

THỰC TRẠNG KÊNH PHÂN PHỐI RAU AN TOÀN Ở TỈNH BÌNH PHƯỚC

● BÙI THANH GIANG

TÓM TẮT:

Vấn đề thực phẩm an toàn nói chung và rau an toàn nói riêng đang là mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng, bởi vì nó ảnh hưởng trực tiếp, thường xuyên đến sức khỏe con người. Mặt khác, kênh phân phối hiệu quả sẽ giúp phân phối rau an toàn đáp ứng nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng, đồng thời đem lại cả lợi ích cho các nhà sản xuất. Bài viết phân tích thực trạng kênh phân phối rau an toàn ở tỉnh Bình Phước cùng với những khó khăn, thuận lợi của các tác nhân trong kênh phân phối. Từ đó, tạo cơ sở cho việc đề ra các chính sách để phát triển các kênh phân phối rau an toàn hiệu quả cho địa phương.

Từ khóa: kênh phân phối, rau an toàn, tỉnh Bình Phước.

1. Đặt vấn đề

Phát triển sản xuất rau an toàn¹ (RAT) là một trong những định hướng trọng điểm của đề án tái cơ cấu ngành Nông nghiệp nhằm hướng đến một nền nông nghiệp sản xuất hiện đại, bền vững. Mặt khác, một trong những giải pháp phát triển ngành RAT bền vững đó là xây dựng được kênh phân phối² hiệu quả. Kênh phân phối hiệu quả giúp giảm chi phí phân phối cho nhà sản xuất và các nhà sản xuất có điều kiện tập trung nguồn lực vào sản xuất, đầu tư chuyên môn hóa cao. Ngoài ra, còn tối thiểu hóa số lần tiếp xúc bán hàng cần thiết mà vẫn đáp ứng tốt mong muốn, nhu cầu của khách hàng.

Hiện nay, các thành phố, thị xã và huyện của tỉnh Bình Phước đều có diện tích đất trồng RAT. Trước năm 2017, RAT được các hộ trồng nhỏ lẻ. Từ năm 2017 đến nay, các hộ trồng rau liên kết thành

lập tổ hợp tác (THT), Hợp tác xã (HTX) trồng RAT theo tiêu chuẩn VietGAP. Do đó, ngày càng có nhiều trang trại trồng RAT và được trồng nhiều nhất ở thành phố Đồng Xoài, thị xã Bình Long và huyện Phú Riềng. Tuy nhiên, kênh phân phối RAT ở tỉnh Bình Phước còn thiên về các kênh phân phối truyền thống, chưa thật sự hiệu quả.

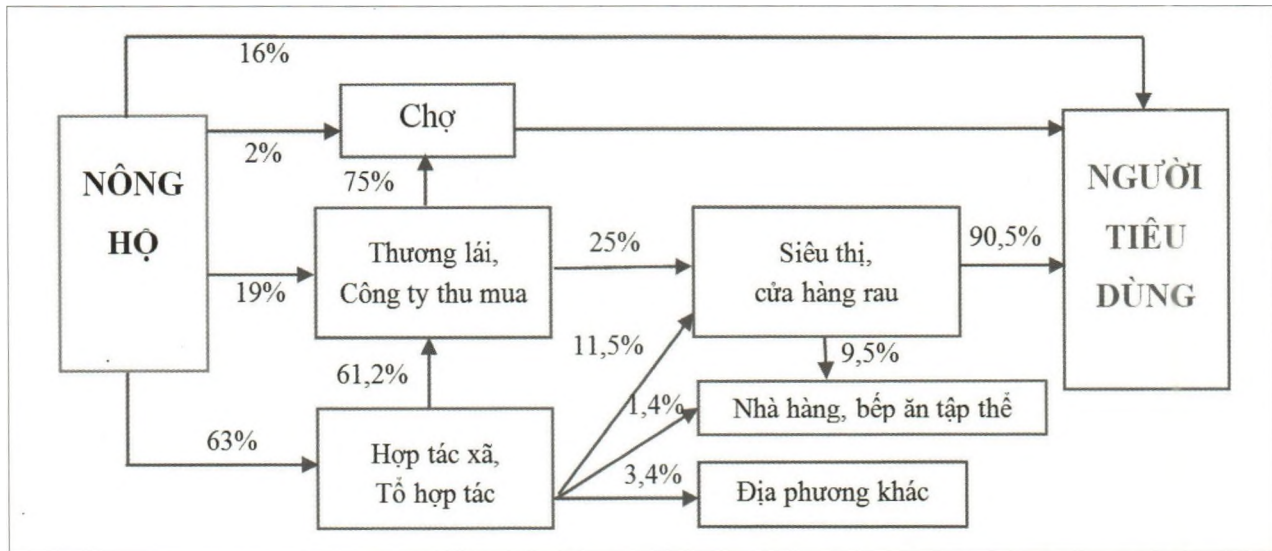
Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê, mô tả để phân tích thực trạng kênh phân phối RAT ở tỉnh Bình Phước. Nguồn số liệu thứ cấp từ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Cục Thống kê của tỉnh. Nguồn số liệu sơ cấp có từ việc tiến hành phát phiếu điều tra kết hợp phỏng vấn 150 hộ nông dân trồng RAT, 15 Hợp tác xã và Tổ hợp tác, 7 thương lái, 5 siêu thị và cửa hàng tiện lợi tại thành phố Đồng Xoài, các xã Hớn Quảng, Đồng Phú, Phú Riềng. Dợt khảo sát được tiến hành từ tháng 12-2020 đến tháng 4-2021.

2. Thực trạng kênh phân phối rau an toàn ở tỉnh Bình Phước

2.1. Các kênh phân phối rau an toàn ở tỉnh Bình Phước

rất ít sản phẩm từ HTX và THT cung cấp cho các địa phương khác ngoài tỉnh như thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương (chủ yếu là cho các siêu thị, trung tâm thương mại ở các địa phương này).

Sơ đồ 2.1: Tỷ trọng phân phối rau an toàn qua các kênh phân phối



Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát

Các kênh tiêu thụ RAT của tỉnh Bình Phước như trong Sơ đồ 2.1. Nông hộ sản xuất RAT bán theo các kênh phân phối chính như sau:

- Kênh 1: Nông hộ → Người tiêu dùng
- Kênh 2: Nông hộ → Hợp tác xã/Tổ hợp tác → Siêu thị/Cửa hàng RAT → Người tiêu dùng.
- Kênh 3: Nông hộ → Hợp tác xã/Tổ hợp tác → Thương lái/ Công ty thu mua → Chợ → Người tiêu dùng.
- Kênh 5: Nông hộ → Thương lái/ Công ty thu mua → Chợ → Người tiêu dùng.
- Kênh 6: Nông hộ → Thương lái/ Công ty thu mua → Siêu thị/ Cửa hàng RAT → Người tiêu dùng.

Các nông hộ tham gia HTX và THT thì có kênh phân phối đa dạng hơn. Tuy nhiên, rau từ HTX và THT chủ yếu cung cấp cho các tiểu thương ở các chợ thông qua thương lái, chiếm hơn một nửa sản lượng của HTX và THT. HTX và THT có cung cấp cho các siêu thị, cửa hàng rau, nhà hàng bếp ăn trong tỉnh nhưng số lượng còn hạn chế. Có một số

Những nông hộ không tham gia vào HTX hay THT thì bán cho người tiêu dùng 16%, thương lái với tỷ lệ 19%, còn lại tự đem ra chợ lẻ bán nhưng rất ít, chỉ chiếm 2%.

HTX và THT có các kênh phân phối chính như sau:

- Kênh 1: Hợp tác xã/Tổ hợp tác → Thương lái/Công ty thu mua → Chợ → Người tiêu dùng.
- Kênh 2: Hợp tác xã/Tổ hợp tác → Thương lái/Công ty thu mua → Siêu thị/ Cửa hàng RAT → Người tiêu dùng.

HTX, THT tuy có nhiều kênh phân phối nhưng chủ yếu vẫn là cung cấp cho thương lái (chiếm 61,2%) để cung cấp sỉ cho các tiểu thương ở các chợ. Kênh cung cấp cho siêu thị, nhà hàng và địa phương khác chiếm tỉ lệ thấp, lần lượt là 11,5%, 1,4% và 3,4%. Qua 4 kênh phân phối có thể thấy HTX và THT đã cố gắng thực hiện vai trò đảm bảo đầu ra cho nông hộ khi đã có được nhiều kênh phân phối. Tuy nhiên, với sự phân phối chủ yếu là các chợ thông qua thương lái dù là có hợp đồng

cũng cho thấy việc tìm kiếm đầu ra ổn định và chắc chắn của HTX và THT còn nhiều khó khăn. Việc tiêu thụ qua kênh thương lái và chợ sẽ phụ thuộc nhiều vào giá cả từng buổi chợ, do vậy giá cả sẽ bấp bênh vì có khi giá cao với những chủng loại rau quý và có lúc rớt giá tồi tệ nếu gặp hàng thừa, dội chợ.

Tóm lại, RAT ở Bình Phước có cả kênh phân phối trực tiếp và gián tiếp. Trong kênh phân phối gián tiếp có kênh hiện đại (thông qua siêu thị, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên RAT) và kênh phân phối truyền thống (thông qua trung gian phân phối, chợ). Tuy nhiên, kênh phân phối truyền thống vẫn là chủ yếu, kênh phân phối hiện đại vẫn còn yếu. Điều này dẫn đến vấn đề quan ngại về số lượng và chất lượng sản phẩm. Có thể RAT chưa đảm bảo tốt nên đã tạo ra khoảng cách giữa nông hộ với kênh phân phối hiện đại do những yêu cầu, tiêu chuẩn cao của kênh phân phối này. Mặt khác, sản lượng RAT có chứng nhận VietGAP của tỉnh rất ít nên cũng dễ hiểu khi sản lượng RAT vào các siêu thị, cửa hàng tiện lợi, hay các cửa hàng chuyên về RAT còn hạn chế.

2.2. Các nhà cung ứng trong kênh phân phối

- Nông dân

Do các hộ được điều tra trồng chủ yếu là rau ăn lá ngắn ngày, hết lứa này thì trồng ngay lứa khác, nên bình quân đạt 11 vụ trong năm. Lợi nhuận bình quân của hộ trồng RAT là 12,64 triệu đồng/vụ/1.000m². Như vậy, nếu trong điều kiện thuận lợi, 1 năm thu được 11 vụ, trung bình 1 năm, người nông dân trồng RAT thu được lợi nhuận trung bình khoảng 139 triệu đồng/1.000m². Trồng RAT tiết kiệm được nhiều chi phí về phân bón, thuốc bảo vệ thực vật và RAT thường cho năng suất cao hơn rau thường 2 - 3 lần. Vì vậy, lợi nhuận của hộ trồng RAT thường cao hơn gấp 2 lần so với hộ trồng rau thường.

Khi đề cập về những khó khăn và thuận lợi trong sản xuất RAT, các hộ cho biết thuận lợi của họ là: có nhiều năm kinh nghiệm trồng RAT, được tập huấn kỹ thuật đầy đủ, giá cả đầu ra khá ổn định, cung không đủ cầu nên đầu ra thuận lợi. Vấn đề

khó khăn của các hộ là: thiếu vốn để cải tạo, nâng cấp vườn và mở rộng sản xuất, ghi chép sổ sách khó khăn do hay quên.

- Hợp tác xã và tổ hợp tác

Theo kết quả điều tra, các HTX và THT tiêu thụ khoảng 78% sản lượng RAT. HTX và THT có nhiều kênh phân phối nhưng kênh hiện đại còn yếu, chưa tiếp cận được nhiều siêu thị và cửa hàng trong tỉnh. Tỷ lệ sản lượng cho các siêu thị thấp chỉ chiếm 11,5%, nhà hàng bếp ăn chỉ chiếm 1,4%. Có một lượng ít sản lượng RAT của một số HTX sản xuất ứng dụng công nghệ cao (như HTX Nguyên Khang Garden) tạo ra sản phẩm chất lượng cao nhưng giá thành lại quá cao không phù hợp với mức chi tiêu của người dân trong tỉnh nên chủ yếu chuyển ra các địa phương khác như TP. Hồ Chí Minh và Bình Dương. Lượng sản lượng còn lại chiếm 61,2%, các HTX bán cho các tiểu thương ở chợ thông qua thương lái. Các HTX và THT chỉ ký hợp đồng với các siêu thị hoặc cửa hàng rau trong và ngoài tỉnh, còn hầu hết không có ký hợp đồng với các thương lái. Các thương lái tự đến HTX và THT mua và đem ra ngoài chợ bán. Về giá cả, HTX và THT thỏa thuận với thương lái theo giá thị trường, rồi thống nhất với các thành viên bán giá như nhau.

Các HTX và THT cũng cho biết họ có những thuận lợi là được sự quan tâm và hỗ trợ của các cơ quan nhà nước, được người dân tin tưởng và ủng hộ. Những khó khăn được đề cập đó là: thiếu vốn do chi phí đầu tư hơi cao; đầu ra chủ yếu là tại địa phương; khó tiếp cận với các siêu thị, nhà hàng và bếp ăn; nhiều lúc dư rau phải bán ra chợ theo giá rau thường.

- Thương lái và công ty thu mua

Qua khảo sát, thương lái và công ty thu mua thường có địa điểm sơ chế, dán bao bì, có xe tải chuyên dụng, có văn phòng giao dịch riêng. Họ thường thu mua trực tiếp và quanh năm từ nông dân và HTX, THT trên cùng khu vực (mua quanh năm) theo đơn đặt hàng của nơi tiêu thụ. Họ không ký hợp đồng nào với nông dân bán lẻ và ngay cả với các HTX, THT. Giá cả thu mua thì

phụ thuộc vào biến động của thị trường. Sản lượng tiêu thụ thay đổi hằng ngày tùy thuộc vào lượng đặt hàng từ nhà bán sỉ và các nhà bán lẻ. Thương lái và công ty thu mua tiêu thụ khoảng 67,73% sản lượng RAT được sản xuất (bao gồm 20% mua trực tiếp từ người nông dân và 61,2% sản lượng của HTX và THT).

Các thương lái và công ty thu mua gặp những khó khăn như bảo quản và vận chuyển rau quả, thiếu hỗ trợ vốn để đầu tư trang thiết bị như xe tải chuyên dụng, kho trữ lạnh. Ngoài ra, thương lái còn gặp khó khăn về sản lượng và chất lượng sản phẩm từ nông dân không đồng đều.

- Nhà bán lẻ

Theo niên giám thống kê tỉnh Bình Phước, năm 2020, toàn tỉnh vẫn chưa có chợ đầu mối nông sản và có tổng cộng 58 chợ, trong đó có 5 chợ hạng 1, 8 chợ hạng 2 và 45 chợ hạng 3. RAT từ các hộ bán lẻ thì chủ yếu đem ra chợ hạng 3. Còn RAT từ HTX và THT, các vùng trồng tập trung thì được đưa ra bán tại các chợ hạng 1 và hạng 2 như chợ Đồng Xoài, Đồng Phú, Bình Long, Chơn Thành,... từ đó phân bổ đến các chợ còn lại trong tỉnh. Các chợ tiêu thụ khoảng 69,1% lượng RAT của tỉnh (bao gồm 2% bán lẻ từ nông hộ và 75% sản lượng của thương lái). Như vậy, RAT hiện nay được phân phối chủ yếu tại chợ. Hầu hết RAT bán tại chợ không được dán nhãn, chưa có nhiều sạp riêng, chủ yếu vẫn bày bán chung với các loại rau thường.

Về hệ thống siêu thị và cửa hàng tiện lợi, tính đến năm 2020, tỉnh có 2 siêu thị Co.opmart ở Đồng Phú và Đồng Xoài, 58 cửa hàng tiện lợi Bách Hóa Xanh rải khắp các thị xã, huyện. Bên cạnh đó, cũng có cửa hàng chuyên về RAT nhưng còn ít. Các siêu thị và các cửa hàng này tiêu thụ khoảng 31,8% lượng RAT của địa phương. Họ cung cấp cho người tiêu dùng và nhà hàng, bếp ăn, nhưng chủ yếu là người tiêu dùng.

Khảo sát siêu thị Co.opmart cho thấy lượng RAT mua từ địa phương chỉ chiếm từ 15 - 20% sản lượng của siêu thị. Phần còn lại, siêu thị nhập từ các địa phương khác như Đà Lạt, TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương,... Lý do mà các siêu thị đưa ra đó là

chủng loại RAT của tỉnh không đa dạng, chủ yếu là các loại rau thông thường, không có các loại rau mới, lạ mà các vùng khác sản xuất. Hơn nữa, siêu thị cũng cho biết giá RAT đạt chuẩn VietGAP hay sử dụng phương pháp thủy canh ở địa phương lại bán giá quá cao so với rau cũng cùng chất lượng chẳng hạn như rau của Đà Lạt. Mặt khác, hệ thống Co.opmart cung ứng rau theo chuỗi riêng. Liên minh Hợp tác xã thương mại TP. Hồ Chí Minh sẽ vận chuyển RAT đến kho tổng, sau đó sẽ vận chuyển đến các kho lẻ rồi phân phối đến các siêu thị trong hệ thống. Tình trạng này cũng tương tự như vậy với các cửa hàng tiện lợi và các cửa hàng chuyên cung cấp rau sạch.

3. Kết luận

Trong hơn 10 năm triển khai chương trình sản xuất RAT trên địa bàn tỉnh, bước đầu đã có một số thành công nhất định: đã bắt đầu hình thành các vùng trồng tập trung và hình thành nhiều mô hình sản xuất RAT hiệu quả, năng suất cao, từng bước thay đổi được tập quán sản xuất của người nông dân; đáp ứng được một phần nhu cầu tiêu thụ trên địa bàn tỉnh, góp phần thay đổi phương thức tiêu dùng của người dân và đảm bảo an toàn thực phẩm. Tuy nhiên, còn một số hạn chế về kênh phân phối hiện nay của tỉnh, như sau:

Thứ nhất, kênh phân phối vẫn tập trung nhiều vào thương lái và hơn nữa sản lượng RAT bán qua hệ thống các chợ. Do đó, giá cả không ổn định, nhiều khi thương lái bị người bán sỉ tại các địa phương ép giá và ngược lại, thương lái cũng ép giá người nông dân. Còn ở chợ, khi lượng rau về dư nhiều thì RAT sẽ bị xuống giá hoặc ế ẩm.

Thứ hai, các kênh bán lẻ hiện đại chưa tiêu thụ nhiều RAT của địa phương vì một phần do việc ký kết hợp đồng tiêu thụ RAT đã có trong hệ thống của họ, một phần do họ không thấy các đơn vị sản xuất của địa phương đến giới thiệu sản phẩm. Hay nói khác hơn là họ thiếu thông tin về thị trường RAT của tỉnh. Các kênh tiêu thụ hiện đại thường yêu cầu RAT phải có chứng nhận VietGAP, hơn nữa phải có bao bì, nhãn mác, in thông tin sản phẩm. Điều này không phải nông hộ, hay HTX, THT cũng có thể

làm được, vì các yêu cầu trên đều rất tốn kém với nhà sản xuất. Và nếu tăng thêm các khoản chi phí này giá thành sẽ phải tăng cao hơn nữa. Như vậy, sẽ khó cạnh tranh với các RAT từ vùng khác chuyển về.

Thứ ba, nông dân còn gặp nhiều khó khăn về vốn, chưa tuân thủ hoàn toàn quy trình sản xuất RAT. Hơn nữa, trước những biến đổi khí hậu trong những năm gần đây, người nông dân phải cần nhiều vốn hơn để cải tạo, nâng cấp vườn nhằm thích ứng với biến đổi khí hậu. Mặt khác, sản xuất RAT theo tiêu chuẩn VietGAP có nhiều quy định khắt khe, đòi hỏi người trồng cần tỉ mỉ và bỏ công sức hơn rất nhiều so với rau thường. Đáp ứng tốt tất cả các yêu cầu của quy trình sẽ quá vất vả đối với người nông dân.

Thứ tư, các hợp tác xã và tổ hợp tác gặp khó khăn trong tìm kiếm đầu ra sản phẩm ở các kênh tiêu thụ hiện đại như siêu thị, cửa hàng tiện lợi và cửa hàng chuyên RAT.

Thứ năm, các thương lái và các công ty thu gom, sơ chế quy mô còn nhỏ nên không có các trang thiết bị hiện đại để vận chuyển, cất trữ RAT, cũng như chưa có hiểu biết về khoa học công nghệ để áp dụng nhằm giảm tỷ lệ hao hụt của rau.

Thứ sáu, đã hình thành liên kết trong chuỗi trong sản xuất RAT nhưng còn yếu; thiếu liên kết giữa các vùng sản xuất của các hợp tác xã; thị trường tiêu thụ chủ yếu tại chỗ chưa hướng nhiều đến các đô thị lớn như Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương,... và đặc biệt chưa có khả năng đáp ứng để vươn ra thế giới.

Tóm lại, với những tồn tại, hạn chế trong kênh phân phối trên cho thấy hoạt động sản xuất RAT tại Bình Phước cũng còn nhiều khó khăn. Mỗi tác nhân trong ngành đều có những khó khăn riêng cần được hỗ trợ giải quyết. Để giải quyết những khó khăn này không phải chỉ có sự hỗ trợ của Nhà nước, mà cần phải có sự chung tay của cả các nhà sản xuất và người tiêu dùng ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Từ quan điểm của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, khái niệm RAT trong bài viết này được hiểu như sau: rau an toàn là rau tươi hoặc đã qua chế biến, được sản xuất theo phương pháp có sử dụng các hóa chất nhưng trong tiêu chuẩn cho phép và khi thu hoạch chỉ còn dư lượng dưới mức quy định, được trồng trên các vùng đất đảm bảo các tiêu chuẩn thổ nhưỡng theo quy định, đảm bảo an toàn cho người sử dụng và môi trường.

² Theo Stern và El-Ansary (1977) định nghĩa kênh phân phối là tập hợp một hệ thống các tổ chức độc lập liên quan đến quá trình tạo ra sản phẩm hay dịch vụ sẵn sàng cho sử dụng hoặc tiêu dùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Stern, L. and El-Ansary, A. (1977). *Marketing Channels*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
2. Cục Thống kê tỉnh Bình Phước (2020), *Niên giám thống kê tỉnh Bình Phước 2019, 2020*.
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2017). *Quyết định số 923/QĐ-BNN-KH ngày 24/3/2017 về việc phê duyệt kế hoạch hành động tăng trưởng xanh của ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn đến năm 2020*.
4. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2012). *Thông tư số 59/2012/TT-BNNPTNT ngày 09/11/2012 về quản lý sản xuất rau, quả và chè an toàn*.
5. UBND tỉnh Bình Phước (2010). *Quyết định số 3011/QĐ-UBND ngày 28/12/2010 về Phê duyệt quy hoạch vùng sản xuất RAT trên địa bàn tỉnh đến năm 2020*.

Ngày nhận bài: 8/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/4/2022

Thông tin tác giả:

NCS. ThS. BUI THANH GIANG

Phân hiệu Trường Đại học Nội vụ Hà Nội tại TP. Hồ Chí Minh

THE CURRENT DISTRIBUTION CHANNEL OF SAFE VEGETABLES IN BINH PHUOC PROVINCE

● Ph.D student **BUI THANH GIANG**

Hanoi University of Home Affairs - Ho Chi Minh City Campus

ABSTRACT:

Food safety in general and safe vegetables in particular are currently the top concern of consumers as these issues directly affects the consumer health. It shows that an effective distribution channel will help distribute safe vegetables to meet the needs of consumers, and also help producers gain more benefits. This paper analyzes the current distribution channel of safe vegetables in Binh Phuoc province, and factors affecting this distribution channel. This paper is expected to provide a basis for making policies to develop effective distribution channels of safe vegetables in localities.

Keywords: distribution channel, safe vegetables, Binh Phuoc province.