

Nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng rau an toàn của người dân ngoại thành Hà Nội

Th.s Trần Thị Thu Trang, Th.s Hồ Ngọc Cường, Nguyễn Hữu Giáp

Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội

Email: hongoccuonghn@gmail.com

Nghiên cứu được thực hiện dựa trên phỏng vấn trực tiếp mẫu điều tra có liên quan tới vấn đề rau an toàn ở ngoại thành Hà Nội với điển hình là thị trấn Trâu Quỳ (Gia Lâm). Mục tiêu của bài báo là phân tích: (1) Thực trạng sử dụng rau và rau an toàn trên địa bàn nghiên cứu; (2) nhu cầu các sản phẩm rau an toàn; (3) Đề xuất một số giải pháp để cung ứng rau an toàn cho ngoại thành Hà Nội. Đa số các hộ đều mong muốn được tiêu dùng rau an toàn nhưng thực tế vẫn còn nghi ngờ về chất lượng rau an toàn trên thị trường. Hàm logit được sử dụng để phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới nhu cầu tiêu dùng rau an toàn của người dân. Kết quả cho thấy thu nhập và trình độ học vấn có ảnh hưởng rõ ràng tới nhu cầu tiêu dùng rau an toàn. Mức độ sẵn lòng chi trả thêm bình quân để được tiêu dùng sản phẩm rau an toàn là 13,2 ngàn đồng/ngày/hộ. Để giải quyết nhu cầu tiêu dùng rau an toàn trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ, nhóm giải pháp đưa ra là: Phát triển sản xuất rau an toàn trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ; tăng cường nhận thức của người dân; phát triển và tổ chức thị trường rau an toàn.

Từ khóa: Nhu cầu tiêu dùng, rau an toàn, người dân, bằng lòng trả

1. Đặt vấn đề

Rau là một loại thực phẩm cung cấp chất dinh dưỡng không thể thiếu cho con người. Tuy nhiên, việc sản xuất không đúng quy trình, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật không đúng quy định đã tạo các loại rau chưa đảm bảo chất lượng, tiềm ẩn nhiều nguy cơ cho người tiêu dùng. Trong những năm qua, khi mức sống được nâng lên thì người dân ngày càng có xu hướng nhận thức và quan tâm hơn đến vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm trong sản xuất nông sản, đặc biệt là rau củ quả.

Nhu cầu sử dụng rau an toàn (RAT) của người dân nói chung và của người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ ngày càng tăng không chỉ về chất lượng rau mà còn phải đảm bảo sạch và an toàn cho sức khỏe. Tuy nhiên, nhu cầu cụ thể của người dân như thế nào, yếu tố nào ảnh hưởng tới nhu cầu tiêu dùng

RAT và làm thế nào để đáp ứng nhu cầu RAT của người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ đang là vấn đề được chính quyền và người dân thị trấn Trâu Quỳ quan tâm. Xuất phát từ thực tế đó, đề tài được triển khai thực hiện nhằm nghiên cứu đề xuất các giải pháp để giải quyết đáp ứng nhu cầu tiêu dùng RAT của người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ. Nghiên cứu đề tài này đặc biệt có ý nghĩa thực tiễn đối với địa phương có tốc độ đô thị hóa nhanh, mật độ dân số cao, diện tích đất nông nghiệp hạn chế như địa bàn thị trấn Trâu Quỳ.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp tiếp cận

Phương pháp tiếp cận học và hành động có sự tham gia (PLA) có thảo luận nhóm với các hộ dân, các bên liên quan được sử dụng trong nghiên cứu để tìm hiểu vấn đề chung của cộng đồng dân trong tiêu

dùng RAT.

Nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng RAT thông qua việc đánh giá bằng lòng trả của các hộ dân nên nghiên cứu này sử dụng cách tiếp cận PLA để có ý kiến phù hợp về các mức bằng lòng trả (Bid) hợp lý trước khi đi vào khảo sát. Mặt khác, sản xuất và tiêu thụ RAT mang tính chất đặc thù nên cần có sự tham gia của cơ quan chuyên môn tham vấn trong xây dựng chiến lược sản xuất, tiêu dùng RAT.

2.2. Thu thập tài liệu

Nguồn thông tin thứ cấp phục vụ cho đề tài được thu thập từ các báo cáo thống kê hàng năm, các chủ trương, mục tiêu phát triển kinh tế xã hội cấp huyện và cấp xã. Các thông tin có liên quan về nhu cầu tiêu dùng RAT được thu thập trên các phương tiện thông tin đại chúng, sách báo, báo cáo và website.

Nguồn thông tin sơ cấp được thu thập bằng phương pháp điều tra phỏng vấn hộ và các đối tượng liên quan như sau:

+ Cán bộ địa phương: 5 mẫu

+ Người tiêu dùng: 50 mẫu

+ Tác nhân sản xuất, kinh doanh rau trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ: 5 mẫu

2.3. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu

Các phương pháp xử lý và phân tích số liệu được sử dụng nhằm:

(1) Phương pháp thống kê kinh tế được sử dụng để tính toán các tiêu chí đánh giá phục vụ cho mục đích mô tả về tình hình phát triển kinh tế xã hội địa bàn nghiên cứu bằng: tốc độ phát triển, tốc độ phát triển bình quân, tốc độ phát triển liên hoàn, số trung bình.

(2) Phương pháp so sánh được sử dụng để so sánh, đánh giá các mức tiêu dùng RAT trong cơ cấu tiêu dùng để thấy được thực trạng sử dụng RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ.

(3) Phương pháp tạo dựng thị trường CVM (Contingent Valuation Method)

Trong phương pháp CVM, những cá nhân tiêu dùng sẽ được hỏi về mức sẵn lòng chi trả - Willingness to pay (WTP) của họ cho một sự thay đổi trong cung cấp hàng hoá dịch vụ nào đó và các mức này thường được thu thập thông qua phiếu điều tra. Có 5 mức Bid gợi ý cho 50 hộ lựa chọn bằng lòng chi trả thêm/ngày cho việc được tiêu dùng sản

phẩm RAT như sau: [5.000đ: 12 mẫu; 10.000 đ: 12 mẫu; 15.000 đ: 12 mẫu; 20.000 đ: 7 mẫu; 25.000 đ: 7 mẫu].

Hàm logit sẽ được sử dụng với các phương án Có/Không từ các mức hỏi WTP nhằm xem xét mức độ đồng ý của người dân trong tiêu dùng RAT với các yếu tố ảnh hưởng: các mức bid và các biến khác là các thuộc tính của hộ dân. Mô hình được áp dụng như sau:

$$Pr(Có) = a_0 + a_1Bid + a_2Cost + a_3Income + a_4Age + a_5Gender + a_6Edu$$

Bid: Các mức thầu được sử dụng trong bảng hỏi WTP với 5 mức. Đơn vị tính là nghìn đồng. Chúng ta dự đoán rằng mức bằng lòng chi trả càng cao hơn hay mức bid càng cao hơn thì xác suất câu trả lời “Có” càng thấp hơn.

Cost: Biến chi phí hàng ngày cho sử dụng rau xanh (Đơn vị tính là nghìn đồng/ngày). Với chi phí mua rau càng nhiều thì càng thể hiện vai trò của rau đối với cuộc sống gia đình. Dự đoán rằng chi phí cho rau càng cao thì xác suất câu trả lời “Có” càng cao.

Income: Biến thu nhập (Đơn vị tính là nghìn đồng/tháng). Với thu nhập càng cao thì bằng lòng chi trả sẽ cao hơn

Age: Biến tuổi (tính theo năm). Với độ tuổi thể hiện nhiều kinh nghiệm sống. Tuổi cao hơn thì có xu hướng bằng lòng trả cao hơn so với người trẻ tuổi hơn.

Gender: Biến giới tính (1: Nữ; 0: Nam). Giới tính nam và nữ có thể có những khác nhau trong việc bằng lòng chi trả cho việc được tiêu dùng RAT.

Edu: Biến học vấn (tính theo năm được đào tạo). Học vấn thể hiện những nhận thức về vai trò RAT nên học vấn cao có thể sẽ bằng lòng chi trả hơn so với học vấn thấp.

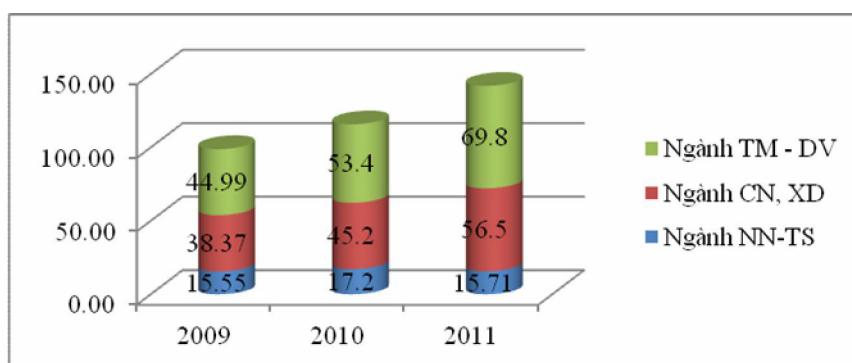
Giá trị bình quân thấp nhất mà các hộ sẵn lòng chi trả cho việc tiêu dùng RAT được tính toán theo công thức (Haab and McConnell, 2002):

$$MWTP = - \left(\frac{a_0 + \sum a_i \bar{X}_i}{a_1} \right)$$

2.4. Chỉ tiêu nghiên cứu

(1) Các chỉ tiêu phản ánh điều kiện tự nhiên, dân số, lao động và tình hình kinh tế xã hội của Thị trấn Trâu Quỳ

Biểu đồ 1. Cơ cấu giá trị sản xuất của thị trấn Trâu Quỳnh (2009- 2011) ĐVT: Tỷ đồng



(2) Các chỉ tiêu phản ánh nhận thức của người dân trong tiêu dùng sản phẩm RAT

(3) Chỉ tiêu đánh giá nhu cầu của các hộ sản xuất kinh doanh tại địa phương về tiêu thụ rau an toàn

(4) Chỉ tiêu đánh giá mức sẵn lòng chi trả cho tiêu dùng RAT.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tình hình KTXH Thị trấn Trâu Quỳnh

Thị trấn Trâu Quỳnh nằm ở phía Tây Nam và là nơi đặt trung tâm hành chính của huyện Gia Lâm, cách trung tâm Hà Nội 12km. Tổng diện tích đất tự nhiên là 734,57ha, địa hình bằng phẳng thuận lợi cho việc phát triển kinh tế, văn hóa, chính trị, xã hội. Năm 2011, dân số của thị trấn là 21.605 người với 11.083 lao động. Năm 2011, tốc độ phát triển kinh tế đạt 19,82 % và giá trị tổng sản phẩm kinh tế đạt 142,01 tỷ đồng. Giá trị sản xuất của các ngành được thể hiện qua biểu đồ 1.

Kinh tế Thị trấn Trâu Quỳnh đang phát triển theo hướng CNH-HĐH, lao động nông nghiệp dịch chuyển sang các ngành công nghiệp, thương mại và dịch vụ. Chất lượng cuộc sống nâng lên, người dân sẽ có khả năng chi trả cho nhu cầu ngày càng cao và

nhu cầu tiêu dùng sản phẩm RAT nói riêng.

3.2. Thực trạng sử dụng RAT của người dân thị trấn Trâu Quỳnh

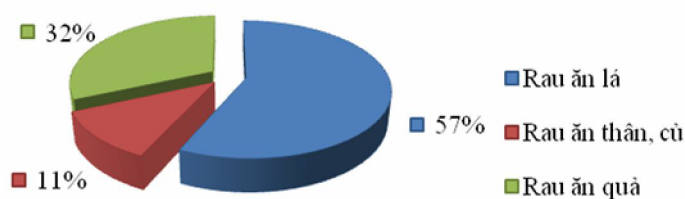
a. Thực trạng sử dụng Rau của người dân thị trấn Trâu Quỳnh

Rau xanh được người tiêu dùng rất thường xuyên sử dụng trong bữa ăn hàng ngày. Điều tra cho thấy, 96% người được hỏi đều sử dụng rau tất cả các ngày trong tuần. Điều đó cũng đồng nghĩa với việc rủi ro từ tiêu dùng rau không an toàn ngày càng cao khi các sản phẩm rau trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh chưa được kiểm định. Hiện tại, chi tiêu cho rau ăn hàng tháng chiếm 2,4% tổng thu nhập của hộ gia đình.

Cơ cấu các loại rau tiêu dùng của các hộ rất đa dạng và phong phú, từ các loại rau ăn lá, củ, quả,... đến các loại rau ăn sống, rau gia vị. Tỷ lệ các loại rau mà người tiêu dùng thị trấn Trâu Quỳnh sử dụng được thể hiện qua biểu đồ 2.

Hiện nay, trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh chỉ có duy nhất siêu thị Hapro cung cấp một số mặt hàng rau quả đảm bảo đủ tiêu chuẩn RAT theo quy định VietGAP như: rau muống, cà chua, rau cải, rau ngót... nhưng số lượng rất hạn chế. Trong số hộ điều

Biểu đồ 2. Cơ cấu rau trong tiêu dùng của người dân thị trấn Trâu Quỳnh



tra chỉ có 14% người dân mua rau ở Hapro, nhưng mức độ không thường xuyên. Một số chủng loại rau khác thì các hộ dân vẫn mua ở chợ với chất lượng và nguồn gốc không rõ ràng.

Chi phí tiêu dùng RAT của hộ gia đình chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng chi tiêu tiêu dùng. Chi phí cho các loại RAT tiêu dùng trong ngày từ 0,93% đối với rau muống đến 2,20% đối với rau ngót và đối với cà chua là 1,45% trong cơ cấu chi tiêu của hộ. Đối với tiêu dùng trong tuần thì chi phí cho rau an toàn là từ 0,61% đối với rau muống đến 3,22% đối với cà chua. Sở dĩ cơ cấu chi cho mua rau an toàn còn thấp là mạng lưới cung ứng RAT trên thị trấn Trâu Quỳnh chưa phổ rộng cả về số lượng lẫn chủng loại cung ứng. Mặt khác, người dân vẫn còn sự hoài nghi về chất lượng nên RAT vẫn chưa được tiêu thụ với số lượng lớn.

Theo kết quả điều tra, mức tiêu dùng rau bình quân/người/năm tại địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh mới đạt 66.6 kg. Như vậy, so với mức bình quân 140 kg rau/người/năm đối với dân thành thị thì lượng tiêu dùng rau trên địa bàn thị trấn chưa đạt tiêu chuẩn.

b. Thực trạng sản xuất và cung ứng RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh

Tổng diện tích đất trồng rau trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh duy trì khá ổn định, khoảng 10ha/năm, việc sản xuất và đảm bảo cung ứng nhu cầu rau nói chung và RAT nói riêng của thị trấn Trâu Quỳnh là vô cùng khó. Khảo sát tại các khu vực chợ, cũng như trung tâm mua bán trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh, mặt hàng RAT chỉ xuất hiện tại siêu thị Hapro được đóng gói, ghi nhãn hiệu, địa chỉ sản xuất cũng như

thông tin quy trình áp dụng với chủng loại hạn chế. Mức giá cả của RAT trong siêu thị Hapro thường đắt gấp 2 tới 3 lần giá bày bán ngoài chợ với cùng chủng loại rau. Số lượng RAT bày bán hàng ngày tại Hapro chỉ khoảng 5-7 kg đối với cà chua, 10-15kg rau với tất cả chủng loại: rau muống, rau ngót, rau cải nhưng vẫn không bán hết. Có thể thấy rằng, người tiêu dùng tại thị trấn Trâu Quỳnh hầu như có nhu cầu nhưng vẫn thờ ơ với RAT do còn nhiều nghi ngờ.

3.3. Nhu cầu tiêu dùng RAT của người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳnh

a. Nhận thức của người tiêu dùng về RAT

Với vị trí là trung tâm hành chính của huyện Gia Lâm, nơi tập trung dân số và trình độ dân trí cao, Trâu Quỳnh có sự hiểu biết về RAT ở mức độ khá tốt. Người dân thị trấn ít nhiều đã tiếp cận với vấn đề RAT trực tiếp hoặc gián tiếp qua các kênh thông tin đại chúng. Tuy nhiên, chính vì không thuộc phạm vi chuyên môn nên sự hiểu biết thế nào là RAT hay thuật ngữ RAT chỉ có 10% số người hiểu rõ. Còn lại đa số các hộ đã có nghe về vấn đề RAT nhưng chưa hiểu rõ.

Qua điều tra các hộ dân cho thấy, 100% hộ dân mong muốn được tiêu dùng RAT. Thực tế trên phản ánh hoàn toàn đúng trước nhận thức ngày càng cao của người dân về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm nói chung và rau nói riêng. Người dân ngày càng nhận thức được những tác hại gây ra bởi những tồn dư BVTV, chất hóa học, vi sinh vật gây hại,... tới sức khỏe con người. Cùng với sự thay đổi về nhận thức, thu nhập tăng lên cũng là một động lực thúc đẩy nhu cầu được tiêu dùng sản phẩm sạch, an toàn

Bảng 1: Nhận thức của người tiêu dùng thị trấn Trâu Quỳnh về RAT

Diễn giải	Mức độ đánh giá			
	Có nghe nhưng chưa hiểu rõ		Biết rõ	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
	- Hiểu biết về RAT	45	90	5
- Biết một số thương hiệu RAT	42	84	8	16

Nguồn: Số liệu điều tra, 2012

Bảng 2: Kết quả ước lượng các yếu tố ảnh hưởng tới xác suất trả lời “Có”

Chỉ tiêu	Hệ số	P-value
Hệ số tự do a0	0,488**	0,05
Mức thầu	-0,062***	1,35E-7
Chi phí mua rau hàng ngày	0,0014	0,85
Thu nhập	0,0000884***	8,05E-6
Tuổi	0,00093	0,75
Giới tính	-0,00445	0,61
Trình độ học vấn	0,0217*	0,077
R ²	0,639	
Adjusted R ²	0,589	
F _{kiểm định}	12,71	3,36E-08
Số mẫu quan sát	50	

Nguồn: Xử lý số liệu điều tra, 2012

của người dân thị trấn Trâu Quỳ.

b. Mức chi phí bằng lòng trả cho việc được tiêu dùng RAT

Kết quả đánh giá về các mức sẵn lòng chi trả được gọi cho thấy với mức Bid gợi ý càng cao, thì số hộ không đồng ý sẵn lòng chi trả để tiêu dùng RAT giảm dần. Ở mức 5.000 đồng/ngày chi trả thêm cho RAT có 100% đồng ý chi trả để được tiêu dùng RAT. Với mức Bid tăng dần lên, tại mức 20.000 đồng/ngày chi trả thêm chỉ có 57,1 % hộ được hỏi đồng ý. Đối với những hộ không đồng ý chi trả thì quy ước mức WTP bằng “0”.

Những lý do người tiêu dùng đồng ý sẵn lòng chi trả để tiêu dùng RAT đưa ra là: tránh ngộ độc thực phẩm chiếm 73,17%) tránh hệ lụy cho bản thân và tương lai chiếm 14,64% và 12,19% ý kiến cho bằng lòng chi trả để hưởng những lợi ích của rau như chất xơ, dễ tiêu hóa một cách yên tâm. Ngược lại, đối với những hộ không đồng ý chi trả bởi những lý do là sản xuất RAT và rau thường không khác nhau về giá thành có 11,11% số hộ không sẵn lòng chi trả; một số hộ không đồng ý bằng lòng trả là do không tin tưởng đó thực sự là sản phẩm RAT.

Từ kết quả của điều tra thấy rằng với các mức Bid khác nhau các hộ tiêu dùng có 41 hộ trả lời Có, 9 hộ trả lời Không. Phương pháp phân tích hồi quy dùng hàm Logit cho kết quả như sau:

Hệ số tương quan hiệu chỉnh bình phương Adjusted R² nhận giá trị bằng 0,589. Điều đó có nghĩa rằng các biến đưa vào mô hình hồi quy trên đã giải thích được 58,9% có ảnh hưởng tới xác suất

bằng lòng trả của hộ tiêu dùng tại thị trấn Trâu Quỳ.

Kết quả của mô hình cho thấy các mức tiền gọi ý bằng lòng chi thêm cho tiêu dùng rau để sử dụng RAT, yếu tố thu nhập và yếu tố trình độ học vấn là những yếu tố có ảnh hưởng rõ ràng đến sự bằng lòng chi trả thêm để được tiêu dùng RAT của hộ gia đình đó. Với mức gợi ý chi trả thêm thấp thì các hộ được hỏi dễ dàng chấp nhận, xác suất trả lời có cao với độ tin cậy 99%. Các mức gợi ý chi trả thêm 5000 đồng/ngày, 10.000 đồng/ngày được các hộ đồng ý nhiều. Ngược lại với các mức gợi ý lớn hơn như 20.000 đồng/ngày hay 25.000 đồng/ngày chi trả thêm thì xác suất các hộ trả lời đồng ý giảm đi. Tổng thu nhập của hộ gia đình cũng là một yếu tố ảnh hưởng tới việc đồng ý chi tiêu thêm cho tiêu dùng RAT. Với độ tin cậy 99% thì thu nhập càng tăng thì ngân sách của gia đình được nới rộng cho việc chi phí cho những sản phẩm dịch vụ có chất lượng cao hơn để phục vụ cuộc sống nói chung và RAT nói riêng.

Từ kết quả phân tích một số chỉ tiêu thống kê và kết quả hàm hồi quy ta tính toán MWTP (mean WTP) theo công thức (Haab and McConnell, 2002) để xem xét chi phí bình quân chi trả thêm của các hộ gia đình như thế nào.

$$MWTP = - [0,488 + \sum (-0,062*13.5) + (0,0014*12,802) + (0,0000884*9870) + 0,00093*44,3 + (- 0,00445*0,3) + (0,0217*11,66)]/(-0,062) = 13,2 \text{ (Nghìn đồng).}$$

Kết quả cho thấy, Mean WTP = 13,2 nghìn đồng. Điều này có nghĩa là các hộ dân ở thị trấn Trâu Quỳ

bằng lòng chi trả thêm trung bình 13,2 nghìn đồng/hộ/ngày so với mức tiêu dùng cũ để được tiêu dùng sản phẩm RAT. Đây là cơ sở rất quan trọng cho các đơn vị đã và đang có kế hoạch kinh doanh RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ.

c. Tổ chức tiếp cận trong tiêu dùng RAT

Ý kiến của các hộ đồng ý bằng lòng chi trả về tổ chức tiếp cận cũng như cách thức tiếp cận với RAT thì có 36 hộ mong muốn RAT được bày bán tại các quầy riêng lẻ do tư nhân quản lí chiếm 87,6% để đảm bảo tính tiện lợi khi mua sắm. Các tiêu chí mà người tiêu dùng mong muốn được thông tin đối với sản phẩm RAT trên thị trường là: ghi rõ nguồn gốc xuất xứ, thông tin về quy trình sản xuất, thông tin về đơn vị sản xuất, nhãn hiệu rõ ràng và có xác nhận của kiểm định chất lượng. Trong các tiêu chí trên, có 2 tiêu chí vô cùng quan trọng đó là thông tin về quy trình sản xuất và xác nhận kiểm định chất lượng.

3.4. Một số giải pháp nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng RAT cho người dân trên địa bàn Thị trấn Trâu Quỳ

a. Phát triển sản xuất RAT tại địa bàn thị trấn Trâu Quỳ

Với tổng diện tích đất tự nhiên 734,57 ha và 190,1 ha đất nông nghiệp và 1435 lao động nông nghiệp, 3151 lao động phi nông nghiệp là điều kiện cần thiết cho giải pháp phát triển sản xuất RAT đáp ứng nhu cầu tại chỗ cho người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ. Chính quyền địa phương cần tiến hành khảo sát, xây dựng cơ sở hạ tầng và quy hoạch khu vực có thể sản xuất RAT theo quy trình kỹ thuật sản xuất RAT dưới sự chỉ đạo sản xuất của HTX Nông nghiệp Trâu Quỳ. Đặc biệt, trên địa bàn cần huy động sự tham gia tư vấn của các nhà khoa học đầu ngành trong Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội về kỹ thuật, phương thức tiên tiến trong sản xuất RAT cho các hộ sản xuất đúng quy trình và có chất lượng, hiệu quả. Đồng thời, cơ quan chức năng cần hỗ trợ mặt chuyên môn, giám sát việc thực hiện sản xuất, cung ứng như là một nhiệm vụ kinh tế xã hội.

b. Nâng cao lòng tin người tiêu dùng với sản phẩm RAT

Nghiên cứu cho thấy, nhận thức của người dân có ảnh hưởng quan trọng tới nhu cầu tiêu dùng RAT

với độ tin cậy 90%. Từ nhận thức sẽ có ảnh hưởng tới lòng tin của người tiêu dùng đối với RAT. Do đó, cần nâng cao lòng tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm tránh tình trạng nhu cầu RAT thì có nhưng sản phẩm RAT thì vẫn không bán được hay “Cung” không gặp “Cầu”.

c. Liên kết trong tiêu thụ RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ

Việc liên kết giữa nơi sản xuất và thị trường tiêu thụ là một lợi thế trong kinh doanh bởi một mặt, đơn vị sản xuất sẽ dễ dàng tìm hiểu các thông tin thị trường cũng như linh hoạt hơn trong kinh doanh, hạn chế được các khoản chi phí vận chuyển. Mặt khác, sản phẩm tới thị trường luôn ở tình trạng tươi mới, tăng phẩm cấp, chất lượng của RAT.

d. Tổ chức và Quản lí mạng lưới cung ứng RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ

Khi nguồn RAT đã đa dạng về chủng loại cũng như số lượng thì cần phải giải quyết tốt khâu tổ chức cung ứng và quản lí mạng lưới cung ứng, đồng thời giám sát tốt khâu cung ứng để tránh sự nhầm lẫn của người tiêu dùng giữa RAT và rau thông thường.

4. Kết luận

Nhu cầu sử dụng RAT ngày càng tăng lên, người tiêu dùng đòi hỏi không chỉ về chất lượng rau mà còn phải đảm bảo sạch và an toàn cho sức khỏe. Việc nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng RAT của người dân trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ sẽ là cần thiết và là cơ sở cho giải pháp đáp ứng nhu cầu RAT cho người dân. Nghiên cứu cho thấy đa số các hộ nhận thức được vai trò của rau đối với bữa ăn hàng ngày. Tuy nhiên, chi phí rau ăn hàng tháng mới chỉ chiếm phần nhỏ, khoảng 2,4% tổng thu nhập của hộ gia đình. Một số hộ vẫn còn nghi ngờ chất lượng RAT, còn số khác thì khó khăn trong tiếp cận nên chi tiêu RAT chỉ chiếm 4,6% trong cơ cấu chi tiêu rau hàng ngày của hộ. Lượng rau tiêu dùng bình quân/người/năm tại địa bàn thị trấn Trâu Quỳ vẫn còn rất nhỏ bé so với tiêu chuẩn.

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới sự bằng lòng chi trả cho thấy với mức Bid càng cao thì xác suất trả lời sẵn lòng chi trả càng giảm; thu nhập và học vấn có ảnh hưởng khá rõ ràng tới xác suất trả lời có đồng ý trả thêm để tiêu dùng RAT; các yếu tố về

tuổi, giới tính, chi phí cho rau hàng ngày có ảnh hưởng nhưng không rõ ràng. Mean WTP = 13,2 nghìn đồng, có nghĩa là các hộ bình quân bằng lòng trả thêm 13,2 nghìn/ngày để được tiêu dùng RAT.

Thị trường cung ứng nên tổ chức tại các quầy hàng riêng lẻ do tư nhân đảm nhiệm để đảm bảo tính tiện lợi. Các thông tin cần có trên RAT thì cần thông tin càng rõ càng tốt, đặc biệt là những thông tin về hàm lượng chất hóa học, thuốc BVTV, NO₃, kim loại nặng, vi sinh vật gây hại là vô cùng cần thiết và cần có cơ quan chức năng kiểm chứng.

Bốn nhóm giải pháp gồm: Phát triển sản xuất RAT tại thị trấn Trâu Quỳ để phục vụ nhu cầu tại chỗ; Nâng cao lòng tin người tiêu dùng với sản phẩm RAT; Liên kết trong tiêu thụ RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ; Tổ chức và Quản lý mạng lưới cung ứng RAT trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân một cách sâu rộng.

Từ những phân tích trên, tác giả kiến nghị:

Đối với chính quyền địa phương: Thực hiện đồng bộ giải pháp quy hoạch vùng phát triển RAT trên địa

bàn thị trấn Trâu Quỳ để đáp ứng một phần nhu cầu tại chỗ cho người dân. Tổ chức một số thời điểm đi trao đổi, học tập kinh nghiệm sản xuất. Phối hợp tuyên truyền với các cơ quan chức năng cũng như doanh nghiệp về RAT và những tác hại khi sử dụng rau không an toàn.

Người sản xuất RAT: Thực hiện nghiêm túc quy trình kỹ thuật được hướng dẫn trong sản xuất RAT. Liên kết chặt chẽ với các đơn vị cung ứng.

Đơn vị kinh doanh, cung ứng: Xây dựng mạng lưới phân phối bán hàng trên địa bàn thị trấn Trâu Quỳ. Thực hiện tốt cam kết trong hợp đồng với các hộ sản xuất RAT cũng như các cửa hàng rau đầu mối tại các chợ. Tham gia kiểm tra chất lượng RAT tại các nguồn cung ứng, tăng cường tuyên truyền.

Người tiêu dùng: Tăng cường tìm hiểu qua các kênh thông tin về RAT để đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng, tránh những ảnh hưởng xấu do tiêu dùng các sản phẩm rau không an toàn. Tham gia tích cực các buổi tổ chức tuyên truyền về RAT tại địa phương. Phát hiện và phản hồi với tổ chức sản xuất về RAT bày bán kém phẩm cấp. □

Tài liệu tham khảo:

1. Julio A. Berdegué, Fernando Balsevich, Luis Flores, Thomas Reardon (2005). Central American supermarkets' private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables, <http://econpapers.repec.org/article>.
2. Ho Thanh Son & Dao The Anh (2006). Analysis of safe vegetables valuechain in Hanoi - GTZ report, <http://www.sme-gtz.org.vn>.
3. Luke Simmons and Steffanie Scott (2008). Organic Agriculture and “Safe” vegetables in Vietnam: Implications for Agro-food system Sustainability, [http://oacc.info/Docs/Guelph2008SocialSciences/Simmons%20and%20Scott%20\(2008\).pdf](http://oacc.info/Docs/Guelph2008SocialSciences/Simmons%20and%20Scott%20(2008).pdf)
4. Bộ Nông nghiệp (2008). Quyết định số 99/2008/QĐ-BNN Ban hành Quy định quản lý sản xuất, kinh doanh rau, quả và chè an toàn ngày 15 tháng 10 năm 2008.
5. Công ty nghiên cứu thị trường Axis (2010). Báo cáo chuỗi rau an toàn Thành phố Hồ Chí Minh
6. Lê Thị Thanh (2011). Nghiên cứu mối liên kết giữa nhà nông, nhà khoa học và doanh nghiệp trong sản xuất – kinh doanh rau trên địa bàn huyện Gia Lâm. Luận văn thạc sĩ kinh tế, tr 66- 77.
7. Nguyễn Văn Thuận & Võ Thành Danh (2011). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng rau an toàn tại thành phố Cần Thơ. Tạp chí khoa học 2011– Trường Đại học Cần Thơ, tr 113 – 119.