



Cash & Carry Vietnam Ltd.



MINISTRY OF
TRADE
OF S.R. VIETNAM

PHÂN TÍCH NGÀNH HÀNG RAU AN TOÀN TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI



CN. Hồ Thanh Sơn, TS. Đào Thế Anh
Viện khoa học kỹ thuật nông nghiệp việt nam
Bộ môn Hệ thống nông nghiệp

THÁNG 03 NĂM 2006

MỤC LỤC

I -	TÓM TẮT.....	5
II -	GIỚI THIỆU CHUNG.....	5
1-	Bối cảnh nghiên cứu.....	5
2-	Mục đích nghiên cứu.....	6
3-	Phạm vi nghiên cứu.....	6
4-	Phương pháp thu thập thông tin.....	6
5-	Một số quy định về rau an toàn.....	6
5.1-	Định nghĩa rau an toàn.....	6
5.2-	Các quy định liên quan khác.....	8
III -	TỔNG QUAN VỀ THÀNH PHỐ HÀ NỘI.....	8
1-	Vị trí địa lý.....	8
2-	Đất đai.....	8
3-	Khí hậu.....	8
IV -	ĐẶC TRUNG CỦA VÙNG SẢN XUẤT VÀ CÁC ĐIỂM	9
1-	Địa bàn sản xuất rau an toàn.....	9
2-	Điểm bán lẻ rau an toàn.....	12
2.1-	Quầy hàng RAT ở chợ.....	13
2.2-	Rau bán trong các siêu thị.....	15
2.3-	Cửa hàng rau sạch ở đường phố.....	16
V -	KÊNH CUNG ỨNG RAT CHO THÀNH PHỐ HÀ NỘI.	17
1-	Sơ đồ về kênh cung ứng RAT.....	17
2-	Đặc trưng của các tác nhân tham gia kênh cung ứng RAT.....	19
2.1-	Người sản xuất.....	19
2.2-	Người thu gom.....	19
2.3-	Công ty trung gian.....	20
2.4-	Người bán lẻ.....	20
3-	Mối quan hệ của các tác nhân trong ngành hàng RAT.....	20
3.1-	Đối với người sản xuất.....	20
3.2-	Mối quan hệ giữa người thu gom với người sản xuất.....	20
3.3-	Mối quan hệ giữa công ty trung gian với người sản xuất.....	21
3.4-	Mối quan hệ giữa người thu gom với người bán lẻ.....	21
3.5-	Mối quan hệ giữa công ty trung gian với người bán lẻ.....	22
3.6-	Mối quan hệ giữa người sản xuất với người bán lẻ.....	22
4-	Quy mô trung bình của các tác nhân tham gia ngành hàng RAT.	22
5-	Sự thay đổi giá rau qua các tác nhân.....	23
6-	Cơ cấu các chi phí hình thành giá qua các tác nhân.....	24
7-	Hiệu quả kinh tế của một số loại RAT.....	25
8-	Thông tin về một số tổ chức sản xuất RAT.....	26

9-	Một số khó khăn của các tác nhân tham gia ngành hàng RAT.....	31
9.1-	Người sản xuất RAT.....	31
9.2-	Đối với các tác nhân trung gian.....	31
9.3-	Đối với người bán lẻ.....	31
VI	KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	32
1-	Kết luận.....	32
2-	Kiến nghị.....	33
	TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	34

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1 -	Tiêu chuẩn về hàm lượng Nitrat (NO ₃).....	7
Bảng 2 -	Hàm lượng kim loại nặng và độc tố.....	7
Bảng 3 -	Dư lượng thuốc BVTV.....	7
Bảng 4 -	Diện tích, năng suất và sản lượng RAT của các huyện.....	11
Bảng 5 -	Danh sách những quầy hàng rau sạch tại các chợ.....	13
Bảng 6 -	Chi phí và thu nhập trung bình của một quầy hàng bán RAT.....	14
Bảng 7 -	Danh sách các siêu thị có gian hàng bán RAT.....	15
Bảng 8 -	Danh sách các cửa hàng rau sạch trên các đường phố.....	16
Bảng 9 -	Chi phí & thu nhập trung bình của một cửa hàng bán RAT	17
Bảng 10 -	Qui mô sản phẩm của các tác nhân trong ngành hàng RAT.....	23
Bảng 11 -	Sự thay đổi giá cà chua ở từng tác nhân qua các kênh phân phối.....	23
Bảng 12 -	Sự hình thành giá cà chua qua từng tác nhân ở các kênh phân phối.....	24
Bảng 13 -	Chi phí sản xuất và hiệu quả kinh tế của cây cà chua và rau muống.....	25
Bảng 14 -	Danh sách một số tổ chức sản xuất RAT.....	26

DANH MỤC BẢN ĐỒ, ĐỒ THỊ VÀ SƠ ĐỒ

Bản đồ 1 -	Phân bố rau sạch của thành phố Hà Nội.....	10
Đồ thị 1 -	Diện tích, năng suất và sản lượng RAT	12
Sơ đồ 1 -	Kênh phân phối RAT từ các huyện ngoại thành về TP Hà Nội.....	18

I - Tóm tắt

Quá trình đô thị hoá đã ảnh hưởng tiêu cực đến diện tích đất nông nghiệp, hậu quả trước mắt là diện tích đất ngày càng bị thu hẹp với tốc độ rất nhanh. Do đó việc sản xuất nông nghiệp của nông dân ở các địa bàn ven đô sẽ trở nên ngày càng khó khăn. Đứng trước thách thức này đòi hỏi họ phải vận động để thay đổi hoạt động sản xuất như: chuyển dân một phần lao động trong nông hộ sang tham gia hoạt động phi nông nghiệp, chuyên môn hoá sản xuất các loại cây đặc sản (*cây ăn quả, cây cảnh...*) hay chuyển từ sản xuất rau truyền thống (*rau thường*) sang sản xuất rau (*an toàn*). Đi cùng với quá trình thay đổi hình canh tác là sự thay đổi về tổ chức sản xuất: như sự ra đời của các nhóm, hợp tác xã chuyên ngành kiểu mới, công ty trách nhiệm hữu hạn chuyên sản xuất và phân phối RAT.

Tuy nhiên ngành hàng rau an toàn của cả nước nói chung và của thành phố Hà Nội nói riêng hiện nay đang đứng trước một số thách thức khó khăn:

- Người sản xuất RAT, họ gặp phải những vấn đề khó khăn và rủi ro ở khâu tiêu thụ sản phẩm. Chúng ta vẫn biết rằng giá bán rau an toàn thường cao hơn giá bán rau thường ở mức tối đa là một gấp đôi (*chủ yếu ở khâu bán lẻ*), nhưng trên thực tế không phải toàn bộ sản lượng rau được sản xuất theo quy trình RAT đều bán được theo giá RAT.
- Người tiêu dùng chưa tin tưởng vào chất lượng "rau an toàn", nên khi phải chi trả với mức giá cao hơn giá rau thường từ (1.5 đến 2 lần) thì tâm lý nhiều người mua còn băn khoăn, ngần ngại.
- Trên thị trường Hà Nội việc quản lý ngành hàng rau, củ nói chung và các điểm bán RAT nói riêng (các siêu thị, quầy hàng, cửa hàng bán RAT...), còn mang tính hình thức.
- Hệ thống xây dựng ngành hàng rau an toàn chưa được xây dựng hoàn chỉnh.

II - Giới thiệu chung

1- Bối cảnh nghiên cứu

Tổ chức Hợp tác Kỹ thuật Đức (GTZ) và Công ty Metro Cash và Carry Vietnam cùng với Bộ Thương mại Việt Nam tiến hành Dự án Hỗ trợ Phát triển Chuỗi Giá trị cho rau quả Việt Nam từ đầu năm 2005. Đồng thời, chương trình Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ nằm trong khuôn khổ hợp tác giữa hai chính phủ Việt Nam và Đức do Bộ Kế hoạch Đầu tư và GTZ thực hiện cũng tập trung hỗ trợ phát triển khả năng cạnh tranh của một số tiểu ngành nông nghiệp thông qua cách tiếp cận "Phát triển Chuỗi giá trị".

Để có cơ sở xây dựng kế hoạch hỗ trợ phù hợp với yêu cầu thực tế của ngành hàng rau, quả và đo lường mức độ tác động của những hoạt động hỗ trợ, dự án và chương trình trên quyết định kết hợp thực hiện Nghiên cứu Chuỗi Giá trị RAT tại thành phố Hà Nội để xác định các hoạt động tác động.

2- Mục đích nghiên cứu

Mục đích của nghiên cứu:

Thu thập số liệu về chuỗi giá trị RAT dựa trên những yêu cầu trong nội dung nghiên cứu, trên cơ sở đó mô tả thực trạng và phân tích chuỗi giá trị.

Như đã đề cập ở trên, công việc này nhằm giúp xác định những can thiệp của dự án và thu thập thông tin để làm cơ sở đo lường sự tác động.

3- Phạm vi nghiên cứu

- Vùng sản xuất được lựa chọn để nghiên cứu thuộc địa bàn huyện Đông Anh vì đây là một trong những huyện ngoại thành có diện tích trồng RAT lớn cung cấp cho các quận nội thành.

- Thị trường tiêu thụ sản phẩm sẽ được điều tra trên một số địa bàn thuộc các quận nội thành có mật độ lớn các cửa hàng, quầy rau an toàn và siêu thị như quận Hoàn Kiếm, quận Đống Đa và quận Cầu Giấy....

4- Phương pháp thu thập thông tin

- Căn cứ vào kết quả điều tra tại các quầy hàng, cửa hàng RAT và siêu thị để xác định nguồn cung ứng RAT vào Hà Nội, xác định một số kênh chính cung ứng sản phẩm.

- Điều tra nhanh một số tác nhân trung gian: người thu gom, người bán buôn trong các kênh cung ứng đã xác định được ở trên để hiểu được cách tổ chức, hoạt động và tính quyết định của các tác nhân trong quá trình giao dịch sản phẩm. Điều tra này cũng là căn cứ để xác định vùng sản xuất, qui mô hoạt động và mối quan hệ của các tác nhân này với người bán lẻ, người sản xuất. Từ các thông tin thu thập được ở trên, chúng tôi sẽ tiến hành điều tra sâu một số người thu gom, bán buôn, bán lẻ, người sản xuất.

- Điều tra theo hoạt động của các tác nhân trong cùng một mạng (người thu gom/người bán buôn, người bán buôn/bán lẻ, người sản xuất/người thu gom) để hiểu được vai trò của từng tác nhân, chiến lược và mối quan hệ của họ trong một kênh sản phẩm.

- Điều tra các tác nhân nhằm mục đích nhận biết những yếu tố hạn chế trong quá trình trao đổi sản phẩm của họ.

- Trong báo cáo này chúng tôi đồng nhất một số khái niệm như: rau an toàn (RAT) và rau sạch, chuỗi giá trị và ngành hàng...

5- Một số quy định về sản xuất RAT

5.1 - Định nghĩa về RAT

Rau an toàn có thể được hiểu là rau được sản xuất theo qui trình kỹ thuật đáp ứng những yêu cầu sau:

- Rau an toàn là rau đảm bảo phẩm cấp, chất lượng, không bị hư hại, dập nát, héo úa.
- Dư lượng thuốc trừ sâu, bảo vệ thực vật, hàm lượng Nitrat và kim loại nặng ở dưới mức cho phép.
- Không bị sâu bệnh, không có vi sinh vật gây hại cho người và gia súc.

Bảng 1 : Tiêu chuẩn về hàm lượng Nitrat (NO₃)

Đơn vị: mg/kg rau tươi

<u>Giống</u>	<u>Mức quy định</u>	<u>Giống</u>	<u>Mức quy định</u>
Su hào	Không quá : 500	Dưa bí	Không quá : 90
Bắp cải	Không quá : 500	Dưa hấu	Không quá : 60
Cà rốt	Không quá : 200	Măng tây	Không quá : 200
Hành tây	Không quá : 80	Bầu	Không quá : 400
Hành hoa	Không quá : 400	Đậu quả	Không quá : 200
Khoai tây	Không quá : 250	Cà tím	Không quá : 400
Ngô rau	Không quá : 300	Xà lách	Không quá : 500
Cà chua	Không quá : 150	Ớt ngọt	Không quá : 200
Dưa chuột	Không quá : 150	Súp lơ	Không quá : 500

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Bảng 2: Hàm lượng kim loại nặng và độc tố

Đơn vị: mg/kg rau tươi

<u>Các loại</u>	<u>Mức quy định</u>	<u>Các loại</u>	<u>Mức quy định</u>
Chì (Pb)	Max: 0,5	Canidi (d)	Max: 0,03
Đồng (As)	Max: 0,2	Thủy ngân (Hg)	Max: 0,02
Đồng (Cu)	Max: 5,0	Kẽm (Zn)	Max: 10,0
Thiếc (Sn)	Max: 20,0	Aglôtoxin	Max: 0,005
		Palutin	Max: 0,05

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Bảng 3 : Dư lượng thuốc BVTV

Đơn vị: mg/kg rau tươi

Thuốc BVTV	Rau ăn lá	Rau ăn quả	Rau ăn củ	Thời gian cách ly (ngày)
Basudin 10G	0,5-0,7	0,5-0,7	-	14 - 20
Diptorex 80	0,5	1,0	-	7
Dimothoet 50EC	0,1	0,5-1,0	0,5-1,0	7 - 10
Carbaxit 80WP	1-1,2	1,0-1,5	-	7
Padan 95 WP	0,2	-	-	14
Sanusidin 20EC	0,1	2,0	0,2	14 - 20
Decis	0,1	-	0,2	RAL: 7 - 10 RAQ: 3 - 4
Slerpa 25EC	-	-	-	RAL: 7 - 10 RAQ: 3 - 4
Kovote 2,5EC	0,03	0,02	-	4 - 10
Trebon 10EC	-	-	-	3

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

5.2 - Các quy định liên quan khác

- Bón phân cân đối:
- Lượng phân hoá học không qua ngưỡng cho phép và thời gian cách ly đến lúc thu từ 14 ngày trở lên.
- Dùng phân chuồng mục.
- Không dùng phân chuồng tươi, phân bắc và nước giải để bón hoặc tưới lên cây rau. Chỉ sử dụng phân khi đã ngâm ủ, thời gian sử dụng đến ngày thu hoạch đối với mùa hè là 1 tháng và 2 tháng trở lên đối với mùa đông.
- Sử dụng phân hữu cơ vi sinh và phân bón lá thiên nông.
- Không dùng nước thải trong sinh hoạt để tưới cho rau mà phải dùng nguồn nước nguồn nước sông suối không bị ô nhiễm.
- Không dùng thuốc bảo vệ thực vật nhóm 1 và thời gian cách ly khi sử dụng các nhóm thuốc khác phải đảm bảo từ 10 - 15 ngày tùy các loại rau.

III - Tổng quan về thành phố Hà Nội

1- Vị trí địa lý

Hà Nội thuộc khu vực Đồng bằng sông Hồng và là Thủ đô của nước CHXHCN Việt Nam. Vị trí địa lý của Hà Nội thuộc vĩ độ 20°53’-21°23’ Bắc và 105°44’-106°02’ Đông. Hà Nội có chiều dài từ phí Bắc đến phí Nam là 50 km và chiều rộng từ phí Đông tới phí Tây là 30 km. Phí Bắc giáp với tỉnh Thái Nguyên, phí Đông giáp với tỉnh Bắc Ninh và Bắc Giang, Đông Nam giáp với tỉnh Hưng Yên, Tây Nam và phí Nam giáp với tỉnh Hà Tây và phía Đông giáp với tỉnh Vĩnh Phúc.

2- Đất đai

Diện tích đất của Hà Nội 921km², trong đó được chia thành 3 loại đất chính, đất phù sa, đất cằn cỗi và đất xám. Phần lớn đất phù sa được bồi đắp từ các sông ngòi, với diện tích 52.500 ha và tập trung chủ yếu ở các huyện Gia Lâm, Thanh Trì, Từ Liêm và một vài xã ở huyện Đông Anh. Diện tích đất cằn cỗi vào khoảng 33.000 ha và được phân bố ở một số vùng ở huyện Đông Anh và Sóc Sơn. Đất xám chiếm diện tích khoảng 5.900 ha, loại đất này được hình thành do sự phân huỷ của đá, chính vì vậy tỷ lệ đá tồn tại trong đất khá cao. Ước tính diện tích đất trồng trọt ở một xã vùng đồi thuộc huyện Sóc Sơn, loại đất này có độ dày từ 20-30 cm.

3- Khí hậu

Khí hậu của Hà Nội thuộc khu vực nhiệt đới, gió mùa lạnh và nắng, với lượng mưa trung bình 1.689 mm, có 80% lượng mưa tập trung từ tháng 5 đến tháng 8, trong đó mưa to và mưa bão rơi vào khoảng tháng 7. Mùa khô kéo dài từ tháng 11 năm trước đến tháng 4 năm sau, thời gian khô nhất trong năm là các tháng 12, tháng 1 và tháng 2.

Nhiệt độ trung bình hàng năm khoảng 24°C, tháng 1 là tháng lạnh nhất với mức trung bình 16°C và tháng 7 là tháng nóng nhất có mức trung bình 29°C. Độ ẩm kéo dài gần như

quanh năm, các tháng có độ ẩm cao nhất là 3, 4 và tháng 8, độ ẩm thấp nhất rơi vào các tháng 10, 11 và 12.

Trời nắng trung bình 4h/ ngày, từ tháng 5 đến tháng 10 trời nắng kéo dài 5 đến 6h/ ngày, tuy nhiên từ tháng 2 đến tháng 3 lại giảm xuống chỉ còn 1,6h/ ngày.

Nhìn chung Hà Nội ít bị hứng chịu bão hơn các thành phố nhiệt đới khác như TP HCM, Đà Nẵng, hơn nữa, nhiệt độ vào ban đêm luôn ở mức vừa phải trong cả năm, thậm chí đôi lúc nhiệt độ ban ngày lên tới 34°C nhưng nhiệt độ ban đêm hiếm khi lên đến 24°C, mức nhiệt độ này thuận lợi cho việc trồng các loại rau quả.

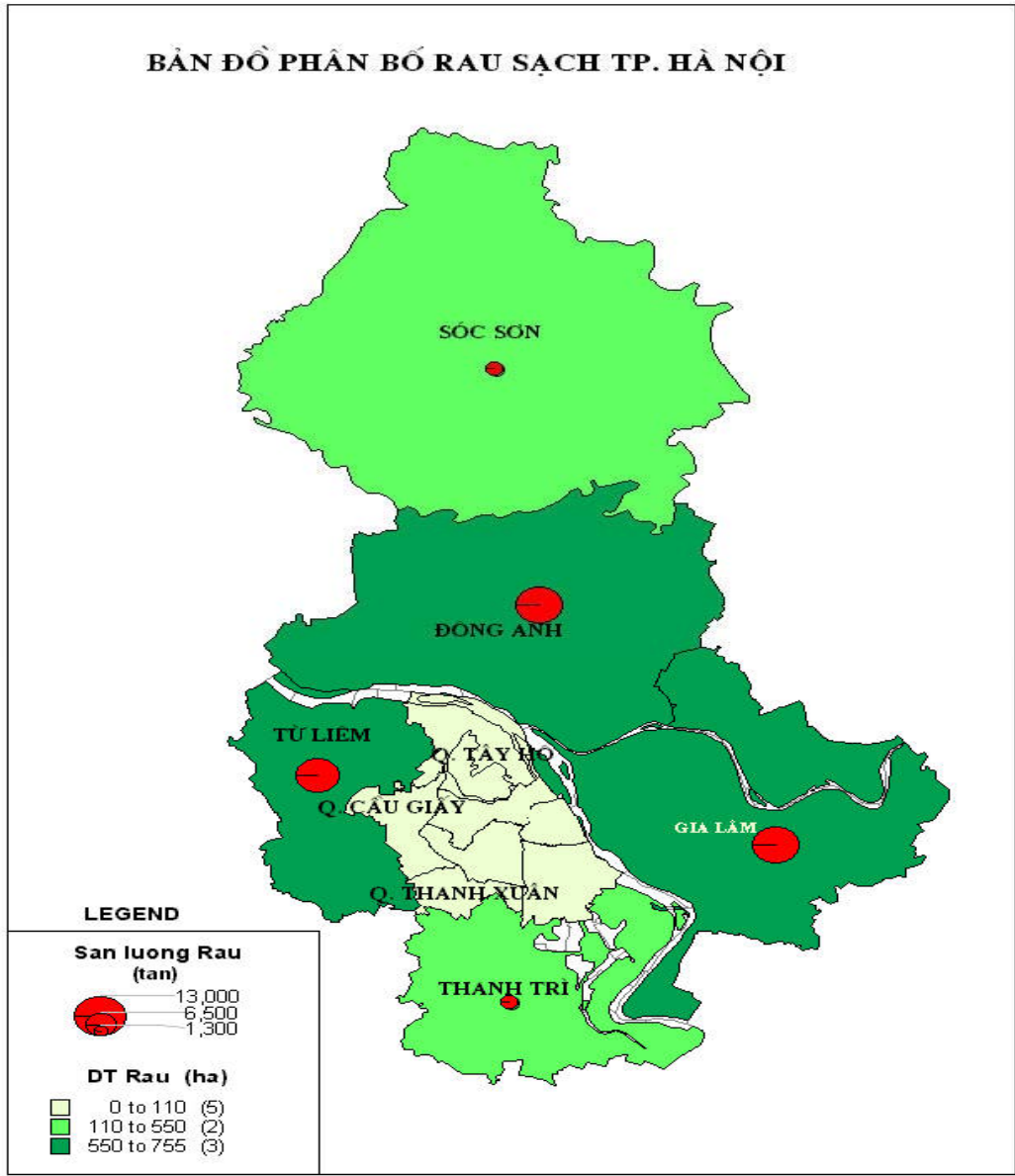
Tuy nhiên vấn đề khó khăn của người trồng rau Hà Nội là độ ẩm tương đối cao, giữ ở mức hơn 75°C trong mùa khô. Độ ẩm cao là điều kiện thuận lợi cho các loại sâu bệnh phát triển.

IV - Đặc trưng của vùng sản xuất và các điểm tiêu thụ sản phẩm

1- Địa bàn sản xuất RAT

Rau an toàn bắt đầu được trồng ở các huyện ngoại thành Hà Nội từ những năm 1996, đặc biệt diện tích trồng rau phát triển mạnh từ sau năm 1999 khi thành phố có chủ trương quy hoạch phát triển vùng sản xuất rau an toàn cung cấp cho thị trường các quận nội thành. Một số xã như Văn Đức, Đặng Xá thuộc huyện Gia Lâm, xã Văn Nội - Đông Anh, xã Lĩnh Nam - Thanh Trì, và xã Thanh Xuân, Đông Xuân thuộc huyện Sóc Sơn được chọn là điểm sản xuất thí điểm, cũng nhờ các chủ trương này mà diện tích trồng rau đã tăng đáng kể.

BẢN ĐỒ PHÂN BỐ RAU SẠCH TP. HÀ NỘI



Tính đến thời điểm hiện nay nhiều nông dân chuyển đất canh tác lúa, cây trồng màu khác sang làm rau (ví dụ xã Lĩnh Nam, xã Vân nội có trên 15% nông dân chuyên trồng rau có trình độ cao và đầu tư tương đối lớn). Chủng loại rau đa dạng hơn, nếu trước năm 1996 vào thời điểm chính vụ chỉ trồng một số loại rau chính như xu hào, bắp cải, cải dưa, cà chua ... thì hiện nay nông dân trồng trên 30 loại rau khác nhau trong năm như: bắp cải, cải xanh, cà chua, xà lách, đậu đũa, dưa chuột, mùng toi, rau ngót, rau muống..., đặc biệt nhờ có chủ trương này mà diện tích trồng rau trái vụ cũng đã tăng lên đáng kể và có trên 15 loại.

Tuy nhiên trên thực tế hiệu quả của người sản xuất RAT còn chưa ổn định do còn gặp nhiều rủi ro trong việc tiêu thụ sản phẩm. Điều này chưa khuyến khích nông dân mạnh dạn đầu tư phát triển. Chính vì vậy hoạt động trồng rau vẫn bị cạnh tranh bởi các hoạt động khác như sản xuất phi nông nghiệp với giá trị ngày công lao động lên đến 25000-30000 đồng/ngày.

Bảng 4: Diện tích, năng suất và sản lượng RAT của các huyện

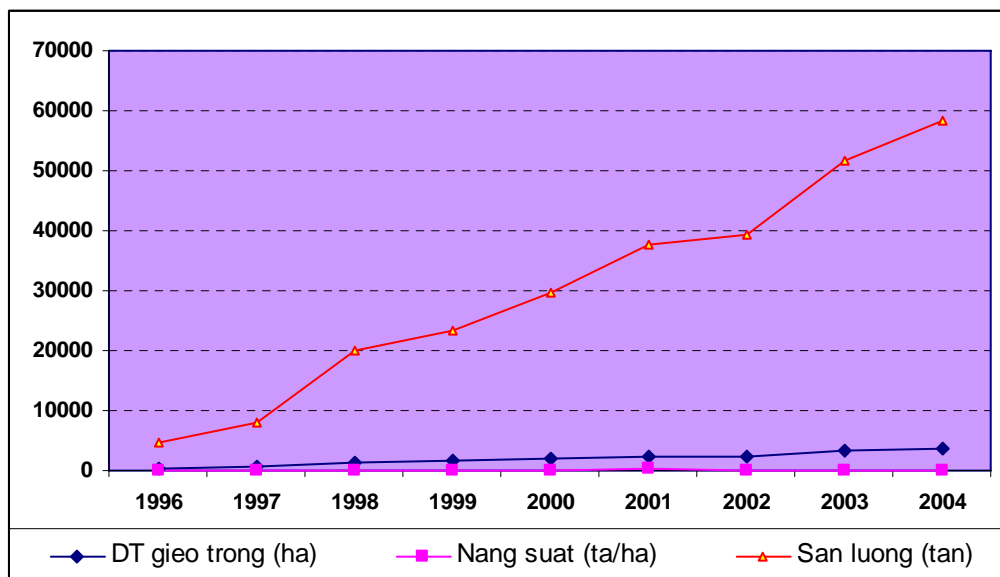
Xã - Huyện	Diện tích (ha)	Năng suất (tấn/ ha)	Sản lượng (tấn)	Đã tiêu thu theo giá RAT	Chủng loại rau an toàn
1 - Đông anh					
- Xã Vân nội	60*3 vụ	20 - 25	3600 - 4500	1800 (40 - 50%)	Theo mùa (43 loại)
- Xã Nam hồng	35*3 vụ	16 - 18	1700 - 1900	150 - 190 (10%)	Xu hào, bắp cải, bí xanh
- Xã Bắc hồng	30*3 vụ	16 - 18	1400 - 1650	700 - 800 (5%)	Cà chua, xu hào, cải bắp, đậu quả
- Xã Nguyên Khê Tiên dương Kim Chung Kim Nỗ	100*3 vụ	15 - 16	4500 - 4800	200 (5%)	Cà chua, xu hào, khoai tây và cải các loại...
2 - Gia Lâm					
- Xã Văn Đức	100*3 vụ	16 - 17	4800 - 5000	100 (2%)	cải bắp, cà chua, đậu hà lan, xua hào và cải các loại
- Xã Đặng Xá	50*3 vụ	15 - 16	2200 - 2400	115 (5%)	Cải các loại, đậu quả, cà chua, cải bắp
- Xã Đông Dư	40*3 vụ	16 - 17	1900 - 2000	400 (20%)	Các loại rau gia vị: Mùi tàu, rau thơm và rau các loại
- Xã Lệ Chi	50*3 vụ	15 - 16	2250 - 2400	50 (2%)	Các loại rau theo mùa vụ
3 - Thanh Trì					
- Xã Lĩnh Nam	20*3 vụ	19 - 20	1140 - 1200	30 (2.5%)	Cải các loại, rau muống, ngót, mồng toi, bí...
- Xã Yên Mỹ	15*3 vụ	15 - 16	675 - 720	70 (10%)	Su lơ, cà chua và cải các loại...
- Xã Duyên Hà	25*3 vụ	15 - 16	1120 - 1200	58 (5%)	Cà chua và cải các loại...
4- Từ Liêm					
- Xã Tây Tựu Minh Khai Phú Diễn Liên Mạc	185*3 vụ	19.5	108225	1100 (10%)	Rau gia vị và các loại rau ăn lá theo mùa vụ
5- Sóc Sơn					
- Xã Đông Xuân	50* 3 vụ	15	2300	100 (4%)	Bắp cải, xu hào, ngô bao tử và cải các loại

- Xã Thanh xuân	10*3vu	15	450	115 (25%)	Bắp cải, xu hào, cải các loại, dưa chuột, bí xanh...
-----------------	--------	----	-----	-----------	--

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Hà Nội

Bảng 4 tập hợp thông tin từ các vùng sản xuất có khối lượng RAT lớn ở các xã ngoại thành Hà Nội, sản phẩm từ các vùng sản xuất này được cung ứng cho các siêu thị, cửa hàng - quầy hàng RAT trong các quận nội thành.

Đồ thị 1 : Diện tích, năng suất và sản lượng RAT



Nguồn: Trung tâm Khuyến nông Hà Nội

2- Điểm bán lẻ RAT

Kết quả điều tra trên thị trường Hà nội cho thấy các kênh cung ứng RAT có sự đa dạng với cách điều hành và tổ chức khác nhau. Tập trung chủ yếu là các kênh cung ứng sản phẩm RAT đến từ 5 huyện ngoại thành của thành phố: Đông anh, Gia lâm, Thanh trì, Từ liêm và Sóc sơn.

Điểm bán lẻ RAT trên địa bàn các quận nội thành Hà Nội chủ yếu như: quầy hàng RAT ở chợ, siêu thị và các cửa hàng RAT ở đưọc phố. Một số điểm bán RAT có khối lượng tiêu thụ lớn ở Hà Nội như: siêu thị BigC, siêu thị IMTIMEXT (350 kg rau/ ngày), Fivimart (150 kg rau/ ngày), chợ Hôm, chợ Thành Công, chợ Nghĩa tân... Chúng loại RAT tương đối đa dạng, song nó còn phụ thuộc mùa: vào thời điểm từ tháng 8 đến tháng 2 dương lịch năm sau thường có trên 30 loại rau (kể cả các loại rau thơm và củ quả), theo người bán hàng thì đây là thời gian trong năm có nhiều loại rau nhất, hình thức rau đẹp (chính vụ sản xuất rau đông ở đồng bằng Sông hồng). Các thời điểm khác trong năm có ít loại rau hơn, chỉ giao động từ 15 - 30 loại (phụ thuộc vào vị trí của từng điểm bán và nguồn hàng cung ứng). Rau an toàn bán ra thường có khoảng 60% khối lượng được đóng gói sẵn vào túi nilông. Trên túi có nhãn mác (có thể in kèm vào túi hay một nhãn riêng bằng giấy cứng) ghi tên đơn vị sản xuất, địa chỉ, số điện thoại nơi sản xuất, loại sản phẩm, giá bán (50%

khối lượng RAT bán đã được niêm yết giá từ trước), ngày thu hoạch và quy trình sản xuất được đề cập chung chung mà không đưa ra chỉ tiêu cụ thể. Để hiểu thêm về các hình thức bán lẻ RAT chúng tôi nêu ra một số đặc trưng chính như sau

2.1- Quầy hàng RAT ở chợ

Tính riêng trên địa bàn 2 quận Hoàn Kiếm và Cầu Giấy có hơn 16 quầy bán RAT tại các chợ, Trong đó đáng chú ý ở một số chợ có số lượng nhiều quầy như: chợ Nghĩa Tân, chợ Hàng Bè (Bảng 5).

Bảng 5: Danh sách những quầy hàng rau sạch tại các chợ

Tên điểm bán	Địa chỉ	DT điểm bán (m ²)	Khối lượng bán (kg/ ngày)	Chủng loại rau (loại)
Quầy hàng RAT - Vân Nội	chợ Bưởi	2	60	18
Quầy hàng RAT - số 5	chợ Nghĩa Tân	4	120	30
Quầy hàng RAT - số 8	chợ Nghĩa Tân	4		30
Quầy hàng RAT - số 10	chợ Nghĩa Tân	4	200	30
Quầy hàng RAT	chợ Nghĩa Tân	4		30
Quầy hàng RAT	chợ Nghĩa Tân	4	150	30
Quầy hàng RAT	chợ Nghĩa Tân	4	110	30
Quầy hàng RAT	chợ Nghĩa Tân	4		30
Quầy hàng RAT HTX SX Thanh trì	chợ 19/ 12	3 - 4	100	15 - 20
Quầy hàng RAT HTX SX Van tri	chợ 19/ 12	3 - 4		15 - 20
Quầy hàng RAT	chợ Hàng Da	3 - 4	70	15 - 20
Quầy hàng RAT	chợ Hàng Da	3 - 4		15 - 20
Quầy hàng RAT - Cty thực phẩm HN	chợ Đồng xuân-Bắc qua	3 - 4	100	15 - 20
Quầy hàng RAT - Dong Anh	chợ Hàng Bè	3 - 4		15 - 20
Quầy hàng RAT - Dong Anh	chợ Hàng Bè	3 - 4		15 - 20
Quầy hàng RAT - Dong Anh	chợ Hàng Bè	3 - 4	120	15 - 20

Nguồn: Số liệu điều tra của DSA, 2005

Quầy hàng RAT ở chợ thường có diện tích từ 2 - 4 m², có bảng hiệu ghi tên, địa chỉ đơn vị sản xuất (ví dụ như HTX SX RAT Vân trì) hoặc ghi tên và địa chỉ đơn vị bán (Công ty thực phẩm Hà Nội). Rau được bày bán trên các giá đỡ hoặc trong các rổ nhựa.

Hoạt động của các quầy hàng này thường bắt đầu vào buổi sáng từ 6 h đến 12 h, chiều từ 2h 30 đến 7 h đối với mùa hè, còn mùa đông họ thường mở cửa vào buổi sáng chậm hơn 30 phút và buổi chiều thường đóng cửa sớm hơn 1 giờ. Tuy nhiên có một số cửa hàng của các HTX sản xuất RAT Vân Trì chỉ hoạt động vào buổi sáng.

Chủng loại rau được bán tại quầy tương đối đa dạng, song nó còn phụ thuộc mùa, vào thời điểm từ tháng 8 đến tháng 2 dương lịch năm sau thường có trên 30 loại rau (kể cả các loại rau thơm và củ quả), theo người bán hàng đánh giá thì đây là thời gian trong năm có nhiều loại rau bán nhất, hình thức rau đẹp (chính vụ sản xuất rau đông ở đồng bằng sông

hồng). Đối với những thời gian khác trong năm chủng loại rau thường bày bán ít hơn, trên quây thường xuất hiện giao động từ 15 - 30 loại (phụ thuộc vào vị trí của quây bán và nguồn hàng cung ứng). Rau bán trong các quây ở chợ thường có khoảng 60% số lượng gian hàng đóng gói sẵn vào túi nilông có nhãn mác (có thể in kèm vào túi một nhãn riêng bằng giấy cứng) ghi tên đơn vị sản xuất, địa chỉ điện thoại nơi sản xuất, loại sản phẩm, giá bán (50% số lượng rau bán trên quây đã được niêm yết giá từ trước), ngày thu hoạch (40% số gian hàng thực hiện). Quy trình sản xuất được đề cập chung chung mà không đưa ra chỉ tiêu cụ thể).

Mỗi quây hàng thường có thường xuyên một người bán, thỉnh thoảng có quây có hai người. Những người bán này là xã viên của các HTX SX RAT (Đông Anh, Thanh Trì); cán bộ công nhân viên của Công ty thực phẩm Hà nội; một số người mở cửa hàng RAT để kinh doanh. Theo ước tính của một số người bán hàng, trung bình mỗi ngày bán được mức thấp nhất là 60 kg rau/ cửa hàng, cao nhất trên 200 kg rau và trung bình là 120 kg rau.

Khách hàng đến mua rau của các quây hàng chủ yếu là những người có thu nhập ổn định như cán bộ công chức nhà nước, người về hưu và những người buôn bán. Khối lượng mua từ 0,5 - 2kg/lần Theo người bán hàng cho biết, số khách hàng này tìm đến mua rau thường xuyên sau khi được bạn bè giới thiệu hoặc tự tìm đến quây hàng qua một vài lần mua thử. Trước khi trở thành khách hàng quen, họ đã một vài lần thắc mắc hoặc đặt ra các câu hỏi liên quan đến chất lượng, giá bán và hình thức sản phẩm cho người bán hàng. Việc thu hút được một số khách hàng quen đến mua rau là một trong những lý do mà các quây hàng rau sạch ở chợ thường bán được một lượng rau ổn định hàng ngày. Chính vì vậy người bán hàng có thể ước lượng được khối lượng rau tiêu thụ cho ngày hôm sau hay trong tuần tới để đặt hàng.

Bảng 6: Chi phí và thu nhập trung bình của một quây hàng bán RAT ở chợ ở rên địa bàn hai quận Cầu giấy và Hoàn kiếm.

Chỉ tiêu	Giá trị
Vốn hoạt động (đ/tháng)	500 000
Chi phí (đ/tháng)	10 306 000
1 - Tiền mua rau	9 000 000
2 - Bao bì + túi ni lông	150 000
3 - Điện nước	36 000
4 - Tiền vệ sinh	30 000
5 - Tiền gửi xe	30 000
6 - Thuê cửa hàng	600 000
7 - Thuế	60 000
8 - Xăng xe	300 000
9 - Tiền sửa xe	100 000
Khối lượng rau bán (kg/ tháng)	3 600
Chênh lệch giữa giá mua - giá bán (đ/kg)	600
Tổng doanh thu (đ/ tháng)	11 160 000
Lãi (đ/ tháng)	854 000
Thu nhập của một ngày công LĐ (đ)	29 000

Nguồn: Số liệu điều tra của DSA, 2005

Các quầy hàng có mức vốn hoạt động không lớn, các khoản chi phí khác như thuê điểm bán, đóng thuế hàng tháng được quyết định bởi vị trí và quy mô quầy bán hàng (trong đó tiền thuê quầy chiếm 46%).

Quầy hàng không thuê lao động mà chỉ định một thành viên trong gia đình làm người bán hàng chuyên nghiệp với thời gian làm việc là 30 ngày/ tháng.

2.2- Rau bán trong các siêu thị

Tính đến thời điểm hiện nay, địa bàn quận Cầu Giấy có 2 siêu thị và Hoàn Kiếm có 5 siêu thị bán RAT. Gian hàng bán RAT trong các siêu thị thường có diện tích trung bình 2 m², không có bảng hiệu ghi tên, địa chỉ gian hàng rau sạch riêng. Rau được đặt trong tủ kính, trên các giá đựng hàng hoặc được đặt trong các rổ nhựa.

Thời gian hoạt động trong ngày của các gian hàng rau sạch cũng chính là thời gian từ khi mở đến khi đóng cửa của siêu thị.

Bảng 7: Danh sách các siêu thị có gian hàng bán RAT

Tên điểm bán	Địa chỉ	Điện thoại	DT điểm bán (m ²)	Khối lượng bán (kg/ ngày)	Chủng loại rau (loại)
Siêu thị Quan Nhân	đường Trần Đăng Ninh	04 7910217	2	50	15
BigC	đường Trần Duy Hưng		16	350	20
Supermarket số 5 Nam Bộ	Số 5 Nam Bộ - Hoàn Kiếm	04 7474853			
Supermarket MINIMAX	66 Bà Triệu - Hoàn Kiếm	04 9430466		30	7
Supermarket INTIMEXT	29-33 Lê Thái Tổ-Hoàn Kiếm	04 8256105		300 - 350	30
Fivimart	Trần Quang Khải			100 - 150	18
Vinaconex	Tràng tiền Plaza				

Nguồn: Số liệu điều tra của DSA,2005

Các loại rau được bán ở siêu thị thường không đa dạng như các quầy hàng RAT trong chợ, nó chỉ giao động từ 15 đến 20 loại rau, đồng thời cũng không có sự biến động lớn về chủng loại theo mùa vụ sản xuất. Tuy nhiên nhìn chung các loại rau bán ở trong các siêu thị được đóng gói vào túi nilông rất cẩn thận, hình thức bề ngoài rất ưa nhìn, có nhãn mác in liền vào túi ni lông hoặc nhãn riêng bằng giấy cứng ghi tên đơn vị sản xuất, địa chỉ điện thoại nơi sản xuất, loại sản phẩm, giá bán, ngày thu hoạch, tuy nhiên quy trình sản xuất vẫn chỉ được đề cập chung chung.

Người bán rau trong các siêu thị không có tính chuyên nghiệp, mỗi siêu thị thường có một người phụ trách việc bán rau quả và các mặt hàng thực phẩm khác như thịt, cá..., họ làm việc theo ca và được hưởng lương tháng giống như những nhân viên bán các mặt hàng khác, họ không được đào tạo kiến thức về rau quả.

Khách hàng mua rau trong các siêu thị là những người có mức thu nhập khá trở lên, như: công chức nhà nước, người nước ngoài sống ở Việt Nam, người buôn bán các mặt hàng có giá trị cao và một bộ phận cán bộ đã nghỉ hưu.

2.3 - Cửa hàng rau sạch ở đường phố

Theo khảo sát chung trên địa bàn 2 quận Cầu Giấy và Hoàn Kiếm hiện nay không có nhiều cửa hàng RAT nằm đường phố, lý do chính là do việc tìm thuê các điểm bán RAT gặp rất nhiều khó khăn, chi phí thuê cửa hàng rất cao (600 000 - 1 500 000 ĐVN/ tháng). Theo thống kê sơ bộ của chúng tôi trên hai địa bàn hai quận này mới chỉ có 3 cửa hàng RAT.

Các cửa hàng RAT có diện tích từ 3 - 4 m², có bảng hiệu ghi tên, địa chỉ đơn vị sản xuất (HTX SX RAT Vân Trì). Rau bày bán ở các cửa hàng được đặt trên các giá, hoặc bàn và được đựng trong các rổ nhựa.

Thời gian hoạt động của các cửa hàng thường giống với thời gian hoạt động các gian hàng RAT trong chợ, chủng loại rau được bày bán tương đối đa dạng, song không nhiều chủng loại như các gian hàng ở chợ. Chủng loại sản phẩm ở đây cũng phụ thuộc vào mùa vụ sản xuất: vào thời điểm từ tháng 8 đến tháng 2 dương lịch năm sau, cửa hàng thường có trên 25 loại rau (kể cả các loại rau thơm và củ quả), các thời gian khác trong năm chủng loại rau giao động từ 15 - 20 loại. Nhìn chung có rất ít gian hàng đóng gói rau vào túi nilông, ghi nhãn mác, ghi tên đơn vị sản xuất, địa chỉ điện thoại nơi sản xuất, tên các chủng loại sản phẩm. Trong số 3 cửa hàng mà chúng tôi khảo sát thì chỉ có 1 cửa hàng niêm yết giá, ngày thu hoạch và quy trình sản xuất.

Bảng 8: Danh sách các cửa hàng rau sạch trên các đường phố

Tên điểm bán	Địa chỉ	Điện thoại	DT điểm bán (m ²)	Khối lượng bán (kg/ ngày)	Chủng loại rau (loại)
Cửa hàng RAT-Vân Nội	đường Nguyễn Khang		3	70	22
Cửa hàng RAT - ty thực phẩm HN	phố Hàn Thuyên		3 - 4		15 - 20
Cửa hàng HTX SX-TT RAT Thôn Đám - Vân Trì	đường Nghĩa Tân	04 9650 264	3	80	25

Nguồn: Số liệu điều tra của DSA, 2005

Mỗi quầy hàng thường có 1 người bán, phần lớn họ là xã viên của các HTX SX RAT (Vân Nội - Đông Anh), một số người buôn bán ở Hà Nội và các tỉnh lân cận (Bắc Ninh, Hà Tây...) cũng mở cửa hàng rau sạch để kinh doanh. Theo đánh giá của những người bán lẻ thì kinh tế gia đình của họ được xếp vào loại trung bình so với các gia đình khác trên địa bàn họ đang sinh sống. Việc mở quầy hàng bán RAT đã mang lại cho họ một phần thu nhập đáng kể, với mức lãi tối thiểu là 500 đ/ 1 kg sản phẩm, do đó mức thu nhập trung bình mà họ nhận được là 19 000 đ/ ngày.

Theo ước tính của người bán hàng, trung bình mỗi ngày một cửa hàng bán được khoảng 80 kg rau, tuy nhiên khối lượng bán còn phụ thuộc vào vị trí của từng cửa hàng vì thế khối lượng rau bán ra ở mỗi cửa hàng thường có sự biến động khá lớn.

Khách hàng mua rau phần lớn là người về hưu, cán bộ công chức nhà nước và những người buôn bán. Khối lượng mua của mỗi khách hàng dao động từ 0,5 - 1.5kg/ 1 lần mua.

Mỗi cửa hàng thường có 20 - 30 khách hàng quen đến mua rau thường xuyên, số khách vắng lai còn lại có khoảng 50 - 80 người/ ngày. Khách hàng vắng lai là những người mới mua rau lần đầu hoặc thỉnh thoảng mới ghé qua cửa hàng để mua.

Nhìn chung so với quầy hàng rau an toàn trong chợ thì chi phí thuê cửa hàng rau an toàn ở các đường phố thường cao hơn (chiếm 65% tổng chi phí), song người bán hàng thường giảm được một số khoản chi phí khác như thuế, túi ni lông... nên tổng chi phí thường thấp hơn (bảng: 9).

Bảng 9: Chi phí và thu nhập trung bình của một cửa hàng bán RAT ở đường phố trên địa bàn hai quận Cầu giấy và Hoàn Kiếm.

Chỉ tiêu	Giá trị
Vốn hoạt động (đ/tháng)	500 000
Chi phí (đ/tháng)	8 428 000
1 - Tiền mua rau	7 200 000
2 - Bao bì + túi ni lông	100 000
3 - Điện nước	36 000
4 - Tiền vệ sinh	30 000
5 - Khấu hao	17 000
6 - Thuê cửa hàng	800 000
7 - Thuế	45 000
8 - Xăng xe	150 000
9 - Tiền sửa xe	50 000
Khối lượng rau bán (kg/ tháng)	2 400
Chênh lệch giữa giá mua - giá bán (đ/kg)	750
Tổng doanh thu (đ/ tháng)	9 000 000
Lãi (đ/ tháng)	572 000
Thu nhập của một ngày công LĐ (đ)	19 000

Nguồn: Số liệu điều tra của DSA, 2005

Mỗi cửa hàng thường chỉ có 1 bán hàng là lao động trong gia đình, với thời gian làm việc 30 ngày/tháng.

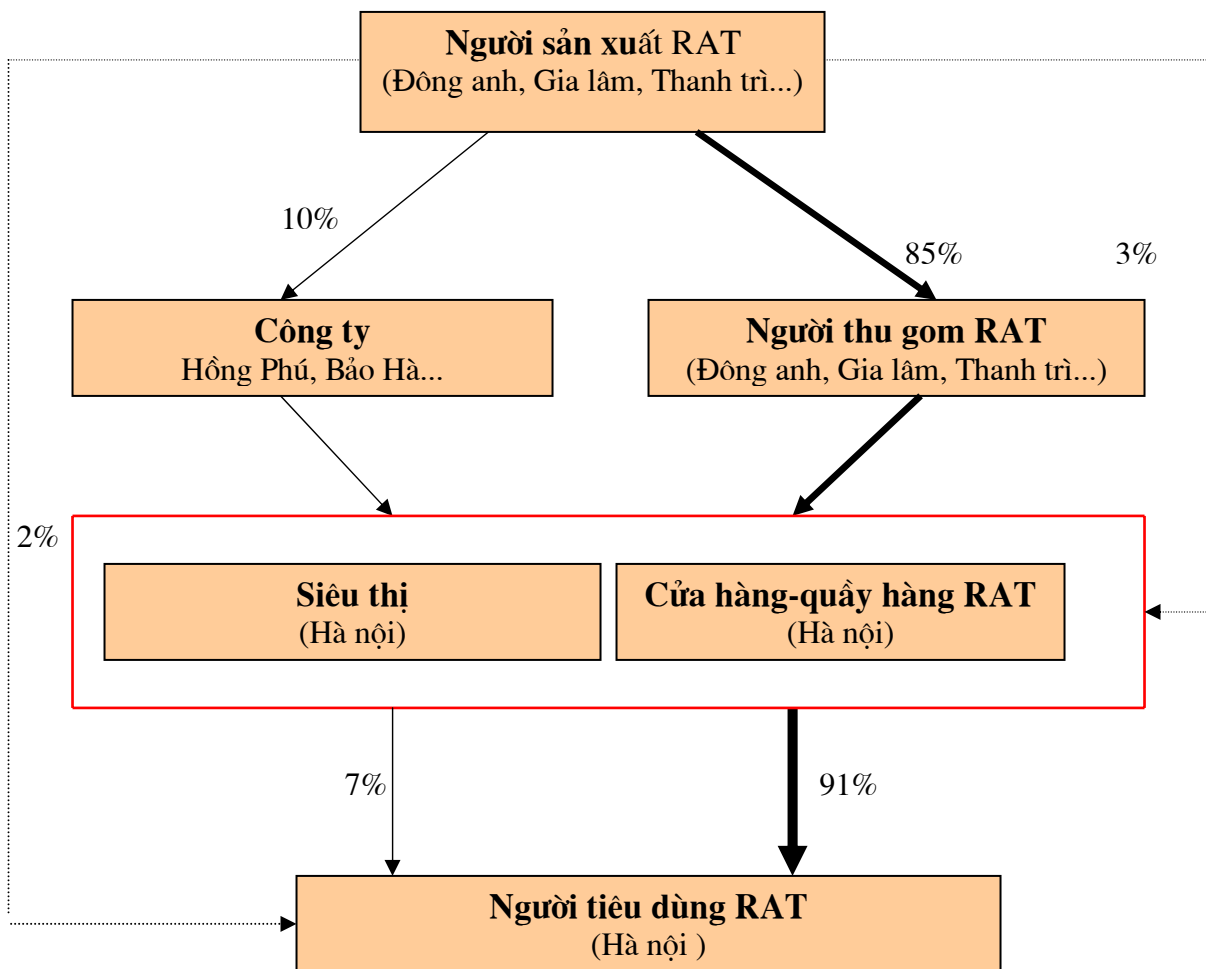
V - Kênh cung ứng RAT cho thành phố Hà Nội

1- Sơ đồ về kênh cung ứng RAT

Kênh 1: Trong kênh tiêu thụ này gồm 3 tác nhân chính tham gia đó là người sản xuất, người thu gom và người bán lẻ (cửa hàng, quầy hàng RAT ở chợ - đường phố, siêu thị và các điểm bán tập trung khác). Đây là kênh chiếm khoảng gần 85% tổng khối lượng RAT cung ứng hàng ngày cho thành phố Hà Nội. Trong kênh này có sự tham gia của nhiều hợp tác xã, nhóm sản xuất RAT được hình thành dưới sự trợ giúp thành lập, hỗ trợ cơ sở vật chất và tập huấn về IPM của Sở Nông nghiệp Hà Nội, Trung tâm Khuyến nông Hà Nội, các tổ chức trong và ngoài nước như: tổ chức ADDA kết hợp với hội nông dân thành phố Hà Nội...

Kênh 2: Đây là kênh tiêu thụ RAT gồm ba tác nhân chính bao gồm người sản xuất, các công ty trung gian (Hong Phú, Bảo Hà...) và người bán lẻ (các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng, quầy hàng RAT). Theo ước tính kênh này chiếm tỷ lệ khoảng 10% khối lượng sản phẩm cung ứng. Người sản xuất ở kênh này là thành viên trong các Hợp tác xã sản xuất RAT, các nhóm sản xuất RAT do ADDA - hội nông dân thành phố Hà Nội thành lập, đồng thời họ còn giám sát về thực hành sản xuất RAT và quy trình đóng gói sản phẩm (một số sản phẩm có bao bì, nhãn mác, mã vạch và được cấp chì theo từng bó rau) dưới sự liên kết với Chi cục bảo vệ thực vật Hà nội. Sản phẩm tiêu thụ ở kênh này được mang đi kiểm tra hàm lượng kim loại nặng khá thường xuyên, đôi khi còn được mang đi kiểm tra dư lượng thuốc BVTV còn tồn dư.

Sơ đồ 1: Kênh phân phối RAT từ các huyện ngoại thành về TP Hà Nội



Ghi chú: 100% = 15 tấn RAT/ ngày, chiếm tỷ lệ 6% tổng khối lượng rau cung ứng cho thành phố Hà Nội

Kênh 3: Kênh này gồm hai tác nhân chính đó là người sản xuất và người bán lẻ (các cửa hàng và quầy hàng ở chợ nội thành), kênh này chiếm tỷ lệ khiêm tốn, khoảng 3% khối

lượng sản phẩm RAT. Người sản xuất tại các hợp tác xã (Vân Nội, Lĩnh Nam, Đặng Xá...) bán sản phẩm RAT cho các cửa hàng-quầy hàng RAT tại chợ ở nội thành. Người bán lẻ trong kênh này chủ yếu là những người kinh doanh sống trong nội thành và một số người đến từ các vùng sản xuất RAT như xã Lĩnh Nam thuộc huyện Thanh Trì, xã Vân Nội thuộc huyện Đông Anh và xã Đặng Xá, xã Đông Dư thuộc huyện Gia Lâm..

Kênh 4: Người sản xuất trực tiếp bán RAT cho người tiêu dùng, kênh này chiếm tỷ lệ rất thấp, khoảng 2% khối lượng sản phẩm cung ứng. Trong kênh tiêu thụ này, có một số xã viên trong các Hợp tác xã RAT vừa sản xuất vừa mở cửa hàng-quầy hàng RAT để tiêu thụ sản phẩm bằng cách bán trực tiếp cho người tiêu dùng.

Hiện nay các tổ chức sản xuất RAT mở các điểm bán lẻ sản phẩm trực tiếp cho người tiêu dùng đang ngày càng được áp dụng phổ biến, ví dụ điển hình cho hình thức này là thành viên trong Hợp tác xã sản xuất RAT ở thôn Đầm, xã Vân Nội (HTX có 13 thành viên sản xuất RAT, trong đó 10 thành viên có cửa hàng bán sản phẩm trực tiếp).

2- Đặc trưng của các tác nhân tham gia kênh cung ứng RAT.

Kênh tiêu thụ RAT gồm có các tác nhân chính như sau: người sản xuất, người thu gom (cá nhân và các công ty trung gian...), người bán lẻ (cửa hàng - gian hàng bán RAT và các siêu thị) và người tiêu dùng. Phân tích dưới đây (phân tích ở 3 tác nhân bắt đầu từ người sản xuất đến người bán lẻ) cho phép chúng ta hiểu được một số đặc trưng của từng tác nhân tham gia

2.1- Người sản xuất:

Sản xuất RAT được xem là một trong những hoạt động mang lại nguồn thu nhập chính cho nông dân, với thời gian canh tác quanh năm. Đặc biệt trong những năm gần đây người trồng RAT đã và đang được nhiều đề tài, chương trình, dự án trong và ngoài nước hướng dẫn quy trình sản xuất và cách phòng chống dịch bệnh tổng hợp (IPM). Bên cạnh đó các chương trình, đề tài này còn hỗ trợ nông dân vật tư phân bón, nhà lưới, giếng khoan để họ chủ động trồng rau trong điều kiện thời tiết khắc nghiệt. Chính vì thế quy mô sản xuất RAT đã tăng lên cả về diện tích và chủng loại, trong đó các loại rau ăn lá vẫn chiếm vị trí chủ đạo.

Sản phẩm RAT sau khi thu hoạch được bán chủ yếu cho người thu gom (85%), các công ty trung gian (10%), khối lượng còn lại được cung cấp trực tiếp cho các cửa hàng-quầy hàng bán lẻ RAT và người tiêu dùng. Theo kết điều tra tại xã Vân Nội huyện Đông Anh cho thấy khối lượng RAT sản xuất trung bình là 10,5 tấn/năm/hộ.

2.2- Người thu gom:

Phần lớn người thu gom là những thành viên trong các nhóm, HTX sản xuất RAT, họ có khả năng giao dịch, chính vì vậy họ thu gom rau để bán lại cho các bạn hàng

- Người thu gom bán sản phẩm cho các bạn hàng: người bán lẻ (cửa hàng, quầy hàng và siêu thị...) và người tiêu dùng (bếp ăn của các trường mầm non, phổ thông cơ sở...) trên địa bàn thành phố Hà nội.

- Khối lượng tiêu thụ trung bình 300 kg/ngày hay 108 tấn/ năm/ người

- Việc mua bán sản phẩm rau sạch theo hợp đồng hoặc theo thỏa thuận giữa hai bên

- Phương tiện vận chuyển chủ yếu là xe máy (200-250 kg/chuyến).

- Người thu gom cung ứng cho nhiều nhất là 10 khách hàng/điểm bán lẻ, ít nhất khoảng 3 điểm bán lẻ bao gồm các cửa hàng-quầy hàng bán lẻ, siêu thị và các bếp ăn tập thể.
- Người thu gom thường có mối quan hệ với khoảng 10 sản xuất, tuy nhiên mỗi lần chỉ mua của 4-7 người sản xuất với khối lượng khoảng 40-50 kg/ người .

2.3- Công ty trung gian:

Đây là các Công ty TNHH làm khâu trung gian tiêu thụ RAT, họ liên hệ trực tiếp với các nhóm, HTX sản xuất RAT hoặc thông qua Chi cục bảo vệ thực vật Hà Nội (đơn vị giám sát kỹ thuật sản xuất) để thu mua RAT cung cấp cho các cửa hàng, quầy hàng và các siêu thị bán RAT trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Một số công ty sau khi ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các đơn vị sản xuất RAT, họ đã có sự phối hợp với cục BVTV Hà Nội nhằm giám sát khâu sản xuất cũng như các công đoạn sau thu hoạch như đóng gói, giám mã vạch và cập chèn cho từng mớ rau.

Mỗi ngày các công ty tiêu thụ khối lượng rau từ 400-2000 kg, với các chủng loại rau giao động từ 10 đến 30 loại tùy thuộc vào mùa vụ.

2.4- Người bán lẻ

Người bán lẻ ở Hà Nội là các siêu thị, các cửa hàng/quầy rau sạch nằm trên các đường phố và ở các chợ trung tâm Hà Nội. Các cửa hàng, quầy hàng rau sạch tiêu thụ trung bình khoảng 120 kg rau/củ/ngày tương đương khoảng 40 tấn/năm/cửa hàng. Cửa hàng tiêu thụ rau an toàn ít nhất khoảng 40 kg và nhiều nhất khoảng 200kg/ngày. Đối với siêu thị thường có mức tiêu thụ từ 80 kg đến 350 kg, hiện nay siêu thị Big C và Intimex có khả năng tiêu thụ khoảng 300-500 kg/ngày.

Phương thức mua bán giữa các điểm bán lẻ và người thu gom được thực hiện thông qua hợp đồng quy định về số lượng, chất lượng, chủng loại, thời gian giao hàng, giá bán và hình thức thanh toán (áp dụng cho siêu thị và trung tâm thương mại) hoặc có những thỏa thuận về số lượng, chủng loại, thời gian giao hàng, giá bán và hình thức thanh toán (cửa hàng-gian hàng RAT).

3- Mối quan hệ của các tác nhân trong ngành hàng rau an toàn

3.1- Đối với người sản xuất

Người trồng rau thành lập các nhóm, hợp tác xã sản xuất RAT để nâng cao hiệu quả kinh tế gia đình, bên cạnh đó còn có mục đích để xin nhận sự giúp đỡ về kỹ thuật, vốn đầu tư ban đầu (giống, nhà lưới, giếng khoan...) và cả việc giới thiệu các điểm tiêu thụ sản phẩm từ các chương trình sản xuất RAT của thành phố Hà Nội và các viện nghiên cứu. Mặt khác, nếu họ thành lập được các nhóm, HTX sản xuất RAT dưới sự giúp đỡ của các chương trình, dự án thì sẽ có cơ hội xin cấp giấy chứng nhận chất lượng rau do Sở khoa học và công nghệ môi trường, giấy chứng nhận tổ chức nông dân sản xuất RAT của UBND huyện. Đó là một trong những điều kiện để các hình thức tổ chức nông dân trồng RAT có cơ hội để liên kết, xây dựng mối quan hệ với các tác nhân đầu tiêu thụ hơn.

3.2- Mối quan hệ giữa người thu gom với người sản xuất

Trong ngành hàng RAT, người thu gom có mối quan hệ tương đối gắn bó với người sản xuất vì họ phần lớn là người cùng trong một nhóm, HTX RAT trên địa bàn cùng thôn, xã.

Chính vì vậy người thu gom nắm được khá rõ quy trình sản xuất, lịch sản xuất và chủng loại sản phẩm của người trồng rau, bên cạnh đó giữa họ còn có những “cam kết miệng” về chất lượng sản phẩm. Chất lượng ở đây được hiểu là người nông dân sản xuất theo quy trình RAT. Trên thực tế người thu gom và các điểm bán lẻ có khối lượng cung ứng lớn: siêu thị, cửa hàng, bếp ăn đều có hợp đồng hoặc cam kết về chất lượng RAT.

Giá bán được hai bên thoả thuận trên cơ sở giá thị trường, mức giá RAT thường cao hơn khoảng từ 30% so với giá rau thường.

Phương thức thanh toán: bằng tiền mặt, thanh toán theo tuần hoặc sau khi mua hàng.

Trung bình mỗi người thu gom có mối quan hệ thường xuyên với khoảng 10 nông dân sản xuất, theo họ việc xây dựng mối quan hệ thường xuyên này để kiểm soát thực hành sản xuất của người trồng rau.

3.3- Mối quan hệ giữa các công ty trung gian đối với người sản xuất

Mối quan hệ này được thiết lập trên cơ sở quen biết từ trước hay bạn hàng mua bán lâu ngày thành quen. Người sản xuất thích bán rau cho các công ty để được hưởng giá cao, khối lượng tiêu thụ ổn định và hình thức thanh toán thuận lợi.

Trong mối quan hệ này các Công ty có khả năng kiểm tra người sản xuất trong việc chấp hành QTSX RAT thông qua khả năng tự giám sát và sự giám sát của chi cục BVTV Hà Nội. Ở đây các công ty cũng nắm chắc được lịch sản xuất, chủng loại rau trồng của nông dân để chủ động cung ứng cho thị trường những sản phẩm theo yêu cầu.

Việc tiêu thụ sản phẩm của các công ty thông qua các điểm bán lẻ: siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng và các gian hàng đều có hợp đồng hoặc những cam kết đảm bảo chất lượng đối với sản phẩm cung cấp. Vì vậy, giữa các công ty và người sản xuất đã có những ràng buộc về mặt chất lượng, (tuy điều này không được thành lập hợp đồng bằng văn bản nhưng họ có sự thoả thuận để đảm bảo chất lượng sản phẩm cung ứng cho thị trường).

Giá mua rau của các công ty thường cao hơn so với người thu gom rau khác từ 100 - 500 đ/kg, mức giá này được hai bên thoả thuận trên cơ sở giá thị trường.

Phương thức thanh toán: trả tiền ngay bằng tiền mặt, thanh toán theo tuần hoặc theo tháng tùy theo sự thoả thuận của hai bên.

3.4-Mối quan hệ giữa người thu gom đối với người bán lẻ

Mối quan hệ này được xây dựng phần lớn dựa trên cơ sở mua bán lâu ngày thành quen, tuy nhiên cũng có một số trường hợp được sự giới thiệu ban đầu của Sở Thương mại Hà Nội. Người thu gom cung cấp sản phẩm theo yêu cầu của người bán lẻ với 5 đến 10 loại rau khác nhau.

Chỉ tính riêng ở xã Vân Nội, huyện Đông Anh hiện nay người thu gom đã cung ứng cho khoảng trên 70 cửa hàng, siêu thị và trên 100/400 trường học nội trú.

Đối với một số siêu thị như Intimex, Big C...giữa người thu gom và người mua có hợp đồng yêu cầu về số lượng, chất lượng rau và giá từng loại sản phẩm... Tuy nhiên các yêu cầu trên cũng có thể thay đổi, thông tin được các bên thông báo cho nhau hàng ngày và giá cả được điều chỉnh hàng tuần.

Khách hàng đặt hàng ngày hôm trước về chủng loại, số lượng hàng, nếu có thay đổi bất thường thì phải trao đổi với nhau qua điện thoại.

Đối với một số điểm tiêu thụ lớn, họ thường yêu cầu giấy chứng nhận RAT của một cơ quan có thẩm quyền.

Phương thức thanh toán bằng tiền mặt sau khi mua hàng, trả chậm theo tuần hay theo tháng (đối với siêu thị).

3.5- Mối quan hệ giữa các công ty trung gian đối với người bán lẻ

Công ty trung gian thường có nhiều bạn hàng là các điểm bán lẻ khác nhau, từ siêu thị, trung tâm thương mại và đến các cửa hàng - gian hàng RAT ở chợ và đường phố. Họ cung cấp cho các điểm bán lẻ trên 10 loại rau khác nhau với mức tiêu thụ giao động từ 400 kg đến 2000 kg/ ngày.

Hoạt động mua bán giữa công ty và một số siêu thị, trung tâm thương mại được thực hiện thông qua hợp đồng bằng văn bản quy định về số lượng, chất lượng, chủng loại, thời gian giao hàng, hình thức thanh toán, giá bán rau của từng loại theo mùa vụ trên cơ sở căn cứ mức biến động giá trên thị trường Hà Nội .

Đối với các điểm bán lẻ khác như các cửa hàng - gian hàng RAT; giữa công ty và người bán lẻ chỉ có những thoả thuận miệng về số lượng, chất lượng sản phẩm và giá từng loại rau căn cứ theo mức giá trên thị trường tại thời điểm hiện tại.

Tuy nhiên cho dù người bán lẻ là ai thì các yêu cầu trên cũng có thể thay đổi thông qua việc trao đổi thông tin hàng ngày giữa công ty và người bán lẻ, giá sản phẩm có thể được điều chỉnh theo ngày hoặc theo tuần. Thường các khách hàng đưa ra những yêu cầu vào ngày hôm trước về chủng loại, số lượng thông qua điện thoại hoặc ngay sau khi giao nhận hàng của ngày hôm trước. Phương thức thanh toán rất linh động, có thể được thực hiện hàng ngày hoặc hàng tuần đối với các cửa hàng, gian hàng rau an toàn và có thể trả chậm sau một tháng giao hàng đối với khách hàng là siêu thị, trung tâm thương mại. Những thay đổi bất thường họ chỉ cần thông tin cho nhau muộn nhất vào buổi chiều trước hôm giao hàng.

Nhìn chung các điểm bán lẻ rất tin tưởng vào sản phẩm do các công ty cung cấp, mặc dù giữa họ có thể có hoặc không có những ràng buộc bằng hợp đồng. Chính vì vậy quan hệ buôn bán giữa hai bên có sự gắn bó khá chặt chẽ.

3.6-Mối quan hệ giữa người sản xuất đối với người bán lẻ

Một số nông dân trồng RAT phải mang sản phẩm đi bán trực tiếp cho các cửa hàng, gian hàng RAT ở các chợ, đường phố, tuy nhiên giữa hai bên không có mối quan hệ thường xuyên.

Thường người sản xuất bán 1 đến 3 loại rau cho người bán lẻ/ lần.

Chất lượng yêu cầu: lựa chọn rau theo cảm nhận hình thức bề ngoài.

Phương thức thanh toán: trả bằng tiền mặt ngay sau khi mua hàng.

Người bán lẻ trong trường hợp này thường có qui mô nhỏ, khối lượng bán khoảng 80-100 kg/ngày, tính trung bình họ mua của mỗi khách hàng từ 7-15 kg /lần.

4- Qui mô trung bình của các tác nhân tham ngành hàng RAT

Nhìn chung qui mô hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng RAT có sự khác nhau đáng kể, trong đó các công ty trung gian và người thu gom có khối lượng rau tiêu thụ lớn nhất. Người sản xuất có sản lượng rau trung bình 10 tấn/năm, qui mô lớn nhất 19,6 tấn/năm và nhỏ nhất 2,6 tấn rau/ năm. Đối với người thu gom có khối lượng rau tiêu thụ trung bình khoảng 82,5 tấn /năm, một số công ty trung gian như công ty Bảo Hà đóng vai trò là người bán buôn có khối lượng tiêu thụ 132 tấn rau/ năm và người bán lẻ có khối lượng tiêu thụ 29,7 tấn rau/năm.

Bảng 10: Qui mô sản phẩm của các tác nhân trong ngành hàng RAT

Chỉ tiêu	Người SX (kg/ năm)	Tác nhân trung gian (kg/ năm)			Điểm tiêu dùng (kg/ năm)	
		Thu gom	Công ty	Bán lẻ	Bếp ăn	hộ Gia đình
- Max	19600	98000		67000	11500	900
- Min	2600	49500	-	13200	4950	360
- Trung bình	10000	82500	132000	29700	6500	432

Nguồn: Số liệu điều của DSA tại Hà nội, 2005

5- Sự thay đổi giá rau qua các tác nhân.

Bảng dưới đây là phân tích sự thay đổi giá qua các tác nhân ở hai kênh tiêu thụ chính (kênh 1 và kênh 2) đối với loại rau Cà chua.

Bảng 11: Sự thay đổi giá cà chua ở từng tác nhân qua các kênh phân phối

Các luồng SP	Kênh 1		Kênh 2		Kênh 3		Kênh 4	
	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)
Giá từ người sản xuất	2096	58	2490	57	2500	100	2000	65
Giá từ người T.gom/Cty	2850	79	3765	87	-	-	-	-
Giá từ người bán lẻ	3600	100	4350	100	-	-	3050	100

Nguồn: Số liệu điều của DSA tại Hà nội, 2005

Chúng ta có thể nhận thấy chi phí sản xuất chiếm tỷ lệ lớn trong cơ cấu hình thành giá (58% ở kênh 1 và 57% ở kênh 2), mức biến động tăng giá chủ yếu diễn ra ở giao dịch giữa người thu gom và người bán lẻ (21% ở kênh 1 và 20% ở kênh 2). Còn sự thay đổi giá từ người bán lẻ đến người tiêu dùng diễn ra chậm hơn với 21% ở kênh 1 và 13% ở kênh 2.

6- Cơ cấu các chi phí hình thành giá qua các tác nhân

Trong cơ cấu chi phí hình thành giá của các tác nhân được chia thành hai là chi phí vật chất và chi phí lao động. Phân tích cơ cấu chi phí ở kênh hàng 1 và kênh hàng 2 cho thấy các tác nhân là người sản xuất, người bán lẻ có mức chi phí lao động trên một đơn vị sản phẩm cao hơn chi phí vật chất, tuy nhiên đối với tác nhân người thu gom ở kênh hàng 1 thì chi phí vật chất lại chiếm tỷ lệ lớn trong tổng chi phí.

Bảng 12: Sự hình thành giá cà chua qua từng tác nhân ở các kênh phân phối

Các luồng SP	Kênh 1		Kênh 2		Kênh 3		Kênh 4	
Chỉ tiêu Tác nhân	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)	Giá bán (đ/ kg)	Tỷ lệ (%)
- Giá từ người sản xuất	2096	58	2490	57	2500	100	2000	65
+ Chi phí vật chất	369	10	369	8	369	15	369	12
+ Chi phí lao động	577	16	577	13	952	38	952	31
+ Lãi thô	1727	48	2121	49	2131	85	1631	53
+ Lãi thuần	1150	32	1544	36	1179	47	679	22
- Giá từ người thu gom	2850	79	3765	87	-	-	-	-
+ Chi phí vật chất	156	5	357	9	-	-	-	-
+ Chi phí lao động	150	4	500	11	-	-	-	-
+ Lãi thô	598	16	900	21	-	-	-	-
+ Lãi thuần	448	12	400	10	-	-	-	-
- Giá từ người bán lẻ	3600	100	4350	100	-	-	3050	100
+ Chi phí vật chất	259	7	73	1	-	-	133	5
+ Chi phí lao động	268	8	417	10	-	-	500	16
+ Lãi thô	491	14	512	12	-	-	917	30
+ Lãi thuần	223	6	95	2	-	-	417	14

Nguồn: Số liệu điều của DSA tại Hà nội, 2005

7- Hiệu quả kinh tế của một số loại RAT sản xuất ở các địa phương khác nhau

Theo số liệu điều tra sản xuất Cà chua và cây Rau muống theo quy trình RAT tại 2 địa phương là xã Tiên Dương - Đông Anh và xã Thanh xuân - Sóc Sơn cho thấy chi phí và hiệu quả kinh tế như sau (Bảng 13)

Bảng 13 : Chi phí sản xuất và hiệu quả kinh tế của cây cà chua và rau muống

Đơn vị : 1000 đ/ sào

	Đơn vị	Đông Anh	Sóc Sơn	
		Cà chua	Cà chua	Rau muống
Chi phí vật chất	đ/ sào	626371	319833	1038781
- Giống	đ	89881	105500	69231
- Phân bón	đ	265869	113750	918612
- Thuốc BVTV	đ	50357	32789	11538
- Gian cà chua	đ	82262	37500	-
- Thuê đất	đ	61670	-	30400
- Thuế đất	đ	-	20294	-
- Chi khác	đ	76332	10000	9000
Chi phí lao động	đ	685060	500000	1453846
Tổng chi phí	đ/ sào	1311431	819833	2492627
Sản lượng	kg/ sào	1267	867	2400
Giá bán	đ/ kg	2522	2096	2000
Giá trị sản lượng	đ/ sào	3195374	1816667	4800000
Lãi thô	đ/ sào	2569003	1496834	3761219
Lãi thuần	đ/ sào	1883943	996834	2307373

Nguồn: Số liệu điều của DSA tại Hà nội, 2005

Có thể nhận thấy rằng tại địa bàn xã Thanh xuân - Sóc sơn nông dân canh tác rau muống mang lại mức thu nhập cao hơn cây cà chua. Tuy nhiên nếu so sánh khả năng sinh lời của đồng vốn thì việc sản xuất cà chua lại có ưu thế hơn. Bên cạnh đó chúng ta cũng cần chú ý đến thời gian canh tác của hai loại rau này (cà chua tối đa là 6 tháng, rau muống là 9 tháng).

Kết quả ở bảng trên cũng cho thấy nông dân trồng cà chua ở Sóc sơn có mức thu nhập thấp hơn so với nông dân trồng cà chua ở Đông anh (mức lãi thô chỉ bằng 58%, mức lãi ròng là 52%).

8- Thông tin về một số tổ chức sản xuất RAT và nhà tài trợ.

Bảng 14: Danh sách một số tổ chức sản xuất RAT

Chỉ tiêu	Các thông tin kèm theo		
Địa bàn	huyện Từ Liêm		
Danh sách	Công ty Sông danh		
Quy trình kỹ thuật	Rau sạch thủy canh- trồng trong hộp xốp – nhà lưới		
Các tổ chức tài trợ / đỡ đầu:	Toàn bộ đầu tư của công ty sông danh		
- vốn đầu tư			
- Vật tư	Nhà lưới, tường bao quanh và nền bê tông: 11000 000 đ/ sào (10 năm) Hộp xốp: 3780000 đ/ sào (4 năm) Phân bón của Cty:2500 đ/ sào/ lứa		
- Tập huấn	Phòng kỹ thuật trực tiếp SX		
- Khác			
Qui mô (số hộ, diện tích, khối lượng, thời gian sản xuất)	3 người chịu trách nhiệm trên DT : 1000 m2 - sản xuất quanh năm		
Loại sản phẩm chính	Cải bao, xà lách (tím, xà lách pháp), cải ngọt, bắp cải và rau muống		
Qui trình sản xuất (ai hướng dẫn)	Các cán bộ kỹ thuật tự nghiên cứu mô hình theo sách hướng dẫn. Nhằm mục đích giới thiệu phân bón lá.		
QTSX Có được kiểm tra thường xuyên (không)	Bắt đầu trồng từ năm 1999 nhưng chỉ mới đi phân tích mẫu 1 lần. Chủ yếu dựa vào lòng tin và uy tín của công ty là chính.		
Đầu ra tiêu thụ ở đâu (%):	6 cửa hàng và một số trường học trong nội thành.		
- có hợp đồng (hình thức HĐ)	Cửa hàng của công ty		
- chưa có hợp đồng	Bán cho các trường học theo cam kết miệng.		
Sản phẩm bán có nhãn mác (túi)	Có túi ni lông ghi nơi sản xuất		
Những khó khăn	Chi phí SX cao ⇒ giá bán cao nên không cạnh tranh được.		

Chỉ tiêu	Các thông tin kèm theo		
Vùng sản xuất	huyện Đông Anh		
Danh sách (xã Vân nội)	HTX ông Mây	HTX ông Thi	HTX ông Thuần
Hình thức	Hợp tác xã	Hợp tác xã	Hợp tác xã
Quy trình kỹ thuật	Rau sạch - trồng trong và ngoài nhà lưới	Rau sạch - trồng trong và ngoài nhà lưới	Rau sạch - trồng trong và ngoài nhà lưới

Các tổ chức tài trợ / đỡ đầu:	Trung tâm khuyến nông	Trung tâm khuyến nông	Phòng nông nghiệp huyện Đông Anh
- vốn đầu tư	500 000 đ/ 1 sào DT nhà lưới	500 000 đ/ 1 sào DT nhà lưới * 10 sào	4.500.000 đ (làm nhà lưới)
- tập huấn	IBM	IBM	2 lớp IBM về bảo vệ thực vật (TT khuyến nông).
- khác			
Qui mô (số hộ, diện tích, khối lượng, thời gian sản xuất)	Số hộ : 18, DT : 14 mẫu, khối lượng SX: 500 – 600 tấn, thời gian SX quanh năm (chính: rau vụ đông T9 – T3, trái vụ các tháng còn lại)	Số hộ : 6, DT : 11 mẫu, khối lượng SX: 120 – 150 tấn, thời gian SX quanh năm (chính: rau vụ đông T9 – T3, trái vụ các tháng còn lại)	Số hộ: 11, DT: 6.5 mẫu, khối lượng SX: 400 – 500 tấn, thời gian SX quanh năm (chính: rau vụ đông T9 – T3, trái vụ các tháng còn lại)
Loại sản phẩm chính	Cải ngọt, cà chua, lơ xanh, xua hào, bắp cải và cải xanh	Cải ngọt, cải canh, cà chua, xà lách và rau muống.	Cà chua, bắp cải, xu hào, cải canh, cải ngọt và xà lách.
Qui trình sản xuất (ai hướng dẫn)	Trung tâm khuyến nông tập huấn	Trung tâm khuyến nông tập huấn	Trung tâm khuyến nông tập huấn
QTSX Có được kiểm tra thường xuyên (không)	Không	Không	Không
Đầu ra tiêu thụ ở đâu (%):	Thị trường Hà Nội (các quận nội thành 100%)	Thị trường Hà Nội (các quận nội thành và ngoài thành)	Thị trường Hà Nội (các quận nội thành 10%, các huyện ngoài thành 90%)
- có hợp đồng (hình thức HĐ)	Hợp đồng bằng giấy tờ ký kết giữa 2 bên về (chủng loại, chất lượng, khối lượng, giá bán, hình thức thanh toán và các bên chịu trách nhiệm khi người tiêu dùng bị ngộ độc.	Hợp đồng bằng giấy tờ ký kết giữa 2 bên về (chủng loại, chất lượng, khối lượng, giá bán, hình thức thanh toán và các bên chịu trách nhiệm khi người tiêu dùng bị ngộ độc.	Hợp đồng bằng giấy tờ ký kết giữa 2 bên về (chủng loại, chất lượng, khối lượng, giá bán, hình thức thanh toán và các bên chịu trách nhiệm khi người tiêu dùng bị ngộ độc.
- chưa có hợp đồng			

Sản phẩm bán có nhãn mác (túi)	Tên quây rau sạch ghi nguồn gốc rau SX. Nhãn mác được đóng sau khi bán cho siêu thị hoặc cửa hàng. Còn bán cho các trường học, bếp ăn và các đối tượng khác thì không có.	Tên quây rau sạch ghi nguồn gốc rau SX.	Tên quây rau sạch ghi nguồn gốc rau SX. Không đóng nhãn mác vì chưa đưa rau vào được các siêu thị, cửa hàng lớn.
Những khó khăn	<ul style="list-style-type: none"> - Người tiêu dùng chưa tin vào rau sạch, giá bán lại cao gấp 30% . - Chi phí vận chuyển cao, nếu đóng bao bì thì chi phí giá thành rất cao nên khó tiêu thụ. - Thường bị tắc đường không thực hiện đúng thời gian giao hàng. 	<ul style="list-style-type: none"> - Người mua phần nản là rau chưa sạch nên phải cam kết bằng miệng về chất lượng SP. - Vốn để đầu tư SX của 1 sào rau sạch hiện nay rất cao. Trong khi bán SP lại gặp rủi ro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chưa có ai giúp đỡ để giới thiệu bán rau ở các cửa hàng siêu thị lớn. - Chi phí thuê cửa hàng quá cao, lãi không đủ để chi phí. Trong khi người tiêu dùng chưa tin tưởng vào rau sạch nên khối lượng bán hàng ngày quá thấp.

Chỉ tiêu	Các thông tin kèm theo
Vùng sản xuất	huyện Gia Lâm
Danh sách (xã Văn Đức)	20 nhóm sản xuất rau an toàn (20 hộ/ nhóm)
Hình thức	Nhóm sản xuất
Quy trình kỹ thuật	Rau sạch trồng không có nhà lưới
Các tổ chức tài trợ / đỡ đầu:	Trung tâm khuyến nông Hà nội - Phòng nông nghiệp huyện
- vốn đầu tư	1000 000 đ/ 1 nhóm SX (20 hộ)
- tập huấn	7 buổi tập huấn (4 - TT khuyến nông, 3 - Phòng NN huyện)
- khác	
Qui mô (số hộ, diện tích, khối lượng, thời gian sản xuất)	Số hộ : 20 hộ/ nhóm * 20 nhóm, Tổng DT : 83 mẫu, khối lượng SP, thời gian SX 50 % DT quanh năm, 50% DT vụ đông (T9 – T1)
Loại sản phẩm chính	Bắp cải, cải củ, cải ngọt, xúp lơ và xu hào.
Qui trình sản xuất (ai hướng dẫn)	Trung tâm khuyến nông Hà nội - Phòng nông nghiệp huyện.
QTSX Có được kiểm tra thường xuyên (không)	Xã có 1 nhóm 3 người chuyên đi kiểm tra nông dân sử dụng phân bón và thuốc BVTV có đúng quy định hay không.

Đầu ra tiêu thụ ở đâu (%):	Thị trường Hà Nội 70% (các chợ đêm và ngày trên các quận nội thành), 30% các tỉnh miền trung (từ Nghệ An đến Đà Nẵng)
- Có hợp đồng (hình thức HĐ)	Bán vào các tỉnh Miền trung thì có cam kết giữa người thu gom địa phương và người mua buôn về khối lượng, chủng loại, thời gian giao hàng và giá bán.
- chưa có hợp đồng	Bán ở thị trường HN thì không có hợp đồng.
Sản phẩm bán có nhãn mác (túi)	Sản phẩm chưa lấy được uy tín nên chưa tạo được nhãn mác.
Những khó khăn	- Chưa có nơi tiêu thụ sản phẩm rau sạch, rau hiện nay SX ra mới chỉ bán theo giá rau thường. - Khó khăn trong việc phòng trừ sâu bệnh (thuốc vi sinh chưa phổ biến, không phòng trừ được một số loại sâu).

Chỉ tiêu	Các thông tin kèm theo
Vùng sản xuất	huyện Sóc Sơn
Danh sách (xã thanh xuan)	4 nhóm sản xuất rau an toàn (8 hộ/ nhóm)
Thành lập	2 nhóm thành lập tháng 5/2001, 2 nhóm thành lập tháng 7/ 2002
Hình thức	Nhóm sản xuất
Quy trình kỹ thuật	Rau sạch trồng không có nhà lưới
Các tổ chức tài trợ / đỡ đầu:	Tổ chức ADDA - Đan mạch, chi cục BVTV Hà Nội
- vốn đầu tư	
- tập huấn	Tập huấn IPM
- khác	Hỗ trợ mỗi buổi họp nhóm là 5000 đ/ hộ (1 tuần/ 1 lần - liên tục trong 4 tháng)
Qui mô (số hộ, diện tích, khối lượng, thời gian sản xuất)	Số hộ : 8hộ/ nhóm * 4nhóm, Tổng DT : 3.2 mẫu, khối lượng SP, thời gian SX 100 % DT quanh năm
Loại sản phẩm chính	Bắp cải, cải ngọt, xu hào, dưa chuột, dưa le và bí xanh.
Qui trình sản xuất (ai hướng dẫn)	Du an ADDA - Đan mạch đào tạo 2 nông dân tiếp xúc ở địa phương
QTSX Có được kiểm tra thường xuyên (không)	không có sự kiểm tra, chủ yếu các thành viên tự quản lý lẫn nhau
Đầu ra tiêu thụ ở đâu (%):	Thị trường Hà Nội 2% bán được theo giá rau sạch cho những người thu gom từ vận nội sang. Còn lại 80% bán theo giá rau thường tại chợ địa phương và chợ trong huyện
- chưa có hợp đồng	Bán ở thị trường HN thì không có hợp đồng.
Sản phẩm bán có nhãn mác (túi)	Sản phẩm chưa lấy được uy tín nên chưa tạo được nhãn mác.

Những khó khăn	<ul style="list-style-type: none">- Chưa có nơi tiêu thụ sản phẩm rau sạch, rau hiện nay SX ra mới chỉ bán theo giá rau thường.- Khó khăn trong việc phòng trừ sâu bệnh (thuốc vi sinh chưa phổ biến, không phòng trừ được một số loại sâu).- Chung loại rau con đơn điệu do thói quen tập quán canh tác của địa phương.
----------------	--

Nguồn: Số liệu điều của DSA tại Hà nội, 2005

9- Một số khó khăn của các tác nhân tham gia ngành hàng RAT Hà Nội

9.1- Người sản xuất RAT

Cũng như phần lớn nông dân hiện nay, khó khăn lớn nhất đối với nông dân trồng RAT là khâu tiêu thụ sản phẩm. Tuy nhiên đối với sản phẩm RAT có tiềm năng về thị trường rất lớn nhưng vấn đề đối với người sản xuất RAT là làm thế nào để người tiêu dùng tin tưởng vào chất lượng rau bán trên thị trường hiện nay.

Trên thực tế việc sử dụng rau an toàn của người tiêu dùng Hà nội còn rất khiêm tốn (khoảng 15 tấn/ngày-số lượng sản phẩm tiêu thụ ở các cửa hàng, siêu thị). Chính vì lý do trên mà một số nông dân sản xuất rau an toàn nhưng không có khả năng tiêu thụ hết sản lượng sản xuất ra với giá rau an toàn. Theo điều tra từ người sản xuất cho thấy chi phí để sản xuất rau an toàn cao hơn rau thường ít nhất từ 20- 30 %, vì vậy khi phải bỏ ra chi phí để sản xuất rau an toàn nhưng lại phải bán sản phẩm theo giá rau thường thì rõ ràng ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của chính họ, từ đó dẫn đến thực hành của người trồng rau không tuân thủ theo qui trình sản xuất rau an toàn (QTSXRAT).

9.2- Đối với các tác nhân trung gian

Hiện nay kênh tiêu thụ rau an toàn/rau sạch còn tương đối mới, thói quen của người tiêu dùng đối với sản phẩm RAT đang hình thành. Tuy nhiên trên thực tế do một số khó khăn như: chưa có những cơ sở giúp người tiêu dùng tin tưởng vào chất lượng rau hay nói khác đi là thị trường thiếu những thể chế trọng tài, giá rau an toàn lại cao hơn giá rau thường và việc tiếp cận sản phẩm không thuận tiện do số điểm bán còn chưa nhiều (phải đến siêu thị, quầy hoặc cửa hàng RAT...). Những lý do trên dẫn đến việc tiêu thụ rau an toàn còn rất hạn chế về số lượng.

Người thu gom có ít bạn hàng nên họ phải phục vụ bạn hàng theo mọi yêu cầu, thậm chí nhiều khi nhu cầu của khách hàng không có lợi về kinh tế cho người thu gom: cung ứng số lượng ít/điểm tiêu thụ (ví dụ bếp ăn hay quán hàng cơm yêu cầu khoảng 5 kg, tĩa rau để cho vào gói đối với các siêu thị (tỷ lệ hao hụt cao...)). Điều này ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả hoạt động của tác nhân này. Mặt khác họ còn chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm theo cam kết với người bán lẻ, trong khi đối với người sản xuất họ chỉ có các cam kết miệng và chủ yếu dựa vào “lòng tin” chứ chưa có công cụ để có thể kiểm tra, giám sát.

9.3- Đối với người bán lẻ

Người bán lẻ chưa có công cụ để chứng minh cho người tiêu dùng tin tưởng vào chất lượng sản phẩm ngoài việc xuất trình giấy xác nhận tổ chức sản xuất RAT của UBND huyện, hoặc những cam kết giữa họ và người cung ứng sản phẩm. Điều này làm hạn chế số lượng tiêu thụ rau ở các quầy bán lẻ. Vì khối lượng sản phẩm tiêu thụ bị hạn chế nên buộc họ phải nâng giá bán sản phẩm. Kết quả điều tra cho thấy người tiêu thụ mua rau an toàn giá cao hơn từ 40 đến 50%, có những loại đến 100% so với giá rau thường cùng thời điểm.

Nhân xét chung

Phân tích ở trên cũng chỉ ra các tác nhân tham gia ngành hàng rau an toàn đã có chiến lược rất rõ nét như mở rộng thị trường rau an toàn nhằm tăng thu nhập.

- Ngành hàng RAT Hà Nội được tổ chức tương đối chặt chẽ: các tác nhân xây dựng mối quan hệ tương đối gắn bó và thường xuyên. Người thu gom đóng vai trò quan trọng trong việc đưa thông tin của thị trường tới vùng sản xuất hay nói cách khác là gắn kết người sản xuất với thị trường.

- Người sản xuất áp dụng tiến bộ về giống, đầu tư (nhà lưới, giếng khoan) và lựa chọn các loại rau phát huy hiệu quả đầu tư (rau ăn lá, rau ngắn ngày và rau trái vụ). Nông dân được đào tạo và trồng rau ở đây trở thành một nghề chính, bắt đầu của sự chuyên môn hóa trong sản xuất rau thể hiện đầu tư vốn, kỹ thuật.
- Người thu gom cố gắng mở rộng thị trường tiêu thụ, họ khai thác thị trường thông qua việc tham gia các hội nghị khách hàng, đáp ứng những yêu cầu của bạn hàng (tỉa nhật rau theo yêu cầu của bạn hàng, cung ứng kể cả khi số lượng ít...) nhằm mục đích gây uy tín để có cơ hội mở rộng thêm thị phần.
- Người bán lẻ trong luồng hàng rau an toàn (cửa hàng- quầy hàng RAT, siêu thị, cửa hàng của công ty thực phẩm...) có nhiều lợi thế khi tiếp cận với người tiêu dùng vì họ có nơi bán hàng có qui củ, hợp vệ sinh cho phép người mua tin tưởng hơn (sạch). Nhờ lợi thế đó mà giá bán của họ có phần “độc quyền” cao hơn rau bình thường. Người bán lẻ đóng vai trò quan trọng và mang tính quyết định đến việc hình thành ngành hàng RAT. Bởi họ là người định giá, số lượng, yêu cầu về chất lượng.
- Một số tác nhân trong ngành hàng RAT đã xây dựng mối quan hệ thông qua các hợp đồng kinh tế/hay các thoả thuận có tính pháp lý (quan hệ giữa người thu gom và người bán lẻ), tuy nhiên vẫn còn một số tác nhân khác có vai trò quan trọng ngành hàng và mang tính quyết định đến chất lượng sản phẩm cung ứng như người sản xuất lại chưa có các thể chế để ràng buộc họ, quan hệ giữa người sản xuất và người thu gom mới chỉ có các thoả thuận bằng miệng.
- Trong ngành hàng RAT các yếu tố làm tăng giá vận chuyển, chi phí thuê điểm bán đều có ảnh hưởng tới việc thương mại sản phẩm rau an toàn, làm tăng giá bán sản phẩm.
- Phương thức thanh toán giữa người thu gom và người bán lẻ theo thoả thuận quy định của hai bên như một tuần/lần hoặc một tháng/lần trên cơ sở hoá đơn hoặc giấy biên nhận nhập hàng.

VI - Kết luận và kiến nghị

1- Kết luận

- Ngành hàng RAT của thành phố Hà Nội đã bắt đầu hình thành các tác nhân mang tính điều phối luồng sản phẩm, để đưa thông tin phản ánh về nhu cầu của khách hàng đại diện nào đó đến vùng sản xuất. Đây có thể là điểm để tháo gỡ những vướng mắc trong khâu tổ chức của ngành hàng RAT cung ứng cho thị trường các quận nội thành.
 - Mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng tương đối gắn bó, giữa họ thường có sự trao đổi các thông tin về số lượng, chủng loại và thời gian cung ứng để có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu đặt ra của các bên.
 - Song song với một số mặt tích cực đã đề cập ở trên vẫn còn tồn tại các vấn đề cần sớm được khắc phục như: các tổ chức sản xuất RAT chưa thực hiện tốt khâu kiểm tra giám sát nội bộ chất lượng từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ sản phẩm và các tác nhân là người sản xuất, các tác nhân trung gian và người bán lẻ chưa tự giác quan tâm đến chất lượng RAT.
- Vấn đề đặt ra hiện nay đối với ngành hàng rau an toàn là làm thế nào để có thể giúp người tiêu dùng có cơ sở tin tưởng chất lượng sản phẩm cung ứng? Đây cũng là giải pháp để thúc đẩy sự phát triển của ngành hàng nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của người tiêu dùng Hà nội.

2- Kiến nghị cho tác động

2.1- Người sản xuất RAT

- Quy hoạch vùng sản xuất RAT phải gắn liền với các tác động như tập huấn quy trình kỹ thuật sản xuất RAT, giám sát thực hành trồng rau của nông dân và hỗ trợ trong việc quảng bá-tiêu thụ sản phẩm. Việc xác định các vùng trồng rau an toàn không bị ô nhiễm đất và nguồn nước cần được tiến hành thận trọng.
- Thành lập các tổ chức nông dân chuyên sản xuất, chế biến và tiêu thụ RAT, có tư cách pháp nhân (hợp tác xã ...) nhằm dễ dàng trong việc triển khai quy trình kỹ thuật sản xuất tập thể, kiểm soát chất lượng, xây dựng nhãn mác sản phẩm và ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các tác nhân bán lẻ (cửa hàng RAT, siêu thị...).
- Các tổ chức sản xuất RAT phải xây dựng hệ thống quản lý chất lượng nội bộ và quản lý chất lượng sản phẩm chung ở khâu lưu thông.
- Ngoài việc hỗ trợ quảng bá về hình ảnh, chất lượng RAT qua các phương tiện thông tin đại chúng cũng nên hỗ trợ một phần kinh phí cho thành viên trong nhóm, hợp tác xã RAT mở cửa hàng RAT ở các quận nội thành để bán rau trực tiếp cho người người tiêu dùng. Vì chính người sản xuất sẽ chứng minh tốt nhất cho người tiêu dùng các vấn đề liên quan đến chất lượng sản phẩm RAT.

2.2- Các tác nhân trung gian.

- Cung cấp thông tin đầy đủ kịp thời trên các phương tiện thông tin đại chúng về thời vụ sản xuất RAT, quy mô, chủng loại rau trong từng thời điểm, để họ chủ động trong việc thu gom sản phẩm, ký kết các hợp đồng tiêu thụ với tác nhân bán lẻ.
- Đề ra các cơ chế để khuyến khích sự phát triển của nghề thu gom và buôn bán sản phẩm rau quả như giảm thuế, giảm chi phí vận chuyển-bến bãi và đặc biệt cần sớm xoá bỏ các chi phí làm luật với công an, quản lý thị trường...

2.3- Người bán lẻ RAT

- Cần có các quy định bắt buộc đối với các điểm kinh doanh RAT về tiêu chuẩn quầy hàng và chất lượng sản phẩm rau quả bày bán. Các quy định này có thể được cụ thể hoá bằng một số tiêu chí như quy mô gian hàng, giá đựng hàng, bao bì sản phẩm, quy trình sản xuất, thu hoạch, sơ chế, đóng gói, vận chuyển và giấy chứng nhận chất lượng của cơ quan có thẩm quyền...
- Có chế tài xử phạt thích đáng nếu các điểm bán RAT vi phạm chất lượng, bán rau không rõ nguồn gốc.
- Các cơ quan chức năng phải thường xuyên thực hiện kiểm tra, giám sát chất lượng RAT tại các điểm bán lẻ như kiểm tra tiêu chuẩn quầy hàng, kiểm tra chất lượng sản phẩm rau tại điểm bán và lấy mẫu rau mang đi phân tích.

2.4- Các kiến nghị khác

- Quá trình đô thị hoá nhanh dẫn đến việc mất dần diện tích đất trồng RAT tại các huyện ngoại thành, nghiêm trọng hơn diện tích đất này ngày càng bị ô nhiễm từ không khí và nguồn nước nên khó có thể đảm bảo được chất lượng theo quy định về RAT (ví dụ: Rau Thanh Trì...). Chính vì vậy trong tương lai để có nguồn RAT ổn định, đảm bảo chất lượng cung cấp cho thành phố Hà Nội thì cần phải tính đến việc mở rộng các vành đai sản xuất rau ra các tỉnh lân cận như Hà Tây, Hưng Yên, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh...

- Trong quá trình giao dịch, lưu thông RAT đòi hỏi bắt buộc đối với các tác nhân trong ngành hàng phải xây dựng hợp đồng cam kết về chất lượng sản phẩm và quy định các chế tài xử phạt khi có dấu hiệu vi phạm.

Tài liệu tham khảo

1. Niên giám thống kê Hà Nội 2000, 2002, 2004.
2. Mai Thị Phương Anh, Ali M & Hoàng Lan Anh, 2002. Nông nghiệp nội thành và ngoại thành Hà Nội. AVDRDC/CIRAD
3. Hồ Thanh Sơn, Vũ Trọng Bình, Bùi Thị Thái , 2004. Đánh giá về quá trình tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm RAT tại HTX Vân Trì-Đông Anh. DSA-VASI
4. Moustier, Nguyễn Thị Tân Lộc, Số liệu.2003. Tổ chức và quản lý chất lượng rau ở kênh cung cấp cho Hà Nội. Dự án vùng AVRDC/SUSPER. Hà Nội
5. Hồ Thanh Sơn, Bùi Thị Thái, Moustier, 2003. Chiến lược của các tác nhân tham gia ngành hàng rau cung cấp cho thị trường Hà Nội. Dự án vùng AVRDC/SUSPER. Hà nội
6. Số liệu. Đào Thế Anh. 2004. Tiêu dùng thực phẩm ở Việt nam: thị trường thực phẩm, thói quen thực phẩm, sự đa dạng hóa và hướng phân tích dựa vào VHLSS 2002. Bài thuyết trình MALICA.
7. Tham khảo số liệu và thông tin từ các web site Tổng cục thống kê Việt nam: www.gso.gov.vn; Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt nam: www.agroviet.gov.vn