
TỔNG QUAN HỆ THỐNG VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ RAU Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Dương Nga

Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: ngantd@vnua.edu.vn

Dương Nam Hà

Học viện Nông nghiệp Việt Nam

email: dnha@vnua.edu.vn

Nguyễn Thị Lý

Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: nguyently@vnua.edu.vn

Đỗ Huy Hùng

Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: dhhung.h@gmail.com

Phạm Thị Tô Diệu

Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: todieu99@gmail.com

Mã bài: JED - 683

Ngày nhận bài: 29/05/2022

Ngày nhận bài sửa: 11/07/2022

Ngày duyệt đăng: 02/08/2022

Tóm tắt

Thay đổi nhu cầu tiêu dùng rau theo hướng chất lượng và an toàn thực phẩm là yếu tố dẫn dắt sự phát triển của chuỗi giá trị rau. Hiểu biết về chuỗi giá trị rau, dòng chảy sản phẩm, liên kết trong chuỗi giá trị có ý nghĩa quan trọng trong phát hiện ra các điểm nghẽn và làm cơ sở cho các chính sách hỗ trợ phát triển chuỗi. Sử dụng phương pháp tổng quan hệ thống với 14 nghiên cứu với các cơ sở dữ liệu trong nước và quốc tế, kết quả cho thấy chuỗi giá trị rau ở Việt Nam có 6 tác nhân cơ bản: cung cấp đầu vào, sản xuất, thu gom/sơ chế, bán buôn, bán lẻ, tiêu dùng, hoạt động trên 11 tiểu chuỗi. Mặc dù Chính Phủ và các Bộ ngành có nhiều chính sách hỗ trợ chuỗi giá trị rau, vấn đề sản xuất đảm bảo an toàn thực phẩm tại hộ, liên kết ngang và dọc trong các chuỗi giá trị rau địa phương yếu, tính minh bạch sản phẩm thấp và thiếu niềm tin của người tiêu dùng đang là điểm nghẽn đối với chuỗi giá trị rau.

Từ khóa: Chuỗi giá trị rau, an toàn thực phẩm, tổng quan hệ thống.

Mã JEL: Q01, Q13

Vegetable value chain in vietnam: a systematic review

Abstract

Changes in consumer demand for vegetables in terms of quality and safety are the drivers for the development of the value chain. Knowledge on vegetable value chain with product flows and links is important for identifying bottlenecks and serving for designing supporting policies. Using the systematic review method with 14 studies from domestic and international databases, the results show that the vegetable value chain in Vietnam has six types of actors: input supplier, producer, collector/preliminary processor, wholesaler, retailer, and consumer, operating on 11 sub-chains. Although the government and ministries have many policies to support the vegetable value chain, the issue of food safety at production, weak horizontal and vertical linkages in local vegetable value chains, low product transparency and lack of consumer confidence are fundamental bottlenecks for the vegetable value chain.

Keywords: vegetable value chain, food safety, systematic review.

JEL Codes: Q01, Q13

1. Mở đầu

Phát triển nông nghiệp theo hướng liên kết, gia tăng giá trị là mục tiêu trong đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp Việt Nam. Sản xuất rau có ý nghĩa quan trọng, không những là ngành tạo ra thực phẩm cho người dân, mà còn tạo việc làm lao động nông thôn (đặc biệt là phụ nữ) và đóng góp vào xuất khẩu. Tổng diện tích rau của cả nước có xu hướng gia tăng từ 897.700 ha lên 966.500 ha trong giai đoạn 2015- 2019 (Đình Cao Khuê, 2021). Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã đạt 3,55 tỷ USD năm 2021, tăng 8,6% so với năm 2020. Trong những năm gần đây, việc cải thiện thu nhập của người dân, yêu cầu ngày càng cao hơn của người tiêu dùng về chất lượng và an toàn thực phẩm, việc mở cửa thị trường đang là các yếu tố cơ bản định hình sự phát triển của các ngành hàng nông sản thực phẩm nói chung, rau nói riêng. Sản xuất rau đã dần theo xu hướng áp dụng các quy trình thực hành an toàn như hữu cơ, VietGAP (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2017). Cùng với đó là hệ thống bán lẻ được đa dạng từ chợ truyền thống tới các cửa hàng thực phẩm, siêu thị. Do đó, chuỗi giá trị rau được phát triển và đa dạng hơn với các tác nhân khác nhau và phương thức giao dịch khác nhau.

Theo cách hiểu phổ biến nhất, chuỗi giá trị là tập hợp của nhiều hoạt động khác nhau để đưa một sản phẩm hoặc dịch vụ từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng cuối cùng và thậm chí xử lý sau sử dụng (Kaplinsky & Morris, 2001). Với cách tiếp cận từ giá trị tăng thêm, quan điểm của người tiêu dùng và sự chú trọng vào các nguồn lực chính để phát triển kinh tế, quản lý chuỗi giá trị được cho là có ưu điểm hơn so với quản lý chuỗi cung ứng hay ngành hàng vốn tập trung nhiều vào tối ưu vận hành, chi phí và người cung ứng (Kaplinsky & Morris, 2001).

Mặc dù có các chính sách khuyến khích phát triển sản xuất rau an toàn, và khuyến khích liên kết trong các chuỗi nông sản, hiệu lực của các chính sách này khá hạn chế, đặc biệt là đối với khâu sản xuất (Phạm Hải Vũ & cộng sự, 2016). Kiến thức về chuỗi giá trị rau từ tác nhân sản xuất tới tiêu dùng rất quan trọng làm cơ sở cho những giải pháp hỗ trợ của các bên liên quan. Tuy nhiên cho đến nay khá thiếu vắng một nghiên cứu tổng hợp về vấn đề này. Nghiên cứu này nhằm tổng quan các hiểu biết, cho tới hiện tại, về chuỗi giá trị rau ở Việt Nam, bao gồm các chức năng, tác nhân, dòng chảy sản phẩm, liên kết và sự hỗ trợ của các bên liên quan trong chuỗi giá trị rau và một số vấn đề trong chuỗi giá trị.

2. Phương pháp nghiên cứu

Tổng quan có hệ thống là phương pháp phù hợp để tìm hiểu một cách tổng thể và khoa học các vấn đề phức tạp và đa dạng các công bố như chuỗi giá trị rau (Livinski & cộng sự, 2015). Hai câu hỏi nghiên cứu chính được đặt ra: (1) Mô tả chuỗi giá trị rau Việt Nam; (2) Nhận diện các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của các chuỗi rau Việt Nam. Để bao quát tình hình chung, nghiên cứu này sử dụng 4 cơ sở dữ liệu quốc tế (Scopus, World of Science (WoS), Science Direct và GoogleScholar) và 6 cơ sở dữ liệu Việt Nam (Tạp chí khoa học Việt Nam Trực tuyến (VJOL), Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ quốc gia (NASATI), Thư viện Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA), Tạp chí Khoa học Nông nghiệp, Tạp chí Kinh tế và Phát triển (JED), Tạp chí Khoa học và Công nghệ nông nghiệp (JVAST). Các công trình được tìm kiếm không giới hạn thời gian công bố. Các cơ sở dữ liệu cho 1206 kết quả, trong đó 219 kết quả từ nguồn quốc tế và 987 từ nguồn Việt Nam (Hình 1). Các từ khóa sử dụng trong tìm kiếm bằng tiếng Việt gồm: rau, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng, Việt Nam. Các từ khóa tiếng Anh gồm: vegetable, value chain, supply chain, Viet Nam/Vietnam. Các từ khóa này được tìm trong tiêu đề, tóm tắt và từ khóa. Nghiên cứu này chấp nhận các công bố bài báo có phản biện, sách chuyên khảo, báo cáo nghiên cứu và luận án tiến sĩ.

3. Kết quả nghiên cứu

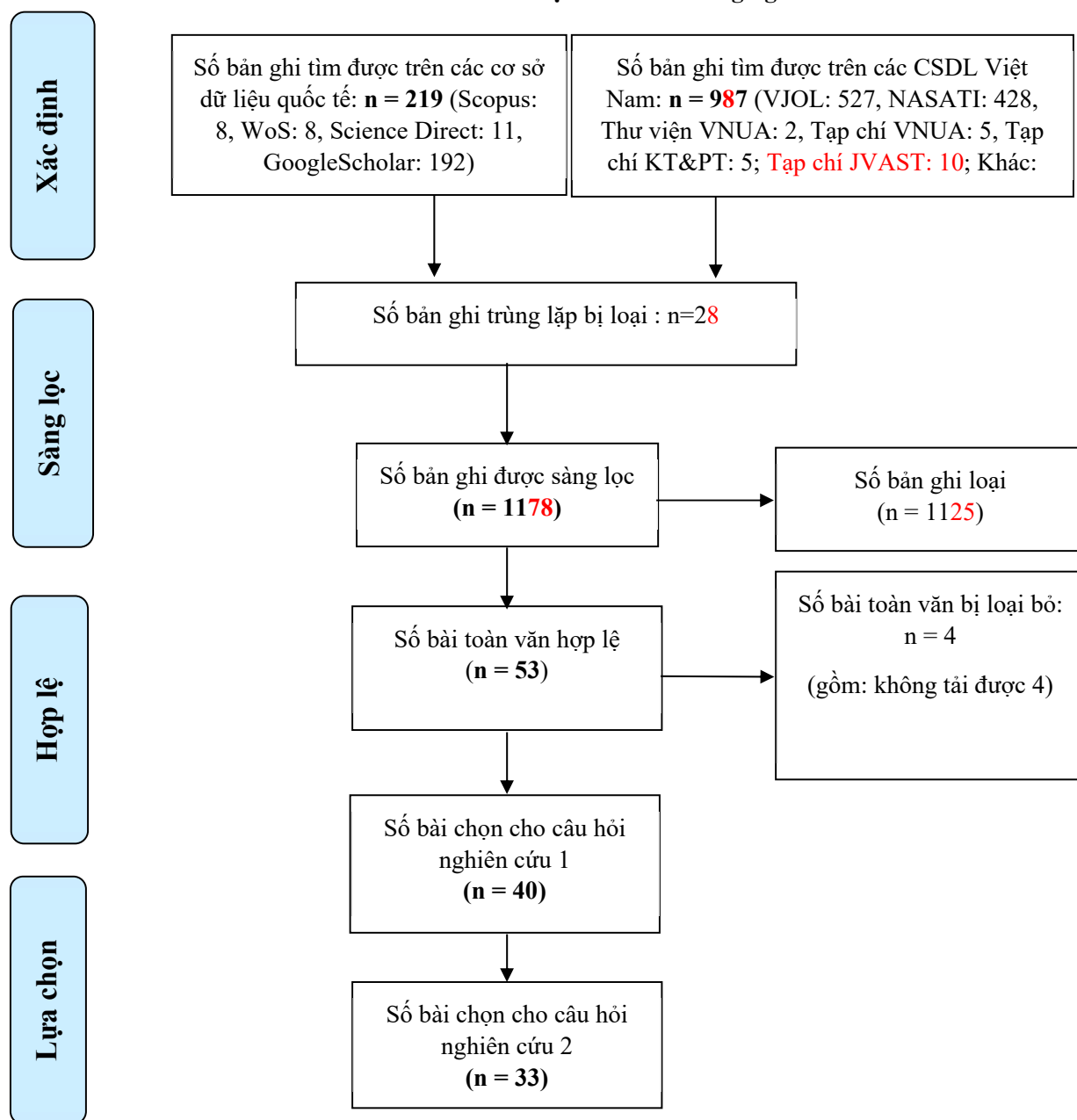
3.1. Tóm tắt quá trình lọc dữ liệu

Quá trình tìm kiếm các công bố phù hợp được thực hiện theo quy trình như Hình 1. Các kết quả tìm được theo từ khóa được lọc qua các bước: Lọc trùng lặp (loại 28 kết quả), lọc các bản ghi không thể hiện kết quả nghiên cứu chuỗi giá trị rau Việt Nam trong nội dung (loại 1125 bản ghi). Sau đó, 40 bản toàn văn phù hợp được thu thập cho câu hỏi nghiên cứu 1 và 33 bản toàn văn được giữ lại cho câu hỏi nghiên cứu 2. Sau khi đọc toàn bộ 33 bản toàn văn này, chỉ còn 14 bản ghi phù hợp cho chủ đề tổng quan.

3.2. Sơ đồ hóa chuỗi giá trị rau và đặc điểm các tác nhân

Các nghiên cứu chuỗi giá trị thường đi thẳng vào sơ đồ hóa theo các tác nhân vận hành, bao gồm: cung ứng đầu vào, sản xuất, thu gom, bán buôn, sơ chế/chế biến, xuất khẩu, bán lẻ và tiêu dùng (Hình 2).

Hình 1: Sơ đồ chiến lược tìm kiếm trong nghiên cứu



Tác nhân cung ứng đầu vào có thể là hợp tác xã, hộ nông dân, đại lý vật tư (Đỗ Thị Thúy Phương & Nguyễn Thu Hà, 2018), họ cũng có thể bao tiêu sản phẩm cho nông dân. Tác nhân sản xuất là hộ nông dân, có quy mô sản xuất từ 300m² – 5 ha cho rau an toàn; 0,28 ha-0,4 ha đối với rau thường (Viet Hoang, 2021). Thu nhập từ rau đóng góp khoảng 40%-69% trong tổng thu nhập của hộ (Enthoven & Broeck, 2021) including exports and supermarkets. Conversely, few studies have focused on the potential of certification and contracts to tackle food safety issues within local traditional value chains. Methods: This study uses a discrete choice experiment to explore the preferences of vegetable farmers (n = 301. Nông dân tham gia trong các dự án rau an toàn thường có quy mô lớn hơn và có kinh nghiệm cũng như được tập huấn (Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên, 2021). Mặc dù vậy, vẫn có nông dân sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và phân bón không hợp lý, không đảm bảo chất lượng sản phẩm (Nguyễn Thị Thanh Huyền & Nguyễn Thị Xuân Hương, 2017). Tác nhân sản xuất ngoài vai trò chính là trồng rau thì còn đảm nhận sơ chế, đóng gói sản phẩm theo yêu cầu của người mua (Viet Hoang, 2021).

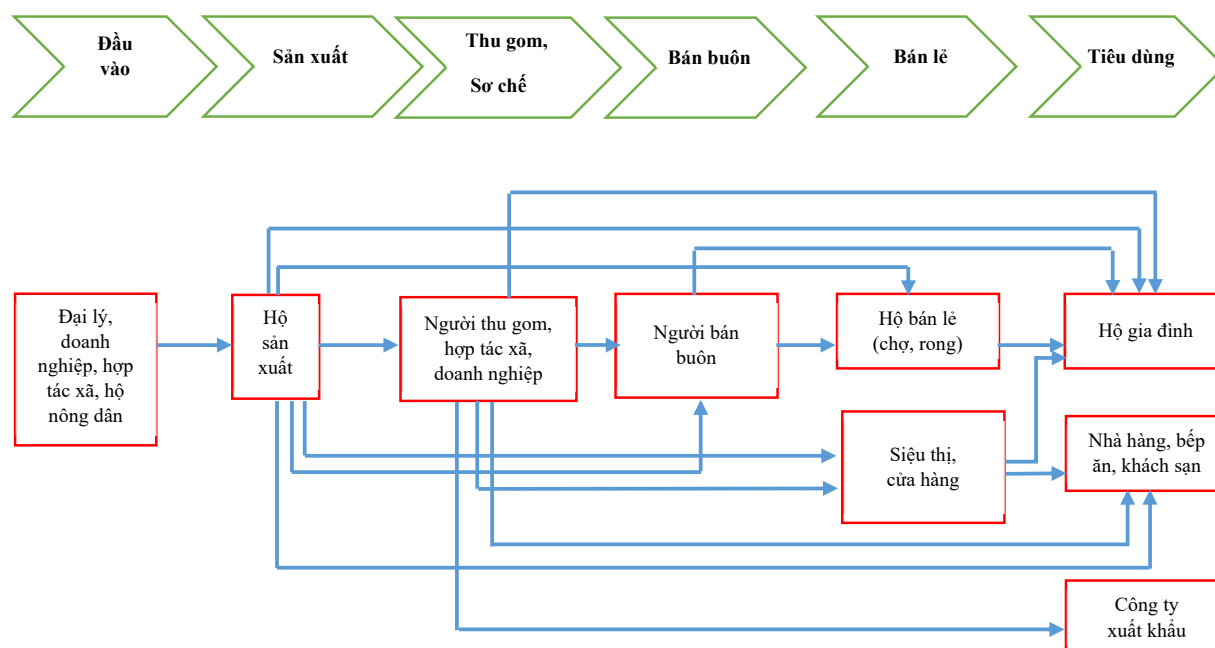
Tác nhân thu gom thực hiện việc mua rau từ tác nhân sản xuất và bán lại cho các tác nhân xuôi dòng khác, họ có thể là hộ, hợp tác xã, công ty thực phẩm. Đối với rau an toàn, nhiều người thu gom thường là

Bảng 1. Tóm tắt các nghiên cứu

STT	Tác giả, năm	Tỉnh
1	Nguyen Quoc Chinh (2010)	Hà Nội
2	Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017)	Hà Nội
3	Nguyen Huu Nhuan & cộng sự (2018)	Lào Cai
4	Trần Cao Úy & Nguyễn Thị Thu Thảo (2017)	Thừa Thiên Huế
5	Lê Đình Hải (2018)	Hà Nội
6	Bùi Văn Trịnh & Nguyễn Minh Nhật (2018)	Trà Vinh
7	Đỗ Thị Thuý Phương & Nguyễn Thu Hà (2018)	Yên Bái
8	Nguyễn Thị Kim Anh & cộng sự (2019)	Sóc Trăng
9	Lê Thị Thuý Kiều & Lê Thị Thu An (2020)	Cần Thơ
10	Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020)	Gia Lai
11	Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021)	Huế
12	Enthoven & Broeck (2021)	Hà Nội
13	Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự (2021)	Hoà Bình
14	Viet Hoang (2021)	Một số tỉnh miền Nam

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu.

Hình 2: Các chức năng, tác nhân và tiểu chuỗi trong chuỗi giá trị rau ở Việt Nam



Nguồn: tổng hợp từ các nghiên cứu.

thành viên của các tổ nhóm sản xuất và hợp tác xã (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). hợp tác xã cũng có thể đóng vai trò là trung gian thu gom và tiêu thụ rau cho thành viên (Nguyen Quoc Chinh, 2010). Tác nhân này hoạt động có tổ chức, chuyên nghiệp, thường xuyên và có kinh nghiệm (Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự, 2021).

Tác nhân bán buôn mua rau từ những người thu gom hoặc từ người sản xuất, họ thường là chủ của các cửa hàng rau tại các chợ bán buôn và tiêu thụ một lượng lớn rau, kể cả rau an toàn (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). Họ thường có phương tiện chuyên chở là xe tải với khối lượng lớn và có thâm niên trong nghề (Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự, 2021).

Tác nhân sơ chế: Đối với rau an toàn, hợp tác xã có thể đóng vai trò vừa thu gom, sơ chế và tiêu thụ rau cho các thành viên (Nguyen Quoc Chinh, 2010), với diện tích khu sơ chế có thể chỉ 40m². Bên cạnh đó, các công ty thực phẩm mua rau từ các trung gian hoặc người sản xuất để sơ chế cung cấp cho người bán lẻ (siêu thị), hoặc/và chế biến rau thành sản phẩm của họ và xuất khẩu. Công ty xuất khẩu được coi là tác nhân dẫn dắt trong tổ chức sản xuất của chuỗi giá trị rau xuất khẩu với vai trò đứng ra bao tiêu sản phẩm đầu ra cho nông dân (Đỗ Thị Thuý Phương & Nguyễn Thu Hà, 2018).

Tác nhân bán lẻ khá đa dạng, bao gồm hộ kinh doanh tại các chợ truyền thống, cửa hàng rau, cửa hàng (CH) thực phẩm, siêu thị (Nguyen Quoc Chinh, 2010; Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). Riêng đối với rau an toàn, có thể được bao gói, dán nhãn cũng như mã QR và được bán trong các kênh hàng hiện đại. Theo Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017), một cửa hàng rau sạch bán khoảng 120kg rau/ngày, khối lượng này là khoảng 40-200kg/ngày ở cửa hàng rau an toàn, 80-350kg/ngày ở Big C và 500-700kg/ngày ở siêu thị Intimex tại Hà Nội.

Tác nhân tiêu dùng bao gồm hộ gia đình, bếp ăn tập thể tại công ty, bệnh viện, trường học, nhà hàng, quán ăn và khách sạn. Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021) cho thấy rằng khách hàng mua rau an toàn có nghề nghiệp khá đa dạng nhưng chủ yếu là nữ, trẻ, có trình độ và làm nghề phi nông nghiệp. Các khách sạn thường khá cẩn thận lựa chọn rau từ các cửa hàng uy tín (Nguyen Quoc Chinh, 2010). Mặc dù vậy, có vẻ như người tiêu dùng chưa biết cách lựa chọn sản phẩm rau an toàn, người có thu nhập trung bình và thấp sẽ chọn các sản phẩm giá rẻ hơn (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017).

3.3. Các tiểu chuỗi (kênh)

Các kênh phân phối rau tại Việt Nam rất đa dạng, thuộc một trong hai nhóm kênh hiện đại và kênh truyền thống. Kênh hiện đại có sự tham gia của tác nhân bán lẻ là siêu thị, cửa hàng thực phẩm/cửa hàng rau sạch/an toàn/VietGAP/hữu cơ và kênh truyền thống với tác nhân bán lẻ là người bán lẻ tại các chợ, người bán rong. Có 11 kênh tiêu thụ rau chính tới người tiêu dùng:

Kênh 1: Người sản xuất → Người tiêu dùng;

Kênh 2: Người sản xuất → Người bán lẻ (hộ) → Người tiêu dùng;

Kênh 3: Người sản xuất → Người bán lẻ (siêu thị, cửa hàng rau) → Người tiêu dùng;

Kênh 4: Người sản xuất → Người bán buôn → Người tiêu dùng;

Kênh 5: Người sản xuất → Thương lái/Thu gom → Người tiêu dùng;

Kênh 6: Người sản xuất → Người thu gom → Người bán buôn → Người tiêu dùng;

Kênh 7: Người sản xuất → Người thu gom → Người bán lẻ (siêu thị, cửa hàng rau) → Người tiêu dùng (hộ);

Kênh 8: Người sản xuất → Người thu gom → Người tiêu dùng (nhà hàng, khách sạn);

Kênh 9: Người sản xuất → Người bán buôn → Người bán lẻ → Người tiêu dùng;

Kênh 10: Người sản xuất → Người thu gom → Người bán buôn → Người bán lẻ → Người tiêu dùng;

Kênh 11: Người sản xuất → Người thu gom → Công ty xuất khẩu

Kênh trực tiếp (số 1) ngắn nhất, tỷ trọng rau đi qua kênh này có thể dao động từ 13% - 45% đối với rau an toàn và 3%-21% đối với rau thường (Bảng 2). Kênh trực tiếp này ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng vì nguồn gốc rõ ràng hơn (Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An, 2020). Kênh số 2 và 3, rau được tiêu thụ chỉ qua một trung gian, với tỷ trọng 15%-25% và 8%-40% tương ứng (Bảng 2). Viet Hoang (2021) cho thấy người bán lẻ trong chuỗi giá trị ngắn hiện đại đóng mắt xích quan trọng tiêu thụ rau, cùng với việc bán sản phẩm trực tuyến (online) hay qua chợ nông dân. Sự xuất hiện chuỗi mới với ít tác nhân hơn có xu hướng yêu cầu các sản phẩm rau cần theo một quy trình sản xuất đảm bảo an toàn (Viet Hoang, 2021). Theo kênh này, xu hướng dẫn dắt của người bán lẻ với số lượng lớn là các siêu thị đang có sự lớn mạnh về số lượng (Sakata & Takanashi, 2022).

Kênh tiêu thụ có tỷ trọng nhỏ nhất là kênh 7 và 8 với tỷ trọng rau đi qua hai kênh này dưới 5% (Bảng 2). Riêng kênh số 8, tác nhân thu gom thường là công ty trung gian, bán cho tác nhân tiêu dùng là nhà hàng, khách sạn mua về để chế biến và bán cho khách hàng. Trong các kênh này, rau thường được tác nhân thu gom (hợp tác xã, doanh nghiệp) sơ chế, đóng gói, dán tem nhãn và bán ở các cửa hàng, siêu thị. Kênh có

Bảng 2 : Các kênh phân phối rau chủ yếu và tỷ trọng sản phẩm rau

Kênh	Rau an toàn	Nguồn	Rau thường	Nguồn
1	13% -45%	Nguyen Quoc Chinh (2010), Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017), Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An (2020), Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020), Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021)	3,3%-5%	Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự (2021), Viet Hoang (2021) Enthoven & Broeck (2021)
2	13%-25%	Lê Đình Hải (2018), Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020), Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021)	10%-65%	Viet Hoang (2021)
3	8% - 40%	Nguyen Quoc Chinh (2010), Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An (2020), Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020)	10%-65%	Viet Hoang (2021)
4				Bùi Văn Trịnh & Nguyễn Minh Nhựt, (2018)
5			6,48%	Đỗ Thị Thuý Phương & Nguyễn Thu Hà (2018)
6				Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự (2021)
7	3%	Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017)		Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự (2021)
8	1,8%	Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017)		
9	17,5%-65%	Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017), Lê Đình Hải (2018), Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An (2020), Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021)		Bùi Văn Trịnh & Nguyễn Minh Nhựt (2018)
10	10% - 78%	Nguyen Quoc Chinh (2010), Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017), Lê Đình Hải (2018), Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020)	75%	Viet Hoang (2021)
11			93,52%	Đỗ Thị Thuý Phương & Nguyễn Thu Hà (2018)

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu.

tỷ trọng tiêu thụ lớn nhất là kênh truyền thống số 9 và 10, với sự tham gia của người thu gom và người bán buôn, với tỷ trọng rau có thể chiếm tới gần 80% tổng khối lượng (Bảng 2). Một số nguyên nhân dẫn tới sự phổ biến của kênh tiêu thụ truyền thống đó là thói quen của người tiêu dùng mua rau tại chợ thuận tiện, đa dạng và rẻ hơn siêu thị và cửa hàng rau, và thiếu niềm tin của người tiêu dùng vào các chứng nhận, nhãn hiệu rau an toàn (Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên, 2021).

Các công ty xuất khẩu cần thu mua rau nguyên liệu để chế biến cho xuất khẩu và thường mua thông qua các thu gom lớn - người được cho là hiểu biết rõ về các vùng nguyên liệu và có vai trò kết nối quan trọng trong chuỗi rau xuất khẩu. Tuy chuỗi giá trị rau xuất khẩu thông qua tác nhân thu gom chiếm đa số sản lượng rau sản xuất của hộ, với 93,52% (Đỗ Thị Thuý Phương & Nguyễn Thu Hà, 2018), song quy mô sản xuất cho xuất khẩu chiếm tỷ trọng nhỏ so với rau tiêu thụ trong nước (Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc, 2016).

3.4. Liên kết trong chuỗi giá trị rau và hỗ trợ của các bên liên quan

Mức độ liên kết dọc và ngang trong các chuỗi giá trị rau khác nhau giữa các địa phương. Thông thường ít khi có hợp đồng giữa người sản xuất và người cung cấp đầu vào (Nguyễn Thị Kim Anh & cộng sự, 2019). Đối với những tác nhân thu gom, buôn bán rau không có hợp đồng, kê cả rau thường và rau an toàn. Thậm chí có trường hợp thu gom địa phương không mua rau tại xã của họ mà đi xã khác thu mua (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). Đối với rau an toàn và kênh hàng bán cho siêu thị, các khách sạn cao cấp hơn, nhà hàng và người kinh doanh lớn thì thường có hợp đồng miệng hoặc một số hợp

đồng văn bản (Nguyen Quoc Chinh, 2010), tuy nhiên rất hạn chế (Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo, 2020). Do liên kết dọc lỏng lẻo nên dòng thông tin phản hồi chất lượng (an toàn thực phẩm) rau tới người sản xuất kém (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). Tuy nhiên, thông tin về nhu cầu thị trường về các loại rau, màu sắc cảm quan cũng như giá cả lại được người thu gom rất quan tâm và chia sẻ lại cho người sản xuất (Nguyễn Hữu Nhuận & cộng sự, 2021).

Liên kết ngang là phổ biến trong các chuỗi rau an toàn, với hình thức là hợp tác xã với vai trò có thể là cả cung ứng đầu vào và thu gom, tiêu thụ sản phẩm đầu ra (Nguyen Quoc Chinh, 2010; Nguyễn Thị Kim Anh & cộng sự, 2019), cũng như chứng nhận sản phẩm (VietGAP) cấp cho các hợp tác xã (Nguyen Quoc Chinh, 2010). Song cũng có trường hợp như chuỗi rau an toàn cải bắp, vai trò tiêu thụ rau an toàn của các hợp tác xã rất mờ nhạt (Lê Đình Hải, 2018).

Khu vực công, các tổ chức phát triển, các dự án phát triển có thể được coi là các yếu tố hỗ trợ cấp trung đối với các chuỗi giá trị. Chuỗi giá trị ngắn hiện đại có thêm hệ thống hỗ trợ từ dự án và chính quyền về cách thức sản xuất, chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng, sơ chế, đóng gói (Viet Hoang, 2021). Chính phủ, các Bộ ngành đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển sản xuất rau an toàn với việc quy hoạch vùng, đầu tư hệ thống thủy lợi, tập huấn, hỗ trợ sản xuất, chứng nhận sản phẩm, kiểm định, tuyên truyền tới người tiêu dùng về rau an toàn (Nguyen Quoc Chinh, 2010). Tuy nhiên hiệu lực các chính sách này còn khá thấp, tập trung chủ yếu ở khâu sản xuất mà chưa chú trọng tới kết nối khâu sản xuất và tiêu dùng (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017), vai trò của chính quyền địa phương trong hỗ trợ tiêu thụ rau mờ nhạt (Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên, 2021). Vấn đề kiểm soát chất lượng an toàn thực phẩm chưa được làm tốt, sự chông chéo và thiếu phối hợp giữa các bên liên quan, và mức xử phạt quá nhẹ đối với các hành vi vi phạm đã có thể là nguyên nhân khiến người tiêu dùng mất niềm tin vào các chứng nhận, nhãn hiệu rau an toàn (Nguyen Quoc Chinh, 2010; Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên, 2021).

4. Thảo luận

Một số nghiên cứu khác về liên kết hoặc tiêu thụ rau cũng cho thấy các tác nhân cơ bản trong chuỗi giá trị rau bao gồm tác nhân sản xuất, thu gom, sơ chế, bán buôn, và bán lẻ (Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc, 2016). Trong đó, tác nhân sản xuất thường được mô tả là các nông hộ với quy mô sản xuất nhỏ, manh mún. Do đó, việc hình thành các vùng sản xuất rau chuyên canh, an toàn có ý nghĩa quan trọng đối với liên kết từ tác nhân sản xuất tới doanh nghiệp, siêu thị. Trong khi tác nhân thu gom cho kênh truyền thống thường hoạt động tự do, ít quan tâm nguồn gốc sản phẩm, tác nhân thu gom rau tới kênh hiện đại phải đảm bảo rõ nguồn gốc, chất lượng rau theo yêu cầu của người bán lẻ (Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc, 2016).. Tác nhân tiêu dùng, ngoài hộ gia đình, là các đơn vị như bếp ăn tập thể, nhà hàng, khách sạn. Theo quy định, các đơn vị này phải mua rau từ các đơn vị được chứng nhận an toàn thực phẩm, song không phải tất cả đều tuân thủ (Lê Thị Kim Oanh & Nguyễn Quang Tín, 2021).

Thực tế một tỷ lệ lớn rau được tiêu thụ thông qua các kênh truyền thống (bao gồm cả rau an toàn), với giá rau không có sự phân biệt dẫn tới người sản xuất không nhận được mức thu nhập tương xứng (Đào Duy Tâm, 2010), khó khuyến khích nông dân thực hành sản xuất tốt. Mặc dù xu hướng mua rau ở cửa hàng rau an toàn và siêu thị ngày càng được người tiêu dùng ở thành phố lớn lựa chọn (Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc, 2016), tỷ lệ rau an toàn tiêu thụ qua kênh hiện đại chiếm khá nhỏ. Ngoài ra, kênh dài với nhiều tác nhân khiến chi phí gia tăng (Lê Đình Hải, 2018) và làm giảm đóng góp của tác nhân sản xuất vào tổng giá trị gia tăng toàn chuỗi (Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo, 2020). Xu hướng của người tiêu dùng lựa chọn các kênh ngắn, trực tiếp vì họ có nhiều thông tin hơn về người sản xuất và có thể phản hồi chất lượng tới người sản xuất, phân phối (Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An, 2020). Đào Duy Tâm (2010) cũng cho thấy rằng những hộ sản xuất có cửa hàng bán rau an toàn trong nội thành thường tiêu thụ nhiều hơn những hộ bán lẻ khác vì người tiêu dùng biết rõ hơn về nguồn gốc và tin tưởng ở người sản xuất hơn.

Hầu hết các nghiên cứu về chuỗi giá trị rau an toàn đều cho thấy sự có mặt của liên kết ngang của nông dân thành các hợp tác xã. Các hợp tác xã này có thể đóng vai trò là người cung cấp đầu vào, thu gom, tiêu thụ rau cho nông dân thành viên (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017; Nguyễn Thị Kim Anh & cộng sự, 2019). Mặc dù vậy, tại một số địa phương, các hộ sản xuất rau an toàn chưa được tổ chức thành các nhóm, tổ, hay hợp tác xã hoặc nếu có thì mối quan hệ giữa các thành viên chưa chặt chẽ, điều này dẫn tới khó khăn trong quản lý sản xuất, đặc biệt là quản lý dịch bệnh trong vùng rau an toàn, cũng như tiêu thụ sản phẩm đầu ra khi các hộ cạnh tranh và có thể nói xấu, hạ uy tín của các hộ khác (Nguyen Thi

Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017). Năng lực tiêu thụ rau của các hợp tác xã cũng còn khá khiêm tốn nên nông dân phụ thuộc phần lớn vào người thu gom và thương lái, dễ bị ép giá. Liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị rau khá lỏng lẻo, ngay cả với rau an toàn, và mặc dù có sự hiện diện của hợp tác xã và doanh nghiệp trong chuỗi nhưng không có tác nhân nào có vai trò dẫn dắt và các bên đều hoạt động với mục tiêu tối đa hóa lợi ích cá nhân, thậm chí một số hộ trà trộn rau thường với rau an toàn (Nguyen Quoc Chinh, 2010). Do phần lớn rau, bao gồm cả rau an toàn, được tiêu thụ qua các kênh truyền thống, sản phẩm không được phân biệt nên mức độ hợp tác giữa các tác nhân phần lớn là ngay tại chỗ (spot market) hoặc các thỏa thuận không chính thức dựa trên mối quan hệ của họ, không có hợp đồng chính thức (Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong, 2017; Trần Cao Úy & Nguyễn Thị Thu Thảo, 2018). Đối với kênh hiện đại, do yêu cầu cao hơn về chất lượng và giám sát nguồn gốc nên giao dịch thường thông qua hợp đồng (Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc, 2016). Mặc dù vậy, trong các chuỗi giá trị rau (bao gồm cả rau an toàn), sự thiếu vắng tác nhân chủ chốt/dẫn dắt có thể là một trong những nguyên nhân của quản trị yếu kém, với không có một tiêu chuẩn xuyên suốt được thực hiện, kiểm soát bởi tất cả các tác nhân trong chuỗi. Các tác nhân trong chuỗi không đặt trọn niềm tin vào người cung cấp cho mình, thậm chí người bán lẻ cũng không hoàn toàn tin tưởng chất lượng rau mà họ bán là rau an toàn (Nguyen Quoc Chinh, 2010; Đào Duy Tâm, 2010).

Với đặc điểm là chuỗi rộng, nhiều tác nhân tham gia và vấn đề bất đối xứng thông tin đối với chất lượng an toàn thực phẩm, chuỗi giá trị rau cần nhiều hơn hỗ trợ của khu vực công và các tổ chức phát triển. Chính phủ và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã có nhiều chính sách như Quyết định số 497/QĐ-TTg, Quyết định số 57/2010/QĐ-TTg và Nghị định 57/2018/NĐ-CP; Nghị định 98/2018/NĐ-CP. Các dự án về rau được tài trợ bởi các tổ chức phát triển cũng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sản xuất và hình thành chuỗi liên kết tiêu thụ rau an toàn. Tuy nhiên cơ cấu diện tích rau an toàn trong tổng diện tích rau của cả nước còn thấp, tới năm 2021, diện tích rau an toàn của thành phố Hà Nội cũng chỉ đạt 5000 ha, chiếm khoảng 15% tổng diện tích rau (Chi cục thống kê Hà Nội, 2021). Bên cạnh đó, quản lý an toàn thực phẩm trong chuỗi giá trị rau chưa tốt, dẫn tới lẫn lộn rau an toàn và rau không an toàn cũng như rau không đạt tiêu chuẩn an toàn thực phẩm (Lê Thị Kim Oanh & Nguyễn Quang Tín, 2021)

An toàn thực phẩm là vấn đề quan tâm của xã hội, tuy nhiên tính bất đối xứng thông tin về mức độ an toàn thực phẩm làm cho thị trường có thể thất bại trong việc đạt được sản lượng tối ưu (Minarelli & cộng sự, 2020). Khi đó, các chính sách của chính phủ rất cần thiết để khắc phục thất bại của thị trường (Unnevehr & Jensen, 1996). Các nghiên cứu trên cho thấy chính sách, giải pháp nhằm phát triển sản xuất rau an toàn chưa có hiệu lực như mong đợi, vấn đề về đầu vào kém chất lượng và người sản xuất vẫn sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật chưa phù hợp vì mục đích kinh tế trước mắt vẫn xảy ra. Rau an toàn được tiêu thụ phần lớn ở kênh truyền thống, không có sự phân biệt với rau thường, không khuyến khích người sản xuất, người tiêu dùng thiếu tin tưởng vào chất lượng. Với các trung gian tiêu thụ, mặc dù hưởng lợi nhuận cao hơn người sản xuất, song điều họ quan tâm là yêu cầu về chủng loại, mẫu mã sản phẩm hơn là vấn đề an toàn thực phẩm. Các đơn vị bán lẻ rau an toàn thường phải đầu tư và chi phí đầu vào cao, nên giá thường cao hơn và trở nên ít cạnh tranh hơn so với khu vực truyền thống. Như thế, việc nâng cấp các chuỗi giá trị rau ngắn hơn nhằm giảm chi phí, tăng khả năng truy xuất nguồn gốc, tạo niềm tin cho người tiêu dùng sẽ khuyến khích người sản xuất thực hiện quy trình an toàn. Các hình thức hợp tác trong chuỗi như hợp tác xã, tổ hợp tác của người sản xuất cần được phát triển để tạo điều kiện cho chứng nhận sản phẩm, liên kết với những người mua lớn, và truy xuất nguồn gốc. Bên cạnh đó, chính phủ và các Bộ ngành cần có giải pháp quản lý để minh bạch hơn về chất lượng an toàn thực phẩm trong toàn chuỗi, quản lý nguồn gốc rau được sử dụng tại các bếp ăn tập thể, nhà hàng, và có hành động để loại bỏ các sản phẩm không an toàn, làm tổn hại tới người tiêu dùng.

5. Kết luận

Chuỗi giá trị rau ở Việt Nam chủ yếu là chuỗi giá trị mang nghĩa rộng, với nhiều tác nhân tham gia vào các chức năng chính: cung cấp đầu vào, sản xuất, thu gom, sơ chế, bán buôn, và bán lẻ. Tổng hợp các nghiên cứu về chuỗi giá trị rau cho thấy có 11 tiểu chuỗi rau chính, trong đó tiểu chuỗi có sự tham gia của người thu gom, bán buôn là các tiểu chuỗi chiếm tỷ trọng sản phẩm lớn nhất, đối với cả rau thường và rau an toàn, các kênh phân phối hiện đại chỉ xuất hiện với rau an toàn, và kênh xuất khẩu còn hạn chế. Các tiểu chuỗi dài có chi phí cao hơn và phân phối thu nhập lại người sản xuất thường thấp hơn, dòng thông tin hạn chế, và khó khăn trong truy xuất nguồn gốc. Liên kết ngang, mặc dù đã xuất hiện đối với tác nhân sản xuất rau an

toàn dưới hình thức hợp tác xã, tuy nhiên vai trò của các hợp tác xã này trong tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm cho thành viên còn hạn chế. Liên kết dọc trong chuỗi giá trị rau chưa chặt chẽ và thiếu tác nhân dẫn dắt chuỗi, và niềm tin giữa các tác nhân trong chuỗi còn rất thấp, nhất là người tiêu dùng đối với rau an toàn. Đây là những điểm nghẽn trong chuỗi giá trị rau ở Việt Nam. Phát triển chuỗi giá trị rau theo hướng nâng cấp sản phẩm an toàn là xu thế tất yếu, và nâng cấp chức năng để chuỗi giá trị ngắn hơn, giảm chi phí, mang lại thu nhập cao hơn cho tác nhân sản xuất, dễ dàng hơn cho dòng thông tin và truy xuất nguồn gốc, tăng tính minh bạch và củng cố niềm tin của người tiêu dùng. Theo đó cần các chính sách có hiệu lực hơn trong hỗ trợ chuỗi giá trị, từ sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, và tuyên truyền tới người tiêu dùng.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Khoa học và Công nghệ (2017), *TCVN 11892-1:2017 Thực hành nông nghiệp tốt (VIETGAP)*, truy cập lần cuối ngày 30 tháng 6 năm 2022 từ <http://tieuchuan.mard.gov.vn/Documents/Uploads/TCVN11892-1_2017_916963.pdf>.
- Bùi Văn Trịnh & Nguyễn Minh Nhật (2018), 'Nghiên cứu chuỗi giá trị hành tím tại địa bàn thị xã Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh', *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 36(682), 74-77.
- Chi cục thống kê Hà Nội (2021), *Niên giám thống kê Hà Nội*, Hà Nội.
- Đào Duy Tâm (2010), 'Tiêu thụ rau an toàn trên địa bàn Hà Nội', *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 8(4), 729-736.
- Đình Cao Khuê (2021), 'Giải pháp xuất khẩu rau quả sang thị trường Nhật Bản', Luận án Tiến sĩ, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
- Đỗ Thị Thúy Phương & Nguyễn Thu Hà (2018), 'Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm măng tre Bát Độ (Tỉnh Yên Bái)', *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 30(676), 74-76.
- Enthoven, L. & Broeck, G. Van den. (2021), 'Promoting Food Safety in Local Value Chains: The Case of Vegetables in Vietnam', *Sustainability*, 13(6902), 1-17.
- Kaplinsky R. & Morris, M. (2001), *Handbook for value chain research*, retrieved on May 23rd 2022, from <http://asiandrivers.open.ac.uk/documents/Value_chain_Handbook_RKMM_Nov_2001.pdf>.
- Lê Đình Hải (2018), 'Phân tích chuỗi giá trị rau bắp cải an toàn tại Huyện Phúc Thọ - TP. Hà Nội', *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, 3, 11-21.
- Lê Thị Bách Thảo & Trần Cao Bảo (2020), 'Nghiên cứu chuỗi giá trị rau an toàn tại thành phố Pleiku, tỉnh Gia Lai', *Tạp chí Công Thương*, 10, 180-188.
- Lê Thị Kim Oanh & Nguyễn Quang Tín (2021), 'Liên kết trong sản xuất, tiêu thụ rau an toàn tại xã Đặng Xá, huyện Gia Lâm, Hà Nội', *Tạp chí Khoa học Công nghệ*, 2(8), 190-198.
- Lê Thị Thúy Kiều & Nguyễn Thị Thu An (2020), 'Đánh giá hiện trạng và đề xuất mô hình chuỗi cung ứng rau an toàn thành phố Cần Thơ', *Tạp chí Khoa học Cần Thơ*, 01, 20-23.
- Livinski, A., Joubert, D. & Terry, N. (2015), *Undertaking a Systematic Review: What You Need to Know*, retrieved on May 22nd 2022, from <https://www.nihlibrary.nih.gov/sites/default/files/SR_Training_oct2015.pdf>.
- Minarelli, F., Galioto, F., Raggi, M. & Viaggi, D. (2020), 'Asymmetric information along the food supply chain: a review of the literature', retrieved on May 22nd 2022, from <<https://www.harper-adams.ac.uk/events/ifsa/papers/5/5.4%20Minarelli.pdf>>.
- Nguyễn Đình Thi & Nguyễn Thị Tân Lộc (2016), 'Sản xuất và tiêu thụ rau cho các thành phố lớn: nghiên cứu điểm tại Hà Nội', trong *An Toàn Nông sản thực phẩm*, Phạm Hải Vũ và Đào Thế Anh (chủ biên), Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội, 23-40.
- Nguyễn Hữu Nhuận, Hoàng Hữu Thành & Đỗ Huy Hùng (2021), 'Nghiên cứu chuỗi giá trị bí xanh, huyện Kỳ Sơn, tỉnh Hoà Bình', *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 19(10), 1283-1292.
- Nguyễn Quang Phục & Nguyễn Đức Kiên (2021), 'Tiêu thụ rau an toàn của các hộ gia đình tham gia mô hình thí điểm tại huyện A Lưới tỉnh Thừa Thiên Huế', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 130(5A), 5-16.
- Nguyen Quoc Chinh (2010), 'Safe vegetables in Hanoi, a supply chain perspective analysis', *Vietnam Journal of*

Agricultural Sciences, 9(1), 101-107.

- Nguyễn Thị Kim Anh, Nguyễn Thị Trâm Anh & Nguyễn Thế Vinh (2019), 'Chuỗi cung ứng rau an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP tại Hợp tác xã Tân Tiến, tỉnh Lâm Đồng', *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 6(688), 3-6.
- Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Thi Xuan Huong (2017), 'Improving safefruits and vegetables supply chain in Hanoi', *Journal of forestry science and technology*, 5, 186-196.
- Nguyen Huu Nhuan, Nguyen Thi Thu Huyen, Nguyen Thi Duong Nga, Pham Van Hung, Pham Kieu My, Ninh Xuan Trung & Dale Yi. (2018), 'Improving vegetable farming systems and marketing for small-scale producers in Bac Ha district, Lao Cai province', *Vietnam Journal of Agricultural Sciences*, 16(9), 847-858.
- Phạm Hải Vũ, Nguyễn Thị Tân Lộc & Nguyễn Đình Thi (2016), 'Các tiêu chuẩn sản xuất rau an toàn tại Việt Nam', trong *An toàn thực phẩm nông sản*, Phạm Hải Vũ và Đào Thế Anh (chủ biên), Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội, 79-101.
- Sakata, S. & Takanashi, F. (2022), 'Development of Inclusive Food Value Chain in the Mekong Region', *BRC Research Report*, Bangkok Research Center, JETRO Bangkok / IDE- JETRO
- Trần Cao Úy & Nguyễn Thị Thu Thảo (2017), 'Mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ rau màu tại phường Hương Chữ, Thị xã Hương Trà, Tỉnh Thừa Thiên Huế', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, 126(3B), 145-156.
- Unnevehr, Laurian J. & Jensen, Helen H. (1996), 'HACCP as a Regulatory Innovation to Improve Food Safety in the Meat Industry', *American Journal of Agricultural Economics*, 78(3), 764-69.
- Viet Hoang (2021), 'Modern Short Food Supply Chain, Good Agricultural Practices and Sustainability: A Conceptual Framework and Case Study in Vietnam', *Agronomy*, 11(2408), 1-16.