



TIÊU THỤ RAU AN TOÀN CỦA CÁC HỘ GIA ĐÌNH THAM GIA MÔ HÌNH THÍ ĐIỂM TẠI HUYỆN A LƯỚI TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

Nguyễn Quang Phục*, Nguyễn Đức Kiên

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di, Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Nguyễn Quang Phục <nqphuc@hce.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 14-12-2020; Ngày chấp nhận đăng: 1-2-2021)

Tóm tắt. Nghiên cứu này phân tích tình hình tiêu thụ rau an toàn của các hộ gia đình tham gia mô hình thí điểm tại huyện miền núi A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế. Số liệu thứ cấp được thu thập thông qua các báo cáo của chính quyền địa phương và các nghiên cứu trước đây. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn chuyên sâu 6 hộ tham gia mô hình. Bảng hỏi được sử dụng để khảo sát ý kiến của khách hàng về các sản phẩm rau an toàn. Kết quả nghiên cứu cho thấy kênh tiêu thụ rau an toàn của các hộ khá đa dạng, nhưng số lượng và loại rau tiêu thụ hàng ngày quá hạn chế, chủ yếu tiêu thụ tại thị trấn A Lưới và các địa phương lân cận. Ngoài ra, rau an toàn chưa có nhãn mác, giấy chứng nhận nên gây nhiều khó khăn cho khách hàng trong lựa chọn sản phẩm, từ đó tạo ra sự nghi ngờ về chất lượng và làm giảm lòng tin của người tiêu dùng. Cần kiểm soát chặt chẽ hơn quy trình sản xuất, liên kết với Hợp tác xã nông sản A Lưới và tăng cường vai trò của chính quyền là những hàm ý chính sách quan trọng nhằm cải thiện tốt hơn vấn đề tiêu thụ các sản phẩm rau an toàn tại địa bàn nghiên cứu.

Từ khóa: Mô hình VietGap, rau an toàn, tiêu thụ, miền núi, A Lưới

Consumption of safe vegetables among households participating in potential model in A Luoi, Thua Thien Hue

Nguyen Quang Phuc*, Nguyen Duc Kien

University of Economics, Hue University, 99 Ho Duc Di St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Nguyen Quang Phuc <nqphuc@hce.edu.vn>

(Received: December 14, 2020; Accepted: February 1, 2021)

Abstract. This study analyzes the consumption of safe vegetables among households participating in the potential model in the mountainous district of A Luoi, Thua Thien Hue province. Secondary data is collected through reports of local authorities and previous studies. Primary data is collected through in-depth interviews with 6 households involved in the model. Questionnaires are used to survey customers' opinions

about safe vegetable products. The research results show that the safe vegetable consumption channels of households are quite diverse, but the quantity and types of vegetables for daily consumption are too limited, mainly consumed in A Luoi town and neighboring localities. Also, safe vegetables do not have labels or certificates, causing many difficulties for customers in choosing products, thereby creating doubts about the quality and reducing consumer confidence. The need for tighter control of the production process, linking with the A Luoi Agricultural Cooperative, and strengthening the role of the local government are important policy implications for better improvement of vegetable product consumption in the research site.

Keywords: VietGap model, safe vegetable, consumption, mountain areas, A Luoi

1 Đặt vấn đề

Với độ cao trung bình từ 600 đến 800 m so với mực nước biển, A Lưới được biết đến như một địa phương có điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng thuận lợi để sản xuất các loại rau, củ, quả phục vụ nhu cầu tiêu dùng của người dân. Tuy nhiên, phương pháp trồng rau của người dân địa phương chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, mang tính tự phát, thiếu quy hoạch, hạn chế về trình độ thâm canh và ứng dụng khoa học kỹ thuật. Vì vậy, trồng rau truyền thống chưa thực sự góp phần nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống và giảm nghèo cho người dân địa phương [1].

Năm 2016, UBND huyện A Lưới triển khai chương trình thí điểm mô hình trồng rau an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP tại thị trấn A Lưới, xã Sơn Thủy và xã A Ngo nhằm khai thác hiệu quả tiềm năng sẵn có của địa phương. Có 6 hộ gia đình tham gia mô hình với tổng diện tích là 2598 m², bình quân mỗi hộ trồng 433 m². Kết quả đánh giá sơ bộ của Phòng Nông nghiệp cho thấy trồng rau an toàn có hệ số sử dụng đất cao hơn, thân thiện với môi trường, năng suất ổn định và đem lại hiệu quả kinh tế cao hơn so với trồng rau truyền thống [2]. Tuy vậy, hầu hết các hộ tham gia mô hình đang gặp nhiều khó khăn trong khâu tiêu thụ sản phẩm. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm giải quyết các mục tiêu: (1) Phân tích thực trạng tiêu thụ rau an toàn của các hộ tham gia mô hình thí điểm; (2) Tìm hiểu ý kiến đánh giá của khách hàng về sản phẩm rau an toàn A Lưới; và (3) Đề xuất một số hàm ý về chính sách nhằm thúc đẩy quá trình tiêu thụ trong thời gian tới.

2 Phương pháp nghiên cứu

2.1 Rau an toàn và vấn đề liên quan đến tiêu thụ rau an toàn

Rau an toàn (RAT) là một thuật ngữ mới xuất hiện trong những năm gần đây trước thực trạng an toàn thực phẩm đang ở mức báo động. Có nhiều quan niệm về RAT nhưng tựu trung lại "Rau, quả an toàn là sản phẩm rau, quả tươi được sản xuất, sơ chế, chế biến phù hợp quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm hoặc phù hợp với quy trình kỹ

thuật sản xuất, sơ chế rau, quả an toàn được Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt hoặc phù hợp với các quy định liên quan đến đảm bảo an toàn thực phẩm có trong quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho rau, quả tươi an toàn VietGAP, các tiêu chuẩn GAP khác và mẫu điển hình đạt các chỉ tiêu an toàn thực phẩm theo quy định” [3].

Nhiều nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng sản xuất rau an toàn mang lại hiệu quả kinh tế, xã hội và môi trường khá cao, đặc biệt từng bước thay đổi tập quán canh tác và sử dụng thuốc bảo vệ thực vật của người nông dân. Tuy nhiên, vấn đề tiêu thụ rau an toàn đang trở thành mối quan tâm không chỉ các nhà nghiên cứu, nhà quản lý, nhà nông mà còn cả doanh nghiệp [4-5].

Tỷ lệ sản lượng rau an toàn được gắn nhãn hiệu nhận diện an toàn còn rất hạn chế. Trong nghiên cứu của mình, Lê Mỹ Dung chỉ ra rằng, tỷ lệ rau an toàn được dán nhãn hiệu trên địa bàn Hà Nội chỉ chiếm 8%, chủ yếu qua kênh tiêu thụ của các doanh nghiệp, hợp tác xã, đại lý phân phối. Có đến 93% sản lượng rau chưa có tem, nhãn hiệu được tiêu thụ ở các chợ đầu mối, chợ dân sinh, khu dân cư... với sản lượng khoảng 40 nghìn tấn/năm [4].

Không phải vấn đề nhãn hiệu như ở Hà Nội, Lê Thị Hoa Sen và cộng sự nghiên cứu tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở tỉnh Thừa Thiên Huế cho thấy trên 90% số khách hàng được hỏi thường xuyên mua rau ở các chợ địa phương với lý do là chúng loại phong phú, đa dạng và giá rẻ. Các siêu thị ở Huế cung ứng các loại rau an toàn có xuất xứ rõ ràng, tuy vậy tỷ lệ hộ chọn mua rau ở siêu thị vẫn còn hạn chế, chiếm dưới 7% số hộ điều tra. Nhóm tác giả cũng chỉ ra bốn nhóm nguyên nhân cơ bản của vấn đề trên, đó là: *thứ nhất*, người dân đã có thói quen mua rau tại chợ và cách thức mua bán này thuận tiện hơn so với mua ở siêu thị; *thứ hai*, chủng loại rau ở siêu thị không đa dạng; *thứ ba*, giá cả rau ở chợ rẻ hơn, phù hợp với túi tiền của người tiêu dùng hơn. Ngoài ra, nhiều hộ dân còn cho rằng, tuy đã có nhãn mác, có nguồn gốc nhưng vẫn chưa tin tưởng hoàn toàn vào chất lượng của rau bán ở siêu thị [6].

Tại tỉnh Hòa Bình, Nguyễn Anh Minh và Nguyễn Tuấn Sơn nghiên cứu thực trạng và giải pháp thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm rau sản xuất theo quy trình VietGAP đã kết luận rằng mặc dù gần với thị trường Hà Nội nhưng tiêu thụ rau VietGAP của tỉnh Hòa bình gặp nhiều khó khăn do vấn đề liên kết giữa các bên liên quan chưa chặt chẽ, đặc biệt là liên kết giữa nhà nông với doanh nghiệp, giữa người sản xuất với hợp tác xã. Vấn đề tăng cường mối liên kết giữa người sản xuất với các đơn vị tổ chức tiêu thụ, xây dựng thương hiệu, thúc đẩy bán hàng là những giải pháp chủ yếu để đẩy mạnh tiêu thụ rau và thúc đẩy phát triển sản xuất rau theo tiêu chuẩn VietGAP trên địa bàn nghiên cứu [7].

Thông qua tổng quan các nghiên cứu trước đây, chúng ta thấy rằng, vấn đề chính của sản xuất rau an toàn không phải là quy mô diện tích bao nhiêu, sản lượng, năng suất như thế nào, mà là vấn đề chất lượng, kiểm định chất lượng và tính chặt chẽ trong liên kết giữa các bên liên quan để tổ chức phân phối, tiêu thụ sản phẩm.

2.2 Phương pháp thu thập số liệu và phân tích

Đây là mô hình thí điểm về trồng rau an toàn tại huyện miền núi A Lưới. Các hộ tham gia mô hình có sự khác biệt về nguồn lực sản xuất như kinh nghiệm, trình độ, lao động, nguồn vốn v.v. Vì vậy, tác giả áp dụng phương pháp nghiên cứu trường hợp (case study) để thu thập số liệu và phân tích chuyên sâu nhằm làm rõ sự khác biệt trong tiêu thụ rau an toàn giữa các hộ gia đình [8].

Số liệu thứ cấp được thu thập và tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây, báo cáo kinh tế - xã hội của ngành và của địa phương, niên giám thống kê của huyện A Lưới và tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2017–2019, các bài báo khoa học v.v. nhằm tổng quan những vấn đề lý luận và thực tiễn về sản xuất rau an toàn. Đối với số liệu sơ cấp, tác giả đã sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên sâu bằng bảng hỏi được thiết kế sẵn để thu thập thông tin về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm rau an toàn của 6 hộ tham gia mô hình thí điểm. Ngoài ra, để biết được sự đánh giá của khách hàng về chất lượng rau an toàn, nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn ngẫu nhiên bằng bảng hỏi 60 khách hàng có mua các sản phẩm rau an toàn tại hộ hoặc các địa điểm phân phối rau an toàn trên địa bàn huyện A Lưới.

3 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1 Mô hình sản xuất rau an toàn tại huyện A Lưới

A Lưới, cách thành phố Huế 70 km, có điều kiện khí hậu (có độ cao trên 530 m so với mặt nước biển, nhiệt độ trung bình năm là 22 °C) và thổ nhưỡng thuận lợi cho việc phát triển các loại rau; nhưng hiện tại chủ yếu là trồng rau theo phương pháp truyền thống. Năm 2016, ủy ban nhân dân huyện A Lưới triển khai thí điểm mô hình trồng rau an toàn tại 3 địa phương: Thị trấn A Lưới, xã Sơn thủy và xã A Ngo. Mô hình trồng rau an toàn được thiết kế có mái che và lưới chắn côn trùng, áp dụng hệ thống tưới nước tự động, thâm canh rau đúng quy trình kỹ thuật nhằm thay đổi tập quán sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh tế trồng rau, bảo vệ môi trường và sức khỏe người tiêu dùng.

Những hộ được chọn tham gia mô hình rau an toàn phải đáp ứng các điều kiện: tự nguyện tham gia, có kinh nghiệm trồng rau, diện tích đủ rộng và bằng phẳng, có khả năng tiếp thu và ứng dụng kỹ thuật trồng rau, cam kết chuyển giao kỹ thuật cho người dân địa phương. Phòng Nông nghiệp huyện phối hợp với chính quyền địa phương rà soát, thẩm định năng lực và điều kiện tham gia mô hình của các hộ gia đình có nhu cầu. Kết quả, có 6 hộ (Trần Vũ, Trần Văn Lưu, Hoàng Cư, Nguyễn Ánh, Nguyễn Thảo, Văn Tác) đủ điều kiện tham gia mô hình với tổng diện tích là 2.600 m², bình quân mỗi hộ 433 m². Mô hình chủ yếu trồng hai nhóm rau an toàn: Nhóm 1

là các loại rau ăn lá bao gồm: cải các loại, xà lách, ngò, rau quế, rau thom, hành, rau dền, mồng toi. Nhóm 2 là các loại rau ăn quả bao gồm: dưa leo, cà chua, đậu cô ve, v.v.

Về kỹ thuật trồng rau an toàn, Ủy ban nhân dân huyện giao Trạm khuyến nông lâm ngư huyện hợp đồng trực tiếp với các xã, thị trấn để hướng dẫn kỹ thuật tại vườn rau của các hộ. Thiết kế hệ thống nhà kính gồm có mái che, trụ bê tông cốt thép, kèo bằng sắt chống rỉ, lưới rào che chắn côn trùng, lưới chống hiệu ứng nhà kính vào những thời điểm nắng nóng nhiệt độ trong nhà cao, hệ thống tưới phun sương. Mô hình chủ yếu sử dụng phân chuồng hoai mục, vôi xử lý đất, phân vi sinh và một ít phân hóa học, sử dụng những loại thuốc nằm trong danh mục cho phép của nhà nước.

Tổng kinh phí thực hiện thí điểm mô hình trồng rau an toàn là 390 triệu. Trong đó, Ủy ban nhân dân huyện hỗ trợ 70% (300 triệu VND) và hộ tham gia đóng góp 30% (90 triệu VND). Đến giữa năm 2018, một hộ dừng tham gia mô hình rau an toàn và đã chuyển sang hoạt động kinh doanh khác. Lý do, hộ này xây dựng nhà kính không đúng kỹ thuật làm tăng hiệu ứng nhà kính dẫn đến năng suất thấp, hiệu quả kinh tế không cao.

Kết quả khảo sát cho thấy, sản xuất theo tiêu chuẩn rau an toàn có năng suất và chất lượng cao hơn rau thường, đặc biệt là cây cải mầm và cải cây. Giá trị gia tăng trung bình 1 lúa trên 100m² sản xuất cải mầm, xà lách theo mô hình an toàn lần lượt là 2.185 nghìn VND và 2.226 nghìn VND cao hơn sản xuất thông thường tương ứng là 1.364 nghìn VND và 1.025 nghìn VND [5]. Tuy nhiên khi bán ra, giá của rau an toàn hầu như không có sự chênh lệch so với rau thường. Giá rau bán lẻ tại chợ địa phương chỉ thay đổi tùy vào từng thời điểm trong năm và hầu hết các hộ sản xuất cũng dựa vào giá của thị trường để định giá cho sản phẩm của mình. Trong khi đó, việc áp dụng mô hình sản xuất rau an toàn phải tuân thủ các quy định từ khâu chọn giống, làm đất, bón phân

Bảng 1. Một số đặc điểm của các hộ tham gia mô hình sản xuất rau an toàn

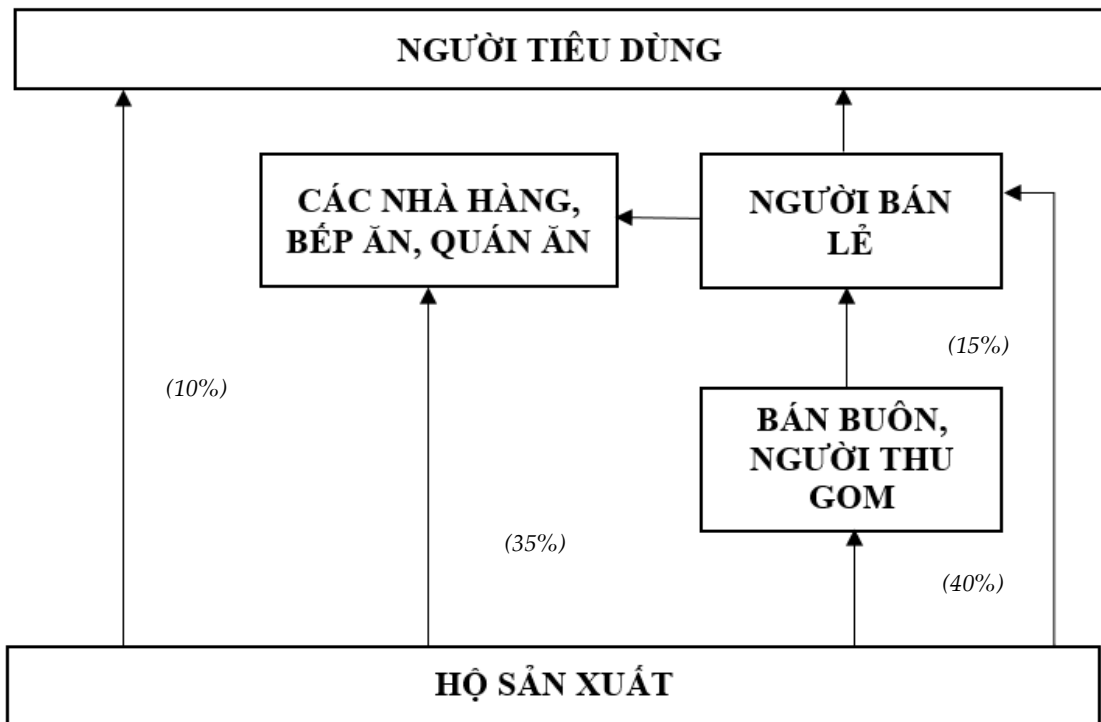
Hộ gia đình	Địa phương	Diện tích (m ²)	Loại rau	Vốn đầu tư (Tr.đồng)
1. Trần Vũ	Thị Trấn	800	Xà lách, cải mầm, hành lá	140
2. Hoàng Cư	Thị Trấn	400	Cải mầm	50
3. Nguyễn Ánh	Thị Trấn	300	Cải mầm	50
4. Trần Văn Lưu	A Ngo	400	Xà lách, cải cây, rau dền	57
5. Nguyễn Thảo	Sơn Thủy	300	Cải cây, xà lách	52
6. Văn Tác	Sơn Thủy	300	Xà lách, cải mầm	50

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2020

và chăm sóc nên kinh phí đầu tư ban đầu khá lớn. Ngoài ra, sản phẩm rau an toàn của các hộ chưa có nhãn mác, bao bì đóng gói và giấy chứng nhận của cơ quan chức năng khiến cho người tiêu dùng không thể phân biệt được rau an toàn và rau thường.

2.2 Kênh tiêu thụ rau an toàn của các hộ tham gia mô hình thí điểm

Nhìn chung, rau an toàn của các hộ tham gia mô hình chủ yếu tiêu thụ tại huyện A Lưới thông qua 4 kênh. Tuy nhiên, tại mỗi kênh giữa các hộ cũng có sự khác biệt trong phương thức tiếp cận khách hàng và tổ chức tiêu thụ sản phẩm.



Hình 1. Các kênh tiêu thụ rau an toàn tại huyện A Lưới

Kênh 1: Hộ sản xuất → Người tiêu dùng tại địa phương

Đối với kênh này, các hộ bán trực tiếp cho người mua tại vườn rau của gia đình, khách hàng chủ yếu là các hộ gia đình sống gần khu vực vườn rau; hoặc gia đình vận chuyển bằng xe đi bán lưu động ở những nơi đông dân cư. Kênh tiêu thụ này chiếm khoảng 10% sản lượng tiêu thụ rau của các hộ tham gia mô hình. Tuy nhiên, hộ gia đình ông Trần Văn Lưu có đến 45% sản lượng rau được tiêu thụ trực tiếp qua kênh này.

Kênh 2: Hộ sản xuất → Các nhà hàng, quán ăn ở địa phương

Rau tiêu thụ qua kênh này chủ yếu là rau ăn lá như cải mầm, xà lách, hành, ngò, dùng làm rau sống tại các nhà hàng, quán ăn tại địa phương. Các loại rau tiêu thụ theo kênh này là không bán riêng lẻ từng loại rau. Thay vào đó, sau khi thu hoạch, hộ trộn chung các loại rau lại với nhau thành rau sống để phân phối. Hằng ngày, sau khi thu hoạch, hộ dùng xe máy để phân phối sản phẩm cho các nhà hàng, quán ăn. Mỗi địa điểm như vậy khách hàng thường nhập từ 3–5 kg rau sống. Về giá cả, các loại rau có giá bán khác nhau nhưng khi bán chung nhiều loại rau với nhau làm rau sống thì giá có giá bán trung bình là 20.000 VND/kg. Hộ cam kết giữ nguyên giá bán cho cả năm, họ gọi đây là mô hình “bình ổn giá”. Với phương thức này được xem là hiệu quả trong việc giữ được mối quan hệ ổn định với khách hàng. Tuy vậy, kết quả khảo sát cho thấy chỉ có ông Trần Vũ là hộ duy nhất áp dụng phương thức này để tiêu thụ rau với 75% sản lượng rau được bán qua kênh này.

Kênh 3: Hộ sản xuất → Người bán lẻ → Người tiêu dùng tại địa phương

Có 3 hộ (Trần Vũ, Hoàng Cư, Nguyễn Ánh) áp dụng kênh này để tiêu thụ các loại rau như rau xà lách, cải mầm, rau dền và mồng tơi. Hằng ngày bình quân mỗi hộ thu hoạch khoảng 20kg rau, sau đó dùng xe máy để phân phối cho người bán lẻ (2–3 kg rau/người bán lẻ) tại chợ địa phương. Mỗi ngày các hộ thường phân phối đều đặn cho 6–7 người bán lẻ. Giá bán tùy thuộc vào giá cả tại chợ địa phương vào thời điểm đó. Với cách liên kết tiêu thụ này, các hộ vừa có thể giữ mối tiêu thụ vừa không bị ép giá cũng như không phải cạnh tranh nhau để tiêu thụ rau. Kênh này chiếm khoảng từ 20–50% sản lượng tiêu thụ rau an toàn của các hộ. Ngoại trừ hộ ông Trần Vũ, đây là kênh khá quan trọng trong tiêu thụ rau của 2 hộ còn lại.

Kênh 4: Hộ sản xuất → Người bán buôn, thu gom → Người bán lẻ □ Người tiêu dùng

Ở kênh này chuỗi cung ứng rau an toàn trải qua nhiều tác nhân hơn các kênh khác, bao gồm hộ sản xuất, người thu gom, người bán lẻ và người tiêu dùng. Rau được thu hoạch từ chiều tối hôm trước và 4 giờ sáng ngày hôm sau đưa ra chợ bán cho người thu gom. Sau đó người thu gom phân phối lại cho người bán lẻ tại chợ hoặc thu gom lên xe tải cùng với các sản phẩm nhu yếu phẩm khác, vận chuyển đến các địa phương khác của huyện A Lưới, thậm chí là các khu vực tiếp giáp biên giới với Lào để tiêu thụ. Có 3 hộ (Trần Văn Lưu, Hoàng Cư, Nguyễn Ánh) sử dụng kênh này để tiêu thụ rau, chiếm từ 45–50% sản lượng rau của các hộ.

Tóm lại, kênh tiêu thụ sản phẩm rau an toàn của các hộ là khá đa dạng, giá bán của sản phẩm phụ thuộc vào các tháng trong năm và giá cả thị trường tại chợ địa phương. Kênh tiêu thụ thông qua người bán buôn tại chợ xem ra hiệu quả và được nhiều hộ lựa chọn nhất. Trong khi kênh tiêu thụ thông qua nhà hàng, quán ăn, trường học được xem là ổn định nhất, nhưng chỉ có

duy nhất một hộ áp dụng. Điều này cho thấy việc tiêu thụ rau ở đâu, bằng kênh nào thường phụ thuộc vào năng lực của hộ cũng như chất lượng rau.

3.3 Đánh giá của khách hàng về rau an toàn tại huyện A Lưới

Đặc điểm chung của mẫu khảo sát

Đánh giá của khách hàng về các sản phẩm rau an toàn có ý nghĩa quyết định đến sự tồn tại và phát triển của mô hình thí điểm trong tương lai. Vì vậy, chúng tôi đã khảo sát ngẫu nhiên 60 khách hàng mua các sản phẩm rau an toàn của các hộ tham gia mô hình thí điểm.

Bảng 2 cho thấy trong tổng số 60 khách hàng được phỏng vấn, tỷ lệ nữ chiếm 81,6%, người có độ tuổi dưới 40 chiếm 50% và hơn 53% người được hỏi đều tốt nghiệp trung học phổ thông (THPT). Khách hàng mua rau có nghề nghiệp khá đa dạng nhưng chủ yếu là công chức và kinh doanh, chiếm 46,6%. Khối lượng mua chủ yếu là dưới 1kg chiếm 58,3%. Rau an toàn chủ yếu tiêu thụ tại địa phương nên nhiều người (55,0%) mua rau từ 2 đến 3 lần/tuần. Nhìn chung, khách hàng mua rau chủ yếu là nữ, còn khá trẻ, có trình độ cao và làm nghề phi nông nghiệp.

Bảng 2. Đặc điểm chung của mẫu khảo sát

	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Gới tính	Nam	11	18,3
	Nữ	49	81,6
Độ tuổi	Dưới 40 tuổi	30	50,0
	Từ 41 đến 50 tuổi	17	28,3
	Từ 51 đến 60 tuổi	10	16,6
	Trên 60 tuổi	3	5,0
Trình độ văn hoá	Tiểu học	5	8,3
	THCS	7	11,6
	THPT	32	53,3
	Khác	16	26,6
Nghề nghiệp	Công chức	11	18,3
	Nông nghiệp	19	31,6
	Kinh doanh/buôn bán	17	28,3
	Khác (nội trợ, công nhân)	13	21,6
Thu nhập	Dưới 3 triệu đồng	20	33,3
	Từ 3 đến 7 triệu đồng	31	51,6
	Từ 7 đến 10 triệu đồng	9	15,0
	Trên 10 triệu đồng	0	0,0
Khối lượng mua/lần	Dưới 500g	23	38,3
	Từ 500g đến dưới 1kg	12	20,0

	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Tăng suất mua	Từ 1kg đến 2kg	15	25,0
	Trên 2kg	10	16,6
	1 lần/ngày	18	30,0
	2-3 lần/tuần	33	55,0
	1 lần/tuần	2	3,3
	Khi có nhu cầu	7	11,6

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2020

Đánh giá về giá cả và chất lượng của rau an toàn

Trong 60 người được khảo sát có đến 53 người (chiếm 88,3%) cho rằng giá cả của rau an toàn tương đương với rau thường, chỉ có 7 người cho rằng giá của rau an toàn là cao hơn rau thường. Điều này là hoàn toàn phù hợp bởi vì hầu hết các sản phẩm rau an toàn được bày bán cùng với rau thường và không có dấu hiệu gì để nhận biết đâu là rau an toàn.

Khi được hỏi liệu họ có yên tâm về chất lượng của rau an toàn không thì có đến 42 người (chiếm 70,0%) trả lời là yên tâm và rất yên tâm về chất lượng của rau, 26,6% tỏ ra nghi ngờ và chỉ có 3,3% là không yên tâm. Sở dĩ khách hàng yên tâm về chất lượng của rau là vì họ là người dân sống tại địa phương, từng nghe và nhìn thấy hoặc được người bán/sản xuất giới thiệu thông tin về mô hình rau an toàn đang trồng thí điểm trên địa bàn (Bảng 3)

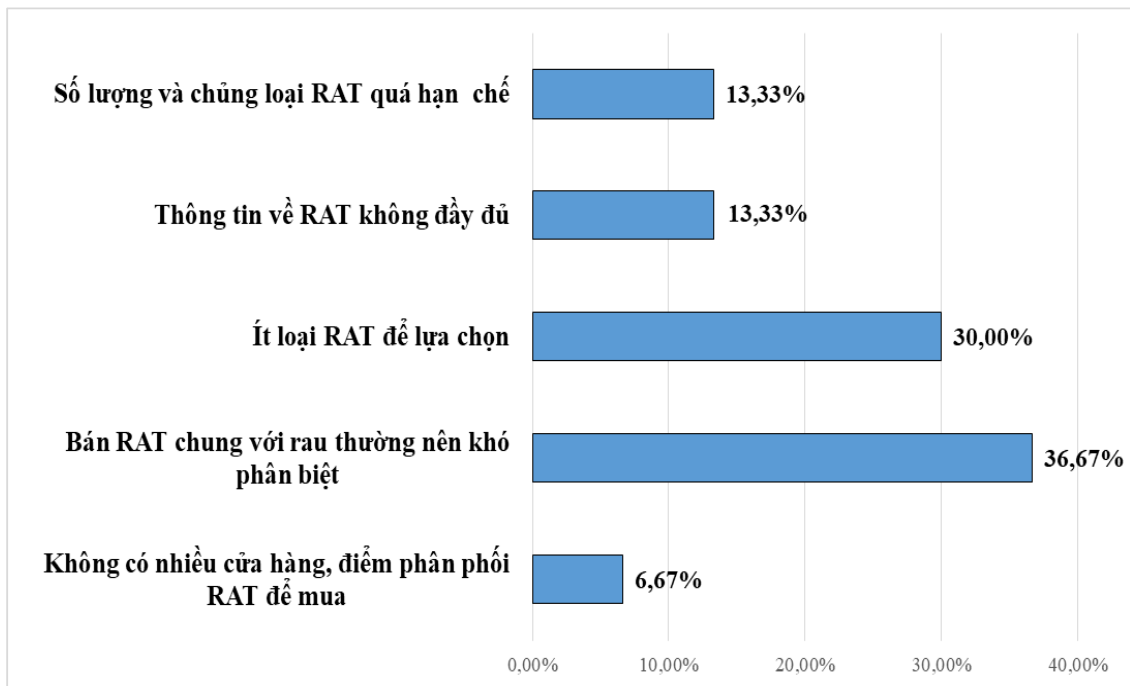
Bảng 3. Đánh giá về giá cả và chất lượng rau an toàn

	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Kênh để biết thông tin	Người bán giới thiệu	44	73,3
	Chính quyền địa phương giới thiệu	2	3,3
	Trực tiếp nhìn thấy mô hình	14	23,4
Giá cả	Cao hơn rau thường	7	11,6
	Tương đương rau thường	53	88,4
	Thấp hơn rau thường	0	0,0
Sự yên tâm về chất lượng	Rất yên tâm	21	35,0
	Yên tâm	21	35,0
	Có chút nghi ngờ	16	26,6
	Không yên tâm	2	3,4

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2020

Những khó khăn mà khách hàng gặp phải khi mua rau an toàn

Số liệu khảo sát cho thấy việc không phân biệt được rau an toàn và rau thường là khó khăn lớn nhất mà khách hàng gặp phải, chiếm 36,6% số người trả lời. Có 30,0% số khách hàng được khảo sát cho rằng có quá ít loại rau an toàn để lựa chọn, bao gồm cả số lượng và chủng loại. Đây là hạn chế của các hộ sản xuất cần phải khắc phục khi các hộ chỉ chuyên canh một hoặc một vài loại rau an toàn nhất định trong khi nhu cầu tiêu thụ thì rất đa dạng và cần số lượng lớn hơn. Cuối cùng, có đến 13,4% số khách hàng cảm thấy thông tin về rau an toàn là không đầy đủ. Điều này cho thấy người sản xuất cùng với chính quyền địa phương trong thời gian tới phải cung cấp đầy đủ và kịp thời các thông tin về các sản phẩm rau an toàn thông qua bao bì, nhãn mác hoặc tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng. Quan trọng hơn là rau an toàn phải được kiểm định để cấp giấy chứng nhận, phải thường xuyên được giám sát quy trình sản xuất bởi các cơ quan chức năng để đảm bảo chất lượng đúng theo quy định của nhà nước. Tuy gặp nhiều khó khăn khi mua rau an toàn nhưng có đến 66,7% khách hàng được hỏi cho rằng nhu cầu tiêu thụ rau an toàn A Lưới sẽ tăng trong thời gian tới. Đây là dấu hiệu quan trọng để chính quyền địa phương nhân rộng mô hình này.



Hình 2. Những khó khăn mà khách hàng gặp phải khi mua rau an toàn

4 Kết luận và hàm ý chính sách

Triển khai thí điểm mô hình sản xuất rau an toàn tại huyện A Lưới là chính sách hoàn toàn phù hợp, vừa khai thác được lợi thế về điều kiện tự nhiên, vừa giải quyết được vấn đề an toàn thực phẩm cũng như góp phần nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống của người dân địa phương. Vấn đề này khá phù hợp với phát hiện của nhiều nghiên cứu trước đây tại Hà Nội, Hòa Bình và vùng đồng bằng tỉnh Thừa Thiên Huế [2–6]. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng các kênh tiêu thụ rau an toàn của các hộ khá đa dạng, có hộ tiêu thụ thông qua phân phối cho các nhà hàng quán ăn tại địa phương, nhưng cũng có hộ lại chủ động liên kết với nhau để cùng phân phối sản phẩm hoặc hàng ngày mang rau ra chợ bán. Tuy nhiên, số lượng và loại rau tiêu thụ hàng ngày quá ít, không đa dạng và chủ yếu tại thị trấn A Lưới và các địa phương lân cận. Ngoài ra, rau an toàn chưa có nhãn mác, giấy chứng nhận của cơ quan chức năng nên gây nhiều khó khăn cho khách hàng trong lựa chọn sản phẩm, từ đó tạo ra sự nghi ngờ về chất lượng và làm giảm lòng tin của người tiêu dùng. Đây là vấn đề hạn chế nhất có tính chất phổ biến mà nhiều địa phương đang gặp phải hiện nay [6, 4]. Quan trọng hơn đó là thiếu vắng mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ gia đình cũng như thiếu (hoặc mờ nhạt) vai trò hỗ trợ của chính quyền địa phương trong quá trình tổ chức tiêu thụ.

Xuất phát từ kết quả phân tích, nghiên cứu này đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm cải thiện tốt hơn vấn đề tiêu thụ các sản phẩm rau an toàn của các hộ tham gia mô hình thí điểm, bao gồm: (i) Kiểm soát tốt hơn quy trình sản xuất, kiểm tra chất lượng sản phẩm để cấp giấy chứng nhận đủ tiêu chuẩn an rau toàn; (ii) Thiết lập mối liên kết tiêu thụ giữa các hộ với Hợp tác xã nông sản sạch A Lưới do Hội LHPN Huyện A Lưới thành lập để bán rau an toàn tại Cửa hàng nông sản an toàn huyện A Lưới; hoặc cung ứng sản phẩm cho chuỗi cửa hàng phân phối thuộc Hợp tác xã; (iii) Chính quyền xã, thị trấn, phòng Nông nghiệp cần tăng cường hỗ trợ các hộ dân về công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin cũng như cách thức quảng bá về rau an toàn.

Tài liệu tham khảo

1. Phòng Nông nghiệp huyện A Lưới (2019), *Báo cáo tình hình sản xuất nông nghiệp năm 2019 của huyện A Lưới*, A Lưới ngày 12 tháng 12 năm 2019.
2. Phòng Nông nghiệp huyện A Lưới (2017), *Báo cáo kết quả thực hiện mô hình trồng rau sạch năm 2016 của huyện A Lưới*, A Lưới ngày 9 tháng 10 năm 2017.
3. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn (2012), *Thông tư 59/2012/TT-BNNPTNT ngày 09 tháng 11 năm 2012 quy định về quản lý sản xuất rau, quả, chè an toàn*.
4. Lê Mỹ Dung (2017), Thực trạng và giải pháp sản xuất rau an toàn trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2008–2015, *Tạp chí Khoa học xã hội và nhân văn*, 14(2), 149–157.

5. Nguyễn Thu Trang (2015), Giải pháp phát triển sản xuất rau an toàn trên địa bàn huyện Quốc Oai, Hà Nội, *Tạp chí khoa học và Công nghệ lâm nghiệp*, 2, 131–140.
6. Lê Thị Hoa Sen và Hồ Thị Hồng (2012), Một số yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở tỉnh Thừa Thiên Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, 71(2).
7. Nguyễn Anh Minh và Nguyễn Tuấn Sơn (2017), Thực trạng và giải pháp thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm rau sản xuất theo quy trình VietGap trên địa bàn tỉnh Hòa Bình, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, 3, 158–168.
8. Yin, Robert K. (2009), *Case study research: Design and Methods*, SAGE Publication, Inc.