh đã hướng dẫn, tư vấn thành lập 23 cửa hàng nông sản an toàn. Qua đó góp

phần giới thiệu, quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm an toàn của nông dân trong và ngoài tỉnh, đồng thời nâng cao nhận thức cho người dân về sản xuất, kinh doanh, sử dụng thực phẩm an toàn. Hội Nông dân tỉnh hỗ trợ xây dựng các cửa hàng nông sản an toàn như Cửa hàng nông sản an toàn Sông Vân. Các sản phẩm bày bán tại cửa hàng nông sản an toàn đều có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, đã được cơ quan chức năng kiểm định, chứng nhận an toàn; đây đều là các sản phẩm của các HTX, người nông dân trong và ngoài tỉnh.

Đến nay, Hội nông dân Tỉnh đã triển khai xây dựng gần 500 mô hình sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn, đặc biệt là mô hình cửa hàng nông sản an toàn và thành lập Câu lạc bộ nông sản an toàn với 60 thành viên tham gia đều là chủ cửa hàng nông sản an toàn, chủ trang trại, gia trại, chủ cơ sở giết mổ, chế biến an toàn nhằm liên kết tiêu thụ sản phẩm.

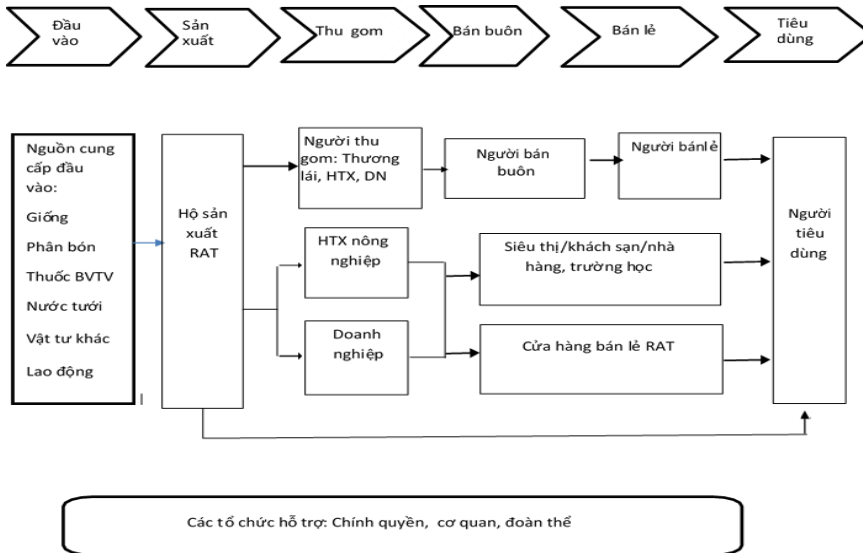
Lượng rau được tiêu thụ đi khu vực lân cận chủ yếu vào tháng 4 đến tháng 10, là thời điểm mà các thị trường này thiếu rau. Tuy nhiên, vào khoảng thời gian này trong năm, tại thành phố Ninh Bình và các vùng lân cận một số chủng loại rau cũng rơi vào trạng thái khan hiếm: Cà chua, khoai tây, đỗ,... Để có hàng cung cấp cho thị trường, các đại lý phải nhập khẩu rau.

Qua nghiên cứu loại hình tiêu thụ rau này chúng ta có thể nhận thấy thị trường rau trong nước hoạt động là khá sôi động, lưu thông giữa các vùng khá mạnh. Sản xuất rau trong nước có lúc còn chưa đáp ứng hết các nhu cầu của người tiêu dùng và còn phải nhập khẩu.

Nhận xét về chất lượng rau của địa phương, các chủ hàng buôn rau đi các tỉnh đều cho biết chất lượng rau nhập tại địa phương và các vùng lân cận còn chưa cao, chưa đồng đều. Hàng mua về thường phải chọn lọc tốn nhiều công, so với hàng nhập từ Trung Quốc thì còn kém nhiều. Bao bì, mẫu mã hàng của Trung Quốc đẹp, bắt mắt hơn hàng của địa phương. Mặt khác, hàng của họ còn được bảo quản trong kho lạnh trước khi bán sang Việt Nam.

Tóm lại, sản xuất RAT trong những năm vừa qua luôn phát triển tốt kể về mặt năng suất và chất lượng sản phẩm, nhưng vấn đề tiêu thụ sản phẩm đang còn là trở ngại lớn đối với việc đẩy mạnh sản xuất và hạn chế đến nâng cao kết quả và hiệu quả sản xuất cũng như tiêu thụ RAT trên địa bàn thành phố Ninh Bình.

2.2.2. Phân tích chuỗi giá trị rau an toàn của thành phố Ninh Bình



Sơ đồ 2.1: Chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình

Sơ đồ 2.1: trên ta thấy các kênh của chuỗi giá trị đều phải trải qua 5 công đoạn nhưng các tác nhân trong kênh đều có sự khác nhau. Ở mỗi kênh đều có các tác nhân tương ứng, chúng ta sẽ đi vào cụ thể Chức năng cơ bản trong chuỗi giá trị Chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình gồm 4 chức năng cơ bản sau:

(1) Chức năng cung cấp yếu tố đầu vào: Bao gồm cung ứng giống, cung ứng phân bón, cung ứng các công cụ trồng rau an toàn, cung ứng bảo vệ thực vật, cung ứng lao động.

(2) Chức năng sản xuất: Thực hiện công tác trồng, chăm sóc, sản xuất, thu hoạch và bảo quản tiêu.

(3) Chức năng thu gom, hợp tác xã: Thực hiện công tác trung gian thu gom rau an toàn từ người nông dân sản xuất để phân phối lại cho đại lý, công ty, người bán lẻ ở các chợ, siêu thị, nhà hàng.

(4) Chức năng thương mại: Tác nhân này thực hiện hoạt động mua bán, lưu kho, đóng gói bán lẻ để cung cấp cho người tiêu dùng cuối cùng.

(5) Chức năng tiêu thụ: Gồm các hoạt động mua và tiêu dùng.

a, Khâu sản xuất

** Liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn*

Các hình thức liên kết trong sản xuất RAT trên địa bàn thành phố bao gồm liên kết của hộ sản xuất với các tác nhân cung cấp đầu vào hoặc với các tác nhân thu mua nông sản (liên kết dọc) và liên kết giữa các hộ sản xuất với nhau (liên kết ngang).

Liên kết giữa các hộ sản xuất rau an toàn:

Các hộ sản xuất RAT dưới hai dạng hộ sản xuất đơn lẻ hoặc tham gia vào HTXNN. Tuy nhiên, do các HTXNN chủ yếu đóng vai trò đại diện cho hộ sản xuất trong liên kết với các tổ chức và tác nhân khác. Nên đây chính là mối liên kết ngang giữa các hộ nông dân trong sản xuất RAT. Mối liên kết giữa các hộ tham gia vào HTXNN cũng như liên kết giữa các hộ sản xuất đơn lẻ chủ yếu ở mức độ trao đổi kinh nghiệm và chia sẻ thông tin, đặc biệt là các thông tin về giống, giá cả, chất lượng rau, thông tin thị trường,... Vai trò của HTXNN thể hiện qua hoạt động hỗ trợ cho hộ sản xuất RAT tiếp cận với kỹ thuật sản xuất mới thông qua việc liên kết với các tổ chức, trường đại học, doanh nghiệp,... để tổ chức các lớp tập huấn, cung cấp các thông tin thị trường, giới thiệu các loại vật tư nếu hộ sản xuất có nhu cầu. Một số HTXNN đảm nhận việc kết nối tiêu thụ sản phẩm RAT cho hộ sản xuất, tuy nhiên mức độ tiêu thụ sản phẩm thông qua HTXNN còn chiếm một tỷ trọng nhỏ. Nội dung liên kết, hỗ trợ của HTXNN đối với hộ sản xuất rau má an toàn được thể hiện qua Bảng 2.5.

Bảng 2.5. Nội dung liên kết của hộ sản xuất với HTXNN

| Giai đoạn | Nội dung liên kết | |
|------------------|--------------------------|--|
| Sản xuất | Hỗ trợ kỹ thuật | Hỗ trợ giới thiệu các loại vật tư, cách sử dụng cho hộ sản xuất. |
| Tiêu thụ | Giá cả | Thỏa thuận thống nhất theo giá thị trường tại thời điểm bán |
| | Số lượng sản phẩm | Thu mua một phần sản phẩm. |
| | Chất lượng sản phẩm | Yêu cầu đảm bảo chất lượng sản phẩm. |

| | | |
|-------------|----------------------|---|
| Hỗ trợ khác | Thông tin thị trường | Cung cấp thông tin giá cả và yêu cầu chất lượng sản phẩm. |
| | Tập huấn | Tổ chức tập huấn cho hộ sản xuất. |

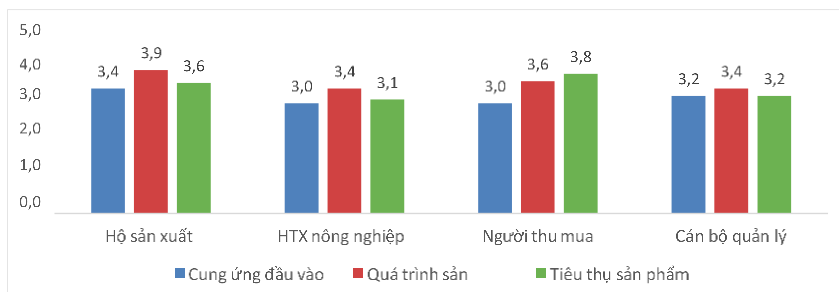
(Nguồn: Khảo sát hộ sản xuất năm 2022)

Liên kết giữa hộ sản xuất với tác nhân khác

Ngoài liên kết với các hộ sản xuất khác trong vùng, hộ sản xuất RAT còn liên kết với các tác nhân cung cấp đầu vào (giống, phân bón, thuốc BVTV,...) và với những người thu mua. Đối với cung cấp đầu vào, đại lý và cửa hàng bán lẻ là hai tác nhân cung ứng đầu vào chủ yếu. Liên kết giữa hộ sản xuất RAT với các tác nhân cung ứng đầu vào chủ yếu mang tính thời điểm, không có ràng buộc về yêu cầu chất lượng trong cung ứng các yếu tố đầu vào.

Đối với tiêu thụ sản phẩm, sản phẩm đầu ra được hộ sản xuất bán cho nhiều tác nhân khác nhau như người thu gom, người bán lẻ, doanh nghiệp, cửa hàng kinh doanh nông sản, HTXNN hoặc trực tiếp cho người tiêu dùng. Trong đó, hộ sản xuất bán sản phẩm cho người thu gom là chủ yếu. Mọi quan hệ liên kết giữa hộ sản xuất với người thu gom và người bán lẻ chủ yếu dựa trên niềm tin và quan hệ làm ăn lâu năm, không có hợp đồng ràng buộc trong thu mua sản phẩm. Đối với các hộ sản xuất có liên kết với các cửa hàng kinh doanh nông sản, doanh nghiệp thu mua hoặc HTXNN thì có ràng buộc về yêu cầu chất lượng sản phẩm.

Để đánh giá mức độ liên kết của hộ nông dân trong sản xuất RAT, tác giả đã khảo sát ý kiến đánh giá của các tác nhân là hộ sản xuất, HTXNN, nhà quản lý và tác nhân thu mua về mức độ liên kết trong cung ứng đầu vào, quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Kết quả đánh giá được thể hiện qua Biểu đồ 2.2.



Biểu đồ 2.2. Đánh giá mức độ tham gia liên kết trong sản xuất và tiêu thụ RAT

(Nguồn: Số liệu khảo sát và tổng hợp năm 2022)

(Ghi chú: Mức độ liên kết 1: Rất kém, 2: Kém, 3: Trung bình, 4: Tốt; 5: Rất tốt)

Đánh giá của hộ sản xuất về mức độ liên kết của chính hộ sản xuất với các tác nhân trong sản xuất RAT chỉ ở mức độ trung bình. Trong đó, liên kết trong cung ứng đầu vào là 3,4 điểm và liên kết trong tiêu thụ sản phẩm là 3,6 điểm. Điều này được các hộ lý giải rằng, giữa hộ sản xuất RAT với các tác nhân cung ứng đầu vào và tác nhân thu mua RAT không có ràng buộc, hợp đồng, mối quan hệ liên kết giữa họ chỉ là mua bán thời điểm. Liên kết trong tổ chức sản xuất được đánh giá ở mức cao hơn, 3,9 điểm. Bởi vì theo hộ khảo sát, trong quá trình sản xuất các hộ thường trao đổi thông tin về các yếu tố đầu vào, giá bán sản phẩm cũng như những vấn đề liên quan đến kỹ thuật sản xuất RAT với các hộ sản xuất khác trong vùng.

Đánh giá của HTXNN và cán bộ quản lý về mức độ liên kết của hộ sản xuất tương đối giống nhau. Theo ý kiến đánh giá, các hộ sản xuất RAT có mức liên kết trong sản xuất tốt hơn liên kết trong mua đầu vào và tiêu thụ sản phẩm. Điều này được giải thích là do quy mô sản xuất nhỏ nên các hộ sản xuất thiếu năng động trong việc tìm kiếm các mối liên kết để hỗ trợ họ trong việc mua các đầu vào đặc biệt là phân bón, giống và thuốc BVTV đảm bảo chất lượng cũng như chưa chủ động trong tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra.

Theo ý kiến đánh giá của người thu mua, mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm được các hộ sản xuất thực hiện tốt hơn so với liên kết với tác nhân cung ứng đầu vào, với điểm đánh là 3,8 điểm trong thu mua sản phẩm và 3,6 điểm trong quá

trình sản xuất.

Bảng 2.6. Nội dung liên kết của hộ sản xuất với các tác nhân thu mua

| Giai đoạn | Nội dung liên kết | |
|------------------|--------------------------|---|
| Tiêu thụ | Giá cả | Thỏa thuận thống nhất theo giá thị trường tại thời điểm bán |
| | Số lượng sản phẩm | Toàn bộ khối lượng sản phẩm sẽ được thu mua. |
| | Chất lượng sản phẩm | Không yêu cầu về chất lượng sản phẩm. |
| | Địa điểm mua | Người thu gom mua rau tại ruộng. |
| | Thanh toán | Thanh toán bằng tiền mặt khi mua sản phẩm. |
| Hỗ trợ khác | Thông tin thị trường | Cung cấp thông tin sản phẩm và giá cả sản phẩm. |
| | Thu hoạch sản phẩm | Có thể hỗ trợ hộ sản xuất thu hoạch sản phẩm. |
| | Hỗ trợ vốn | Có ràng buộc bán sản phẩm. |
| | Ràng buộc | Không có ràng buộc về giấy tờ văn bản. |

(Nguồn: Khảo sát người thu gom năm 2022)

Về liên kết giữa hộ sản xuất với người thu mua (tác nhân thu mua rau chính) được thể hiện qua Bảng 2.6. Quan hệ liên kết giữa hộ sản xuất và người thu mua mang tính thời điểm, không có ràng buộc bằng văn bản hợp đồng mà chỉ là những thỏa thuận bằng miệng. Giá cả và khối lượng thu mua biến động theo giá cả thị trường và mùa vụ sản xuất. Giữa hộ sản xuất và người thu mua thường xuyên chia sẻ thông tin nhu cầu thị trường về các loại rau, yêu cầu chất lượng sản phẩm cũng như giá cả các loại rau. Theo đánh giá của cả người thu mua và hộ sản xuất, tuy việc mua bán sản phẩm được thực hiện bằng hợp đồng miệng nhưng cả người thu mua và hộ nông dân đều tin tưởng nhau, đặc biệt không quá bị ràng buộc và hoàn toàn có thể linh động trong mua bán

nên trong điều kiện quy mô sản xuất như hiện nay đây là hình thức phù hợp.

** Điều kiện sản xuất của các hộ*

Rau an toàn là sản phẩm hàng hoá đòi hỏi quy định nghiêm ngặt về chất lượng, nên trong quá trình sản xuất và tiêu thụ cần đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật một cách hoàn chỉnh. Quá trình tìm hiểu ở các địa phương nằm trong vùng quy hoạch của tỉnh Ninh Bình và thành phố Ninh Bình, các điều kiện sản xuất chung đã có đủ điều kiện cho sản xuất rau an toàn. Mỗi xã đều có những thuận lợi nhất định trong sản xuất rau an toàn, họ đã và đang từng bước khẳng định lợi thế của mình. Các địa phương đang hoàn thiện các điều kiện sản xuất và thực hiện các giải pháp đồng bộ hơn trong việc khuyến khích thực hiện sản xuất rau an toàn ở các xã này nhằm từng bước xã hội hoá sản xuất rau an toàn tại các vùng rau.

** Về diện tích:*

Bảng 2.7 Tổng diện tích, sản lượng và năng suất của các hộ điều tra

| Tiêu chí | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------------|--------|--------|--------|
| Diện tích (ha) | 15,27 | 15,27 | 15,27 |
| Năng suất (tạ/ha) | 115,50 | 117,80 | 120,20 |
| Sản lượng (tạ) | 431,51 | 454,36 | 473,60 |

(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)

Qua bảng 2.7 có nhận xét như sau:

Diện tích của các hộ dân qua 3 năm không thay đổi tổng diện tích của 40 hộ qua 3 năm vẫn là 15,27 ha. Năng suất năm 2020 là 115,50 (tạ/ha) đến năm 2021 và 2022 năng suất tăng lên 120,20 (tạ/ha) do hộ dân đã có kinh nghiệm hơn trong việc trồng rau và họ đã biết áp dụng những kỹ thuật vào việc sản xuất, theo đó dẫn đến không chỉ năng suất tăng lên mà còn có cả sản lượng năm 2020 là 431,51 (tạ/ha) đến năm 2021 và 2022 đã tăng lên 473,60 (tạ/ha).

** Về đặc điểm các hộ trồng rau:*

Commented [NP1]: Số liệu bảng này có liên quan đến bảng 2.1 ko? Nếu có thì thấy số liệu ko khớp

Bảng 2.8: Đặc điểm các hộ trồng rau trên địa bàn năm 2022

| Chỉ tiêu | ĐVT | Xã Ninh Phúc | Xã Ninh Nhất | Phường Ninh Sơn |
|-------------------------------|-------|--------------|--------------|-----------------|
| Tuổi trung bình của chủ hộ | Tuổi | 30-50 | 30-55 | 30-55 |
| Trình độ học vấn | % | | | |
| + Cấp 1 | % | 0 | 0 | 0 |
| + Cấp 2 | % | 0 | 0 | 0 |
| + Cấp 3 | % | 100 | 100 | 100 |
| Trình độ chuyên môn | % | | | |
| + Qua đào tạo, bồi dưỡng | % | | | |
| + Chưa qua đào tạo, bồi dưỡng | % | 100 | 100 | 100 |
| Số nhân khẩu /hộ | Người | 3-6 | 4-6 | 4-6 |
| Số lao động/hộ | Người | 2-3 | 2-3 | 2-3 |

(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)

Qua bảng 2.8, tôi rút ra một số nhận xét sau:

- Về chủ hộ: Trong kinh tế của hộ thì chủ hộ đóng vai trò quan trọng quyết định đến phương hướng và kết quả sản xuất kinh doanh của hộ. Các yếu tố có vai trò quyết định đến phương hướng và kết quả sản xuất kinh doanh của hộ. Các yếu tố có vai trò quyết định đến năng lực và trình độ của hộ: tuổi, giới tính, trình độ chuyên môn. Tuổi của hộ từ 30 – 55 tuổi chủ hộ cao tuổi sẽ ảnh hưởng đến sức lao động của hộ tuy vậy độ tuổi cao thường có kinh nghiệm chăm sóc cho vườn cây giúp cho vườn cây có thể phát triển tốt tạo ra năng suất và chất lượng.

- Về trình độ văn hóa: Toàn bộ các hộ trên đều đã có trình độ học vấn đều đã tốt nghiệp cấp 3.

- Về điều kiện sản xuất: Số nhân khẩu của hộ giao động từ 4-6 người chứng tỏ số tương đối cao, do các hộ ở nông thôn nên bố mẹ để con cái ở nhà làm việc nông là chuyện thường xảy ra.

- Số lao động thực tế của hộ: giao động ở khoảng 2-3 lao động.

*Chi phí sản xuất của các nông hộ vào sản xuất rau an toàn :

Hiện nay ở một số nơi của thành phố Ninh Bình đã mạnh dạn đầu tư cho sản xuất rau an toàn như xây dựng hệ thống nhà lưới, vòm che... nên cây rau sản xuất ra đạt năng suất cao, hiệu quả sản xuất được nâng lên rõ rệt. Đây là những nhân tố điển hình cần được khuyến khích, nhân rộng ra từ đó góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất rau an toàn. Số vốn đầu tư cần thiết cho nhà lưới là 150.000đ/m² đây là một số vốn không nhỏ mà người dân bỏ ra cho mô hình này.

Cấu tạo của nhà lưới này khoảng 8-10m, cao 4m, với một bên mái hờ, bên trên là màng nilon chống mưa, xung quanh bọc lưới hoặc nilon và lưới hỗn hợp, khung là thép đen hoặc thép mạ kẽm với thiết kế chịu lực và chống gió, phù hợp với các loại rau và nấm...

Bảng 2.9: Chi phí phân bón, thuốc trừ sâu để sản xuất rau của hộ trên một sào năm 2022

| Chỉ tiêu | ĐVT | Số lượng | Đơn giá (đồng) | Thành tiền (đồng) |
|---------------|----------|----------|----------------|-------------------|
| Phân bón | Kg/sào | | | |
| + Vi sinh | kg/sào | 22 | 5000 | 110,000 |
| + NPK | kg/sào | 5 | 25,000 | 125,000 |
| Thuốc trừ sâu | binh/sào | 2 | 25,000 | 50,000 |
| Tổng cộng | Sào | | | 285,000 |

(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)

Từ bảng 2.9, ta thấy bình quân người dân sẽ chi 285.000đ cho một sào trồng rau trong đó chi cho bón lót là 22 kg phân vi sinh với đơn giá là 5000 đ/kg, và bón thúc là 5 kg phân NPK Ninh Bình với đơn giá là 25,000đ/kg. Còn đối với thuốc trừ sâu chỉ khi nào người dân không sử lý được thì mới dùng thuốc nhưng thuốc phải có nguồn gốc sinh học và có thời gian cách ly an toàn một sào chỉ phun 2 bình với 25 nghìn trên một gói/bình.

Bảng 2.10: Bảng chi phí giá tiền giống/sào năm 2022

| Giống | Thành tiền (đồng) |
|--------------|--------------------------|
| Cà chua | 50,000 |
| Bí đỏ | 42,500 |
| Rau muống | 22,500 |
| Rau cải | 37,500 |
| Đậu đũa | 30,000 |

*(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)***Bảng 2.11: Chi phí và thu nhập của người nông dân/sào năm 2022**

| Chi phí | Đơn vị | Loại rau | | | | |
|------------------|---------------|-----------------|--------------|------------------|---------------------|----------------|
| | | Cà chua | Bí đỏ | Rau muống | Rau cải ngọt | Đậu đũa |
| 1. Chi phí | | 485,000 | 527,500 | 457,500 | 472,500 | 515,500 |
| Giống | Đ | 50,000 | 42,500 | 22,500 | 37,500 | 30,500 |
| Phân bón | Đ | 235,000 | 235,000 | 235,000 | 235,000 | 235,000 |
| Thuốc BVTV | Đ | 50,000 | 50,000 | 50,000 | 50,000 | 50,000 |
| Chi phí lao động | Đ | 150,000 | 200,000 | 150,000 | 150,000 | 200,000 |
| 2. Giá bán buôn | Đ | 6,000 | 5,000 | 3,000 | 6,000 | 8,000 |
| Năng suất | Kg/sào | 457,04 | 707,06 | 437,05 | 537,6 | 48,05 |
| Thu nhập | Đ | 2.742.240 | 3.535.300 | 1.311.150 | 3.225.600 | 384.400 |

*(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)***Bảng 2.12: Hiệu quả kinh tế của các hộ sản xuất rau trên địa bàn năm 2022**

| Chỉ tiêu | ĐVT | Xã Ninh Phúc | Xã Ninh Nhất | Phường Ninh Sơn |
|---------------------|------------|---------------------|---------------------|------------------------|
| Giá trị sản xuất ra | 1000đ | 200.705.030 | 340.376.020 | 388.046.780 |
| Chi Phí sản xuất | 1000đ | 45.680.000 | 73.830.500 | 83.299.000 |
| Lợi nhuận | 1000đ | 155.025.030 | 266.545.520 | 304.747.780 |

(Nguồn: Điều tra hộ, năm 2022)

Trên đây là bảng tổng lợi nhuận, chi phí của các hộ điều tra trên ba địa bàn

phường Ninh Sơn, xã Ninh Nhất và xã Ninh Phúc trong thành phố Ninh Bình.

b, Khâu tiêu thụ

Trong khâu tiêu thụ, tác nhân thu gom là những người tham gia vào chuỗi giá trị với vai trò thu gom sản phẩm từ người sản xuất đến các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị, đây là sự liên kết đầu tiên trong chuỗi giá trị giữa người sản xuất với thị trường. Do đó chúng tôi chỉ nghiên cứu chuỗi *giá trị theo nghĩa rộng* là một tập hợp những hoạt động do nhiều người khác nhau tham gia thực hiện (nhà cung cấp đầu vào, người thu gom, nhà chế biến, công ty, người bán sỉ, người bán lẻ...) để sản xuất ra một sản phẩm sau đó bán cho người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, nhưng chúng tôi chỉ nghiên cứu một phần, cụ thể là chuỗi giá rau an toàn tại thành phố Ninh Bình. Những người tác nhân này đa phần là người địa phương sống trên địa bàn thành phố Ninh Bình, thường thì họ chỉ hoạt động trong địa bàn huyện, đôi khi họ vẫn nhận tiền và thu gom cho các đại lý lớn, đa phần họ cũng đã hoạt động sản xuất rau an toàn, nên họ am hiểu về sản phẩm cũng như kỹ thuật trồng.

Bảng 2.13: Kết quả và hiệu quả kinh tế của người thu gom, bán buôn và bán lẻ năm 2022 (tính cho 1 tạ rau cải ngọt)

| Chỉ tiêu | Thu gom | | Bán buôn | | Bán lẻ | |
|---------------------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | Thành tiền (1000) | Cơ cấu (%) | Thành tiền (1000) | Cơ cấu (%) | Thành tiền (1000) | Cơ cấu (%) |
| I. Tổng chi phí | 312.000 | 100 | 413.500 | 100 | 514.000 | 100 |
| 1. Chi phí cố định | 7.000 | 2.2 | 12.000 | 2.9 | 13.000 | 22.5 |
| - Khấu hao dụng cụ | 7.000 | 2.2 | 9.000 | 2.2 | 10.000 | 11.9 |
| -Thuê kiot / địa điểm bán | 0 | 0 | 3.000 | 0.7 | 3.000 | 6.00 |
| 2. Chi phí biến đổi | 302.000 | 96.8 | 396.500 | 95.9 | 497.000 | 996.7 |
| - Mua sản phẩm | 250.000 | 80.1 | 350.000 | 84.6 | 450.000 | 887.5 |
| - Bao bì | 5.000 | 1.6 | 6.500 | 1.6 | 7.000 | 11.4 |
| - Lao động | 40.000 | 12.8 | 40.000 | 9.7 | 35.000 | 66.8 |
| - Xăng xe | 7.000 | 2.3 | 0 | 0 | 5.000 | 1 1 |

| | | | | | | |
|---|---------|---|---------|-----|---------|------|
| 3. Chi phí khác | 3.000 | 1 | 5.000 | 1.2 | 4.000 | 8.00 |
| II. Doanh thu | 350.000 | | 450.000 | | 600.000 | |
| III. Lãi | 38.000 | | 36.500 | | 86.000 | |
| IV. Tỷ lệ %: Lợi nhuận/Chi phí | 12.2 | | 8.8 | | 16.7 | |

(Nguồn : Báo cáo tổng kết tại chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình, 2022)

Nhận xét:

Trong các khâu trung gian thì hoạt động thu mua sản phẩm rau chiếm chi phí cao nhất và tăng lên theo từng tác nhân tham gia chuỗi.

Giá trị tăng thêm ở các tác nhân trung gian thấp 61.000-65.000 đồng/tạ sản phẩm rau an toàn.

Phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân trung gian với khâu sản xuất thì tỷ lệ lợi nhuận của các tác nhân trung gian cao hơn nhiều, tỷ lệ lợi nhuận các tác nhân trung gian thường cao gấp 1.2-3 lần.

Điều đó thể hiện sự phân phối lợi nhuận chưa hợp lý giữa các khâu trung gian và khâu sản xuất.

**Bảng 2.14: Phần giá trị tăng thêm qua từng khâu trong chuỗi
(tính cho 1 tạ rau cải ngọt)**

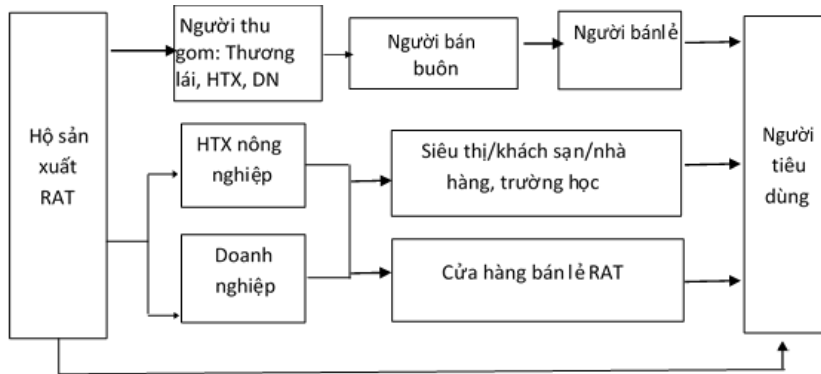
| Chỉ tiêu | Nông dân | Thu gom | Bán buôn | Bán lẻ |
|--|----------|---------|----------|--------|
| Giá trị tạo ra | 157.080 | 62.000 | 63.500 | 64.000 |
| Lợi nhuận | 92.920 | 38.000 | 36.500 | 86.000 |
| Tỷ lệ lợi nhuận/ giá trị tạo ra (%) | 59.2 | 61.3 | 57.5 | 134.4 |

(Nguồn : Báo cáo tổng kết tại chi cục trồng trọt và bảo vệ thực vật Ninh Bình, 2022)

Kênh tiêu thụ

Kênh tiêu thụ là con đường duy nhất đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Tùy thuộc vào từng kênh cũng như các thành phần tham gia kênh mà sẽ có những giá trị

khác nhau được tạo ra. Những giá trị đó thể hiện được phần nào sự ổn định cũng như phát triển của từng kênh. Dựa vào đó ta cũng có thể đưa ra một số kênh mới mang lại lợi ích cũng như giá trị cao nhất cho người sản xuất. Sau đây là một số kênh chủ yếu mà qua quá trình nghiên cứu mà tác giả tìm hiểu được:



Sơ đồ 2.2: Chuỗi cung ứng sản phẩm RAT tại Thành phố Ninh Bình

+ Kênh 1:

Trong chuỗi cung ứng sản phẩm RAT, hộ sản xuất bán RAT cho người thu gom là kênh tiêu thụ sản phẩm chính. Ở kênh này, người thu gom mua toàn bộ khối lượng rau được hộ sản xuất bán ra và có sự trợ giúp cho hộ trong việc thu hoạch sản phẩm. Tuy nhiên giá bán không có sự khác nhau giữa RAT và rau thường. Việc giao dịch mua bán sản phẩm diễn ra tương đối đơn giản, rau được bán ngay tại ruộng, thời gian giao dịch nhanh, giá mua rau do người thu gom đưa ra trên cơ sở nhu cầu thị trường tại thời điểm mua và thời vụ thu hoạch.

Đây là kênh tiêu thụ thường thấy nhất hiện nay, thương lái thường đến tận nơi thu mua nên giá bán của nông hộ thường không cao tuy nhiên lại có thể là bán được số lượng nhiều giá cũng tương đối ổn định nên giá trị mang lại cho nông hộ cũng thường là có lãi và ít nhất cũng hòa vốn ban đầu. Thương lái sẽ thường bán lại cho các đại lý bán buôn khác nhau tùy thuộc vào giá cả mà các đại lý đưa ra mặt bằng chung thường giống nhau tuy nhiên sẽ có sự chênh lệch nhất định giữa các đại lý nên ở trường hợp này các thương lái sẽ bán cho những đại lý hợp tác lâu dài từ trước. Mỗi đại lý thường các những nhà bán lẻ nhất định và họ sẽ dựa trên những gì thỏa thuận từ

trước mà giao cho từng nhà bán lẻ với số lượng và mức giá đôi lúc sẽ chênh lệch khác nhau. Tùy thuộc vào giá mua lại với đại lý mà nhà bán lẻ sẽ bán ra với nhiều mức giá khác nhau.

+ Kênh 2 :

Kênh tiêu thụ này tuy có nhiều thành phần tham gia tuy nhiên người sản xuất cũng sẽ không lo về giá cả vì người sản xuất chỉ là việc thỏa thuận giá cả với hợp tác xã và doanh nghiệp chế biến nên giá trị của người sản xuất vẫn được đảm bảo. Về phía HTX việc cung cấp cho những thành phần tham gia trong chuỗi thì HTX sẽ phải tính giá sao cho hợp lý với từng thành phần mà họ cung ứng dựa trên những tiêu chí nhất định ví dụ như: khách hàng đã hợp tác lâu năm, khách hàng mới, số lượng, mua nhiều loại hay chỉ một loại thì giá thành bán ra sẽ khác nhau. Nên giá trị từng thành phần tiêu thụ mang lại cho HTX sẽ khác nhau.

Nhằm đẩy mạnh phát triển thị trường nông sản sạch, nâng cao ý thức của người sản xuất và tiêu dùng tại địa phương, những năm gần đây, Hội Nông dân tỉnh Ninh Bình đã thực hiện nhiều giải pháp để xây dựng và phát triển chuỗi cửa hàng nông sản an toàn. Hoạt động này vừa góp phần giúp mở rộng đầu ra cho nông sản an toàn, nâng cao thu nhập cho nông dân, vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Từ năm 2016, Hội Nông dân tỉnh Ninh Bình đã triển khai đề án "Nông dân nói không với thực phẩm bẩn", qua đó triển khai các chương trình, dự án hỗ trợ người dân sản xuất theo các tiêu chuẩn an toàn như VietGAP, GlobalGAP, tiêu chuẩn hữu cơ. Tuy nhiên, nông dân vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm nông sản an toàn do chưa có nơi tiêu thụ nông sản ổn định, giá cả các mặt hàng nông sản biến động khiến nông dân "được mùa mất giá". Trước thực trạng đó, năm 2017, Hội Nông dân tỉnh đã xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện các mô hình cửa hàng nông sản an toàn nhằm xây dựng chuỗi nông sản an toàn, kết nối giữa người tiêu dùng với nông dân sản xuất thực phẩm sạch, an toàn. Theo đó, các mô hình cửa hàng nông sản an toàn sẽ đáp ứng các điều kiện như kinh doanh các sản phẩm, hàng hóa phải là nông sản sạch, an toàn, đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm; có giá cả hợp lý; do các cơ sở, doanh nghiệp có uy tín trong và ngoài tỉnh sản xuất, phân phối và kinh doanh. Nguồn hàng cung ứng tại cửa hàng đều phải có nguồn gốc xuất xứ, truy xuất được nguồn gốc, hàng hóa phải có bao bì, nhãn hiệu rõ ràng. Theo Hội Nông dân tỉnh, để xây dựng các cửa

hàng nông sản này, các cấp hội đã tăng cường tuyên truyền, vận động và hỗ trợ một số hộ có nhu cầu mở cửa hàng nông sản về mặt bằng, kệ trưng bày hàng hóa, biển cửa hàng và giới thiệu nguồn thực phẩm an toàn tại các địa chỉ sản xuất nông sản an toàn tại địa phương. Nhờ đó, sau 2 năm triển khai, Hội Nông dân tỉnh đã hỗ trợ xây dựng 23 cửa hàng kinh doanh các mặt hàng nông sản an toàn tại thành phố Ninh Bình. Trung bình mỗi ngày mỗi cửa hàng tiêu thụ 50 – 100 kg.

Ông Nguyễn Ngọc Tiến, chủ cửa hàng nông sản an toàn Sông Vân, thành phố Ninh Bình, cho biết, may mắn của cửa hàng là được sự hỗ trợ tích cực của Hội Nông dân tỉnh trong việc kết nối giữa người nông dân trực tiếp sản xuất đến chủ cửa hàng nên nhiều sản phẩm bán ra tại cửa hàng Sông Vân có nguồn gốc ở Ninh Bình, đảm bảo được sự tươi ngon cũng như cạnh tranh về giá cả. Ông Tiến cho biết thêm, so với thực phẩm bày bán tại các chợ truyền thống, sản phẩm được bày bán tại cửa hàng đều là những sản phẩm được kiểm tra định kỳ, được đưa vào chương trình lấy mẫu giám sát vệ sinh an toàn thực phẩm của các cơ quan chức năng; sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng đã trải qua quy trình chọn lọc khắt khe từ nguồn giống, quy trình sản xuất, chăn nuôi cho đến quy trình giết mổ, sơ chế cũng như quá trình bảo quản và vận chuyển nên người tiêu dùng có thể yên tâm lựa chọn. Ông Đinh Hồng Thái, Chủ tịch Hội Nông dân tỉnh Ninh Bình cho biết, việc xây dựng và phát triển chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn đã tạo nên mô hình nông sản khép kín được quản lý chặt chẽ bởi các cơ quan chức năng và các bên tham gia đều được thụ hưởng lợi ích trên nền tảng quản lý chặt chẽ đó. [25]

Trong chuỗi liên kết này, các đơn vị sản xuất sẽ được đảm bảo “đầu ra” cho sản phẩm và các quyền lợi trước những biến động của thị trường. Các đơn vị kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm sẽ có được niềm tin từ người tiêu dùng dựa trên những cam kết về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm đã được các cơ quan chức năng kiểm định, cấp chứng chỉ; được hỗ trợ về vốn... Người tiêu dùng khi đến với các chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn này sẽ không quá lúng túng trước những mối nghi ngại về nguồn gốc, xuất xứ của thực phẩm. Hội Nông dân tỉnh Ninh Bình đang tiếp tục đẩy mạnh các mối liên kết giữa các hợp tác xã rau an toàn, chăn nuôi và doanh nghiệp kinh doanh theo chuỗi để đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa lần cung cấp ra thị trường trên địa bàn tỉnh. Hội sẽ tiếp tục hỗ trợ khảo sát và triển khai thêm nhiều cửa hàng khác nhằm

đáp ứng nhu cầu tiêu dùng sản phẩm nông sản an toàn, bảo vệ sức khỏe của cộng đồng.

Kênh 3:

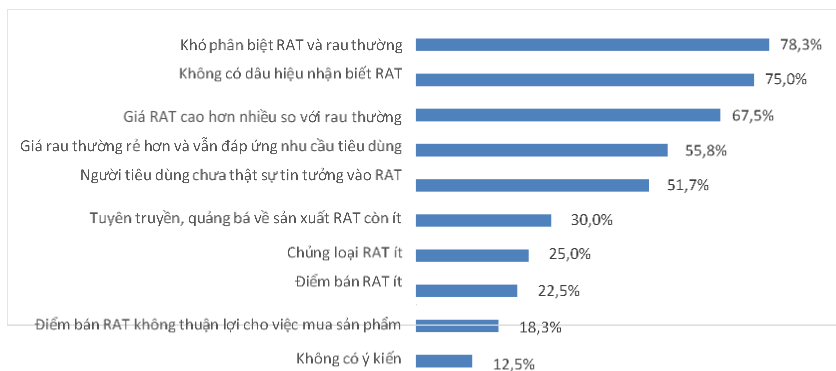
Là kênh tiêu thụ trực tiếp, chỉ có hai thành phần tham gia kênh đó là nông hộ sản xuất rau và người tiêu dùng. Vì thành phần tham gia ít nên giá trị mang lại sẽ là cao nhất cho người sản xuất, những hộ tham gia kênh này chủ yếu là những hộ có quy mô nhỏ và có phương tiện vận chuyển cũng như gần các nơi giao thương buôn bán. Tuy nhiên việc chỉ có hai thành phần tham gia cũng mang lại nhiều khó khăn về giá cả chủ yếu là do hai bên thỏa thuận với nhau nên giá cả thường không ổn định. Việc di chuyển vừa tốn thời gian, công vận chuyển nhiều lúc sản phẩm đưa tới sẽ bị dập nát không đảm bảo được mẫu mã như ban đầu.

c. Người tiêu dùng

Hiện nay, hầu hết người tiêu dùng đều biết đến rau an toàn, người dân thường đến các điểm bán rau an toàn mua còn tùy vào mức thu nhập của người dân. Người có thu nhập từ trung bình đến cao thì thường vào các siêu thị và các cửa hàng nông sản an toàn mua, còn về người có mức thu nhập thấp họ đều ra chợ mua. Họ tìm đến rau an toàn mua vì rau an toàn đáng tin cậy có nguồn gốc xuất xứ, được quảng bá trên tivi, đảm bảo được sức khỏe của người dân, đảm bảo được chất lượng các loại rau. Chị Lê Hương Giang (ngõ 215, đường Đinh Tiên Hoàng, phường Ninh Khánh) đều đến Cửa hàng nông sản an toàn Sông Vân (phường Đông Thành, thành phố Ninh Bình) để mua các sản phẩm thịt, rau, củ, quả về chế biến bữa ăn cho gia đình. Chị Giang cho biết: "Từ khi có cửa hàng này, tôi bớt lo lắng khi chọn mua thực phẩm cho gia đình bởi các nông sản như thịt, cá, rau, củ, quả,... đều tươi ngon, có nhãn mác, nguồn gốc, xuất xứ và niêm yết giá cụ thể từng loại. So với bên ngoài chợ, nông sản ở đây bán có loại ngang bằng giá, có loại đắt hơn nhưng tôi vẫn chấp nhận mua bởi an toàn cho sức khỏe".[24]

Để đánh giá nhận thức của người tiêu dùng về sản phẩm RAT tại thành phố Ninh Bình, tác giả đã tiến hành khảo sát 30 người tiêu dùng về các thông tin liên quan đến RAT. Kết quả khảo sát được thể hiện qua số liệu biểu đồ 2.3

Biểu đồ 2.3. Nhận thức của người tiêu dùng về rau an toàn



(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát năm 2022)

Kết quả khảo sát cho thấy, 78,3% người tiêu dùng cho rằng khó và không phân biệt được RAT và rau thường. Theo ý kiến của người tiêu dùng được phỏng vấn, họ biết đó là sản phẩm RAT hay rau thường thông qua thương hiệu từ nơi mua sản phẩm như siêu thị, cửa hàng kinh doanh RAT và do người bán cung cấp thông tin. Hầu hết các sản phẩm RAT chưa thể hiện thông tin cơ sở sản xuất trên bao bì sản phẩm. Bên cạnh đó, giá RAT cũng là yếu tố được người tiêu dùng quan tâm. 67,5% người được khảo sát cho rằng giá RAT cao hơn nhiều so với giá rau thường và 55,8% cho rằng mặc dù giá rau thường rẻ hơn nhưng vẫn đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng về chất lượng. 36,7% cho rằng các hoạt động nhằm quảng bá, giới thiệu, tuyên truyền về RAT cho người tiêu dùng hiện nay trên địa bàn tỉnh còn hạn chế. Vì vậy, họ thường chọn mua RAT dựa trên niềm tin và từ sự giới thiệu của người quen. Đây cũng là lý do có đến 45,8% người được khảo sát cho rằng họ chưa thật sự tin tưởng vào RAT.

Điều này cho thấy, để phát triển sản xuất RAT cần thiết phải xây dựng được thương hiệu cho sản phẩm và vùng sản xuất RAT, thực hiện truy suất nguồn gốc thông qua tem QR Code. Bên cạnh đó, cần có các biện pháp để quảng bá, tuyên truyền nhằm giới thiệu và cung cấp thông tin về RAT cho người tiêu dùng.

2.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH

2.3.1. Các yếu tố khách quan

Thị trường

Giá cả sản phẩm ảnh hưởng lớn đến sản xuất và tiêu thụ, trong những năm qua giá rau an toàn ở Ninh Bình thường thấp hơn các địa phương khác, do vậy đã tác động đến hộ nông dân trong việc mở rộng quy mô sản xuất và tăng sản lượng,

Mặt khác giá cả cũng ảnh hưởng lớn đến số lượng người tiêu dùng. Hiện nay người dân vẫn chưa quen với khái niệm về RAT nhưng với các vùng phát triển như: các vùng thành phố, thị trấn... thì RAT lại là nguồn cung đảm bảo cho họ về VSATTP.

Theo điều tra, 100% các hộ nông dân xác định giá bán theo hình thức thỏa thuận giữa 2 bên nhưng chủ yếu là dựa vào giá thị trường, Do đó, giá bán rau khác nhau giữa các đối tượng; giữa bán trực tiếp và gián tiếp; giữa ngày thường và các ngày lễ, tết.

Nhu cầu của người tiêu dùng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của chuỗi, hiện nay tại xã Ninh Phúc tác nhân sản xuất đang thực hiện sản xuất những gì mà thị trường cần, để có được những kiến thức về thị trường như vậy thị cần phải có sự liên kết từ các tác nhân khác như: tác nhân thu gom, tác nhân bán buôn, tác nhân bán lẻ. Chính tác nhân bán lẻ đưa thông tin cho các tác nhân khác trong chuỗi về nhu cầu của người tiêu dùng mà từ đó có những biện pháp sản xuất đáp ứng nhu cầu tiêu dùng,

Với thời đại hội nhập hiện nay thì người dân, người tiêu dùng đang phải đối mặt với những loại rau không rõ nguồn gốc cũng như những loại rau không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, chính vì vậy mà thị trường rau an toàn đang có xu hướng phát triển do nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về mặt hàng rau an toàn này. Người tiêu dùng là tác nhân cuối cùng trong chuỗi giá trị, quyết định đến sự sống còn của sản phẩm. Nghiên cứu tác nhân tiêu dùng là rất khó, đòi hỏi phải có thời gian nghiên cứu nhất định. Vì vậy, trong nghiên cứu này chúng tôi không tập trung phân tích các đặc điểm hay xu hướng của tác nhân này mà chỉ nêu những nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng thông qua ý kiến của các tác nhân người bán lẻ, người thu gom và người tiêu dùng mà thôi. Qua những ý kiến này cho phép đánh giá những nhu cầu thị trường về rau an toàn, từ đó có những đề xuất nhất định cho các vùng sản xuất về các yêu cầu của sản phẩm.

Người tiêu dùng rau RAT chủ yếu là người tiêu dùng ở khu vực thành phố Ninh Bình ngoài ra thì còn một số thị trường của các huyện lân cận nhưng với những nhu cầu chưa thực sự nhiều vì vậy mà nguồn cầu chủ yếu là thị trường của thành phố. Như

vậy thì thị trường còn hạn chế mà trong khi đó có nhiều nơi, nhiều địa phương cũng đang có hoạt động sản xuất RAT.

Chủ trương chính sách của nhà nước

Trên địa bàn thành phố Ninh Bình thì UBND, các sở, các ban ngành đã thành lập Ban quản lý sản xuất và tiêu thụ sản phẩm an toàn trong đó có sản phẩm rau an toàn rất được chú trọng. Tính đến thời điểm hiện nay đã có nhiều chủ trương chính sách, công việc cụ thể giao cho các đơn vị triển khai trong đó có: Sở NN&PTNT, Hội nông dân tỉnh, Chi cục trồng trọt. Đây là một trong những yếu tố thuận lợi cho các vùng triển khai sản xuất và tiêu thụ rau.

Có thể nói tại các xã của thành phố sau cây lúa, cây rau nhận được sự quan tâm rất nhiều của các cơ quan chủ quản. Tuy nhiên, nhiều khó khăn đặt ra trong việc quy hoạch vùng chuyên canh rau như diện tích, kinh phí, ứng dụng kỹ thuật và nhân sự. Ngoài ra vấn đề quản lý, hướng dẫn thực thi từ quy hoạch, dự án trên giấy tờ thành thực tế vẫn là vấn đề khó khăn cho sản xuất rau an toàn

Phần lớn các chính sách có liên quan đến chuỗi giá trị rau an toàn đều tác động lên người nông dân nhưng chưa kịp thời và đồng bộ, sự tác động lên các tác nhân khác như người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ còn mờ nhạt, Những hạn chế cần phải được nhanh chóng khắc phục, Việt Nam đã trở thành thành viên của tổ chức thương mại thế giới WTO, để đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước và cạnh tranh được với sản phẩm của nước ngoài thì chuỗi giá trị ngành hàng rau nói chung và rau an toàn nói riêng cần phải hoàn thiện và phát triển hơn nữa. Muốn vậy, ngay từ bây giờ phải xây dựng chiến lược, quy hoạch hợp lý. Mục tiêu của chính sách là khuyến khích phát triển sản xuất thì thay vì đối tượng chịu tác động chỉ là nông dân cần mở rộng đến các đối tượng kinh doanh, chế biến và xuất khẩu rau từ đó sẽ có tác động ngược lại sản xuất và đạt được mục tiêu mà chính sách đề ra.

Yếu tố tự nhiên

Khi khí hậu, thời tiết thuận lợi sẽ có tác động tích cực đến quá trình sản xuất rau an toàn và ngược lại. Khi thời tiết bất lợi rau cải bắp dễ bị sâu bệnh, năng suất thấp, từ đó làm tăng chi phí sử dụng thuốc BVTV. Trong những năm qua, diễn biến thời tiết có nhiều bất thường, rét thường đến muộn hơn và kéo dài, mưa đầu mùa bất thường, nhiệt độ cao, thời tiết nắng nóng gây ảnh hưởng đến năng suất và sản lượng rau cải bắp.

Những ảnh hưởng từ thời tiết tác động trực tiếp đến tác nhân sản xuất như vậy khi có tác động đến bất kỳ một tác nhân nào trong chuỗi thì cũng có thể làm ảnh hưởng đến cả chuỗi giá trị. Như vậy với sự biến đổi thời tiết cũng như những biến đổi khí hậu hiện nay thì tác nhân sản xuất cần phải có những biện pháp nhằm khắc phục cũng như hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực từ thời tiết,

2.3.2. Các yếu tố chủ quan

Cơ sở hạ tầng và khoa học công nghệ:

- Các nhân tố về cơ sở vật chất - kỹ thuật bao gồm hệ thống cơ sở hạ tầng như đường sá giao thông, phương tiện vận tải, hệ thống bến cảng kho bãi, hệ thống thông tin liên lạc. Hệ thống này đóng vai trò quan trọng trong việc lưu thông nhanh chóng kịp thời, đảm bảo an toàn cho sản xuất cũng như tiêu thụ rau an toàn.

- Các nhân tố về kỹ thuật và công nghệ sản xuất đặc biệt quan trọng trong việc tăng khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường tiêu thụ của cơ sở sản xuất kinh doanh rau an toàn. Đối với các nước tiên tiến, sản xuất nông nghiệp nói chung và sản xuất rau quả nói riêng là ngành có hiệu quả rất cao do được ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, hầu như từ sản xuất đến thu hoạch, chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Hiện nay tại thành phố Ninh Bình các cơ sở hạ tầng phục vụ cho sản xuất, sơ chế, bảo quản các sản phẩm an toàn như: nhà kính, nhà lưới, kho lạnh... còn ít.

Chính những hạn chế này mà nguồn cung rau an toàn của thành phố Ninh Bình vẫn chưa đạt giá trị cao trong sản xuất.

Sự tương tác, liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị:

Với tính mùa vụ của sản xuất nông nghiệp thì nghiên cứu tại thành phố Ninh Bình cho thấy tác nhân người sản xuất chỉ liên kết cũng như có những tương tác tích cực với các tác nhân khác như: thu gom vào những thời điểm thu hoạch sản phẩm rau an toàn của hộ. Các tác nhân khác trong chuỗi giá trị cũng có sự tương tác mờ nhạt không tích cực dẫn đến những hạn chế trong sự phát triển bền vững của chuỗi giá trị sản phẩm rau an toàn trên địa bàn. Ngày nay với sự phát triển về khoa học kỹ thuật nên các tác nhân trong chuỗi giá trị có nhiều kênh thông tin có thể trao đổi với nhau như: điện thoại, Internet... nhưng với những sự hỗ trợ này thì tính tương tác trực tiếp bị giảm đi. Sự liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị có tính bền vững lâu dài nhưng vẫn còn một số tác nhân có xu hướng liên kết theo thị trường làm cho tính liên

kết trong chuỗi có sự mất tính bền vững,

Trình độ của các tác nhân trong chuỗi giá trị

Với độ tuổi trung bình từ 30 – 55 tuổi thì các tác nhân trong chuỗi giá trị có những trình độ học vấn khác nhau nhưng tập trung chủ yếu chỉ dừng lại ở cấp I. Với những đặc điểm mang tính vượt trội của các phương thức kỹ thuật tiên tiến nhưng hiện nay tại thì mức áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất chỉ đạt 54,67% số hộ đang sản xuất rau an toàn, Ngoài những hộ đang sản xuất với những phương thức kỹ thuật mới thì còn lại là những hộ chỉ mới dần tiếp cận với những kỹ thuật mới này nhưng phần lớn vẫn áp dụng phương thức canh tác cũ dựa trên kinh nghiệm sản xuất là chính.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN CỦA THÀNH PHỐ NINH BÌNH

2.4.1. Mặt tích cực chuỗi giá trị đem lại

- Tạo ra lợi nhuận cao cho các tác nhân tham gia chuỗi
- Tạo công ăn việc làm cho nông dân với thu nhập cao hơn so với sản xuất kinh doanh sản phẩm rau thường
- Tạo ra dòng lưu thông cho sản phẩm rau an toàn
- Tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm rau an toàn

2.4.2. Các hạn chế trong chuỗi

- Khâu sản xuất:
 - + Hầu hết các hộ nông dân đều được tập huấn về quy trình canh tác, tuy nhiên nông dân chưa tích cực áp dụng quy trình này vào trong sản xuất.
 - + Nông dân sản xuất thiếu thông tin về: quy trình sản xuất, thông tin về giống, thông tin về các phương pháp hữu cơ, kiểm soát sâu bệnh bằng cách sử dụng phương pháp tự nhiên và an toàn
 - + Nông dân sản xuất thiếu thông tin về quy trình sản xuất, thông tin về giống...
 - + Điều kiện cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng yêu cầu sản xuất
 - + Chất lượng cây giống chưa đảm bảo.
 - + Cách thức sử dụng phân bón, thuốc BVTV chưa đúng cách
 - + Quá trình sơ chế, bảo quản nông sản sau thu hoạch chưa được chú trọng
 - + Chưa có thương hiệu RAT nên người nông dân chưa yên tâm sản xuất
 - + Lợi nhuận đạt được thấp hơn so với các tác nhân khác tham gia trong chuỗi và chưa

tương xứng với giá trị tạo ra.

+ Một số người dân trồng liên tục một loại cây trồng trên một mảnh đất mà không có sự thay đổi hoặc sen kẽ các loại cây khác trong quá trình canh tác.

- Khâu tiêu thụ:

+ Người thu gom:

- Ít quan tâm đến kỹ thuật sơ chế sản phẩm khi thu mua
- Phương tiện thu mua, vận chuyển thô sơ, làm giảm chất lượng sản phẩm
- Chưa có đầu mối tiêu thụ ổn định, giá cả bấp bênh
- Số lượng chủng loại rau thu mua từ nông dân sản xuất chưa ổn định phụ thuộc vào mùa vụ sản xuất
- Chưa tiếp cận được kênh tiêu thụ hiện đại (như hệ thống siêu thị...)

+ Người bán buôn:

- Chưa bảo quản sản phẩm tốt làm giảm chất lượng sản phẩm
- Chưa quan tâm tới nguồn gốc sản phẩm, chưa kiểm soát tốt nguồn cung

+ Người bán lẻ:

- Ít quan tâm tới kỹ thuật bảo quản, sơ chế
- Không kiểm soát được nguồn gốc sản phẩm
- Thường là thu mua và bán trong ngày nên không có phương tiện bảo quản

- Người tiêu dùng:

+ Chưa phân biệt được RAT với sản phẩm rau thường

+ Chưa tin tưởng vào thương hiệu RAT

Nhu cầu rau an toàn (RAT) tại thành phố Ninh Bình ngày càng gia tăng, đó là một thực trạng rõ ràng. Tuy nhiên, một nghịch lý đang diễn ra là trong khi các doanh nghiệp thường đi tiên phong trong những lĩnh vực có nhu cầu cao thì đối với thị trường rau an toàn, sự tham gia của các doanh nghiệp vẫn còn rất hạn chế. Do thiếu sự tham gia của các doanh nghiệp nên việc tiêu thụ rau an toàn vẫn mang tính chất mua bán nhỏ lẻ, chưa có chiến lược kinh doanh hay xây dựng thương hiệu đủ tầm cho rau an toàn. Cũng vì thế mà đến nay mặc dù nhu cầu rau an toàn cao nhưng người sản xuất rau an toàn vẫn không bán được hàng trong khi người tiêu dùng cũng chưa mặn mà với những sản phẩm có dán nhãn rau an toàn hoặc được công bố là rau an toàn bởi không thực sự tin tưởng vào chất lượng.

Có thể nói, với tình hình thị trường như hiện nay, kinh doanh RAT đầy rủi ro bởi sự tác động của nhiều yếu tố như sản phẩm mang tính đặc thù chỉ bán được trong ngày, giá trị thấp, lãi ít, chi phí vận chuyển, thuê cửa hàng lại cao... Số lượng doanh nghiệp tham gia đầu tư vào sản xuất RAT thấp do rủi ro cao trong khi lợi nhuận thấp và chưa có chính sách hỗ trợ thỏa đáng.

Chương 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH

3.1. NHỮNG GIẢI PHÁP NHẪM THÚC ĐẨY SẢN XUẤT RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ NINH BÌNH

3.1.1. Giải pháp về khoa học kỹ thuật trong trồng RAT

Nâng cao kiến thức, sự hiểu biết và ý thức về bảo vệ môi trường sinh thái, môi trường sống của cộng đồng và của từng cơ sở, để họ có ý thức trong việc sản xuất và kinh doanh các sản phẩm RAT.

Tăng cường công tác khuyến nông hướng dẫn quy trình sản xuất RAT cũng như kỹ thuật sử dụng thuốc BVTV, đồng thời mở các lớp tập huấn về quy trình sản xuất RAT

Tiến hành sâu rộng việc phổ cập kiến thức khoa học kỹ thuật, cũng như công tác khuyến nông tới người lao động, để nâng cao về trình độ canh tác và sản xuất.

Tiến bộ sản xuất RAT có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng và hiệu quả chúng, do sản xuất RAT đòi hỏi quy trình sản xuất rất nghiêm từ khâu chuẩn bị làm đất, diệt bệnh, chăm sóc đến khâu thu hoạch và bảo quản sản phẩm. Để đưa tiến bộ kỹ thuật mới đến các hộ nông dân có hiệu quả thì cần thiết phải thực hiện những việc sau:

- Các cấp, các ngành có liên quan phải xây dựng quy trình sản xuất cụ thể cho từng loại RAT và hướng dẫn nông dân thực hiện đúng quy trình sản xuất đó.

- Thường xuyên tuyên truyền phổ biến những thông tin mới về kỹ thuật tới các hộ nông dân bằng các phương tiện đại chúng như đài, ti vi, loa phóng thanh...

- Đưa các nội dung tập huấn cho nông dân như kỹ thuật chọn giống, kỹ thuật chăm sóc, kỹ thuật phòng trừ sâu bệnh, kỹ thuật sử dụng thuốc BVTV, kỹ thuật thu hoạch bảo quản ...

- Thường xuyên mở các lớp tập huấn về kỹ thuật sản xuất RAT do các cán bộ khuyến nông về giảng dạy, có thể cử một số nông dân đi học kỹ thuật mới và về phổ biến lại cho người khác, từ đó khuyến khích được người dân áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật mới.

- Thường xuyên tổ chức các nông dân xem các mô hình trình diễn, tổ chức hội nghị đầu bờ, các buổi hội thảo để cùng nhau trao đổi kinh nghiệm sản xuất và tiêu thụ RAT.

Phát triển sản xuất RAT với công nghệ mới như nhà lưới, tưới phun hình thành các khu công nghệ cao. Từ các nghiên cứu và thử nghiệm sản xuất RAT theo mô hình RAT trong nhà lưới cho kết quả rất tốt. Giá trị sản xuất các công thức luân canh trong nhà lưới cao gấp 1,2-1,5 lần so với đối chứng. Đặc biệt, lượng rau sản xuất trái vụ từ tháng 5-8 đạt không kém so với vụ xuân hè và cao hơn vụ xuân.

Đưa các giống tiên bộ kỹ thuật, công nghệ sinh học vào các mô hình làm cơ sở nhân ra diện rộng các tiên bộ kỹ thuật.

Xây dựng các điểm kinh doanh phân phối thuốc BVTV tại các vùng sản xuất rau an toàn tập trung, hướng dẫn nông dân sử dụng thuốc hoá học trừ sâu theo hướng dẫn chỉ định của các cơ quan chuyên môn. Khuyến khích các cửa hàng kinh doanh thuốc BVTV tại vùng sản xuất rau an toàn kinh doanh thuốc BVTV có nguồn gốc sinh học, thuốc có độ độc thấp, phân giải nhanh đảm bảo nông dân sử dụng thuốc BVTV đúng quy định và thuận lợi.

Tăng cường hơn nữa mối liên kết giữa hai nhà là nhà nông và nhà khoa học. Cần tăng cường hợp tác một cách sâu, rộng với những trung tâm nghiên cứu rau củ nhằm tạo điều kiện thuận lợi trong việc chuyển giao khoa học kỹ thuật cho bà con nông dân trong huyện. Thông qua các hình thức như tạo điều kiện cho các nhà nghiên cứu có thể tiến hành thí nghiệm, thử nghiệm các mô hình điểm trên ngay địa bàn.

3.1.2. Hoàn thiện về cơ chế chính sách cho phát triển RAT

Các cơ quan chức năng nên phối hợp soạn thảo, hoàn chỉnh các quy trình kỹ thuật sản xuất RAT, các quy trình lưu thông RAT và nhanh chóng phổ biến tới các hộ nông dân.

Thành lập các bộ phận kiểm tra, giám sát các điều kiện sản xuất và lưu thông RAT trên địa bàn huyện, cần phải xử phạt hành chính các sai phạm trong sản xuất và lưu thông RAT.

Hỗ trợ kinh phí, trợ giá cho người sản xuất trong thời gian đầu khi sản xuất RAT chưa ổn định, người sản xuất chưa tích lũy được nhiều kinh nghiệm và để bảo

đảm hiệu quả kinh tế ít nhất phải bằng rau đại trà, để tạo đà cho RAT phát triển ngày càng tốt hơn.

Có chính sách về vốn vay ưu đãi cho các hộ nông dân phát triển sản xuất rau an toàn. Với kiến nghị là nên giành một phần nhỏ cho sản xuất nông nghiệp có tính bền vững như sản xuất RAT bằng biện pháp cho bà con nông dân trồng RAT vay vốn ưu đãi hoặc cho vay không có lãi suất.

Cung ứng các loại phân hữu cơ, phân vi sinh, thuốc trừ sâu sinh học và một số thiết bị sản xuất RAT với giá ưu đãi

Ưu tiên kinh phí xây dựng cơ sở hạ tầng như hệ thống kênh mương, giếng khoan, và đặc biệt là hệ thống nhà lưới kiên cố để cho RAT phát triển ngày càng tốt.

Hỗ trợ kinh phí cho việc quảng cáo, tuyên truyền, đăng ký thương hiệu, cho khâu dịch vụ bán hàng, cho công tác khuyến nông, cho việc đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật mới vào sản xuất và đặc biệt là hỗ trợ kinh phí cho việc nghiên cứu các biện pháp kiểm dịch chất lượng RAT để khâu này được nhanh, rẻ tiền và mang lại hiệu quả cao.

Khuyến khích nông dân chuyển đổi từ trồng lúa, ngô và các cây trồng có hiệu quả kinh tế thấp sang trồng RAT.

Có chính sách ưu đãi, khuyến khích ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, công nghệ mới trong sản xuất và chế biến bảo quản sản phẩm rau an toàn.

3.1.3. Giải pháp luân canh cây trồng

Bố trí cơ cấu cây trồng một cách hợp lý vừa có tác dụng cải tạo đất, phòng trừ sâu bệnh còn có tác dụng giải quyết rau giáp vụ, giảm bớt tình trạng rế rau trong mùa thu hoạch... nhờ đó sẽ góp phần bình ổn giá cả, đồng thời làm tăng hiệu quả kinh tế của người nông dân. Qua khảo sát và sự tham khảo ý kiến của một số chuyên gia nông học chúng tôi đã đưa ra một vài nguyên tắc về chế độ luân canh bố trí cây trồng đối với cây rau để người nông dân tham khảo. Cụ thể

- Muốn có rau thu hoạch điều hoà quanh năm cần phải có một cơ cấu cây trồng thích hợp giữa các cây rau có nguồn gốc ôn đới, á nhiệt đới với nhiệt đới nhất là giáp vụ 1; đồng thời phải bố trí cơ cấu giữa các cây rau trồng cạn với cây trồng nước để có thể đối với biến động về nhiệt độ (trong giáp vụ 1) và mưa (trong giáp vụ 2).

Bố trí luân canh phải chú ý luân canh giữa các cây khác họ, và giữa các cây tuy khác họ nhưng có cùng một loại sâu bệnh. Sau 1-2 năm phải luân canh với các cây trồng nước nh- rau muống nhằm thay đổi điều kiện sinh thái của các loại sâu bệnh để diệt sâu bệnh trong đất...

- Luân canh và nhất là bố trí cơ cấu cây trồng phải có nhiều rau trong lúc giáp vụ còn chính vụ phải nhiều rau ngon và rau dự trữ cho giáp vụ

Căn cứ vào nguyên tắc trên, có thể đưa ra một số công thức luân canh sau:

CT1: bắp cải (tháng 9-12)- đậu cô ve (tháng 12-2)- su hào (tháng 2-4)- mướp (tháng 4-8);

CT2: cải củ (tháng 9-10)- su hào (1-12)- bí xanh (tháng 12-6)- cải ngọt (tháng 7-8);

CT3: cải ngọt (tháng 9-10)- khoai tây (tháng 11-2)- dưa chuột (tháng 2-5)- cải củ (5-8);

CT4: cà chua (tháng 8-12)- su hào (tháng 12-2)- bí xanh (tháng 12-6)- cải xanh (tháng 6-8).

Trên đây là một vài công thức luân canh chúng tôi đưa ra, có thể còn nhiều công thức luân canh khác nhau, nhưng trên đây là một số công thức luân canh đảm bảo sự đan xen về thời vụ nhờ đó sẽ hạn chế được tính thời vụ của rau, đồng thời nâng cao hệ số sử dụng đất của hộ.

3.1.4. Giải pháp đầu tư các yếu tố đầu vào cho sản xuất RAT

Đầu vào sản xuất và đầu ra sản phẩm có mối quan hệ rất chặt chẽ, đó là mối quan hệ nhân quả, trong sản xuất nông nghiệp cũng vậy. Tức là khi khâu đầu vào được thực hiện tốt nó sẽ tạo ra đầu ra sản phẩm có năng suất cao và chất lượng tốt. Vì vậy đầu tư các yếu tố đầu vào là khâu mắt chốt quyết định chất lượng đầu ra. Đầu tư các yếu tố đầu vào bao gồm các khâu sau:

*** Về giống**

Giống giữ vai trò quyết định để đảm bảo thời vụ và năng suất, sản lượng cũng như chất lượng sản phẩm sau này.

Để đảm bảo có giống chất lượng tốt phục vụ sản xuất RAT của nông dân thì cần phải:

- Có giấy hướng dẫn trước khi gieo trồng từ đó tạo điều kiện thuận lợi hơn trong việc sử dụng giống.

- Nhà nước cần đầu tư cho công tác nghiên cứu, chọn tạo giống, sản xuất giống và phải có kế hoạch nhập nội.

- Phải có chương trình kiểm dịch giống, sản xuất giống và phải có kế hoạch nhập nội.

- Nhà nước cần có biện pháp hỗ trợ giá với những giống rau nhập khẩu cho nông dân thông qua mạng lưới cung cấp giống của các công ty giống đến các HTXDVNN.

- Tuyên truyền vận động sử dụng các loại giống cây con đã qua kiểm dịch, các loại giống cho năng suất cao...

* Phân bón

Rau là cây trồng có thời gian sinh trưởng tương đối ngắn nhưng lại cho một khối lượng sản phẩm rất cao, từ 20-60 tấn/ha do vậy cây rau đòi hỏi phải được bón nhiều phân. Nhu cầu về chất dinh dưỡng lớn vượt quá khả năng cung cấp của đất, dù là loại đất cực kỳ màu mỡ, vì vậy phải trông vào nguồn phân bón bón cho đất trồng rau. Tuy nhiên đối với RAT thì phân bón có ảnh hưởng nhiều đến chất lượng rau vì vậy bón như thế nào để vừa đảm bảo hiệu quả kinh tế vừa đảm bảo chất lượng RAT là một việc làm rất khó. Vì vậy người nông dân cần phải nắm được yêu cầu kỹ thuật bón phân cho rau, đó là

- Bón cân đối giữa các phân đạm, lân, kali

- Bón đủ lượng cần thiết

- Bón đúng lúc và đúng cách

Đạm, lân, kali là ba chất cơ bản để tạo ra chất hữu cơ và năng suất, phẩm chất của rau; nhưng nếu bón mất cân đối giữa chúng sẽ dẫn đến hậu quả ngược lại: năng suất thấp, chất lượng rau kém, dễ hư hỏng khi vận chuyển hoặc bảo quản.

* Về nước tưới

Thành phố Ninh Bình đầu tư cho các xã, phường để xây dựng hệ thống thủy lợi đáp ứng nhu cầu nước tưới, đồng thời có hình thức hỗ trợ cho nông dân đào giếng khoan để có nước sạch phục vụ sản xuất.

* Về đầu tư thuốc BVTV

Trong sản xuất rau việc sử dụng BVTV là điều không thể tránh khỏi, tuy nhiên đầu tư BVTV như thế nào cho vừa đảm bảo có năng suất vừa đảm bảo chất lượng rau đó là điều rất khó. Theo Tiến sỹ Nguyễn Duy Trang (viện BVTV) đã đề xuất quy trình sử dụng thuốc BVTV như sau:

- Sử dụng có chọn lọc, nên sử dụng các loại thuốc sinh học, thuốc thảo dược, thuốc hoá học ở nhóm độc tố III, IV.

- Xử lý hạt giống, con giống trước khi gieo trồng

- Sử dụng thuốc luân phiên

- Đảm bảo thời gian cách ly.

* Các yếu tố khác như vốn, tổ chức lao động,... tùy điều kiện của từng hộ mà có phương pháp cụ thể.

3.1.5. Giải pháp tuyên truyền

Trong bối cảnh hiện nay các chế tài xử lý vi phạm trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn còn chưa rõ ràng và chưa đủ mạnh, thì công tác tuyên truyền được coi là một giải pháp có tính thiết thực và chủ đạo. Công tác tuyên truyền sản xuất và tiêu thụ rau an toàn đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của bà con. Đối tượng cần tuyên truyền ở đây không chỉ đơn thuần là bà con nông dân sản xuất RAT mà cần tuyên truyền sâu rộng hơn nữa cho người tiêu dùng hiểu được tính chất cũng như chất lượng RAT, bởi trong nền kinh tế thị trường thì khách hàng luôn quyết định đến sự tồn tại của doanh nghiệp, sản phẩm được tiêu thụ nhanh hay chậm, đều do khách hàng quyết định.

Song tuyên truyền như thế nào để cho bà con nông dân cũng như người tiêu dùng dễ hiểu dễ tiếp thu lại là một vấn đề cần được quan tâm. Đối với người sản xuất thì cần tuyên truyền cho họ biết được những kỹ thuật có tính căn bản và thiết yếu như kỹ thuật sản xuất RAT, quy trình sản xuất đặc biệt trong đó cần phải hướng dẫn bà con sử dụng thuốc BVTV trên rau đúng cách, khoa học và hợp lý... Đối với người tiêu dùng thì phải hướng dẫn họ cách nhận biết và lựa chọn sản phẩm RAT, cần giới thiệu cho họ những cơ sở sản xuất và địa chỉ kinh doanh RAT tin cậy, có chữ tín để người tiêu dùng yên tâm sử dụng sản phẩm tránh hoài nghi, lo lắng.

Thông qua các hình thức tuyên truyền như phát tờ rơi về hướng dẫn kỹ thuật sản xuất, kỹ thuật sử dụng thuốc BVTV trên rau, sổ tay hướng dẫn sử dụng thuốc

BVTV. Ngoài ra tuyên truyền trên báo, đài của Thành phố cũng như tại các xã, phường qua các kênh tuyên truyền đó sẽ dần nâng cao nhận thức của ban thân người sản xuất cũng như người sử dụng RAT.

3.2. Những giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ rau an toàn tại thành phố Ninh Bình

3.2.1. Giải pháp về thị trường, tổ chức tiêu thụ rau an toàn

Tiêu thụ là khâu cuối cùng của quá trình sản xuất, nếu không có quá trình tiêu thụ thì không có quá trình tái sản xuất hàng hoá diễn ra, tiêu thụ hàng hoá nhanh sẽ kích thích sản xuất phát triển. Vì vậy giải pháp về thị trường phải là giải pháp quan trọng nhất và cần phải có sự quan tâm hàng đầu của các cấp, ngành.

Trước đây trong cơ chế bao cấp, sản phẩm làm ra do Nhà nước giải quyết khâu tiêu thụ. Nhưng hiện nay, trong cơ chế thị trường thì nhu cầu của thị trường quyết định khâu sản xuất. Vấn đề tiêu thụ sản phẩm rau nói chung cũng như sản phẩm RAT nói riêng là mối lo thường xuyên của nông dân, bởi lẽ sản phẩm rau xanh không thể bảo quản lâu được vì vậy nếu bán chậm hoặc không bán được thì sản phẩm nhanh chóng bị mất phẩm cấp và có thể phải bỏ đi.

Việc tiêu thụ RAT của thành phố nhìn chung còn gặp nhiều khó khăn, phần vì thị trường tiêu thụ RAT của thành phố chủ yếu là thị trường truyền thống trên địa bàn thành phố và các vùng lân cận với mức giá bán rất thấp. Phần khác vì chất lượng RAT của thành phố chưa được bảo đảm, người tiêu dùng chưa thực sự yên tâm khi sử dụng RAT, họ chưa tin tưởng vào chất lượng RAT ở thành phố. Để thị trường RAT ngày càng phát triển góp phần ổn định và phát triển sản xuất RAT thì cần phải có các giải pháp sau:

Thứ nhất là tăng cường thông tin tuyên truyền về sản xuất RAT bằng các phương tiện thông tin đại chúng, để nâng cao nhận thức của người sản xuất và người tiêu dùng về RAT, về những tác dụng của nó đối với sức khoẻ con người và lành mạnh của môi trường.

Thứ hai, đối với người sản xuất cần tuyên truyền sâu rộng "pháp lệnh bảo vệ và kiểm dịch thực vật" để họ biết được thuốc BVTV nào bị cấm sử dụng. Có biện pháp xử phạt hành chính và không công nhận sản phẩm RAT đối với những hộ sử dụng

thuộc BVTV bị cấm. Đồng thời giới thiệu công dụng của những loại phân hữu cơ, vi sinh, phân hoai mục. Thuốc trừ sâu BT...

Thứ ba, UBND và HTX nên đứng ra đảm nhận xây dựng một số cửa hàng giới thiệu sản phẩm RAT vừa bán sản phẩm của nhà, vừa thu gom của các hộ khác để bán.

Thứ tư, các hiệp hội nông dân, hiệp hội liên gia, các nhóm hợp tác tiêu thụ RAT có thể từ 5-10 hộ. Họ liên kết với nhau, hình thành các nhóm tiêu thụ đổi công. Phương thức hoạt động của họ là các hộ tự thu hoạch sản phẩm tập trung về một nơi thuận lợi, sau đó cùng làm hàng (vệ sinh rau, phân loại, đóng gói) và bán sản phẩm. Kiểu hợp tác này huy động và sử dụng tốt nhất nguồn lao động của các hộ và giải quyết khó khăn cho những hộ thiếu lao động, do vậy nó đang được ưa chuộng và phát triển.

Thứ năm, sản phẩm RAT trước khi bán phải có bao bì đóng gói cẩn thận, có nhãn hiệu ghi rõ nơi sản xuất phải đăng ký thương hiệu, thời gian bảo quản và phải có dấu kiểm định chất lượng.

Thứ sáu, đầu tư hơn nữa cho việc chế biến sản phẩm nh- đa dạng hoá về chủng loại chế biến, tăng công suất chế biến,... để dự trữ sản phẩm lúc giáp vụ và khi sản phẩm rau tươi bị tồn đọng.

Thứ bảy, thành phố phải nhanh chóng đăng ký thương hiệu cho các xã có đủ điều kiện để cho sản phẩm của các xã này lưu thông dễ dàng hơn trên thị trường và không bị các sản phẩm khác chen Đp và tăng cường dịch vụ đến tận tay người tiêu dùng.

Ngoài ra, các cấp, các bộ, ngành, tỉnh cần giúp địa phương tìm thị trường bán buôn với các tỉnh bạn. Đồng thời người sản xuất, người chuyên bán buôn cần tăng cường công tác tiếp thị, tìm kiếm thị trường tiêu thụ.

3.2.2. Liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân tham gia sản xuất và tiêu thụ rau an toàn

Để phát triển sản xuất – tiêu thụ rau an toàn rất cần sự liên kết chặt chẽ giữa người sản xuất (nông dân), các nhà khoa học, cơ quan quản lý và doanh nghiệp. Phát triển mô hình nông dân cho doanh nghiệp thuê đất và làm công ăn lương cho doanh nghiệp, như vậy sẽ khắc phục được tình trạng sản xuất cá thể, manh mún.

Lợi ích của các tác nhân cần phải được phân chia một cách hài hoà, vì vậy nếu vấn đề lợi ích không được giải quyết thoả đáng thì mối liên hệ giữa các tác nhân không thể chặt chẽ được.

Nâng cao hiểu biết và những kiến thức về kinh doanh phân phối và bảo quản rau quả cho tất cả các tác nhân. Mô hình chung của hệ thống phân phối rau là nông dân thu hoạch, thu gom và bán buôn mua phân loại sau đó cung ứng cho người bán lẻ. Tuy nhiên, hầu hết các công đoạn này đều được làm thủ công, đa số các tác nhân (nhất là người nông dân và một số tác nhân trung gian) đều thiếu hiểu biết về kinh doanh, phân phối và bảo quản sản phẩm dẫn tới chất lượng rau không được bảo đảm qua từng khâu phân phối.

3.2.2.1 Giải pháp đối với người sản xuất

Trong mối liên kết sản xuất – tiêu thụ rau an toàn của thành phố Ninh Bình lợi ích mà tác nhân người sản xuất nhận được bao giờ cũng là thấp nhất so với các tác nhân khác, trong khi họ lại là tác nhân phải chịu nhiều rủi ro hơn, một nắng hai sương để làm ra sản phẩm. Cần phải hài hoà lợi ích giữa người sản xuất với các tác nhân khác thì các mối liên kết mới bền chặt được và rau an toàn mới thực sự an toàn. Vì không ai có thể quản lý được việc sử dụng thuốc trừ sâu của nông dân, nói đã quản lý được người nông dân không dùng thuốc trừ sâu độc hại này, không dùng thuốc ngoài danh mục kia chỉ là trên lý thuyết. Không ai có thể sản xuất thay nông dân, phải bản thân người trồng rau tự nhận thức và thay đổi.

Tạo điều kiện cho người sản xuất tiếp xúc với các siêu thị và cửa hàng rau an toàn trong nội thành, khó khăn của người nông dân là thị trường tiêu thụ. Thị trường tiêu thụ của người sản xuất rau an toàn phải là nơi mà họ có thể trao đổi, buôn bán sản phẩm theo đúng giá trị của chúng. Vẫn không ít những người sản xuất phải bán sản phẩm rau an toàn theo giá của rau thường nên đã gây ra tâm lý chán chường và thiếu trung thực trong hoạt động sản xuất. Hiện nay, rau an toàn đến tay người tiêu dùng thông qua các cửa hàng, siêu thị là chủ yếu, trong khi đó sự tiếp xúc của người sản xuất với các loại hình bán lẻ này còn rất khó khăn.

Quy mô sản xuất rau an toàn trong các hộ trồng rau chưa lớn, bình quân một hộ người sản xuất mới chỉ có hơn 3 sào rau an toàn. Chính vì vậy sản xuất còn manh mún dẫn đến sự không đồng đều về chất lượng và chủng loại rau trong khi tiêu chí này lại được các

siêu thị, khách sạn hết sức chú trọng. Chính vì vậy, người sản xuất nên mở rộng quy mô sản xuất, có thể theo loại hình trang trại trồng rau an toàn.

Người sản xuất rau an toàn cần phải liên kết chặt chẽ với nhau hơn nữa trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Nên hoạt động theo hình thức các tổ liên kết khoảng từ 4-6 người sao cho việc giám sát và hỗ trợ lẫn nhau được dễ dàng hơn.

Liên kết giữa người sản xuất với các tác nhân khác là rất cần thiết, nhằm tăng giá trị sản phẩm, giảm rủi ro cho cả người mua lẫn người bán. Tuy nhiên, để liên kết được chặt chẽ giữa sản xuất và tiêu thụ, cần phải hợp đồng bằng văn bản, có sự tin cậy lẫn nhau, đồng thời cần có sự chia sẻ rủi ro, tạo sự yên tâm trong hoạt động sản xuất.

3.2.2.2. Giải pháp đối với người thu gom

Trong quan hệ mua bán sản phẩm, đa số phương tiện vận chuyển của các tác nhân thu gom còn thô sơ nên số lượng của mỗi lần vận chuyển nhỏ, thời gian cho hoạt động vận chuyển nhiều, sản phẩm bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển. Vì vậy tác nhân thu gom cần cải thiện phương tiện vận tải để nâng cao khối lượng vận chuyển cũng như giảm hư hao sản phẩm.

Việc liên kết theo cơ chế hợp đồng bằng văn bản cũng chưa phải là hình thức phổ biến của hai nhóm tác nhân này. Chính vì vậy, cần phải thúc đẩy liên kết bằng hợp đồng văn bản để nâng cao tính pháp lý trong mỗi liên kết của hai tác nhân là người thu gom và người sản xuất.

Đối với tác nhân thu gom tập thể (Các HTX thu gom rau an toàn), cần liên kết bằng hợp đồng văn bản bao tiêu sản phẩm với những người sản xuất để có những ràng buộc về chất lượng và khối lượng rau hàng ngày. Đồng thời, các HTX thu gom cũng cần năng động trong việc tìm kiếm bạn hàng, nhất là các siêu thị, khách sạn, nhà hàng để cung cấp sản phẩm trực tiếp đến các đối tượng này.

3.2.2.3. Giải pháp đối với người bán lẻ

Đời sống và dân trí ngày một nâng lên nên người tiêu dùng cũng quan tâm hơn đến việc mua thực phẩm đảm bảo vệ sinh an toàn, đặc biệt người dân thành phố. Đây là cơ hội tốt trong việc cung ứng rau an toàn của tác nhân người bán lẻ, đặc biệt là các siêu thị.

Người bán lẻ cần phải có sự trung thực trong kinh doanh, tránh sự “nhập nhàng” Giữa rau an toàn và rau thường khiến người tiêu dùng thiếu tin tưởng vào các cửa hàng bán rau an toàn.

Người bán lẻ nên tăng cường các hoạt động quảng cáo về rau an toàn để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng nhiều hơn.

Mẫu mã cách thức bày bán sản phẩm rau an toàn nên đổi mới sao cho hấp dẫn người tiêu dùng hơn. Trên mỗi bao gói sản phẩm, bên cạnh việc ghi rõ xuất xứ sản phẩm cần phải ghi rõ khối lượng và giá tiền của sản phẩm để tiện lợi cho việc lựa chọn của người tiêu dùng. Đặc biệt, người bán lẻ nên xuất trình bán chứng minh chất lượng rau an toàn để tạo sự an tâm cho người tiêu dùng khi mua sản phẩm.

Hiện nay hầu hết các cửa hàng, siêu thị rau an toàn mới chỉ là điểm đến của người tiêu dùng cho thu nhập cao, ổn định, người tiêu dùng nghèo chỉ mua rau từ các chợ truyền thống. Do đó, các siêu thị nên xem xét chiến lược tiêu thụ sản phẩm sao cho các loại khách hàng đều có thể mua được rau an toàn trong siêu thị. Một trong những chiến lược đó là tìm cách hạ giá bán sản phẩm.

Nên rút ngắn thời gian thanh toán cho các tác nhân cung ứng để giúp họ có vốn để phục vụ cho hoạt động kinh doanh rau an toàn. Tiến hành xử phạt nghiêm khắc với những người cung ứng có hành vi vi phạm hợp đồng như thời gian giao hàng, chất lượng, mẫu mã rau an toàn ... Để hoạt động phân phối trở nên tốt hơn.

3.2.2.4. Giải pháp xây dựng thương hiệu sản phẩm rau an toàn

Rau an toàn là một trong 3 cây mũi nhọn trong chiến lược giúp người nông dân phát triển kinh tế gia đình. Được sự chỉ đạo của Thành ủy, UBND thành phố Ninh Bình đã tổ chức triển khai sản xuất rau an toàn theo quy trình sản xuất rau an toàn trên địa bàn 2 HTX Hương Đào, phường Ninh Sơn; HTX Yên Phúc, xã Ninh Phúc. Đến nay, mô hình sản xuất rau an toàn đã đi vào thực hiện và bước đầu đem lại những kết quả khả quan. Song thực tế vẫn chưa đạt được kết quả như mong muốn, đó là sản phẩm sản xuất ra chưa có thương hiệu và chưa thuyết phục được người tiêu dùng, giá cả không cao hơn so với rau sản xuất thường. Đây chính là câu hỏi đặt ra cho các nhà quản lý, nhà khoa học. Liệu có phải sản xuất rau an toàn chỉ có một số điểm về kỹ thuật, về trồng trọt, về bảo vệ thực vật không? Vấn đề truy nguyên nguồn gốc giống rau, đất trồng và kiểm soát đầu vào các loại vật tư nông nghiệp... hoặc giám sát việc thực hiện cũng như liên doanh, liên kết giữa các tổ, đội, các nhóm sản xuất rau, giữa người sản xuất và người tiêu dùng vẫn chưa được tiến hành. Xây dựng thương hiệu nhằm giúp người nông dân, HTX dịch vụ nông nghiệp giới thiệu, quảng bá sản phẩm

của mình, tạo được uy tín và lòng tin đối với người tiêu dùng.

Trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm, thương hiệu là một yếu tố không nhỏ trong việc quảng bá, thu hút khách hàng. Việc đăng ký thương hiệu là một giải pháp hết sức quan trọng cần được quan tâm vì đó là cách thức tốt nhất phân định giữa rau an toàn và rau thường trên thị trường, tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng, đảm bảo quyền lợi và nâng cao trách nhiệm của người trồng rau toàn.

KẾT LUẬN

Trong thời đại công nghệ thông tin bùng nổ, người tiêu dùng được tiếp cận với những luồng thông tin đa chiều và cập nhật hàng ngày đã tạo ra một tín hiệu tốt cho việc kinh doanh mặt hàng RAT vốn chưa được phổ biến rộng rãi trên thị trường. Nhưng hiện tại số lượng RAT cung ứng riêng cho thị trường vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ ngày một tăng cao. Người dân đã biết đến lợi ích từ RAT an toàn mang lại nhưng vẫn dè dặt với sản phẩm này. Ngoài lý do giá bán cao hơn rau thường cũng bởi vì sự lẫn lộn trong nhận biết sản phẩm, chưa tạo được lòng tin cho người tiêu dùng.

Theo báo cáo mà nhóm nghiên cứu đã điều tra và phân tích, năng suất khi tham gia sản xuất RAT của người nông dân cao hơn, chi phí đầu vào thấp hơn do các yếu tố định lượng theo tiêu chuẩn rõ ràng nhưng bù lại phải bỏ ra nhiều thời gian và sức lực, trong khi đó giá bán lại không chênh so với rau thường là mấy. Về phía các tác nhân trong chuỗi giá trị, hoạt động thu mua chiếm chi phí cao nhất, phân phối lợi nhuận các khâu trung gian gấp 1,2 đến 3 lần. Từ những thực trạng đang diễn ra đó, nhóm đã tiến hành khảo sát và phân tích dựa trên số liệu điều tra về chuỗi giá trị RAT khi các tác nhân liên kết theo chiều dọc. Kết quả cho thấy khi doanh nghiệp có sự tham gia chính trong chuỗi giá trị, hỗ trợ người dân về giống, phân bón, trang thiết bị, quy trình sản xuất, kí hợp đồng dài hạn... làm cho các tác nhân tích cực hơn trong việc tạo ra giá trị cho cả chuỗi. Người nông dân có đầu ra cho sản phẩm để an tâm sản xuất, doanh nghiệp tăng giá trị cao hơn. Các chi phí được giảm thiểu tối đa nhất. Việc phân phối rau đến người tiêu dùng hiệu quả hơn khi giá trị mà khách hàng nhận được nhiều hơn so với túi tiền họ phải bỏ ra.

CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1. ThS. Đinh Thị Thuý; TS. Vũ Đức Hạnh, ThS. Nguyễn Thị Bích Ngọc, ThS Phan Thị Hằng Nga (tháng 10- 2023), Phát triển chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Ninh Bình, tạp chí Kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương, ISSN 0868-3808, số 644.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Minh Tài (2013), Phân tích chuỗi giá trị và đề xuất giải pháp phát triển bền vững cây Khóm huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang, luận văn thạc sỹ, trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
2. Ban nghiên cứu hành động chính sách (2007), “Sổ tay thực hành phân tích chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo”, Trung tâm thông tin ADB, Hà Nội.
3. Tổ chức hỗ trợ phát triển kỹ thuật Cộng hòa Liên bang Đức (GTZ – tiền thân tổ chức GIZ ngày nay), 2006, 2007, 2009; đã phối hợp với các tổ chức và các nhà nghiên cứu Việt Nam thực hiện một số nghiên cứu về chuỗi giá trị ở một số tỉnh thành chọn lọc.
4. Nguyễn Phú Sơn và cộng sự (2014), Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm Tỏi ở tỉnh Ninh Thuận, Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Cần Thơ.
5. Dự án Cải thiện sự tham gia thị trường cho người nghèo (2011), “Tài liệu tập huấn dành cho học viên về Chuỗi giá trị, tiếp cận thị trường và nghị định 151”.
6. Cẩm nang ValueLinks (2007). Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị, GTZ Eschborn
7. Trần Tiến Khai (2011), Phân tích chuỗi giá trị và ngành hàng nông nghiệp. Chương trình giảng dạy kinh tế Fullbright.
8. Michael E. Porter (1985), Lợi thế cạnh tranh, Dịch giả: Nguyễn Phúc Hoàng, Nhà xuất bản trẻ.
9. Raphael Kaplinsky và Mike Morris (2011), Sổ tay nghiên cứu chuỗi giá trị, Kim Chi.
10. Viện đào tạo doanh nhân Việt (2011), Tài liệu tập huấn về chuỗi giá trị. Tiếng anh
12. Durufle, G., Fabre, R. and Yung, J.M., (1988). Les effets sociaux et économiques des projets de développement rural. Série Méthodologie, Ministère de la Coopération. La Documentation Francaise.
13. Feller A., Shunk D., and Callarman T., 2006, Value Chains versus Supply Chains.

14. Fuad, N. and Singh, M. (2000), "Malaysia", Dynamics of vegetable production, distribution and consumption in Asia, Asian Vegetable Research and Development Centre, AVRDC publication, No.00-498, p.197-230.
15. Kaplinsky, R. and M.Morris (2001), A Handbook for Value Chain Research. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex.
16. M.Porter (1990), The competitive Advantage of Nations and their Firms, The Free Press.
17. United Nations Industrial Development Organization, 2009, Argo-value chain analysis and development
18. <http://danviet.vn/nha-nong/nong-dan-nhat-ban-san-xuat-rau-an-toan-bang-ca-trai-tim794104.html>
19. <http://www.vusta.vn/vi/news/Thong-tin-Su-kien-Thanh-tuu-KH-CN/Mot-so-tinh-hinh-san-xuat-rau-sach-tren-the-gioi-va-o-nuoc-ta-41188.html>
20. <https://baovemoitruong.org.vn/phat-trien-chuoi-san-xuat-rau-toan-dam-bao-nguon-thuc-pham-sach-cho-nguoi-tieu-dung/>
21. <http://dangcongsan.vn/khuyen-nong-huong-toi-su-phat-trien-ben-vung/tien-bo-khoa-hoc-ky-thuat/day-manh-hieu-qua-san-xuat-cac-cay-trong-chu-luc-trong-nam-2018-472205.html>
22. <http://baoninhbinh.org.vn/ninh-binh-co-cau-lai-nen-kinh-te-gan-voi-doi-moi-mo-hinh-tang-truong-20190410083942821p2c20.htm>
23. <http://thongkeninhbinh.gov.vn/news.do?action=detail&id=28>
24. <https://baoninhbinh.org.vn/chuoi-cua-hang-nong-san-an-toan-ket-noi-nguoi-tieu-dung-voi/d2019022008095291.htm>
25. <https://bnews.vn/ninh-binh-xay-dung-chuoi-cua-hang-nong-san-an-toan/116473.html>
26. Các báo cáo của Chi cục trồng trọt Ninh Bình 2020, 2021, 2022.

PHỤ LỤC: Phiếu khảo sát
PHIẾU ĐIỀU TRA HỘ SẢN XUẤT RAU AN TOÀN
Số phiếu :.....

I. Thông tin chung nông hộ

1. Họ và tên chủ hộ:..... Tuổi.....
 2. Dân tộc:..... Giới tính:..... Trình độ văn hóa:.....
 3. Số nhân khẩu:.....
 4. Số lao động chính:.....
- Gia đình thuộc hộ
- Khá Trung bình Cận nghèo Nghèo
6. Địa chỉ: Phường/Xã thành phố Ninh Bình - tỉnh Ninh Bình.
 7. Tổng diện tích đất nông nghiệp sào
Trong đó, đất sản xuất rau: sào

II. Tình hình phát triển kinh tế của hộ

1. Tình hình trồng rau an toàn

1. Ông (bà) trồng rau an toàn từ năm nào?
.....
2. Giống rau an toàn đang trồng của gia đình?
.....
3. Gia đình mua giống ở đâu?
.....
4. Ông (bà) có biết những chủ trương, chính sách của NN và xã về việc phát triển sản xuất rau theo tiêu chuẩn RAT?
Có Không
5. Từ khi trồng rau an toàn thu nhập của gia đình có tăng không?
 Có Không
6. Năng suất bình quân sản xuất rau an toàn qua các năm của gia đình

| Năng suất (kg/sào) | 2020 | 2021 | 2022 |
|-----------------------|------|------|------|
| | | | |

| | | | |
|--------------|--|--|--|
| Rau muống | | | |
| Rau cải ngọt | | | |
| Đậu đũa | | | |
| Bí đỏ | | | |
| Cà chua | | | |

7. Các khoản chi phí cho sản xuất rau an toàn

| STT | Chỉ tiêu | ĐVT | Số lượng | Giá thành |
|-----|--------------------------|-------|----------|-----------|
| 1 | Chi phí trung gian | | | |
| 1.1 | Giống | cây | | |
| 1.2 | Vật tư | | | |
| | Phân hữu cơ | Kg | | |
| | Phân vi sinh | Kg | | |
| | Thuốc BVTV | 1000đ | | |
| 1.3 | Lao động thuê ngoài | | | |
| | Chăm sóc | Công | | |
| | Thu hoạch | Công | | |
| 1.4 | Chi phí khác | 1000đ | | |
| 2 | Chi phí cố định | 1000đ | | |
| 2.1 | Khấu hao tài sản cố định | 1000đ | | |
| 2.2 | Thuê sử dụng đất | 1000đ | | |
| 3 | Lao động trong gia đình | Công | | |
| | Làm đất | Công | | |
| | Chăm sóc | Công | | |
| | Phòng trừ sâu bệnh | Công | | |
| | Thu hái | Công | | |
| | Tổng chi phí | | | |

8. Doanh thu và lợi nhuận tính rau an toàn của gia đình năm 2022

| Loại rau | Sản lượng (kg) | Giá bán (đ/kg) | Doanh thu (đồng) | Lợi nhuận (đồng) |
|----------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

2. Khoa học kỹ thuật

1. Ông (bà) có được phổ biến quy trình kỹ thuật trồng rau an toàn từ các cán bộ kỹ thuật không?

Có

Không

Nếu có thì thông qua hình thức nào?

- Thông qua các lớp tập huấn
- Thông qua đài phát thanh, truyền hình, mạng xã hội
- Thông qua tài liệu hướng dẫn

2. Ông (bà) có áp dụng cơ giới hóa trong sản xuất không?

Có Không

3. Các trang thiết bị phục vụ cho trồng rau an toàn

.....

4. Ông/bà có nhận được sự hỗ trợ nào không? 1. Có 2. Không

Nội dung hỗ trợ:

3. Đất đai, vốn

1. Ông (bà) có được hưởng ưu đãi và hỗ trợ vốn trong việc trồng rau an toàn không ?

Có Không

2. Trong 12 tháng qua Ông (bà) có nhu cầu vay vốn để trồng rau an toàn không?

Có Không

3. Trong 12 tháng qua ông (bà) có vay được vốn không?

| Mục đích vay | Số tiền vay | Thời hạn vay | Lãi suất | Từ nguồn | Ghi chú |
|--------------|-------------|--------------|----------|----------|---------|
| | | | | | |

4. Xin hãy cho biết dự định của gia đình trong những năm tới về trồng rau an toàn như thế nào?

| STT | Nội dung | Diện tích (m ²) |
|-----|----------------------|-----------------------------|
| 1 | Giữ nguyên diện tích | |
| 2 | Giảm diện tích | |
| 3 | Mở rộng diện tích | |
| 4 | Trồng thêm giống mới | |

Vì sao?

.....
.....

5. Để tăng diện tích đất gia đình đồng ý theo hình thức nào sau đây

- Thuê dài hạn
- Chuyển nhượng
- Đấu thầu

6. Đất để trồng rau an toàn của gia đình ông (bà) thuộc loại đất nào?

- Đất tốt
- Đất trung bình
- Đất xấu

4. Thị trường

1. Trong tiêu thụ cây rau an toàn của gia đình có gặp khó khăn không?

- Có Không

2. Nếu có là khó khăn gì?

- Nơi tiêu thụ Thông tin Chất lượng Vận chuyển Giá cả

3. Gia đình bán cây rau an toàn cho ai?

| STT | Nội dung | Ghi chú |
|-----|----------|---------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

4. Gia đình thấy hiệu quả kinh tế thu được từ cây rau an toàn như thế nào?

.....
.....

5. Theo ông/bà có những thuận lợi gì để trồng rau an toàn ?

Những thuận lợi trong quá trình trồng rau an toàn

| | | | |
|------------------------|--|-----------------------------------|--|
| Dễ kiếm giống | | Tốn ít chi phí đầu tư | |
| Khí hậu phù hợp | | Tốn ít công chăm sóc | |
| Đất phù hợp | | Tận dụng đất đai | |
| Sản phẩm làm ra dễ bán | | Ít bị hao hụt | |
| Thương lái tới thu mua | | Được hỗ trợ vay vốn | |
| Cây dễ chăm sóc | | Có nhiều dự án, chính sách hỗ trợ | |

6. Theo ông (bà) vấn đề khó khăn nhất trong việc trồng rau an toàn là gì?

Những khó khăn trong việc trồng rau an toàn:

| | | | |
|-------------------------------|--|-----------------------------|--|
| Thiếu trang thiết bị, công cụ | | Năng suất thấp | |
| Không được hướng dẫn kỹ thuật | | Giá cả không ổn định | |
| Thiếu đất | | Giá mua vật tư, dịch vụ cao | |
| Thiếu giống | | Thiếu nước | |
| Thời tiết khắc nghiệt | | Giao thông đi lại khó khăn | |
| Đất xấu | | Bị tư thương ép giá | |
| Thiếu tiền vốn | | Chưa có thị trường mạnh | |
| Thiếu lao động | | Chính sách | |
| Không tiêu thụ được | | Bị hao hụt trong thu hoạch | |
| Sâu bệnh | | Những khó khăn khác | |

7. Theo ông (bà) để giải quyết những khó khăn trên thì phải có những giải pháp gì ?

.....
.....
.....

8. Ông (bà) có đề xuất kiến nghị gì với chính quyền địa phương để phát triển trồng rau an toàn, tiêu thụ sản phẩm và nâng cao hiệu quả cây rau an toàn ?

.....
.....
.....

Xin chân thành cảm ơn!

PHIẾU KHẢO SÁT NGƯỜI THU GOM

Người phỏng vấn: Ngày:/...../.....

Xin Ông/bà cung cấp thông về tình hình thu mua rau các loại. Những thông tin thu thập được chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Cảm ơn sự hợp tác của Quý Ông/bà.

I. THÔNG TIN CHUNG

- Họ và tên:
- Giới tính: 1. Nam 2. Nữ
- Địa chỉ: 4. Điện thoại:
- Số năm kinh nghiệm thu mua rau:.....

II. THÔNG TIN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA RAU

- Loại rau thu mua: 1. Rau an toàn 2. Rau thường
- Số lượng và loại rau Ông/bà thường xuyên mua.

(Tính bình quân cho 1 lần thu mua)

| Loại rau | Khối lượng(Kg) | Giá mua (1.000 đ) | Ghi chú |
|--------------|----------------|-------------------|---------|
| Rau muống | | | |
| Rau cải ngọt | | | |
| Đậu đũa | | | |
| Bí đỏ | | | |
| Cà chua | | | |

- Thời điểm thu mua rau
1. Buổi sáng sớm 2. Buổi chiều tối 3. Bất kỳ thời điểm nào trong ngày
 - Ông/bà thường mua rau của ai
1. Người quen 2. Người cùng địa phương 3. Khác
 - Ông/bà có hợp đồng thu mua với người bán rau không?
1. Có 2. Không
 - Ông/bà có hỗ trợ gì cho người sản xuất rau không? 1. Có 2. Không
- Nội dung hỗ trợ:

11. Ông/bà thường bán rau cho ai

| Đối tượng bán | Khối lượng bán (Kg) | Chênh lệch so với giá mua (Đồng/kg) |
|----------------------------|----------------------------|--|
| 1. Người bán buôn | | |
| 2. Siêu thị | | |
| 3. Người bán lẻ | | |
| 4. Cửa hàng kinh doanh RAT | | |
| 5. Khác | | |

12. Ông/bà đánh giá như thế nào về mức độ liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn

(1. Rất kém, 2. Kém, 3. Trung bình, 4. Tốt, 5. Rất tốt)

| Nội dung liên kết | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. Liên kết với người cung cấp đầu vào | | | | | |
| 2. Liên kết với các hộ sản xuất khác | | | | | |
| 3. Liên kết với người thu mua | | | | | |
| 4. Liên kết với cán bộ khuyến nông/quản lý | | | | | |

13. Ý kiến của Ông/bà về tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn:

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Ông/bà!

PHIẾU KHẢO SÁT NGƯỜI TIÊU DÙNG RAU AN TOÀN

Người phỏng vấn: Ngày:/...../.....

Xin Ông/bà cung cấp thông về tình hình tiêu dùng rau an toàn. Những thông tin thu thập được chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Cảm ơn sự hợp tác của Quý Ông/bà.

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Họ tên:
2. Địa chỉ: 3. Điện thoại:
4. Giới tính:..... 5. Tuổi:.....
6. Nghề nghiệp:.....

II. THÔNG TIN VỀ TIÊU DÙNG RAU AN TOÀN

7. Ông/bà có sử dụng rau an toàn không? 1. Có 2. Không
8. Ông/bà thường mua rau an toàn ở đâu?
1. Chợ 2. Siêu thị
3. Cửa hàng rau an toàn 4. Khác
9. Ông/bà đánh giá về RAT hiện nay ở thành phố Ninh Bình như thế nào?

| Nội dung | Ý kiến (1. Có 2. Không) |
|---|----------------------------|
| 1. Khó phân biệt RAT và rau thường | |
| 2. Không có dấu hiệu để nhận biết đó là RAT | |
| 3. Giá RAT cao hơn nhiều so với rau thường | |
| 4. Giá rau thường rẻ hơn và vẫn đáp ứng nhu cầu tiêu dùng | |
| 5. Chưa thật sự tin tưởng vào RAT | |
| 6. Tuyên truyền, quảng bá về RAT còn ít | |
| 7. Chúng loại RAT ít, không đa dạng như rau thường | |
| 8. Có ít điểm bán RAT | |
| 9. Điểm bán RAT không thuận lợi cho việc mua sản phẩm | |
| 10. Không có ý kiến | |

10. Ông có thể cho biết giá RAT và rau thông thường hiện nay đang được bán trên thị trường:

| STT | Chủng loại | Chợ | | Cửa hàng | Siêu thị |
|-----|--------------|---------------|---------------|---------------|----------|
| | | RTT (đồng) | RAT (đồng) | RAT (đồng) | RAT |
| 1 | Rau muống | | | | |
| 2 | Đậu đũa | | | | |
| 3 | Cà chua | | | | |
| 4 | Bí đỏ | | | | |
| 5 | Rau cải ngọt | | | | |
| 6 | Đưa chuột | | | | |

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Ông/bà!