

ẢNH HƯỞNG CỦA BẤT CÂN XỨNG THÔNG TIN LÊN THỊ TRƯỜNG RAU AN TOÀN: TRƯỜNG HỢP SẢN XUẤT, TIÊU THỤ RAU AN TOÀN Ở AN GIANG

● NGUYỄN MINH CHÂU

TÓM TẮT:

Bất cân xứng thông tin là một dạng thất bại thị trường được sự quan tâm của các nhà kinh tế và quản lý. Vấn đề bất cân xứng thông tin đã và đang tồn tại, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến hiệu quả hoạt động sản xuất và tiêu thụ rau an toàn (RAT). Bằng phương pháp lược khảo tài liệu kết hợp với phương pháp quan sát thực tế, bài viết này tìm hiểu về thực trạng sản xuất và tiêu thụ rau an toàn trên địa bàn tỉnh An Giang, khám phá các biểu hiện của bất cân xứng thông tin trên thị trường RAT của tỉnh và đề xuất một số khuyến nghị nhằm hạn chế vấn đề bất cân xứng thông tin trên thị trường này trong thời gian tới.

Từ khóa: Bất cân xứng thông tin, rau an toàn, thị trường rau an toàn, tỉnh An Giang.

1. Giới thiệu

Rau an toàn (RAT) là những sản phẩm rau tươi (bao gồm các loại (i) rau ăn lá, thân, củ quả, hạt; (ii) rau mầm; (iii) nấm thực phẩm) được sản xuất, thu hoạch, sơ chế phù hợp quy trình sản xuất RAT [5]. Những sản phẩm RAT có chất lượng đúng như đặc tính giống của nó, hàm lượng các chất độc, mức độ nhiễm các sinh vật gây hại ở dưới mức tiêu chuẩn cho phép, đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng và môi trường [4].

Việc sản xuất RAT tuân thủ những quy trình kỹ thuật khắc khe hơn (tuân thủ các điều kiện về đất trồng, nước tưới, phân bón, phòng trừ dịch hại, thu hoạch, sơ chế và đóng gói, bảo quản và vận chuyển) [4], với chi phí sản xuất cao hơn nhưng giá cả và khối lượng tiêu thụ còn chưa tương xứng. Nhà sản xuất thì thiếu đồng lực sản

xuất RAT, trong khi niềm tin của người tiêu dùng đối với các sản phẩm RAT còn chưa cao dẫn đến việc sản xuất và tiêu thụ RAT chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và nhu cầu thực tế. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến thực trạng trên thị trường RAT, trong đó nổi lên vấn đề bất cân xứng thông tin giữa người mua và người bán sản phẩm RAT. Bằng phương pháp lược khảo các kết quả nghiên cứu trước, các số liệu thống kê kết hợp với phương pháp quan sát thực tế, bài viết này nhằm nhận diện ra các biểu hiện của bất cân xứng thông tin trong việc sản xuất và tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh An Giang, đồng thời đề xuất một số khuyến nghị nhằm giải quyết vấn đề bất cân xứng thông tin, góp phần thúc đẩy việc sản xuất và tiêu thụ RAT của tỉnh trong thời gian tới.

2. Tóm tắt lý thuyết liên quan đến vấn đề bất cân xứng thông tin

Phi đối xứng thông tin (hay thông tin phi đối xứng) (tiếng Anh: asymmetric information) trong kinh tế học, là trạng thái bất cân bằng trong cơ cấu thông tin, các chủ thể giao dịch có mức độ nắm giữ thông tin không ngang nhau. Một người sẽ có thông tin nhiều hơn so với người khác về đối tượng được giao dịch. Điều này dẫn tới nhiều vấn đề trong kinh tế học, hợp đồng và tài chính. [8]

Bất cân xứng thông tin là một loại thất bại thị trường xảy ra trên nhiều lĩnh vực khác nhau như: tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư và nhiều thị trường như: thị trường lao động, thị trường đất đai và thị trường hàng hóa. Tác hại của vấn đề bất cân xứng thông tin trên một thị trường bao gồm: (i) Sự lựa chọn ngược hay còn gọi là sự lựa chọn bất lợi (Adverse Selection). Một vài ví dụ về sự lựa chọn bất lợi như: doanh nghiệp trả lương theo hương bình quân nên không giữ được người giỏi, rau an toàn sẽ không có chỗ đứng trên thị trường nên hầu hết rau bán ra trên thị trường là không đạt chuẩn an toàn do nông dân không có đồng lực sản xuất rau an toàn; (ii) Rủi ro đạo đức hay tâm lý ỷ lại (Moral Hazard) - là tình trạng mà cá nhân hay tổ chức không còn động cơ để cố gắng hay hành động một cách hợp lý như trước khi giao dịch xảy ra. Ví dụ: nhà sản xuất không muốn tiếp tục sản xuất sản phẩm theo quy trình chất lượng đã được cơ quan chứng nhận trước đó để tiết giảm chi phí sản xuất để gia tăng lợi nhuận; (iii) Vấn đề người ủy quyền - người thừa hành (Principal - Agent) - là trình trạng mà người thừa hành có thể theo đuổi các mục tiêu khác hơn so với mục tiêu đã được ủy quyền mà người ủy quyền không thể kiểm soát được do bất cân xứng thông tin. [7]

Nguyên tắc để giải quyết vấn đề bất cân xứng thông tin là phải giải quyết tận gốc vấn đề, làm sao để giảm bớt sự bất cân xứng thông tin giữa các bên tham gia giao dịch, bao gồm: (1) nhóm giải pháp của tư nhân và (2) nhóm giải pháp của chính phủ.

Đối với nhóm giải pháp của tư nhân: Tùy theo vấn đề bất cân xứng thông tin trên từng loại thị trường mà các bên tham gia có biện pháp khắc phục phù hợp. Trong thị trường đồ cũ, người bán

phát tín hiệu thông qua uy tín, thương hiệu, chính sách bảo hành trong khi người mua thì thu thập thông tin trước khi ra quyết định mua hàng bằng cách thuê chuyên gia thẩm định, dùng thử hay hỏi những người mua trước. Trên thị trường lao động, người lao động phát tín hiệu bằng cách cung cấp bằng cấp, chứng nhân kinh nghiệm, yêu cầu mức lương cao còn nhà tuyển dụng thì thu thập thông tin về người lao động thông qua phỏng vấn, thử việc. Đối với thị trường bảo hiểm, công ty bảo hiểm yêu cầu chứng nhận sức khỏe của người mua bảo hiểm, đưa ra chính sách đồng chi trả, chính sách giảm phí bảo hiểm cho người mua bảo hiểm có đăng ký chương trình phòng chống bệnh tật hay không hút thuốc. Trong lĩnh vực tín dụng ngân hàng, người đi vay phát tín hiệu bằng cách chứng minh hiệu quả của phương án sử dụng vốn vay, chứng minh năng lực tài chính còn ngân hàng thì thẩm định phương án kinh doanh, khả năng tài chính và lịch sử trả nợ của khách hàng. [7]

Như vậy, giải pháp tư nhân cho vấn đề bất cân xứng thông tin là cả người bán và người mua cần nỗ lực hành động để làm sao có đầy đủ thông tin về sản phẩm, dịch vụ được giao dịch trên thị trường. Khi thông tin về sản phẩm, dịch vụ được thông suốt thì khối lượng hàng hóa và dịch vụ trao đổi (mua và bán) trên thị trường mới có thể gia tăng.

Đối với nhóm giải pháp của Chính phủ: Chính phủ với vai trò quản lý, điều tiết nền kinh tế, có thể tham gia khắc phục vấn đề bất cân xứng thông tin trên thị trường thông qua việc Chính phủ cấp giấy phép chứng nhận trước khi hoạt động sản xuất kinh doanh diễn ra, kiểm tra giám sát trong quá trình hoạt động, kiểm toán sau khi đã kết thúc một quá trình hoạt động. Ngoài ra, Chính phủ có thể thành lập hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng, cung cấp thông tin và hoàn thiện thể chế, xây dựng khung pháp lý để có biện pháp chế tài hợp lý. [7]

Cụ thể là, Chính phủ xây dựng khuôn khổ pháp lý để hỗ trợ các giải pháp tư nhân trở nên hiệu quả hơn như quy định về tính trung thực của các quảng cáo, đảm bảo tính hiệu lực trong việc thực thi pháp luật như luật bản quyền, luật sở hữu trí tuệ để bảo vệ các doanh nghiệp làm ăn chân chính, bảo vệ

người tiêu dùng trước vấn nạn hàng gian, hàng giả.

Chính phủ và các tổ chức của Chính phủ đóng vai trò là cơ quan độc lập trong việc giám định chất lượng hàng hóa, cấp chứng chỉ, chứng nhận theo quy định pháp luật để vừa bảo vệ lợi ích hợp pháp của nhà sản xuất vừa bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng.

Cuối cùng, Chính phủ với vai trò hỗ trợ thông tin để xúc tiến thương mại, quảng bá hình ảnh doanh nghiệp, sản phẩm của doanh nghiệp một cách khách quan, tin cậy đến người tiêu dùng trong và ngoài nước.

3. Vấn đề bất cập xứng thông tin trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở An Giang

3.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở An Giang

Diện tích canh tác rau màu của tỉnh An Giang không ngừng tăng lên (tăng khoảng 3,5 lần) trong vòng 20 năm qua. Cụ thể, diện tích canh tác rau màu của tỉnh đạt 14.675 ha vào năm 2000 và đạt 34.800 ha vào năm 2010 [6]. Đến năm 2018, tổng diện tích gieo trồng rau màu toàn tỉnh An Giang là 54.852,5 ha, chiếm khoảng gần 10% tổng diện tích đất sản xuất nông nghiệp của tỉnh [1]. Có thể điểm qua tình hình sản xuất RAT của tỉnh như sau: Tính đến năm 2010, toàn tỉnh có 13 vùng được chứng nhận vùng đủ điều kiện sản xuất RAT với tổng diện tích khoảng 2.679 ha [6]. Đây là điều kiện tiên đề cho phát triển sản xuất RAT trong tỉnh. Đến năm 2016, tỉnh đã đầu tư sản xuất giống rau màu và các mô hình sản xuất rau màu theo hướng an toàn với kết quả như sau: Nhà vòm phướng Châu Phú B sớm tạo được 214.800 cây giống gồm: ớt, bí đao, bầu, củ chua đen, củ chua gốc ghép, dưa lê, dưa lưới, cúc pha lê; nhà màng tại Chợ Mới sớm được từ 900.000 đến 1.350.000 cây giống các loại. Mô hình trồng rau trong nhà lưới, nhà màng đã được đầu tư nhân rộng đạt 4,63 ha; xây dựng được 20 mô hình trồng rau trong nhà lưới giá rẻ. Ưu điểm của các mô hình này là giảm số lần phun thuốc trừ sâu bệnh so với sản xuất bên ngoài từ 30-50%. Việc ứng dụng các kỹ thuật vào trong sản xuất đã được triển khai và bước đầu đạt kết quả: 40,63 ha rau được trồng theo hướng an toàn; 11,15 ha rau được trồng có sử dụng màng phủ nông nghiệp; mô hình “Ứng dụng tiến bộ kỹ

thuật sản xuất rau an toàn theo hướng VietGAP” được thí điểm với diện tích 12,17 ha; xây dựng 4 mô hình thử nghiệm trồng màu trên đất lúa mùa nổi (43 ha mè đen); thực hiện 02 mô hình thử nghiệm khoai mì giống mới.

Sang năm 2018, có 06 hộ nông dân xây dựng các mô hình sản xuất rau ứng dụng công nghệ cao tại TP. Long Xuyên với tổng diện tích áp dụng 9,2 ha; 03 mô hình trồng rau trong nhà lưới công nghệ cao tại TP. Châu Đốc và huyện Châu Thành đạt kết quả tốt; xây dựng 01 nhà lưới sản xuất rau hữu cơ áp dụng công nghệ cao với quy mô 500 m² tại TP. Long Xuyên. Ngoài ra, 31 nhà lưới giá rẻ và 03 nhà lưới bán kiên cố với tổng diện tích 2.900 m² cũng được xây dựng; 43 hộ nông dân sản xuất rau an toàn theo hướng VietGAP với tổng diện tích 12,17 ha [2]. Theo quy hoạch của Sở NN&PTNT tỉnh An Giang, đến năm 2020, diện tích trồng RAT của tỉnh đạt 2.590,5 ha và sẽ đạt 2.620,5 ha vào năm 2030 [6]. Từ số liệu trên cho thấy, diện tích và sản lượng rau màu sản xuất theo hướng đạt chuẩn an toàn còn thấp, chỉ dừng lại ở các mô hình thí điểm, chưa phát triển rộng rãi trong nông hộ trồng rau màu.

Bên cạnh đó, việc tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh cũng còn hạn chế, số điểm bán RAT còn rất ít, chủ yếu tập trung ở 02 đô thị là thành phố Long Xuyên và thành phố Châu Đốc. Một vài điểm bán RAT như: Co-opmart (Long Xuyên & Châu Đốc), Mega Market (Long Xuyên), Công ty Phan Nam (Long Xuyên), Công ty ANTESCO (Long Xuyên), trang trại Éch Ôp (Long Xuyên). Trong đó, nguồn cung RAT cho Co-opmart (Long Xuyên), Châu Đốc), Mega Market (Long Xuyên) không chỉ đến từ vùng trồng RAT của tỉnh An Giang mà còn từ hệ thống chuỗi cung ứng ngành hàng của các siêu thị này. Bên cạnh đó, ở khu vực ngoại thành hay nông thôn, một số người dân còn “tự cung bố” chất lượng RAT và bán sản phẩm tại ruộng, tại nhà. Cách tiêu thụ này chủ yếu thông qua mối quan hệ thân thiết cũng như thông qua sự tin tưởng lẫn nhau với số lượng rau được tiêu thụ không đáng kể.

Như vậy, việc sản xuất và tiêu thụ RAT ở tỉnh An Giang đã hình thành từ khoảng năm 2010, nhưng đến nay thị trường này vẫn chưa phát triển, chưa tương xứng với tiềm lực sản xuất và nhu cầu

tiêu thụ của người dân trên địa bàn. Một trong những nguyên nhân dẫn đến thị trường RAT chậm phát triển là do phát sinh vấn đề bất cân xứng thông tin.

3.2. Biểu hiện bất cân xứng thông tin trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở An Giang

Từ quan sát thực tế cho thấy, người sản xuất/người bán có đầy đủ thông tin về các sản phẩm RAT. Thật vậy, để sản xuất được theo tiêu chuẩn RAT, người trồng rau phải được tập huấn, trang bị kiến thức cần thiết để thực hiện quy trình sản xuất khắt khe hơn như: phải giảm số lượng phân bón hóa học, thay thế bằng phân bón hữu cơ, giảm số lần phun xịt thuốc bảo vệ thực vật và phải có thời gian cách ly (ngưng phun xịt) theo quy định trước khi thu hoạch. Theo nghiên cứu của Sang & ctg (2016) đã chỉ ra trong 8 loại rau phổ biến thì có 5 loại rau nếu sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn sẽ tốn chi phí cao hơn, có thể do phải tuân thủ các quy trình sản xuất khắt khe hơn nhưng lợi nhuận trung bình từ sản xuất RAT lại cao hơn rau thường do năng suất và giá bán trung bình cao hơn. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Hải (2008). Trong khi đó, người mua thì lại không có đầy đủ thông tin về sản phẩm RAT cũng như không thể truy xuất được nguồn gốc hay kiểm tra nhanh chất lượng sản phẩm RAT. Hậu quả là, một sự lựa chọn bất lợi lại xảy ra trên thị trường RAT, người mua sẽ quyết định không mua hoặc chấp nhận mua nhưng chỉ sẵn lòng trả giá thấp (trả bằng với giá của các loại rau thường) do không thể phân định được RAT trên thị trường. Điều này lại kéo theo hệ lụy là làm giảm động lực trồng RAT của nhà sản xuất vì với quy trình sản xuất khắt khe hơn có thể dẫn đến chi phí đầu tư cao hơn, nhưng giá cả mà người bán nhận được chỉ bằng với giá rau thường. Kết quả là, trên thị trường sẽ không có nhiều sản phẩm RAT, dẫn đến sự phát triển của thị trường RAT không như mong đợi.

Bên cạnh đó, trên thị trường xuất hiện một số người bán vì quá coi trọng lợi nhuận nên sau khi được chứng nhận sản phẩm RAT, đã tự ý không thực hiện đúng quy trình sản xuất RAT, thậm chí đã đánh rớt sản phẩm, bán rau thường cho khách hàng với danh nghĩa RAT, đã gây mất lòng tin nơi người tiêu dùng, làm ảnh hưởng đến những người

sản xuất và bán RAT chân chính trên thị trường. Lại một lần nữa, trong trường hợp này, để tự bảo vệ mình, người tiêu dùng không mua hoặc mua nhưng chỉ sẵn lòng trả giá thấp cho các loại RAT được bán trên thị trường, làm hạn chế sự phát triển của thị trường RAT.

3.3. Một số khuyến nghị nhằm khắc phục vấn đề bất cân xứng thông tin trong sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở An Giang

Từ phân tích những nguyên nhân và biểu hiện của bất cân xứng thông tin trong sản xuất và tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh An Giang, một số khuyến nghị được đề xuất cụ thể như sau:

Thứ nhất, người sản xuất cần tuân thủ quy trình sản xuất khắt khe hơn, đảm bảo chất lượng rau an toàn theo các tiêu chuẩn như VietGAP, BasicGAP và xa hơn là GlobalGAP. Khi sản phẩm được các cơ quan chức năng chứng nhận đạt chuẩn RAT thì mặc dù chi phí sản xuất có cao hơn nhưng với năng suất và chất lượng rau cao hơn, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng thì giá bán sẽ cao hơn, kéo theo lợi nhuận mà người sản xuất nhận được từ RAT cũng cao hơn so với sản xuất rau thường. [3,5]

Thứ hai, các cơ quan chức năng của chính phủ xem xét cấp chứng nhận và công bố danh sách các nông hộ, tổ hợp tác, hợp tác xã đạt chuẩn RAT một cách công tâm, khách quan. Đồng thời, các cơ quan chức năng cần thường xuyên kiểm tra, giám sát, có biện pháp chế tài đủ mạnh, thậm chí thu hồi giấy chứng nhận đạt chuẩn RAT đối với cá nhân, tổ chức có tình vi phạm. Không thực hiện đúng quy trình sản xuất RAT đã cam kết.

Thứ ba, người sản xuất nên có kế hoạch duy trì, nâng cấp chất lượng RAT để xây dựng lòng tin lâu dài nơi khách hàng. Việc đầu tư các giải pháp để truy xuất được nguồn gốc RAT cũng trở nên cần thiết, thể hiện cam kết chịu trách nhiệm đến cùng của người sản xuất đối với người tiêu dùng về chất lượng RAT được sản xuất ra. Điều này, một lần nữa tạo dựng lòng tin nơi khách hàng, đem lại lợi ích lâu dài cho cả người sản xuất và người tiêu dùng.

Thứ tư, những người sản xuất nên có sự liên kết chặt chẽ với nhau dưới hình thức tổ liên kết sản xuất hay hợp tác xã sản xuất RAT để cùng sản

xuất theo một quy trình, đảm bảo chất lượng tương đồng, có khối lượng rau đủ lớn để dễ tiếp cận thị trường và tiến tới việc xây dựng các nhãn hiệu tập thể. Bên cạnh đó, các tổ liên kết sản xuất hay hợp tác xã sản xuất RAT nên tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp, các hệ thống bán buôn và bán lẻ để có những hợp đồng tiêu thụ RAT lâu dài, tạo động lực cho người sản xuất RAT an tâm đầu tư sản xuất

4. Kết luận

Thị trường sản xuất và tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh An Giang hình thành từ lâu nhưng phát triển chậm, chưa tương xứng với năng lực sản xuất và nhu cầu tiêu thụ thực tế trên thị trường. Việc sản xuất RAT chỉ dừng lại ở các mô hình thí điểm có sự đầu tư của ngân sách nhà nước mà chưa phát triển mạnh trong nông hộ trồng rau. Việc tiêu thụ RAT trên địa bàn tỉnh cũng còn hạn chế, chỉ tập trung ở hai đô thị là TP. Long Xuyên và TP. Châu Đốc với vài điểm bán RAT. Một số biểu hiện của bất cân xứng thông tin trên thị trường RAT của tỉnh gồm: (1) sự lựa chọn bất lợi xảy ra khi người mua

không mua hoặc chỉ mua với giá bằng với giá rau thường do chưa có đầy đủ thông tin về sản phẩm RAT đã làm giảm động lực sản xuất RAT, kết cục là trên thị trường rất ít sản phẩm đạt chuẩn RAT; (2) vì quá chú trọng đến lợi nhuận, một số người sản xuất, người bán lại không thực hiện đúng quy trình sản xuất RAT sau khi được chứng nhận, thậm chí đánh tráo sản phẩm làm xói mòn lòng tin của người tiêu dùng, ảnh hưởng đến người sản xuất, người bán RAT chân chính trên thị trường. Để cải thiện vấn đề bất cân xứng thông tin trên thị trường RAT của tỉnh, một số khuyến nghị được đề xuất như sau: (1) người sản xuất nỗ lực thực hiện quy trình sản xuất RAT; (2) cơ quan chức năng chứng nhận và công bố chất lượng RAT một cách khách quan, có chế tài đủ mạnh đối với các trường hợp cố tình vi phạm; (3) người sản xuất có kế hoạch duy trì và nâng cấp chất lượng RAT để tạo dựng lòng tin lâu dài nơi khách hàng; (4) người sản xuất thực hiện liên kết sản xuất RAT để dễ dàng trong việc tiếp cận thị trường, tìm kiếm hợp đồng tiêu thụ RAT lâu dài ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Trong bài viết này gọi là Bất cân xứng thông tin.

² Từ kết quả quan sát thực tế trên địa bàn tỉnh An Giang

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chi cục Trồng trọt và bảo vệ thực vật tỉnh An Giang. (2019). Báo cáo công tác trồng trọt và bảo vệ thực vật năm 2018 và kế hoạch năm 2019.

2. Chi cục Trồng trọt và bảo vệ thực vật tỉnh An Giang. (2018). Báo cáo ước tính kết quả thực hiện từ năm 2016 đến năm 2018 và kế hoạch năm 2019.

3. Hải, Lưu Thanh. (2008) Hiệu quả sản xuất - tiêu thụ và giải pháp phát triển thị trường RAT trên địa bàn DBSCL. Tạp chí Quản lý kinh tế, số 22 (9+10/2008), pp. 16-23.

4. Hòa, Trần Đăng, Khoa, Trần Đăng, Phúc, Lê Khắc. (2011). Rau an toàn và một số vấn đề về sản xuất rau an toàn. Tạp chí Nghiên cứu và Phát triển, số 3 (86), pp. 97-101

5. Sang, Võ Minh; Nhân, Đoàn Hoài; Xê, Đỗ Văn (2016). Thực trạng và giải pháp thu hút nông hộ tham gia sản xuất rau an toàn trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khou học Trường Đại học Cần Thơ. 46d, pp. 75-83.

6. Sở NN&PTNT tỉnh An Giang. (2014). Quy hoạch phát triển vùng sản xuất rau ứng dụng công nghệ cao tỉnh An Giang đến năm 2020 và định hướng đến 2030.

7. Thanh, Đặng Văn. (2019). *Thông tin bất cân xứng. Bài giảng học phần Kinh tế vi mô dành cho chính sách công 1 - Chương trình đào tạo Thạc sĩ chính sách công, niên khóa 2018-2020. Trường Chính sách công và Quản lý Fulbright, Việt Nam.*

8. Trang web wikipedia tiếng Việt. *Phi đối xứng thông tin*, đọc ngày 20/02/2019 tại địa chỉ: https://vi.wikipedia.org/wiki/Phi_%C4%91%E1%BB%91i_x%E1%BB%A9ng_th%C3%B4ng_tin

Ngày nhận bài: 16/2/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/2/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/3/2019

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN MINH CHÂU

Giảng viên Trường Đại học An Giang

IMPACTS OF THE ISSUE OF ASYMMETRIC INFORMATION ON THE SAFE VEGETABLE MARKET: SAFE VEGETABLE PRODUCTION AND CONSUMPTION IN AN GIANG PROVINCE

● **Master. NGUYEN MINH CHAU**
Lecturer, An Giang University

ABSTRACT:

Many economists and managers pay special attention to the issue of asymmetric information which is considered as an important type of market failure. Asymmetric information adversely affects the effectiveness of safe vegetable production and consumption. By reviewing related documents and actually observing, this article presents the current situation of producing and consuming safe vegetable in An Giang Province and signals of asymmetric information in An Giang Province safe vegetable market. This article also proposes some recommendations to curb the issue of asymmetric information in An Giang Province safe vegetable market in the coming time.

Keyword: Asymmetric information, safe vegetable, safe vegetable market, An Giang Province.