

LIÊN KẾT CỦA HỘ NÔNG DÂN HÀ NỘI VỚI DOANH NGHIỆP TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

Đàm Quang Thắng¹, Phạm Thị Mỹ Dung²

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp thúc đẩy liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp. Thông tin được điều tra từ 250 hộ và 30 doanh nghiệp. Với phương pháp thống kê mô tả, so sánh nghiên cứu đã cho thấy: Liên kết của hộ với doanh nghiệp yếu kém, nhất là tiêu thụ (4,5-10% số hộ và 0,02-1,62% số sản phẩm sản xuất ra). Liên kết trong chăn nuôi phổ biến hơn trồng trọt. Yếu kém nhất là liên kết thực, có ba nhóm yếu tố ảnh hưởng tới liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp là nhóm yếu tố thuộc về chính sách, nhóm yếu tố thuộc về doanh nghiệp và nhóm yếu tố thuộc về hộ nông dân. Một số giải pháp thúc đẩy liên kết giữa hộ nông dân với các doanh nghiệp như: Hoàn thiện quản lý liên kết của thành phố; thúc đẩy hộ tham gia vào các chương trình hỗ trợ; nâng cao vai trò và khả năng của doanh nghiệp; phát triển kinh tế trang trại; thúc đẩy hộ nông dân phát triển chăn nuôi; tăng năng lực kinh doanh cho hộ.

Từ khóa: Kinh doanh nông nghiệp, liên kết, hộ nông dân, doanh nghiệp, Hà Nội.

1. BÁT VẠN ĐỀ

Kinh doanh nông nghiệp (KDNN) của Hà Nội được thực hiện bởi 261694 hộ nông dân, 932 hợp tác xã nông nghiệp, 1427 doanh nghiệp và 15584 cơ sở nhỏ lẻ (Ban chỉ đạo..., 2016; Sở NN và PTNT Hà Nội, 2017 và 2018b) thực hiện gắn với chuẩn bị, sản xuất và bán sản phẩm. Mạng lưới KDNN đã cung cấp nhiều nông sản thực phẩm cho tiêu dùng trên địa bàn, đặc biệt về rau, thịt, trứng đã đáp ứng được tới 60-65% nhu cầu (Sở NN và PTNT Hà Nội, 2018b). Với các chính sách của thành phố nên KDNN ngày càng phát triển, tuy vậy vẫn còn một số hạn chế đặc biệt là liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp nên chủ yếu hộ nông dân tự KDNN. Cho đến nay đã có một số cơ quan nhà nước có đánh giá về liên kết nói chung, chưa có đánh giá cụ thể cho KDNN theo đúng nghĩa của nó. Hơn nữa các đánh giá liên kết thường dựa trên báo cáo của cơ quan quản lý nên không đầy đủ. Nghiên cứu này nhằm mục đích: Phân tích thực trạng liên kết của hộ nông dân Hà Nội với doanh nghiệp trong KDNN và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy liên kết của hộ với doanh nghiệp trong thời gian tới.

KDNN bao gồm nhiều việc khác nhau gắn với chuẩn bị, sản xuất và bán các sản phẩm nông nghiệp (Agribusiness, 2019) nên liên kết trong KDNN của

hộ với doanh nghiệp chính là sự hợp tác trong các công việc từ chuẩn bị, sản xuất và bán sản phẩm nông nghiệp nhằm đem lại lợi ích cho cả hai bên. Sản phẩm nông nghiệp của Hà Nội khá đa dạng nhưng nghiên cứu tập trung vào 4 loại chủ yếu nhất là cây ăn quả, rau, lợn, gà.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu được tiến hành trong năm 2018 tại 5 xã là Nam Phương Tiến, Tiên Phương (huyện Chương Mỹ), Thanh Xuân (huyện Sóc Sơn), Đồng Tháp (huyện Đan Phượng), Thọ Lộc (huyện Phúc Thọ). Đây là các xã nằm trong các vùng có kinh doanh cây ăn quả, rau, lợn và gà. Tại mỗi xã chọn 50 hộ để điều tra bằng bảng hỏi. Tiêu chí chọn hộ gồm: thuộc danh sách hộ nông lâm nghiệp thủy sản; hộ kinh doanh chính một trong 4 loại cây ăn quả, rau, lợn và gà; hộ chăn nuôi chọn loại nằm trong khu tập trung, hộ trồng trọt chọn loại có diện tích cây ăn quả và rau lớn hơn trung bình. Từ danh sách các hộ theo tiêu chí đã chọn ngẫu nhiên số hộ điều tra. Trong 250 hộ có 95 hộ cây ăn quả, 67 hộ rau, 37 hộ lợn và 29 hộ gà. Về doanh nghiệp: Trên cơ sở giới thiệu của xã, HTX và hộ để chọn ngẫu nhiên 30 doanh nghiệp để điều tra, trong đó 8 doanh nghiệp thương mại, 2 sản xuất và 20 tổng hợp. Số liệu điều tra được nhập và xử lý qua phần mềm Excel.

Phương pháp phân tích: Phương pháp thống kê mô tả và so sánh được dùng phổ biến nhất để tổng hợp, tính toán, phân tích và so sánh các chỉ tiêu từ đó thấy thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng tới liên kết.

¹ Công ty Agricare

² Viện Khoa học Phát triển nông thôn

Email: damquangthangfbas@gmail.com

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Thực trạng liên kết của hộ nông dân Hà Nội với doanh nghiệp trong kinh doanh nông nghiệp

3.1.1. Tham gia liên kết của hộ với doanh nghiệp

Trong kinh doanh nông nghiệp (KDNN) có nhiều hoạt động khác nhau, nhưng dựa vào đặc điểm liên kết của nông dân Hà Nội nên trong nghiên cứu chỉ chọn một số hoạt động để đánh giá. Cụ thể trong khâu chuẩn bị sản xuất, chọn liên kết trong cung ứng đầu vào vật chất và vốn; trong sản xuất chọn liên kết trong hướng dẫn kỹ thuật, bảo vệ cây trồng vật nuôi, tưới tiêu, sơ chế bảo quản; trong tiêu thụ chọn liên kết trong kiểm soát an toàn, thương hiệu, marketing và mua bán sản phẩm. Tham gia liên kết của hộ với doanh nghiệp trong từng giai đoạn cao nhất là cung ứng sau đó là sản xuất, tiêu thụ với tỷ lệ 32-19-12% số hộ. Số tham gia liên kết trong cả quá trình kinh doanh chỉ chiếm 6,4% (điều tra hồ năm 2018). Các doanh nghiệp liên kết với hộ trong từng giai đoạn với các hình thức khác nhau với tỷ lệ tăng dần từ cung ứng đến sản xuất và tiêu thụ

Bảng 1. Tham gia liên kết của hộ với doanh nghiệp theo loại sản phẩm

TT	Loại sản phẩm	Tổng số hộ	Tỷ lệ liên kết (%)
1	Trong cung ứng đầu vào		
	Quả	95	34,7
	Rau	67	5,9
	Lợn	37	59,5
	Gà	29	65,8
2	Trong sản xuất		
	Quả	95	10,5
	Rau	67	29,9
	Lợn	37	45,9
	Gà	29	79,3
3	Trong tiêu thụ		
	Quả	95	9,5
	Rau	67	4,5
	Lợn	37	5,4
	Gà	29	10,3

Nguồn: Điều tra hồ năm 2018

Trong cung ứng đầu vào và sản xuất tỷ lệ tham gia liên kết của hộ chăn nuôi cao hơn các hộ trồng trọt. Rau là lĩnh vực liên kết yếu kém nhất với 5,4% liên kết trong cung ứng và 4,5% liên kết trong tiêu thụ. Với cả 4 loại kinh doanh thì liên kết tiêu thụ vẫn là lỏng lẻo và kém bền vững nhất.

Liên kết kém bền vững chủ yếu do: Các hộ trợ liên kết thường dựa vào HTX nhất là với trồng trọt; vật tư trồng trọt nhất là cho cây ngắn ngày thường được bán tự do trên thị trường; một số hoạt động kinh doanh cần nhiều kinh nghiệm như cây ăn quả, hoa cây cảnh nên doanh nghiệp không đủ khả năng; nông dân Hà Nội có trình độ KDNN cao hơn so với một số khu vực khác trên toàn quốc nên trong một số trường hợp các hộ chỉ liên kết với các doanh nghiệp cung ứng các đầu vào và kỹ thuật cao như bao quả, xử lý nano, tưới tiết kiệm, chuồng kín; hầu hết các doanh nghiệp không muốn liên kết với nông dân Hà Nội vì họ cho rằng làm việc với nông dân và cán bộ Hà Nội khô khan hơn rất nhiều so với các nơi khác.

3.1.2. Hình thức, cơ chế, kết quả và hạn chế trong liên kết hộ nông dân với doanh nghiệp

(a) Hình thức liên kết

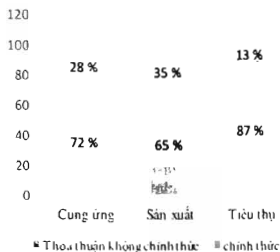
Tự liên kết: Hộ hoặc doanh nghiệp tự tìm đến nhau khi có nhu cầu, họ có nhu cầu hợp tác trong kinh doanh và tự tìm đến nhau. Đây là dạng tự nguyện, phổ biến nhưng không được đánh giá cao.

Liên kết theo yêu cầu: Các cơ quan nhận chương trình, để án từ ngân sách yêu cầu hộ phải liên kết với doanh nghiệp. Dạng này không phổ biến vì chỉ thực hiện với một số hộ mô hình, không bền vững.

Liên kết dạng sản giao dịch nông sản: Một số ít doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh Sản giao dịch nông sản nhưng không thành công. Năm 2011 thành phố đã lập Sản giao dịch rau quả & Thực phẩm an toàn Hà Nội nhưng quy mô rất nhỏ bé. Năm 2018 Hà Nội ra mắt Hệ thống thông tin truy xuất nguồn gốc kết nối cung cầu và được coi là sản giao dịch nông sản nhưng chưa có hướng cho nông dân tham gia.

Liên kết dạng gia công: Hộ nhân chăn nuôi gia công cho doanh nghiệp. Hộ dùng lao động và cơ sở vật chất của gia đình để sản xuất, các khâu con lai do doanh nghiệp. Dạng liên kết này tương đối bền vững nhưng cũng không phổ biến vì hiện chỉ có một số ít hộ ở Chương Mỹ và thị xã Sơn Tây tham gia.

(b) Cơ chế liên kết



Hình 1. Cơ chế liên kết của hộ với DN

Nguồn: Điều tra hộ năm 2018

Cơ chế liên kết bao gồm cơ chế không chính thức (thỏa thuận miệng, gọi điện, nhắn tin, soạn viết tay...) và chính thức (Biên bản ghi nhớ, hợp đồng nguyên tắc, hợp đồng kinh tế). Với Ha Nội chủ yếu là liên kết không chính thức. Liên kết chính thức ít và thường chỉ là biên bản ghi nhớ. Loại này thường được thỏa thuận và ký trong hội thảo, diễn đàn do các cơ quan của thành phố tổ chức. Việc ký kết này rất dễ dàng vì không gắn với xử lý vi phạm như hợp đồng kinh tế.

Các doanh nghiệp cũng xác nhận là chỉ có 35,4% liên kết chính thức và chủ yếu là hợp đồng nguyên tắc, biên bản ghi nhớ (điều tra doanh nghiệp, 2018).

Như vậy liên kết không chính thức, liên kết từng phần là chủ yếu nên thường lỏng lẻo, không bền vững và không đủ độ tin cậy.

(c) Kết quả liên kết

Bảng 2. Lợi ích của hộ trong liên kết với doanh nghiệp

Chỉ tiêu	ĐVT	Có liên kết	So không liên kết (±)	Giải thích lý do tăng giảm
1. Bưởi				
Năng suất	Quả/ha	71550	2475	DN hỗ trợ kỹ thuật bón phân, thu hoạch, bao quả nên giảm số quả rụng
Giá bán	1000 đ/quả	20,1	0,7	Theo giá thị trường nhưng tỷ lệ quả loại tốt thỏa thuận phân loại sản phẩm hợp lý làm tăng sản phẩm loại tốt lên
Doanh thu	Trđ/ha	1438,16	97,24	-
CPBD (Vật tư)	Trđ/ha	576,45	-18,90	Một số được mua vật tư rẻ hơn khoảng 2-6%, một số được hỗ trợ tiền chờ vật tư
Lãi thô	Trđ/ha	861,71	116,14	-
2. Lợn thịt				
Năng suất	Kg/con	94	2	DN cung cấp giống tốt và phòng trừ nên tăng trọng nhanh hơn
Giá bán	1000 đ/kg	31,5	2,6	Theo thỏa thuận hai bên
Doanh thu	Trđ/con	2,96	0,3	-
CPBD (Vật tư)	Trđ/con	1,12	0,1	Giống và thuốc phòng trừ tốt hơn nên tăng chi phí hoặc tăng giá do ứng trước thuốc ăn gia súc
Lãi thô	Trđ/con	1,84	0,2	-

Nguồn: Điều tra hộ và thảo luận PRA năm 2018

Hiện tại Ha Nội đã hình thành được một số chuỗi liên kết sản xuất-tiêu thụ nông sản an toàn. Số chuỗi ngày càng tăng lên và tăng nhanh năm 2017 có

63 chuỗi, năm 2018 có 80 chuỗi, một số chuỗi đã bền vững như chuỗi của Công ty Haidco, Minh Dương, IDP, Tiên Viên, Tâm Đức, 3F, Bigtree (Sở NN và

PTNT Hà Nội, 2018a). Đây là thành công lớn của Hà Nội cần tiếp tục khuyến khích phát triển.

Liên kết đưa lại lợi ích cho hộ nông dân nhất là khi ký được hợp đồng. Theo các hộ nông dân khi liên kết hộ thường mua được vật tư rẻ hơn, giá bán sản phẩm tương tự hoặc cao hơn một ít so với thị trường, doanh nghiệp cũng chuyển giao cho hộ một số kỹ thuật mới giúp bảo vệ cây trồng vật nuôi, giảm được chi phí chuyên chở sản phẩm đi tiêu thụ. Một số thông tin cụ thể ở bảng 2 minh chứng cho ý kiến của nông dân.

Với sản xuất bưởi, khi tham gia liên kết các doanh nghiệp thường hỗ trợ cho hộ một số kỹ thuật mới như tạo tán, lựa chọn hoa, sử dụng bao quả và tăng phân vi sinh nên số quả giữ lại được cho đến khi thu hoạch cao hơn. Giá bán được định theo loại như thị trường nhưng do quá của hộ liên kết đều hơn nên giá bình quân cao hơn. Chi phí vật chất của hộ có liên kết thấp hơn là do hộ được doanh nghiệp giảm giá phân lân, tiền bao quả và vận chuyển.

Với chăn nuôi lợn thịt, hộ có liên kết lợi thế hơn về khối lượng xuất chuồng và giá vì mua được giống đằm bả hơn, được chăm sóc thú y và hỗ trợ kỹ thuật hơn. Chi phí của hộ liên kết cao hơn vì một mặt các hộ thiếu vốn, doanh nghiệp thường ỉm thức ăn, vật tư và cả những dịch vụ thú y. Các hộ liên kết thường có quy mô đàn lớn nên thường mua thức ăn gia súc từ doanh nghiệp với chất lượng tốt hơn, giá cao hơn. Các hộ không liên kết thường mua thức ăn gia súc ở chợ hoặc cửa hàng bán lẻ không rõ nguồn gốc nhưng giá thấp hơn. Tuy vậy khi tính toán đầy đủ năng suất, doanh thu, chi phí thì hộ chăn nuôi có liên kết vẫn có lãi cao hơn.

Hầu hết các doanh nghiệp đều cho rằng khi liên kết với hộ họ thường mua với giá cao hơn thị trường và cung ứng đầu vào cho hộ thấp hơn thị trường nhưng đổi lại họ có khu vực mua sản phẩm nông nghiệp ổn định hơn (86,6% ý kiến), biết rõ nguồn gốc hàng (73,3% ý kiến), tạo được niềm tin của khách hàng khi bán nông sản (66,6% ý kiến), người tiêu dùng nông sản chấp nhận giá cao hơn (86,3% ý kiến) nên bù đắp được phần thiệt trong hỗ trợ nông dân (điều tra doanh nghiệp năm 2018). Như vậy tuy liên kết không mang lại lợi ích kinh tế trực tiếp cho doanh nghiệp nhưng các lợi ích khác lại rất quan trọng trong kinh doanh.

(d) Hạn chế trong liên kết

Chủ yếu các hộ liên kết trong tình hoạt động, từng giai đoạn kinh doanh còn liên kết theo chuỗi sản xuất-tiêu thụ và liên kết toàn bộ quá trình kinh doanh còn thấp; trong liên kết chủ yếu theo cơ chế không chính thức, cơ chế chính thức chiếm tỷ lệ nhỏ. Sản phẩm doanh nghiệp tiêu thụ theo hợp đồng quá ít so với số lượng nông dân sản xuất ra. Tổng số sản phẩm doanh nghiệp tiêu thụ từ liên kết của trồng trọt là 15120 tấn, của chăn nuôi là 238 tấn chiếm 1,34% và 18,27% số sản xuất (Số NN và PTNT Hà Nội, 2017 và 2018). Trung tâm Phát triển Chăn nuôi Hà Nội, 2018). Theo thông tin các hộ nông dân cung cấp thì số sản phẩm doanh nghiệp mua của nông dân là quá ít so số họ sản xuất ra- 0,07% quả; 1,62% rau; 1,47% lợn; 0,02% trứng (điều tra hộ năm 2018). Dạng liên kết phổ biến nhất là tự liên kết do sự năng động sáng tạo của nông dân chưa được quan tâm hỗ trợ để nhân rộng, phát triển thành các chuỗi. Thành phố Hà Nội đã có nhiều Chương trình để án hỗ trợ nông nghiệp với mức đầu tư lớn nhằm xây dựng các chuỗi liên kết nhưng số lượng các chuỗi còn ít, hình thức, tuyên truyền, khó ràng buộc, không kiểm soát được toàn bộ nguồn hàng doanh nghiệp bán ra; các chuỗi liên kết trong các chương trình, để án liên quan đến nhiều tác nhân như hộ, doanh nghiệp, HTX, hội đoàn thể, cơ quan thực hiện để án... nhưng trong đó số chuỗi liên kết trực tiếp giữa hộ nông dân và doanh nghiệp rất ít và phần lớn với hộ chăn nuôi. Năm 2017 có 63 chuỗi trong đó chuỗi hộ nông dân-doanh nghiệp chỉ có 14 chiếm 22,2%, trong đó toàn bộ là chăn nuôi; năm 2018 có 32 chuỗi hộ nông dân-doanh nghiệp 26,4% số chuỗi. Tham gia chuỗi chủ yếu là nông dân địa phương khác con nông dân Hà Nội tham gia rất ít và lượng sản phẩm tiêu thụ qua chuỗi lại quá nhỏ (0,1-0,2-0,3 tấn thịt/ngày) hoặc không rõ số lượng (Số NN và PTNT Hà Nội, 2018a).

3.2. Một số yếu tố ảnh hưởng tới tham gia liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp ở Hà Nội

Các yếu tố ảnh hưởng tới thúc đẩy hộ nông dân tham gia liên kết với doanh nghiệp được phân chia thành 3 nhóm. Đó là:

Thứ nhất, chính sách của thành phố: Chính sách của thành phố thể hiện rõ nhất là quản lý liên kết và chương trình hỗ trợ của thành phố. Thành phố yêu cầu các chương trình, đề án phải có liên kết nên số chuỗi liên kết tăng rất nhanh, năm 2014 có 5 chuỗi, năm 2017 có 63 và năm 2018 có 121 (Số NN và PTNT Hà Nội, 2018a) nhưng do việc phân công thiếu hành

không ổn định, phân tán, thiếu thông tin, thiếu giám sát dẫn đến chủ quan trong theo dõi, đánh giá, chỉ đạo và bị động. Thay đổi việc phân công tổ chức liên kết cho các cơ quan cũng ảnh hưởng tới liên kết. Trước năm 2015 Sở NN&PTNT tổ chức liên kết nên số chuỗi liên kết ít nhưng chủ yếu là nông dân Hà Nội được hưởng lợi. Từ năm 2015 liên kết tiêu thụ do Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại, Du lịch thành phố Hà Nội còn Sở Nông nghiệp và PTNT tổ chức liên kết trong sản xuất nên tăng nhanh số chuỗi nhưng nông dân Hà Nội chỉ được hưởng lợi từ liên kết cung ứng và sản xuất còn lợi ích từ liên kết tiêu thụ chủ yếu là nông dân địa phương khác.

Thứ hai, đặc điểm, quy mô và cam kết của doanh nghiệp: Đặc điểm, quy mô và cam kết của doanh nghiệp có ảnh hưởng tới liên kết. Doanh nghiệp thương mại và tổng hợp liên kết trong cả 3 giai đoạn nhưng chỉ có 20-25% tham gia. Doanh nghiệp sản xuất chỉ liên kết trong mua sản phẩm của hộ để tăng số bán ra. Doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ chủ yếu liên kết trong bán vật tư và mua sản phẩm của hộ vì loại này thường mua số lượng sản phẩm ít và không cần chất lượng cao. Doanh nghiệp vừa chủ yếu liên kết trong bán đầu vào và sản xuất ít liên kết trong tiêu thụ vì số lượng sản phẩm của hộ ít, chất lượng không đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. Tuy có ảnh hưởng thúc đẩy liên kết nhưng tỷ lệ tham gia của doanh nghiệp còn thấp với 20% trong cung ứng, 26% trong sản xuất và tiêu thụ (điều tra doanh nghiệp năm 2018). Một số trường hợp do cách thức thỏa thuận của doanh nghiệp nên đã ảnh hưởng tiêu cực tới sự tham gia của nông dân.

Thứ ba, đặc điểm và khả năng của hộ nông dân: Hộ nông dân là chủ thể trong tham gia liên kết với doanh nghiệp nên bản thân hộ ảnh hưởng rất lớn tới liên kết. Hình thức tổ chức kinh doanh, hướng kinh doanh, điều kiện kinh tế, đặc điểm kinh doanh của các hộ là khác nhau và đưa đến quyết định liên kết cũng khác nhau.

3.3. Một số đề xuất thúc đẩy liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp trong KDNN

3.3.1. Hoàn thiện việc quản lý liên kết trong kinh doanh nông nghiệp của thành phố Hà Nội

Như phân trên đã chỉ ra thì chính sách của thành phố có ảnh hưởng lớn tới thúc đẩy liên kết trong do quản lý liên kết là một yếu tố vì nó rất quan trọng. Để có tác động tích cực hoàn thiện quản lý

liên kết của thành phố nên hướng vào ba khía cạnh là ổn định phân công điều hành, cập nhật thông tin và giám sát. Về công tác điều hành liên kết trong KDNN thành phố nên tập trung vào một cơ quan không nên phân tán ở nhiều cơ quan. Qua kết quả phân tích cho thấy Sở NN và PTNT là đơn vị thích hợp nhất vì Sở này là cơ quan tham mưu cho thành phố tất cả các vấn đề về nông nghiệp-nông dân-nông thôn. Sở có liên hệ trực tiếp về các vấn đề chuyên ngành với Bộ NN và PTNT và tạo lợi ích nhiều hơn cho nông dân Hà Nội trong liên kết. Sở NN và PTNT có thể chọn Chi cục PTNT hoặc Trung tâm PTNN chỉ đạo theo dõi trực tiếp với vai trò thúc đẩy và trung gian giải quyết các vi phạm của hộ và doanh nghiệp thông qua tổ chức hội thảo, hỏi nghị, thảo gỡ khó khăn, giám sát và giải quyết các tranh chấp giữa các bên. Để có thông tin đầy đủ, thực tế thì thành phố cần điều tra khảo sát để có cơ sở dữ liệu về liên kết làm chỗ dựa cho các báo cáo đánh giá từ đó tránh việc báo cáo đánh giá chủ quan, thành tích thiếu thông tin minh chứng. Đặc biệt đang từ liên kết là phổ biến nhất nhưng không được chú ý vì vậy cần có thông tin và tổng kết đầy đủ hơn để thấy được sự năng động của nông dân và doanh nghiệp trong đa dạng liên kết. Công tác giám sát cần được tăng cường và cải thiện để thấy rõ thực chất thành tích do cơ quan chuyên môn báo cáo lên.

3.3.2. Thúc đẩy hộ tham gia nhiều hơn trong các chương trình hỗ trợ của thành phố

Hiện nay các chương trình hỗ trợ KDNN của Hà Nội thường thiết kế liên kết hộ qua HTX. Việc này là đúng nhưng chưa đủ vì có những chương trình, những vùng hàng hóa HTX không có khả năng như hộ nông dân. Các chương trình nên điều chỉnh như: Tùy chương trình mà chọn mô hình liên kết phù hợp. Chương trình cây ngắn ngày chủ yếu liên kết HTX - doanh nghiệp. Chương trình cây ăn quả, chăn nuôi, hoa, chè chủ yếu liên kết hộ - doanh nghiệp; khi thiết kế mô hình liên kết cần cho nông dân tiếp xúc trực tiếp với doanh nghiệp để thảo luận mọi vấn đề và ký kết với nhau, tránh việc làm thay của chương trình; thử nghiệm liên kết giữa các hộ nhỏ với doanh nghiệp thông qua một hộ chủ lực với điều kiện hộ này có khả năng tổ chức nông dân để thực hiện cam kết với doanh nghiệp. Việc này tránh cho hộ phải thông qua các HTX kém năng lực; các chương trình cần có tiêu chuẩn lựa chọn hộ và doanh nghiệp, cả hai bên phải cam kết tham gia một

số chu kỳ kinh doanh để tránh liên kết hôn hợt, bị đông, hình thức. Sau mỗi kỳ kinh doanh cần đánh giá để có quyết định cho kỳ sau; mỗi chương trình cần xây dựng thành công một vài mô hình liên kết theo chuỗi, lặp lại nhiều kỳ kinh doanh trước khi tuyên truyền và nhân rộng. Lấy hợp đồng kinh tế để đánh giá thành công trong liên kết của chương trình thay cho lấy biên bản thỏa thuận để tuyên truyền như hiện nay.

3.3.3. Nâng cao vai trò và khả năng của doanh nghiệp trong liên kết với hộ nông dân

Doanh nghiệp có vai trò thúc đẩy, hướng dẫn nông dân tham gia liên kết nhưng do đặc điểm tổ chức và khả năng khác nhau mà vai trò sẽ không đồng nhất. Để nâng cao vai trò và khả năng của doanh nghiệp trong liên kết thì cả thành phố và doanh nghiệp đều cần có những hoạt động cụ thể. Thành phố nên hướng vào các biện pháp như: Xác định rõ vai trò của các loại doanh nghiệp nhưng chủ yếu tập trung vào doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa; khảo sát khả năng, mong muốn, những khó khăn và y định liên kết của doanh nghiệp từ đó thành phố sẽ chọn được những doanh nghiệp phù hợp để hỗ trợ và xây dựng mô hình liên kết; tạo cơ hội để doanh nghiệp tiếp xúc nhiều hơn với nông dân Hà Nội bằng cách tổ chức các hội nghị, diễn đàn có nhiều nông dân và doanh nghiệp tham gia, tránh tình trạng chủ chủ ý doanh nghiệp như hiện nay mà bỏ quên nông dân; nâng cao hiểu biết của doanh nghiệp và nông dân về liên kết nói chung, liên kết trong KDNN, liên kết theo Nghị định 98 và các nghị quyết của thành phố. Tuyên truyền, giải thích để xóa các mặc cảm của doanh nghiệp với cán bộ và nông dân Hà Nội. Về phía mình thì các doanh nghiệp cần: Thỏa thuận cụ thể với nông dân trong từng giai đoạn kinh doanh, chịu sự giám sát của hộ trong thực hiện liên kết, khi gặp khó khăn, rủi ro thì bàn bạc với nông dân, cung cấp thông tin cho nông dân; linh hoạt liên kết trực tiếp và gián tiếp với nông dân; nâng cao khả năng liên kết toàn diện với nông dân cả trong cung ứng đầu vào, hỗ trợ sản xuất và mua sản phẩm; phát triển kinh doanh tổng hợp để có thể thêm kinh nghiệm sản xuất nông nghiệp và chủ động nguồn hàng khi nông dân không đáp ứng được yêu cầu; các doanh nghiệp giết mổ nên thử nghiệm đang liên kết gia công với một số ít hộ vì thực tế ở Hà Nội các cơ sở này thường kết hợp giết mổ để bán và giết mổ thuê: khai thác mọi khả năng để có vốn lưu động hoặc vật tư ứng

trước cho hộ để thu mua được sản phẩm nhất là lợn cây ăn quả.

3.3.4. Phát triển kinh tế trang trại nhằm tăng số lượng trang trại

Trong hai hình thức tổ chức kinh doanh của hộ nông dân thì hình thức tổ chức kinh doanh trang trại có ảnh hưởng tích cực hơn trong thúc đẩy tham gia liên kết với doanh nghiệp. KDNN của hộ nông dân Hà Nội cũng được tổ chức theo 2 hình thức là hộ và trang trại nhưng hình thức hộ là chủ yếu. Hình thức tổ chức trang trại thúc đẩy hộ nông dân liên kết với doanh nghiệp mạnh mẽ hơn. Hình thức trang trại tăng lên sẽ thúc đẩy liên kết trực tiếp của hộ với doanh nghiệp. Hà Nội có gần 3200 trang trại, trong đó số được cấp chứng nhận theo Thông tư 27/2011/TT-BNNPTNT chỉ có 1637 (chiếm 0,6% tổng số hộ nông dân) là quá ít. Với Hà Nội có thể tăng trang trại bằng một số cách như: Vận động các hộ nông dân bán hoặc cho thuê đất lâu dài, đổi đất, góp đất cho trang trại chủ lực; tăng chất lượng kinh doanh để tăng quy mô kinh doanh (thông qua doanh thu và vốn lớn đạt tiêu chí kinh tế trang trại).

3.3.5. Thúc đẩy các hộ nông dân phát triển kinh doanh chăn nuôi

Hộ nông dân Hà Nội hướng kinh doanh đa dạng nhưng có thể chia ra hai hướng chính là chăn nuôi và trồng trọt. Các hộ kinh doanh chăn nuôi tham gia liên kết với doanh nghiệp nhiều hơn nên cần thúc đẩy tăng nhanh bằng một số cách như phát triển mạnh chăn nuôi trong các vùng quy hoạch chăn nuôi hàng hóa, phát triển đa dạng cả chăn nuôi trang trại và chăn nuôi quy mô nhỏ của hộ, thúc đẩy chăn nuôi ứng dụng CNC, mở rộng các khu chăn nuôi tập trung... Hướng kinh doanh trồng trọt khó liên kết trực tiếp với doanh nghiệp nhưng trong đó kinh doanh các cây dài ngày như cây ăn quả, chè cũng có khả năng liên kết bằng cách: chuyển diện tích đất lúa và vườn tạp kém hiệu quả sang cây ăn quả hoặc VAC, khuyến khích các hộ thuê hoặc liên kết với các hộ có nhiều đất, nhiều vườn tạp để phát triển cây ăn quả....

3.3.6. Tăng năng lực kinh doanh cho hộ nông dân nhằm thúc đẩy liên kết

Năng lực KDNN của hộ nông dân thể hiện qua nhiều khía cạnh, trong đó tài sản và người điều hành kinh doanh đóng vai trò rất lớn. Muốn tăng tài sản kinh doanh một mặt hướng dẫn để hộ đầu tư làm tăng số và chất lượng vườn cây, máy móc, chuồng

trai... Mặt khác thành phố hỗ trợ để hỗ trợ tiếp cận vốn vay ngân hàng và vốn dự án theo Nghị định 98.

Bồi dưỡng người điều hành kinh doanh lâu dài của hộ. Người đó không nhất thiết phải là chủ hộ mà là người có trình độ, am hiểu KDNN, say mê với nghề nông và có quan hệ xã hội tốt. Bồi dưỡng người điều hành qua trường lớp, truyền nghề, tham quan học hỏi. Đào tạo bồi dưỡng nên tập trung vào KDNN đô thị với các loại rau cây ăn quả, rau, hoa, chè, chăn nuôi gia trị cao, an toàn, hữu cơ.

Khi năng lực kinh doanh tăng lên hộ nông dân sẽ quyết định tham gia liên kết với doanh nghiệp hoặc đa dạng, linh hoạt hơn vì KDNN của Hà Nội là theo nhu cầu sản phẩm tươi sống thường xuyên, tại chỗ. Thúc đẩy hồ liên kết với doanh nghiệp nhưng cũng khuyến khích liên kết với cá HTX, thương lái, các cơ sở nhỏ lẻ, tiêu dùng tập thể, cá nhân, tổ chức nghề nghiệp... Linh hoạt và đa dạng sẽ giúp nông dân dễ vượt qua các khó khăn trong kinh doanh nông sản tươi sống.

4. KẾT LUẬN

Hộ nông dân Hà Nội đã liên kết với doanh nghiệp trong các giai đoạn và cả qua trình KDNN nhưng tỷ lệ tham gia thấp và không đồng đều giữa các giai đoạn và lĩnh vực kinh doanh. Liên kết tiêu thụ yếu và không bền vững với 4,5-10% số hộ tham gia. Số lượng sản phẩm tiêu thụ từ liên kết quả ít so với số sản xuất (quả 0,07%; rau 1,62%; lợn 1,47%, gia cầm 0,02%; trứng 1,2%...). Tham gia liên kết của hộ trong trồng trọt thấp hơn nhiều so chăn nuôi, đặc biệt với kinh doanh rau chỉ có 5,9% tham gia liên kết trong cùng ứng, 4,5% trong tiêu thụ.

Nông dân Hà Nội liên kết với doanh nghiệp theo 4 hình thức nhưng phổ biến nhất vẫn là tự liên kết nhưng chưa được quan tâm xem xét. Cơ chế liên kết chủ yếu là không chính thức (72% trong cùng ứng, 65% trong sản xuất và 87% trong tiêu thụ), liên kết chính thức ít nhưng rất lỏng lẻo, hầu hết là biên bản ghi nhớ.

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng tới tham gia liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp nhưng có thể chia thành ba nhóm là: Nhóm yếu tố thuộc chính sách của thành phố mà trọng tâm là quản lý liên kết và chương trình để an nông nghiệp; nhóm yếu tố thuộc doanh nghiệp mà trọng tâm là, đặc điểm, khả năng của doanh nghiệp; nhóm yếu tố thuộc về hộ mà trọng tâm là hình thức tổ chức kinh doanh, hướng kinh doanh và năng lực của hộ.

Trên cơ sở đánh giá thực trạng và các nhóm yếu tố nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp thúc đẩy liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp như: Hoàn thiện việc quản lý liên kết trong KDNN của thành phố để có hệ thống quản lý ổn định, thống nhất; thúc đẩy tham gia liên kết của hộ nông dân với doanh nghiệp trong các chương trình hỗ trợ KDNN bằng cách quy định, thiết kế liên kết linh hoạt để nông dân quyết định chọn liên kết trực tiếp hoặc gián tiếp với doanh nghiệp; nâng cao vai trò và khả năng của doanh nghiệp trong liên kết với hộ nông dân bằng cách giúp doanh nghiệp tháo gỡ các khó khăn, được tiếp xúc và thỏa thuận trực tiếp với hộ nông dân; phát triển kinh tế trang trại để tăng số lượng trang trại bằng cách tăng quy mô trang trại hoặc tăng chất lượng kinh doanh đạt tiêu chí kinh tế trang trại; thúc đẩy các hộ nông dân phát triển kinh doanh chăn nuôi bằng cách đa dạng chăn nuôi, chăn nuôi ứng dụng CNC, mở rộng các khu chăn nuôi tập trung; tăng năng lực kinh doanh cho hộ nông dân lấy trọng tâm là hỗ trợ hộ tăng tài sản kinh doanh và bồi dưỡng người điều hành kinh doanh lâu dài của hộ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agribusiness, 2019. Cambridge Dictionary. Cambridge University Press, 2019. [https:// dictionary.cambridge.org/vi/dictionary/english/agribusiness](https://dictionary.cambridge.org/vi/dictionary/english/agribusiness) . Truy cập 4/3/2019.
2. Ban chỉ đạo Tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp và thủy sản Trung ương (2016). Báo cáo sơ bộ kết quả tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp và thủy sản. Nhà xuất bản Thống kê, 2016.
3. Nghị định 98/2018/NĐ-CP (2018). Nghị định về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, ngày 5/7/2018.
4. Sở NN và PTNT Hà Nội (2018a). Kết quả thực hiện các chuỗi sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp an toàn trên địa bàn thành phố Hà Nội. Báo cáo của Chi cục Quản lý chất lượng Nông lâm thủy sản. Tháng 10/2018.
5. Sở NN và PTNT Hà Nội (2018b). Báo cáo tình hình phát triển nông nghiệp thành phố Hà Nội. Bài trình bày tại Hội thảo xúc tiến hợp tác nông nghiệp giữa thành phố Hà Nội và tỉnh Fukuoka. Hà Nội ngày 28/6/2018.

LINKAGE OF HANOI FARMHOUSEHOLDS WITH ENTERPRISES IN AGRIBUSINESS SUMMARY

Dam Quang Thang, Pham Thi My Dung

Summary

The study aims to evaluate the situation and propose solutions to promote linkages of farm households with enterprises. Information was investigated from 250 households and 30 enterprises. With descriptive statistical methods, research comparisons have shown that the linkage of farm households with enterprises is weak, especially consumption (4.5 - 10% of households and 0.02 - 1.62% of production products produced). Links in livestock are more common than cultivation. The weakest is linkage in vegetable business (5.4% in supply, 4.5% in consumption); the link mechanism is mainly informal; there are three groups of factors affecting the linkage between farm households and enterprises, which are the group of factors belonging to policy, the group of factors belonging to enterprises and the group of factors belonging to farm households. Some solutions to promote linkages between farm households and enterprises such as: Improving the linkage management of the city, promote households to participate in support programs; enhance the role and ability of enterprises; developing farm economy; promote farm households to develop livestock; increase business capacity for farm households.

Keywords: *Agribusiness, link, farm household, enterprise, Hanoi.*

Người phản biện: GS.TS. Nguyễn Văn Song

Ngày nhận bài: 14/6/2019

Ngày thông qua phản biện: 16/7/2019

Ngày duyệt đăng: 23/7/2019