Liên kết trong ngành hàng rau quả Việt Nam: Thực trạng và giải pháp

Trương Đức Lực*

Ngày nhận: 21/6/2014
Ngày nhận bản sửa: 20/7/2014
Ngày duyệt đăng: 25/7/2014

Tóm tắt

Bài viết tổng kết một số mô hình liên kết điển hình trong ngành hàng rau quả đã diễn ra trong thời gian qua. Thành công trong liên kết đã góp phần tiêu thụ sản phẩm rau quả, nâng cao lợi thế cạnh tranh của ngành hàng trên thị trường. Tuy nhiên, mối quan hệ liên kết trong ngành hàng rau quả vẫn còn bộc lộ những hạn chế như liên kết còn lỏng lẻo, chế tài chưa rõ ràng và đủ mạnh khi vi phạm hợp đồng, chính sách khuyến khích, hỗ trợ chưa được cụ thể hóa và đồng bộ. Muốn phát triển bền vững ngành hàng rau quả, các quan hệ liên kết cần tiếp tục tăng cường và hoàn thiện theo hướng xác định rõ ràng trách nhiệm và quyền lợi của mỗi tác nhân từ nhà nông, nhà doanh nghiệp, nhà nước và nhà khoa học, trong đó nhà doanh nghiệp giữ vai trò nhạc trưởng.

Từ khóa: doanh nghiệp, hợp đồng tiêu thụ, hợp tác xã, liên kết, ngành hàng rau quả, nông dân.

1. Đặt vấn dề

Đối với ngành hàng rau quả Việt Nam, năm 2013 được ghi nhận và đánh dấu một mốc son là kim ngạch xuất khẩu đã được 1 tỷ USD. Chỉ tiêu xuất khẩu 1 tỷ USD này đã không đạt được trong Chương trình rau quả của Chính phủ giai đoạn 1999-2010.Có nhiều nguyên nhân góp phần tạo nên thành tích đó, trong đó phải kể đến sự đóng góp của quá trình xây dựng và phát triển các mối quan hệ liên kết trong ngành hàng rau quả. Tuy nhiên, thành tích đó mới chỉ là bước đầu, tiềm năng xuất khẩu của ngành hàng rau quả là rất lớn. Hơn nữa, tình trạng "trúng mùa rớt giá" hoặc "nông dân bẻ kèo" vẫn còn phổ biến, vẫn là một điệp khúc được cả xã hội quan tâm và bức xúc. Bài viết xin đề cập tới một số nội dung trong chủ đề đã nêu. Bài viết khẳng định dù là kiểu liên kết gì cũng đều phải gắn với chuỗi giá trị của ngành hàng rau quả và vai trò quyết định của nhà doanh nghiệp trong mối quan hệ liên kết 4 nhà.

2. Thực trạng liên kết trong ngành hàng rau quả Việt Nam

2.1. Thực trạngchung ngành hàng rau quả Việt Nam

2.1.1. Khâu sản xuất rau quả

Với điều kiện khí hậu, tự nhiên đa dạng, rau quả Việt Nam rất phong phú về chủng loại và được trồng ở tất cả các địa phương trong cả nước, nhưng diện tích, sản lượng tập trung chủ yếu ở các tỉnh Đồng bằng sông Hồng, Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Năm 2012, diện tích rau cả nước đạt khoảng 830 ngàn ha, sản lượng đạt 14 triệu tấn; diện tích cây ăn quả đạt trên 800 ngàn ha, sản lượng đạt trên 7,5 triệu tấn.

Tuy vậy, sản xuất rau quả của Việt Nam nhìn chung còn nhỏ bé, phân tán, giá thành cao, chất lượng thấp, chưa tạo được sản phẩm hàng hoá lớn, khả năng cạnh tranh thấp so với các nước trong khu vực(Nguyễn Thị Tuyết Mai, Mai Thế Cường, 2006).

2.1.2. Khâu bảo quản chế biến

- Về thu hái, lựa chọn, bảo quản rau quả vẫn tiến hành thủ công là chính, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch lên tới 20-25%. Công nghệ bảo quản và phương tiện vận chuyển còn thiếu và lạc hậu, chất lượng thấp, giá thành cao. Việc sử dụng các hóa chất bảo quản chưa được kiểm soát chặt chẽ, gây ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng.

- Về nguyên liệu cho chế biến: hầu hết các cơ sở chế biến rau quả không đủnguyên liệu sản xuất, công suất thực tế trung bình chỉ đạt khoảng 30%.

- Cả nước có trên 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300.000 TSP/năm. Ngoài ra, còn có hàng ngàn cơ sở chế biến quy mô nhỏ như sấy vải, nhãn, muối dưa chuột.

- Các sản phẩm rau quả chế biến chủ yếu gồm các loại: đồ hộp, lạnh đông, pure, cô đặc, nước quả, chiên sấy, muối,… Trong đó, tỷ trọng các sản phẩm đồ hộp chiếm 50%, sau đó là sản phẩm cô đặc và lạnh đông (Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, 2012, trang 13).

2.1.3.Tiêu thụ

Rau quả Việt Nam chủ yếu được tiêu thụ trong nước ở dạng tươi (khoảng 90%) còn lại để chế biến và xuất khẩu. Sản phẩm rau quả Việt Nam đã có mặt trên 50 nước và lãnh thổ, kim ngạch xuất khẩu rau quả nước ta liên tục tăng. Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu rau quả cả nước đạt 829 triệu USD; năm 2013, đạt 1037 triệu USD, tăng 25,7% so với năm 2012 (Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, 2012, trang 13).

2.2. Thực trạng liên kết trong ngành hàng rau quả Việt Nam

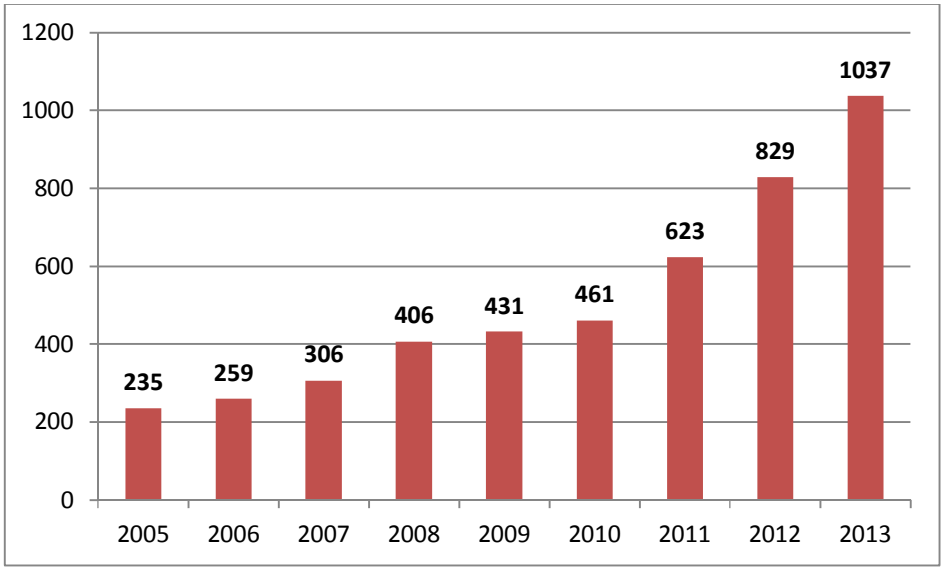
Năm 2002, Thủ tướng chính phủ đã có quyết định về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng, liên kết 4 nhà bao gồm nhà nông, nhà nước, nhà khoa học và nhà doanh nghiệp đã được đề cập. Sự phát triển của ngành hàng rau quả được biểu hiện qua nhiều chỉ tiêu, trong đó chỉ tiêu kim ngạch xuất khẩu là một trong những chỉ tiêu quan trọng, tình hình đó được thể hiện qua Hình 1. Có thể thấy, mục tiêu của Chương trình xuất khẩu rau quả đã không đạt được vào năm 2010, phải 3 năm sau ngưỡng xuất khẩu 1 tỷ USD của ngành hàng mới đạt được.

Quan hệ liên kết trong ngành hàng rau quả có thể được phân tích và đánh giá dưới nhiều góc độ khác nhau, như liên kết để bảo đảm các yếu tố đầu vào cho các doanh nghiệp kinh doanh rau quả gồm liên kết tạo vốn, bảo đảm nguyên liệu, liên kết tiêu thụ sản phẩm rau quả; liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị bao gồm liên kết ngang, liên kết dọc; liên kết theo phạm vi có liên kết vùng...

Liên kết ngang: Mối quan hệ liên kết ngang giữa những người nông dân hình thành nên hợp tác xã (HTX) hoặc các Câu lạc bộ sản xuất theo tiêu chuẩn GAP (Good Agriculture Practice). HTX bưởi Năm Roi Mỹ Hòa đã áp dụng hình thức sản xuất theo hợp

Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam giai đoạn 2005-2013

Đơn vị: triệu USD



Nguồn: Minh Ngọc (2013)

đồng mô hình tập trung. Trong đó, HTX đóng vai trò hạt nhân, là người trực tiếp tiêu thụ trái cây theo hợp đồng với nông dân. Ngoài ra, sự thành công của HTX cũng nhờ vào vai trò hỗ trợ của Công ty Metro. Công ty Metro đã hỗ trợ cho nông dân sản xuất trái cây theo GAP. Đây là cơ hội để HTX thu mua được sản phẩm có chất lượng để bán với giá cao hơn. Tuy nhiên, hiện nay số hộ nông dân tham gia HTX và sản xuất theo GAP chưa nhiều nên HTX không đủ hàng để bán, còn nông dân thì có sản phẩm nhưng chất lượng thấp nên chỉ bán được cho thương lái với giá thấp.

Hình thức tiêu thụ trái cây theo hợp đồng ở HTX bưởi Năm Roi Mỹ Hòa xuất phát từ nhu cầu của một số hộ nông dân. Họ tham gia HTX và cùng nhau sản xuất sản phẩm theo GAP. Điều này tạo nên sản phẩm có chất lượng, bán với giá cao hơn. Tuy nhiên, hiện nay nhận thức của nông dân về HTX và về GAP chưa cao.

Liên kết dọc: Trong trường hợp liên kết sản xuất xét theo chiều dọc giữa người nông dân và doanh nghiệp, phải kể đến Công ty cổ phần Thực phẩm Xuất khẩu Đồng Giao- Ninh Bình(Doveco), một công ty xuất khẩu hàng đầu về sản phẩm dứa của Việt Nam, là một điển hình tốt trong xây dựng và phát triển mối quan hệ liên kết kinh tế nhằm gắn bó người nông dân trồng nguyên liệu với nhà máy chế biến công nghiệp thông qua hình thức hợp đồng giao đất và hợp đồng sản xuất nông nghiệp trong năm. Qua đó, Công ty cung cấp cây giống, phân bón, hóa chất xử lý cho hộ nông dân và hộ nông dân sẽ bán dứa nguyên liệu cho Công ty Đồng Giao. Nhờ giải quyết tốt mối quan hệ liên kết này, Công ty đã chủ động được 60 % nguyên liệu chế biến(Vũ Đức Hạnh và Nguyễn Mậu Dũng, 2013).

Cũng giống như Doveco, Công ty cổ phần Rau quả Tiền Giang đã triển khai mô hình liên kết này và đạt được một số thành công, nhưng về sau có mâu thuẫn lợi ích giữa hai bên, Công ty đã chuyển sự liên kết nông dân – công ty sang liên kết nông dân – thương lái – công ty. Điều này có nghĩa chuyển từ liên kết chặt chẽ không có trung gian sang liên kết lỏng lẻo và có trung gian. Hiện nay, Công ty không đóng bất cứ vai trò gì trong quá trình sản xuất của nông dân và cũng hoàn toàn không kiểm soát được việc thu mua của thương lái. Do đó, chất lượng nguyên liệu khó kiểm soát và tình trạng vi phạm hợp đồng cũng sẽ xảy ra khi giá thị trường biến động mạnh, (Tân Vũ, 2009).Hình thức tiêu thụ trái cây theo hợp đồng của Công ty cổ phần Rau quả Tiền Giang không bền vững. Công ty chưa có thị trường vững chắc và chưa đầu tư xây dựng vùng nguyên liệu. Do đó, Công ty không thể có nguồn nguyên liệu có chất lượng và ổn định.

Liên kết theo vùng: Không chỉ là các mối quan hệ liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp, thực tiễn có một mô hình liên kết diễn ra ở phạm vi một vùng lãnh thổ.Đó là mô hình liên kết sản xuất, tiêu thụ trái cây an toàn vùng Sông Tiền được gọi tắt là Liên kết GAP Sông Tiền. Năm 2005, tổ chức liên kết này thu hút hơn 80 hợp tác xã và các doanh nghiệp sản xuất trái cây, các trung tâm, viện nghiên cứu của TP Hồ Chí Minh và các tỉnh Long An, Tiền Giang, Đồng Tháp, Bến Tre, Vĩnh Long, Trà Vinh với diện tích gần 210 nghìn ha cây ăn quả (Đăng Lãm, 2008).

Liên kết GAP Sông Tiền hướng đến mục tiêu liên kết 'bốn nhà' cùng tham gia và sản xuất, kinh doanh trái cây an toàn theo tiêu chuẩn GAP, tập trung và sản xuất trái cây có thế mạnh cạnh tranh, làm trung tâm sản xuất và cung cấp giống cây ăn quả cho cả nước. Qua đó, các nhà vườn được Hiệp hội GAP Sông Tiền cung cấp những kiến thức cơ bản về sản xuất nông nghiệp theo tiêu chuẩn GAP; hướng dẫn thực hiện quy trình sản xuất an toàn; phương pháp sử dụng an toàn và hiệu quả thuốc bảo vệ thực vật trên cây ăn quả; cách thu hoạch và sơ chế, bảo quản; tìm hiểu mở rộng thị trường tiêu thụ, xúc tiến thương mại ở những thị trường tiềm năng như Trung Quốc, Hàn Quốc... và các nước châu Âu. Ngoài ra, còn phát triển xây dựng thương hiệu cho các loại trái cây ngon, phục vụ nhu cầu xuất khẩu. Mở hướng liên kết GAP Sông Tiền đã tạo cho vùng cây ăn quả Đồng bằng Sông Cửu Longmột hướng đi mới phù hợp trong quá trình hội nhập kinh tế, góp phần nâng cao thu nhập cho các nhà vườn.

Mô hình liên kết GAP đã triển khai thực nghiệm sản xuất trái cây tại 5 tổ sản xuất của 5 HTX:

- Tổ GAP thanh long của HTX Dương Xuân (Long An) có 27/55 xã viên;

- Tổ GAP thanh long HTX Chợ Gạo (Tiền Giang) có 13/22 xã viên;

- Tổ GAP bưởi da xanh HTX Mỹ Thạnh An (Bến Tre) có 22/42 xã viên;

- Tổ GAP xoài cát Hòa Lộc (Tiền Giang) có 21/70 xã viên;

- Tổ măng cụt-cam sành HTX 14/10 (Vĩnh Long)

có 42/54 xã viên.

Sau 3 năm thực hiện liên kết GAP sông Tiền, mô hình này gặp rất nhiều khó khăn. Hầu hết các HTX đều mới thành lập với số vốn rất ít. Vốn điều lệ của HTX Dương Xuân là 56 triệu đồng; HTX thanh long Chợ Gạo là 38 triệu đồng (Đăng Lãm, 2008). Các HTX tham gia sản xuất theo GAP đều không có thị trường đầu ra ổn định. Vai trò của doanh nghiệp tham gia hết sức mờ nhạt. Không có doanh nghiệp nào ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho các HTX. Ban điều hành liên kết GAP Sông Tiền chủ yếu mới tập trung vào tổ chức hội thảo, hội nghị. Điều này đã nâng cao nhận thức của nông dân trong sản xuất theo quy trình sản xuất nông nghiệp tốt. Tuy nhiên, để sản xuất theo GAP, nông dân cần phải bỏ tiền đầu tư, mua sắm thiết bị… Do đó, nông dân chưa thấy được lợi ích khi tham gia vào liên kết Sông Tiền nên số hộ tham gia rất ít.

Liên kết GAP Sông Tiền chỉ mới tập trung vào khâu sản xuất mà chưa xuất phát từ thị trường. Liên kết GAP sông Tiền chưa phát huy được vai trò hạt nhân của doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ. Mô hình này không thể phát triển được nếu các doanh nghiệp không đầu tư, đặt hàng cho các HTX sản xuất sản phẩm theo đúng yêu cầu của mình.

Xin dẫn ra một vài con số để hình dung và khái quát hóa bức tranh liên kết sản xuất trong ngành hàng rau quả: Tỷ lệ rau quả tiêu thụ qua hợp đồng rất thấp, chỉ là 0,9%, một số ngành khác có cao hơn như chè 9%, thủy sản 13%, gỗ 16,7%... trong khi đó mục tiêu năm 2005 của nông sản trên phạm vi cả nước là 30% và 50% vào năm 2010. Điều đó được lý giải ở điều kiện sản xuất của ngành hàng còn nhỏ lẻ, phân tán (Chu Khôi, 2013).

Tương tự như vậy, số lượng các đơn vị được cấp chứng nhận VietGAP còn rất khiêm tốn, mới chỉ có 5% diện tích trồng rau quả được cấp chứng chỉ Viet GAP, hoặc Global GAP. Viện Cây ăn quả miền Nam bắt đầu tư vấn sản xuất GAP từ năm 2004. Viện đã tư vấn thành công cho 10 mô hình sản xuất đạt chứng nhận GlobalGAP và 19 mô hình đạt chứng nhận VietGAP, trong đó có nhiều mô hình liên kết sản xuất và đóng gói, tiêu thụ, xuất khẩu. Đây là mô hình mang lại hiệu quả tốt nhất, cần được nhân rộng trong thời gian tới. Song đến nay, những mô hình HTX sản xuất theo GAP vẫn chỉ là mô hình, vì nó quá nhỏ, sản lượng không nhiều, khi ra thị trường, người dân không phân biệt được sản phẩm nào sạch, sản phẩm nào không, nên ít bán được giá cao, không thể cung cấp thường xuyên cho khách hàng, chưa gắn kết tốt với doanh nghiệp tiêu thụ lớn; doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm trái cây lại lệ thuộc quá nhiều vào khâu trung gian nước ngoài (Nguyễn Văn Hòa, 2014).

Về chính sách của Nhà nước đối với liên kết: Thủ tướng Chính phủ (2002) đã có quyết định nhằm khuyến khích các nhà kinh doanh ký kết hợp đồng thu mua nông sản. Theo đó, chính sách khuyến khích doanh nghiệp ký các hợp đồng tiêu thụ nông sản trực tiếp với người trồng, các hợp tác xã và các hộ nông dân, kết nối trực tiếp các nguồn cung nông sản với các nhà chế biến cũng như người tiêu dùng cuối cùng nhằm giúp cho việc sản xuất ổn định và bền vững hơn. Tuy nhiên, việc thực thi Quyết định này còn gây ra những khó khăn cho nhà xuất khẩu. Người trồng rau quả/ người sản xuất và doanh nghiệp ký các hợp đồng tiêu thụ hoặc có các dự án sản xuất/ chế biến hàng xuất khẩu sẽ được hỗ trợ đầu tư từ Quỹ Hỗ trợ Phát triển với lãi suất ưu đãi (thấp hơn mức thông thường). Doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ trực tiếp và thực hiện xuất khẩu sẽ được phép vay từ Quỹ Hỗ trợ Xuất khẩu và có thể sử dụng tài sản cố định có được từ nguồn này để thế chấp cho khoản vay.

Từ những điển hình nêu trên, thành công trong liên kết của ngành hàng rau quả đã góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm rau quả Việt Nam cả ở thị trường trong nước và thế giới được thể hiện ở kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng, đồng thời mối quan hệ liên kết cũng còn bộc lộ một số hạn chế cùng những nguyên nhân như sau:

- Các mối quan hệ liên kết trong ngành hàng rau quả chưa được tạo dựng một cách chặt chẽ. Tình trạng vi phạm hợp đồng tiêu thụ còn phổ biến. Nguyên nhân được lý giải ở các chế tài xử lý khi các bên tham gia liên kết thông qua việc ký kết hợp đồng tiêu thụ chưa đủ mạnh để răn đe;

- Các mô hình liên kết tốt còn ít và chậm được nghiên cứu, đánh giá và nhân rộng trên phạm vi vùng cũng như cả nước. .Đối với cây ăn trái, liên kết sản xuất được tổ chức dưới 3 hình thức chủ yếu:

i) Nông dân sản xuất nhỏ lẻ, thương lái thu gom về bán cho chợ đầu mối;

ii) Liên kết sản xuất theo mô hình VietGAP;

iii) Hợp tác xã liên kết với doanh nghiệp.

Tuy nhiên, các mối liên kết này đang rất khó khăn do điều kiện sản xuất nhỏ lẻ, tiêu thụ xuất khẩu

chiếm tỷ trọng nhỏ(khoảng 10%), khó tồn trữ và bảo quản;

- Hợp đồng giữa nông dân và doanh nghiệp chế biến chủ yếu vẫn được thực hiện qua một khâu trung gian là các thương lái. Theo Viện Cây ăn quả miền Nam, chỉ có 2,5% tiêu thụ qua doanh nghiệp, còn lại có tới 97% tiêu thụ qua thương lái, trung gianTừ đó dẫn đến lợi ích của người nông dân, tác nhân trực tiếp tạo ra sản phẩm, chưa được bảo đảm thỏa đáng. Người nông dân luôn thiệt thòi trong mối quan hệ liên kết 4 nhà này.

- Mối quan hê liên kết giữa các thành viên trong Hiệp hội trái cây Việt Nam (Vinafruit, nay là Hiệp hội rau qủa Việt Nam) chưa thật sự chặt chẽ. Theo Tiến sĩ Võ Mai, nguyên Chủ tịch Hiệp hội trái cây Việt Nam, khâu yếu nhất trong ngành trái cây Việt Nam là sự liên kết, ngay trong Hiệp hội trái cây Việt Nam, giữa các hội viên cũng chưa có sự liên kết chặt chẽ. Điều này sẽ gây khó khăn cho cạnh tranh, vì chúng ta không liên kết được thì khả năng cạnh tranh càng yếu đi.

3. Giải pháp tăng cường liên kết trong ngành hàng rau quả Việt Nam

Thứ nhất, xây dựng một chiến lược liên kết bền vững trong ngành hàng rau quả. Cần có một nhãn quan hệ thống khi xác định chiến lược liên kết toàn bộ ngành hàng cũng như của từng bộ phân khi tham gia vào chuỗi giá trị từ khâu sản xuất rau quả, chế biến, phân phối đến tiêu dùng sản phẩm rau quả. Ngoài ra, cần giải quyết tốt mối quan hệ với các ngành có liên quan như giao thông vận tải,hải quan, bảo hiểm Có như vậy sự phát triển của ngành hàng mới bảo đảm bền vững. Trong chuỗi giá trị rau quả cần xác định một chiến lược liên kết hợp lý với các thành viên khác trong chuỗi gồm người nông dân, người thu mua/ trung gian, nhà xuất khẩu/doanh nghiệp chế biến, các nhà cung cấp cây giống, phân bón, thuốc trừ sâu, các nhà cung cấp công nghệ, bí quyết kỹ thuật, nhà vận chuyển và các nhà nhập khẩu.

Thứ hai, tích cực tuyên truyền và vận dụng Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn thay thế cho chính sách tiêu thụ nông sản theo hợp đồng, đặc biệt là những quy định về chế tài xử phạt các bên khi vi phạm hợp đồng không rõ ràng không thể hiện được trách nhiệm, nghĩa vụ và quyền lợi khi vi phạm hợp đồng tiêu thụ nông sản rau quả. Tinh thần của chính sách mới này được thể hiện rõ là khuyến khích các đối tác khi hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn. Tuy nhiên, chính sách này giai đoạn đầu được vận dụng và tổng kết từ ngành lúa gạo. Do đó, khi vận dụng ở ngành hàng rau quả cần phải cụ thể hóa thì chính sách mới đi vào cuộc sống thành công. Bởi vì chính sách đã đúng hướng, nhưng để sản xuất kinh doanh rau quả phát triển đòi hỏi quá trình triển khai nhanh chóng và tích cực, tránh tình trạng chủ trương đúng nhưng vẫn tắc(Vũ Văn Khải, 2009).

Thứ ba, nâng cao lợi thế cạnh tranh cho mặt hàng rau quả. Ngành Nông nghiệp cũng cần quan tâm nhân rộng các mô hình sản xuất sạch theo các tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt như: VietGAP, GlobalGAP. Tổ chức tốt liên kết giữa người sản xuất và doanh nghiệp xuất khẩu, chấm dứt tình trạng sản xuất, kinh doanh theo kiểu tự phát, thiếu bền vững như hiện nay. Trong mối quan hệ liên kết 4 nhà thì liên kết giữa nông dân hoặc các tổ chức đại diên cho họ và doanh nghiệp có vai trò quyết định trong tiêu thụ sản phẩm rau quả, trong đó doanh nghiệp phải là nhạc trưởng quyết định quan hệ hợp tác liên kết này.

Thứ tư, tiếp tục và tăng cường vai trò của Hiệp hội rau quả Việt Nam(Vinafruits) như đúng tôn chỉ của nó là liên kết và thúc đẩy các doanh nghiệp rau quả xây dựng và phát triển ngành rau quả Việt Nam, đặc biệt trái cây nhiệt đới, nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng tăng của thị trường trong và ngoài nước, đồng thời góp phần đưa ngành trái cây Việt Nam hội nhập thị trường nông sản thế giới.

4. Kết luận

Liên kết nói chung và trong ngành hàng rau quả nói riêng không phải vì mục tiêu tự thân. Liên kết để phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao lợi thế cạnh tranh, nâng cao giá trị cho sản phẩm rau quả Việt Nam cả ở thị trường trong nước và thế giới. Mối quan hệ liên kết có nhiều hình thức để lựa chọn, tuy nhiên dù hình thức cũng phải gắn với chuỗi giá trị của ngành hàng rau quả. Liên kết để tiêu thụ rau quả thông qua hợp đồng là một trong những hình thức sản xuất, chế biến và tiêu thụ tiên tiến trong sản xuất nông nghiệp hàng hóa. Nhận thức rõ được tầm quan trọng của vấn đề này, Chính phủ đã có những chủ trương và chính sách đúng đắn và ngày càng hoàn thiện. Hy vọng rằng với những chủ trương đúng đắn đó cùng với sự chủ động sáng tạo của 3 nhà sẽ đưa liên kết trong ngành hàng rau quả phát triển ở một tầm cao mới.❐

Tài liệu tham khảo

Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thông (2012), *Hiện trạng và các giải pháp phát triển trong chế biến các sản phẩm từ rau quả*, trang 13-14

Thủ tướng Chính phủ (2002), *Quyết định số 80/2002-QĐ/TTg về Chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản qua hợp đồng*, ban hành ngày 24 tháng 6 năm 2002

Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định 62/2013-QĐ/TTg về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn*, ban hành ngày 25 tháng 10 năm 2013

Chu khôi (2013), *Lận đận mối liên kết nông dân và doanh nghiệp*, truy cập ngày 20 tháng 7 năm 2014, từ <http://wwwkinhtenongthon.com.vn/story/VandeSukien/2013/7/42445.html>

Đăng Lãm (2008), *Mô hình liên kết sản xuất, tiêu thụ trái cây vùng Sông Tiền- Liên kết GAP Sông Tiền,* truy cập ngày 10 tháng 7 năm 2014, từ <www.nhandan.com.vn/mobile/_mobile_kinhte/_.../14166902.html>

Minh Ngọc (2013), Xuất khẩu rau quả hướng mốc kim ngạch 1 tỷ USD, truy cập ngày 21 tháng 7 năm 2014, từ <Baodientu.chinhphu.vn/kinhte.xuatkhaurauhuongmockimngach1tyUSD/172760>

Nguyễn Thị Tuyết Mai và Mai Thế Cường (2006), *Chiến lược xuất khẩu rau qủa Việt Nam*, *Dự án VIE 61/94, trang 20-21*

Nguyễn Văn Hòa (2014), *Liên kết vùng sản xuất trái cây bền vững,* truy cập ngày 10 tháng 7 năm 2014, từ <nongnghiep.vn/vi-vn/25/119390/khuyennong.html>

Tân Vũ (2009), *Tiền Giang tạo vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến*, truy cập ngày 20 tháng 7 năm 2014, từ <www.baomoi.com. VungnguyenlieuchocongnghiepchebienoTienGiangvanchuathechudong/45/3041198.epi>

Vũ Đức Hạnh và Nguyễn Mậu Dũng (2013),*Thực trạng liên kết trong sản xuất dứa*, Tạp chí Khoa học và phát triển, Tập 11, Số 8, trang 1205-2213

Vũ văn Khải (2009), *Liên kết 4 nhà, chủ trương đúng vẫn tắc*, truy cập ngày 10 tháng 7 năm 2014, từ www.thesaigontimes.vn/home/diendan/ykien/19953/

Linkages in the vegetable and fruit industry in Vietnam: The current status and solutions

Abstract:

This paper summarizes a several typical linkage models in the vegetable and fruit industry of Vietnam at present. The successful linkages have contributed to the increase in consumption of vegetable and fruit products, improving the competitive advantages of the industry. However, the current linkages in this industry have revealed shortcomings such as loose links, unclear and undisciplined regulations on contract violation, and inconsistent incentive and supporting policies. In order to develop the vegetable and fruit industry sustainably, the linkages need to be improved by clearly defining responsibilities and rights of each agent including farmers, entrepreneurs, state and scientists. The role of entrepreneurs is considered as the leverage for the development of the vegetable and fruit industry.

Thông tin tác giả:

**** Trương Đức Lực,*** *tiến sĩ*

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, trường đại học Kinh tế quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Quản trị kinh doanh

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ email: ducluc_54@yahoo.com.vn