

METRO

Cash & Carry Vietnam Ltd.

gtz



**MINISTRY OF TRADE
OF S.R. VIETNAM**

PHÂN TÍCH NGÀNH HÀNG RAU TẠI TỈNH HÀ TÂY



Thực hiện: Đào Thế Anh, Đào Đức Huấn, Ngô Sỹ Đạt
Đặng Đức Chiến, Lê Văn Phong
Bộ môn Hệ thống Nông nghiệp
Viện KHKT nông nghiệp Việt Nam

Hà nội - 2005

MỤC LỤC

I. TÓM TẮT	4
II. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU	4
III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	4
III.1. Phương pháp thu thập thông tin.....	4
III.2. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu	5
III.3. Phương pháp triển khai thực địa	5
IV. TÌNH HÌNH CHUNG	6
IV.1 Giới thiệu khái quát tỉnh Hà Tây	6
IV.2 Tình hình sản xuất rau tỉnh Hà Tây	7
V. NGÀNH HÀNG RAU TẠI HÀ TÂY.....	8
V.1 Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ rau Hà tây.....	8
V.2 Cấu trúc ngành hàng rau tại Hà Tây	9
V.2.1 Đặc điểm các TTTM và các tác nhân tham gia kênh hàng rau huyện Thường Tín	10
V.2.1.1 <i>Đặc điểm trung tâm thương mại rau “Chợ Vôi”</i>	10
V.2.1.2 <i>Đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân</i>	12
V.2.1.2.1 Tác nhân sản xuất	12
V.2.1.2.2 Tác nhân thu gom.....	15
V.2.1.2.3 Tác nhân bán buôn.....	17
V.2.1.2.4 Tác nhân bán lẻ	18
V.2.1.2.5. Phân tích giá trị của kênh hàng	19
V.2.2.3 <i>Quan hệ giữa các tác nhân trong kênh hàng rau tại Thường Tín</i>	20
V.2.2 Đặc điểm các TTTM và các tác nhân tham gia kênh hàng rau huyện Hoài Đức...	21
V.2.2.1 <i>Đặc điểm trung tâm thương mại rau “Chợ Vọng”</i>	21
V.2.2.2 <i>Đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân</i>	22
V.2.2.2.1 Tác nhân sản xuất	22
V.2.2.2.2 Tác nhân thu gom.....	27
V.2.2.2.3 Tác nhân bán lẻ	29
V.2.2.2.4. Phân tích giá trị của kênh hàng	30
V.2.3 Tác nhân tiêu dùng.....	31
V.2.4 Vai trò của các tổ chức trong quá trình phát triển sản phẩm	33
VI. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	33
VI.1 Kết luận	33
VI.2 Những đề xuất cho sự phát triển ngành hàng rau tại Hà Tây	34

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1:	Một số chỉ tiêu kinh tế xã hội của tỉnh Hà Tây.....	7
Bảng 2:	Diện tích và sản lượng rau Hà Tây phân theo huyện thị	7
Bảng 3:	Cơ cấu tác nhân tham gia tại chợ Vôi	11
Bảng 4:	Đặc điểm các hộ điều tra theo kênh hàng xuất phát từ huyện Thường Tín.....	12
Bảng 5:	Cơ cấu thu nhập/năm của hộ điều tra.....	12
Bảng 6:	Hiệu quả kinh tế một số mô hình sản xuất của các hộ điều tra ở Thường Tín	13
Bảng 7:	Lịch thời vụ một số loại rau sản xuất của huyện Thường Tín	13
Bảng 8:	Một số chỉ tiêu của các tác nhân thu gom rau chuyên nghiệp tại Thường Tín	16
Bảng 9:	Một số đặc điểm hoạt động chủ yếu của tác nhân bán buôn tại Thường Tín.....	17
Bảng 10:	Một số chỉ tiêu trong hoạt động của tác nhân bán lẻ	19
Bảng 11:	Hình thành giá qua các tác nhân tính trên nhóm sản phẩm rau(ĐVT: đ/kg)	20
Bảng 12:	Các chỉ tiêu trong quan hệ giao dịch giữa các tác nhân.....	21
Bảng 13:	Tác nhân tham gia hoạt động tại chợ Vọng	22
Bảng 14:	Đặc điểm chung của hộ điều tra theo kênh hàng huyện Hoài Đức.....	23
Bảng 15:	Cơ cấu thu nhập của các hộ điều tra tại Thường Tín	23
Bảng 16:	Hiệu quả kinh tế của một số công thức luân canh tại xã Song Phương	23
Bảng 17:	Lịch thời vụ một số loại rau chính của các hộ điều tra ở huyện Hoài Đức.....	24
Bảng 18:	Hiệu quả kinh tế giữa 2 phương thức canh tác (tính trên 1sào bắp cải)	25
Bảng 19:	Chi phí hoạt động của tác nhân bán lẻ và tác nhân thu gom.....	28
Bảng 20:	Một số chỉ tiêu trong hoạt động của tác nhân thu gom và tác nhân bán lẻ.....	28
Bảng 21:	Hình thành giá qua các tác nhân xuất phát từ Hoài Đức (ĐVT: đ/kg).....	30
Bảng 22:	Một số vấn đề của nhóm người tiêu dùng trong kênh hàng	32

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1:	Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ sản phẩm rau tại Hà Tây.....	9
Sơ đồ 2:	Ngành hàng rau tại Hà Tây	9
Sơ đồ 3:	Vai trò của chợ Vôi trong HTTM sản phẩm rau tại Thường Tín.....	11
Sơ đồ 4:	Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ của TTTM rau huyện Hoài Đức.....	22

I. TÓM TẮT

Hiện nay, rau là một trong những sản phẩm nông nghiệp quan trọng đối với nhiều tỉnh. Với ưu điểm như thời gian gieo trồng ngắn (do đó tăng hệ số sử dụng đất), nhiều giống mới cho năng suất và giá trị cao, không cần diện tích lớn, nhu cầu của thị trường ổn định... cây rau đã là một trong những cây trồng chủ lực và cho thu nhập cao cho hộ nông dân và là hướng chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp mang lại hiệu quả. Tại tỉnh Hà Tây, diện tích rau của toàn tỉnh năm 2004 là 20,857 ha, chiếm 17.02% diện tích đất nông nghiệp, sản lượng là 268,538 tấn, giá trị sản xuất là 390,663 triệu đồng gấp 1.34 lần so với năm 2003. Năng suất rau bình quân toàn tỉnh là 12.8 tấn/ha¹. Một số vùng phát triển rau mạnh là huyện Thường Tín, huyện Hoài Đức với truyền thống sản xuất rau từ lâu đời và trình độ thâm canh khá cao. Trong tỉnh có 2 trung tâm thương mại rau lớn nằm trong 2 vùng sản xuất lớn nhất là Thường Tín và Hoài Đức. Thị trường tiêu thụ rau quan trọng của Hà Tây là thành phố Hà Nội. Các thị trường khác chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ.

Hệ thống các kênh hàng hiện nay của Hà Tây được thiết lập từ khá lâu và không có biến động nhiều về cấu trúc. Những biến động chính là số lượng tác nhân tham gia vào hệ thống ngày càng tăng lên nhanh chóng, quy mô hoạt động thay đổi. Các tác nhân trong hệ thống có mối liên kết chặt chẽ.

Vấn đề đặt ra với hệ thống sản xuất và hệ thống thương mại rau của tỉnh là khi có sự thay đổi về thể chế và biến động về thị trường tiêu thụ hay giả dụ là các biến động khác thì các tác nhân trong hệ thống trên có sẵn sàng thích ứng không và nếu có thì ở mức độ nào. Liệu những kinh nghiệm sẵn có từ thực tiễn hoạt động có giúp họ không và nếu cần tác động thì cần phải tác động vào đâu và như thế nào. Từ tìm hiểu và phân tích thực trạng ngành hàng, phân tích điểm mạnh, yếu, khó khăn, thuận lợi của những “mắt xích” ngành hàng có thể sẽ giúp trả lời các câu hỏi trên.

II. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

- Xác định quy mô và đặc điểm sản xuất, tình hình chế biến, lưu thông sản phẩm rau xanh của Tỉnh.
- Xác định cấu trúc của ngành hàng, các kênh lưu thông sản phẩm chính và quy mô, đặc điểm hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng.
- Phân tích đặc điểm về chất lượng, giá sản phẩm và quá trình hình thành giá của sản phẩm qua các kênh hàng.
- Phân tích các khó khăn trong việc sản xuất và lưu thông sản phẩm rau, từ đó đưa ra các hướng tác động phù hợp.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

III.1. Phương pháp thu thập thông tin

Trong quá trình thực hiện đề tài, chúng tôi sử dụng cả 2 nguồn thông tin thứ cấp và sơ cấp:

- *Nguồn thông tin thứ cấp*: Thu thập các báo cáo nghiên cứu sẵn có, các tài liệu, số liệu liên quan đến ngành hàng rau của Tỉnh.
- *Nguồn thông tin sơ cấp*:

¹ Niên giám thống kê Hà Tây - 2004

- + Áp dụng phương pháp nghiên cứu ngành hàng nhằm thu thập các thông tin thông qua tiếp cận, phỏng vấn các tác nhân trong ngành hàng (bằng bộ câu hỏi)
- + Phương pháp chuyên gia: thông qua tham khảo ý kiến của các chuyên gia về lĩnh vực nghiên cứu, từ đó có các định hướng cho lựa chọn địa bàn nghiên cứu.

III. 2. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu

Địa điểm nghiên cứu lựa chọn được dựa trên cơ sở thông tin sẵn có về ngành hàng rau, số liệu thống kê của tỉnh và các ý kiến tham khảo của các chuyên gia và đặc biệt là tư vấn của các tác nhân địa phương. Các huyện mà chúng tôi lựa chọn tiến hành nghiên cứu tại Hà Tây bao gồm :

Huyện Thường Tín và Hoài Đức

Hai huyện lựa chọn bởi các lý do sau:

- + Có sự đa dạng các kênh về các tác nhân tham gia trong ngành hàng.
- + Rau màu là cây trồng chủ đạo trong hệ thống sản xuất với diện tích lớn tập trung, đóng góp quan trọng trong đời sống, kinh tế xã hội của địa phương
- + Có sự kết nối giữa các tác nhân trong ngành hàng với thị trường Hà Nội

III. 3. Phương pháp triển khai thực địa

Để tiến hành nghiên cứu này chúng tôi triển khai theo các bước sau:

Bước 1: Xác định quy mô và đặc điểm sản xuất rau của tỉnh thông qua số liệu thống kê và thông tin chuẩn đoán nhanh để đánh giá hoạt động sản xuất, xác định các khu vực sản xuất tập trung trong tỉnh. Những đặc điểm sản xuất của từng khu vực sản xuất nhằm phân loại các khu vực sản xuất theo đặc điểm sản xuất và chủng loại sản phẩm

Bước 2: Mô tả hoạt động chế biến và hệ thống thương mại sản phẩm rau xanh: Tham khảo ý kiến của các chuyên gia nhằm thu thập thông tin về hoạt động chế biến sản phẩm trên phạm vi toàn tỉnh. Xác định các khu thương mại tập trung, quy mô, đặc điểm và cơ cấu thị trường của các trung tâm này. Từ đó ước lượng quy mô sản xuất và cơ cấu thị trường tiêu thụ rau của toàn tỉnh.

Bước 3: Tiến hành điều tra các tác nhân ngành hàng theo kênh: nhằm đánh giá quy mô, đặc điểm hoạt động của các tác nhân tham gia vào các kênh hàng.

Phân tích và đánh giá biến động về mặt giá sản phẩm, cách đánh giá chất lượng trong quá trình giao dịch, các hình thức và kiểu hợp đồng giữa các tác nhân.

Mô tả quá trình hình thành giá sản phẩm qua các tác nhân trong kênh hàng

Bước 4: Đánh giá vai trò của sản xuất rau trong điều kiện kinh tế của nông hộ, trong vấn đề giải quyết công ăn việc làm, phát triển kinh tế vùng thông qua điều tra hộ nông dân

Bước 5: Tổng hợp, phân tích thông tin và viết báo cáo

IV. TÌNH HÌNH CHUNG

IV.1 Giới thiệu khái quát tỉnh Hà Tây

Vị trí địa lý

Hà Tây là một tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Hồng, tiếp giáp với thủ đô Hà Nội về 2 phía Tây và Nam với 4 cửa ngõ vào thủ đô qua các quốc lộ 1, 6 và 32. Phía Bắc giáp tỉnh Hà Tây, Phú Thọ; phía Đông giáp tỉnh Hưng Yên; phía Tây giáp tỉnh Hoà Bình và phía Nam giáp tỉnh Hà Nam.

Điều kiện tự nhiên

- Đặc điểm đất đai:

Chia làm 2 vùng, trong đó vùng đồng bằng có các loại đất phù sa được bồi, phù sa không được bồi và phù sa gley; vùng đồi, núi có các loại đất nâu vàng trên phù sa cổ, đất đỏ vàng trên đá phiến sét và đất nâu đỏ, đỏ vàng trên đá mac ma ba zơ và trung tính, đất đỏ nâu trên đất đá vôi.

Nhìn chung đất Hà Tây có độ phì cao, với nhiều loại địa hình nên có thể bố trí được nhiều loại cây trồng ngắn ngày, dài ngày, cây lương thực, cây công nghiệp, cây trồng gây rừng. Một số loại đất hạn chế phát triển nông nghiệp gồm có đất phù sa úng nước, lầy thụt, than bùn, đất đen Các bờ nát.

- Địa hình:

Hà Tây có 2 kiểu dạng địa hình

- Địa hình đồi núi phía Tây chiếm 1/3 tổng diện tích toàn tỉnh.
- Địa hình vùng đồng bằng phía Đông tương đối bằng phẳng, song có các ô trũng là Mỹ Đức, Ứng Hoà, Phú Xuyên, Thanh Oai, Quốc Oai.

Sự đa dạng về địa hình là yếu tố thuận lợi là nuôi trồng nhiều loại cây trồng, vật nuôi song khó khăn trong chủ động nguồn nước tưới.

- Khí hậu

Hà Tây nằm trong đới khí hậu miền Bắc Việt Nam, là khu vực chịu ảnh hưởng khí hậu nhiệt đới gió mùa, hình thành 2 mùa rõ rệt: mùa hè từ tháng 4 đến tháng 10 nóng ẩm mưa nhiều; mùa đông từ tháng 11 đến tháng 3 khô, lạnh, ít mưa. Do đặc điểm địa hình nên chia làm 3 vùng khí hậu rõ rệt:

- Vùng đồng bằng: chịu ảnh hưởng của gió biển, khí hậu nóng ẩm hơn, nhiệt độ trung bình năm là 23.8o C, lượng mưa trung bình từ 1700mm- 1800mm
- Vùng núi cao: khí hậu mát mẻ quanh năm, nhiệt độ trung bình là 18oC
- Vùng đồi: khí hậu lục địa, chịu ảnh hưởng của gió Lào, nhiệt độ trung bình năm 24.5oC, lượng mưa trung bình từ 2300mm- 2400mm

- Sông ngòi

Hà Tây có sông Hồng ở phía Đông, sông Đà ở phía Bắc, sông Đáy và các sông nội địa phân bố đều trong lãnh thổ với mật độ khá cao. Cùng với hệ thống ao, hồ, đầm phân bố khắp tỉnh, nguồn nước mặt là khá dồi dào.

Điều kiện kinh tế xã hội

Diện tích tự nhiên là 2,193 km². Hà Tây có tổng số 14 huyện thị, 324 xã phường, trong đó có 24 phường và thị trấn. Dân số năm 2004 là 2.5 triệu người, tỷ lệ tăng dân số tự nhiên là 2%. Có tới 89.8% vẫn sống trong các vùng nông thôn.

Trong giai đoạn 1996-2000, tốc độ tăng GDP bình quân của tỉnh là 7.3%/năm (trung bình cả nước thời kỳ này là 6.8%/năm). GDP năm 2004 là 4,226.8 tỷ đồng, tốc độ tăng GDP năm 2004 là 16.05%.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế xã hội của tỉnh Hà Tây

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2000	Năm 2004
Dân số	Người	2,420,936	2,500,000
Mật độ dân số	Người/km ²	-	1,141
Lao động	Người	-	1,268,000
Cơ cấu GDP	%		
+ N-L-TS	%	38.02	33.61
+ CN & XD	%	32.35	37.10
+ TM & DV	%	29.63	29.29
Thu nhập BQ/người/năm	1.000 đồng	3,148	5,031

Nguồn: niên giám thống kê Hà Tây- 2004

IV.2 Tình hình sản xuất rau tỉnh Hà Tây

Năm 2004, Hà Tây có tổng diện tích rau là 20,857 ha (tăng 1,823 ha so với năm 2003). Sản lượng rau là 268,538 tấn. Tất cả các huyện thị đều có diện tích trồng rau. Các huyện trồng rau nhiều là Thường Tín, Hoài Đức, Thanh Oai, Ba Vì. Chủng loại rau trồng cũng rất đa dạng, bao gồm tất cả các loại rau phổ biến (cả rau chính vụ và trái vụ) như: su hào, bắp cải, súp lơ, cà chua, cần tây, tỏi tây, các loại rau cải, các loại rau gia vị... Trong đó một số vùng lại có đặc điểm nổi bật như Tân Minh (Thường Tín) chuyên trồng rau gia vị, Song Phương (Hoài Đức) trồng đa dạng các loại cây, Hà Hồi (Thường Tín) chuyên trồng cây rau ngắn ngày (dưới 1 tháng)... Hầu hết các vùng đều có truyền thống trồng rau từ lâu đời và kỹ thuật thâm canh khá cao như huyện Phúc Thọ, Hoài Đức, Đan Phượng.

Bảng 2: Diện tích và sản lượng rau Hà Tây phân theo huyện thị

STT	Huyện thị	Năm 2003		Năm 2004	
		DT (ha)	SL (tấn)	DT (ha)	SL (tấn)
	Tổng số	19,034	252,712	20,857	268,538
1	Huyện Thường Tín	2470	30599	2559	31809
2	Huyện Hoài Đức	2380	40195	2436	43639
3	Huyện Chương Mỹ	2290	22500	2367	20784
4	Huyện Thanh Oai	2070	26101	2314	27908
5	Huyện Ba Vì	2051	21090	2014	21946
6	Huyện Phú Xuyên	1612	13744	1624	14024
7	Huyện Mỹ Đức	1430	20503	1417	20294
8	Huyện ứng Hoà	1322	15017	1292	12768
9	Huyện Phúc Thọ	1270	22911	1417	27066
10	Huyện Đan Phượng	685	10164	725	13029
11	Huyện Thạch Thất	593	7748	654	8695
12	Thị xã Sơn Tây	537	7613	547	7881
13	Thị xã Hà Đông	186	2871	387	5931
14	Huyện Quốc Oai	1100	11527	1102	12737
15	Nông Trường Quốc Doanh	28	129	2	27

Nguồn: Niên giám thống kê Hà tây- 2004

Phân vùng sản xuất rau Hà Tây

Phân chia vùng sản xuất rau của tỉnh Hà Tây dựa trên 2 chỉ tiêu chủ yếu là

- Phân theo diện tích rau
 - Nhóm 1: Bao gồm các huyện có diện tích sản xuất rau trên 2000 ha bao gồm các huyện Thường Tín, Hoài Đức, Chương Mỹ, Thanh Oai, Ba Vi. Tổng diện tích của nhóm là 11,690 ha, sản lượng 146,086 tấn.
 - Nhóm 2: Bao gồm các huyện Phú Xuyên, Mỹ Đức, Ứng Hoà, Phúc Thọ, Quốc Oai. Tổng diện tích của nhóm là 6,852 ha, sản lượng là 86,889 tấn.
 - Nhóm 3: Bao gồm các huyện có diện tích rau dưới 1000 ha bao gồm các huyện Đan Phượng, Thạch Thất, thị xã Sơn Tây, thị xã Hà Đông và nông trường quốc doanh. Tổng diện tích là 2315 ha, sản lượng là 35563 tấn.
- Phân theo năng suất rau
 - Nhóm có năng suất đứng trên mức trung bình toàn tỉnh: bao gồm các huyện Phúc Thọ, Đan Phượng, Hoài Đức, thị xã Hà Đông, thị xã Sơn Tây, Mỹ Đức, Thạch Thất và nông trường quốc doanh trong đó huyện Phúc Thọ đứng đầu với năng suất bình quân là 19.1 tấn/ha. 2 thị xã tuy có diện tích nhỏ nhưng năng suất lại khá cao.
 - Nhóm có năng suất dưới mức trung bình toàn tỉnh: bao gồm các huyện còn lại trong đó huyện Phú Xuyên có năng suất thấp nhất trong toàn tỉnh (chỉ có 8.6 tấn/ha và bằng 0.45 lần năng suất của Phúc Thọ). Sự chênh lệch về năng suất giữa huyện đứng đầu và cuối là khá lớn. Huyện Thường Tín mặc dù đứng đầu về diện tích sản xuất nhưng năng suất rau chỉ đứng dưới mức trung bình toàn tỉnh.

V. NGÀNH HÀNG RAU TẠI HÀ TÂY

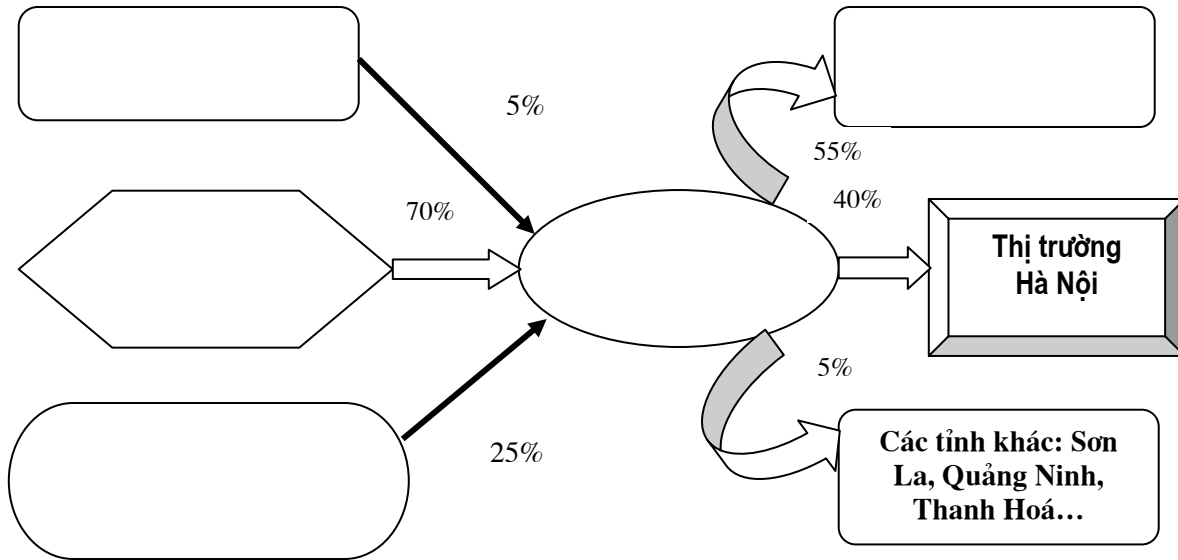
V.1 Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ rau Hà tây

Sự đa dạng các vùng sản xuất, tác nhân tham gia và các trung tâm thương mại rau là những nguyên nhân tạo ra sự đa dạng các nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ của tỉnh trong những năm vừa qua. Hiện nay, tại Hà Tây nguồn cung ứng rau của tỉnh tập trung chủ yếu bởi ba nguồn chính sau:

- Nguồn cung ứng từ các khu vực sản xuất trong tỉnh, đây là nguồn chính cung cấp sản phẩm rau, củ, quả cho tỉnh, chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong cơ cấu nguồn cung ứng của tỉnh (chiếm khoảng 70%)
- Nguồn cung ứng từ các tỉnh lân cận thông qua hệ thống các chủ buôn và tác nhân thu gom (chiếm khoảng 25% nguồn cung ứng)
- Nguồn cung ứng các sản phẩm cao cấp tráp vụ từ các tỉnh và Trung quốc, nguồn này chiếm tỷ lệ nhỏ trong cơ cấu các nguồn cung ứng của tỉnh (khoảng 5%)

Hà Nội và tiêu dùng nội địa vẫn là thị trường tiêu thụ các sản phẩm rau, củ, quả chính của Hà Tây. Cơ cấu các nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ được thể hiện qua sơ đồ sau:

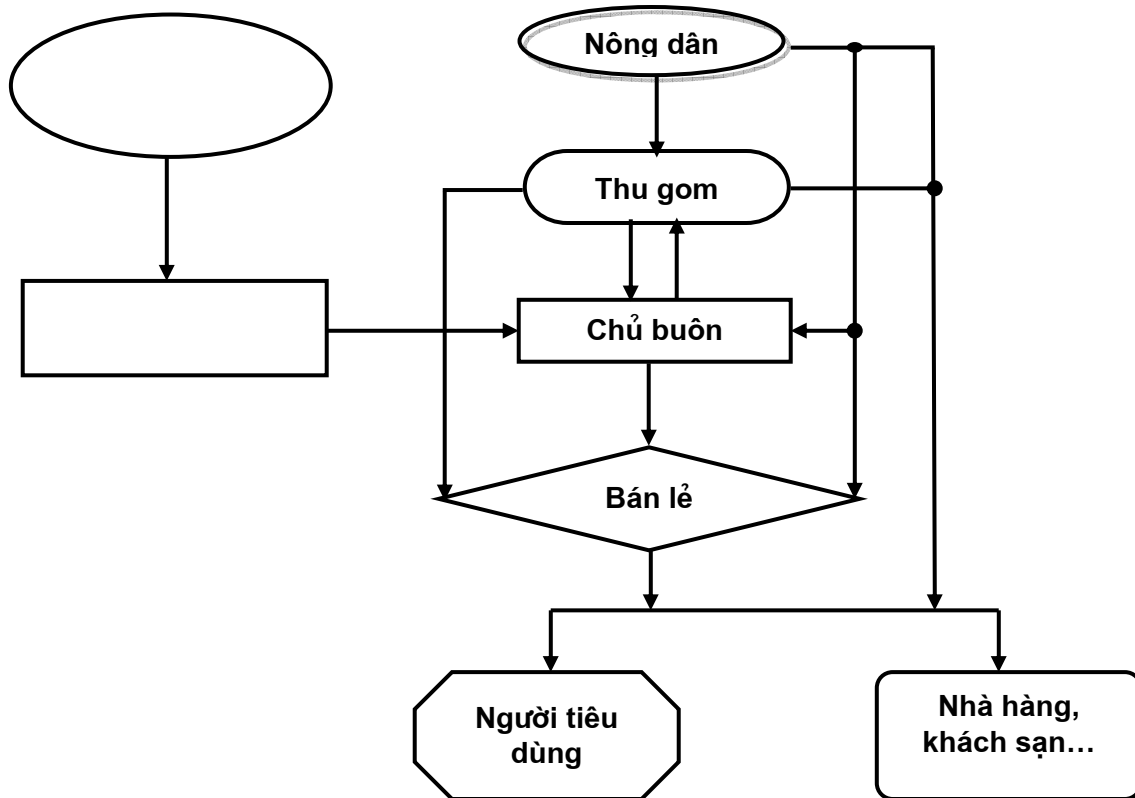
Sơ đồ 1: Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ sản phẩm rau tại Hà Tây



V.2 Cấu trúc ngành hàng rau tại Hà Tây

Cấu trúc và hoạt động của ngành hàng rau là nội dung đầu tiên thể hiện hiện trạng của ngành hàng. Cấu trúc của ngành hàng sẽ quyết định tới qui mô lớn nhỏ, sự đa dạng và độ dàn trải các kênh hàng đầu sản xuất đến tiêu thụ. Cấu trúc của ngành hàng được tạo bởi 2 yếu tố chính: *tác nhân* và *sản phẩm*. Cấu trúc ngành hàng rau tại Hà Tây được thể hiện thông qua sơ đồ ngành hàng sau.

Sơ đồ 2: Ngành hàng rau tại Hà Tây



Sự phát triển và sự đa dạng của các tác nhân tham gia ngành hàng rau trong những năm gần đây tại Hà Tây phát triển một cách nhanh chóng trên phạm vi rộng, việc phân loại, phân tích đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân trong toàn bộ ngành hàng rau là rất khó khăn, bởi tại mỗi vùng khác nhau có sự khác nhau về sản phẩm, tác nhân tham gia và kênh lưu chuyển sản phẩm. Nghiên cứu toàn bộ các kênh hàng sẽ mất rất nhiều thời gian và công sức, vì vậy trong phạm vi nghiên cứu của đề tài này chúng tôi chỉ tập trung nghiên cứu các kênh hàng chính gắn liền với các trung tâm sản xuất, mang tính chất đặc trưng nhất trong ngành hàng rau tại tỉnh Hà Tây, sản phẩm lưu chuyển cuối cùng là người tiêu dùng Hà Nội. Đối với mỗi kênh hàng xuất phát từ các vùng nghiên cứu chúng tôi sẽ trình bày đặc điểm và quy mô hoạt động của từng tác nhân tham gia vào kênh hàng đó, riêng tác nhân tiêu dùng Hà Nội chúng tôi sẽ trình bày chung một phần.

Hiện nay, tỉnh Hà Tây có 2 trung tâm tập trung sản xuất và gắn với nó là thương mại rau lớn, đó là chợ Vọng (huyện Hoài Đức) và chợ Vôi (huyện Thường Tín). Đây không chỉ là nơi tập trung rau tại chính vùng sản xuất mà còn của các vùng sản xuất lân cận và tỉnh khác. Vì vậy, 2 trung tâm này được chọn để nghiên cứu các hoạt động thương mại rau của tỉnh Hà Tây. Các kênh hàng bao gồm:

- Kênh hàng lưu chuyển sản phẩm rau xuất phát từ người sản xuất rau Hoài Đức đến người tiêu dùng Hà Nội
- Kênh hàng lưu chuyển sản phẩm rau xuất phát từ người sản xuất rau Thường Tín đến người tiêu dùng Hà Nội.

V.2.1 Đặc điểm các trung tâm thương mại và các tác nhân tham gia kênh hàng rau huyện Thường Tín

V.2.1.1 Đặc điểm trung tâm thương mại rau “Chợ Vôi”

Chợ Vôi là chợ trung tâm của huyện Thường Tín, thuộc xã Hà Hồi với vị trí gần trung tâm huyện và nằm sát trên đường quốc lộ 1A cũ, chợ có nhiều điều kiện thuận lợi trong việc lưu thông phân phối hàng hoá với các tỉnh khác đặc biệt là Hà Nội. Chợ hoạt động với tính chất là chợ đầu mối, thực hiện các hoạt động thu gom, phân phối và một phần bán lẻ các mặt hàng nông sản, thực phẩm của huyện cũng như các tỉnh khác. Còn các loại hàng hoá khác và các loại hoa quả, thực phẩm tươi sống có nguồn gốc từ động vật như: thịt, cá... thì chợ thực hiện các hoạt động bán lẻ như các chợ bán lẻ khác trong huyện. Ước tính một ngày có khoảng 35 - 40 tấn rau, củ, quả được giao dịch tại chợ.

Hoạt động giao dịch sản phẩm rau, củ quả của chợ Vôi kéo dài từ 1h đến 6h00 sáng, với sự tham gia của khoảng 180 - 200 người sản xuất, thu gom và các chủ buôn từ các xã trong huyện và những người thu gom, bán buôn từ địa phương khác với người bán lẻ và những người mang rau đi Hà Nội bán. Đây là thời gian hoạt động trao đổi tấp nập nhất của chợ, thời gian còn lại trong ngày là hoạt động của những người bán lẻ, hoạt động của chợ thời gian này không có gì khác so với các chợ bán lẻ khác trong huyện. Vai trò của chợ và các nguồn cung ứng rau được thể hiện ở số lượng tác nhân tham gia vào hoạt động tại chợ đầu mối Vôi:

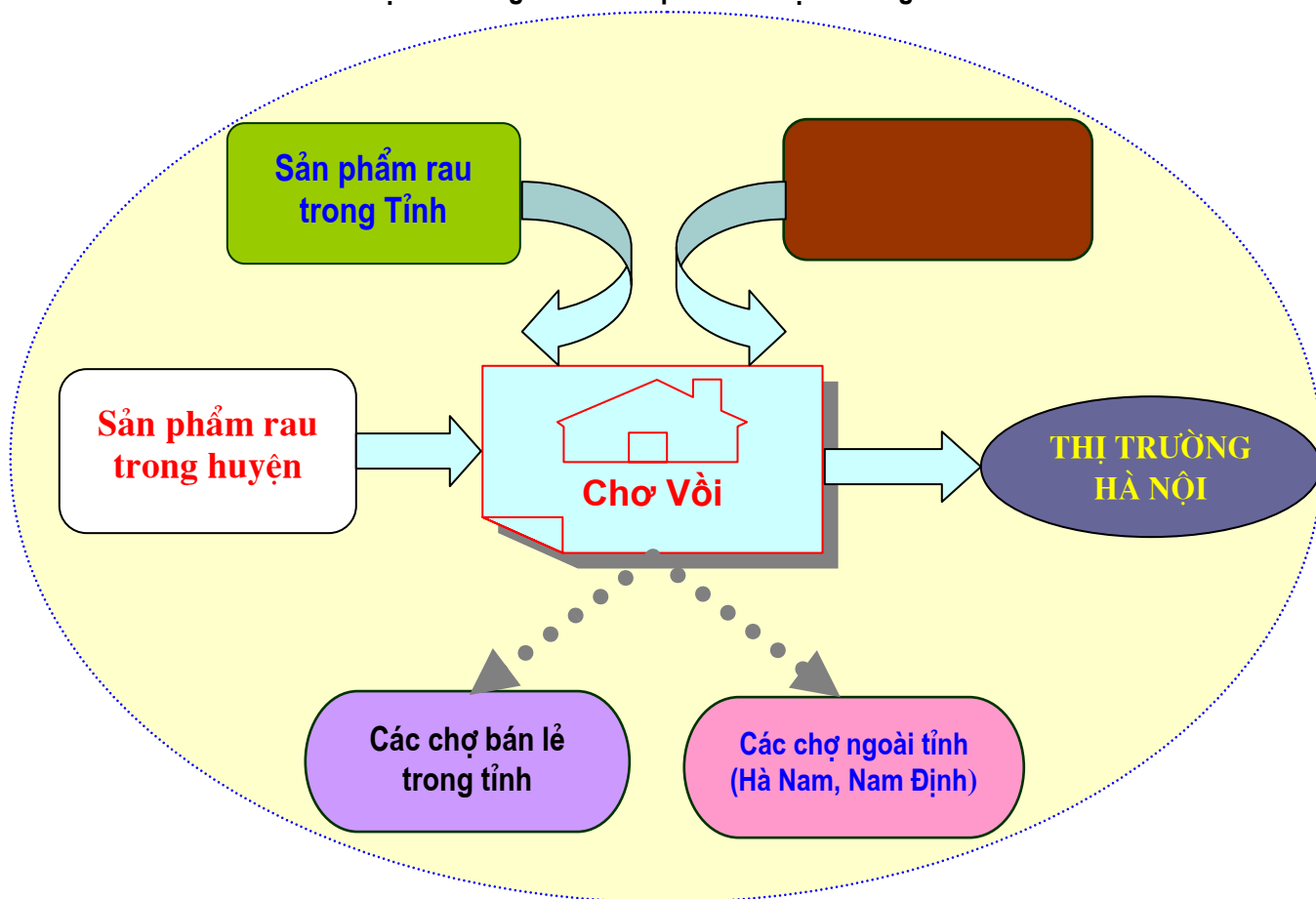
Bảng 3: Cơ cấu tác nhân tham gia tại chợ Vôi

Tác nhân	Số lượng tác nhân
Chủ buôn lớn	7
Người bán lẻ	45
Người thu gom	75
Trong đó:	
<i>Thu gom từ các xã trong huyện</i>	60
<i>Thu gom từ nơi khác</i>	15
Người sản xuất	70

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Vôi vai trò là một chợ đầu mối, hàng ngày chợ đã hội tụ và phân phối nhiều nguồn rau về và đi, hoạt động buôn bán diễn ra tấp nập hàng ngày cho thấy được khả năng tiếp nhận sản phẩm của thị trường tại đây là rất lớn. Vào những thời điểm rau trái vụ, chợ còn tiếp nhận nhiều nguồn rau từ các vùng khác nhau nhất là từ các tỉnh như: Hải Dương, Hưng Yên, Hà Nam, Ninh Bình, Đà Lạt và cả Trung Quốc.

Sơ đồ 3: Vai trò của chợ Vôi trong HTTM sản phẩm rau tại Thường Tín



V.2.1.2 Đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân

Hệ thống các tác nhân tham gia vào hệ thống thương mại tại huyện Thường Tín phát triển rất nhanh và đa dạng qua nhiều hoạt động, việc phân loại các tác nhân theo sản phẩm là rất khó khăn, bởi sản phẩm của họ phụ thuộc vào mùa vụ, vì vậy chúng tôi phân loại các tác nhân dựa trên đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân. Phân tích đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân tham gia vào ngành hàng rau để đánh giá được quá trình phát triển cũng như khả năng thích ứng của các tác nhân trong quá trình phát triển của thị trường cũng như những đáp ứng và đòi hỏi của thị trường.

V.2.1.2.1 Tác nhân sản xuất

Nông dân tác nhân đầu tiên của ngành hàng, hiệu quả kinh tế của mỗi sản phẩm sẽ là yếu tố chính chi phối chiến lược sản xuất của họ. Quy mô và đặc điểm của ngành hàng thể hiện thông qua khối lượng, chủng loại sản phẩm vì thế mà phụ thuộc chặt chẽ vào tác nhân này.

Từ những phân tích về kênh thị trường nói trên, các hộ nông dân mà chúng tôi lựa chọn bao gồm các hộ nông dân theo kênh hàng rau xuất phát từ huyện Thường Tín qua các tác nhân đến người tiêu dùng Hà Nội. Các đặc điểm chung của hộ được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 4: Đặc điểm các hộ điều tra theo kênh hàng xuất phát từ huyện Thường Tín

Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng
Diện tích đất NN	m ²	1360
Diện tích lúa	m ²	544
Diện tích rau	m ²	816
Số khẩu/hộ	Khẩu	4.52
Số lao động/hộ	LĐ	2.5
Lao động NN/hộ	LĐ	1.9

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Diện tích trồng rau của các hộ điều tra chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong diện tích đất nông nghiệp và thu nhập của nông hộ (chiếm 60% diện tích đất nông nghiệp và trên 50% thu nhập của nông hộ), kết quả được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 5: Cơ cấu thu nhập/năm của hộ điều tra.

Chỉ tiêu	Số lượng (triệu đồng)	Cơ cấu (%)
Tổng thu nhập	35	100
Thu nhập nông nghiệp	25	71.4
Thu nhập từ rau	20	57.1

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Mỗi vùng có những hệ thống sản xuất riêng, nắm bắt được hệ thống sản xuất, đặc biệt là hệ thống trồng trọt cho thấy được bức tranh toàn cảnh về thế mạnh những cây trồng của vùng đó, cũng như hệ số sử dụng đất, đặc biệt là hiệu quả kinh tế của từng hệ thống sản xuất. Đi sâu tìm hiểu hoạt động sản xuất các hộ điều tra tại điểm nghiên cứu Thường Tín, chúng tôi thấy rằng hệ thống sản xuất của các hộ điều tra như sau:

- Công thức 1: Lúa - lúa - khoai tây
- Công thức 2: Khoai tây - cải bắp - cải canh - cải ngọt - cải chíp - rau mùi - xà lách - cải cúc
- Công thức 3: Cân tây - mùi - xà lách - cải cúc
- Công thức 4: Sản xuất giống 7 tháng - xà lách - cải cúc - mùi

Bảng 6: Hiệu quả kinh tế một số mô hình sản xuất của các hộ điều tra ở Thường Tín

Chỉ tiêu	Giá trị sản xuất	Chi phí	Lợi nhuận
Công thức 1	2,500,000	1,155,000	1,345,000
Công thức 2	6,900,000	2,415,000	4,485,000
Công thức 3	11,450,000	3,354,000	8,096,000
Công thức 4	56,450,000	31,014,000	25,436,000

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

(Ghi chú: Các khoản chi phí không bao gồm công lao động gia đình)

Qua bảng trên cho thấy lợi nhuận giữa các công thức có sự chênh lệch đáng kể, những hộ sử dụng công thức 1 thường có 2 nguyên nhân: i) không trồng được rau do loại đất không phù hợp hoặc ii) do diện tích trồng rau màu của hộ đã lớn và lao động hiện tại không thể đảm đương được diện tích lớn hơn. Công thức 2 trồng nhiều loại rau ngắn ngày, được các hộ sản xuất áp dụng nhằm hạn chế và phân tán rủi ro trong trường hợp giá cả một loại rau nào đó xuống thấp. Công thức 3 có hiệu quả kinh tế cao nhưng đòi hỏi các hộ sản xuất phải có trình độ kỹ thuật và vốn đầu tư. Công thức 4 được số ít hộ điều tra áp dụng do chi phí lớn, đòi hỏi kỹ thuật cao, quy trình sản xuất nghiêm ngặt và đầu ra ổn định, hơn nữa rất dễ chịu rủi ro từ thời tiết.

Sự đa dạng chủng loại cây trồng của các hộ điều tra tại Thường Tín phát triển một cách nhanh chóng, thay vì sử dụng các loại cây trồng chuyên canh, có thời gian sinh trưởng dài ngày mà các hộ đã tập trung vào các loại rau có thời gian ngắn như cải canh, cải ngọt, cải chíp, cải cúc, mùi, xà lách, bên cạnh đó là một số loại rau khó trồng nhưng giá bán cao như: tỏi tây, hành tây, ngồng tỏi... Một số loại rau trước kia trồng nhiều nhưng do hiệu quả kinh tế thấp nên hiện nay không được trồng rộng rãi như bí xanh, khoai tây, diện tích trồng của các hộ điều tra đối với loại cây trồng này chỉ còn khoảng 1/3 diện tích so với những năm trước.

Bảng 7: Lịch thời vụ một số loại rau sản xuất của huyện Thường Tín

STT	Loại rau	Tháng											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Bắp cải	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
2	Mồng tơi, rau đay				x	x	x	x	x	x	x	x	
3	Cải cúc	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
4	Cải dứa	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
5	Cải canh		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
6	Cải chíp	x	x								x	x	X
7	Rau muống	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
8	Mướp			x	x	x	x	x					
9	Cà chua	x	x	x	x						x	x	X
10	Khoai tây	x	x	x							x	x	X
11	Hành hoa	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
12	Hành tây										x	x	X
13	Ngồng tỏi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
14	Cần tây, tỏi tây	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
16	Su hào	x	x	x						x	x	x	X
17	Súp lơ	x	x	x					x	x	x	x	X
18	Mùi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
19	Xà lách	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Sự đa dạng còn được thể hiện ở sự đa dạng các loại giống sử dụng, ngoài các giống có nguồn gốc trong nước, các giống rau của Nhật, Mỹ, Hàn Quốc năng suất cao, thời gian sinh trưởng ngắn cũng được các hộ nông dân áp dụng một cách rộng rãi. Ngoài ra, các mô hình canh tác dùng lưới căng nhằm hạn chế ánh sáng mặt trời và tránh mưa trực tiếp gây đổ rau đang được áp dụng khá nhiều tại Thường Tín. Mô hình này mới chỉ được phổ biến cách đây khoảng 5 năm nhưng do đầu tư ban đầu khá lớn (3 triệu/sào gồm cột bê tông/cọc tre và lưới) nên chưa đưa vào sản xuất đại trà. Ngược lại, mô hình dùng nilon che phủ lại được áp dụng gần như trên toàn bộ diện tích trồng rau của rất nhiều hộ nông dân, đặc biệt là các hộ điều tra.

Hình thức tiêu thụ rau của các hộ điều tra tại Thường Tín dưới 2 hình thức: Bán tại nhà và tại chợ đầu mối Vôi dưới dạng tươi 100% khối lượng, chưa có một công nghệ bảo quản, chế biến nào được áp dụng. Việc các tác nhân thu gom đến tận ruộng mua đã phần nào giảm bớt được công lao động của các hộ sản xuất, tuy nhiên hình thức bán này cũng không được các hộ nông dân áp dụng nhiều bởi sự chênh lệch giá giữa hình thức bán tại ruộng và tại chợ là tương đối cao (chênh nhau khoảng 200 - 500 đồng/mớ tùy thuộc vào từng loại rau).

Thuận lợi, khó khăn và các hướng tác động của tác nhân sản xuất

Thuận lợi	Khó khăn
<ul style="list-style-type: none"> - Có truyền thống trồng rau lâu đời. Những kinh nghiệm và sự cách biệt không quá lớn về kỹ thuật sản xuất so với các khu vực khác là một điều kiện thuận lợi trong việc phát triển sản xuất các sản phẩm rau, củ quả của tác nhân này. - Thị trường Hà Nội rộng lớn và giao thông thuận lợi. Mạng lưới thương mại có thể đáp ứng được nhu cầu của thành phố. - Hiệu quả kinh tế từ trồng rau là khá lớn và điều này đã được chứng minh trong thực tế. Trong khi nhiều địa phương đang còn băn khoăn tìm hướng chuyển đổi cơ cấu cây trồng thì phát triển cây rau, đặc biệt là diện tích rau chuyên canh đang phát huy hiệu quả. Do đó, người dân không cần phải chờ đợi những định hướng từ chính quyền và chính quyền cũng không phải tốn công tốn sức tuyên truyền. - Năng động trong sản xuất, sẵn sàng thử nghiệm giống mới, quy trình sản xuất mới và các mô hình tổ chức sản xuất mới với điều kiện về thị trường đầu ra được đảm bảo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chưa có các chính sách hỗ trợ cụ thể của địa phương trong việc phát triển sản phẩm rau (các chính sách còn rất chung như: quy hoạch vùng sản xuất, chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật) - Chưa có một tổ chức nào đứng ra hỗ trợ các hộ sản xuất và tiêu thụ rau, vì vậy trong quá trình tiêu thụ còn gặp rất nhiều khó khăn (giá cả bấp bênh, tư thương ép giá...), đa phần là tự tìm thị trường tiêu thụ cho mình. - Các kỹ thuật và giống các loại rau cao cấp, trái vụ còn hạn chế, chưa được phổ biến. - Thiếu các thông tin và nhu cầu về thị trường về sản phẩm. - Người sản xuất chưa được tổ chức tốt để làm rau an toàn, hay nói cách khác chưa có một cơ chế thích hợp khuyến khích người dân trồng rau an toàn. Đó là yếu tố quan trọng nhất mà nếu muốn có rau an toàn thì phải giải quyết trước tiên.
Hướng tác động đối với tác nhân sản xuất ở Thường Tín	
<ul style="list-style-type: none"> - Quy hoạch, xây dựng các vùng sản xuất rau chất lượng cao và đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho quá trình sản xuất đó: hệ thống tưới tiêu tự động, nhà kính, nhà lưới, đường nội đồng... - Cung cấp các giống mới, chất lượng cao đã được kiểm định của các cấp, ban ngành 	

xuống các vùng sản xuất rau.

- Xây dựng hệ thống các kênh cung cấp giống, vật tư xuống tận cấp thôn.
- Mở các lớp tập huấn phổ biến kỹ thuật trồng các loại rau cao cấp, trái vụ.
- Có các chính sách cụ thể cho các hộ trồng rau trong vùng quy hoạch: chính sách vay vốn, vay vật tư trả chậm...
- Thành lập các tổ chức chuyên sản xuất và phân phối sản phẩm rau: Hợp tác xã, hiệp hội, nghiệp đoàn...có dấu và tư cách pháp nhân, giúp cho việc ký kết hợp đồng với các tổ chức khác được đảm bảo và ổn định.

V.2.1.2.2 Tác nhân thu gom

Tác nhân thu gom là những người tham gia vào hoạt động của ngành hàng với vai trò là người thu mua sản phẩm từ người sản xuất đến các tác nhân khác trong chuỗi thị trường. Đây là mắt xích đầu tiên nối giữa người sản xuất với thị trường. Quá trình khảo sát tại Thường Tín chúng tôi phân tác nhân thu gom thành hai loại sau:

Thu gom địa phương:

Là những người sinh sống ở khu vực xung quanh huyện Thường Tín, hoạt động với quy mô nhỏ trong phạm vi huyện là chủ yếu. Trong quá trình hoạt động tác nhân này mang những đặc điểm sau:

- Hoạt động của họ mang tính thời vụ, không mang tính chất chuyên nghiệp đa phần trong số họ là những người nông dân trong các xã của huyện Thường Tín, họ tận dụng thời gian nông rỗi tham gia vào hoạt động thu gom để tăng thu nhập cho gia đình.
- Họ gom hàng của các hộ nông dân trong thôn xã sau đó phân phối lại cho các tác nhân bán buôn, bán lẻ và các tác nhân thu gom khác thông qua hệ thống thương mại chợ Vôi
- Hoạt động của họ không quanh năm (chỉ khoảng 8- 9 tháng)
- Phương tiện vận chuyển của họ đa phần là bằng xe máy, khối lượng bán/ngày trung bình của tác nhân này chỉ khoảng 150 - 170kg

Thu gom chuyên nghiệp:

Hoạt động của loại tác nhân thu gom này mang tính thường xuyên, họ thu gom theo mùa vụ của các loại sản phẩm. Hoạt động trong ngày được chia làm 2 pha chính:

Pha 1: Từ 1h-2h30 đây là thời gian gom rau của họ từ nông dân, các chủ buôn và các tác nhân thu gom địa phương.

Pha 2: Từ 2h 30 - 7h đây là thời gian phân phối các sản phẩm rau cho người bán lẻ và các nhà hàng, bếp ăn tại Hà Nội.

Tính chất chuyên nghiệp của họ mang những đặc điểm sau:

- Thời gian hoạt động của họ kéo dài trong cả năm, thu nhập chính của bản thân gia đình họ phụ thuộc vào hoạt động gom và phân phối rau.
- Số năm hoạt động cao (đa phần là trên 10 năm)
- Có mạng lưới đầu vào và đầu ra ổn định.
- Đầu mối phân phối chính của họ đa phần là thị trường thành phố Hà Nội
- Hoạt động giao dịch với các tác nhân đầu vào và ra thông qua hình thức điện thoại là chủ yếu
- Đa phần họ thu mua chỉ từ 4-5loại rau/ngày (trừ những người bán các sản phẩm củ, quả)

- Khối lượng tiêu thụ trung bình trên 125-200kg/lần đối với người vận chuyển bằng xe máy và 350 - 450 kg/lần đối với người vận chuyển bằng ô tô, chủ yếu theo phương thức bán buôn cho người bán lẻ và các nhà hàng tại Hà Nội.

Ngoài ra tính chuyên nghiệp của các tác nhân thu gom ở Thường Tín còn thể hiện ở chỗ một số tác nhân thu gom kiểu này liên kết với nhau thuê chung ô tô (thường là 5-6 người) đi phân phối các sản phẩm gom được về các chợ trong thành phố Hà Nội.

Các đặc điểm hoạt động của tác nhân này được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 8: Một số chỉ tiêu của các tác nhân thu gom rau chuyên nghiệp tại Thường Tín

Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng
Khối lượng vận chuyển	Kg/lần	416
Số năm hoạt động TB	Năm	15.3
Số lượng tác nhân đầu vào	Người/ngày	7.6
Số lượng tác nhân đầu ra	Người/ngày	4-5
Số lao động tham gia	Lao động	2
Chủng loại sản phẩm bán/ngày	Loại	3 – 4
Lượng vốn bình quân	1000đ/ngày	1000 – 1500

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Thuận lợi, khó khăn và các hướng tác động của tác nhân thu gom

Thuận lợi	Khó khăn
<ul style="list-style-type: none"> - Thông thạo địa hình thu mua sản phẩm, mạng lưới các tác nhân - Nhạy bén với thị trường - Nghề buôn bán rau là một nghề chính -> tâm huyết với nghề. 	<ul style="list-style-type: none"> - Giá cả biến động thất thường. - Phụ thuộc rất nhiều vào các tác nhân đầu ra. - Vốn, phương tiện vận chuyển còn thiếu do đó hạn chế mở rộng và khối lượng phân phối sản phẩm. - Nhiều tác nhân tham gia vào việc buôn bán và phân phối sản phẩm trong cùng một địa bàn, do đó trong quá trình buôn bán gặp rất nhiều những khó khăn. - Không có tư cách pháp nhân -> không đưa sản phẩm vào được các siêu thị lớn trên địa bàn thành phố Hà nội. - Thiếu các kiến thức trong việc bảo quản sản phẩm -> hao hụt lớn trong quá trình buôn bán
Hướng tác động đối với tác nhân thu gom	
<ul style="list-style-type: none"> - Quy hoạch vùng sản xuất chuyên canh rau màu, đưa các giống cây trồng mới vào trong các vùng sản xuất tại địa phương -> hạn chế công vận chuyển. - Hỗ trợ các thông tin về nhu cầu của thị trường cho từng vùng cụ thể (cung cấp các thông tin về chủng loại, chất lượng sản phẩm...) - Hỗ trợ trong việc ký kết hợp đồng tiêu thụ với các công ty, siêu thị (bằng việc các công ty, tổ chức ... đứng ra ký hợp đồng sau đó ký lại với tác nhân thu gom thông qua hợp đồng kinh tế) - Vay vốn với lãi suất thấp trong thời gian dài. - Mở các lớp tập huấn cho các tác nhân tham gia trong việc bảo quản sản phẩm, tiếp cận 	

V.2.1.2.3 Tác nhân bán buôn

Tác nhân bán buôn là những người hoạt động với một địa bàn rộng hơn ngoài phạm vi của hệ thống thương mại huyện, đây là tác nhân duy nhất trong hệ thống có quan hệ với các thị trường khác ngoài huyện và tỉnh. Họ là mắt xích trung gian kết nối giữa người thu gom - người bán lẻ, thị trường ngoại tỉnh - thị trường của huyện và có sự kết nối giữa người tiêu dùng, nhà hàng, khách sạn với các tác nhân khác. Những người này thường mua sản phẩm rau, củ, quả của những người thu gom, chủ buôn đường dài từ các tỉnh khác, người sản xuất sau đó bán lại cho người thu gom và người bán lẻ mang đi Hà Nội bán và một số ít người bán lẻ ở các chợ nhỏ trong huyện. Việc hình thành các kiốt lớn đặt ngay tại chợ Vôi của tác nhân này tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình tập kết hàng cũng như giao dịch với các tác nhân khác trong ngành hàng. Tại Thường Tín tác nhân bán buôn được chia làm 2 loại sau:

Tác nhân bán buôn quy mô nhỏ:

Hoạt động của họ cũng mang tính chất chuyên nghiệp tương đối cao, nhưng do không chủ động được nguồn hàng (không có ô tô), nên quy mô hoạt động của họ chỉ dao động từ 1- 2 tấn/ngày. Việc liên kết thuê chung ô tô đi mua hàng từ các địa bàn khác được các chủ buôn quy nhỏ ở đây dần hình thành, sự liên kết của các tác nhân này đã phần nào thể hiện được sự phát triển hệ thống thương mại sản phẩm rau nơi đây.

Tác nhân bán buôn quy mô lớn:

Là những người có thâm niên hoạt động lớn (từ 10 năm trở lên), hoạt động của họ mang tính chất chuyên nghiệp cao, do có ô tô nên trong quá hoạt động họ luôn chủ động được nguồn hàng, họ tự xây dựng cho mình mạng lưới những người thu gom, sản xuất và bán buôn tương đối chặt chẽ không những trong phạm vi trong tỉnh mà còn mở rộng ra các tỉnh lân cận. Vì vậy quá trình giao dịch của họ chủ yếu dựa vào mức độ tin cậy lẫn nhau, quá trình trao đổi thông tin với các nhân khác qua điện thoại là chính.

Mối quan hệ giữa chủ buôn với các tác nhân đầu vào chủ yếu được xây dựng trên cơ sở sự tin tưởng trong quan hệ. Tất cả các hợp đồng quan hệ đều không chính thức bằng văn bản nhưng đều được các bên thực hiện khá tốt. Mối quan hệ của họ đã mang lại cho họ những nguồn hàng ổn định và thường xuyên. Kiểu tác nhân này tuy là tác nhân chiếm tỷ lệ rất nhỏ/số tác nhân tham gia vào hệ thống thương mại rau nhưng nó có vai trò rất quan trọng trong quá trình nối kết và phân phối các sản phẩm rau, củ, quả cho hệ thống thương mại sản phẩm rau trong huyện Thường Tín nói riêng, tỉnh Hà Tây nói chung.

Bảng 9: Một số đặc điểm hoạt động chủ yếu của tác nhân bán buôn tại Thường Tín

Chỉ tiêu	ĐVT	Số Lượng	
		Bán buôn quy mô lớn	Bán buôn quy mô nhỏ
Khối lượng vận chuyển	Tấn/lần	4- 5	1-2
Số năm hoạt động trung bình	Năm	11	8.8
Thời gian hoạt động trong năm	Tháng	12	12
Vốn hoạt động	Tr.đ	30	10-12
Chi phí hoạt động bình quân	1000 đ/ngày	400 - 500	150 – 200
Tỷ lệ sản phẩm đầu vào mua từ + Nông dân	%	15	35

+ Thu gom + Bán buôn	% %	75 10	55 20
Tác nhân đầu ra		+ Thu gom trong và ngoài huyện + Chủ buôn nhỏ + Người bán lẻ	+ Thu gom trong và ngoài huyện + Người bán lẻ

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Ngoài những đặc điểm trên, trong quá trình hoạt động tác nhân này còn mang các đặc điểm sau đây:

- Buôn bán là một nghề chính mang lại thu nhập cho gia đình, vì vậy họ hoạt động hầu hết tất cả các thời gian trong năm. Sản phẩm của họ chủ yếu là các sản phẩm củ, quả có thời gian bảo quản dài (bí xanh, khoai tây, cà rốt, susu, khoai sọ, hành tây...)
- Có quan hệ gắn bó thường xuyên với những người thu gom cũng như những người bán lẻ mang đi Hà Nội bán.
- Khối lượng giao dịch của tác nhân bán buôn khá lớn từ 2-5 tấn/ngày
- Có các kiốt đặt ngay tại chợ Vôi.

Thuận lợi, khó khăn và các đề xuất hỗ trợ của tác nhân chủ buôn

Thuận lợi	Khó khăn
<ul style="list-style-type: none"> - Kinh nghiệm hoạt động lâu năm - Có mạng lưới các tác nhân đầu vào đầu ra ổn định, chủ động được nguồn hàng - Cơ sở vật chất phục vụ buôn bán tương đối đầy đủ (kiốt, phương tiện vận chuyển...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Làm ăn chủ yếu dựa vào các mối quan hệ quen biết, chưa có cơ chế hợp đồng. Do đó làm ăn đôi lúc còn nhiều bấp bênh. - Thiếu các phương tiện chuyên dụng trong vận chuyển, đóng gói và bảo quản sản phẩm. - Thiếu kiến thức về kỹ thuật bảo quản, tỷ lệ hao hụt đối với mỗi lô hàng tương đối lớn. - Không kiểm soát được chất lượng sản phẩm đầu vào (dư lượng thuốc sâu, thuốc bảo vệ thực vật.). - Chi phí phụ tương đối lớn (chi phí làm luật giao thông...)
Hướng tác động đối với tác nhân chủ buôn	
<ul style="list-style-type: none"> - Mở rộng tìm kiếm thị trường tiêu thụ thông qua xây dựng kênh thông tin cung cấp tới từng chủ buôn, nhất là các thị trường gần. HTX nông nghiệp có thể đóng vai trò là cầu nối thông tin. Việc này không chỉ giúp chủ buôn hoạt động quanh năm mà còn giúp nông dân tiêu thụ sản phẩm. - Hỗ trợ kỹ thuật bảo quản để giảm mức hao hụt xuống. - Hỗ trợ về vốn vay trong trường hợp rủi ro. 	

V.2.1.2.4 Tác nhân bán lẻ

Tác nhân bán lẻ là những người bán mà đối tượng khách hàng của họ mua sản phẩm rau để phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng ở bước cuối cùng, khách hàng của người bán lẻ có thể bao gồm người tiêu dùng cuối cùng, các nhà hàng, khách sạn...

Tác nhân bán lẻ sản phẩm rau, củ, quả rất đa dạng, việc phân theo từng loại khác nhau là rất khó. Vì vậy, trong phạm vi nghiên cứu của đề tài này chúng tôi phân thành 2 loại chính: Tác nhân bán lẻ tại Hà Nội và tác nhân tại địa phương mua sản phẩm tại Thường Tín mang đi Hà Nội bán, đặc điểm và quy mô hoạt động của tác nhân này được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 10: Một số chỉ tiêu trong hoạt động của tác nhân bán lẻ

Tiêu chí	Đơn vị	Bán lẻ Hà Nội	Bán lẻ địa phương
Khối lượng bán/ngày	Kỹ ngày	150 - 200	80 - 120
Số năm hoạt động trung bình	Năm	15	10
Thời gian hoạt động trong năm	Tháng	12	12
Chủng loại sản phẩm bán	Loại	15-20	8-10
Tác nhân đầu vào		Chủ buôn, thu gom, nông dân	Chủ buôn, thu gom, nông dân
Tỷ lệ sản phẩm mua vào			
+ Chủ buôn	%	45	15
+ Thu gom	%	55	5
+ Nông dân	%	5	80
Tác nhân đầu ra		Nhà hàng, quán cơm Người tiêu dùng	Người tiêu dùng, quán cơm...
Tỷ lệ tác nhân đầu ra	%	Người tiêu dùng 75% Nhà hàng, khách sạn 25%	Người tiêu dùng 90% Quán cơm, bếp ăn 10%
Lượng vốn bình quân	1000 đ	25,00 - 3,000	1,500 - 2,000
Lãi	1000đ/ngày	70- 90	30-40

Nguồn: Điều tra VASI- 2005

Những chỉ tiêu trên đã cho thấy phần nào sự khác biệt giữa 2 kiểu tác nhân trên, sự khác biệt này còn được thể hiện khá rõ ở cách thức mua và bán hàng, trong khi tác nhân bán lẻ Hà Nội có chỗ ngồi bán ổn định, mạng lưới cung cấp đầu vào ổn định, khoảng cách đi mua hàng ngắn (xung quanh các chợ đêm trong nội thành Hà Nội, hoặc các tác nhân khác cung cấp ngay tại quây) thì tác nhân bán lẻ địa phương phải đi một khoảng thời gian dài mới có thể phân phối sản phẩm của mình (từ Thường Tín đi Hà Nội). Tính chuyên nghiệp và điều kiện kinh doanh thuận lợi là một trong những yếu tố làm tăng lợi nhuận và giảm công lao động trong quá trình tham gia hoạt động của từng tác nhân, ngoài ra còn góp phần lớn trong việc phát triển hệ thống thị trường.

V.2.1.2.5. Phân tích giá trị của kênh hàng

Điều kiện kinh doanh và những mối quan hệ của từng tác nhân là điều kiện để hình thành những cơ chế trong quá trình hình thành giá trên thị trường. Trong cùng một môi trường hoạt động, sự tham gia của các tác nhân sẽ tác động đến những thay đổi về giá. Tại Thường Tín chúng tôi tập trung phân tích quá trình hình thành giá và sự phân bổ lợi nhuận giữa các tác nhân trong ngành hàng của một số kênh hàng chính. Các kênh hàng và sản phẩm được lựa chọn để tính toán trong quá trình phân tích bao gồm 3 kênh hàng lưu chuyển sản phẩm rau và xuất phát từ người sản xuất huyện Thường Tín, cụ thể như sau:

Kênh 1: Sản xuất -> Thu gom -> Bán buôn -> Bán lẻ Hà Nội -> người tiêu dùng Hà Nội

Kênh 2: Sản xuất

-> Bán buôn -> Bán lẻ Hà Nội -> người tiêu dùng Hà Nội

Kênh 2: Sản xuất ->

Bán lẻ địa phương-> người tiêu dùng Hà Nội

Trong kênh hàng này sản phẩm rau được lưu chuyển từ người sản xuất Thường Tín đến tay người người tiêu dùng qua 4 tác nhân chính, giá nghiên cứu là giá trung bình sản phẩm rau tại thời điểm điều tra, chi phí được tính toán là chi phí trung bình trong ngày của các tác nhân tính trên một kg sản phẩm rau, củ, quả. Những phân tích này sẽ là cơ sở để đánh giá những biến động về giá trên thị trường.

Bảng 11: Hình thành giá qua các tác nhân tính trên nhóm sản phẩm rau(ĐVT: đ/kg)

	Kênh 1	Kênh 2	Kênh 3
Tác nhân sản xuất			
Giá bán ra	2000	2150	2200
Tác nhân thu gom			
Giá mua vào	2000	-	-
Chi phí	191	-	-
Giá thành	2191	-	-
Giá bán ra	2250	-	-
Lợi nhuận	59	-	-
Tác nhân bán buôn			
Giá mua vào	2250	2150	-
Chi phí	108	116	-
Giá thành	2358	2266	-
Giá bán ra	2750	2700	-
Lợi nhuận	392	434	-
Tác nhân bán lẻ			
Giá mua vào	2750	2700	2200
Chi phí	175	175	295
Giá thành	2925	2875	2495
Giá bán ra	3250	3250	3000
Lợi nhuận	325	375	505
Người tiêu dùng			
Giá mua vào	3000	3000	2800

Nguồn: Điều tra VASI- 2005

V.2.2.3 Quan hệ giữa các tác nhân trong kênh hàng rau tại Thường Tín

Quan hệ giao dịch giữa các tác nhân cũng là một trong những tiêu chí quan trọng thể hiện sự phát triển của ngành hàng. Những thỏa thuận giữa các tác nhân hay những ràng buộc giữa các tác nhân càng chặt chẽ, ngành hàng càng được đánh giá là phát triển. Bên cạnh đó, quan hệ của các tác nhân sẽ chỉ ra những tác nhân chiếm giữ vai trò điều phối trong ngành hàng thể hiện trên nhiều khía cạnh, đó có thể là mức độ quan hệ làm ăn thường xuyên hay không thường xuyên, các chỉ tiêu cụ thể: trao đổi thông tin, chất lượng sản phẩm, thời gian và khối lượng giao dịch, phương thức thanh toán và giao nhận sản phẩm trong hoạt động buôn bán... Các mối quan hệ giữa các tác nhân chủ yếu được hình thành trên cơ sở thời gian hoạt động trong ngành hàng vì vậy các thỏa thuận đều là những thỏa thuận không chính thức

(không bằng văn bản). Đặc điểm này dễ dẫn tới tình trạng mất chủ động cho các tác nhân lớn ở đầu tiêu thụ của ngành hàng mỗi khi có những biến động của thị trường (giá, lượng cung, cầu).

Bảng 12: Các chỉ tiêu trong quan hệ giao dịch giữa các tác nhân

Chỉ tiêu	Người sản xuất	Thu gom	Bán buôn	Bán lẻ
Thông tin và trao đổi thông tin	Nắm bắt thông tin thị trường chủ yếu qua tác nhân thu gom, chợ Vôi và nông dân khác trong vùng.	Thông tin đầu vào từ các tác nhân đầu ra hoặc trực tiếp xuống địa bàn nắm thông tin.	Thiết lập thông tin với tác nhân đầu vào và đầu ra để chủ động được nguồn hàng cung cấp.	Dựa vào các thông tin thị trường tại nơi phân phối.
Phương thức trao đổi thông tin và quan hệ giao dịch	Dựa trên mối quan hệ quen biết trong quá trình mua bán	Mức độ tín nhiệm trong mua bán.	Điện thoại, trực tiếp từ lần giao dịch trước	Điện thoại và mối quan hệ trong quá trình giao dịch.
Khối lượng sản phẩm trong giao dịch	Bán toàn bộ sản phẩm làm ra khi thoải thuận được giá bán. Bán tại đồng, tại chợ	Mua và bán theo định mức của các tác nhân đầu ra Hình thức trao đổi trực tiếp.	Phụ thuộc vào giá, loại sản phẩm và phương tiện vận chuyển	Phụ thuộc vào từng loại sản phẩm cũng như từng loại khách hàng.
Chất lượng sản phẩm	Được đánh giá chủ yếu bằng cảm quan: xanh, sạch, non, không dập nát....	Được đánh giá chủ yếu bằng cảm quan.	Được đánh giá chủ yếu bằng cảm quan.	Được đánh giá chủ yếu bằng cảm quan và một số chỉ tiêu cụ thể trong quá trình giao dịch (khối lượng, kích cỡ, màu sắc...)
Mức độ quan hệ với các tác nhân đầu vào và đầu ra.	Không thường xuyên với một tác nhân nào, gặp ai trả cao thì bán.	Quan hệ thường xuyên với các tác nhân đầu ra	Quan hệ thường xuyên với cả tác nhân đầu vào và đầu ra	Quan hệ thường xuyên với một số tác nhân đầu vào và rất nhiều các tác nhân đầu ra.

Nguồn: Điều tra VASI- 2005

V.2.2 Đặc điểm các trung tâm thương mại và các tác nhân tham gia kênh hàng rau huyện Hoài Đức

V.2.2.1 Đặc điểm trung tâm thương mại rau “Chợ Vọng”

Chợ Vọng nằm trên địa bàn xã Song Phương - Hoài Đức. Chợ hoạt động như là một trung tâm thương mại rau, tập trung rau từ các nguồn trong huyện và các vùng khác vào tất cả các ngày trong tuần. Nguồn rau trong huyện vẫn là chủ yếu với nhiều chủng loại khác nhau tùy theo từng mùa vụ.

Hàng ngày hoạt động buôn bán rau thường bắt đầu khoảng từ 5-6 giờ sáng và kết thúc trước 9 giờ với hình thức bán buôn là chính. Rau thường được thu hoạch vào chiều hôm trước hoặc

buổi sáng sớm và được vận chuyển đến chợ bằng nhiều phương tiện, chủ yếu là xe đạp thồ và quang gánh vì khoảng cách từ nơi sản xuất đến chợ không xa. Tại đây có rất nhiều người bán lẻ và số lượng ít hơn người thu gom mua buôn, sau đó chở đi các thị trường tiêu thụ bao gồm Hà Nội (chợ Xanh, chợ Dịch Vọng, chợ Mới và các chợ lẻ nằm trong ngõ ngách của thành phố), thị xã Hà Đông. Từ trung tâm này, rau chủ yếu được đưa đi hai địa điểm nói trên. Vai trò của chợ Vọng chỉ mang tính chất hội tụ các nguồn rau trong vùng, ít có nguồn rau đến và đi thường xuyên từ các tỉnh khác.

Bảng 13: Tác nhân tham gia hoạt động tại chợ Vọng

Tác nhân	Số lượng (người)	Khối lượng/ngày (kg)	Chủng loại rau (loại)
Thu gom	20	200-300	4-5
Bán lẻ	70	70-150	7-10

Nguồn: điều tra VASI-2005

Hoạt động của chợ mạnh nhất vào mùa rau tức là từ khoảng tháng 9 đến tháng 3 năm sau. Vào thời gian đó, rau còn được đưa đi tỉnh khác như là Quảng Ninh, Lạng Sơn, tuy nhiên với khối lượng rất nhỏ (khoảng 5 tạ/ngày) và chỉ kéo dài trong khoảng 1 tháng. Số lượng người tham gia buôn bán cũng đông hơn và khối lượng mua bán/ngày cũng lớn hơn. Vào thời điểm điều tra (tháng 10/2005), do vừa chịu ảnh hưởng của cơ bão số 7 nên khối lượng rau cung ứng ra bị giảm đi rất nhiều và là nguyên nhân đội giá rau lên cao. Điều này cho thấy hoạt động của trung tâm phụ thuộc chủ yếu vào nguồn cung ứng tại của các xã.

Sơ đồ 4: Nguồn cung ứng và thị trường tiêu thụ của trung tâm thương mại rau huyện Hoài Đức



V.2.2.2 Đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân

Đặc điểm và quy mô hoạt động của các tác nhân thể hiện được mức độ phát triển của ngành hàng. Quy mô của mỗi tác nhân càng lớn, hoạt động càng mang tính chuyên nghiệp và tác nhân đó càng có ảnh hưởng lớn tới hoạt động của cả ngành hàng. Nghiên cứu đặc điểm và quy mô của các tác nhân tham gia sẽ cho phép nắm bắt được như khả năng thích ứng của từng tác nhân đối với sự phát triển của thị trường.

V.2.2.2.1 Tác nhân sản xuất

Nông dân là tác nhân đầu tiên trong ngành hàng, mức độ đầu tư và trình độ sản xuất của họ đóng vai trò quyết định đến chất lượng và chủng loại sản phẩm cung ứng. Vì những lý do trên, chúng tôi tập trung phân tích sâu về đối tượng này. Để thấy được những đặc điểm của tác nhân này chúng tôi tiến hành lựa chọn 20 hộ nông dân theo phương pháp ngành hàng xuất phát từ các kênh hàng huyện Hoài Đức.

Bảng 14: Đặc điểm chung của hộ điều tra theo kênh hàng huyện Hoài Đức

Chỉ tiêu	Đơn vị	Số lượng
Số mẫu điều tra	Hộ	20
Diện tích đất NN	m ²	1692
Diện tích rau	m ²	1080
Diện tích lúa	m ²	612
Số khẩu/hộ	Khẩu	4,7
Số LĐ/hộ	Lao động	2,7
Lao động NN/hộ	Lao động	2

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Diện tích đất trồng rau chiếm tỷ trọng lớn trong diện tích đất nông nghiệp của hộ (chiếm 64%), đây là một trong những điều kiện rất thuận lợi trong việc đa dạng và phát triển các loại cây trồng của các hộ sản xuất. Kết quả cũng chỉ ra rằng thu nhập từ hoạt động trồng rau chiếm một vị trí quan trọng trong cơ cấu thu nhập của nông hộ, đó cũng là lý do của việc tăng diện tích trồng rau của các hộ sản xuất tại đây trong những năm vừa qua.

Bảng 15: Cơ cấu thu nhập của các hộ điều tra tại Thường Tín

Chỉ tiêu	Số lượng (triệu đ)	Cơ cấu (%)
Tổng thu nhập	32	100.00
Thu nhập nông nghiệp	20	62.50
Thu nhập từ rau	15	47.00

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Nghiên cứu sâu hệ thống sản xuất của các hộ điều tra tại Hoài Đức chúng tôi thấy rằng các công thức chính được sử dụng trong sản xuất của nông hộ bao gồm các công thức sau:

- Công thức 1: Đậu trạch - dưa Thái - su hào - bắp cải sớm - bắp cải muộn
- Công thức 2: Lúa - lúa - bắp cải muộn
- Công thức 3: Cây ăn quả (đu đủ)
- Công thức 4: Sản xuất giống trong 6-7 tháng, thời gian còn lại trồng màu và để ải đất.

Công thức 1 có hệ số sử dụng đất cao và thường đòi hỏi người sản xuất có trình độ thâm canh tốt. Đây là công thức phổ biến nhất của các hộ điều tra. Tuy vậy, do lo ngại giá rau rẻ và bất ổn nên một số ít hộ đang có xu hướng chuyển đổi sang trồng cây ăn quả như quýt, cam, bưởi, đu đủ. Công thức có lúa đang dần bị thu hẹp diện tích và có lợi nhuận thấp nhất so với 3 công thức còn lại. Công thức 4 hiện đang có lợi nhuận cao nhất, trung bình là 21.2 triệu đồng/sào/năm. Hiệu quả của từng công thức được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 16: Hiệu quả kinh tế của một số công thức luân canh tại xã Song Phương

Công thức luân canh	ĐVT	Doanh thu	Chi phí	Lợi nhuận
Công thức 1	đ/sào/năm	6,900,000	2,300,000	4,600,000
Công thức 2	đ/sào/năm	2,655,000	920,000	1,735,000
Công thức 3	đ/sào/năm	5,600,000	2,000,000	3,600,000
Công thức 4	đ/sào/năm	46,100,000	24,900,000	21,200,000

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

(Ghi chú: Các khoản chi phí không bao gồm công lao động gia đình)

Sự đòi hỏi ngày càng nhiều chủng loại rau, cũng như sự đa dạng các loại giống cây trồng đã phần nào thúc đẩy sự đa dạng các loại cây trồng của các hộ sản xuất, thay vì chỉ trồng một số loại cây trồng truyền thống như trước, các hộ nông dân nơi đây đã đa dạng các loại cây trồng, tập trung vào các loại cây ngắn ngày, hiệu quả kinh tế cao đang có xu hướng phát triển mạnh tại đây. Chủng loại và thời vụ các loại rau tại Hoài Đức được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 17: Lịch thời vụ một số loại rau chính của các hộ điều tra ở huyện Hoài Đức

STT	Loại rau	Tháng											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Bắp cải sớm							x	x	x			
2	Bắp cải muộn	x	x	x	x	x				x	x	x	x
3	Su hào	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
4	Cà chua	x	x	x	x	x				x	x	x	x
5	Súp lơ	x	x	x							x	x	x
6	Đậu trạch	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
7	Đậu đũa	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
8	Đậu Hà Lan									x	x	x	x
9	Su su	x	x	x						x	x	x	x
10	Cà rốt	x	x	x							x	x	x
11	Mướp	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
12	Cần tây	x	x								x	x	x
13	Tỏi tây	x	x							x	x	x	x
14	Mướp đắng	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
15	Hành tây										x	x	x
16	Hành củ	x	x	x				x	x	x	x	x	x
17	Hành hoa			x	x	x	x	x					
18	Muống	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
19	Bí xanh				x	x							
20	Dưa chuột				x	x	x	x	x	x	x		
21	Dưa Thái	x	x	x	x	x					x	x	x
22	Cải canh	x	x	x	x							x	x
23	Cải dưa								x	x	x	x	x
24	Cải ngọt	x	x							x	x	x	x

Nguồn: Điều tra VASI, 2005

Việc áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật trong những năm gần đây được các hộ sản xuất rau rất quan tâm, đặc biệt là các quy trình sản xuất rau an toàn do trung tâm khuyến nông tỉnh xây dựng và hỗ trợ năm 2003. Hiện nay 100% các hộ điều tra theo kênh hàng tại Hoài Đức đều nắm bắt tốt các kỹ thuật sản xuất rau an toàn trong năm đầu thực hiện với một số nội dung như: xử lý phân trước khi bón (không dùng phân tươi, chỉ sử dụng phân hoai mục), sử dụng phân vi sinh như BIO, BIO plant phun qua lá, giảm lượng đạm, hạn chế tối đa sử dụng thuốc sâu và đảm bảo thời gian cách ly. Tuy nhiên, trong những năm sau đó việc thực hiện của các hộ nông dân theo các quy trình này không còn chặt chẽ như trước, các hộ điều tra cho rằng: chương trình mới chỉ dừng lại ở việc tuyên truyền và hỗ trợ một phần mà chưa xây dựng được hệ thống giám sát sản xuất hiệu quả cũng như cơ chế ràng buộc người sản xuất. Hơn nữa, thị trường tiêu thụ còn bỏ ngỏ và rau cũng chưa thể có thương hiệu. Sau 2

năm, chương trình chấm dứt hoạt động nhưng cũng đã đóng góp phần tăng cường hiểu biết kỹ thuật sản xuất rau an toàn một cách rộng rãi đến người sản xuất. Theo tính toán của trung tâm khuyến nông tỉnh Hà Tây, nếu sản xuất rau an toàn thực hiện theo đúng quy trình và được người tiêu dùng chấp nhận không những có ý nghĩa rất lớn về mặt xã hội mà còn mang lại hiệu quả kinh tế cho người sản xuất.

Bảng 18: Hiệu quả kinh tế giữa 2 phương thức canh tác (tính trên 1sào bắp cải)

Chỉ tiêu	Rau an toàn		Đại trà	
	Số lượng	Giá trị	Số lượng	Giá trị
Giống cải bắp (cây)	1,000	60,000	1,000	60,000
Phân chuồng (kg)	300	60,000	400	80,000
Đạm urê (kg)	-	-	10	50,000
Kali (kg)	-	-	6	25,000
NPK	10	50,000	20	30,000
Thuốc phòng bệnh		21,000		25,000
Thuốc sâu sinh học		20,000		30,000
Phân Bio và Proplant (ml)	237	66,000	-	-
Rơm phủ luống		15,000	-	-
Công chăm sóc (công)	7	105,000		150,000
Năng suất	1,500			
Giá bán	500			
Tổng chi (đ)		397,000		450,000
Tổng thu (đ)		750,000		750,000
Lãi (đ)		353,000		300,000
Chênh lệch lãi		+ 53,000		0

Nguồn: Trung tâm khuyến nông tỉnh Hà Tây-2004

Hiện nay, người sản xuất rau tiêu thụ sản phẩm của mình theo 2 hình thức: bán cho người thu gom, bán lẻ (hình thức chính) và tự mang đi bán trong trường hợp giá rau quá rẻ, nếu bán tại địa phương thì lãi thu được rất thấp. Theo hình thức 1, rau được thu hoạch vào chiều tối hôm trước để bán tại ruộng hay chuyển đến nhà người thu gom, bán lẻ hoặc buổi sáng sớm để chuyển đến tiêu thụ tại chợ Vọng. Thông thường các hộ sản xuất chỉ thu hoạch khi rau đến kỳ cho dù trước đó giá rau cao. Họ thường không thiết lập mối quan hệ chắc chắn với người mua như là làm hợp đồng vì ngay cả người mua cũng không thể đảm bảo rằng sản phẩm của họ sẽ được tiêu thụ. Giá thu mua hoàn toàn phụ thuộc vào thị trường. Sản phẩm thường không được phân loại phẩm cấp một cách kỹ lưỡng, do đó không có nhiều mức giá. Vào thời điểm chính vụ, khối lượng rau cung ứng trong thời gian ngắn quá lớn trong khi đó người sản xuất lại chưa có bất kỳ hình thức bảo quản, chế biến hay phương án dự trữ sản phẩm nào, kết quả là làm giá rau tụt xuống gây bất lợi. Trong trường hợp này, hình thức tiêu thụ thứ 2 là một trong những giải pháp, đó là trực tiếp mang rau đi bán tại các thị trường như là Hà Đông, Hà Nội. Mức độ hao hụt do vận chuyển sản phẩm gần như bị loại bỏ do điều kiện giao thông khá tốt.

Thuận lợi, khó khăn và các đề xuất hỗ trợ của tác nhân sản xuất tại Hoài Đức

Thuận lợi	Khó khăn
<ul style="list-style-type: none"> - Người sản xuất đã quen với phương thức canh tác rau an toàn, kết quả tác động của dự án trước đây. Đây cũng là vùng trồng rau truyền thống từ lâu đời. - Người nông dân Song Phương rất chăm chỉ. Họ có thể ở cả ngày trên đồng ruộng để chăm sóc cho rau của mình. - Hệ thống thủy lợi ở đây khá tốt, đáp ứng được nhu cầu tưới tiêu trong việc trồng rau - Giống rau được sản xuất ngay tại địa phương do một số hộ đảm nhận. Những hộ này hầu hết là có kinh nghiệm lâu đời, thậm chí rau của họ còn được tiêu thụ đi các thị trường ngoài huyện và ngoài tỉnh. - Sản xuất rau ở đây được lãnh đạo huyện và tỉnh quan tâm phát triển 	<ul style="list-style-type: none"> - Dự án trước đây đã giúp HTX Phương Vân kỹ thuật trồng rau an toàn và hỗ trợ một số đầu vào. Tuy nhiên vấn đề cốt yếu nhất là đầu ra cho sản phẩm thì vẫn còn chưa thực hiện được. - Hiện nay, một số cây ăn quả có giá trị như quýt, bưởi...đang có xu hướng gia tăng về diện tích trên đất trồng rau cũ. Do đó diện tích rau có xu hướng giảm. - Các khu công nghiệp và khu đô thị đang mọc lên nhanh chóng cũng đe dọa đến sự thu hẹp diện tích rau. - Do ở gần với Hà Nội nên một lượng lớn lao động tại đây di cư vào thành phố nhằm tìm kiếm những cơ hội mới. Do đó, lực lượng lao động trồng rau không có nhiều, nhất là rau lại đòi hỏi thời gian lao động khá dài.
Hướng tác động	
<p>Nhu cầu về rau an toàn trong tương lai sẽ lớn hơn hiện tại rất nhiều. Do đó, hướng nông dân nơi đây tập hợp lại trong một tổ chức sản xuất rau an toàn, rau sạch nhằm cung cấp cho thị trường lân cận, nhất là Hà Nội sẽ có tính khả thi cao. Vì vậy, các hoạt động hỗ trợ nên tập trung vào một số vấn đề chính sau:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tuyên truyền tới người nông dân lợi ích của việc sản xuất rau an toàn như một xu hướng tiêu dùng tất yếu trong tương lai. Người sản xuất phải thấy được lợi ích thật sự của việc này mới có thể tham gia một cách tích cực. 2. Hệ thống lại các kỹ thuật trồng rau an toàn thành tài liệu và phổ biến tới người nông dân thông qua tổ chức các lớp tập huấn có quy mô cấp xã. Đối tượng là những người đã từng tham gia sản xuất rau an toàn và những người muốn tham gia. 3. Tổ chức nông dân lại thành HTX trong đó cơ cấu tổ chức có thể không trùng với cán bộ HTX hiện tại. Đây sẽ là một bộ máy năng động trong việc điều hành hoạt động sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường. Tuy nhiên nếu có thể kết hợp với bộ máy HTX hiện tại sẽ dễ dàng hơn trong việc điều hành sản xuất vì HTX nắm giữ một số khâu thiết yếu như thủy lợi. 4. Nghiên cứu nhu cầu thị trường. Xác định đâu là thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu từ đó có hoạt động thích hợp. Nếu định hướng sản xuất rau an toàn, khách hàng mục tiêu sẽ không phải là đại đa số người dân mà có thể chỉ là một bộ phận dân cư. 5. Từ kết quả nghiên cứu thị trường, xác định cây rau thích hợp cho thị trường đó. Sản xuất rau có thể tiếp cận theo hướng nào- đa dạng hoặc tập trung vào một số cây- phụ thuộc phần nhiều vào kết quả nghiên cứu. Nên tận dụng cây trồng thế mạnh của xã. Nếu sản xuất cây trồng phổ biến thông thường (bắp cải, su hào, súp lơ...) thì cần phải xác định đâu là điểm khác biệt so với các sản phẩm đến từ vùng khác có tính đến lợi thế cạnh 	

tranh về vị trí địa lý, chất lượng sản phẩm và dịch vụ bán hàng...

6. Tiến hành xây dựng thương hiệu cho rau an toàn. Đây là mục tiêu rất cần thiết phải đạt được. Nhưng trước đó, cần phải xây dựng một hệ thống quản lý chất lượng chặt chẽ, một yếu tố đảm bảo cho sự bền vững của sản phẩm. Thực tế cho thấy nếu không có tiêu chí để phân biệt đâu là rau an toàn đâu là rau thường, rau an toàn sẽ không thể bán được đúng giá trị của nó.
7. Học tập các mô hình sản xuất rau an toàn, quản lý chất lượng, xây dựng thương hiệu từ các mô hình thành công như rau an toàn Vân Nội (Đông Anh, Hà Nội), rau an toàn sông Phan (Vĩnh Yên, Vĩnh Phúc). Tuy nhiên cũng cần phải xác định đâu là thế mạnh của HTX.
8. Xây dựng hệ thống phân phối rau. Các điểm bán lẻ rau đặt tại các chợ bán lẻ có thể là một hướng đi, tuy nhiên việc này sẽ rất khó khăn. Bên cạnh đó, việc ký hợp đồng dài hạn với các công ty, những người phân phối sẽ tốt hơn.
9. Xây dựng chiến lược marketing sản phẩm sẽ là nhân tố hết sức quan trọng quyết định sản phẩm đó có đến được với người tiêu dùng hay không.

V.2.2.2.2 Tác nhân thu gom

Do quy mô hoạt động của trung tâm thương mại không lớn nên kênh hàng tại đây không có nhiều người thu gom, chỉ có 20 người, quy mô buôn bán nhỏ và hầu như tham gia buôn bán ít nhất là 10 năm. Chức năng của thu gom cũng rất đơn thuần và người thu gom không có hoạt động đa dạng như một số nơi khác. Rau được thu mua từ nông dân và sau đó vận chuyển đến các thị trường với hình thức bán buôn là chính có kết hợp với bán lẻ. Hoạt động trong ngày thường bắt đầu vào lúc 2h sáng và kết thúc ở chợ trước 7h.

Hoạt động thu mua sản phẩm:

Nguồn cung ứng rau trong huyện có thể đáp ứng được 100% nhu cầu của người thu gom tại Hoài Đức, khối lượng thu gom hàng ngày bình quân là 2.5-4 tạ, như vậy trong một năm với gần như 12 tháng hoạt động, mỗi người thu gom có khả năng tiêu thụ từ 88- 140 tấn rau các loại. Thông thường một người chuyên buôn bán thường xuyên từ 3-4 loại rau và rất ít khi thay đổi do khách hàng đã quen tìm đến họ để có loại rau như ý muốn. Do đó, khi loại rau khác tăng giá thì tác nhân này vẫn giữ nguyên mặt hàng của mình mà không chuyển sang. Người thu gom thường thu mua hàng vào 2 thời điểm: buổi chiều hôm trước và buổi sáng sớm tại chợ Vọng. Hầu như thời điểm thu mua là vào buổi chiều để hôm sau bắt đầu đi chợ sớm, những người chưa có đủ hàng mới chờ buổi sáng đến chợ Vọng để mua. Giữa người thu gom và người sản xuất chưa có hợp đồng tiêu thụ. Nếu thời điểm không có hàng thì người thu gom thường đặt hàng trước, ngoài trường hợp đó người trồng rau phải tự tìm người để bán sản phẩm, tại ruộng hoặc chở đến nhà người mua bằng xe đạp thồ hoặc xe máy. Giá mua phụ thuộc vào giá thị trường và có liên quan đến giá cả ngày hôm trước. Sản phẩm được phân loại khi giao dịch. Việc phân loại chất lượng chủ yếu dựa vào mẫu mã rau, chênh lệch giá giữa loại 1 và 2 có thể từ 500-1000 đ/kg và thường thanh toán ngay. Đối với sản phẩm như bắp cải thường được trừ 3kg/1 tạ (thanh toán 97kg). Tuy nhiên khi đến tay người tiêu dùng, người thu gom vẫn có thể phải chịu thêm hao hụt và tính tổng là khoảng 5-7kg/1 tạ. Do đặc điểm dễ

bị dập nát và nhanh héo, chưa có phương tiện bảo quản nên việc dự trữ là không thể thực hiện được (trừ cà chua có thể để được 1 tuần và một số loại rau ăn củ). Tuy vậy, người thu gom cũng rất ít khi dự trữ.

Hiện nay khó khăn khi mua hàng là vào thời điểm khan hiếm rau, tác nhân này thường không có đủ lượng hàng theo yêu cầu, nhất là khi có đặt hàng từ phía người mua.

Hoạt động bán sản phẩm:

Rau được gom về nhà và được tưới nước giữ ẩm để bán vào sáng ngày hôm sau tại các chợ đêm ở Hà Đông và Hà Nội. Vào vụ rau có thể đi 2 chuyến/ngày bằng xe máy. Bán buôn là hình thức chủ yếu và chiếm tới 80-90% khối lượng hàng. Đối tượng mua buôn là người bán lẻ và các quán cơm nhỏ. Sản phẩm có chất lượng loại 1 thường được người bán lẻ mua hết trước, còn lại rau xấu, chất lượng thấp dành cho quán cơm. Lượng rau rất nhỏ còn lại bán cho những người tiêu dùng đi chợ sớm. Tất cả người thu gom đều có khách hàng thường xuyên của mình. Chưa có bất kỳ một hợp đồng tiêu thụ nào giữa 2 tác nhân này mà chỉ là những thoả thuận miệng. Ngay cả với các quán cơm và nhà hàng cũng chưa tồn tại hình thức này. Cũng như trường hợp mua đầu vào, khách hàng có thể đặt hàng cho ngày hôm sau ngay tại chợ, hoặc gọi điện yêu cầu lượng hàng bổ sung. Khối lượng hàng mua/ngày của mỗi người là khá ổn định. Thanh toán ngay khi bán hoặc có thể chậm lại từ 1-2 ngày đối với khách hàng quen. Người thu gom thường có lợi nhuận không ổn định do giá cả rau luôn biến động, tuy nhiên họ luôn đảm bảo mức lãi thường xuyên từ 70-100 ngàn đồng/ngày. Những hôm rau đắt thì có thể lên tới 200 ngàn.

Theo quan điểm của những người thu gom thì buôn bán rau không đòi hỏi vốn lớn, có tiền ngay và không có nhiều khó khăn. Trong quá trình hoạt động, những rủi ro mà người thu gom có thể gặp phải là: hao hụt do dập nát, giá cả sụt giảm mà không đoán được trước, không có đủ hàng để mua vào thời điểm khan hiếm. Nhiều khi người mua hạ thấp chất lượng xuống để ép giá.

Bảng 19: Chi phí hoạt động của tác nhân bán lẻ và tác nhân thu gom

Tiêu chí	Thu gom	Bán lẻ
Xăng xe	12,000	7,000
Bao gói	10,000	10,000
Vé chợ	15,000	3,000
Vệ sinh	2,000	2,000
Vé lưu hành xe	2,000	-
Vé xe	-	2,000
Thuê quầy	-	6,000
Điện thoại	5,000	-
Tổng	46,000	30,000

Nguồn: Điều tra VASI- 2005

Bảng 20: Một số chỉ tiêu trong hoạt động của tác nhân thu gom và tác nhân bán lẻ

Tiêu chí	Đơn vị	Thu gom	Bán lẻ
Khối lượng vận chuyển	Kg/lần	250- 400	70-150

Số năm hoạt động trung bình	Năm	10	10
Thời gian hoạt động trong năm	Tháng	12	12
Lượng vốn bình quân	1000 đ	5,000	1,500
Chủng loại sản phẩm thu gom	Loại	3-4	8-10
Tác nhân đầu ra		Người bán lẻ Nhà hàng, quán cơm Người tiêu dùng	Người tiêu dùng
Hình thức bán			
+ Bán lẻ	%	80-90	100
+ Bán buôn	%	10-20	
Phương tiện vận chuyển		Xe máy	Xe máy, xe đạp thồ

Nguồn: Điều tra VASI- 2005

V.2.2.2.3 Tác nhân bán lẻ

Số lượng người bán lẻ tại điểm nghiên cứu rất đông bao gồm người bán lẻ chuyên nghiệp và người bán lẻ là nông dân. Hoạt động của người nông dân là không thường xuyên, chỉ hoạt động vào thời điểm nông nhàn. Trong phần này chỉ trình bày đặc điểm của người bán lẻ chuyên nghiệp.

Hoạt động mua sản phẩm: Khác với người thu gom, sản phẩm thường được mua vào buổi sáng tại chợ Vọng, sau đó phân loại tại chỗ rồi mang đi tiêu thụ. Hoạt động từ 5h - 20h hàng ngày. Người bán lẻ thường buôn bán từ 8-10 loại rau, chủ yếu là rau ăn lá với tổng khối lượng 70-150 kg/ngày. Loại rau họ mua cũng thường không thay đổi lớn. Quyết định mua loại rau gì và khối lượng bao nhiêu thường dựa trên tình hình của ngày hôm trước. Do mua tại chợ nên tác nhân này có ít người cung cấp thường xuyên và một lý do khác là không phải nông dân nào cũng thường xuyên có sản phẩm mang bán.

Hoạt động bán sản phẩm: Phương tiện vận chuyển chủ yếu là xe đạp thồ và xe máy. Những người có xe đạp thồ thường chở được ít hơn và nhiều người trong số đó đi bán rong hoặc không có chỗ cố định nằm trong chợ. Địa điểm tiêu thụ là các chợ bán lẻ tại thị xã Hà Đông và thành phố Hà Nội. Một số người có quầy riêng tại chợ và họ phải trả một khoản tiền hàng tháng cho chỗ ngồi này, số khác bán trái bạt ngay bên ngoài khu vực chợ. Người bán lẻ có thể được phân chia khá rõ: những người bán tại các chợ thuộc khu trung tâm thường mua rau có chất lượng cao, còn lại những người bán tại các vùng ven thị thường mua loại rau có chất lượng kém hơn. Đa số người bán lẻ tham gia khá lâu vào buôn bán nên họ có tạo được khách hàng quen cho mình.

Do quy mô nhỏ lẻ nên cả người thu gom và bán lẻ đều chưa tạo ra những hoạt động mang tính chuyên nghiệp, đó là: i) chưa ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các khách hàng lớn; ii) chưa bao gói sản phẩm; iii) chưa có phương tiện bảo quản, dự trữ; iv) cung cấp sản phẩm dưới dạng tự nhiên, chưa tạo ra giá trị gia tăng. Với những hạn chế trên để xây dựng thành công hệ thống phân phối chuyên nghiệp, nhất là đến các siêu thị thì người bán lẻ tại đây không phải là một lựa chọn.

Mạng lưới người bán lẻ góp phần rất lớn trong ngành hàng, đưa rau đến nhiều vùng, nhiều đối tượng tiêu dùng trực tiếp và điều tiết cân bằng giá cả giữa các thị trường. Theo đánh giá của bản thân người bán lẻ, việc buôn bán không gặp nhiều khó khăn, ngoại trừ những bất ổn về giá cả có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận của họ.

Thuận lợi, khó khăn và các đề xuất hỗ trợ của tác nhân bán lẻ và thu gom

Thuận lợi	Khó khăn
Ở xã có hệ thống người thu gom và bán lẻ rất rộng và đa dạng. Địa bàn hoạt động thu mua đầu vào của họ không chỉ nằm trong phạm vi xã và 2 thị trường đầu ra chủ yếu là Hà Nội và Hà Đông.	Tác nhân thương mại hoạt động nhỏ lẻ, không nằm trong một tổ chức. Điều này là do nhu cầu thực tế phải liên kết chưa xuất hiện.
Hướng tác động	
Theo định hướng tổ chức thành một HTX sản xuất rau an toàn, các hướng tác động chính vào tác nhân thương mại (bao gồm người thu gom và bán lẻ) chủ yếu là:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nhóm hỗ trợ nên khai thác thông tin về nhu cầu rau an toàn tại các địa bàn mà những tác nhân thương mại này hoạt động, bao gồm cả thị trường gần và thị trường xa. 2. Kết nạp họ vào trong HTX như là các thành viên chịu trách nhiệm về thương mại sản phẩm. Tất nhiên phải đảm bảo rằng lợi ích của họ sẽ lớn hơn khi tham gia vào HTX so với khi họ hoạt động đơn lẻ bên ngoài. Ngoài điều kiện này ra, họ rất khó có thể từ bỏ công việc hiện tại đang nuôi sống gia đình. 3. Chọn lựa các xã viên của HTX tham gia vào hệ thống bán lẻ tại các cửa hàng đặt trong các chợ. 4. Đào tạo cho tác nhân thương mại kỹ năng đóng gói, bảo quản sản phẩm, vận chuyển tiêu thụ sao cho mức hao hụt giảm xuống thấp nhất và kỹ năng bán hàng, giới thiệu sản phẩm. 	

V.2.2.2.4. Phân tích giá trị của kênh hàng

Các kênh hàng mà chúng tôi lựa chọn để tính toán quá trình hình thành giá tại Hoài Đức bao gồm 2 kênh hàng chính sau:

- Kênh 1: Sản xuất-> thu gom-> bán lẻ Hà Nội -> người tiêu dùng Hà Nội
- Kênh 2: Sản xuất-> bán lẻ địa phương-> người tiêu dùng Hà Nội

Giả thiết trong quá trình tính toán là: mức giá bán ra là giá thời điểm và là giá trung bình của các tác nhân điều tra; chi phí của các tác nhân là khá ổn định theo ngày; khối lượng buôn bán/ngày được tính trung bình cho các tác nhân.

Bảng 21: Hình thành giá qua các tác nhân xuất phát từ Hoài Đức (ĐVT: đ/kg)

	Kênh 1	Kênh 2
Người sản xuất		
<i>Giá bán ra</i>	2,500	2,700
Thu gom		
Giá mua vào	2,500	-
Chi phí	131	-
Giá thành	2,631	-
<i>Giá bán ra</i>	3,200	-
Lợi nhuận	569	-
Bán lẻ		

Giá mua vào	3,200	2,700
Chi phí	177	231
Giá thành	3,377	2,931
<i>Giá bán ra</i>	4,100	3,900
Lợi nhuận	723	969
Người tiêu dùng		
Giá mua vào	4,100	3,900

Nguồn: điều tra Vasi- 2005

Tại thời điểm điều tra, giá rau là khá cao do lượng cung bị sụt giảm. Vào thời điểm giá rau cao do khan hiếm, mức độ chênh lệch giữa giá bán ra và giá mua vào thường cao hơn các thời điểm khác. Do khối lượng, địa điểm bán và phương thức đưa hàng khác nhau nên giá bán của nông dân cho người thu gom và người bán lẻ có sự chênh lệch song không lớn. Trong kênh hàng, chi phí của người thu gom là khá cao nhưng tính trên một đơn vị lại nhỏ hơn của người bán lẻ. Mức lãi đơn vị của người thu gom thấp hơn bán lẻ song lãi/ngày lại cao hơn do khối lượng buôn bán của người thu gom lớn (250-400 kg/ngày)

Trong kênh hàng không có sự tập trung lợi ích quá lớn vào tác nhân nào. Mức giá bán ra của nông dân và tác nhân thương mại phụ thuộc hoàn toàn vào cung cầu thị trường, nhưng tác nhân thương mại có cơ sở để đảm bảo mức lợi nhuận của họ, người sản xuất thì không. Nếu giá bán rau trên thị trường thay đổi thì họ có khả năng điều chỉnh mức giá mua, thấp xuống hoặc cao lên tùy theo sự biến động. Các kênh thông tin không chính thức có thể giúp cho mặt bằng giá giữa các vùng sản xuất giữ cân bằng.

V.2.3 Tác nhân tiêu dùng

Thị trường tiêu thụ rau chủ yếu của 2 địa điểm nghiên cứu là thành phố Hà Nội. Do đặc điểm đa dạng của dân cư về địa điểm cư trú, mức sống, thói quen tiêu dùng... nên người tiêu dùng sẽ được phân chia theo nhiều tiêu chí khác nhau. Trong phần này sẽ trình bày đặc điểm tiêu dùng rau theo từng nhóm cụ thể. Việc phân chia nhóm người tiêu dùng chủ yếu dựa trên ý kiến đánh giá và phân loại của người bán lẻ được khảo sát, theo đó được phân chia làm 3 nhóm và có các đặc điểm như sau:

- Nhóm 1: Người tiêu dùng là các nhà hàng, khách sạn

Đây là nhóm có nhu cầu cao nhất về chất lượng rau, chủng loại rau và yếu tố quan trọng đó là mức độ an toàn cao khi sử dụng. Yêu cầu về chất lượng được thể hiện ở các tiêu chí: rau phải có mẫu mã đẹp, tươi mới, hoàn toàn không dập nát hoặc thối, không bị sâu bệnh. Nhóm này thường tiêu thụ nhiều loại rau cùng lúc và yêu cầu với khối lượng khoảng từ kg/ngày.

Thông thường người thu gom hoặc bán lẻ không thể trực tiếp đưa hàng vào nhà hàng, khách sạn mà phải thông qua một người trung gian và hợp đồng cung cấp sản phẩm được ký với người này (có thể là người của nhà hàng khách sạn hoặc không). Tuy vậy, không phải tất cả các nhà hàng, khách sạn và người cung cấp đều ký hợp đồng cung ứng trên giấy tờ mà chủ yếu là bằng miệng do mối quan hệ dựa trên thời gian dài và tin tưởng lẫn nhau. Để giữ được mối hàng người cung cấp rất ít khi để xảy ra những sự cố như giao hàng xấu, kém chất lượng, sai chủng loại, sai hện...Đổi lại, giá bán cho nhóm này luôn cao hơn hẳn các nhóm khác từ 800-1500 đ/kg tùy theo từng loại rau. Các nhà hàng, khách sạn thường không tích trữ rau qua ngày.

- Nhóm 2: Người tiêu dùng là các quán cơm, bếp ăn tập thể

Ngược lại với nhu cầu về chất lượng là yếu tố đầu tiên của nhà hàng, khách sạn, các bếp ăn tập thể thường không yêu cầu cao về chất lượng. Loại rau mà họ chọn mua thường là rau xấu, loại bỏ (rau còn lại của người thu gom sau khi đã bán hết rau đẹp) và yếu tố quan trọng là giá rẻ (sự chênh lệch giữa rau đẹp nhất và xấu nhất vào khoảng từ 1200-2000 đ/kg). Hầu hết các tác nhân này đều có người chuyên cung cấp rau và giao tại 2 địa điểm: hoặc là tại chợ hoặc giao tận cửa hàng. Nếu họ chọn mua tại chợ thì giá sẽ rẻ hơn và được lựa chọn. Khối lượng tiêu thụ hàng ngày của nhóm này là khá ổn định. Một số bếp ăn tập thể lớn như là công ty Hanel thường hợp đồng trực tiếp với người thu gom từ các xã để đảm bảo nguồn rau cung cấp hàng ngày.

- Nhóm 3: Người tiêu dùng cá nhân

Đây là nhóm người tiêu dùng phổ biến nhất. Thị trường Hà Nội có sự phân biệt người tiêu dùng theo các khu vực: khu vực dân cư có mức sống cao như các quận nội thành, trung tâm và khu vực có mức sống thấp hơn là các quận ven ngoại và các huyện (Thanh Trì, Từ Liêm...). Sự phân chia này thể hiện rất rõ từ những người bán lẻ: họ mang rau đẹp, chất lượng cao vào các khu vực trung tâm và rau có chất lượng thấp hơn, xấu hơn vào các khu vực còn lại. Tuy nhiên, trong từng khu vực cũng lại phân cấp người tiêu dùng theo cấp độ riêng.

- i. Người tiêu dùng cao cấp: đây là những người có thu nhập khá như công nhân viên chức, người buôn bán...Yếu tố quan tâm đầu tiên khi mua rau của nhóm này là chất lượng, mẫu mã và sự an toàn. Khối lượng/lần mua không nhiều, mức độ tiêu thụ rau cao cấp và các loại rau lạ cũng thường xuyên hơn nhóm khác. Thường mua của người quen để đảm bảo tin cậy về giá cả và độ an toàn và ít khi mua của những người bán rong trên hè phố.
- ii. Người tiêu dùng bình dân: thường là học sinh, sinh viên, người lao động...Đây là nhóm có thu nhập thấp và thường quan tâm đến giá cả nhiều hơn là chất lượng khi quyết định mua. Không có nhu cầu thường xuyên về các loại rau cao cấp.

Bảng 22: Một số vấn đề của nhóm người tiêu dùng trong kênh hàng

Tiêu chí	Nhà hàng, khách sạn	Bếp ăn tập thể, quán cơm	Người tiêu dùng bình thường
Yêu cầu chất lượng	Chất lượng cao, mẫu mã đẹp, tươi mới, an toàn	Không quan tâm nhiều đến chất lượng	Yêu cầu chất lượng khác nhau tùy theo từng nhóm
Đặc điểm tiêu dùng	<ul style="list-style-type: none"> - Khối lượng lớn, nhiều chủng loại - Có nhu cầu thường xuyên các loại rau cao cấp. - Rau đảm bảo chất lượng, an toàn - Một số loại rau đã qua sơ chế 	<ul style="list-style-type: none"> - Khối lượng tiêu dùng ổn định hàng ngày - Không quan tâm nhiều đến nguồn gốc, chủ yếu là giá rẻ. - Có nhu cầu thường xuyên các nhóm rau bình thường - Một số loại rau đã qua sơ chế. 	<ul style="list-style-type: none"> - Khối lượng tiêu dùng nhỏ - Nhu cầu rau tươi hàng ngày - Thường mua ở những nơi thuận tiện, gần nơi cư trú - Có sự phân cấp tiêu dùng theo mức thu nhập
Mong muốn sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"> - Có nguồn gốc rõ ràng - An toàn, vệ sinh sạch sẽ - Ký hợp đồng với người cung cấp có uy tín 	<ul style="list-style-type: none"> - Có nguồn cung ứng ổn định - Đảm bảo an toàn 	Đảm bảo an toàn, vệ sinh
ĐỀ XUẤT	<ul style="list-style-type: none"> - Thiết lập hệ thống cung ứng rau an toàn tin cậy tốt 	<ul style="list-style-type: none"> - Giảm được ảnh hưởng của thời tiết đến sản xuất rau 	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều cửa hàng rau an toàn có uy tín

	nhất là nên có tổ chức do Nhà nước quản lý - Có hệ thống kiểm tra và xử phạt vi phạm về vệ sinh an toàn chặt chẽ	- Nên có tổ chức sản xuất rau an toàn tin cậy - Thiết lập một cách có tổ chức (HTX, tổ chức nông dân) khi cung ứng sản phẩm)	- Quy hoạch lại các chợ và người tham gia bán rau
--	---	---	---

Nguồn: điều tra VASI- 2005

V.2.4 Vai trò của các tổ chức trong quá trình phát triển sản phẩm

Trong quá trình phát triển sản phẩm, các tổ chức đóng một vai trò hết sức quan trọng, vai trò này được thể hiện như sau:

● Ủy ban nhân dân tỉnh:

Đóng vai trò lãnh đạo, đề ra các chủ trương, chính sách tới các ban ngành có liên quan như: Sở nông nghiệp, trung tâm khuyến nông và các tổ chức khác.

● Sở nông nghiệp

- Tham mưu cho Ủy ban nhân dân Tỉnh các cơ chế, chính sách liên quan đến phát triển nông nghiệp, nông thôn.
- Chỉ đạo các phòng ban thực hiện các chủ trương, chính sách của tỉnh trong việc phát triển nông nghiệp.
- Phối hợp với các ban ngành (trung tâm khuyến nông, chi cục bảo vệ thực vật...) tìm ra những giống mới, quy trình sản xuất...phù hợp với từng vùng trong tỉnh cũng như trong việc xúc tiến thương mại cho sản phẩm.

● Vai trò của phòng nông nghiệp huyện:

- Tham mưu cho Ủy ban nhân dân huyện các cơ chế, chính sách liên quan đến phát triển nông nghiệp, nông thôn.
- Tác động cơ quan khuyến nông trong việc chuyển giao các tiến bộ khoa học kỹ thuật
- Quản lý hệ thống cán bộ cơ sở trong các HTX
- Tham gia xây dựng các dự án, quy hoạch vùng cây trồng vật nuôi.

● Trạm khuyến nông.

- Tổ chức các lớp tập huấn, chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật, xây dựng các mô hình sản xuất...

VI.KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

VI.1 Kết luận

Hà Tây là một trong những tỉnh sản xuất rau lớn nhất cả nước với tổng diện tích là khoảng 20857 ha và sản lượng 268538 tấn/năm (năm 2004). Sản xuất rau theo quy mô của tỉnh được chia làm ba nhóm chính sau: nhóm 1: các huyện Thường Tín, Hoài Đức, Chương Mỹ, Thanh Oai, Ba Vì; nhóm 2: bao gồm các huyện Phú Xuyên, Mỹ Đức, Ứng Hoà, Phúc Thọ, Quốc Oai; nhóm 3: bao gồm các huyện có diện tích rau dưới 1000 ha bao gồm các huyện Đan Phượng, Thạch Thất, thị xã Sơn Tây, thị xã Hà Đông và nông trường quốc doanh. Trình độ thâm canh rau của các huyện cũng khác nhau khá lớn. Những vùng có trình độ thâm canh cao là Phúc Thọ, Đan Phượng, Hoài Đức, thị xã Hà Đông, thị xã Sơn Tây, Mỹ Đức, Thạch Thất và nông

trường quốc doanh trong đó huyện Phúc Thọ đứng đầu với năng suất bình quân là 19.1 tấn/ha. 2 thị xã tuy có diện tích nhỏ nhưng năng suất lại khá cao. Thời vụ rau trồng giữa các vùng cũng không khác nhau nhiều. Trong tỉnh vẫn chủ yếu sản xuất rau ở quy mô gia đình. Hệ thống các cơ sở, nhà máy chế biến rau chưa được hình thành.

Hệ thống thương mại sản phẩm rau của tỉnh hiện nay có những đặc điểm sau:

- Các trung tâm mại sản phẩm rau tại mỗi điểm nghiên cứu phát triển mạnh trong những năm gần đây.
- Các kênh hàng hoạt động gần chủ yếu là kết nối giữa các khu vực sản xuất với các thị trường tiêu thụ xung quanh trong và ngoài tỉnh và tập trung mạnh là thị trường Hà Nội, Các kênh hàng dài đi các tỉnh xa như miền Trung hay miền Nam chưa phát triển.
- Thị trường hoạt động dựa trên sự phát triển của hệ thống tư thương, chưa có được sự hỗ trợ của nhà nước trong việc tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm và các hình thức tiêu thụ ổn định.
- Sự phát triển sản xuất và hoạt động của hệ thống thương mại đã mang lại hiệu quả về mặt kinh tế cho các tác nhân tham gia. Trong quá trình tham gia vào thị trường từ người sản xuất đến các tác nhân thương mại vẫn chưa có được những chiến lược cụ thể nhằm cải thiện sự thích ứng với những thay đổi của thị trường.
- Phát triển và mở rộng sản xuất các sản phẩm cao cấp, đặc trưng của vùng đang là xu hướng hiện nay của người sản xuất cũng như chính quyền địa phương của mỗi vùng.
- Các khó khăn chính của các tác nhân tham gia là sự bất ổn về giá.

VI.2 Những định hướng đề xuất cho sự phát triển ngành hàng rau tại Hà Tây

Về sản xuất	<ul style="list-style-type: none"> - Quy hoạch vùng sản xuất tập trung các loại rau phù hợp với từng chất đất, khí hậu cũng như các đề án sản xuất cho mỗi vụ cho từng vùng cụ thể. - Xây dựng các quy trình sản xuất đối với loại cây trồng khác nhau và thử nghiệm quy trình kỹ lưỡng trước khi đưa vào sản xuất đại trà. - Tập huấn, chuyển giao kỹ thuật thông qua các cuộc hội thảo, thảo luận đến cấp thôn. - Kiểm soát chất lượng giống bằng việc xây dựng các kênh giống có chất lượng đến tận tay người sản xuất. - Xây dựng hệ thống kênh mương, cải tạo đường liên thôn và trục nội đồng tạo điều kiện thuận lợi cho các tư thương và hộ sản xuất trao đổi sản phẩm ngay tại ruộng. - Hỗ trợ vốn cho các hộ sản xuất thông qua việc vay vốn với lãi suất thấp kỳ hạn dài. - Khuyến khích các hộ sản xuất theo hình thức trang trại. - Thành lập các hợp tác xã, hiệp hội, nghiệp đoàn chuyên làm các dịch vụ kinh doanh các sản phẩm rau, củ quả của địa phương.
--------------------	---

<p>Về tiêu thụ sản phẩm</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Khuyến khích, kêu gọi và hỗ trợ các công ty chế biến và tiêu thụ sản phẩm rau bằng các chính sách cụ thể: ưu đãi giá thuê đất... - Cập nhật, phổ biến các thông tin thị trường cho người sản xuất dưới nhiều hình thức khác nhau: loa đài, tờ rơi, internet...trong mọi phạm vi toàn tỉnh. - Tìm thị trường tiêu thụ sản phẩm rau cho các hộ sản xuất thông qua việc đăng ký hội chợ, liên kết với các siêu thị lớn ở Hà Nội, các khu công nghiệp... - Kêu gọi sự hỗ trợ của các tổ chức, công ty...trong và ngoài tỉnh, trong việc tiêu thụ sản phẩm (các công ty, tổ chức đứng ra ký kết hợp đồng tiêu thụ với nông dân thông qua các tổ chức có tư cách pháp nhân) - Xây dựng các tổ chức nông dân có tư cách pháp nhân (hiệp hội, HTX...) trực tiếp ký kết hợp đồng với các tổ chức, doanh nghiệp buôn bán rau. - Hướng dẫn cho các tổ chức nông dân, nông dân cách làm hợp đồng tiêu thụ với các cơ chế cụ thể, đặc biệt là cơ chế giá và cơ chế khi phá vỡ hợp đồng. - Trong mỗi một tổ chức xây dựng từng tổ, nhóm với các chức năng cụ thể (tổ thu gom, vận chuyển, chế biến...)
------------------------------------	--

PHỤ LỤC

Danh sách tác nhân điều tra

Tác nhân	Địa chỉ
Phòng trồng trọt - Sở NN& PTNT tỉnh Hà Tây	Thị xã Hà Đông – Hà Tây
Huyện Hoài Đức	
Phòng NN&PTNT huyện Hoài Đức	Thị trấn Trôi- Hoài Đức- Hà Tây
HTX Phương Vân	Xã Song Phương- Hoài Đức
Hồng -An	Thu gom đi Hà Đông
Thủy -Đàm	Thu gom đi Hà Nội
Sơn -Thuỷ	Thu gom đi Hà Nội
Chú Minh	Thu gom đi Hà Đông
Lê Văn Tiến	Xóm 7-Song Phương (thu gom đi chợ Xanh)
Nguyễn Việt Lý	Xóm 1-Song Phương (thu gom rau đi Hà Nội)
Chị Sửu	Song Phương (đi chợ Ngã Tư)
Nguyễn Thị Tâm	Xóm 6-Song Phương (thu gom đi Hà Nội)
Thủy – Hải	Song Phương (bán lẻ ở Hà Nội)
Vinh – Quyên	Song Phương (bán lẻ ở Hà Nội)
Cao Hợp Tâm	Nông dân trồng rau- xóm 1
Cao Văn Giáp	Nông dân sản xuất giống – xóm 1
Nguyễn Bá Vi	Nông dân trồng rau- xóm 1
Chú Quang	Nông dân sản xuất giống- xóm 9
Chú Quế	Nông dân sản xuất giống- xóm 2
Huyện Thường Tín	
Phòng NN&PTNT huyện Thường Tín	Thị trấn Thường Tín
HTX NN Hà Hồi	Xã Hà Hồi- Thường Tín
Liên - Tú	Thu gom đi Hà Nội, thôn Quang Trung
Tuấn - Lùng	Thu gom đi Phủ Lý, thôn Quang Trung
Kha - Điệp	Thu gom đi Hà Nội, thôn Quang Trung
Cúc - Phương	Thu gom đi Phủ Lý, thôn Đình Tiên Hoàng
Hiếu - Mộc	Thu gom đi Hà Nội, thôn Phạm Hồng Thái
Mậu - Hợp	Thu gom đi Hà Nội, thôn Phạm Hồng Thái
Xuân - Nguyệt	Thu gom đi Hà Nội, thôn Nguyễn Trãi
Hiền - Bắc	Thu gom đi Hà Nội, thôn Nguyễn Trãi
Khải - Nhàn	Chủ buôn đi Hà Nội, Ninh Bình, Phủ lý, Nam Định, thôn Khê Hồi
Hương - Kiên	Chủ buôn (chợ Vôi- Hà Hồi)
Đỗ Văn Mạnh	Nông dân, thôn Quang Trung
Nguyễn Văn Cân	Nông dân, thôn Quang Trung
Uông Văn Bài	Nông dân, thôn Đình Tiên Hoàng
Nguyễn Hữu Hồi	Nông dân sản xuất giống, thôn Đình Tiên Hoàng
Lê Văn Dược	Nông dân, thôn Đình Tiên Hoàng
Nguyễn Thị Thanh	Nông dân, Hà Hồi
Uông Văn Thạo	Nông dân sản xuất giống, thôn Quang Trung
Chú Hiến	Nông dân sản xuất giống, thôn Quang Trung (nhà thờ)