

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC BẢNG	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH	vii
LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Lịch sử nghiên cứu	3
3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....	5
4. Ý nghĩa khoa học của đề tài	5
5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	6
6. Phương pháp nghiên cứu.....	6
7. Kết cấu của đề tài	7
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN	8
1.1. Khái niệm nông sản.....	8
1.2.Đặc điểm của nông sản	9
1.2.1. <i>Nông sản chịu tác động của điều kiện tự nhiên và có chu kỳ sản xuất dài</i>	9
1.2.2. <i>Nông sản đa dạng và không đồng nhất chất lượng, kích cỡ</i>	10
1.2.3. <i>Nông sản phụ thuộc vào tính thời vụ</i>	10
1.2.4. <i>Sản xuất nông nghiệp là ngành phân tán</i>	11
1.3.Thị trường tiêu thụ nông sản	12
1.4.Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường tiêu thụ nông sản	12
1.4.1. <i>Các yếu tố khách quan</i>	12
1.4.1.1. <i>Thị trường xuất nhập khẩu hàng nông sản</i>	12
1.4.1.2. <i>Nhu cầu của thị trường</i>	13
1.4.1.3. <i>Tác động của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ</i>	14
1.4.1.4. <i>Diễn biến cung – cầu hàng nông sản trên thị trường thế giới</i>	15
1.4.1.5. <i>Yếu tố thời tiết</i>	16
1.4.2. <i>Các yếu tố chủ quan</i>	16

1.4.2.1. Cơ chế chính sách của địa phương	16
1.4.2.2. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cung ứng hàng nông sản	17
1.4.2.3. Những đặc trưng riêng của hàng nông sản địa phương.....	18
1.5. Một số bài học kinh nghiệm về phát triển thị trường tiêu thụ hàng nông sản	19
1.5.1. Kinh nghiệm quốc tế.....	19
1.5.1.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc	19
1.5.1.2. Kinh nghiệm của Thái Lan.....	21
1.5.1.3. Kinh nghiệm của Hàn Quốc	24
1.5.1.4. Kinh nghiệm tại Nhật Bản.....	25
1.5.2. Kinh nghiệm của một số địa phương trong nước.....	25
1.5.2.1. Kinh nghiệm của Hà Nội.....	25
1.5.2.2. Kinh nghiệm của Thành phố Hồ Chí Minh	27
1.5.2.3. Kinh nghiệm của Đắk Nông	28
1.5.3. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Hưng Yên	29
Chương 2. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA TỈNH HƯNG YÊN	31
2.1. Khái quát điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của tỉnh Hưng Yên	31
2.1.1. Một vài nét về đặc điểm tự nhiên tỉnh Hưng Yên.....	31
2.1.2. Đặc điểm về kinh tế - xã hội.....	32
2.2. Đặc điểm chung của các nông sản trên địa bàn của tỉnh Hưng Yên.....	34
2.3. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên	35
2.3.1. Quy trình sản xuất	35
2.3.2. Quy mô và sản lượng	37
2.3.2.1. Quy mô và sản lượng của sản phẩm nhãn, chuối	37
2.3.2.2. Quy mô và sản lượng của sản phẩm cam, quýt, vải.....	38
2.3.2.3. Quy mô và sản lượng của sản phẩm quýt	39
2.3.3. Chi phí và lợi nhuận bình quân.....	40
2.3.3.1. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm nhãn, chuối	40
2.3.3.2. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm cam, quýt, vải.....	41

2.3.3.3. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm quýt	42
2.3.4. Thực trạng tiêu thụ sản phẩm	43
2.3.4.1. Sản phẩm nhãn, chuối	43
2.3.4.2. Sản phẩm cam, quýt, vải	46
2.3.4.3. Sản phẩm quýt	49
2.4. Đánh giá chung về tình hình sản xuất và tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên	51
2.4.1. Những ưu điểm	51
2.4.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân	51
2.4.2.1. Những mặt hạn chế	51
2.4.2.2. Nguyên nhân	53
Chương 3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA TỈNH HƯNG YÊN	56
3.1. Căn cứ và mục tiêu để xây dựng giải pháp	56
3.1.1. Căn cứ để xây dựng giải pháp	56
3.1.1.1. Chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của Tỉnh	56
3.1.1.2. Định hướng phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020	58
3.1.2. Mục tiêu phát triển thị trường tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên	61
3.2. Giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên	61
3.2.1. Nhóm giải pháp về nâng cao chất lượng sản phẩm	61
3.2.1.1. Áp dụng sản xuất theo các tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế	61
3.2.1.2. Quy hoạch các vùng trồng chuyên canh	65
3.2.1.3. Đẩy mạnh tích tụ ruộng đất tạo điều kiện cho sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn	66
3.2.1.4. Ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ mới trong sản xuất	68
3.2.2. Nhóm giải pháp về thị trường	72
3.2.2.1. Xúc tiến thương mại tiêu thụ nông sản	72
3.2.2.2. Phát triển các phương thức tiêu thụ	74
3.2.2.3. Tăng cường xây dựng phát triển và bảo vệ thương hiệu hàng nông sản	77

3.2.2.4. Đầu tư xây dựng chợ đầu mối nông sản tỉnh	80
3.2.2.5. Tăng cường liên kết giữa thị trường Hưng Yên với các thị trường trong và ngoài nước	81
3.2.3. Một số giải pháp hỗ trợ.....	84
3.2.3.1. Hỗ trợ, tư vấn và đào tạo kiến thức kinh tế thị trường, kiến thức về sản xuất nông nghiệp hàng hóa cho nông dân	84
3.2.3.2. Thực hiện liên kết sản xuất và tiêu thụ.....	85
3.2.3.3. Phát triển các Hợp tác xã nông nghiệp và các hình thức kinh tế hợp tác khác trong nông nghiệp	89
3.2.3.4. Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào phát triển sản xuất nông nghiệp	90
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	92
1. Kết luận	92
2. Kiến nghị.....	93
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	97
PHỤ LỤC	1000

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nội dung
ACFTA	Khu vực thương mại tự do ASEAN- Trung Quốc
AFTA	Khu vực Thương mại Tự do ASEAN
APEC	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
DN	Doanh nghiệp
DOR	Trung tâm Nghiên cứu quốc gia
ĐBSCL	Đồng bằng Sông Cửu Long
EU	Liên minh Châu Âu
FAO	Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc
HTX	Hợp tác xã
KT-XH	Kinh tế - Xã hội
MTV	Một thành viên
NACF	Liên đoàn quốc gia Hợp tác xã Nông nghiệp Hàn Quốc
R&D	Nghiên cứu và Phát triển
SXNN	Sản xuất nông nghiệp
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
UBND	Ủy ban nhân dân
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
VIETGAP	Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt ở Việt Nam

DANH MỤC BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 2.1. Tổng hợp quy trình sản xuất một số nông sản trên địa bàn tỉnh Hưng Yên	36
Bảng 2.2. Quy mô, sản lượng của sản phẩm nhãn và chuối	37
Bảng 2.3. Diện tích trồng và diện tích thu hoạch cam, quýt, vải giai đoạn 2011-2015	38
Bảng 2.4. Sản lượng thu hoạch cam, quýt, vải giai đoạn 2011-2015	39
Bảng 2.5. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm nhãn, chuối	41
Bảng 2.6. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm cam, vải	41
Bảng 2.7. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm quýt	42
Bảng 2.8. Tình hình tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối	44
Bảng 2.9. Đánh giá về xuất xứ, mức độ tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối	44
Bảng 2.10. Đánh giá về điểm mạnh, điểm yếu trong tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối	45
Bảng 2.11. Kênh tiêu thụ sản phẩm cam, quýt, vải	47

DANH MỤC CÁC HÌNH

	<i>Trang</i>
Hình 2.1. Cơ cấu về diện tích trồng và sản lượng của sản phẩm nhãn, chuối	37
Hình 2.2. Hiệu quả kinh tế của một số nông sản	42
Hình 2.3. Sơ đồ kênh tiêu thụ sản phẩm quýt	50
Hình 2.4. So sánh chỉ số PCI của Hưng Yên trong vùng Đồng bằng Sông Hồng 2015-2016	54
Hình 3.1. Kênh phân phối hàng nông sản	75
Hình 3.2. Mô hình liên kết bốn nhà theo chuỗi giá trị gia tăng	85

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Những năm qua, ngành nông nghiệp tỉnh Hưng Yên đã có những chuyển động tích cực theo hướng chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản, bảo đảm an toàn thực phẩm. Sự thành công của những mô hình sản xuất nông nghiệp sạch, hiệu quả cao ở Hưng Yên đã có tác động lan tỏa, tạo nên phong trào sản xuất nông nghiệp hàng hóa gắn với thị trường; hình thành các vùng chuyên canh, cánh đồng mẫu lớn, mô hình trang trại, gia trại, khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao,... sản xuất một số loại nông sản có quy mô tương đối lớn, chất lượng, bảo đảm an toàn thực phẩm, góp phần quan trọng đẩy nhanh tốc độ, chất lượng tăng trưởng ngành nông nghiệp.

Nhằm thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp, UBND tỉnh, các ngành, địa phương đã thực hiện nhiều giải pháp như: Hỗ trợ nông dân sản xuất, xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu nông sản, xây dựng quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận một số đặc sản của địa phương; hỗ trợ kinh phí để giúp duy trì và phát triển các nhãn hiệu, thương hiệu đã được bảo hộ, in tem nhãn, bao bì, tham gia hội chợ triển lãm... nên sản phẩm tiêu thụ thuận lợi, giá bán cao.

Theo Sở Khoa học và Công nghệ, Hưng Yên đã có 7 sản phẩm/nhóm sản phẩm nông nghiệp đã được Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ) công nhận nhãn hiệu tập thể (nhãn hiệu cộng đồng), gồm: Nhãn lồng Hưng Yên; mật ong hoa nhãn Hưng Yên; Chuối tiêu hồng Khoái Châu; quạt cảnh Văn Giang; gà Đông Tảo Khoái Châu; vải lai chín sớm Phù Cừ; tương Bần. Việc cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu tập thể đã giúp người tiêu dùng phân biệt hàng hoá, dịch vụ của các thành viên, của tổ chức là chủ sở hữu nhãn hiệu đó, đồng thời tạo cơ sở pháp lý giúp các hộ trồng trọt, chăn nuôi, kinh doanh yên tâm hơn trong sản xuất, bảo tồn, nhân giống, đầu tư kinh doanh, tạo sự đồng nhất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Nhằm chuyển đổi mạnh mẽ cơ cấu cây trồng, nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp, tỉnh Hưng Yên đã tuyên truyền vận động nông dân mở rộng diện tích trồng cây ăn quả, nhất là các loại cây truyền thống, đặc sản của tỉnh và các loại cây khác có giá trị kinh tế cao như: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải... Đồng thời, từng bước thay đổi về tổ chức sản xuất, tăng cường các biện pháp chăm sóc cây theo hướng áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất, xây dựng nhiều mô hình trang trại trồng cây ăn quả với quy mô lớn theo hướng sản xuất hàng hoá để tạo thu nhập cao, phát triển kinh tế ở các vùng nông thôn góp phần nâng cao đời sống cho người nông dân. Trải qua không ít thăng trầm, đến nay các sản phẩm nông sản như: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải... không chỉ là cây xóa đói giảm nghèo mà còn là cây trồng giúp người nông dân làm giàu.

Tuy nhiên, thực tế vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế dẫn tới nông sản của Hưng Yên vẫn chưa có được sự đột phá trong sản xuất, tiêu thụ, chưa khai thác hết tiềm năng và thế mạnh của tỉnh. Có nhiều nguyên nhân dẫn tới thực trạng trên, song một số nguyên nhân chủ yếu là: trong sản xuất, việc tích tụ ruộng đất còn chậm, liên kết trong sản xuất chưa hiệu quả, việc ứng dụng khoa kỹ thuật trong sản xuất còn hạn chế, chất lượng sản phẩm chưa đảm bảo, chưa đồng đều, số lượng còn hạn chế; trong tiêu thụ, nông sản của tỉnh chủ yếu vẫn tiêu thụ nội địa, tỷ lệ xuất khẩu đạt thấp, việc xây dựng, bảo vệ nhãn hiệu, thương hiệu nông sản chưa được quan tâm đúng mức, tổ chức phân phối chưa khoa học, tiêu thụ sản phẩm còn mang tính tự phát, thiếu thông tin thị trường nên dễ bị ép giá gây thua thiệt cho người sản xuất,...

Từ những vấn đề trên, chúng tôi lựa chọn nghiên cứu đề tài "***Nghiên cứu, đề xuất giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ một số sản phẩm nông sản của tỉnh Hưng Yên***" nhằm nghiên cứu thực trạng sản xuất, tiêu thụ các mặt hàng nông sản (tiêu biểu là sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải) của tỉnh để tìm ra những điểm mạnh điểm yếu, đề xuất những giải pháp hợp lý để phát triển thị trường tiêu thụ nông sản trong thời gian tới.

2. Lịch sử nghiên cứu

Nghiên cứu về tiêu thụ nông sản, đã có nhiều tác giả, nhiều công trình nghiên cứu khoa học được công bố. Tuy nhiên, mỗi công trình nghiên cứu đều đi sâu vào một hoặc một số nội dung, yếu tố tác động tới việc tiêu thụ nông sản nói chung ở một địa phương, khu vực hoặc doanh nghiệp cụ thể. Có thể nói tới một số tác giả, công trình nghiên cứu:

Hồ Quế Hậu (2012) trong đề tài luận án tiến sỹ của mình về Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam đã phân tích làm rõ thực trạng liên kết kinh tế giữa DN chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam thời gian qua, đề xuất phương hướng và giải pháp cơ bản để tiếp tục phát triển liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam.

Trần Quốc Nhân và cộng sự đã làm sáng tỏ nội hàm khái niệm, lợi ích và trở ngại của xuất khẩu nông sản qua hợp đồng, đồng thời phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến việc thực thi hợp đồng đã ký kết giữa các bên. Kết quả nghiên cứu cho thấy hình thức tiêu thụ nông sản qua hợp đồng Việt Nam cũng có bản chất tương tự như sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng của các nước khác, trong đó có 5 mô hình tổ chức thực hiện sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng đã và đang tồn tại bao gồm mô hình tập trung, mô hình trang trại hạt nhân, mô hình đa thành phần, mô hình phi chính thức và mô hình trung gian. Kết quả phân tích cho thấy các yếu tố liên quan đến môi trường hoạt động của hợp đồng như thể chế thực thi của hợp đồng còn yếu kém, sự kém ổn định về giá cả nông sản trên thị trường, lợi ích do hợp đồng mang lại không đủ hấp dẫn và sức ép thị trường chưa đủ mạnh cũng có ảnh hưởng quan trọng đến thực thi hợp đồng tiêu thụ nông sản.

“Mô hình tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư nông nghiệp cần được tiếp tục nhân rộng” của tác giả Phương Thảo (Tiếp thị, số 66/2012). Thực hiện Nghị quyết Hội nghị Trung Ương 7 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn và Đề án phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến năm 2020, Chính phủ đã xây dựng 2 mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản và cung ứng

vật tư nông nghiệp tại 12 tỉnh, thành phố. Bao gồm mô hình doanh nghiệp - hợp tác xã- hộ nông dân ở vùng sản xuất hàng hóa tập trung và mô hình doanh nghiệp - hộ kinh doanh - hộ nông dân áp dụng ở vùng sản xuất phân tán. Tồn tại lớn nhất của mô hình liên kết tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư phục vụ sản xuất hiện nay là nhiều doanh nghiệp tham gia liên kết có quy mô nhỏ và vừa, trong khi nông dân sản xuất chủ yếu manh mún, nhỏ lẻ. Vì vậy, một số mô hình thành công đạt được chủ yếu là tiêu thụ nông sản, còn hoạt động cung ứng vật tư nông nghiệp khá mờ nhạt do nông dân tự mua trên thị trường nên dễ gặp rủi ro. Một số trường hợp doanh nghiệp chưa tiêu thụ hết sản phẩm của nông dân theo đúng hợp đồng nên phải thay đổi chủ thể tham gia, một số ít nông dân tuy đã ký hợp đồng với doanh nghiệp nhưng vẫn bán sản phẩm cho doanh nghiệp khác. Hầu hết các doanh nghiệp ở các địa phương, chủ yếu là vừa và nhỏ nên gặp khó khăn về vốn, chưa mạnh dạn đầu tư vùng nguyên liệu để phục vụ sản xuất kinh doanh ổn định lâu dài. Vùng nguyên liệu hình thành chưa nhiều, công tác dồn điền đổi thửa chậm, nông dân chưa quen và chưa nhận thức được tầm quan trọng của sản xuất hàng hóa, xu thế phải liên kết trong nền kinh tế thị trường.

Qua nghiên cứu “Nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập: Thực trạng và giải pháp phát triển”, tác giả Phạm Thị Xuân Thọ đã chỉ ra 3 yếu tố thuận lợi ảnh hưởng đến hàng nông sản xuất khẩu bao gồm thứ nhất là điều kiện tự nhiên như đất đai, khí hậu, các loại cây trồng phù hợp với điều kiện của Việt Nam; thứ hai là các chính sách của Nhà nước phù hợp tập trung vào 3 chương trình kinh tế lớn như sản xuất lương thực, thực phẩm, hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu; nền kinh tế hướng về xuất khẩu đã thúc đẩy sản xuất hàng nông sản phát triển; thứ ba, sản xuất phát triển mạnh đã hình thành các vùng sản xuất nông sản hàng hóa tập trung quy mô lớn, gắn liền với các nhà máy, cơ sở chế biến có khả năng xuất khẩu. Bên cạnh đó, tác giả đã chỉ ra 13 khó khăn ảnh hưởng đến hàng nông sản xuất khẩu như số lượng xuất khẩu nông sản chưa nhiều, thị phần còn nhỏ, hàng hóa chưa đồng đều và chưa ổn định; hàng nông sản chất lượng cao còn ít, phần lớn chưa đảm bảo đầy đủ các tiêu chuẩn quốc tế, nên hiệu quả kinh tế thấp; Bao bì đóng gói kém hấp dẫn, chưa xây dựng được

nhãn mác, thương hiệu, giá xuất khẩu của nông sản Việt Nam thường thấp hơn các nước khác; Khoảng 90% nông sản xuất khẩu chưa có thương hiệu, điều đó gây thiệt thòi lớn về nhiều mặt đối với nông sản xuất khẩu. Do vậy, việc xây dựng thương hiệu cho nông sản xuất khẩu của Việt Nam là hết sức cần thiết. Năng suất, công nghệ chế biến lạc hậu, các doanh nghiệp chưa nắm vững pháp luật của nước nhập khẩu, chưa thành thạo cách thức thanh toán quốc tế, các doanh nghiệp cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp, một số thị trường đưa ra nhiều rào cản và nhiều thông tin bất lợi, quản lý nhà nước về sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp chưa kịp thời.

Tuy nhiên, trên địa bàn tỉnh Hưng Yên, chưa có đề tài nghiên cứu khoa học nào nghiên cứu về phát triển thị trường tiêu thụ nông sản của Tỉnh.

3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

- Mục tiêu tổng thể: Cung cấp một cách nhìn tổng thể cũng như chi tiết về tình hình sản xuất và tiêu thụ một số nông sản tiêu biểu của tỉnh Hưng Yên, từ đó đề xuất một số giải pháp hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy tiêu thụ nông sản, góp phần phát triển nông nghiệp bền vững.

- Mục tiêu trực tiếp:

+ Nghiên cứu đánh giá thực trạng về quy trình sản xuất, quy mô, sản lượng, hiệu quả canh tác của một số nông sản: nhãn, chuối, cam, quýt, vải và quýt trên địa bàn tỉnh.

+ Đánh giá thực trạng tiêu thụ một số nông sản của tỉnh dựa trên sản lượng tiêu thụ và các kênh phân phối chủ yếu.

+ Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và mở rộng quy mô thị trường, thực hiện mục tiêu phát triển nông sản bền vững.

4. Ý nghĩa khoa học của đề tài

- Kết quả đề tài là tài liệu để tất cả các cán bộ hoạch định chính sách, các cán bộ làm công tác khuyến nông, các doanh nghiệp, các hộ nông dân tham khảo nhằm nâng cao giá trị, kéo dài chuỗi giá trị và tìm đầu ra ổn định cho một số mặt hàng nông sản.

- Là cơ sở báo cáo cấp trên để kiến nghị, sửa đổi, bổ sung, ban hành các chính sách, chế độ cho phù hợp với thực tiễn địa phương; đảm bảo cho địa phương chủ động trong phát triển bền vững các mặt hàng nông sản.

5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Nhóm tác giả nghiên cứu hoạt động sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải.

- Phạm vi nghiên cứu:

Về thời gian: Số liệu trong đề tài được thu thập trong giai đoạn 2011 – 2015.

Về không gian: Đề tài thực hiện trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu và phân tích về tình hình sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải trên địa bàn tỉnh Hưng Yên, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển thị trường tiêu thụ.

6. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình thực hiện đề tài, nhóm tác giả sử dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử, đồng thời sử dụng kết hợp các phương pháp điều tra xã hội học, phương pháp chuyên gia, phương pháp phân tích thống kê, phương pháp lôgic, phương pháp phân tích tổng hợp.

Phương pháp điều tra xã hội học: Nhóm tác giả thực hiện đề tài tiến hành khảo sát 800 phiếu nhằm thu thập thông tin liên quan đến hoạt động sản xuất của các hộ nông dân; 200 phiếu nhằm thu thập các thông tin liên quan đến hoạt động tiêu thụ sản phẩm; 200 phiếuthu thập thông tintừ các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan đến sản xuất, tiêu thụ nông sản...

Phương pháp chuyên gia: Tham khảo ý kiến của các nhà quản lý, các chuyên gia nghiên cứu về thị trường tiêu thụ nông sản của Việt Nam nói chung và các sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải trên địa bàn tỉnh Hưng Yên nói riêng.

Phương pháp phân tích - tổng hợp: Thông qua các số liệu thống kê; số liệu các cuộc điều tra khảo sát tiến hành tổng hợp, so sánh, đánh giá, rút ra kết luận từ thực tiễn, tập hợp thành báo cáo kết quả đề tài.

7. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận và Kiến nghị, Danh mục tài liệu tham khảo, đề tài được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển thị trường tiêu thụ nông sản

Chương 2. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

Chương 3. Đề xuất giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN

1.1. Khái niệm nông sản

Các hàng hóa nông sản có vai trò quan trọng đối với các nền kinh tế, là loại hàng hóa “nhạy cảm” trong thương mại bởi nó liên quan đến lợi ích của một bộ phận dân cư có thu nhập thấp là nông dân và nhu cầu đảm bảo nguồn cung lương thực ổn định ở các quốc gia.

Tồn tại nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm hàng nông sản, như:

Theo Từ điển Bách khoa toàn thư Việt Nam, nông sản được định nghĩa là những sản phẩm hoặc bán thành phẩm của ngành sản xuất hàng hóa thông qua cây trồng và phát triển của cây trồng. Sản phẩm nông nghiệp bao gồm nhiều nhóm hàng hóa thực phẩm, tơ sợi, nhiên liệu, nguyên vật liệu, dược phẩm và ma túy bất hợp pháp (anh túc, cần sa), các sản phẩm độc đáo đặc thù.

Theo FAO, nông sản hoặc các sản phẩm có nguồn gốc nông nghiệp là các sản phẩm hay mặt hàng ở dạng thô hoặc đã được chế biến đem ra bán để phục vụ tiêu dùng của con người hoặc để làm thức ăn cho gia súc.

Theo WTO, nông sản được xác định trong Hiệp định Nông nghiệp là tất cả các sản phẩm liệt kê từ chương 1 đến chương 24 (trừ cá và sản phẩm từ cá) thuộc các chương khác trong Hệ thống thuế mã HS (Hệ thống hài hòa mã số thuế). Với cách hiểu này, nông sản bao gồm một phạm vi khá rộng các loại hàng hóa có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp như:

- Các sản phẩm nông nghiệp cơ bản như lúa gạo, lúa mì, bột mì, sữa, động vật sống, cà phê, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả tươi...;
- Các sản phẩm phái sinh như: Bánh mì, bơ, dầu ăn, thịt...;
- Các sản phẩm được chế biến từ sản phẩm nông nghiệp như bánh kẹo, sản phẩm từ sữa, thuốc lá...

Theo định nghĩa của Hiệp định về chương trình thuế quan ưu đãi của khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) thì sản phẩm nông nghiệp là: Nguyên liệu

nông nghiệp thô/các sản phẩm chưa chế biến được liệt kê trong các chương 1 đến 24 của hệ thống hài hòa HS; và các sản phẩm đã qua sơ chế nhưng hình thức không thay đổi nhiều so với sản phẩm gốc.

Như vậy, có thể hiểu khái niệm nông sản hay nông phẩm là sản phẩm do ngành nông nghiệp cung cấp, và trong Đề tài này theo quan điểm của nhóm nghiên cứu: nông sản là “các sản phẩm của lĩnh vực trồng trọt thuộc ngành sản xuất nông nghiệp”.

1.2. Đặc điểm của nông sản

1.2.1. Nông sản chịu tác động của điều kiện tự nhiên và có chu kỳ sản xuất dài

Nông sản nói riêng và sản phẩm nông nghiệp nói chung phát triển theo quy luật sinh học nhất định (sinh trưởng, phát triển, phát dục và diệt vong) và chịu tác động của các điều kiện tự nhiên như đất đai, thời tiết, khí hậu. Do vậy, từng loại nông sản có những đặc điểm khác nhau. Ở Việt Nam, có nhiều loại nông sản khác nhau và chịu sự tác động của điều kiện tự nhiên khác nhau và có chu kỳ sản xuất khác nhau. Ví dụ, các loại cây công nghiệp lâu năm như cà phê, cao su, trà, điều, hồ tiêu khó có thể phát triển ở ĐBSCL, mà chỉ có thể phát triển ở vùng Đông Nam Bộ và Tây Nguyên do đất đai, thời tiết – khí hậu phù hợp hơn. Hơn nữa, mỗi loại nông sản có chu kỳ sản xuất khác nhau, có cây hàng năm, có cây lâu năm. Do chu kỳ sản xuất dài và chịu tác động của điều kiện tự nhiên nên nông sản thường xảy ra tình trạng “được mùa mất giá, mất mùa được giá”. Trong trường hợp người sản xuất và người mua thỏa thuận mua, bán nông sản trước khi thu hoạch thì cả người sản xuất và người mua đều có động cơ “ăn gian” (Akerlof, 1970), vì người sản xuất không biết người mua có thanh toán tiền, nhận hàng theo hợp đồng đã ký không và giá cả thị trường vào thời điểm giao hàng có cao hơn giá trên hợp đồng không. Người mua không biết chắc người sản xuất có giao hàng đúng số lượng, chất lượng đã ký kết không và giá cả thị trường vào thời điểm nhận hàng có thấp hơn giá trên hợp đồng đã ký không. Do vậy, thị trường trong hoàn cảnh này bị giới hạn ở thị trường giao ngay, trong đó, người mua và người bán đều xác định rõ các điều kiện thỏa thuận. Chính vì vậy, trong thực tiễn chúng ta thấy rằng thị trường giao ngay là

hình thức khá phổ biến. Để khắc phục tình trạng thị trường nông sản bất ổn do yếu tố tự nhiên và chu kỳ sản xuất dài, người sản xuất và người mua đều có động cơ phòng ngừa rủi ro.

1.2.2. Nông sản đa dạng và không đồng nhất chất lượng, kích cỡ

Nông sản rất đa dạng về chủng loại, nếu xét về mục đích sử dụng thì nông sản có thể chia thành 3 nhóm: làm giống, làm thực phẩm và làm nguyên liệu cho ngành công nghiệp. Nông sản có nhiều hình thái và cách thức sử dụng khác nhau như dạng hạt, dạng thân lá, dạng hoa quả, dạng củ; có loại sử dụng khô, có loại sử dụng tươi; có loại không qua chế biến, có loại phải qua chế biến. Mỗi loại nông sản khác nhau có những đặc điểm khác nhau. Đặc điểm của sản phẩm sẽ ảnh hưởng đến chi phí marketing. Chi phí marketing là sự khác nhau giữa giá mà người tiêu dùng trả cho hàng hóa ở giá bán lẻ và giá mà người nông dân nhận được khi bán nông sản ở ngay nông trại. Chi phí marketing là một trong những thước đo hiệu quả trong sản xuất và tiêu thụ nông sản. Sự đa dạng của nông sản cũng tạo ra sự đa dạng các hình thức tổ chức sản và tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng. Như vậy, tùy theo từng sản phẩm khác nhau mà chúng ta có thể lựa chọn hình thức tổ chức sản xuất và tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng khác nhau.

1.2.3. Nông sản phụ thuộc vào tính thời vụ

Cung – cầu của thị trường nông sản thường mất cân bằng là do tính chất mùa vụ của nông sản quyết định. Khi trái vụ, cung nông sản giảm làm cho giá cả tăng; khi đến mùa thu hoạch, cung nông sản tăng làm cho giá giảm. Việc tổ chức tiêu thụ nông sản gắn liền với chế biến, bảo quản và dự trữ để đảm bảo cho cung cầu tương đối ổn định là một yêu cầu trong quá trình phát triển hợp đồng tiêu thụ nông sản. Trong thị trường giao ngay, người sản xuất và người mua phải chuẩn bị cơ sở vật chất cần thiết như sơ chế hoặc chế biến, xây dựng kho để bảo quản, dự trữ. Ngoài ra, sự can thiệp của chính phủ vào thị trường để bình ổn giá cũng là việc làm cần thiết. Trong thời điểm thu hoạch, cung nông sản tăng, chính phủ tham gia mua nông sản để đưa vào kho dự trữ; khi hết vụ, cung nông sản giảm, chính phủ sẽ bán ra để ổn định giá. Tuy nhiên, việc người sản xuất hoặc

người mua tự dự trữ, hoặc chính phủ mua để dự trữ không phải lúc nào cũng thành công và việc dự trữ còn tùy thuộc vào đặc điểm của sản phẩm. Trong nhiều trường hợp, để hạn chế sự mất cân đối cung cầu, người mua và người sản xuất thực hiện tổ chức sản xuất theo hợp đồng. Điều này thúc đẩy việc tiêu thụ nông sản theo hợp đồng. Như vậy, tính chất mùa vụ của sản xuất nông nghiệp có ảnh hưởng lớn đến việc phát triển các loại hợp đồng tiêu thụ nông sản.

1.2.4. Sản xuất nông nghiệp là ngành phân tán

Sản xuất nông nghiệp thường là ngành phân tán. Điều này không những đúng với nền nông nghiệp Việt Nam mà ngay cả các nước phát triển trên thế giới. Đây là một đặc điểm quan trọng, khác biệt với ngành công nghiệp và quyết định đến việc tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng.

Đối với một loại nông sản, nhiều nhà sản xuất (nhà nông), có khi lên tới hàng chục, hàng trăm ngàn, thường bán sản phẩm của mình cho một nhà doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ trên thị trường trong và ngoài nước. Còn sản phẩm của doanh nghiệp chế biến thường bán cho rất nhiều tổ chức và cá nhân trên thị trường trong và ngoài nước. Cả nhà nông và nhà doanh nghiệp rất cần liên kết với nhau một cách bền vững trong việc bán và mua nông sản. Nhà doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ nông sản cần có “chân hàng” ổn định, cung ứng nông sản nguyên liệu thường xuyên đạt chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, giá cả hợp lý với số lượng theo yêu cầu của công nghệ chế biến và thị trường tiêu thụ. Nhà nông cần phải biết chắc chắn nông phẩm do mình làm ra được tiêu thụ hết với giá cả hợp lý, nếu đáp ứng được yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm. Mặt khác, 3 vấn đề lớn của kinh tế thị trường mà từng nhà nông không thể giải quyết được là thị trường tiêu thụ, công nghệ và vốn đầu tư. Chỉ có doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ nông sản mới có thể giải quyết tốt 3 vấn đề này. Giải quyết 3 vấn đề này không chỉ mang lại lợi ích cho nhà nông mà cho cả nhà doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ nông sản. Vì thế, mối liên kết này là tất yếu và được thiết lập ở các nước phát triển từ hàng trăm năm nay bằng một hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện và sự tự nguyện giữa 2 bên.

1.3. Thị trường tiêu thụ nông sản

Tiêu thụ là khái niệm kinh doanh nhằm định hướng việc chuyển giao quyền sở hữu giữa người bán và người mua trên cơ sở đã thanh toán và thu tiền, đồng thời thực hiện việc tổ chức, điều hòa, phối hợp các tổ chức trung gian khác nhau nhằm đảm bảo cho sản phẩm nông sản tiếp cận và khai thác tối đa các loại nhu cầu của thị trường.

Hoạt động tiêu thụ đơn giản được hiểu là một sự trao đổi hàng hóa thông thường, xác định hành động tiếp nhận một sản phẩm mong muốn từ một cá nhân hay một tổ chức bằng cách đưa cho cá nhân hay tổ chức đó một thứ khác.

Thị trường tiêu thụ nông sản là tập hợp những người mua và người bán là các cá nhân, tổ chức tác động với nhau để xác định giá cả, số lượng hàng hóa nông sản và các điều kiện mua bán khác, thanh toán với nhau bằng hiện vật hoặc bằng tiền tệ.

Nghiên cứu khái niệm về thị trường tiêu thụ sản phẩm nông sản là nghiên cứu các vấn đề sau:

- Vùng, miền, lãnh thổ cung cấp nông sản;
- Xác định nhu cầu đối với từng chủng loại nông sản;
- Nghiên cứu đặc tính thị trường cho từng loại nông sản;
- Nghiên cứu phương thức tiêu thụ hàng nông sản;
- Hình thành các kênh phân phối nông sản.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường tiêu thụ nông sản

1.4.1. Các yếu tố khách quan

1.4.1.1. Thị trường xuất nhập khẩu hàng nông sản

Mặt hàng nông sản nhập khẩu vào một nước có thể được điều chỉnh và bị chi phối bởi một hệ thống các luật sau đây: Luật kiểm soát ngoại hối và ngoại thương, luật và quy định liên quan đến hàng cấm, luật và quy định liên quan đến kiểm dịch của Chính phủ, các quy định về thuế, luật về trách nhiệm sản phẩm, các thủ tục hải quan... Nếu quốc gia nhập khẩu có hệ thống luật thông thoáng đối với các nhà nhập khẩu nông sản, các rào cản thương mại như chính sách thuế và các công cụ phi thuế quan không quá khắt khe, thì sẽ tạo điều kiện cho mặt

hàng nông sản dễ dàng thâm nhập vào thị trường nhập khẩu. Ngược lại, sẽ tạo nên áp lực hạn chế hoạt động xuất khẩu nông sản của quốc gia xuất khẩu.

Trong thương mại hàng nông sản thuế quan và các biện pháp bảo hộ phi thuế quan thường được sử dụng để điều tiết hoạt động nhập khẩu nông sản. Bên cạnh đó, các chính sách hỗ trợ sản xuất nông sản trong nước của quốc gia nhập khẩu cũng có tác động hạn chế nhập khẩu hàng nông sản từ bên ngoài. Mặc dù chủ trương tự do hoá thương mại theo tinh thần của WTO, nhưng cho đến nay Hiệp định nông nghiệp vẫn chưa được các nước thực hiện nghiêm túc. Đặc biệt nhiều nước phát triển như EU, Hoa Kỳ... vẫn chi những khoản tiền rất lớn để trợ cấp sản xuất hàng nông sản cùng với những quy định nghiêm ngặt về tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm đã gây khó khăn cho hàng nông sản của nước ngoài thâm nhập vào các thị trường này.

Vì vậy, các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu hàng nông sản cần phải chủ động tìm hiểu về các rào cản thương mại, đặc biệt là các quy định về chất lượng và kỹ thuật đối với hàng nông sản. Nếu những quy định này hợp lý (ví dụ như các quy định về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm) thì các doanh nghiệp buộc phải tuân theo. Ngược lại, nếu những quy định này thiếu hợp lý do các quốc gia nhập khẩu muốn bảo hộ ngành sản xuất trong nước, thì nước xuất khẩu cần nhanh chóng đàm phán với nước nhập khẩu để dỡ bỏ.

Các quy định về chất lượng, kỹ thuật và việc áp dụng hạn ngạch đối với các mặt hàng nông sản sẽ làm giảm lượng cầu đối với những mặt hàng được sản xuất theo phương thức cũ, do đó sẽ làm dư cung và kéo giá nông sản xuống thấp.

1.4.1.2. Nhu cầu của thị trường

Hoạt động buôn bán là hoạt động bán hàng hoá và dịch vụ từ nhà cung cấp tới khách hàng. Vì thế, hoạt động này không chỉ phụ thuộc vào nhóm yếu tố bên nhà cung cấp mà còn phụ thuộc vào những yếu tố về phía khách hàng.

Các yếu tố đó là:

Thu nhập của thị trường tiếp nhận hàng nông sản: Thu nhập của người tiêu dùng tỷ lệ thuận với nhu cầu tiêu thụ hàng hoá. Vì vậy, khi thu nhập của địa

phương có nhu cầu về hàng nông sản tăng thì hoạt động phát triển thị trường sẽ thuận lợi hơn và ngược lại.

Thị hiếu tiêu dùng của thị trường tiếp nhận hàng nông sản: Chúng loại hàng nông sản rất đa dạng và phong phú, đồng thời thói quen và sở thích tiêu dùng về cùng một mặt hàng trên thị trường rất khác nhau. Ví dụ: Đối với mặt hàng gạo, trên thị trường thế giới được chia làm 6 loại, mỗi loại lại có thể phân chia thành hai hay nhiều nhóm và mỗi nhóm thích ứng với từng thị trường riêng. Tại thị trường Châu Âu và Mỹ quen tiêu dùng gạo ngon, hạt dài, song thị trường Châu Á lại quen tiêu dùng loại gạo chất lượng trung bình, hạt tròn. Thị trường Trung Đông quen tiêu dùng gạo thơm, thị trường Lào quen tiêu dùng gạo nếp. Thị trường Châu Phi quen tiêu dùng gạo có chất lượng không cao... Có thể thấy, với mỗi loại nông sản, nó có thể được ưa thích ở thị trường này song lại không được chấp nhận ở thị trường khác, giá có thể cao ở thị trường này song lại rất thấp ở thị trường khác. Vì vậy, các nhà cung cấp hàng nông sản cần phải có quá trình tìm hiểu về thị hiếu và xu hướng tiêu dùng nông sản trên thị trường đó nhằm đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của thị trường.

Mức độ cạnh tranh: Một thị trường tiềm năng luôn là đích đến của các nhà cung cấp. Các nhà cung cấp nông sản luôn muốn thâm nhập vào các thị trường tiềm năng, vì vậy mà những thị trường này có môi trường cạnh tranh khốc liệt. Hiểu rõ những điểm mạnh và điểm yếu của bản thân nhà cung cấp và của đối thủ cạnh tranh sẽ giúp nhà cung cấp nông sản hoạch định chiến lược phát triển thị trường hiệu quả.

1.4.1.3. Tác động của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ

Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ trong những năm cuối thế kỷ 20 và đầu thế kỷ 21, thị trường nông sản thế giới ngày càng tăng trưởng nhanh chóng, cho phép thoả mãn nhu cầu đa dạng của giới tiêu dùng về nông sản. Đó cũng là điều kiện quyết định để tăng năng suất lao động, tăng năng suất cây trồng và chất lượng nông sản, từ đó hạ giá thành nông sản. Đồng thời nó cũng tác động cho phép tăng cầu về nông sản ở mỗi quốc gia. Như vậy, khoa học và công nghệ đã tạo ra hiệu quả có tính hai mặt: đa dạng hoá, nâng cao nhu

cầu của khách hàng tiêu dùng nông sản đồng thời hạ giá bán sản phẩm nông sản. Vì vậy, thị trường nông sản thế giới sẽ biến động theo chiều hướng có lợi cho cả người sản xuất và xuất khẩu nông sản lẫn người nhập khẩu và tiêu dùng nông sản. Nhân tố này được xem xét trên hai phạm vi: Trong sản xuất nông nghiệp và ngoài sản xuất nông nghiệp, nhưng có liên quan trực tiếp đến sản xuất và xuất khẩu nông sản.

Trong sản xuất nông nghiệp, nhân tố khoa học và công nghệ bao gồm cơ giới hóa, thủy lợi hóa, hóa học hóa, áp dụng những thành tựu mới của công nghệ sinh học vào sản xuất nông sản sẽ ngày càng có vị trí quyết định trong hoạt động sản xuất và xuất khẩu nông sản. Các quốc gia như Mỹ, Nhật Bản, khối EU đang có nhiều ưu thế trong lĩnh vực này. Ngoài sản xuất, khoa học và công nghệ có vai trò quan trọng trong việc nâng cao trình độ các ngành công nghiệp chế biến nông sản, công nghiệp hóa, hiện đại hóa khâu chế biến và bảo quản nông sản. Do phần lớn nông sản là mặt hàng thực phẩm thiết yếu có ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe người tiêu dùng, nên yêu cầu về chất lượng sản phẩm, vệ sinh an toàn thực phẩm ở các nước nhập khẩu, đặc biệt là những quốc gia nhập khẩu lớn, ngày càng đòi hỏi khắt khe, chặt chẽ hơn.

Nhân tố khoa học và công nghệ ngày càng giữ vai trò quyết định đối với khả năng sản xuất và xuất khẩu nông sản. Do công nghệ bảo quản đơn giản, hàm lượng khoa học thấp, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho công tác nuôi trồng, chế biến, bảo quản, vận chuyển lạc hậu, đặc biệt là công nghệ bảo quản sau thu hoạch kém dẫn đến tỷ lệ hư hỏng sản phẩm cao là nhân tố quan trọng đẩy giá thành sản phẩm lên cao. Đó chính là một lý do quan trọng khiến giá nông sản xuất khẩu của Việt Nam khó cạnh tranh được so với sản phẩm cùng loại của các quốc gia khác có nền khoa học và công nghệ tiên bộ trong lĩnh vực này.

1.4.1.4. Diễn biến cung – cầu hàng nông sản trên thị trường thế giới

Giá cả hàng nông sản giao dịch trên thị trường thế giới chịu sự tác động chủ yếu của hai lực lượng là cung hàng nông sản và cầu hàng nông sản. Nhu cầu của thị trường về hàng nông sản: Nông sản là hàng hoá thiết yếu, cũng giống như các loại hàng hoá khác nó cũng phụ thuộc vào thu nhập, cơ cấu dân cư, thị

hiều tiêu dùng... Nhu cầu hàng nông sản ít co giãn với giá và thu nhập, hệ số co giãn nhỏ. Điều này có nghĩa là nhu cầu hàng nông sản tương đối ổn định, ít biến động. Khi thu nhập của người dân cao thì cầu về nông sản chất lượng cao có xu hướng tăng lên và cầu đối với nông sản chất lượng thấp lại giảm đi. Do đó, tỷ trọng chi tiêu cho các mặt hàng nông sản nói chung trong tổng thu nhập về cơ bản ít biến động. Cầu về nông sản trên thị trường thế giới do những nước chủ yếu nhập khẩu nông sản quyết định, như Mỹ, Châu Âu và Nhật Bản.

Trong khi đó cung về hàng nông sản trên thế giới do những nước xuất khẩu nhiều nông sản, như Trung Quốc, Ấn Độ, các nước Nam Mỹ, Việt Nam, Thái Lan và một số nước Đông Nam Á quyết định. Trái ngược với cầu, cung về hàng nông sản co giãn nhiều theo giá. Khi có sự biến động cung cầu về hàng nông sản trên thị trường thì nó ảnh hưởng nhiều hơn đến nhà sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản. Trên thị trường thế giới, các mặt hàng nông sản rất đa dạng, phong phú, nhu cầu về nông sản co giãn ít so với mức giá do đó nếu lượng cung tăng quá nhiều có thể dẫn tới dư cung gây bất lợi cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu.

1.4.1.5. Yếu tố thời tiết

Hàng nông sản chịu ảnh hưởng nhiều của yếu tố khí hậu, thời tiết. Nếu năm nào, khu vực nào có mưa thuận gió hoà cho năng suất cao, hàng nông sản sẽ tràn ngập trên thị trường và giá rẻ. Ngược lại, nếu năm nào, khu vực nào có khí hậu, thời tiết khắc nghiệt, hạn hán, lũ lụt xảy ra thường xuyên thì hàng nông sản sẽ khan hiếm và có chất lượng không cao, giá cao. Sự biến động của thời tiết ảnh hưởng lớn đến sản lượng, mẫu mã, chất lượng và giá cả của mặt hàng nông sản.

1.4.2. Các yếu tố chủ quan

1.4.2.1. Cơ chế chính sách của địa phương

Thực tế cho thấy, nhiều địa phương, quốc gia đang giữ vị trí quan trọng trên thị trường nông sản trong nước và thế giới mặc dù trình độ khoa học công nghệ thấp hơn các nước phát triển. Một trong những nguyên nhân là do các địa phương, quốc gia này có hệ thống chính sách hợp lý và hiệu quả trong tổ chức

sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản. Có thể nói hoạt động phát triển thị trường có hiệu quả hay không chủ yếu phụ thuộc vào trình độ tổ chức sản xuất kinh doanh và sự hỗ trợ tích cực bằng chính sách kinh tế của địa phương, đặc biệt là của chính phủ. Một hệ thống chính sách hợp lý có tác dụng tích cực thúc đẩy và nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển thị trường của hàng nông sản.

Các chính sách nhằm phát triển thị trường có vai trò quan trọng đối với hoạt động tiêu thụ nói chung và xuất khẩu nói riêng. Tuy nhiên, đây là công việc khó khăn, phức tạp và phụ thuộc nhiều vào mối quan hệ giữa các địa phương, quốc gia. Vì vậy, chính quyền địa phương, chính phủ các nước cần xây dựng được chiến lược phát triển thị trường phù hợp với từng địa phương, từng nước, từng khu vực trên thế giới. Trên cơ sở định hướng và những hiệp định song phương, đa phương được ký kết của chính phủ, các tổ chức xúc tiến thương mại của Nhà nước, các doanh nghiệp chủ động giới thiệu sản phẩm nông sản tới các thị trường tiêu thụ. Chính sách hỗ trợ của địa phương, chính phủ có tác động mạnh đến hoạt động tiêu thụ nông sản, nó có tác dụng khuyến khích hoặc hạn chế hoạt động xuất khẩu. Ví dụ, chính sách về phát triển nông thôn, chính sách vùng nguyên liệu, chính sách về tỷ giá hối đoái, chính sách thu hút đầu tư vào sản xuất nông sản xuất khẩu. Trong điều kiện hội nhập và tự do hoá thương mại, các chính sách hỗ trợ này cần phải tuân thủ các nguyên tắc của WTO cũng như các hiệp định đã ký kết.

1.4.2.2. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cung ứng hàng nông sản

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để đem lại lợi nhuận ngày càng cao. Như vậy, năng lực cạnh tranh trước hết phải được tạo ra từ nội lực của mỗi doanh nghiệp. Đây là các yếu tố nội hàm của mỗi doanh nghiệp, không chỉ được tính bằng các tiêu chí về công nghệ, tài chính, nhân lực, tổ chức quản trị ..., một cách riêng biệt mà cần đánh giá, so sánh với các đối tác cạnh tranh trong hoạt động trên cùng một lĩnh vực, cùng một thị trường. Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện trên nhiều mặt: chất lượng, giá cả sản phẩm, sự khác biệt của sản phẩm, năng lực tài chính,

kinh nghiệm, trình độ công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực hay vị thế của doanh nghiệp trên thị trường... Quyết định cung cấp những mặt hàng nông sản nào, ở đâu và liệu doanh nghiệp đã sẵn sàng thực hiện chiến lược xâm nhập và mở rộng thị trường hay chưa phụ thuộc vào việc xem xét các yếu tố trên. Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là một tất yếu khách quan trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

1.4.2.3. Những đặc trưng riêng của hàng nông sản địa phương

Các đặc trưng riêng có của hàng nông sản địa phương ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động xuất khẩu nói chung cũng như hoạt động phát triển thị trường nói riêng của mặt hàng đó. Đối với hàng nông sản, quá trình sản xuất, thu hoạch và buôn bán mang tính thời vụ cao. Vào những lúc chính vụ, hàng nông sản dồi dào, phong phú về chủng loại, chất lượng khá đồng đều và giá bán rẻ. Ngược lại, vào những lúc trái vụ hàng nông sản khan hiếm, chất lượng không đồng đều và giá bán thường cao. Chính vì vậy, đối với mỗi doanh nghiệp tham gia cung ứng hàng nông sản, việc nghiên cứu thị trường (cả thị trường trong nước và thị trường nước ngoài) từ đó đưa ra những dự báo phục vụ cho quá trình thu mua dự trữ để đáp ứng những đơn đặt hàng vào lúc trái vụ là thực sự cần thiết. Nếu doanh nghiệp đáp ứng được đơn đặt hàng vào lúc trái vụ thì lợi nhuận mà doanh nghiệp thu được so với lúc chính vụ sẽ lớn hơn rất nhiều. Ngoài ra, do đặc tính thu hoạch theo thời vụ nên hoạt động thu hoạch hàng nông sản thường chỉ diễn ra trong một thời gian ngắn. Với đặc tính này buộc doanh nghiệp phải có mạng lưới thu mua rộng khắp và phải chuẩn bị đủ vốn để thực hiện công tác thu mua có hiệu quả.

Chất lượng hàng nông sản sẽ tác động trực tiếp đến sức khỏe và tính mạng của người tiêu dùng. Chính vì vậy nó luôn là yếu tố đầu tiên được người tiêu dùng quan tâm. Tại các quốc gia phát triển nhập khẩu hàng nông sản, ngày càng có nhiều yêu cầu được đặt ra đối với hàng nhập khẩu về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm, kiểm dịch, xuất xứ.... Vì vậy để xâm nhập vào các thị trường khó tính này buộc doanh nghiệp phải đáp ứng được những yêu cầu mà nước nhập khẩu đặt ra. Đối với hàng nông sản, khâu bảo quản và chế biến

rất quan trọng vì giá cả hàng nông sản xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào chất lượng. Chất lượng hàng nông sản không những phụ thuộc vào khâu sản xuất mà còn phụ thuộc rất nhiều vào khâu bảo quản và chế biến. Chính vì vậy, để nâng cao giá hàng nông sản xuất khẩu thì khâu bảo quản và chế biến phải được các doanh nghiệp đặc biệt quan tâm. Ngoài ra, với tính chất dễ ảm, mốc, biến chất của hàng nông sản buộc các doanh nghiệp tham gia cung ứng phải quan tâm tới điều khoản thời hạn giao hàng bởi điều khoản này sẽ quy định trách nhiệm của doanh nghiệp đối với chất lượng hàng nông sản khi có vấn đề phát sinh.

Ngoài ra, mỗi vùng miền sẽ có những đặc sản nông sản riêng có. Những mặt hàng này thường được người tiêu dùng ưa thích, có giá cao, song rất khó nhân rộng ra quy mô lớn, do chỉ phù hợp, thích nghi với một khu vực thổ nhưỡng nhất định.

1.5. Một số bài học kinh nghiệm về phát triển thị trường tiêu thụ hàng nông sản

1.5.1. Kinh nghiệm quốc tế

1.5.1.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc là nước có đất tự nhiên rộng lớn, dân số đông, nhưng tỷ trọng đất canh tác trong tổng số diện tích tự nhiên nhỏ (chiếm 10,8%), đất canh tác bình quân đầu người rất thấp (0,11 ha/ người). Tuy vậy, nông nghiệp của Trung Quốc trong thời gian dài liên tiếp được mùa và đã đạt được những thành tựu rất quan trọng. Hiện tại, Trung Quốc là nước có sản lượng nông sản lớn so với Châu Á và thế giới.

Trung Quốc đã lựa chọn và thực hiện chiến lược khai thác thị trường nông sản thế giới theo hai hướng: Tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới và gia tăng kim ngạch xuất khẩu tại các thị trường hiện có. Chiến lược này được ban hành từ năm 2000, Trung Quốc phân chia thị trường theo nhiều tiêu thức như trình độ phát triển, dung lượng thị trường và vị trí địa lý. Việc phân loại thị trường thế giới theo các tiêu thức khác nhau đã giúp Trung Quốc đề ra kế sách khai thác thị trường một cách hợp lý, hiệu quả hơn. Bên cạnh chiến lược khai thác thị trường

“cơ bản”, Trung Quốc còn thực hiện chiến lược “bỏ khuyết” để tìm cho mình một phương hướng thị trường thích hợp.

Trong khi triển khai chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu theo hướng khai thác thị trường hiện có, Trung Quốc đã kiên trì theo đuổi hai chiến lược cơ bản là: (1) Đi theo xu hướng toàn cầu hoá để khai thác tiềm lực của thị trường hiện đã chiếm lĩnh nhằm tăng cường xuất khẩu tới mức tối đa; (2) Không tập trung quá mức vào một thị trường đặc biệt nào, thông qua việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu để đảm bảo phát triển ổn định.

Hiện nay, Trung Quốc đã xuất khẩu hàng nông sản đến khoảng 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Các thị trường nhập khẩu hàng nông sản của Trung Quốc rất đa dạng, từ các nước công nghiệp phát triển cho đến các nước đang và kém phát triển ở nhiều châu lục... Thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc tập trung vào thị trường các nước phát triển (Mỹ, Nhật), Hồng Kông và các nước ASEAN (Thái lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a). Giai đoạn 2008-2014, 10 nước và vùng lãnh thổ này chiếm khoảng 62% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc, trong đó riêng thị trường Mỹ chiếm tới 16%. Điều này cũng cho thấy Trung Quốc đã khai thác tương đối tốt các thị trường hiện có của mình.

Trung Quốc thực hiện chiến lược đa dạng hoá thị trường xuất khẩu theo cả chiều rộng và chiều sâu. Khu vực APEC, chiếm khoảng 80% giá trị hàng nông sản xuất khẩu của Trung Quốc; thị trường Bắc Mỹ, Đông Nam Á và Tây Âu là ba trung tâm mậu dịch lớn của Trung Quốc. Trung Quốc coi các thị trường này là các thị trường trọng điểm cần tiếp tục khai thác, còn các thị trường cấp hai khác có tiềm lực lớn như Châu Phi và Trung Đông có thể là những thị trường tiềm năng Trung Quốc cần khai thác trong những năm sắp tới.

Ngoài ra, Trung Quốc còn thực hiện các chính sách như: Mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua tham gia các liên kết kinh tế khu vực và thế giới (gia nhập WTO và thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN- Trung Quốc (ACFTA). Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc duy trì tốc độ tăng trưởng 9.37% trong giai đoạn hậu khủng hoảng 2008-2014; Đa dạng hóa hàng

nông sản xuất khẩu và nâng cao chất lượng sản phẩm theo hướng toàn diện. Những chương trình thành công là "Chương trình Đốm lửa" và "Chương trình Bó đuốc" đã tạo ra nền tảng tiến bộ khoa học kỹ thuật trong nông nghiệp và đã được Liên hiệp quốc đánh giá cao; kiểm soát chặt chẽ sự tăng hay giảm giá của đồng NDT; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu hàng nông sản thông qua việc thiết lập các cơ quan thương vụ ở các nước và khu vực trên thế giới; Thu hút đầu tư nước ngoài gắn với phát triển thị trường xuất khẩu.

1.5.1.2. Kinh nghiệm của Thái Lan

Thái Lan là một quốc gia nằm trong khu vực Đông Nam Á, vốn là một nước nông nghiệp truyền thống, có diện tích canh tác 19,62 triệu ha, gấp 2,62 lần so với Việt Nam. Trong khi đó dân số theo số điều tra năm 2014 có 67 triệu dân, bình quân đất canh tác trên đầu người gấp 4 lần so với Việt Nam. Ngành nông nghiệp đóng góp khoảng 13% vào tổng GDP của Thái Lan, trong đó lĩnh vực trồng trọt đóng góp khoảng 68% vào tổng giá trị sản xuất nông nghiệp. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Thái Lan đạt 20,14 tỷ USD, đứng thứ 6 trên thế giới. Hiện nay, 5 mặt hàng nông sản xuất khẩu quan trọng nhất của Thái Lan là gạo (luôn đứng đầu thế giới); sắn (xuất khẩu nhiều nhất thế giới); ngô (xuất khẩu 4- 5 triệu tấn/năm); cao su (đứng thứ 3 thế giới); rau quả (đứng thứ 2 khu vực châu Á - Thái Bình Dương, sau Trung Quốc). Từ năm 2008, Chính phủ Thái Lan đã thành lập mô hình trang trại thông minh, có áp dụng công nghệ thông tin và công nghệ điện tử để tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp mà cuối cùng sẽ nâng cao chất lượng sống của người nông dân trong khu vực nông thôn. Mô hình trang trại thông minh tập trung vào 4 sản phẩm nông nghiệp chính là lúa, sắn, cao su và mía đường.

Sự thành công trong xuất khẩu hàng nông sản của Thái Lan chính là nhờ vào chính sách đổi mới của chính phủ trên quan điểm phát triển nông nghiệp, nông thôn là xương sống của đất nước. Các chính sách nhằm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Thái Lan được thể hiện trên các mặt sau: (1) lựa chọn thị trường xuất khẩu trên cơ sở kết hợp chính sách đa dạng hóa thị trường và chính sách xây dựng thị trường trọng điểm; (2) Phát triển thị trường thông

qua chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng nông sản; (3) Mở rộng thị trường thông qua việc hoàn thiện kênh phân phối hàng hóa. Thái Lan đã thực hiện một số chính sách tiêu biểu như:

Một là, chính sách giống: Chính sách giống đã sớm được quan tâm bởi cả Nhà nước và khu vực tư nhân. Các cơ quan nghiên cứu và các trường đại học được khuyến khích để phát triển giống, thông qua những hỗ trợ và R&D, thương mại hóa sản phẩm và bảo vệ sở hữu trí tuệ. Trung tâm Nghiên cứu quốc gia (DOR) chịu trách nhiệm về việc cải thiện di truyền và sản xuất giống nguyên chủng, trong khi các đơn vị sản xuất hạt giống để nhân rộng là các trung tâm giống công cộng - đơn vị ký hợp đồng với nông dân gieo hạt giống trên diện rộng và hạt giống đã đăng ký. Các DOR giúp nông dân thành lập "Trung tâm giống cộng đồng" để sản xuất hạt giống thương mại.

Để tăng cường quản lý giống, Chính phủ Thái Lan đã thiết lập 23 trung tâm giống từ năm 1976 đến năm 1985. Thị trường hạt giống tư nhân đã phát triển mạnh gần đây, nhờ (1) sự hỗ trợ tích cực của chính phủ, (2) đầu tư dài hạn trong nghiên cứu và đào tạo các đơn vị sản xuất giống, (3) Chính phủ khuyến khích khu vực tư nhân nghiên cứu và phát triển giống lúa để bù đắp cho những hạn chế về nguồn lực công của các cơ quan nhà nước. Chính phủ cũng đã chủ động hỗ trợ vai trò của khu vực tư nhân trong việc sản xuất hạt giống lai vì những lý do tương tự.

Hai là, chính sách về cơ giới hóa trong nông nghiệp: Cơ giới hóa đóng vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của nông nghiệp Thái Lan. Nước này đã từng bước chủ động sản xuất máy móc nông nghiệp và thiết bị nông nghiệp cho phù hợp với nhu cầu và khả năng tài chính của người sử dụng. Hiện nay, hầu hết các thiết bị nông nghiệp được sử dụng ở Thái Lan được sản xuất trong nước như máy kéo, máy cày, máy bừa, máy bơm nước, phun, máy đập lúa, máy gặt, máy gặt đập, làm sạch thiết bị, máy sấy, máy xay xát lúa gạo, và thiết bị chế biến. Chính phủ Thái Lan cũng đưa ra chương trình Trung tâm dịch vụ cơ giới hóa ở cấp làng. Mục tiêu là thiết lập khoảng 886 trung tâm dịch vụ cơ giới hóa làng và dự kiến sẽ nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng của nông sản; phát

triển thị trường. Trung tâm sẽ cung cấp dịch vụ máy kéo, đào tạo hoạt động máy, sửa chữa, bảo trì. Phát triển trong tương lai cần tập trung vào chất lượng và tính bền vững của việc áp dụng khoa học, công nghệ, đổi mới và sáng tạo.

Ba là, Đầu tư kho tàng, phơi sấy, bảo quản vận chuyển, giảm hao hụt: Thái Lan đi trước Việt Nam trong phát triển hệ thống sau thu hoạch, trong đó có hệ thống kho tàng, vận chuyển nông sản. Thậm chí để phục vụ xuất khẩu mạnh sang các nước phương Tây, Chính phủ Thái Lan còn khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp xây kho ở quốc gia có vị trí địa lý trung tâm, thuận tiện xuất khẩu đi các nước lân cận hoặc có thể xuất ngay tại nước đó, ví dụ kho và nhà máy đánh bóng gạo tại Pháp để xuất khẩu sang Hà Lan, Đức. Các doanh nghiệp xuất khẩu gạo nước này thu mua trong nước xong vận chuyển sang các kho ngoại quốc, khi thấy thị trường Pháp hoặc các nước châu Âu khác có nhu cầu thì lấy ra bán ngay, đáp ứng kịp thời hơn so với đối thủ. Sắp tới, Thái Lan dự kiến xây thêm kho chứa trái cây xuất khẩu ở các thị trường tiêu thụ chính. Thái Lan còn đầu tư rất mạnh cho công nghệ phơi sấy và bảo quản.

Bốn là, Tăng cường chế biến phế, phụ phẩm: Hiện ở một số nước như Thái Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc đã phát triển rất mạnh công nghệ và các ngành công nghiệp ăn theo công nghệ chế biến phế, phụ phẩm nông sản. Ví dụ sản phẩm cám gạo có giá trị tăng cao hơn từ 100 - 300% khi được chế biến thành thức ăn chăn nuôi, xà phòng, mỹ phẩm hoặc dược phẩm, rom được chế biến thành viên làm thức ăn gia súc, làm chất độn chuồng trong chăn nuôi hay xuất khẩu. Tại các nước này, rom còn được chế biến Ethanol hay nhiên liệu sinh học (Bio diesel), chế biến plastic sinh học để sản xuất các loại bao bì, cốc chứa đựng sinh học thân thiện với môi trường, làm chất đốt, chế biến xà phòng, dầu ăn, mỹ phẩm,...

Năm là, chính sách Tổ chức tiêu thụ: Một hệ thống phân phối hiện đại đảm bảo sự kiểm soát tốt hơn cả về giá và chất lượng nông sản. Tại nhiều nước, hệ thống đấu giá nông sản tại các chợ trung tâm đã sớm hình thành và giữ vai trò quan trọng trong việc thiết lập các mặt bằng giá, phân loại, quy cách hóa nông sản và phục vụ đắc lực cho việc truy xuất nguồn gốc nông sản. Các chợ

trung tâm có thể được thiết lập bởi cơ quan chính phủ hoặc các nhà kinh doanh, nhưng thường nằm trong khu vực sản xuất chính. Tại Thái Lan, chợ trung tâm của chính phủ được thành lập bởi các cơ quan nhà nước như Ngân hàng Nông nghiệp và Hợp tác xã Nông nghiệp (BAAC) và Cơ quan Khuyến nông của Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã. Bộ Thương mại Thái Lan hỗ trợ sắp xếp và quản lý các chợ trung tâm của Nhà nước và chợ trung tâm của tư nhân.

1.5.1.3. Kinh nghiệm của Hàn Quốc

Tại Hàn Quốc, Liên đoàn quốc gia Hợp tác xã Nông nghiệp Hàn Quốc (NACF) đã thiết lập mạng lưới hợp tác xã từ trung ương đến cơ sở. Hệ thống hợp tác xã ở Hàn Quốc đã phát triển nhanh, đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng lên của nông dân về hỗ trợ dịch vụ. NACF nắm giữ 40% thị phần nông sản trong nước. Nhằm mở rộng thị trường nông sản, NACF quản lý một mạng lưới dịch vụ vận chuyển nông sản từ cửa nông trại đến người tiêu dùng, giúp người nông dân sản xuất theo đúng yêu cầu của thị trường, giảm tối thiểu chi phí lưu thông, hao hụt, thất thoát. NACF cũng điều hành một hệ thống doanh nghiệp kinh doanh nông sản lớn nhất và cạnh tranh mạnh nhất. NACF chịu trách nhiệm cung cấp các vật tư nông nghiệp bảo đảm cho nông dân có đủ vật tư thiết yếu đúng thời gian, giá rẻ, chất lượng. Trong khâu chế biến, NACF sở hữu một hệ thống hạ tầng và thiết bị hùng hậu giúp tăng thêm giá trị cho hàng nông sản. Trong hoạt động tín dụng ngân hàng, NACF đáp ứng nhiều loại dịch vụ: giao dịch ngân hàng, dịch vụ thẻ tín dụng, tín dụng cho vay, đầu tư, bảo hiểm, giao dịch quốc tế... Hệ thống bảo hiểm của NACF chiếm lĩnh toàn bộ thị trường nông thôn.

Có hai yếu tố quan trọng nhất thúc đẩy cơ giới hóa trong nông nghiệp ở Hàn Quốc (SEARCA, 2014). Yếu tố đầu tiên là tăng quy mô sản xuất/hộ nông dân. Thứ hai là những nỗ lực đầu tư nghiên cứu và sản xuất máy nông nghiệp. Hàn Quốc không chỉ thành công trong việc tăng tỷ lệ cơ giới hóa trong nông nghiệp mà còn xuất khẩu được máy nông nghiệp sang các thị trường nước ngoài như Mỹ, Trung Quốc và Nhật Bản. Hàn Quốc cũng tập trung nhiều nguồn lực để phát triển và nâng cao chất lượng giống cho sản xuất nông sản. Các chính

sách đều hướng tới đảm bảo dinh dưỡng cho cộng đồng và cải thiện thu nhập của người nông dân. Tập trung vào việc nâng cao chất lượng giống đã từng được coi như chìa khóa cho đột phá trong nông nghiệp của Hàn Quốc giai đoạn đầu của công nghiệp hóa.

1.5.1.4. Kinh nghiệm tại Nhật Bản

Tại Nhật Bản, hợp tác xã nông nghiệp là kênh tiêu thụ nông sản chính: 90% lúa gạo; trên 50% rau, hoa quả, sữa tươi... Một trong những đặc điểm nổi bật nhất của hợp tác xã nông nghiệp Nhật Bản là hợp tác trong phân phối chứ không chỉ hợp tác trong sản xuất. Hợp tác xã nông nghiệp thực hiện hai nhiệm vụ chính: một là, cung cấp cho nông dân các yếu tố “đầu vào” phục vụ sản xuất nông nghiệp, như phân bón, hóa chất nông nghiệp, trang thiết bị, kỹ thuật trồng trọt và chăn nuôi gia súc; hai là, giúp nông dân tiêu thụ sản phẩm bằng cách thu gom, bảo quản, dự trữ, bán các nông sản, vật tư dựa vào mạng lưới tiêu thụ sản phẩm quốc gia và quốc tế. Để giúp các tổ chức hợp tác xã hoạt động, Chính phủ Nhật Bản đã tăng cường xây dựng hệ thống phục vụ xã hội hóa nông nghiệp, coi hợp tác xã nông nghiệp là một trong những hình thức phục vụ xã hội hóa tốt nhất và yêu cầu các cấp, các ngành phải bảo vệ quyền lợi hợp pháp của tổ chức này.

1.5.2. Kinh nghiệm của một số địa phương trong nước

1.5.2.1. Kinh nghiệm của Hà Nội

Hà Nội hiện có khoảng 152.000 doanh nghiệp, trong đó có trên 1.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp. Các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp tập trung chủ yếu kinh doanh cung cấp dịch vụ vật tư đầu vào và làm trung gian phân phối tiêu thụ sản phẩm đầu ra. Bên cạnh đó trong thời gian qua trên địa bàn thành phố đã xuất hiện một số doanh nghiệp đã tổ chức liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị, mang lại hiệu quả cao cho người sản xuất và người tiêu dùng. Điển hình như:

Chuỗi liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm của Công ty HaDico:

Đã Liên kết với nông dân tạo vùng nguyên liệu sản phẩm an toàn và thiết lập các cửa hàng tiện ích và siêu thị mini cung cấp sản phẩm an toàn cho người dân Hà Nội. Đồng thời xây dựng được các mô hình sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, là nơi tham quan học tập cho các tổ chức, cá nhân, hộ nông dân trong và ngoài thành phố đến học tập trao đổi kinh nghiệm. Là nơi chuyên giao tiến bộ khoa học kỹ thuật, cung cấp giống cây trồng và vật tư kỹ thuật nông nghiệp chất lượng cao.

Tổng công ty giống cây trồng Thái Bình: Liên kết chặt chẽ với các huyện hỗ trợ cho người sản xuất về chuyên giao tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình trình diễn giống mới, kỹ thuật mới cho nông dân thăm quan học tập. Có cơ chế bán giống thanh toán trả chậm hỗ trợ cho người dân nhằm đẩy nhanh tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất.

Chuỗi liên kết của Công ty Cổ phần Thực phẩm Minh Dương: Chế biến nông sản chế biến theo dây chuyền hiện đại, hoàn toàn không hóa chất, không chất bảo quản. Liên kết với người sản xuất theo hình thức tạo vùng nguyên liệu, hỗ trợ người sản xuất về tập huấn chuyên giao kỹ thuật, cử cán bộ tư vấn, giám sát kỹ thuật, hỗ trợ tài chính cho nông sản xuất khẩu. Đồng thời phối hợp chặt chẽ với nhà khoa học và người sản xuất, tạo ra sản phẩm chất lượng sau đó bao tiêu toàn bộ sản phẩm cho nông dân.

Chuỗi liên kết của Công ty sữa quốc tế IDP: Công ty liên kết với người sản xuất theo hình thức tạo vùng nguyên liệu. Công ty đã phối hợp liên kết vùng nguyên liệu với nhiều tỉnh thành trong cả nước nhằm tạo vùng nguyên liệu ổn định chất lượng. Người sản xuất tham gia chuỗi liên kết được công ty hỗ trợ: Tập huấn, chuyên giao kỹ thuật, cho vay vốn ưu đãi, cử cán bộ giám sát quy trình kỹ thuật, thu mua toàn bộ sản phẩm cho nông dân. Bên cạnh tổ chức nhiều Hội nghị khách hàng nhằm giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng.

Sàn Giao dịch Rau quả & Thực phẩm An toàn Hà Nội: Đã kết nối được với 11 tỉnh thành trong cả nước với trên 625 tổ hợp tác. Sàn giao dịch đã hỗ trợ cho nông dân và doanh nghiệp về: Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức sản xuất định hướng thị trường; Kết nối các tổ hợp tác với các doanh nghiệp liên kết hợp

tác đầu tư và/hoặc tiêu thụ sản phẩm; Cung cấp thông tin thị trường và tư vấn các biện pháp điều chỉnh sản xuất và tiếp thị phù hợp cho các tổ hợp tác/nhóm sản xuất. Hỗ trợ tìm kiếm, liên hệ và kết nối đến đúng các tổ hợp tác/nhóm sản xuất phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp mở rộng tiêu thụ sản phẩm thông qua mạng lưới các điểm kết nối bán sản phẩm trực tiếp tới các khu dân cư do Sàn phát triển.

Công ty cổ phần sản xuất và thương mại Tâm Đức Tín: Công ty tranh thủ các nguồn vốn hỗ trợ cho người sản xuất, thống nhất giá sàn mua sản phẩm cho người sản xuất. Lợi nhuận sau sản xuất và tiêu thụ được chia sẻ giữa doanh nghiệp, hợp tác xã và người sản xuất để tạo nên liên kết bền vững trong chuỗi giá trị.

Hình thức gia công sản phẩm của các tập đoàn: Công ty CP, DaBaCo ... Liên kết theo hình thức này, người sản xuất bố trí mặt bằng, cơ sở sản xuất, nhân công. Doanh nghiệp bố trí cán bộ kỹ thuật, giống, vật tư. Sản phẩm gia công được doanh nghiệp thu mua toàn bộ theo giá từng đơn vị tăng trọng... Hình thức liên kết này tuy hiệu quả không cao nhưng mang tính bền vững vì doanh nghiệp đã lo toàn bộ chi phí đầu vào và bán sản phẩm đầu ra.

1.5.2.2. Kinh nghiệm của Thành phố Hồ Chí Minh

Theo Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh đã thực hiện chương trình xúc tiến thương mại với Thành phố Hồ Chí Minh là: Long An, Bến Tre, Tiền Giang, An Giang, Đồng Tháp, Sóc Trăng, Lâm Đồng, Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu... Có thể thấy, Thành phố Hồ Chí Minh là nơi phân phối, sản xuất, trung chuyển, xuất nhập khẩu và tiêu thụ hàng hóa lớn nhất trong vùng và cả nước.

Trung bình hàng năm, sức tiêu thụ của Thành phố Hồ Chí Minh tăng trưởng 28%/năm, tỷ trọng GDP chiếm hơn 20%, sản xuất công nghiệp chiếm hơn 30%, tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ chiếm hơn 25% so với cả nước. Vì thế, phần lớn các tỉnh, thành Đông - Tây Nam Bộ đều đến Thành phố Hồ Chí Minh để xúc tiến thương mại. Chỉ tính từ năm 2011 - 2015, Thành phố Hồ chí

Minh đã phối hợp với 20 tỉnh, thành Đông - Tây Nam Bộ triển khai hợp tác thương mại. Theo đó, đã có nhiều chính sách hỗ trợ, tạo điều kiện cho doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh an tâm đầu tư, liên kết phát triển sản xuất kinh doanh, đầu tư nhà máy; mở rộng chuồng trại, ứng vốn cho nông dân trồng trọt, chăn nuôi... tại các tỉnh, thành Đông - Tây Nam Bộ.

Các doanh nghiệp đồng hành cùng chương trình hợp tác thương mại với các tỉnh, thành Đông - Tây Nam Bộ đã thực hiện 75 dự án đầu tư sản xuất, liên kết đầu tư với tổng số vốn đầu tư 27.428 tỷ đồng gồm các dự án nuôi, trồng, chế biến thực phẩm, xây dựng nhà máy, trang trại, trung tâm thương mại, siêu thị... Có thể kể đến như Liên hiệp HTX Thương mại thành phố (Saigon Co.op) đã đầu tư 4 trung tâm phân phối, kho lưu trữ tại tỉnh Bình Dương, Hậu Giang... Tổng công ty Thương mại Sài Gòn (Satra) đầu tư phát triển hệ thống phân phối, xây dựng nhà xưởng, đầu tư xây dựng kho lạnh hiện đại tại chợ đầu mối Bình Điền có công suất chứa 21.000 tấn hàng hóa; liên kết sản xuất với các tỉnh Đồng Tháp, Đồng Nai, An Giang, Lâm Đồng đưa hàng hóa về tiêu thụ... Công ty TNHH MTV Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (Vissan) liên kết với các trang trại chăn nuôi tại các địa phương tiêu thụ bình quân 31.000 tấn heo hơi/năm; 1.241 tấn bò hơi/năm. Công ty TNHH Phạm Tôn liên kết chăn nuôi theo mô hình 3 bên (trang trại - nhà cung ứng con giống, thức ăn chăn nuôi - doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm) với tổng đàn gà hơn 1 triệu con tại Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu và nhà máy giết mổ tại tỉnh Bình Dương, Củ Chi. Công ty TNHH Ba Huân đầu tư 390 tỷ đồng xây dựng nhà máy chế biến thực phẩm tại Đức Hòa (Long An)...

1.5.2.3. Kinh nghiệm của Đắk Nông

Thực hiện Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 07/4/2011 của Tỉnh ủy về phát triển nông nghiệp công nghệ cao giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến 2020. Những năm qua, trên địa bàn tỉnh đã phát triển nhiều mô hình ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất, góp phần nâng cao chất lượng hàng hoá, giá trị sản xuất và đời sống của người dân. Thông qua các mô hình, người dân địa phương có cơ hội tiếp cận, học hỏi cách làm hay, chia sẻ kinh nghiệm, từng bước nhân rộng. Bước đầu đã tạo ra những thay đổi trong đời sống kinh tế của gia đình, góp phần

tích cực vào việc thay đổi diện mạo ở nông thôn. Điển hình một số mô hình như: cải tạo vườn cà phê già cỗi ở Đắk Mil; “Trồng và thâm canh lúa lai TH3-3” ở huyện Đắk Mil, Cư Jút và Krông Nô; mô hình nuôi heo sinh sản, mô hình chăn nuôi bò lai sin, trồng cây dược liệu ở huyện Đắk R’lấp; mô hình trồng ổi, thanh long ruột đỏ ở Đắk Glong; mô hình Lạc TK10 tại Huyện Cư Jút và huyện Đắk Song; mô hình trồng rau và hoa có mái che plastic tại thị xã Gia Nghĩa và huyện Đắk Mil, Đắk Glong, Tuy Đức; mô hình trồng khoai lang Nhật ở Tuy Đức, Đắk Song

Thời gian qua, để tìm đầu ra cho sản phẩm nông nghiệp nói chung, sản phẩm nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao trên địa bàn tỉnh nói riêng, Sở Công Thương đã chủ động tham mưu UBND tỉnh ban hành các cơ chế chính sách, chương trình, đề án nhằm khuyến khích, hỗ trợ, huy động các nguồn lực cho đầu tư phát triển sản xuất, chế biến và xuất khẩu. Qua đó, huy động các nguồn lực tham gia vào đầu tư chế biến các sản phẩm có tiềm năng, thế mạnh của tỉnh như cà phê, hồ tiêu, hạt điều, khoai lang, đậu đỗ các loại... Đồng thời, đã tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, tạo điều kiện, hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia các hội chợ, triển lãm, xây dựng Website, tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử Quốc gia... để giới thiệu, quảng bá hình ảnh, sản phẩm, tìm kiếm đối tác, thị trường, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước, từng bước thúc đẩy sản xuất phát triển, tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người lao động.

1.5.3. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Hưng Yên

Từ việc phân tích kinh nghiệm trong nước và quốc tế về phát triển thị trường tiêu thụ nông sản, nhóm nghiên cứu rút ra một số bài học kinh nghiệm cho tỉnh ta như sau:

Thứ nhất, tỉnh cần tập trung nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm nhờ ứng dụng công nghệ cao, ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến vào sản xuất, đẩy mạnh cơ giới hóa trong nông nghiệp nhằm tạo ra sản phẩm có khối lượng lớn, chất lượng cao và đồng đều về hình thức.

Thứ hai, phải hình thành được các chuỗi liên kết giữa doanh nghiệp với người sản xuất (các hộ nông dân, các trang trại,...) từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ sản phẩm; doanh nghiệp phát huy vai trò trợ giúp vốn, kỹ thuật cho người sản xuất và quan trọng nhất là bao tiêu sản phẩm do người sản xuất làm ra.

Thứ ba, tiếp tục đổi mới mạnh mẽ về chất lượng, tăng về số lượng các hợp tác xã nông nghiệp đi đôi với phát huy vai trò của hợp tác xã nông nghiệp. Hợp tác xã nông nghiệp không chỉ cung cấp dịch vụ trong sản xuất cho các xã viên mà quan trọng phải là đầu mối trong khâu thu gom, bảo quản và tiêu thụ nông sản, là đối tác trong đàm phán, ký kết các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp.

Thứ tư, mở rộng thị trường nội địa, đi đôi với từng bước tiếp cận, xâm nhập thị trường khu vực và quốc tế để nâng cao giá trị nông sản của tỉnh. Làm tốt công tác nghiên cứu thị trường, phát hiện các thị trường ngách trên cơ sở thế mạnh của các nông sản của tỉnh để từng bước xâm nhập và chiếm lĩnh, trong thời gian đầu tránh đối đầu trực tiếp với các sản phẩm đã có thế mạnh về chất lượng, năng lực cạnh tranh của các quốc gia khác.

Thứ năm, phát huy mạnh mẽ hơn nữa vai trò của nhà nước thông qua các cơ chế, chính sách hỗ trợ thiết thực của tỉnh. Kinh nghiệm của các quốc gia phát triển nông nghiệp thành công nêu trên cho thấy vai trò của nhà nước đặc biệt quan trọng trong việc xây dựng, hoạch định các chính sách vĩ mô thuận lợi cho phát triển nông sản và các cơ chế hỗ trợ trực tiếp cho các khâu của quá trình sản xuất nông sản.

Chương 2

THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA TỈNH HUNG YÊN

2.1. Khái quát điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của tỉnh Hưng Yên

2.1.1. Một vài nét về đặc điểm tự nhiên tỉnh Hưng Yên

Hưng Yên là tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Hồng, vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và tam giác kinh tế Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, có tổng diện tích đất tự nhiên hiện nay là 930,02 km². Tỉnh Hưng Yên một thời đã từng là thương cảng lớn của Đàng ngoài, được mệnh danh “Thứ nhất Kinh kỳ, thứ nhì Phố Hiến”.

Về vị trí địa lý, Hưng Yên có đặc điểm địa hình tương đối bằng phẳng, không có rừng, núi và biển. Hưng Yên là cửa ngõ phía Đông của Hà Nội. Phía Bắc giáp tỉnh Bắc Ninh, phía Đông giáp tỉnh Hải Dương, phía Tây và Tây Bắc giáp Thủ đô Hà Nội, phía Nam giáp tỉnh Thái Bình và phía Tây Nam giáp tỉnh Hà Nam. Tỉnh có 10 đơn vị hành chính cấp huyện: Trung tâm hành chính của tỉnh là Thành phố Hưng Yên nằm cách Thủ đô Hà Nội 64 km về phía Đông Nam, cách thành phố Hải Dương 50 km về phía Tây Nam, tiếp giáp với tỉnh Thái Bình (được nối bằng cầu Triều Dương) và tỉnh Hà Nam (được nối bằng cầu Yên Lệnh); và các huyện: Ân Thi, Tiên Lữ, Phù Cừ, Kim Động, Khoái Châu, Yên Mỹ, Mỹ Hào, Văn Lâm, Văn Giang. Có tổng số 161 đơn vị hành chính cấp xã.

Tỉnh Hưng Yên có 23 km quốc lộ 5A, 26 km quốc lộ 5B và trên 20 km tuyến đường sắt Hà Nội - Hải Phòng chạy qua; ngoài ra còn có quốc lộ 39A, quốc lộ 38 nối từ quốc lộ 5 qua Thành phố đến quốc lộ 1A (qua cầu Yên Lệnh) và đến quốc lộ 10 (qua cầu Triều Dương); là trục giao thông quan trọng nối các tỉnh Tây - Nam Bắc bộ (Hà Nam, Ninh Bình, Nam Định, Thanh Hoá, ...) với Hải Dương, Hải Phòng, Quảng Ninh. Bên cạnh đó, Hưng Yên gần các cảng biển Hải Phòng, Cái Lân, sân bay quốc tế Nội Bài, giáp ranh với các tỉnh và thành phố Hà Nội, Bắc Ninh, Hà Nam, Thái Bình và Hải Dương.

Về khí hậu, cũng như các tỉnh khác thuộc vùng đồng bằng sông Hồng, Hưng Yên chịu ảnh hưởng của khí hậu nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm. Số giờ nắng trung bình 1.519 giờ/năm, số ngày nắng trung bình trong tháng là 24 ngày. Nhiệt độ trung bình mùa hè 23⁰C, mùa đông 16⁰C. Lượng mưa trung bình từ 1.450 - 1.650 mm/năm, tháng 5 đến tháng 10 chiếm tới 70% lượng mưa cả năm. Độ ẩm không khí trung bình trong năm là 86%, tháng cao nhất 92%, thấp nhất 79%.

Về tài nguyên thiên nhiên, Hưng Yên mang đặc trưng của một tỉnh đồng bằng, là tỉnh duy nhất không có cả biển và đồi, núi; địa hình tương đối bằng phẳng. Diện tích đất nông nghiệp là 61.019 ha, trong đó diện tích đất trồng cây hàng năm là 55.645 ha (chiếm 91%); còn lại là diện tích đất trồng cây lâu năm, mặt nước nuôi trồng thủy sản, đất chuyên dùng và đất sử dụng cho các mục đích khác. Diện tích đất chưa sử dụng khoảng 7.471 ha, toàn bộ diện tích trên đều có khả năng khai thác và phát triển sản xuất nông nghiệp.

Tỉnh Hưng Yên được bao bọc bởi sông Hồng và sông Luộc, nên có nguồn nước ngọt rất dồi dào. Nguồn nước mặt cũng hết sức phong phú (sông Hồng có lưu lượng dòng chảy 6.400m³/s). Nước ngầm của Hưng Yên cũng rất đa dạng với trữ lượng lớn, ở dọc khu vực quốc lộ 5A từ Như Quỳnh đến Quán Gỏi có những mỏ nước ngầm rất lớn, có khả năng cung cấp hàng triệu m³/ngày đêm, không chỉ cung cấp nước cho phát triển công nghiệp và đô thị mà còn có thể cung cấp khối lượng lớn cho các khu vực lân cận.

Hưng Yên có nguồn than nâu (thuộc bể than nâu vùng đồng bằng sông Hồng) có trữ lượng rất lớn (hơn 30 tỷ tấn) hiện chưa được khai thác, đây cũng là một tiềm năng lớn cho phát triển ngành công nghiệp khai thác than.

Nguồn lao động tỉnh Hưng Yên khá dồi dào, chủ yếu là lao động trẻ, có kiến thức văn hóa và ngày càng được nâng cao trình độ, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của nền công nghiệp hiện đại.

2.1.2. Đặc điểm về kinh tế - xã hội

- Về xã hội, tỉnh Hưng Yên có 10 đơn vị hành chính cấp huyện, bao gồm thành phố Hưng Yên và 9 huyện; có 161 đơn vị hành chính cấp xã. Thành phố Hưng Yên là trung tâm chính trị, văn hoá của tỉnh, nằm ở phía nam tỉnh.

Theo số liệu đến 2015 thì tổng số dân trong tỉnh khoảng 1,164 triệu người, hầu hết dân cư trong tỉnh là người Kinh, ngoài ra còn có một số ít là người Hoa. Năm 2015, Duy trì tỷ lệ phát triển dân số tự nhiên dưới 1%; tỷ lệ hộ nghèo còn 3,2%; tạo thêm việc làm mới cho 1,8 vạn lao động. Tỷ lệ lao động qua đào tạo ước đạt 52%, trong đó tỷ lệ lao động qua đào tạo nghề 38%.

Cư dân Hưng Yên chủ yếu là nông dân, văn hóa Hưng Yên là văn minh, văn hóa lúa nước, văn minh, văn hóa sông Hồng. Hưng Yên là vùng đất “địa linh nhân kiệt”, luôn đóng góp bậc hiền tài cho đất nước ở mỗi thời đại. Tỉnh có 4 trạng nguyên trên tổng số 53 trạng nguyên của cả nước. Hiện tại Văn miếu Xích Đằng còn lưu trên bia đá tên hàng trăm tiến sĩ khoa bảng của tỉnh trong các thời kỳ phong kiến. Hưng Yên là nơi tập trung một số cơ sở giáo dục lớn như trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên, trường Đại học Tài chính và Quản trị kinh doanh và trường Đại học Chu Văn An, có 8 trường Cao đẳng và rất nhiều trường trung cấp.

Hoạt động văn hóa, xã hội có nhiều tiến bộ, kết hợp hài hòa tăng trưởng kinh tế gắn với phát triển kinh tế và giải quyết các vấn đề xã hội; chính trị xã hội ổn định, quốc phòng an ninh được tăng cường. Chính quyền các cấp được kiện toàn, từng bước nâng cao năng lực quản lý, điều hành tạo môi trường thuận lợi để phát triển kinh tế - xã hội.

- Về kinh tế, vì có điều kiện địa lý thuận lợi, có quốc lộ 5A, 5B chạy qua, nối Hà Nội - Hải Phòng, nằm trong khu vực trọng điểm tam giác kinh tế Bắc bộ nên Hưng Yên có nhiều ưu thế để phát triển kinh tế công nghiệp và dịch vụ.

Trong lĩnh vực công nghiệp, Hưng Yên là một trong các tỉnh công nghiệp phát triển nhanh và mạnh của miền Bắc. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có rất nhiều các khu công nghiệp lớn như: Khu công nghiệp Phố Nối A, khu công nghiệp dệt may Phố Nối, khu công nghiệp Thăng Long II, khu công nghiệp Yên Mỹ II, khu công nghiệp Minh Đức,... Sản phẩm công nghiệp của tỉnh chủ yếu là dệt may, sản phẩm điện, điện tử, linh kiện điện tử, động cơ, công nghiệp thực phẩm... Cơ cấu theo hướng phát triển kinh tế công nghiệp và dịch vụ đang là chủ đạo.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, tổng diện tích gieo trồng hàng năm khoảng 108.000 ha. Ngoài các loại cây ăn quả, các loại cây công nghiệp đang có xu hướng phát triển mạnh như: Lạc, đậu tương, đậu tằm, một số loại cây dược liệu

cũng được mở rộng diện tích. Chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản phát triển khá mạnh.

Trong lĩnh vực dịch vụ, Hưng Yên đã có bước phát triển tương đối toàn diện, tốc độ tăng toàn ngành trung bình là 15%/năm. Các ngành có sự phát triển mạnh là: Thương mại, xuất nhập khẩu, vận tải, bưu chính, viễn thông, điện lực, ngân hàng, tín dụng, ... Các trung tâm đô thị như: Thành phố Hưng Yên, Phố Nối là các trung tâm dịch vụ lớn và quan trọng của tỉnh. Đối với thành phố Hưng Yên vừa là trung tâm thương mại vừa là nơi các cơ quan hành chính Nhà nước tỉnh đóng trên địa bàn, do đó sự tập trung quy hoạch và phát triển KT-XH tương xứng với các tỉnh, thành phố lớn trong cả nước.

Hiện nay trên địa bàn tỉnh có nhiều khu đô thị mới xây dựng với quy hoạch rất hiện đại và văn minh như: Khu đô thị Ecopark (huyện Văn Giang), khu đô thị Phố Nối B (huyện Mỹ Hào), khu Đại học Phố Hiến (thành phố Hưng Yên và huyện Tiên Lữ), ...

Trong công cuộc đổi mới của đất nước, Hưng Yên đã đạt được những thành tựu quan trọng. Năm 2015, tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) tăng 7,85%, trong đó: Giá trị sản xuất nông nghiệp - thủy sản tăng 2,50%, chỉ số sản xuất công nghiệp tăng 8,68%, dịch vụ tăng 9,68%. Cơ cấu kinh tế nông nghiệp 13,54% - công nghiệp, xây dựng 48,98% - dịch vụ 37,47%. GRDP bình quân đầu người đạt 39,5 triệu đồng. Kim ngạch xuất khẩu đạt 2,4 tỷ USD. Thu ngân sách trên địa bàn đạt 7.200 tỷ đồng, trong đó: Thu nội địa 4.840 tỷ đồng, thu từ hoạt động xuất nhập khẩu 2.350 tỷ đồng. Tổng chi ngân sách địa phương 5.948 tỷ đồng. Duy trì tỷ lệ phát triển dân số tự nhiên dưới 1%; tỷ lệ hộ nghèo còn 3,2%; tạo thêm việc làm mới cho 1,8 vạn lao động; xây dựng 25 trường đạt chuẩn quốc gia; tỷ lệ xã được công nhận đạt chuẩn quốc gia về y tế đạt 60%; tỷ lệ làng, khu phố văn hóa 85%, tỷ lệ gia đình văn hóa 89%...

2.2. Đặc điểm chung của các nông sản trên địa bàn của tỉnh Hưng Yên

Một là, các mặt hàng nông sản trên địa bàn tỉnh Hưng Yên có tính mùa vụ rất cao. Ngoại trừ một số mặt hàng nông sản chuỗi, đủ đủ, các mặt hàng còn lại đều cho thu hoạch tại một thời kỳ nhất định trong năm. Cụ thể như: vải cho thu hoạch vào vụ hè; nhãn cho thu hoạch vào vụ hè thu; quýt, bưởi, cam Văn

Giang cho thu hoạch vào vụ đông; quýt cảnh thường thu hoạch vào dịp Tết Nguyên đán. Chính tính thời vụ đã làm cho lượng cung và giá cả các mặt hàng nông sản không ổn định.

Hai là, mặc dù đã có những khu vực chuyên canh nông sản, nhưng tính chất sản xuất vẫn còn manh mún. Quy mô sản xuất/hộ còn khá khiêm tốn, gây khó khăn cho việc áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất, làm tăng giá thành sản xuất sản phẩm, không nâng cao được chất lượng hàng nông sản.

Ba là, sản lượng của hầu hết nông sản có quy mô còn khiêm tốn, chất lượng, kiểu dáng và tính cạnh tranh chưa cao, kể cả một số sản phẩm là đặc sản của tỉnh như cam quýt Văn Giang, quýt cảnh Văn Giang, nhãn lồng Hưng Yên, vải lai chín sớm Phù Cừ,....

Bốn là, mặc dù một số nông sản đã xây dựng được thương hiệu, chỉ dẫn địa lý nhưng thị trường tiêu thụ còn bó hẹp, chủ yếu là thị trường nội địa tại các tỉnh, thành phố khu vực miền Bắc, xuất khẩu còn rất hạn chế. Trong nhóm sản phẩm nghiên cứu, nhãn, chuối, vải, quýt là các sản phẩm đã được công nhận nhãn hiệu hàng hóa nhưng thị trường tiêu thụ chủ yếu vẫn là nội tỉnh và một số tỉnh phía Bắc, mới chỉ có chuối được xuất khẩu sang một số thị trường như Cộng hòa liên bang Nga, Trung Quốc, Hàn Quốc,...

Năm là, sự gắn kết giữa sản xuất và tiêu thụ chưa chặt chẽ, các kênh phân phối còn đơn giản, tỷ lệ người sản xuất phải trực tiếp bán sản phẩm tới người tiêu dùng còn ở mức cao, thiếu các doanh nghiệp đầu mối kinh doanh mua gom sản phẩm từ người nông dân cung cấp cho các kênh phân phối, các chuỗi phân phối lớn, vai trò của loại hình hợp tác xã còn yếu.

2.3. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

2.3.1. Quy trình sản xuất

Về quy trình sản xuất, các nông sản của tỉnh có nhiều điểm tương đồng nhau từ khâu chọn giống, chọn đất, xử lý đất trồng, chăm sóc sau trồng, phòng trừ sâu bệnh, thiên tai và thu hoạch. Căn cứ vào những điểm tương đồng, nhóm nghiên cứu đã phân chia các sản phẩm nông sản thành ba nhóm: chuối; vải và nhãn; cam, quýt và quýt.

Quy trình sản xuất của các nhóm sản phẩm này được tổng hợp trong bảng 2.1 (Chi tiết quy trình sản xuất hiện tại của các nhóm sản phẩm xem tại Phụ lục số 01)

Bảng 2.1. Tổng hợp quy trình sản xuất một số nông sản trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

Quy trình Sản phẩm	Bước 1	Bước 2	Bước 3	Bước 4	Bước 5	Bước 6	Bước 7	Bước 8	Bước 9	Bước 10	Bước 11
Chuối	Chọn giống và chuẩn bị vườn trồng	Trồng cây	Thực hiện các biện pháp kỹ thuật chăm sóc	Che tủ đất	Đánh tia chồi	Cắt tia lá	Bao buồng quả	Ngắt hoa đực	Chống gió bão	Phòng trừ sâu bệnh hại	Thu hoạch
Vải, nhãn	Tia cành, tạo tán ngay sau thu hoạch	Điều khiển sinh trưởng cây trồng	Phun thuốc và cắt tia lộc đồng	Bón phân 3 lần: ngay sau thu hoạch, có nụ, hình thành quả non	Phòng trừ sâu, bệnh	Chống gió bão	Thu hoạch và xử lý sau thu hoạch				
Cam, quýt, quýt	Chọn giống, làm đất, đào hố, bón lót	Trồng cây: thời vụ thích hợp là vào mùa xuân	Tia cành, tạo tán	Điều tiết sinh trưởng.	Phòng trừ sâu bệnh, lên chấu (đối với các sản phẩm làm cành)	Chống gió bão	Thu hoạch, bảo quản, trồng mới				

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

2.3.2. Quy mô và sản lượng

2.3.2.1. Quy mô và sản lượng của sản phẩm nhãn, chuối

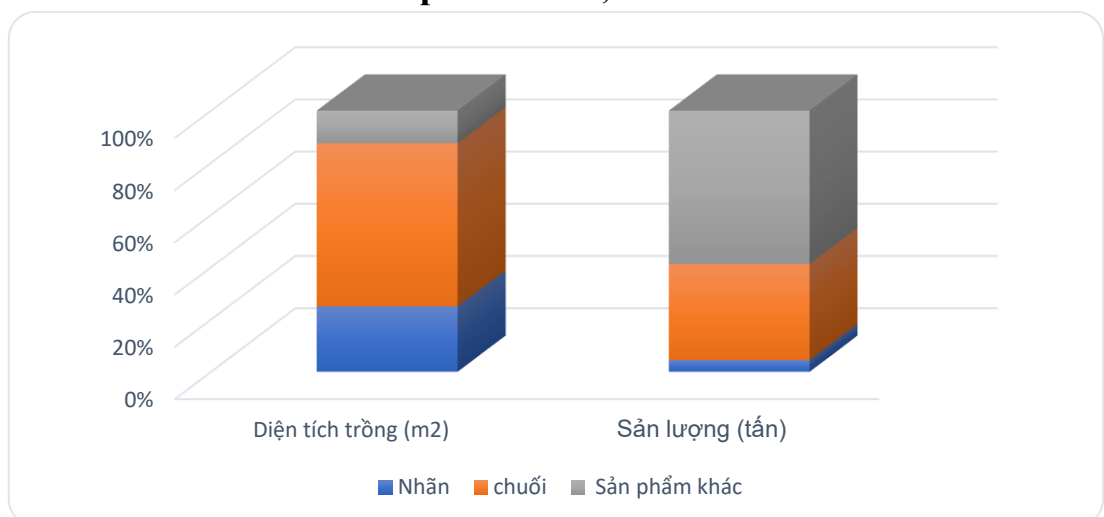
Bảng 2.2. Quy mô, sản lượng của sản phẩm nhãn và chuối

Sản phẩm	Số hộ trồng	Tỷ lệ	Diện tích trồng (m ²)	Tỷ lệ	Sản lượng(tấn)	Tỷ lệ
Nhãn	360	45,00%	864.610	25,01%	1.536	4,46%
Chuối	210	26,25%	2.160.856	62,51%	12.682	36,80%
Tổng	570	71,25%	3.025.466	87,52%	14.218	41,26%

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Từ kết quả điều tra ta có: Trong 800 hộ được khảo sát, có 360 hộ trồng nhãn và 210 hộ trồng chuối, tỷ lệ tương ứng lần lượt là 45% và 26.25% so với tổng số hộ. Diện tích trồng nhãn là 864.610m² (chiếm 25.01%), diện tích trồng chuối là 2.160.856m² (chiếm 61.51%). Sản lượng bình quân hàng năm của nhãn là 1.536 tấn (chiếm 4.46%), sản lượng của chuối là 12.682 tấn (chiếm 36.8%). Có thể thấy nhãn là cây trồng chủ lực đối với các hộ nông dân được điều tra, tuy nhiên diện tích trồng nhỏ hơn so với cây chuối. Do đó, sản lượng bình quân hàng năm chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong tổng các loại sản phẩm chủ đạo.

Hình 2.1. Cơ cấu về diện tích trồng và sản lượng của sản phẩm nhãn, chuối



Bằng các kỹ thuật sản xuất hiện đại, áp dụng thành quả khoa học kỹ thuật, tỷ lệ các sản phẩm nhãn và chuối của tỉnh Hưng Yên đạt chất lượng có thể tiêu thụ rất cao. Đối với sản phẩm nhãn tỷ lệ sản phẩm đạt chất lượng có thể tiêu thụ là 88%, đối với sản phẩm chuối là 84%.

2.3.2.2. Quy mô và sản lượng của sản phẩm cam, quýt, vải

Bảng 2.3. Diện tích trồng và diện tích thu hoạch cam, quýt, vải giai đoạn 2011-2015

Đơn vị tính: ha

Năm					
	2011	2012	2013	2014	2015
A. Diện tích gieo trồng					
1. Cam, quýt	1949	1960	1961	1810	1596
2. Vải	417	415	491	495	449
B. Diện tích thu hoạch					
1. Cam, quýt	1908	1940	1932	1790	1509
2. Vải	412	413	411	415	426

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Hưng Yên, 2015)

Qua bảng số liệu cho thấy, diện tích trồng và diện tích cho thu hoạch cam, quýt của tỉnh có xu hướng giảm dần từ 1.949 ha (2011) xuống còn 1.596 ha năm (2015), diện tích trồng vải tăng lên từ 417 ha (2011) lên 449 ha (2015). Nguyên nhân chủ yếu do một số diện tích đất chưa thật sự phù hợp, đồng thời gặp áp lực cạnh tranh về giá cả đối với một số địa phương trong khu vực cũng đang mở rộng diện tích, có chi phí sản xuất thấp hơn.

Diện tích trồng cam, quýt được tập trung nhiều nhất ở các huyện Văn Giang, Khoái Châu chiếm tới 50% diện tích của toàn tỉnh. Đây là 2 địa phương có diện tích đất nông nghiệp lớn, nằm bên cạnh dòng sông Hồng được bồi đắp phù sa màu mỡ. Những năm gần đây diện tích trồng cam, quýt đã được mở rộng ở một số huyện Phù Cừ, Tiên Lữ,... nhưng chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ trong tổng số diện tích trồng của toàn tỉnh.

Sản lượng sản phẩm cam, quýt, vải: Cùng với thành tựu chung, gần 20 năm qua, với sự quan tâm của tỉnh và sự nỗ lực của nông dân, các tiến bộ kỹ thuật được áp dụng ngày càng rộng rãi, diện mạo nông nghiệp tỉnh Hưng Yên đã có nhiều khởi sắc, góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh và nâng cao đời sống nông dân. Việc áp dụng hệ thống kỹ thuật trong trồng trọt đã đem lại sản lượng và chất lượng cao cho các nông sản cam, quýt, vải của tỉnh. Kết quả khảo sát 800 hộ gia đình cho thấy, có 286 hộ gia đình áp dụng hệ thống

tiêu chuẩn VIETGAP vào sản xuất, GAP cơ bản chiếm trên 50% số hộ. Từ đó, tỷ lệ sản phẩm đạt chất lượng bình quân trên 85%, đã đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng và các nhà sản xuất.

Để có được những vùng trồng chuyên canh như vậy, các hộ gia đình phải đầu tư một lượng vốn lớn, mức vốn đầu tư bình quân từ 50 triệu đồng trở lên chiếm trên 50%. Chỉ khi hình thành những vùng chuyên canh, việc áp dụng hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật vào sản xuất mới đảm bảo và tiết kiệm chi phí cho các hộ nông dân.

Bảng 2.4. Sản lượng thu hoạch cam, quýt, vải giai đoạn 2011-2015

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
1. Diện tích thu hoạch (ha)					
- Cam, quýt	1908	1940	1932	1790	1509
- Vải	412	411	413	415	426
2. Sản lượng thu hoạch (tấn)					
- Cam, quýt	31.537	31.365	31.816	30.370	28.459
- Vải	5.964	5.598	5.720	5.370	5.574
3. Năng suất (tấn/ha)					
- Cam, quýt	16,53	16,17	16,47	16,97	18,86
- Vải	14,48	13,62	13,85	12,94	13,08

(Nguồn: Tính toán từ số liệu Niên giám thống kê tỉnh Hưng Yên, 2015)

Qua bảng số liệu cho thấy, năng suất thu hoạch bình quân của cam, quýt có xu hướng tăng lên. Năm 2011, năng suất của cam, quýt đạt 16,53 tấn/ha đến năm 2015 đạt 18,86 tấn/ha, tăng 2,33 tấn/ha. Để có được mức sản lượng đó, các nhà quản lý, các nhà khoa học đã cùng với bà con nông dân chuyên giao công nghệ và áp dụng kỹ thuật vào sản xuất để đem lại giá trị kinh tế cao trong hoạt động sản xuất nông nghiệp. Trong khi đó, năng suất của vải có xu hướng giảm nhẹ, từ 14,48 tấn/ha năm 2011 xuống còn 13,08 tấn/ha năm 2015.

2.3.2.3. Quy mô và sản lượng của sản phẩm quýt

Các huyện Văn Giang, Khoái Châu, Yên Mỹ là những địa phương trồng quýt chủ yếu của tỉnh. Huyện Văn Giang là địa phương có diện tích trồng quýt cảnh nhiều nhất tỉnh Hưng Yên, toàn huyện có khoảng trên 300 ha trồng quýt cảnh, trong đó một số xã trồng nhiều quýt cảnh của huyện Văn Giang như: Mễ Sở, Thắng Lợi, Liên Nghĩa. Nghề trồng quýt khá vất vả, tốn nhiều công chăm

sóc nên người trồng phải tâm huyết thì mới có được cây quất đẹp. Chu kỳ ra quả của quất nằm trong khoảng 180 - 200 ngày. Đến thời điểm cây quất cành đã ổn định quả, người trồng tích cực chăm sóc, tia cành, tia quả và gò thế, tạo dáng cho cây quất. Thông thường khi quả quất trên cây đã phát triển ổn định thì bắt đầu gò, bởi nếu gò muộn, khi quả quất đã chín thì rất dễ làm rụng quả. Muốn có cây quất đẹp, đầy đủ “tứ quý” (tức là có đủ quả chín, quả xanh, lộc biếc và nảy hoa trắng trên cây), người gò quất phải biết đan cành, kéo các cành chính trước, sau đó mới sử dụng dây thép nhỏ để cố định cành nhỏ, quả quất sao cho cây quất không bị thô cứng, dáng vẫn tự nhiên.

Qua kết quả điều tra cho thấy, cây quất là cây ít thu hút được người nông dân. Trong tổng số 800 hộ được điều tra thì chỉ có 50 hộ gia đình trồng quất với diện tích trồng quất đạt 32.280 m² trên tổng số 3.456.786m² trồng cây ăn quả chủ yếu, chiếm 0,934%. Quất thương phẩm chủ yếu là quất cảnh được bung ra thị trường dịp Tết Nguyên đán bình quân khoảng 19.286 cây với tỷ lệ đạt chất lượng có thể tiêu thụ là 85%. Quất quả thương phẩm được cung cấp không đáng kể.

2.3.3. Chi phí và lợi nhuận bình quân

2.3.3.1. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm nhãn, chuối

Có thể thấy nhãn và chuối là hai sản phẩm chính trong nhóm sản phẩm được điều tra. Hàng năm các hộ gia đình trồng nhãn phải bỏ ra một khoản chi phí trung bình là 11.336 triệu đồng. So với diện tích trồng nhãn ta có thể thấy nhãn là cây trồng có chi phí sản xuất cao. Năng suất phụ thuộc rất nhiều và yếu tố thời tiết, để đạt năng suất cao đòi hỏi các hộ nông dân phải biết áp dụng các biện pháp kỹ thuật vào canh tác. Do nhãn có tính chất mùa vụ điển hình và nhãn Hưng Yên là sản phẩm nổi tiếng trên cả nước cho nên lợi nhuận từ sản xuất nhãn là rất cao. Bình quân hàng năm hộ nông dân thu được 14.678 triệu đồng.

Hiện nay chuối là sản phẩm được sản xuất phổ biến ở các huyện trên địa bàn tỉnh vì chuối có thể trồng trên nhiều loại đất khác nhau. Chính vì vậy diện tích trồng chuối so với các sản phẩm khác là lớn nhất (62,51%). Chi phí bình quân hộ nông dân bỏ ra hàng năm là 26.056 triệu đồng, xấp xỉ 12,06 nghìn đồng/m². Có thể thấy chi phí trồng chuối là khá thấp, các hộ có thể dễ dàng thực hiện mà không cần đến sự hỗ trợ vốn từ các Hợp tác xã hay các tổ chức tín dụng. Lợi nhuận trung bình hàng năm đạt 22.644 triệu đồng.

Trong hai sản phẩm trên thì sản phẩm nhãn cho hiệu quả kinh tế cao hơn khi đạt 1,2948 triệu đồng/m² trong khi sản phẩm chuối chỉ đạt 0,8691 triệu đồng/m². Tuy nhiên năng suất của sản phẩm nhãn lại chịu ảnh hưởng nhiều bởi thời tiết hơn sản phẩm chuối.

Bảng 2.5. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm nhãn, chuối

Sản phẩm	Nhãn	Chuối
Chỉ tiêu		
Diện tích trồng (m ²)	864.610	2.160.856
Tổng chi phí (triệu đồng)	11.336	26.056
Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	14.678	22.644
Chi phí/1m ²	0,0131	0,0121
Lợi nhuận/1m ²	0,0170	0,0105
Hiệu quả theo m ² (lần) $\left(\frac{\sum \text{Lợi nhuận}/1\text{m}^2}{\sum \text{Chi phí}/1\text{m}^2}\right)$	1,2948	0,8691

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

2.3.3.2. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm cam, quýt, vải

Do kết quả điều tra không thu được số liệu về quýt cho nên, nhóm tác giả chỉ thực hiện tính toán và phân tích cho hai sản phẩm là cam và vải. Theo đó tổng diện tích trồng vải cao gấp hơn 2 lần diện tích trồng cam nhưng tổng lợi nhuận thu về chưa bằng 1/2 tổng lợi nhuận của cam. Và hiệu quả kinh tế/1m² của vải chỉ đạt 0,8225 lần trong khi sản phẩm cam đạt 1,067 lần.

Bảng 2.6. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm cam, vải

Sản phẩm	Vải	Cam
Chỉ tiêu		
Diện tích trồng (m ²)	282.420	116.620
Tổng chi phí (triệu đồng)	1.921	3.224
Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	1.580	3.440
Chi phí/1m ²	0,0068	0,0276
Lợi nhuận/1m ²	0,0056	0,0295
Hiệu quả theo m ² (lần) $\left(\frac{\sum \text{Lợi nhuận}/1\text{m}^2}{\sum \text{Chi phí}/1\text{m}^2}\right)$	0,8225	1,0670

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

2.3.3.3. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm quất

Do đặc điểm sản phẩm quất của Hưng Yên chủ yếu là sản phẩm quất cảnh nên mùa thu hoạch của hàng nông sản này diễn ra chủ yếu và dịp Tết Nguyên đán. Theo số liệu điều tra từ 800 hộ nông dân thì sau khi trừ tổng chi phí cho việc canh tác quất là 3.237 triệu đồng các hộ này thu được 3.275 triệu đồng. Theo tính toán của nhóm tác giả thì hiệu quả canh tác/1m² của sản phẩm quất là khá cao đạt 0,1015 triệu đồng lợi nhuận, gấp 1,0117 lần chi phí bỏ ra.

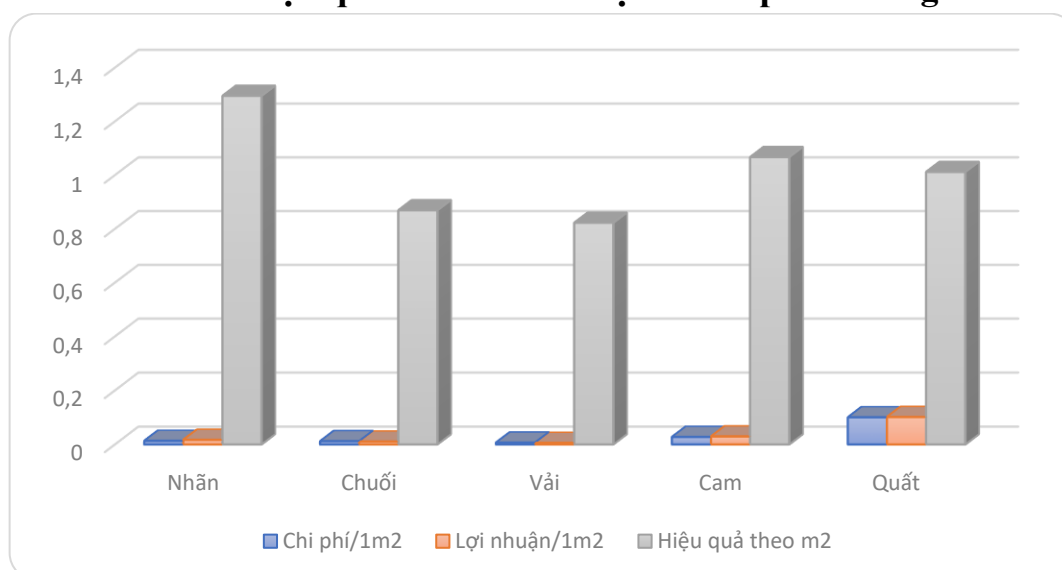
Bảng 2.7. Chi phí và lợi nhuận bình quân của sản phẩm quất

Chỉ tiêu	Sản phẩm Quất
Diện tích trồng (m ²)	32.280
Tổng chi phí (triệu đồng)	3.237
Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	3.275
Chi phí/1m ²	0,1003
Lợi nhuận/1m ²	0,1015
Hiệu quả theo m ² (lần) $\left(\frac{\sum \text{Lợi nhuận}/1\text{m}^2}{\sum \text{Chi phí}/1\text{m}^2}\right)$	1,0117

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Đối chiếu so sánh hiệu quả của một số mặt hàng nông sản trên, nhóm tác giả thấy rằng sản phẩm nhãn cho hiệu quả kinh tế cao nhất với hiệu quả theo m² đạt 1,2948 lần; tiếp theo là sản phẩm cam đạt 1,067 lần; sản phẩm quất đạt 1,0117 lần; sản phẩm chuối đạt 0,8691 lần. Đứng ở vị trí cuối cùng là sản phẩm vải chỉ đạt 0,8225 lần.

Hình 2.2. Hiệu quả kinh tế của một số sản phẩm nông sản



(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Tuy nhiên, nếu tính theo lợi nhuận thu về thì sản phẩm quýt mang lại lợi nhuận cao nhất, tiếp theo là sản phẩm cam, nhãn, chuối và cuối cùng là vải.

2.3.4. Thực trạng tiêu thụ sản phẩm

2.3.4.1. Sản phẩm nhãn, chuối

Về kênh tiêu thụ, kết quả điều tra từ các hộ sản xuất cho thấy, hình thức bán sản phẩm của sản phẩm nhãn, chuối rất đa dạng: bán trực tiếp, qua trung gian (cửa hàng, đại lý, doanh nghiệp, tư thương). Tuy nhiên, sản lượng tiêu thụ qua kênh trực tiếp vẫn chiếm tỷ trọng khá cao, trên 30% đối với cả hai dòng sản phẩm. Kênh gián tiếp cho thấy đã có sự tham gia mạnh mẽ của các doanh nghiệp kinh doanh hoa quả trong thu mua các loại quả của Hưng Yên, có gần 40% lượng sản phẩm được tiêu thụ trong kênh gián tiếp được thông qua các doanh nghiệp này; lượng sản phẩm còn lại được các tư thương thu gom tiêu thụ. Như vậy, số liệu điều tra thể hiện các kênh tiêu thụ đối với sản phẩm nhãn, chuối phát triển tốt, mặc dù tỷ lệ sản phẩm bán hàng bằng kênh trực tiếp còn ở mức khá cao. Kết quả điều tra từ các hộ sản xuất cho thấy hoạt động quảng cáo, xây dựng thương hiệu, đóng gói, kiểm tra chất lượng, xử lý sản phẩm trước khi bán chưa được coi trọng; chưa có sự gắn kết chặt chẽ giữa hộ nông dân- Cơ quan ban ngành- Cơ sở tiêu thụ. Vì thế, các HTX, chính quyền địa phương, các cấp ngành cần chung tay với các hộ nông dân trong việc bán sản phẩm nhằm tránh hiện tượng nông dân sản xuất bị tư thương ép giá.

Về thị trường tiêu thụ, nhãn và chuối của Hưng Yên được bán tại 02 thị trường chính là bán cho người tiêu dùng của tỉnh (chiếm khoảng trên 40%) và bán cho các tỉnh lân cận, tỷ lệ bán cho người tiêu dùng các tỉnh lân cận cao hơn so với tỷ lệ bán cho người tiêu dùng nội tỉnh. Riêng sản phẩm chuối một phần đã được xuất khẩu, mặc dù sản lượng chưa lớn, theo kết quả điều tra, tỷ trọng sản phẩm chuối xuất khẩu chỉ chiếm 11,84%. Số liệu cụ thể được thể hiện trong bảng dưới đây:

Bảng 2.8. Thị trường tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối

Số TT	Vùng thị trường	Sản phẩm nhãn		Sản phẩm chuối	
		Số lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)
1	Hung Yên	565,50	41,84	4.261,20	40,00
2	Tỉnh khác	786,18	58,16	5.130,50	48,16
3	Xuất khẩu	0,00	0,00	1.261,18	11,84
	Tổng cộng	1.351,68	100,00	10.652,88	100,00

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Trong 200 cơ sở kinh doanh hoa quả trong và ngoài tỉnh được điều tra (cửa hàng bán lẻ là 189 chiếm 94.5%, siêu thị là 03 chiếm 1.5%, trung tâm phân phối là 08 chiếm 4%), các cơ sở đều kinh doanh đa dạng nhiều loại quả như: nhãn, chuối, quýt, vải, cam quýt, bưởi, xoài,..., nhưng trong đó có 188 cơ sở kinh doanh sản phẩm nhãn, 173 cơ sở kinh doanh sản phẩm chuối. Có thể thấy các cơ sở không chỉ kinh doanh một loại sản phẩm nhất định mà thường kinh doanh đồng thời nhiều sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của người tiêu dùng.

Bảng 2.9. Đánh giá về xuất xứ, mức độ tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối

Số TT	Xuất xứ	Nhãn		Chuối	
		Tỷ trọng xuất xứ	Mức độ tiêu thụ tốt hơn	Tỷ trọng xuất xứ	Mức độ tiêu thụ tốt hơn
1	Hung Yên	93,00	100,00	80,50	74,62
2	Tỉnh khác	7,00	0,00	19,50	26,50
3	Nhập khẩu	0,00	0,00	0,00	0,00

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Kết quả điều tra từ Bảng 2.9 cho thấy, sản phẩm nhãn mà các cơ sở kinh doanh có nguồn gốc chủ yếu tại Hưng Yên là 186 cơ sở (chiếm 93,00%), một tỷ lệ nhỏ là từ các tỉnh khác (7,00%). Đối với sản phẩm chuối, 161 cơ sở kinh doanh chuối xuất xứ từ Hưng Yên (chiếm 80.50%), còn lại là kinh doanh các

sản phẩm chuối từ các địa phương khác. Như vậy, nhãn và chuối của Hưng Yên được các cơ sở kinh doanh trong và ngoài tỉnh tin tưởng lựa chọn và cũng được người tiêu dùng tin dùng. Kết quả này cũng phù hợp với đánh giá "tốt hơn" về mức độ tiêu thụ với các sản phẩm nhãn, chuối xuất xứ từ các địa phương khác. Mức độ tiêu thụ nhãn, chuối có xuất xứ từ Hưng Yên so với nơi khác được đánh giá là tốt hơn: Nhãn Hưng Yên là sản phẩm nổi tiếng nên rất được người tiêu dùng ưa chuộng, 100% cơ sở kinh doanh nhãn đều đánh giá nhãn Hưng Yên tiêu thụ tốt hơn nhãn các địa phương khác; Chuối Hưng Yên cũng là sản phẩm được đánh giá tiêu thụ tốt hơn chuối từ các địa phương khác (74,62% cơ sở đánh giá mức độ tiêu thụ tốt hơn).

Bảng 2.10. Đánh giá về điểm mạnh, điểm yếu trong tiêu thụ nhãn, chuối

Số TT	Tiêu chí	Cao hơn		Thấp hơn	
		Số phiếu	Tỷ lệ (%)	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
1	Chất lượng	165	82,50	16	8,00
2	Giá thành	167	83,50	33	16,50
3	Mức độ nổi tiếng	83	41,50	47	23,50

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Kết quả tính toán từ Bảng 2.10 cho thấy, các cơ sở kinh doanh hoa quả trong và ngoài tỉnh đánh giá cao chất lượng của sản phẩm xuất xứ Hưng Yên (82,5%), tuy nhiên giá thành của sản phẩm lại là điểm trừ khi có đến 83,5% các cơ sở kinh doanh cho rằng giá của sản phẩm Hưng Yên cao hơn các sản phẩm cùng loại từ các địa phương khác. Mức độ nổi tiếng, được người tiêu dùng biết đến cũng là một thế mạnh của nông sản Hưng Yên khi được 41,5% cơ sở kinh doanh đánh giá cao. Có được kết quả trên là do sản phẩm nhãn, chuối của Hưng Yên, đặc biệt là sản phẩm nhãn lồng đã có tiếng thơm từ lâu đời với thương hiệu nhãn lồng tiến vua.

Khi đánh giá về mức độ quan tâm đến xuất xứ hàng hóa của người mua hàng theo kết quả điều tra cho thấy: có 48 cơ sở cho biết khách hàng rất quan tâm, 79 cơ sở đánh giá khách hàng quan tâm, 73 cơ sở đánh giá khách hàng

không quan tâm. Như vậy, tỷ lệ khách hàng khi mua hàng có quan tâm đến xuất xứ hàng hóa chưa nhiều (63,5% cơ sở đánh giá khách hàng có quan tâm). Thực tế khi mua hàng nhiều bộ phận khách hàng chỉ cần để ý, quan tâm đến hình thức sản phẩm và kiểm tra chất lượng bằng cách quan sát là quyết định mua chứ không quan tâm nhiều đến việc sản phẩm được xuất xứ từ đâu. Đây cũng là điểm khó cho các sản phẩm của Hưng Yên nếu không làm tốt khâu quảng bá sản phẩm tới rộng rãi người tiêu dùng hơn nữa.

Nguồn cung cấp đầu vào chính của các cơ sở tiêu thụ chính là các hộ nông dân. Các cơ sở tiêu thụ chủ động thu mua từ các hộ sản xuất là 181 cơ sở, 102 cơ sở thu mua từ nhà cung cấp. Bên cạnh đó, các cơ sở hầu như không có kho chuyên dùng để bảo quản, chỉ có 12 cơ sở trong số 200 cơ sở điều tra có kho chuyên dùng để bảo quản. Trong các cơ sở có kho chuyên dùng thì năng lực dự trữ chỉ từ 01 đến 05 tấn. Tất cả các cơ sở tiêu thụ đều không áp dụng các biện pháp quản lý chất lượng, hầu hết không sử dụng chất bảo quản hoa quả.

Cũng từ kết quả điều tra có thể thấy, sản phẩm nhãn và chuối của Hưng Yên là hai sản phẩm có khối lượng tiêu thụ lớn nhất trong nhóm sản phẩm nông sản được điều tra của Hưng Yên. Tuy nhiên, mẫu mã, hình thức chưa được đánh giá cao. Trong 200 cơ sở kinh doanh, chỉ có 13 cơ sở đánh giá mẫu mã tốt, 181 cơ sở đánh giá là khá và 06 cơ sở đánh giá kém. Bên cạnh đó, chi phí vận chuyển và điều kiện vận tải cũng là một trở ngại tới hoạt động tiêu thụ. 03 cơ sở đánh giá chi phí quá cao và điều kiện vận tải rất trở ngại, 124 cơ sở đánh giá chi phí cao và điều kiện khó khăn, 73 cơ sở đánh giá chi phí là chấp nhận được và điều kiện thuận lợi.

2.3.4.2. Sản phẩm cam, quýt, vải

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, hình thức tiêu thụ nông sản cam, quýt, vải của Hưng Yên được thực hiện như sau:

- Về cách thức bán hàng: có 240/800 hộ sản xuất cho biết sản phẩm được bán trực tiếp cho các thương lái, người thu gom tại các nhà vườn, 560/800 người cho biết phải mang sản phẩm đến địa điểm người mua yêu cầu.

Đối với cách bán hàng trực tiếp tại nơi sản xuất: có ưu điểm là Thương lái, hoặc người mua được tiếp cận với các loại nông sản trực tiếp từ người nông dân, người nông dân giảm thiểu được thời gian, chi phí bán hàng. Tuy nhiên, Người nông dân có thể bị thương lái ép giá nếu không có đầy đủ thông tin và nếu cứ duy trì cách thức phân phối này lâu dài sẽ không mang lại hiệu quả cao cho người nông dân. Đối với cách bán hàng phải mang đến nơi người mua (thương lái, người thu gom) yêu cầu sẽ gây bất lợi cho người nông dân, thể hiện việc tổ chức và liên kết giữa sản xuất, tiêu thụ còn thiếu chặt chẽ, người nông dân sẽ phải mất rất nhiều thời gian, chi phí cho việc vận chuyển sản phẩm tới nơi người mua yêu cầu, việc này không phải hộ nông dân nào cũng có thể thực hiện được, hơn nữa việc từng hộ sản xuất vận chuyển sản phẩm tới địa điểm thu mua là lãng phí, kém hiệu quả.

- Về kênh bán hàng: phát triển cả 02 kênh trực tiếp và gián tiếp, tuy nhiên kênh bán hàng trực tiếp vẫn chiếm tỷ trọng cao trên 35% (đối với vải là 38%). Đối với kênh gián tiếp, cam quýt, vải của Hưng Yên chưa thu hút được các doanh nghiệp kinh doanh hoa quả quan tâm do vậy tỷ lệ sản phẩm được tiêu thụ qua các doanh nghiệp chiếm tỷ lệ nhỏ, nhất là sản phẩm vải chỉ có 19,3%. Phần lớn sản phẩm cam, quýt, vải được tiêu thụ qua các tư thương thu mua của người sản xuất và phân phối lại cho người tiêu dùng. Số liệu cụ thể được thể hiện trong Bảng 2.11 dưới đây:

Bảng 2.11. Kênh tiêu thụ sản phẩm cam, quýt, vải

Số TT	Kênh bán hàng	Cam, quýt		Vải	
		Số lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)
1	Trực tiếp cho người tiêu dùng	110,97	35,00	187,34	38,00
2	Gián tiếp qua trung gian	206,09	65,00	305,66	62,00
2.1	<i>Doanh nghiệp thu mua</i>	82,44	26,00	95,15	19,30
2.2	<i>Tư thương thu mua</i>	123,65	39,00	210,51	42,70
	Tổng cộng	317,06	100,00	493,00	100,00

(Nguồn: Số liệu và tính toán của nhóm tác giả từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

- Về thị trường tiêu thụ: sản phẩm cam, quýt, vải của Hưng Yên được tiêu thụ toàn bộ tại thị trường nội địa và với quy mô sản lượng chưa lớn nên sản phẩm cơ bản phục vụ thị trường nội tỉnh và một phần phục vụ thị trường các tỉnh, thành phố lân cận như Hà Nội, Hải Phòng. Trong 200 cơ sở kinh doanh hoa quả được điều tra, tỷ lệ các sản phẩm cam, quýt, vải của Hưng Yên được kinh doanh luôn thấp hơn các loại sản phẩm cùng loại có xuất xứ từ các địa phương khác: cam từ Hưng Yên có 127/200 hộ kinh doanh (từ các tỉnh khác là 160/200), vải là 115/200 (148/200) và quýt là 54/200 (172/200). Số liệu này cho thấy sản phẩm cam, quýt, vải của Hưng Yên chưa có nhiều lợi thế so với các sản phẩm cùng loại từ các tỉnh khác có thể do giá thành cao, ít được người tiêu dùng biết đến hoặc do nguồn cung cấp còn hạn chế nên các cơ sở kinh doanh chưa quan tâm nhiều. Ví dụ, sản phẩm vải lai chín sớm Phù Cừ: mặc dù có thời điểm thu hoạch và cung cấp ra thị trường sớm nhưng sản lượng và chất lượng còn hạn chế chưa có lợi thế nhiều so với Vải lai chín sớm từ Quảng Ninh và một số địa phương khác, đồng thời nếu thời điểm thu hoạch bị muộn hơn một chút sẽ không thể cạnh tranh về chất lượng với vải thiều Thanh Hà (Hải Dương), hoặc Vải thiều Lục Ngạn (Bắc Giang),...

Một điểm yếu có ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm khi tiêu thụ đó là việc kiểm tra chất lượng sản phẩm và bao gói sản phẩm trước khi tiêu thụ chưa được quan tâm. Theo kết quả điều tra các hộ sản xuất cho thấy có 480/800 phiếu trả lời không kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi bán, và phần lớn các hộ sản xuất có kiểm tra chất lượng sản phẩm thì cũng chỉ là quan sát sản phẩm. Đồng thời, hầu hết sản phẩm thuộc nhóm điều tra, trong đó có cam, quýt, vải đều chưa được bao gói trước khi tiêu thụ, trên thực tế cơ bản các sản phẩm được cắt từ cây xuống sẽ được thu gom và bán ngay không qua giai đoạn xử lý và bao gói. Điều này ảnh hưởng rất lớn chất lượng và uy tín, thương hiệu các loại nông sản của tỉnh Hưng Yên, đây cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới các sản phẩm đặc sản của Hưng Yên rất dễ bị giả mạo. Do đó, cần phải có

những giải pháp giúp hộ nông dân kéo dài thời gian thu hoạch hay bảo quản sản phẩm, bao gói sản phẩm để mang lại giá trị kinh tế cao.

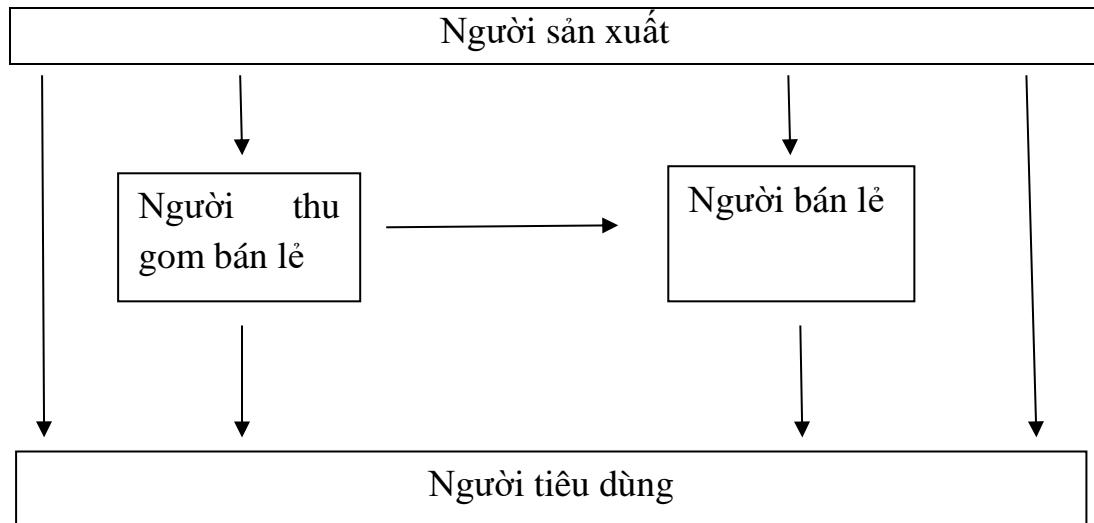
2.3.4.3. Sản phẩm quất

Sản phẩm quất Hưng Yên có 2 loại chính là quất quả và quất cảnh. Quất quả khá hạn chế và thường được bán cho các tiểu thương hoặc các nhà hàng tại nhiều thời điểm. Còn quất cảnh chỉ tập trung bán vào dịp Tết Nguyên Đán thông qua cả 2 kênh trực tiếp và gián tiếp. Vùng chuyên canh quất cảnh tập trung tại huyện Văn Giang, nơi được xem là vựa cây cảnh lớn nhất miền Bắc với 1.200 ha hoa, cây cảnh, cây ăn quả các loại phục vụ thị trường Tết. Gần ngày Tết Nguyên đán, xe tải từ các tỉnh Hà Nội, Hải Dương, Nam Định, Thái Bình, Hải Phòng, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Điện Biên, Lai Châu, Bình Định, Gia Lai,... nườm nượp đổ về mua quất cảnh - giống cây chủ lực ở vùng này. Từ nhiều năm nay, quất cảnh Văn Giang luôn được mùa, được giá đã mang lại nguồn thu lớn giúp nông dân làm giàu, đưa nơi đây trở thành điển hình của tỉnh Hưng Yên về chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp. Trong 5 năm gần đây, mỗi héc ta trồng quất cảnh đều đạt mức lãi trung bình trên 500 triệu đồng mỗi năm. Với quất thế, nhiều hộ ở các xã Liên Nghĩa, Mỹ Sở thu tới hơn 1 tỷ đồng/ha.

Về thị trường tiêu thụ: thị trường quất cảnh tiêu thụ ở những thị trường truyền thống nghĩa là người bán quất bán tại những nơi đã từng bán, một mặt, quen thị trường và thị hiếu khách hàng, mặt khác họ không mạo hiểm khi bán tại những nơi không quen, thị trường tiêu thụ chủ yếu là các tỉnh miền Bắc và Bắc trung bộ. Nguyên nhân của thực trạng này là người bán quất thiếu thông tin về thị trường, không nắm được nhu cầu của thị trường nên không mạo hiểm.

Về kênh tiêu thụ: Hệ thống kênh tiêu thụ quất cảnh chủ yếu tập trung thông qua các mối quan hệ giữa người sản xuất, người tiêu dùng với người thu gom bán lẻ. Kênh phân phối này là sự tập hợp ngẫu nhiên, các thành viên độc lập về chủ quyền quản lý, các thành viên ít quan tâm tới hoạt động của cả kênh. Ta có thể thấy rõ mối quan hệ này qua sơ đồ sau:

Hình 2.3: Sơ đồ kênh tiêu thụ sản phẩm quất



(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra, tháng 5/2016)

Theo sơ đồ ta thấy các kênh tiêu thụ chủ yếu tồn tại dưới hai hình thức chủ yếu là tiêu thụ trực tiếp và tiêu thụ gián tiếp. Nhưng tiêu thụ gián tiếp chỉ có tối đa là hai thành phần trung gian để kết nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng đó là những người bán buôn, người bán lẻ. Hình thức tiêu thụ gián tiếp là hình thức tiêu thụ phổ biến của người trồng quất trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Tiêu thụ trực tiếp của các hộ tồn tại dưới hình thức bán cho người thu gom bán lẻ, bán cho người tiêu dùng ngay tại vườn, hộ tự đi bán lẻ tại các chợ.

Tiêu thụ trực tiếp là sản phẩm được đưa trực tiếp từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng. Đây là các hộ trồng cây tự tiêu thụ, song lượng tiêu thụ không nhiều, các hộ sản xuất vẫn phải tham gia nhiều kênh tiêu thụ cùng lúc để bán hết lượng quất cảnh đã sản xuất ra trong dịp Tết nguyên đán. Khi tiêu thụ theo kênh này thì các hộ sản xuất phải chịu toàn bộ những chi phí trong quá trình tiêu thụ như chi phí vận chuyển, chi phí lao động bán hàng... để đổi lại họ lại bán được sản phẩm với giá cao. Theo kết quả điều tra, số lượng tiêu thụ ở kênh này là khoảng 9 đến 10% tổng sản phẩm tiêu thụ.

Tiêu thụ gián tiếp là kênh tiêu thụ chủ yếu, theo kênh này người sản xuất bán cho người thu gom bán lẻ. Mặc dù giá bán quất cảnh ở hình thức này thường thấp hơn so với giá bán tiêu thụ trực tiếp nhưng số lượng bán được nhiều và

các hộ sản xuất không mất các chi phí như vận chuyển, lao động bán hàng,... Số lượng sản phẩm tiêu thụ ở kênh này thường chiếm tới 90% tổng sản phẩm tiêu thụ.

2.4. Đánh giá chung về tình hình sản xuất và tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

2.4.1. Những ưu điểm

- Người nông dân tỉnh Hưng Yên đã nhiều năm sản xuất, canh tác nông sản nhãn, chuối, cam, vải,... nên có nhiều kinh nghiệm thực tiễn, sáng tạo trong sản xuất để cho hiệu quả ngày một tốt hơn;

- Đã hình thành được các vùng chuyên canh cây nông sản với quy mô ngày càng được mở rộng;

- Kỹ thuật canh tác ngày càng được nâng cao, một số vườn đã áp dụng quy trình sản xuất VIETGAP vào canh tác;

- Bước đầu địa phương đã chú trọng quảng bá nông sản, một số mặt hàng nông sản đã xây dựng được thương hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý nên được nhiều người tiêu dùng trong nước biết đến;

- Thị trường tiêu thụ nông sản mặc dù còn bó hẹp chủ yếu khu vực miền Bắc, Bắc trung bộ nhưng đã và đang được mở rộng, bước đầu một số sản phẩm đã tiếp cận với thị trường miền Nam và xuất khẩu;

- Hình thức tiêu thụ, kênh tiêu thụ đa dạng góp phần cơ bản tiêu thụ sản lượng nông sản được sản xuất hàng năm, một số sản phẩm có giá bán tương đối cao như nhãn lồng, vải lai chín sớm,...

- Sản xuất hàng nông sản, đặc biệt là nhóm sản phẩm đặc sản như nhãn lồng, chuối tiêu hồng, cam, quýt,... đã giúp người dân nâng cao thu nhập và từng bước làm giàu.

2.4.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân

2.4.2.1. Những mặt hạn chế

- Quy mô sản xuất nhỏ, manh mún. Mặc dù đã hình thành những khu vực chuyên canh như khu vực chuyên trồng nhãn, khu vực chuyên trồng quýt, quýt,

cam, chuối, vải. Nhưng mức độ tập trung theo các chủ sản xuất lại không cao, diện tích canh tác/hộ còn thấp.

- Trình độ khoa học công nghệ còn thấp. Hiện nay, quỹ đất nông nghiệp đã được khai thác tối đa, nông nghiệp tăng trưởng chủ yếu theo chiều rộng và đã đến mức tới hạn. Đây là nguyên nhân chính dẫn đến việc tốc độ tăng trưởng của ngành nông nghiệp nói chung có xu hướng giảm ở các năm gần đây. Vì vậy, nâng cao trình độ khoa học công nghệ nông nghiệp là một vấn đề cốt yếu đối với việc tăng cường năng lực cạnh tranh của hàng hóa nông sản dưới góc độ nâng cao năng suất, sản lượng và chất lượng; đồng thời giảm giá thành sản phẩm và bảo đảm các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng. Khả năng cạnh tranh của các sản phẩm nông nghiệp Hưng Yên nhìn chung chưa được cải thiện nhiều vì trình độ khoa học công nghệ sản xuất còn thấp. Khả năng cạnh tranh chủ yếu dựa vào thế mạnh là hàng nông sản đặc sản. Đối với các mặt hàng không phải đặc sản như chuối, vải, quýt thì sức cạnh tranh càng kém hơn.

Hơn nữa, việc chưa áp dụng được công nghệ cao vào sản xuất một cách rộng rãi, nên khó kiểm soát được sự tác động của thiên nhiên, chịu nhiều ảnh hưởng từ điều kiện ngoại cảnh, dẫn tới năng suất và chất lượng không cao, khó đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của thị trường trong và ngoài nước.

- Chuỗi giá trị nông sản thiếu tính liên kết. Hệ thống kinh doanh nông sản Việt Nam nói chung và Hưng Yên nói riêng chỉ đang bắt đầu phát triển trong thời kỳ đổi mới kinh tế và tập trung vào một số ngành truyền thống hoặc có lợi nhuận. Vấn đề liên kết sản xuất hợp tác dưới dạng hình thành các liên kết ngang như hợp tác xã, nhóm, tổ cùng sản xuất để tham gia trực tiếp vào liên kết dọc trong ngành kinh doanh nông sản còn rất yếu. Chuỗi giá trị nông sản nhìn chung còn rời rạc, phân mảnh, và thiếu tính liên kết. Phần lớn nông sản Hưng Yên được sản xuất và tiêu thụ thông qua thị trường thời điểm, tự phát, không hình thành liên kết dọc chặt chẽ. Đó là liên kết giữa doanh nghiệp cung cấp - nhà nông - doanh nghiệp thu mua chế biến. Thêm nữa, sự gắn kết giữa 4

nhà: Nhà nước, nhà khoa học, nhà buôn và nhà nông không cao càng làm cho chuỗi giá trị hàng nông sản của tỉnh chậm phát triển.

- Phát triển nông nghiệp chưa bền vững. Trong các năm gần đây, rủi ro vì thiên tai, dịch bệnh liên tục xảy ra và chưa khắc phục được. Hậu quả là tốc độ tăng trưởng ngành nông nghiệp bị ảnh hưởng, thu nhập của nông dân giảm sút. Kết hợp với tác động của biến đổi khí hậu vốn làm cho các thiên tai diễn ra bất thường và cực đoan hơn, các tác nhân khác như ô nhiễm môi trường từ chất thải của các nhà máy và khu công nghiệp càng làm cho sản xuất nông nghiệp gặp nhiều rủi ro hơn.

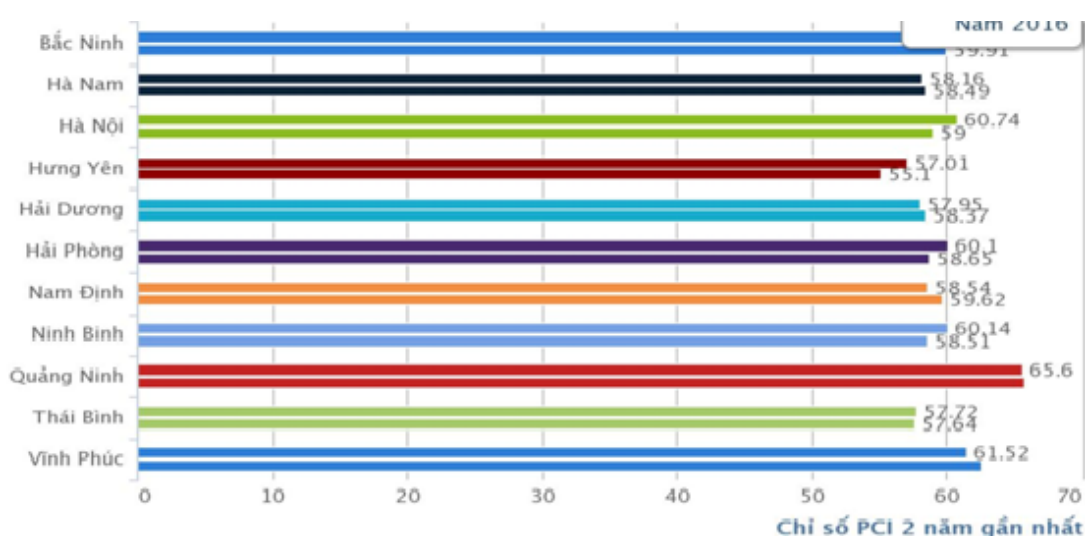
2.4.2.2. Nguyên nhân

Một là, cơ chế chính sách phát triển nông nghiệp thiếu tính đột phá. Chính sách tín dụng đối với nông nghiệp nông thôn cần làm rõ vai trò trung tâm trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp để áp dụng các phương thức cho vay và cung ứng sản phẩm dịch vụ tài chính phù hợp. Cho vay nông nghiệp không nhất thiết ngân hàng phải đưa vốn trực tiếp cho nông dân mà có thể thông qua doanh nghiệp ứng trước vật tư hàng hóa đầu vào, sau đó sẽ khấu trừ khi thu mua sản phẩm. Cần có chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp đối với diện tích đất cho xây dựng kết cấu hạ tầng chế biến nông nghiệp như đất cho phơi sấy, đất xây dựng cơ sở chế biến, đất kho chứa... Xây dựng và hoàn thiện các chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu, áp dụng khoa học công nghệ trong chọn tạo giống, bảo đảm quyền sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp chọn tạo giống.

Hai là, môi trường kinh doanh nông nghiệp Việt Nam nói chung và Hưng Yên nói riêng chưa hấp dẫn. Theo Báo cáo của Ngân hàng Thế giới (WB), Việt Nam có điểm số thấp về điều kiện quản lý, kinh doanh nông nghiệp. Môi trường kinh doanh giống cây trồng của Việt Nam ở mức 62,5/100 điểm, thấp hơn cả Campuchia, Bangladesh và Philippines. Thời gian đăng ký cấp giấy phép kinh doanh giống nông nghiệp mới ở Việt Nam lên tới 901 ngày so với Philippines (571 ngày) và Myanmar (306 ngày). Môi trường kinh doanh máy móc nông

ng nghiệp chỉ đạt 24,4/100 điểm (hơn Lào và Myanmar). Với thủ tục và quy định cho phép hưởng ưu đãi về thuế, phí còn nhiều bất cập. Xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn chủ yếu dưới dạng thô. Là một tỉnh có chỉ số CPI thấp trong khu vực Đồng Bằng sông Hồng, thì môi trường kinh doanh nông nghiệp của Hưng Yên cũng khó thu hút được các nhà đầu tư. Vì vậy, cần xây dựng mô hình mẫu, đầu tư vào khu vực, sản phẩm cụ thể trong nông nghiệp để tạo nên những khu vực nông sản có sức hút, có giá trị.

Hình 2.4. So sánh chỉ số PCI của Hưng Yên trong vùng Đồng bằng Sông Hồng 2015-2016



(Nguồn: pcivietnam.org)

Ba là, đầu tư từ ngân sách nhà nước và các thành phần kinh tế vào nông nghiệp, nông dân, nông thôn còn thấp, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển. Để thúc đẩy sự phát triển của nông nghiệp, nông thôn, điều kiện tiên quyết là tạo vốn cho nông nghiệp và khơi thông dòng tín dụng nông nghiệp. Mặc dù, dòng tín dụng nông nghiệp tăng trong thời gian qua, nhưng do năng lực sản xuất của lĩnh vực này vẫn còn rất lớn nên chính sách tín dụng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu và chưa phát huy được hiệu quả như mong đợi. Để tín dụng nông nghiệp, nông thôn được khơi thông cần có điều kiện cần và điều kiện đủ. Điều kiện cần, đó là: Đơn giản hóa thủ tục vay vốn để nông dân không mất nhiều thời gian làm thủ tục tín dụng. Điều chỉnh linh hoạt điều kiện cho vay phù hợp với điều kiện sản xuất nông nghiệp, cải thiện điều kiện tiếp cận vốn (bao gồm

cả điều kiện về tài sản thế chấp). Mở rộng gói tín dụng cho vay theo vụ cây trồng, cho vay tiêu dùng đối với hộ nông dân. Điều kiện đủ, bao gồm nghiên cứu cơ chế bảo lãnh tín dụng cho nông dân một cách đơn giản, rõ ràng thay vì phải cầm cố hay giao nộp sổ đỏ. Hỗ trợ mua bảo hiểm rủi ro trong nông nghiệp cho nông dân, bảo hiểm lãi suất cho vay đối với một số sản phẩm... Nhờ vậy, rủi ro trong hoạt động đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn sẽ giảm, thúc đẩy các ngân hàng mạnh dạn hơn trong đầu tư vốn vào lĩnh vực nông nghiệp.

Bốn là, công tác quy hoạch kết cấu hạ tầng cho các vùng sản xuất nông nghiệp chưa đầy đủ. Quy hoạch kết cấu hạ tầng nông thôn chưa bảo đảm cho nhu cầu phát triển, cơ giới hóa, hiện đại hóa (quy mô đồng ruộng, giao thông nội đồng); Kết cấu hạ tầng nông thôn còn yếu, chưa tạo điều kiện ứng dụng máy móc trong sản xuất. Bên cạnh đó, thu nhập từ sản xuất nông nghiệp thấp, vốn tích lũy bình quân một hộ nông thôn 16,8 triệu đồng (2011) và bấp bênh. Vì vậy, khả năng tích lũy để đầu tư, mua sắm máy móc, trang thiết bị sản xuất của nông dân gặp nhiều khó khăn; công tác tổ chức chỉ đạo thực hiện và quản lý nông nghiệp của nhà nước còn chưa hiệu quả; triển khai thực hiện các chính sách còn hạn chế.

Trong xu thế hội nhập quốc tế và biến đổi khí hậu cũng như với đặc điểm tự nhiên, kinh tế, xã hội đặc thù thì đẩy mạnh phát triển nông nghiệp là một hướng phát triển phù hợp tại Hưng Yên. Để phát triển nông nghiệp có lợi thế cạnh tranh nhằm phát triển bền vững cần định hướng cần đẩy mạnh phát triển nông nghiệp công nghệ cao và xây dựng thương hiệu nông sản. Chính hai định hướng cơ bản này sẽ nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp và tạo lợi thế cạnh tranh cho nông sản nhằm góp phần nâng cao doanh thu trong sản xuất nông nghiệp và mức thu nhập cho nông dân.

Chương 3

ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ MỘT SỐ NÔNG SẢN CỦA TỈNH HƯNG YÊN

3.1. Căn cứ và mục tiêu để xây dựng giải pháp

3.1.1. Căn cứ để xây dựng giải pháp

3.1.1.1. Chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của Tỉnh

Đề xây dựng giải pháp nhóm tác giả đã dựa trên đánh giá những ưu điểm và hạn chế trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ một số mặt hàng nông sản của tỉnh Hưng Yên cùng với những chính sách phát triển nông nghiệp của Đảng, Nhà nước và của tỉnh.

Cụ thể:

(i). Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05/8/2008 Hội nghị lần thứ bảy BCH Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

(ii). Kỷ yếu hội thảo - Văn kiện Đại hội XI của Đảng: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn (Tập chí Cộng sản - Viện Khoa học xã hội Việt Nam - Hà Nội 2011).

(iii). Kết luận số 97-KL/TW ngày 15/5/2014 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, giải pháp tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn

(iv). Nghị quyết Trung ương 5 khóa IX và Kết luận số 56-KL/TW, ngày 21-02-2013 về tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh tế tập thể với nòng cốt là hợp tác xã

(v). Nghị quyết 05/NQ-TU ngày 25/10/2011 của Tỉnh ủy về "Chương trình phát triển nông nghiệp hàng hóa hiệu quả cao tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2015, định hướng 2020.

(vi). Nghị quyết Số 24/2008/NQ-CP ngày 28 tháng 10 năm 2008 của Chính phủ Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

(vii). Quyết định số 354/QĐ-BNN-QLCL ngày 04/3/2014 của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn về việc phê duyệt kế hoạch triển khai Đề án xây dựng và phát triển mô hình chuỗi cung cấp thực phẩm nông lâm thủy sản an toàn trên phạm vi toàn quốc;

(viii). Quyết định số 1979/QĐ-UBND ngày 23/11/2011 phê duyệt Đề án phát triển sản xuất giống cây trồng, vật nuôi chất lượng cao giai đoạn 2011-2015, định hướng đến 2020;

(ix). Quyết định số 2162/QĐ-UBND ngày 30/10/2015 của UBND tỉnh Hưng Yên về việc phê duyệt Đề án xây dựng và khuyến khích phát triển mô hình chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản đảm bảo an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020;

(x). Quyết định số 151/QĐ-UBND ngày 25/01/2016 của UBND tỉnh Hưng Yên về việc phê duyệt Kế hoạch Khoa học và Công nghệ năm 2016 tỉnh Hưng Yên;

(xi). Quy hoạch phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2020 định hướng đến 2025; Đề án phát triển hạ tầng thương mại nông thôn tỉnh Hưng Yên đến năm 2015 định hướng đến 2020;

(xii). Đề án Điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch phát triển nông nghiệp, nông thôn tỉnh Hưng Yên đến năm 2015, định hướng đến năm 2020;

(xiii). Đề án phát triển sản xuất giống cây trồng, vật nuôi chất lượng cao tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2015, định hướng 2020;

(xiv). Đề án tái cơ cấu Ngành nông nghiệp tỉnh Hưng Yên theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

(xv). Đề án thực hiện Nghị Quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011 - 2015, định hướng 2020;

(xvi). Đề án xây dựng và khuyến khích phát triển mô hình chuỗi sản xuất tiêu thụ nông sản (rau, quả, thịt, cá) đảm bảo an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020;

(xvii). Đề án bảo tồn giống nhãn đặc sản và nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm vùng chuyên canh nhãn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2015;

(xviii). Quyết định số 1854/QĐ-UBND ngày 12/11/2014 của UBND tỉnh Hưng Yên về việc phê duyệt Đề án Tái cơ cấu ngành Nông nghiệp tỉnh Hưng Yên theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

(xix). Quyết định số 2486/QĐ-UBND của UBND tỉnh ban hành ngày 24/12/2015, về việc hỗ trợ sản xuất nông nghiệp giai đoạn 2016-2020;

(xx). Nghị quyết số 06-NQ/TU ngày 04/10/2016 về Chương trình phát triển nông nghiệp theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giá trị gia tăng, bền vững gắn với xây dựng nông thôn mới tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020.

3.1.1.2. Định hướng phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020

Trong các năm tới Đảng bộ và nhân dân toàn tỉnh phải tập trung cao mọi nỗ lực để khai thác tốt hơn các tiềm năng, lợi thế xây dựng Hưng Yên phát triển với tốc độ nhanh, ổn định và bền vững cả về chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội, an ninh - quốc phòng và môi trường sinh thái thực sự trở thành một địa bàn động lực và phát triển năng động gắn kết với các địa phương khác trong vùng trọng điểm kinh tế Bắc Bộ.

Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hưng Yên đến năm 2020 phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của cả nước, quy hoạch Vùng đồng bằng sông Hồng, Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ và Vùng thủ đô Hà Nội, đảm bảo tính đồng bộ, thống nhất với quy hoạch ngành, lĩnh vực. Phát huy cao nhất tiềm năng, lợi thế của địa phương; khai thác, sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực để duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế cao; tập trung đầu tư xây dựng, tạo bước đột phá về kết cấu hạ tầng, phát triển công nghiệp và dịch vụ; coi trọng phát triển công nghệ cao, gắn với xây dựng nông thôn mới để phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Gắn phát triển kinh tế với phát triển văn hoá, xã hội; phát triển kinh tế - xã hội gắn liền với bảo vệ tài nguyên và môi trường. Tập trung nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chú trọng phát triển giáo dục và đào tạo, phát triển khoa học công nghệ. Kết hợp chặt chẽ giữa phát triển kinh tế - xã hội với bảo đảm an ninh, quốc phòng và trật tự an toàn xã hội.

Đại hội Đảng bộ tỉnh Hưng Yên lần thứ XVIII đã thông qua Nghị quyết nhiệm kỳ 2015 - 2020 và đề ra các chỉ tiêu chủ yếu: Tăng trưởng bình quân năm tăng từ 7,5% - 8%. Đến năm 2020 cơ cấu kinh tế: công nghiệp - xây dựng 55%, dịch vụ - thương mại 37%; nông nghiệp 8%; 70% số xã đạt chuẩn nông thôn mới. Tổng thu ngân sách trên địa bàn hơn 13.000 tỷ đồng. Thu nhập bình quân đầu người 75 triệu đồng, tỷ lệ hộ nghèo còn dưới 2%, tỷ lệ lao động qua đào tạo 65%; 100% xã, phường đạt chuẩn quốc gia về y tế. Hàng năm tổ chức cơ sở Đảng đạt trong sạch, vững mạnh trên 50%; Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội đạt vững mạnh trên 85%. Thành phố Hưng Yên đạt đô thị loại II, thị xã Mỹ Hào đạt đô thị loại III...

Theo đó nghị quyết số 12/2016/NQ-HĐND về phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2016-2020 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hưng Yên khóa XVI cũng đưa ra các chỉ tiêu chủ yếu phát triển kinh tế - xã hội năm 2016 như sau:

- Mục tiêu tổng quát:

Tiếp tục ổn định kinh tế, kiểm soát giá cả, nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế; tập trung tháo gỡ khó khăn, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất, kinh doanh. Tập trung thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp có giá trị gia tăng cao, hiện đại, thân thiện với môi trường; huy động mọi nguồn lực cho xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội và đô thị, nhất là xây dựng giao thông. Thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội và cải thiện đời sống nhân dân. Đẩy mạnh cải cách hành chính và phòng, chống tham nhũng, lãng phí; đảm bảo quốc phòng, an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội.

- Các chỉ tiêu chủ yếu:

(i). Tăng trưởng bình quân năm: GDP tăng từ 7,5 - 8%; giá trị sản xuất nông nghiệp - thủy sản tăng từ 2,5 - 3%, chỉ số sản xuất công nghiệp tăng từ 9 - 10%, thương mại - dịch vụ tăng 8,5 - 9,5%; kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 16%; duy trì tỷ lệ tăng dân số tự nhiên dưới 1%.

(ii). Đến năm 2020: Cơ cấu kinh tế: Công nghiệp, xây dựng 55% - dịch vụ 37% - nông nghiệp 8%; giá trị thu được bình quân 210 triệu đồng/ha; 70%

số xã đạt chuẩn nông thôn mới; tổng thu ngân sách trên địa bàn đạt trên 13.000 tỷ đồng, trong đó thu nội địa 9.000 tỷ đồng; kim ngạch xuất khẩu đạt 05 tỷ USD; GDP bình quân đầu người 75 triệu đồng; tỷ lệ đô thị hóa đạt 40,5%; tỷ lệ hộ dân được dùng nước hợp vệ sinh đạt 98%; tỷ lệ hộ nghèo còn dưới 2%; tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 65%; 100% xã, phường, thị trấn đạt chuẩn quốc gia về y tế; tỷ lệ người dân có thẻ bảo hiểm y tế đạt trên 90%; 90% số cơ quan, đơn vị, gia đình và 87% số làng, khu phố đạt danh hiệu văn hóa; thành phố Hưng Yên đạt đô thị loại II, thị xã Mỹ Hào đạt đô thị loại III, huyện Văn Giang (thị trấn Văn Giang mở rộng), thị trấn Như Quỳnh, thị trấn Yên Mỹ mở rộng và khu Bồ Thờ - Dân Tiến đạt đô thị loại IV.

- Nhiệm vụ chủ yếu trong phát triển nông nghiệp nông thôn

Phát triển nông nghiệp hàng hóa hiệu quả cao, gắn với xây dựng nông thôn mới. Tổ chức triển khai thực hiện Chương trình phát triển nông nghiệp tỉnh Hưng Yên theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, bền vững, giá trị gia tăng cao gắn với xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2030; Đề án Xây dựng nông thôn mới tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020; Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; Quy định một số chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn giai đoạn 2016-2020 trên địa bàn tỉnh Hưng Yên theo Nghị định 210/2013/NĐ-CP; các chương trình, đề án, dự án trọng điểm phát triển ngành, lĩnh vực, sản phẩm nông nghiệp; phấn đấu tổng sản phẩm nông nghiệp, thủy sản giai đoạn 2016-2020 tăng bình quân từ 2,5% - 3%; đến năm 2020, cơ cấu kinh tế nông nghiệp: Lương thực 15,5% - rau quả, cây công nghiệp 26,5% - chăn nuôi, thủy sản 58%; giá trị thu được bình quân 210 triệu đồng/ha.

Tập trung công tác chuyển từ trồng lúa năng suất, hiệu quả thấp sang trồng cây hàng năm, kết hợp với chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản có giá trị và hiệu quả kinh tế cao. Chuyển từng bước từ hộ sản xuất riêng lẻ sang hộ liên kết trong mô hình hợp tác xã kiểu mới và liên kết doanh nghiệp; có cơ chế cụ thể

hỗ trợ nông dân thực hiện đồng bộ, hiệu quả để hiện đại hóa, cơ giới hóa và nâng cao hiệu quả sản xuất; rà soát, điều chỉnh, bổ sung các quy hoạch sản xuất nông nghiệp, quy hoạch thủy lợi để bố trí cơ cấu cây trồng, vật nuôi hợp lý, hiệu quả...nhằm xây dựng nền nông nghiệp Hưng Yên theo hướng tập trung, hiện đại, giá trị gia tăng và hiệu quả kinh tế cao. Phát triển hiệu quả kinh tế vùng bãi sông Hồng, sông Luộc gắn với công tác quản lý và chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển.

Tập trung nguồn lực xã hội đẩy mạnh thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, phấn đấu đến năm 2020 có 70% số xã đạt chuẩn nông thôn mới.

3.1.2. Mục tiêu phát triển thị trường tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

- Mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao giá trị của một số loại nông sản đặc trưng của tỉnh (nhãn, vải, chuối,...) tăng thu nhập cho người nông dân và góp phần phát triển sản xuất, tiêu thụ các nông sản này một cách bền vững;

- Góp phần thay đổi phương thức sản xuất, canh tác các nông sản thuộc đối tượng nghiên cứu từ đó mở rộng sang các loại nông sản khác của tỉnh theo hướng sản xuất hàng hóa quy mô lớn, chất lượng cao;

- Góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp, phát triển bền vững ngành kinh tế nông nghiệp của tỉnh Hưng Yên, làm thay đổi bộ mặt nông thôn của tỉnh, thiết thực thúc đẩy xây dựng nông thôn mới và thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hưng Yên.

3.2. Giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ một số nông sản của tỉnh Hưng Yên

3.2.1. Nhóm giải pháp về nâng cao chất lượng sản phẩm

3.2.1.1. Áp dụng sản xuất theo các tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế

Tìm hướng đi bền vững cho cây nông sản là vấn đề đang được các cấp, các ngành quan tâm và một trong những biện pháp quan trọng bậc nhất cho phát triển bền vững đó chính là phải tạo ra được một quy trình sản xuất từ khâu

đầu tiên đến khâu cuối cùng an toàn, chất lượng và có thể kiểm soát tốt toàn bộ quy trình. Áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến của quốc tế và quốc gia, trong đó có VIETGAP, là bước đi không thể thiếu của nông sản Hưng Yên, nhất là với những loại nông sản đặc trưng như nhãn, chuối, cam, vải... của tỉnh.

Những năm gần đây, người nông dân Hưng Yên đã được giới thiệu, tập huấn và ứng dụng một số quy trình thực hành nông nghiệp tốt để bảo vệ tính an toàn của nông sản và thực phẩm. Xuyên suốt trong dây chuyền thực phẩm từ nông trại đến bàn ăn, mỗi một khâu sản xuất đều có một quy trình sản xuất tốt để kiểm soát an toàn vệ sinh, ví dụ như trong khâu sản xuất rau quả trái cây tươi có quy trình sản xuất tốt GAP (Good Agricultural Practice), khâu chăn nuôi có quy trình thú y tốt GVP (Good Veterinarian Practice), khâu chế biến có quy trình chế biến tốt GMP (Good Manufacturing Practice), quy trình vệ sinh tốt GHP (Good Hygienic Practice), trong phân phối có quy trình phân phối tốt GDP (Good Distribution Practice), và trong thị trường có quy trình mua bán tốt (Good Trading Practice).... Tuy nhiên, mặc dù chúng ta đã có VIETGAP, song việc áp dụng quy trình này trong thực tiễn còn rất nhiều khó khăn, hạn chế dẫn tới chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp chưa thể sánh ngang với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Hai sản phẩm Nhãn lồng Hưng Yên và chuối tiêu hồng cũng đã được ứng dụng VIETGAP trong quá trình sản xuất, tuy nhiên trên thực tế diện tích canh tác ứng dụng VIETGAP chưa lớn, số người đưa VIETGAP vào sản xuất chưa nhiều. Thực tế cho thấy những hạn chế chủ yếu khi áp dụng VIETGAP là:

- Tập quán sản xuất của người nông dân tỉnh nhà còn manh mún, dựa trên kinh nghiệm truyền thống là chủ yếu, khả năng ứng dụng khoa học kỹ thuật còn thấp. Phát triển sản xuất thiếu quy hoạch đồng bộ, hạ tầng sản xuất chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế.

- Cấu trúc chuỗi giá trị của sản phẩm bị tác động mạnh mẽ bởi một số thị trường nhập khẩu nước ngoài (chủ yếu là Trung Quốc) nên giá cả không ổn

định, gây bất lợi cho chính các cơ sở chế biến trong nước sử dụng rau quả nguyên liệu để sản xuất.

- Các mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi còn lỏng lẻo, thiếu bền vững; các tác nhân còn xa lạ với cơ chế liên kết hiện đại, chưa có mối liên kết thật sự chặt chẽ giữa Nông dân - Người thu mua – Cơ sở chế biến.

Nguyên nhân của tình trạng trên là do cả từ phía các cơ quan quản lý Nhà nước, người nông dân, các doanh nghiệp chế biến và cả từ người tiêu dùng trong nước. Cụ thể như: bản thân VIETGAP khó khả thi trên diện tích rộng do nhiều yêu cầu chi tiết kiểm soát, nông dân phải ghi chép phức tạp trong khi tập quán, nhận thức canh tác vẫn còn hạn chế; là vấn đề dự báo thị trường của cơ quan quản lý còn nhiều hạn chế, do vậy, định hướng cho người nông dân lúng túng trong định hướng sản xuất sản phẩm nông sản; Người nông dân chưa quen với việc sản xuất theo hợp đồng, chưa quen tuân thủ quy trình, tiêu chuẩn, quy chuẩn sản xuất hàng hóa, chỉ quan tâm đến lợi ích trước mắt mà chưa thấy được lợi ích lâu dài về sản xuất, tiêu thụ ổn định; việc đưa tiêu chuẩn VIETGAP vào chuỗi giá trị còn gặp nhiều khó khăn do các tác nhân hộ thu mua, thương lái, cơ sở chế biến ít quan tâm tới tiêu chuẩn này, sản phẩm được trồng theo tiêu chuẩn VIETGAP bị đánh đồng với các sản phẩm trồng theo tiêu chuẩn đại trà do đó bị ép giá, ép cân, giá cả chưa phản ánh đúng giá trị của các sản phẩm theo tiêu chuẩn VIETGAP; hệ thống thị trường đang thiếu sự minh bạch, sản phẩm an toàn và sản phẩm không an toàn đang lẫn lộn trên thị trường, nên người tiêu dùng muốn mua những sản phẩm an toàn thì không biết mua ở đâu,...

Để đẩy mạnh áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn tiên tiến trong sản xuất nông sản, mà trước hết là VIETGAP trong sản xuất nông sản, nhất là với các sản phẩm đặc sản của tỉnh như nhãn, chuối, cam, quýt,... cần thiết phải thực hiện nhóm các giải pháp đồng bộ đối với cả các cơ quan quản lý, người sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Cụ thể:

Thứ nhất, về phía các cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh cần: Quy hoạch, tổ chức quản lý, kiểm soát quy trình sản xuất VIETGAP trong sản xuất nông sản của tỉnh; hỗ trợ đầu tư trang thiết bị, cơ sở hạ tầng, bố trí sản xuất cho các

hộ nông dân và các địa phương áp dụng VIETGAP; Ưu đãi, khuyến khích các hộ nông dân trong việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, áp dụng công nghệ vào chế biến và bảo quản sản phẩm; hỗ trợ xây dựng cơ chế liên kết “4 Nhà” chặt chẽ, doanh nghiệp phải có chính sách bao tiêu sản phẩm cho nông dân một cách thuận lợi và dễ dàng,...

Thứ hai, về phía người sản xuất: Liên kết các hộ trồng thành tổ chức, có tư cách pháp nhân để có thể tiện giao dịch đối với các doanh nghiệp tiêu thụ... Từ đó có thể chủ động trong việc tìm kiếm đầu ra, giữ vững sự ổn định và uy tín trên thị trường; cần kiểm tra chất lượng từ đầu vào như: giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, biện pháp bảo quản, đóng gói... tới đầu ra là chất lượng sản phẩm và phải tuân thủ nghiêm ngặt và thực hiện đúng theo quy trình của sản xuất theo VIETGAP, áp dụng khoa học, công nghệ tiên tiến để có hiệu quả trong sản xuất và chất lượng của sản phẩm; thu hái, sơ chế, bảo quản cũng phải tuân thủ theo đúng quy trình VIETGAP.

Thứ ba, trong tiêu thụ sản phẩm: Sản xuất nông sản theo quy trình VIETGAP có giá thành cao hơn sản phẩm thông thường nhưng giá bán có thể không cao hơn, người dân cũng chưa thực sự chủ động trong tìm kiếm thị trường cho sản phẩm. Do vậy, một số biện pháp để khắc phục vấn đề này là: Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm đạt tiêu chuẩn VIETGAP; liên kết chặt chẽ giữa người sản xuất, người thu gom, chủ buôn bán lẻ và các doanh nghiệp bao mua thành một mạng lưới thống nhất với nhau; phát triển đa dạng phương thức tiêu thụ, tránh sự đơn độc của một phương thức tiêu thụ nào đó; đẩy mạnh xúc tiến tiêu thụ sản phẩm nhằm mở rộng khả năng xâm nhập thị trường quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động xúc tiến tiêu thụ trong nước và xuất khẩu, Ở mỗi thị trường cần có một chính sách xúc tiến thương mại riêng theo phân khúc của thị trường cụ thể theo từng sản phẩm nhằm đạt hiệu cao trong tiêu thụ sản phẩm.

Áp dụng các quy trình sản xuất tiên tiến trong sản xuất nông sản là điều kiện quan trọng bậc nhất để nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh, là điều kiện tiên quyết cho việc mở rộng thị trường tiêu thụ sản

phẩm, đặc biệt là với các thị trường quốc tế. Kết quả khảo sát cho thấy, 100% các hộ sản xuất đều cho rằng cần thiết phải áp dụng những hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật tiên tiến trong canh tác, 170/200 người trả lời đã có nắm bắt các kỹ thuật và áp dụng vào một số loại cây trồng để cho năng suất và chất lượng cao.

Áp dụng VIETGAP không phải là tất cả nhưng sẽ góp phần quan trọng đưa sản phẩm nông sản của tỉnh tiếp cận được với những tiêu chuẩn mới, thị trường mới, đem lại giá trị gia tăng cao hơn cho người nông dân tỉnh nhà.

3.2.1.2. Quy hoạch các vùng trồng cây chuyên canh

Sản xuất nông nghiệp hàng hóa ở Hưng Yên tuy phát triển nhưng sản phẩm hàng hóa vẫn còn manh mún; quy cách, chất lượng, sản lượng nông sản phần lớn chưa ổn định, ít có sản phẩm đáp ứng được nhu cầu công nghiệp chế biến và xuất khẩu. Nguyên nhân dẫn tới tình trạng trên do hạ tầng kỹ thuật phục vụ sản xuất nông nghiệp, nông thôn chưa đồng bộ, sản xuất còn phân tán; sự liên kết giữa 'bốn nhà', nhất là giữa nhà nông và nhà doanh nghiệp chưa theo kịp sự phát triển của nền kinh tế thị trường. Trình độ sản xuất thâm canh của một bộ phận nông dân còn hạn chế, chưa tâm huyết với nghề nông. Nông dân nhiều địa phương chưa tiếp cận được với cơ chế, thông tin thị trường, sản xuất vẫn theo kinh nghiệm cũ, thậm chí còn trông chờ vào sự hỗ trợ của Nhà nước; chất lượng lao động nông thôn chưa cao, lao động trẻ có trình độ trực tiếp tham gia sản xuất nông nghiệp ngày một giảm...

Có vùng chuyên canh tập trung là một điều kiện để thúc đẩy các doanh nghiệp chế biến thực hiện đầu tư sản xuất và ký kết hợp đồng với nông dân. Với vùng nguyên liệu tập trung mới có thể đầu tư xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho sản xuất; mới tiết kiệm được phí quản lý đầu tư, thực hiện hợp đồng cho doanh nghiệp; mới có khối lượng nông sản lớn đáp ứng được nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp chế biến; mới giảm được phí vận chuyển, chi phí lưu thông, nâng cao hiệu quả kinh tế; có điều kiện để phổ biến và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất.

Tuy nhiên có 2 thách thức hiện nay trong việc thực hiện chủ trương này là:(1) Chất lượng quy hoạch chưa tốt, chưa thật sự phù hợp với biến động của

thị trường; (2) Quy hoạch thiếu công cụ và cơ chế để thực hiện trên thực tế nên hiệu lực và tính khả thi thấp. Vì vậy, Tỉnh cần: (1) Thực hiện quy hoạch và điều chỉnh quy hoạch thường xuyên theo sự biến động của thị trường và chiến lược phát triển sản xuất nông nghiệp của từng địa phương, của tỉnh và cả nước; (2) Có chính sách khuyến khích về vay vốn, hỗ trợ chi phí sản xuất có thời hạn và giới hạn cho những nông dân tuân thủ quy hoạch; (3) Đẩy mạnh công tác tuyên truyền phổ biến quy hoạch và động viên nông dân làm theo quy hoạch; (4) Gắn công tác quy hoạch với kêu gọi, khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến đầu tư vào vùng quy hoạch theo phương thức liên kết với nông dân.

3.2.1.3 Đẩy mạnh tích tụ ruộng đất tạo điều kiện cho sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn

Tích tụ ruộng đất cho sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn là việc làm hết sức cần thiết trong quá trình phát triển sản xuất nông nghiệp thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế, là một trong những điều kiện rất quan trọng cho việc nâng cao chất lượng sản phẩm nông nghiệp, mở rộng quy mô sản xuất với sản lượng lớn, tính đồng đều của sản phẩm cao, dễ dàng áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp của tỉnh, nhất là những sản phẩm đặc sản có uy tín trên thị trường như nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải,....

Thực hiện chủ trương của Đảng và nhà nước, tỉnh Hưng Yên đã tích cực thực hiện dồn thửa, đổi ruộng để đẩy mạnh tích tụ ruộng đất cho phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa theo hướng hiện đại. Đến nay đã có khoảng 60% hộ nông dân chỉ còn 01 thửa, còn lại không quá 02 thửa. Tuy nhiên, diện tích canh tác sau dồn thửa đổi ruộng bình quân/hộ vẫn thấp - chỉ khoảng 0,2ha/hộ nên quy mô đất đai vẫn chưa đủ lớn để áp dụng mô hình cánh đồng mẫu lớn sản xuất tập trung, khó áp dụng khoa học công nghệ, khó sản xuất hàng hóa với quy mô lớn. Sở dĩ, tích tụ ruộng đất là một chủ trương đúng cho sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn, nhưng thực tế hoạt động dồn thửa, đổi ruộng, thực hiện tích tụ ruộng đất trên địa bàn tỉnh thời gian cho thấy vẫn tồn tại những khó khăn rất cơ bản, đó là:

- Người nông dân vẫn còn nặng tâm lý giữ đất, gây khó khăn cho các hoạt động thuê đất sản xuất nông nghiệp của các nhà đầu tư, đặc biệt là ở những khu vực có tiềm năng phát triển công nghiệp người dân có tư tưởng chờ để hưởng lợi từ chính sách đền bù giải phóng mặt bằng với mức cao.

- Thủ tục thuê, chuyển nhượng quyền sử dụng đất nông nghiệp còn phức tạp; mức hạn điền trong luật đất đai cũng hạn chế việc tư nhân có điều kiện kinh tế tham gia tích tụ để tổ chức lại sản xuất.

- Chính sách khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp chưa phù hợp với doanh nghiệp nhỏ và vừa, việc tiếp cận các chính sách hỗ trợ còn rườm rà, phức tạp, các mức hỗ trợ, khuyến khích chưa đủ mạnh,...

- Hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp hàng hóa chưa hoàn thiện, đồng bộ đáp ứng cho yêu cầu sản xuất quy mô lớn,...

Để đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả tích tụ ruộng đất cho phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn, trong đó có các loại sản phẩm nông nghiệp đặc sản của tỉnh như: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải,... những giải pháp chủ yếu là:

Thứ nhất, tăng cường và nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền trong nhân dân về chủ trương tích tụ ruộng đất, sự cần thiết phải tích tụ ruộng đất, hiệu quả của tích tụ ruộng đất, những mô hình tiêu biểu thành công trong sản xuất nông nghiệp nhờ tích tụ ruộng đất,... để người dân biết, hiểu rõ và tin tưởng chính sách tích tụ ruộng đất để thực hiện. Đặc biệt chú ý tuyên truyền, phổ biến rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng của tỉnh các mô hình tích tụ ruộng đất sản xuất nông nghiệp hiệu quả cao, cần thiết thông qua các tổ chức Hội nông dân, Hội phụ nữ,... có cơ chế hỗ trợ tổ chức các hoạt động tham quan thực tế mô hình tích tụ ruộng đất thành công để người nông dân tin tưởng, ủng hộ và thực hiện.

Thứ hai, Rà soát lại tổng thể các quy hoạch, trong tâm là quy hoạch phát triển kinh tế xã hội của mỗi địa phương và của tỉnh, quy hoạch sử dụng đất; quy hoạch sản xuất nông nghiệp, quy hoạch thủy lợi, quy hoạch ngành nghề nông thôn,... để người dân cùng tham gia xây dựng, giám sát việc thực hiện quy

hoạch đảm bảo công khai, minh bạch và tạo điều kiện cho các nhà đầu tư đầu tư phát triển sản xuất nông nghiệp.

Thứ ba, UBND tỉnh ban hành các cơ chế, chính sách hỗ trợ đặc thù đối với tích tụ ruộng đất và hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa quy mô lớn. UBND tỉnh chỉ đạo xây dựng và tổ chức thực hiện có hiệu quả Đề án về tích tụ ruộng đất cho phát triển nông nghiệp với những cơ chế, chính sách cụ thể, có tính khả thi cao như:

+ Hỗ trợ trực tiếp người dân góp đất, cho thuê quyền sử dụng đất; hỗ trợ đối với UBND các xã có tích tụ ruộng đất thành công; hỗ trợ người dân chuyển đổi khu vực canh tác cho tích tụ ruộng đất,...

+ Hỗ trợ xây dựng cơ sở hạ tầng cho sản xuất nông nghiệp tại các khu vực tích tụ ruộng đất thành công; hỗ trợ đầu tư phát triển sản xuất; hỗ trợ nghiên cứu ứng dụng các đề tài nghiên cứu khoa học, công nghệ mới trong sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ áp dụng các hệ thống chất lượng tiên tiến trong sản xuất nông nghiệp (như VIETGAP),...

+ Hỗ trợ thông tin thị trường, các hoạt động xúc tiến thương mại cho việc sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp của các cơ sở, doanh nghiệp sau khi tích tụ ruộng đất thành công,...

Tích tụ ruộng đất thành công sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ cao, áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn tiên tiến trong sản xuất nông sản để tạo ra các sản phẩm nông sản có chất lượng cao, đồng đều, số lượng lớn sẵn sàng cung ứng ra thị trường, sẵn sàng đáp ứng mọi yêu cầu của người tiêu dùng trong và ngoài nước.

3.2.1.4. Ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ mới trong sản xuất

Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, sản xuất nông nghiệp nói chung và canh tác các loại quả đặc sản của tỉnh nói riêng cũng cần thiết phải coi khoa học và công nghệ là một trong những biện pháp quan trọng để nâng cao chất lượng, năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Mặc dù, nhãn lồng Hưng Yên, chuối tiêu hồng Khoái Châu, vải lai chín sớm Phù Cừ, cam Văn Giang, hay quýt cảnh Văn Giang,... đều là những sản phẩm đã được chọn

lọc, canh tác từ nhiều năm kết hợp giữa giống, kỹ thuật canh tác truyền thống và hiện đại để tạo ra những sản phẩm chất lượng. Tuy nhiên, khoa học kỹ thuật, công nghệ phải tiếp tục được xác định là một phần của sản xuất với quy mô hàng hóa, chất lượng cao, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm để thắng lợi trong cạnh tranh trên thị trường và giữa vùng được thương hiệu đã xây dựng.

Ứng dụng khoa học công nghệ cần được thực hiện trong tất cả các khâu của quá trình từ sản xuất giống đến canh tác - thu hoạch - tiêu thụ. Trong lĩnh vực sản xuất giống, cần đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng công nghệ sinh học trong cải tạo giống cây trồng nhằm lựa chọn được các giống, các dòng tốt nhất cho sản xuất đại trà. Có thể ứng dụng các kỹ thuật lai, đột biến gen kết hợp sử dụng các phương pháp cải tạo truyền thống như kết hợp phương pháp lai, sinh sản sinh dưỡng với phương pháp gây đột biến, nhằm cải tạo giống, tạo ra giống có năng suất cao, sản lượng tốt, đáp ứng nhu cầu canh tác. Sử dụng phương pháp công nghệ sinh học hiện đại, như kỹ thuật nuôi cấy tế bào thực vật in vitro, kỹ thuật nhân bản vô tính, kỹ thuật lai tế bào trần, kỹ thuật chuyển gen để tạo giống. Việc nuôi cấy mô phân sinh và tái sinh cây trưởng thành sẽ tạo được giống cây sạch bệnh, rút ngắn thời gian thu hoạch, có thể cung cấp số lượng giống lớn trong thời gian ngắn rất thích hợp và đang được sử dụng rộng rãi cho canh tác cây chuối tiêu hồng trên địa bàn tỉnh. Việc sử dụng tế bào trần nuôi cấy để vi nhân giống sẽ làm tăng hiệu quả lên nhiều lần về phương diện chọn dòng vô tính và tái sinh số lượng giống cây, vì chỉ từ một lá cây ta có thể tạo ra hàng triệu tế bào trần, từ mỗi tế bào ta có thể chọn được hàng chục nghìn dòng, cho tái sinh hàng chục nghìn cây giống mang các đặc tính tốt đáp ứng yêu cầu sản xuất hàng hóa quy mô lớn đối với các loại cây đặc sản của tỉnh.

Trong quá trình sản xuất, canh tác đối với mỗi loại cây trồng có chu trình sinh trưởng, quy trình sản xuất, canh tác khác nhau. Đối với các loại quả đặc sản của tỉnh, mặc dù người nông dân đã có rất nhiều năm canh tác, nhiều kinh nghiệm trong trồng, chăm sóc, tuy nhiên bên cạnh việc áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến như VIETGAP, GLOBALGAP,... thì việc ứng dụng khoa học công nghệ trong từng khâu của quá trình sản xuất, canh tác là

rất cần thiết, nhằm khai thác tối đa kinh nghiệm của người nông dân nhưng đồng thời cũng khai thác được lợi thế do khoa học kỹ thuật, công nghệ mang lại, ví dụ: sử dụng những chế phẩm sinh học an toàn thay cho các loại thuốc bảo vệ thực vật, sử dụng màng bao quả trong quá trình sinh trưởng,... Sản xuất các loại quả đặc sản nhãn, chuối, vải, cam,... của tỉnh nói riêng và sản xuất nông sản nói chung trong thời gian tới vẫn chủ yếu diễn ra tại các hộ sản xuất nhỏ, do vậy việc ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, ứng dụng các hệ thống tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến trong quá trình sản xuất, canh tác vẫn là thách thức lớn đòi hỏi phải có sự hỗ trợ tích cực, hiệu quả của nhà nước, doanh nghiệp, nhà khoa học và các cơ quan, tổ chức tư vấn hỗ trợ.

Trong lĩnh vực bảo quản, chế biến các loại quả nhãn, chuối, cam, quýt, vải nói riêng và nông sản nói chung của tỉnh, nghiên cứu ứng dụng các công nghệ mới nhằm kéo dài thời gian thu hoạch, tiêu thụ, chủ động hơn cho việc cung ứng các đơn hàng với số lượng lớn. Một số công nghệ bảo quản hiện đại có thể áp dụng công nghệ sấy lạnh, sấy nhanh; công nghệ sơ chế, bảo quản rau, quả tươi quy mô tập trung; công nghệ bao gói khí quyển kiểm soát; công nghệ bảo quản lạnh nhanh kết hợp với chất hấp thụ etylen để bảo quản rau, quả tươi; công nghệ tạo màng trong bảo quản rau, quả; công nghệ chiếu xạ - là công nghệ sử dụng năng lượng bức xạ ion hóa để xử lý thực phẩm, nâng cao chất lượng vệ sinh và an toàn thực phẩm nhờ tiêu diệt vi khuẩn gây bệnh.... Sử dụng công nghệ bảo quản sẽ giúp các loại quả đặc sản của tỉnh (nhãn, vải, cam, chuối) kéo dài thời gian bảo mà không làm ảnh hưởng đến chất lượng, hình thức, đồng thời ngăn chặn được các vi sinh vật, vi khuẩn có hại tồn tại được nhu cầu thị trường, kể cả thị trường "khó tính" như EU, Mỹ, Nhật Bản.

Với đặc thù của sản xuất nhỏ quy mô hộ gia đình hoặc trang trại nhỏ, một trong những biện pháp hiệu quả thúc đẩy ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ trong sản xuất đó là xây dựng "Mô hình ứng dụng và chuyển giao công nghệ" đối với từng loại sản phẩm, từng địa bàn và sau đó nhân rộng ra địa bàn toàn tỉnh. Tuy nhiên, việc xây dựng mô hình ứng dụng và chuyển giao công nghệ cần đảm bảo những yếu tố sau:

- Mô hình ứng dụng và trình diễn phải có người dân tham gia và chia sẻ phí tổn với Nhà nước theo nguyên tắc “Nhà nước và người dân cùng làm” trong đó Nhà nước đảm nhiệm các nội dung chính.

- Việc chuyển giao ứng dụng công nghệ phải tham khảo ý kiến người dân trong vùng, với đại diện tiêu biểu là ban lãnh đạo hợp tác xã, hoặc tham khảo các chủ hộ, chủ trang trại,...đảm bảo xuất phát từ nhu cầu của nông dân, không mang tính áp đặt tránh lãng phí cho nhà nước và xáo trộn hoạt động sản xuất của nông dân.

- Hoạt động chuyển giao ứng dụng khoa học công nghệ phải gắn liền với công tác đào tạo trực tiếp cho các hộ tiêu biểu, nông dân yêu nghề theo xác định của Hội nông dân, Hợp tác xã,... để phát huy hiệu quả của quy trình công nghệ ứng dụng, đảm đương việc duy trì và mở rộng mô hình ứng dụng.

- Lồng ghép sự phát triển của mô hình với các chương trình khuyến nông và các chương trình khác để tập trung tối đa các nguồn lực và tạo khả năng nhân rộng cho mô hình.

Để đẩy mạnh ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ mới cho sản xuất nông nghiệp nói chung và nhóm sản phẩm nghiên cứu của đề tài nói riêng đòi hỏi nhiều biện pháp đồng bộ, trong đó nguồn vốn đầu tư cho hoạt động này là yếu tố quan trọng bậc nhất. Tăng cường nguồn vốn đầu tư cho hoạt động khoa học công nghệ trong sản xuất nông nghiệp đòi hỏi phải đa dạng hóa các nguồn vốn đầu tư, một số giải pháp cho việc huy động đa dạng hóa nguồn vốn đầu tư là:

Thứ nhất, cần đẩy mạnh đầu tư vốn từ ngân sách nhà nước cho cơ sở hạ tầng chính yếu ở từng vùng canh tác, đồng thời sử dụng có hiệu quả nguồn vốn hỗ trợ của ngân sách cho từng chương trình xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển sản xuất, cải tạo môi trường canh tác, chuyển giao khoa học công nghệ, tập huấn, xây dựng các Khu Nông nghiệp Công nghệ - Kỹ thuật cao. Đối với một số chương trình trọng điểm, cần xây dựng các dự án để kêu gọi các doanh nghiệp đầu tư hợp tác sản xuất, tiêu thụ và tổ chức dịch vụ nông nghiệp.

Thứ hai, hệ thống ngân hàng cần có cơ chế ưu tiên, ưu đãi đặc biệt về vốn cho nghiên cứu ứng dụng khoa học, công nghệ để phát triển sản xuất nông

nghiệp theo các mô hình tiên tiến được tổng kết và đề xuất phổ biến, nhân rộng các dự án đổi mới công nghệ. Cần tổ chức kịp thời cung ứng tín dụng với lãi suất hợp lý và gia tăng thêm tỷ trọng đối với các hình thức vay dài hạn, trung hạn, nhằm hỗ trợ vốn cho nông dân, doanh nghiệp kinh doanh có điều kiện đầu tư vào các vùng chuyên nông nghiệp.

Thứ ba, có cơ chế để các doanh nghiệp nông nghiệp, hộ nông dân dành một phần vốn cho nghiên cứu khoa học chủ yếu là nghiên cứu ứng dụng, đổi mới công nghệ và đào tạo nhân lực. Nguồn vốn này được hình thành do miễn, giảm thuế khi áp dụng công nghệ mới, vốn khấu hao để lại của doanh nghiệp, vốn tiết kiệm tiêu dùng của nông dân.

Thứ tư, các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn nhất thiết phải dựa vào khoa học công nghệ, kết hợp chặt chẽ với khoa học công nghệ, vì vậy phải dành một phần vốn của chương trình để phát triển khoa học công nghệ, nhằm đẩy nhanh việc ứng dụng các kết quả nghiên cứu triển khai. Các dự án đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp cũng phải dành một phần kinh phí cho nghiên cứu khoa học nhằm bảo đảm hiệu quả của dự án.

3.2.2. Nhóm giải pháp về thị trường

3.2.2.1. Xúc tiến thương mại tiêu thụ nông sản

Giải pháp xúc tiến tiêu thụ nông sản là một trong những giải pháp cơ bản nhằm mở rộng khả năng thâm nhập thị trường mới, tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy các hoạt động tiêu thụ sản phẩm trong nước cũng như xuất khẩu. Các hoạt động xúc tiến thương mại cho sản phẩm nhãn, chuối, vải, cam, quýt,... của tỉnh có thể được thực hiện bằng các hình thức: Tổ chức các hội nghị xúc tiến thương mại, các hoạt động trải nghiệm tiêu dùng sản phẩm tại các địa phương trong nước, hoặc nước ngoài để giới thiệu về những sản phẩm có thể mạnh với các doanh nghiệp và người tiêu dùng; Cung cấp các thông tin về thị trường tiêu thụ sản phẩm như thị trường nội địa như Hà Nội, Bắc Ninh, Hải Dương, Hải Phòng, Quảng Ninh, thành Phố Hồ Chí Minh,...và một số thị trường nước ngoài có tiềm năng như Trung Quốc, Australia, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU,...; Tổ chức các hội chợ và phiên chợ đấu giá hàng nông sản tại các nhà vườn, thăm định

chất lượng và sản lượng tại các nhà vườn thông qua các chương trình, tiếp thị các mặt hàng nông sản. Đặc biệt cần quảng bá các sản phẩm thông qua các phương tiện truyền thông, các kênh phân phối, đẩy mạnh việc tiêu thụ hàng hóa thông qua các chợ đầu mối nông sản; tăng cường liên kết, hợp tác, phát triển rộng các mạng lưới các doanh nghiệp kinh doanh nông sản.

Một số giải pháp chủ yếu cho hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối, vải, cam,... và nông sản của tỉnh nói chung là:

- Nâng cao hiệu quả các chương trình, đề án xúc tiến thương mại của tỉnh: Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và đánh giá tình hình thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại đã được phê duyệt để phát huy tối đa hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại. Phân công rõ cơ quan đầu mối trong hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ nông sản của tỉnh nói chung và các sản phẩm nhãn, chuối, cam, vải,... nói riêng; xây dựng cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan, sở ngành có liên quan; tập trung nguồn kinh phí từ các chương trình, nội dung xúc tiến thương mại đơn lẻ cho các đề án xúc tiến thương mại có tính tổng thể; kiểm soát chặt chẽ việc triển khai các đề án xúc tiến thương mại, nhất là các đề án sử dụng 100% hoặc phần lớn kinh phí từ ngân sách, tránh lãng phí ngân sách nhà nước.

- Hỗ trợ cho doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các loại quả đặc sản của tỉnh (nhãn, cam, chuối, vải,...) tăng cường khả năng xúc tiến thương mại nhằm phát triển xuất khẩu: Các doanh nghiệp cần chủ động tranh thủ sự hỗ trợ của nhà nước, bộ/ngành, các tổ chức quốc tế... để tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại. Chú trọng đến việc xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu; tăng cường công tác nghiên cứu thị trường; tăng cường giới thiệu, quảng bá sản phẩm của mình thông qua các hội chợ, triển lãm cả trong nước và quốc tế, tăng cường hoạt động liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp khác cả trong và ngoài tỉnh trong việc phối hợp thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tiết kiệm chi phí... Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý nhà nước cần hỗ trợ xây dựng và tổ chức mạng lưới thông tin, đáp ứng yêu cầu về thông tin thương mại đối với các mặt hàng nông sản nói chung, các loại quả đặc sản của tỉnh nói riêng

cho doanh nghiệp; xây dựng kế hoạch kinh phí và bố trí nguồn kinh phí thỏa đáng từ ngân sách Tỉnh cho hoạt động xúc tiến thương mại hàng năm.

- Tăng cường khả năng xây dựng chương trình xúc tiến thương mại gắn với Chương trình xúc tiến thương mại tổng thể của vùng, khu vực và của quốc gia: Tăng cường năng lực xây dựng các đề án xúc tiến thương mại đối với các sản phẩm nhãn, chuỗi, vải, cam,... và các sản phẩm nông sản có thế mạnh của tỉnh trên cơ sở đáp ứng đầy đủ thông tin, sát thực tế, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp... Nghiên cứu, xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại dài hạn, gắn kết với các Hiệp hội ngành nghề để hình thành chương trình xúc tiến thương mại mang tầm cỡ cấp quốc gia. Tăng cường kết nối thông tin với các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam tại nước ngoài (thương vụ, tham tán thương mại Việt Nam tại nước ngoài) trong công tác định hướng mặt hàng, định hướng thị trường để thâm nhập và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Tăng cường lực lượng cán bộ xúc tiến thương mại của tỉnh có đủ kiến thức cơ bản về kinh tế thị trường, về quan hệ kinh tế quốc tế, thương mại quốc tế; kỹ năng chuyên môn về nghiệp vụ kinh doanh, có trình độ ngoại ngữ để nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến thương mại. Đồng thời, đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức, năng lực của doanh nghiệp trong công tác xúc tiến thương mại để việc tham gia chương trình xúc tiến thương mại có hiệu quả, đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp.

3.2.2.2. Phát triển các phương thức tiêu thụ

- Phát triển kênh phân phối hàng nông sản tiêu dùng

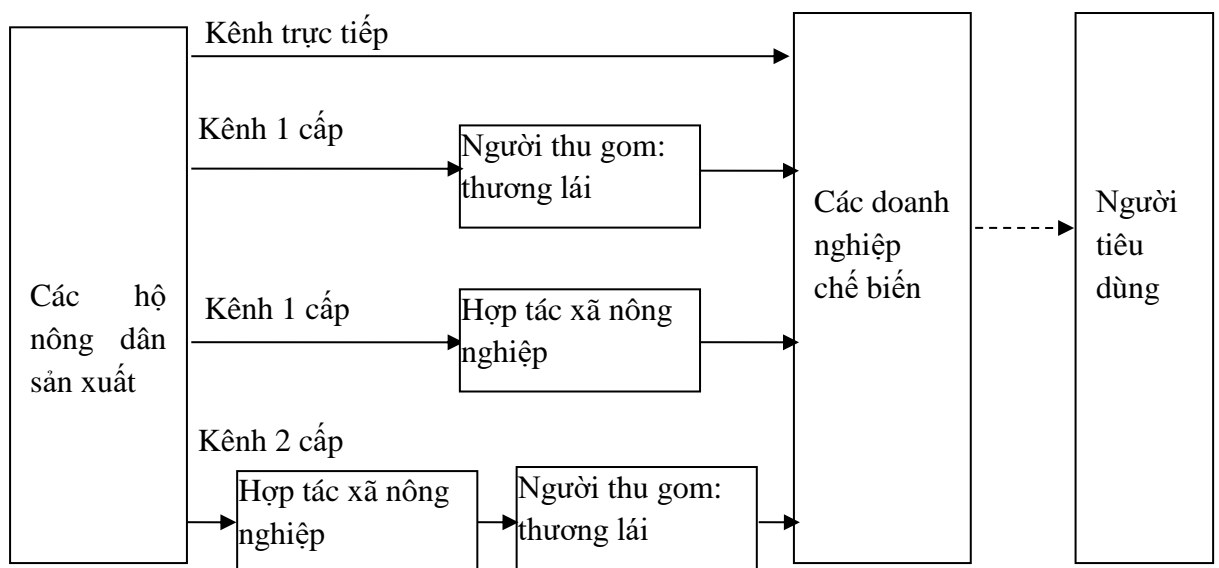
Một trong những giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản là tác động vào các kênh tiêu thụ hiện tại để định hướng sự phát triển của thị trường phù hợp với sự phát triển chung của nền kinh tế. Các giải pháp sẽ hình thành thông qua sự tác động vào các khâu trung gian tiêu thụ của các loại kênh phân phối hàng nông sản từ người sản xuất là các hộ nông dân đến người tiêu thụ cuối cùng với các loại kênh (Hình 3.1).

Đối với kênh phân phối hàng nông sản là kênh trực tiếp: Người sản xuất trong kênh này thường là nhỏ hoặc rất nhỏ, có cơ cấu cây trồng là vườn tạp, sản xuất chủ yếu để tiêu dùng khi có dư mang ra bán trực tiếp cho người tiêu dùng.

Kênh cấp 1. Hoạt động phân phối của kênh thường là trong khu vực sản xuất hoặc các địa phương lân cận. Kênh này khá phổ biến tại các huyện, thành phố của Hưng Yên. Kênh cấp 1 xuất hiện người thu gom hàng hoặc thương lái nhằm cung cấp cho các chợ bán lẻ, các trung tâm của Hà Nội, Hải Dương, Hải Phòng...

Kênh cấp 2 và cấp 3: Các loại kênh này cho thấy mức độ sản xuất lớn hơn nên xuất hiện những người bán buôn, người thu gom, các thương lái đi mua hàng cung cấp cho các tỉnh, thành vùng đồng bằng sông Hồng hoặc xuất khẩu. Các sản phẩm cam, quýt, vải được tiêu thụ chủ yếu thị trường trong nước.

Hình 3.1. Kênh phân phối hàng nông sản



Đối với kênh phân phối hàng nông sản cho tiêu thụ là nhà sản xuất chế biến thì tùy theo đặc điểm của từng kênh mà thực hiện chính sách thích hợp:

Kênh cấp trực tiếp: Kênh phân phối này thích hợp với nền sản xuất hàng hóa lớn, người sản xuất nông nghiệp phải là người hiểu rõ về thị trường và khả năng sản xuất của mình nhằm ký kết các hợp đồng tiêu thụ trực tiếp với doanh nghiệp chế biến theo hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Các kênh còn lại xuất hiện trung gian là hợp tác xã nông nghiệp và các thương lái. Hợp tác xã nông nghiệp hoạt động như những đại lý tiêu thụ, đứng

ra đảm bảo việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ hay bao tiêu sản phẩm với các hộ nông dân.

Các thương lái được hiểu là những người phân phối hàng nông sản cho nhà sản xuất chế biến, có khả năng về kho chứa đựng và khả năng tài chính thực hiện các giao dịch mua bán.

- Phát triển các phương thức tiêu thụ

Song song với việc phát triển các kênh phân phối cần có các giải pháp phát triển các phương thức tiêu thụ nông sản nhằm gia tăng tiêu thụ hàng hóa cho các hộ gia đình và tăng hiệu quả kinh tế cho tỉnh Hưng Yên. Các chính sách cần được áp dụng đó là:

+ Phát triển mạnh phương thức trao đổi tập trung chợ đầu mối: Hình thành các chợ đầu mối tại các huyện, thành phố của tỉnh để đảm bảo việc thu mua tập trung, quy tụ hàng nông sản. Chợ đầu mối là nơi khởi đầu cho các mối xuất khẩu và phân tán hàng hóa tới các siêu thị, các cửa hàng, các chợ bán lẻ tại địa phương và các tỉnh thành khác.

+ Phương thức liên kết tiêu thụ: Thông qua việc ký kết các hợp đồng giữa người sản xuất và các doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm. Phát triển phương thức các đại lý mua bán, hình thành mối liên kết chặt chẽ giữa đại lý với doanh nghiệp tiêu thụ nông sản, Tổ chức đại lý của doanh nghiệp trong đó thành phần chủ yếu là hợp tác xã, cá nhân và hộ kinh doanh. Từng bước thu hút và sử dụng các thương lái tham gia vào mạng lưới đại lý, đảm nhiệm việc mua bán, ủy thác cho doanh nghiệp. Hình thành và phát triển liên kết các doanh nghiệp thuộc các thành phần khác nhau dưới nhiều hình thức cả chiều dọc và chiều ngang, tạo sức mạnh cho các doanh nghiệp trong việc phát triển kinh doanh, chi phối và điều tiết thị trường.

+ Phát triển phương thức tiêu thụ sản phẩm qua mạng

Nâng cao nhận thức về thương mại điện tử cho các doanh nghiệp và các hộ gia đình để phát triển kênh tiêu thụ. Với sự phát triển của công nghệ thông tin như hiện nay, nếu khai thác tốt được phương thức này cũng đem đến doanh thu lớn cho các hộ gia đình cũng như các doanh nghiệp.

3.2.2.3. Tăng cường xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu hàng nông sản

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, có vị thế trong xuất khẩu hàng nông sản song Việt Nam mới chỉ tham gia vào quy trình tạo ra giá trị ở hoạt động sản xuất như thu gom và sơ chế để xuất khẩu. Trong thời điểm hiện nay, việc đóng góp vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu dựa vào nguồn lao động trẻ và tài nguyên dồi dào là một lựa chọn khả thi để các doanh nghiệp Việt Nam học hỏi kinh nghiệm và công nghệ nhưng trong tương lai gần các doanh nghiệp Việt Nam cần thay đổi quan điểm và dần thay đổi chiến lược để có thể tạo ra các sản phẩm thương hiệu riêng, từ đó nâng cao được giá trị của hàng nông sản.

Hung Yên là cái nôi của nhiều mặt hàng nông sản như nhãn, cam, ổi, chuối, quýt,... Hàng nông sản của Hưng Yên đã có mặt tại nhiều thị trường, nhưng phần lớn không có chỉ dẫn địa lý, thương hiệu nông sản nên ít được người tiêu dùng biết đến hoặc xuất hiện trên thị trường nhưng với thương hiệu khác, hoặc bị các sản phẩm khác mượn danh (đối với trường hợp nhãn lồng Hưng Yên). Đây chính là các tài sản vô cùng quý giá mà các doanh nghiệp và các cơ quan hữu quan cần có biện pháp xúc tiến đăng ký và bảo vệ thương hiệu.

Để mở rộng thị trường, đặc biệt là xuất khẩu và để tránh tình trạng bị đánh cắp buộc các nhà sản xuất phải chuộc lại hoặc kiện tụng kéo dài tốn kém cho doanh nghiệp, người sản xuất cũng như các doanh nghiệp cung ứng nông sản cần khẩn trương nghiên cứu, lập chiến lược xây dựng chỉ dẫn địa lý, thương hiệu cho hàng nông sản, phối hợp với các cơ quan có thẩm quyền để được hướng dẫn chi tiết về các thủ tục cần thiết đăng ký chỉ dẫn địa lý, thương hiệu nông sản nói chung và nông sản xuất khẩu nói riêng.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, xây dựng thương hiệu nổi tiếng góp phần tạo dựng uy tín doanh nghiệp, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng nông sản và doanh nghiệp Hưng Yên trên thị trường thế giới là hoàn toàn cần thiết. Để đạt được mục tiêu đó, trước hết các doanh nghiệp phải đăng ký hoàn tất thủ tục về sở hữu công nghiệp và bản quyền nhãn mác hàng hoá nông sản không chỉ ở Việt Nam mà còn ở các thị trường trên thế giới. Tránh tình trạng để đến khi sản phẩm được khách hàng ưa chuộng rồi mới làm sẽ dẫn

tới phức tạp, thậm chí thiệt hại như trường hợp cà phê Trung Nguyên, nước mắm Phú Quốc hay kẹo dừa Bến Tre...

Trong các sản phẩm thuộc đối tượng nghiên cứu của Đề tài, sản phẩm nhãn đã có thương hiệu Nhãn lồng Hưng Yên, chuỗi có thương hiệu Chuối tiêu hồng Khoái Châu, quýt có thương hiệu Quýt cảnh Văn Giang và vải có thương hiệu Vải lai chín sớm Phù Cừ, tuy nhiên các thương hiệu trên đều là thương hiệu tập thể gắn với địa danh và số lượng các hộ tham gia sản xuất được gắn các thương hiệu trên chưa nhiều, sản lượng của các sản phẩm được mang thiêu chưa lớn. Để tiếp tục phát triển và bảo vệ các thương hiệu đã đăng ký một cách mạnh mẽ, đồng thời thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông sản khác của tỉnh, đòi hỏi thực hiện đồng bộ những giải pháp cả từ phía Nhà nước, Tỉnh và các doanh nghiệp, người sản xuất, một số giải pháp cụ thể là:

- Nhà nước cần có chính sách, chủ trương nhất quán trong hỗ trợ phát triển thương hiệu, ưu tiên hỗ trợ các sản phẩm nông sản chủ lực và hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong ngành nông nghiệp. Hoàn thiện các quy định pháp lý về thương hiệu; Các thuật ngữ về thương hiệu, nhãn hiệu sử dụng trong các văn bản quy phạm pháp luật cần được thống nhất chung cách hiểu, hiện tại ở Việt Nam chỉ có "Nhãn hiệu - marks" được định nghĩa tại Luật Sở hữu trí tuệ và được bảo hộ, còn "Thương hiệu - brands" chưa được đề cập.

- Hiện nay việc xây dựng thương hiệu nông sản Việt Nam vẫn chưa có một định hướng chung tổng thể rõ ràng ở tầm quốc gia, chủ trương chung là xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản nhưng cách làm thì mỗi địa phương mỗi khác, mỗi loại nông sản mỗi khác. Do vậy, cần thiết xây dựng chương trình tổng thể về phát triển thương hiệu nông sản Việt Nam, trong đó có bao gồm đầy đủ các hướng dẫn thực hiện về lộ trình, các công cụ tài chính, kỹ thuật, thị trường, cơ chế phối hợp, hệ thống chia sẻ, xác định thị trường, ngành hàng tập trung xây dựng thương hiệu ... một cách khả thi áp dụng thực tiễn để các địa phương xác định cụ thể và xây dựng chương trình thực hiện đối

với nông sản của địa phương mình, vừa đảm bảo thống nhất trong cách thức hỗ trợ, triển khai vừa cơ sự gắn kết giữa các địa phương có cùng loại nông sản.

- Tỉnh tiếp tục chỉ đạo thực hiện tốt chủ trương tích tụ ruộng đất, phục vụ công tác thiết lập các vùng sản xuất nông nghiệp, xây dựng các vùng chuyên canh nông sản hàng hóa nhất là với các nông sản đặc trưng của tỉnh như nhãn, chuối, vải,....., tạo thành các vùng nguyên liệu đạt qui mô hàng hóa, tạo ra sản phẩm đồng đều về chất lượng, hình thức sẵn sàng cho đáp ứng các đơn hàng số lượng lớn.

- Có cơ chế cụ thể hỗ trợ công tác nghiên cứu, khảo nghiệm; chuyên giao nhanh các quy trình sản xuất tiên tiến, thiết lập các hệ thống cung giống, vật tư đầu vào chất lượng, dịch vụ hậu cần sản xuất đạt tiêu chuẩn, thực hiện đồng bộ quy trình sản xuất theo các tiêu chuẩn chất lượng, truy xuất nguồn gốc; Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm để các sản phẩm đã và đang xây dựng thương hiệu có chất lượng tốt, ổn định, dần khẳng định vị thế trên thị trường.

- Phát triển hệ thống xúc tiến thương mại, đẩy mạnh quảng bá các sản phẩm có thương hiệu của tỉnh (nhãn lồng, chuối tiêu hồng, vải lai chín sớm,...) tới tất cả các tỉnh, thành phố trong cả nước, nhất là các thành phố lớn, nơi tập trung giao thương văn hóa kinh tế và từng bước quảng bá, xúc tiến thương mại với các thị trường quốc tế thích hợp; tăng cường các hoạt động tập huấn nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ, HTX, doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia trực tiếp vào công tác xây dựng thương hiệu nông sản.

- Tích cực tuyên truyền, vận động bà con nông dân tham gia vào các hội, hiệp hội, hợp tác xã để thống nhất quan điểm trong việc áp dụng quy trình sản xuất, hạn chế sản xuất tự phát, làm mai một danh tiếng các sản phẩm đặc sản địa phương trong mắt người tiêu dùng; khuyến khích và mở rộng đối tượng sử dụng nhãn hiệu để tạo sự lan tỏa trong sản xuất của từng vùng và tất cả các địa phương trên địa bàn tỉnh đi đôi với tăng cường kiểm tra, giám sát quy trình canh tác để giữ gìn chất lượng sản phẩm.

- Đầu tư nghiên cứu, dự báo thị trường nhằm tìm đầu ra cho sản phẩm nông sản. Sở Công Thương, Trung tâm Khuyến công và xúc tiến thương mại tỉnh phát huy vai trò kết nối, hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, giá cả từ Trung ương về địa phương và giữa các tỉnh để giúp các doanh nghiệp, người sản xuất tổ chức sản xuất, tiêu thụ đạt hiệu quả cao.

- Thực hiện phối hợp lồng ghép các chương trình có kinh phí, nhân lực do các Bộ, Ngành, Tỉnh quản lý như Chương trình khuyến công, chương trình khuyến nông, Chương trình xúc tiến thương mại, chương trình hỗ trợ doanh nghiệp về khoa học và công nghệ, chương trình xây dựng nông thôn mới.... có cùng các nội dung triển khai thực hiện các quy hoạch phát triển của ngành, sản phẩm và địa phương;

- Kiện toàn tổ chức, chất lượng nguồn nhân lực của tổ chức đại diện chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý; xây dựng và tổ chức vận hành mô hình quản lý nhãn hiệu tập thể; có cơ chế, chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3.2.2.4. Đầu tư xây dựng chợ đầu mối nông sản tỉnh

Song song với việc tiến tới sản xuất tập trung thì công tác tập kết tiêu thụ nông phẩm cũng là việc làm hết sức cần thiết. Chợ đầu mối nông sản là nơi tập trung, mua bán hàng nông sản của một khu vực. Nếu tất cả các sản phẩm nông sản được tập trung tại một địa điểm sẽ tạo thuận lợi tối đa cho hoạt động tiêu thụ.

Trong chợ đầu mối nông sản cần xây dựng các gian hàng có gắn biển hiệu khác nhau để giúp người mua phân biệt được chủng loại sản phẩm và quy trình sản xuất. Ví dụ: gian hàng nhãn lồng, gian hàng nhãn lồng VIETGAP, gian hàng nhãn hương chi, gian hàng nhãn hương chi VIETGAP,... Việc đưa hàng hóa vào đúng các gian hàng phải được sự kiểm soát của các cơ quan chức năng địa phương. Tiêu thụ nông sản tập trung giúp người mua nhận diện được từng loại sản phẩm của địa phương khi có những sản phẩm tương đồng. Hơn nữa, thông qua đó, người bán cũng có thể đặt giá phân biệt khi có sự khác biệt về quy trình sản xuất sản phẩm. Tránh tình trạng hàng hóa bị đánh tráo thương

hiệu, đánh đồng giá bán sản phẩm, không khuyến khích được người nông dân áp dụng kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất, ảnh hưởng xấu tới thương hiệu sản phẩm nông sản của tỉnh.

Theo Quy hoạch phát triển mạng lưới bán buôn bán lẻ tỉnh Hưng Yên đến năm 2020 đã được UBND tỉnh phê duyệt năm 2013, Hưng Yên quy hoạch xây dựng 04 chợ đầu mối nông sản. Tuy nhiên, việc thu hút đầu tư còn gặp rất nhiều khó khăn, đến nay có 02 chợ đầu mối đã hoạt động (Chợ Đầu mối Đông Tảo - Khoái Châu và Chợ đầu mối nông sản Trần Cao - Phù Cừ), tuy nhiên chỉ có 01 chợ đầu mối Đông Tảo là phát huy được vai trò đầu mối và phát triển tốt. Để tiếp tục phát triển các chợ đầu mối nông sản trên địa bàn tỉnh, trong thời gian tới cần thực hiện một số biện pháp sau:

- Rà soát lại quy hoạch chợ đầu mối, cả về số lượng và vị trí đầu tư xây dựng. Những năm qua kinh tế xã hội của Tỉnh phát triển mạnh mẽ, hệ thống hạ tầng được đầu tư mới, nâng cấp cải tạo, nhất là hệ thống đường giao thông do vậy việc quy hoạch chợ đầu mối phải đảm bảo phù hợp với cơ hạ tầng, phù hợp với quy hoạch các vùng chuyên canh cây nông nghiệp của tỉnh.

- Tăng cường các hoạt động xúc tiến đầu tư, kêu gọi và thu hút các tập đoàn thương mại, các nhà đầu tư trong và ngoài nước để tìm kiếm được nhà đầu tư có đủ năng lực đầu tư, kinh doanh và phát triển chợ đầu mối nông sản.

- Có chính sách khuyến khích, ưu đãi đủ mạnh để hấp dẫn các nhà đầu tư nhất là về đất đai, giải phóng mặt bằng, chính sách thuế và thủ tục hành chính liên quan tới đầu tư, xây dựng đảm bảo thiết thực, hiệu quả với các nhà đầu tư.

3.2.2.5. Tăng cường liên kết giữa thị trường Hưng Yên với các thị trường trong và ngoài nước

Đẩy mạnh liên kết giữa thị trường Hưng Yên với thị trường các tỉnh khác và thị trường nước ngoài trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh là một trong những giải pháp quan trọng để tạo điều kiện ổn định thị trường tiêu thụ các sản phẩm nhãn, chuối, vải, cam,... và các sản phẩm nông sản khác của tỉnh nói chung một cách vững chắc trong bối cảnh nền kinh tế thị trường luôn biến động.

Đối với thị trường trong nước, tỉnh Hưng Yên cần ưu tiên hàng đầu cho việc thiết lập các mối quan hệ liên kết thương mại với các vùng, các tỉnh.

- Liên kết giữa thị trường Hưng Yên với thị trường các địa phương khác có thể được thực hiện thông qua việc thúc đẩy các doanh nghiệp thương mại lớn và vừa của Hưng Yên tổ chức các quan hệ liên kết chặt chẽ với các tổ chức kinh doanh trong nước để hình thành các hệ thống phân phối hàng hoá hiệu quả. Qua đó tăng cường liên kết cả trong lưu thông và giữa lưu thông với sản xuất, đảm bảo cung ứng hàng hoá cho khách hàng với chi phí thấp nhất, thoả mãn tối đa nhu cầu sử dụng dịch vụ phân phối.

- Phát triển các liên kết giữa các thương nhân Hưng Yên, các doanh nghiệp thương mại của Hưng Yên và các tỉnh để đẩy mạnh quá trình tập trung hoá nguồn lực và mạng lưới kinh doanh hình thành tập đoàn phân phối chuyên doanh hoặc tập đoàn thương mại tổng hợp.

Để mở rộng quan hệ liên kết thương mại với địa phương khác, cần thực hiện một số biện pháp sau:

+ Tổ chức nghiên cứu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại với các thị trường trọng điểm, thị trường các tỉnh lân cận để xác định lợi thế so sánh và khả năng giao lưu thương mại để có hướng điều chỉnh phù hợp cơ cấu sản xuất và thương mại của tỉnh.

+ Nghiên cứu đưa ra các điều kiện ưu đãi cho các địa phương có mối quan hệ liên kết thương mại với tỉnh Hưng Yên. Các điều kiện ưu đãi có thể áp dụng như cho vay tín dụng ưu đãi, bán hàng trả chậm, sử dụng đất và địa điểm kinh doanh...

+ Tiến hành trao đổi, ký kết các thoả thuận cấp tỉnh giữa Hưng Yên và các địa phương khác về mua bán nông sản hàng hóa, có thể là cung ứng nguyên vật liệu và nhận tiêu thụ lại một phần sản phẩm, hay những cam kết xây dựng quan hệ bạn hàng ổn định, lâu dài và đảm bảo chữ tín trong kinh doanh.

Để thực hiện tốt quá trình liên kết với các tỉnh trong vùng, cần chú trọng đến các vấn đề lợi ích và điều kiện liên kết, theo nguyên tắc “có đi có lại”. Giữa lợi ích liên kết và điều kiện liên kết vừa có quan hệ tương thích về mức độ, vừa

có quan hệ không chế nhau giữa các bên liên kết. Tuy vậy, mối quan hệ giữa các loại lợi ích, cũng như giữa lợi ích và điều kiện liên kết phụ thuộc vào tính chất của từng giai đoạn trong quá trình phát triển kinh tế xã hội, phụ thuộc và quan niệm chủ quan của một hay một số người có vai trò quyết định, phụ thuộc vào tính chất của quan hệ liên kết... Vì vậy, trong vấn đề phát triển các môi liên kết thị trường cần phải xây dựng được những tiêu chuẩn xem xét trên cơ sở các cân đối tổng thể và triển vọng dài hạn.

Theo hướng này, tỉnh Hưng Yên liên kết với các tỉnh trong vùng tập trung trên các phương diện sau:

+ Tạo lập môi trường pháp lý: Những vấn đề đã có luật định cần phải được xây dựng và phát triển trong khuôn khổ của hành lang pháp lý; những vấn đề phát sinh và chưa được luật hoá cần phải có sự xem xét thấu đáo để đưa ra những quy định tạm thời trong phạm vi quyền hạn của UBND tỉnh và kiến nghị với Nhà nước; Việc soạn thảo và ban hành các quy định trong phạm vi chức trách địa phương cần phải có tầm xa, hạn chế ban hành những quy định tạm thời, ngắn hạn và có sự thống nhất trong Tỉnh. Tăng cường hơn nữa tính pháp lý đối với việc thi hành các tiêu chuẩn đo lường, chất lượng hàng hoá kinh doanh trên thị trường, quy định về các giao dịch và mua bán hàng hoá, quy định về các loại hình bán buôn, bán lẻ, đại lý và nhượng quyền thương mại....

+ Xây dựng mạng lưới thông tin: Tổ chức hệ thống thông tin thương mại của tỉnh đảm bảo và cung cấp thông tin về tình hình thị trường trong và ngoài tỉnh, trong nước và ngoài nước; nâng cao chất lượng các thông tin đã qua xử lý phục vụ cho yêu cầu ứng xử với những biến động thường xuyên của thị trường; hình thành các tổ chức có chức năng cung cấp thông tin thị trường, tư vấn cho các hoạt động trên thị trường, nhất là dịch vụ tư vấn về nội dung marketing cho các doanh nghiệp thương mại.

+ Về phương diện khuyến khích phát triển cầu của thị trường: Không ngừng nâng cao trình độ dân trí, trình độ hiểu biết các kiến thức về kinh tế thị trường, về tiêu dùng cho dân cư thông qua các hình thức như: giáo dục cộng

đồng, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng. Hình thành các tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng,...

- Đối với thị trường ngoài nước có tính chiến lược, cần chủ động trong việc tạo lập các mối liên kết song phương với nhiều cấp độ và hình thức khác nhau. Trên cơ sở các Hiệp định cấp quốc gia, các văn bản thoả thuận đã được ký kết từ các cuộc đàm phán cấp Chính phủ giữa Việt Nam với các nước khác, Tỉnh cần triển khai nghiên cứu các điều khoản chi tiết, trong đó chú ý vận dụng thích hợp với các điều kiện của Hưng Yên, tìm cách tiếp cận nhanh nhất với thị trường nước ngoài, từ đó, trực tiếp hay thông qua các doanh nghiệp kinh doanh xuất, nhập khẩu lớn để tiến hành các giao dịch thương mại. Khuyến khích khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các tập đoàn phân phối lớn của nước ngoài liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp của tỉnh xây dựng và phát triển hệ thống phân phối hiện đại, từ đó tăng cường khả năng mở rộng thị trường ra thế giới cho các hàng hoá và dịch vụ có lợi thế của Hưng Yên.

3.2.3. Một số giải pháp hỗ trợ

3.2.3.1. Hỗ trợ, tư vấn và đào tạo kiến thức kinh tế thị trường, kiến thức về sản xuất nông nghiệp hàng hóa cho nông dân

Những kiến thức kinh tế thị trường, sản xuất là cơ sở cho các hộ nông dân, các hợp tác xã, các trang trại đưa ra được những quyết định đúng đắn trong đầu tư sản xuất, có khả năng trả lời câu hỏi “trồng cây gì”, “trồng như thế nào” và “bán cho ai”. Thông qua các nguồn kinh phí dành cho hoạt động đào tạo, tuyên truyền, phổ biến kiến thức của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Hội Nông dân tỉnh cần phối hợp với các Trường đại học, Trung tâm nghiên cứu xây dựng nội dung kiến thức phù hợp về sản xuất hàng hóa, quy trình sản xuất, kỹ năng nắm bắt thông tin thị trường, nghiên cứu thị trường,.... để bố trí các khóa đào tạo, phổ biến kiến thức phù hợp với đối tượng là bà con nông dân - những người trực tiếp sản xuất, hoặc đội ngũ cán bộ quản lý các HTX, doanh nghiệp mua gom,....., giúp người sản xuất, phân phối nắm được những nội dung cốt lõi về kinh tế thị trường, về sản xuất hàng hóa, về sự

cần thiết trong liên kết sản xuất để tạo được nguồn hàng đủ về số lượng đáp ứng về chất lượng cho thị trường, về khoa học kỹ thuật, quy trình canh tác,... Các khóa đào tạo, tập huấn cần đặc biệt chú ý đến yếu tố đặc thù của bà con nông dân (thời gian tham gia; mức độ cụ thể, dễ hiểu, dễ nắm bắt của kiến thức và thông tin; phương thức truyền đạt, hướng dẫn; thời điểm tổ chức tập huấn; lợi ích thiết thực của việc tiếp thu kiến thức, thông tin,...) để có được sự hưởng ứng, tham gia nhiệt tình, hiệu quả đảm bảo tính thiết thực của các hoạt động. Khi có được những kiến thức cơ bản về sản xuất hàng hóa trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa sẽ giúp người sản xuất canh tác và kinh doanh hiệu quả hơn.

3.2.3.2. Thực hiện liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản

Một trong những giải pháp phát triển cơ bản nhằm tập trung và liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản là xây dựng môi liên kết bốn nhà:

Hình 3.2. Mô hình liên kết bốn nhà theo chuỗi giá trị gia tăng



Nguồn: Trích lại của GS.Võ Tông Xuân, 2010

+ **Nhà khoa học** bao gồm các cán bộ nghiên cứu thuộc các viện, các trường, cán bộ thộc hệ thống khuyến nông của nhà nước. Liên kết giữa nhà khoa học với nông dân được thể hiện qua sự hợp tác trong việc xác định các ưu

tiên nghiên cứu, chuyển giao có hiệu quả và chịu trách nhiệm về các tiến bộ kỹ thuật được áp dụng vào sản xuất, giúp nâng năng suất, chất lượng sản phẩm, hạ giá thành và tăng sức cạnh tranh của hàng nông sản. Mặt khác, các nhà khoa học có thị trường để bán các sản phẩm khoa học và công nghệ và có điều kiện để áp dụng các kết quả nghiên cứu và thực tiễn. Hưng Yên là địa phương rất gần Học viện nông nghiệp Việt Nam, là trung tâm nghiên cứu hàng đầu của cả nước về các sản phẩm nông nghiệp. Do đó, việc liên kết giữa các nhà khoa học với tỉnh là điều vô cùng thuận lợi, nên cần phải phát huy những lợi thế đó.

+ **Nhà doanh nghiệp** bao gồm các doanh nghiệp chế biến, bao tiêu sản phẩm. Liên kết giữa nhà doanh nghiệp và nhà nông thể hiện ở việc hướng dẫn, giúp đỡ nhà nông trong việc áp dụng tiến bộ kỹ thuật, sản xuất ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của thị trường, thực hiện bao tiêu sản phẩm với giá thỏa thuận nhằm đảm bảo lợi ích của cả hai phía.

Ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng đáp ứng nhu cầu của nhà nông về vốn và cho vay tín dụng để họ có vốn để thâm canh, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm, hạn chế rủi ro và thất thoát vốn.

Doanh nghiệp cần thay đổi chiến lược để hợp tác với tổ chức nông dân xây dựng chuỗi giá trị bền vững: Doanh nghiệp cần có chiến lược đầu tư cho hợp tác liên kết nông dân trên nguyên tắc “cùng tồn tại, cùng phát triển”, nhằm xây dựng chuỗi giá trị chất lượng, hướng tới làm ăn lâu dài, ổn định, chuyên nghiệp hóa chuỗi và nâng cao vai trò của doanh nghiệp trong chuỗi liên kết. Những đóng góp của doanh nghiệp bao gồm tăng cường chia sẻ với nông dân thông tin về chuỗi, về thị trường, trao đổi về kỹ thuật và công nghệ (gồm chia sẻ các giải pháp quản trị hiệu quả). Doanh nghiệp cần có giải pháp tính giá thành hợp lý, thực hiện chia sẻ lợi ích và rủi ro thỏa đáng hơn với tổ chức nông dân, trên nguyên tắc hợp tác, bình đẳng, cùng có lợi, thông qua đàm phán, thương lượng, coi đây là yếu tố then chốt trong quá trình ổn định và phát triển liên kết với nông dân.

+ **Nhà nông** là người trực tiếp làm ra sản phẩm nông nghiệp bao gồm các hộ nông dân, các trang trại, các doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp, các

hợp tác xã, Liên kết giữa nhà nông, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và nhà nước nhằm:

Thứ nhất, thực hiện cam kết trong hợp đồng đã ký với doanh nghiệp về bao tiêu, chế biến nông sản

Thứ hai, thực hiện nghiên cứu, tiếp nhận, chuyển giao các kỹ thuật tiến bộ đã được khẳng định và thực hiện việc chi trả cho các sản phẩm khoa học ứng dụng

Thứ ba, thực hiện cam kết với ngân hàng trong thanh toán tiền vay và tiền lãi đúng kỳ hạn,

Thứ tư, thực hiện đúng các quy định pháp lý của nhà nước về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Các tổ chức nông dân cần chủ động và sáng tạo trong xây dựng và phát triển hợp tác liên kết bền vững, thông qua một số giải pháp và điều chỉnh như sau:

Vận dụng các nguyên tắc căn bản trong xây dựng và phát triển liên kết, đặc biệt lưu tâm tới các giá trị sau: BÌNH ĐẲNG trong chia sẻ lợi ích và rủi ro cần được thúc đẩy, giảm thiểu tối đa sự khác biệt về quyền lợi của các thành viên, không phụ thuộc và vồn góp hay vị thế; MINH BẠCH trong chia sẻ thông tin và các quyết định quan trọng của tổ chức. Cần đảm bảo tiếng nói cũng như tinh thần làm chủ đối với các thách thức và giải pháp của các thành viên được phát huy; NIỀM TIN VÀ SỰ TIN CẬY được xây dựng trong các giao dịch và quan hệ hợp tác, từng bước thay đổi tư duy của nông dân theo hướng sản xuất hàng hóa gắn với thị trường ở những địa bàn phù hợp.

Quan niệm hợp tác, cạnh tranh: Thay đổi quan niệm cạnh tranh giữa các hộ trong cùng địa phương sang hợp tác giữa các hộ cùng địa phương với nhau để cạnh tranh với các địa phương khác, với nước khác.

Thái độ chủ động trong phát triển hợp tác liên kết: Đảm bảo cân bằng giữa mục tiêu cung cấp dịch vụ cho thành viên và tổ chức sản xuất kinh doanh; chủ động tìm kiếm lựa chọn đối tác và tư vấn để đa dạng hóa các mối quan hệ hợp tác và tiếp cận thị trường, tránh phụ thuộc vào thị trường duy nhất; tìm hiểu

thông tin trong khi tham gia đàm phán với doanh nghiệp, tránh tình trạng chờ đợi và phụ thuộc vào doanh nghiệp.

Phát triển tổ chức, mở rộng thành viên: Cần ưu tiên đầu tư nâng cao năng lực quản lý tổ chức nông dân minh bạch nhằm thu hút thành viên, tăng cường gắn kết giữa các thành viên với nhau, giữa HTX/THT với thành viên, và thu hút đối tác.

Củng cố và phát triển năng lực đội ngũ cán bộ điều hành về kinh doanh và thị trường: thường xuyên cập nhật thông tin, đảm bảo định hướng trong quản lý điều hành luôn thích ứng với thị trường, cải thiện khả năng tìm kiếm thị trường và duy trì quan hệ đối tác.

Xây dựng các phương án và năng lực quản lý rủi ro hữu hiệu trong hợp tác liên kết.

+ **Nhà nước** bao gồm các cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương và địa phương, đặc biệt là các cơ quan của Tỉnh có liên quan trong lĩnh vực nông nghiệp. Các nội dung các cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh cần thực hiện là:

Một là, trên cơ sở hệ thống chính sách, cơ chế, quy định của Nhà nước cần nghiên cứu tham mưu cho Tỉnh những chính sách cụ thể, thực tiễn và khả thi, sát với điều kiện của tỉnh để khuyến khích phát triển sản xuất nông nghiệp, đó là các cơ chế khuyến khích, hỗ trợ thiết thực và thực sự vì "Nhà nông" về: kết cấu hạ tầng sản xuất, dịch vụ sản xuất, kỹ thuật canh tác, thị trường tiêu thụ nông sản,... nhằm làm thay đổi nhận thức của người nông dân, để "Nhà nông" thấy được lợi ích thiết thực và tương lai của mình trong mối quan hệ với ba "nhà" còn lại để sẵn sàng trong xây dựng mối quan hệ với cả ba "nhà".

Hai là, Hỗ trợ xây dựng quy định về trách nhiệm mỗi bên khi tham gia liên kết, đồng thời thực hiện vai trò giám sát các bên tham gia hiệu quả các quá trình liên kết. Các cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh phải đóng vai trò vừa là một bộ phận của mối liên kết vừa là "nhạc trưởng" để giám sát, điều chỉnh các mối quan hệ trong liên kết "bốn nhà", sẵn sàng sử dụng các công cụ pháp lý và hành chính để điều chỉnh các hành vi làm phương hại hoặc kìm hãm tới quan hệ giữa "bốn nhà" trong mối liên kết.

Ba là, cung cấp kịp thời các thông tin về cung - cầu, giá sản phẩm giúp nhà nông và doanh nghiệp và các bên liên quan có những quyết định sản xuất kinh doanh phù hợp với thị trường. Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Sở Công Thương cần xây dựng cơ chế tổng hợp thông tin thị trường nông sản trong và ngoài nước thường xuyên, kịp thời để hỗ trợ cả ba "nhà" còn lại giúp ba "nhà" xây dựng, hoạch định kế hoạch và nội dung hoạt động liên kết sát với thực tiễn, gắn chặt với thị trường, đảm bảo tính khả thi và sự thiết thực của liên kết.

3.2.3.3. Phát triển các HTX nông nghiệp và các hình thức kinh tế hợp tác khác trong nông nghiệp

Khó khăn lớn nhất của các doanh nghiệp thực hiện liên kết với nông dân hiện nay là không có cầu nối hữu hiệu để giảm chi phí quản lý và nâng cao chất lượng hợp đồng. Tăng thêm số lượng và nâng cao chất lượng các HTX nông nghiệp và các hình thức kinh tế hợp tác khác trong nông nghiệp là chìa khóa cho việc tháo gỡ khó khăn đó. Vì vậy, với Tỉnh cần: (1) Đẩy mạnh việc thực hiện chủ trương hợp tác hóa trong nông nghiệp, đổi mới và nâng cao chất lượng các HTX hiện có theo Luật HTX; (2) Có chính sách khuyến khích ưu đãi về vốn tín dụng và chi phí thành lập cho các hình thức tổ chức hợp tác trong nông nghiệp; (3) Có tiêu chuẩn minh bạch để phân biệt rõ ranh giới giữa HTX của người lao động với doanh nghiệp cổ phần. Vì tâm lý các doanh nghiệp rất e ngại mức độ tin cậy về tài chính đối những HTX hình thức do tư nhân thao túng dưới dạng vốn góp chi phối; (4) Dân chủ hóa công tác quản trị HTX, tôn trọng quyền tự chủ trong sản xuất kinh doanh của HTX; (5) Có qui định khuyến khích nông dân sử dụng quyền sử dụng đất để góp vốn vào HTX làm cho HTX có tài sản vốn liếng thật sự và có khả năng vay vốn ngân hàng.

Với các doanh nghiệp cần: (1) Tích cực hỗ trợ các HTX nông nghiệp và các hình thức khác phát triển trên địa bàn hoạt động của mình; (2) Tích cực và coi trọng việc hợp tác với HTX và các hình thức kinh tế hợp tác khác trong quá trình liên kết với nông dân. Nếu HTX mạnh có thể ký kết hợp đồng trực tiếp với HTX sau đó hướng dẫn HTX ký kết lại hợp đồng với từng hộ nông dân. Nếu HTX chưa mạnh thì có thể sử dụng HTX như là một trung gian quản lý, làm cầu nối với nông dân và có chính sách đảm bảo quyền lợi cho HTX trong quá trình tham gia.

3.2.3.4. Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào phát triển sản xuất nông nghiệp

Những năm qua, Hưng Yên đã thành công trong việc thu hút FDI vào lĩnh vực sản xuất công nghiệp các doanh nghiệp FDI đã đóng góp rất lớn cho giá trị sản xuất công nghiệp, kim ngạch xuất nhập khẩu của tỉnh, tạo việc làm và đóng góp lớn cho thu ngân sách địa phương. Tuy nhiên, trong lĩnh vực nông nghiệp việc thu hút FDI rất khó khăn, đây không chỉ là hạn chế của riêng Hưng Yên mà còn là hạn chế chung của rất nhiều địa phương trong cả nước. Với những lợi thế sẵn có các Tập đoàn xuyên quốc gia đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp sẽ dễ dàng đưa nông sản Việt Nam, nhất là những loại đặc sản như nhãn lồng, vải lai chín sớm, chuối tiêu hồng,... của Hưng Yên thông qua hệ thống phân phối và chế biến của họ. Hiện tại, hầu hết các công ty này chủ yếu mua nông sản thô của Việt Nam để chế biến, phân phối với thương hiệu của họ, nhưng không thể phủ nhận rằng đó là “cánh cửa” để hàng nông sản Việt Nam đến với thị trường thế giới. Ví dụ: Năm 2014 đã chứng kiến sự đầu tư tích cực của các doanh nghiệp Nhật Bản vào lĩnh vực nông nghiệp Việt Nam. Hiện tại, hai bên đang đàm phán để đưa nhiều sản phẩm nông sản khác của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản. Một số doanh nghiệp Nhật Bản cũng đã đầu tư sản xuất rau củ, nấm tại Đà Lạt để xuất khẩu sang Nhật và các thị trường khác. Xu hướng này sẽ tiếp tục đẩy mạnh thời gian tới khi các doanh nghiệp Nhật Bản muốn tận dụng cơ hội của TPP mà lĩnh vực nông sản Việt Nam hưởng lợi để tăng cường xuất khẩu. Hưng Yên nên tiếp cận và khai thác tốt cơ hội này để đưa các sản phẩm nông sản tiêu biểu của Hưng Yên như nhãn, chuối, cam,... sang Nhật Bản và xa hơn nữa là thu hút các nhà đầu tư, doanh nghiệp Nhật Bản hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp đầu tư vào địa bàn tỉnh.

Hưng Yên đã là điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư, doanh nghiệp sản xuất công nghiệp từ nhiều quốc gia đầu tư vào địa bàn tỉnh - thể hiện bằng hiệu quả hoạt động của KCN Thăng Long II - điểm sáng thu hút đầu tư từ Nhật Bản vào lĩnh vực sản xuất công nghiệp của tỉnh và nên khai thác tốt sự ảnh hưởng này cho lĩnh vực nông nghiệp. Một số giải pháp nhằm thu hút đầu tư, thu hút doanh nghiệp vào lĩnh vực nông nghiệp của tỉnh là:

Một là, cụ thể hóa các chủ trương, chính sách khuyến khích, thu hút đầu tư tư nhân trong nước và ngoài nước trong từng lĩnh vực, chuyên ngành thành

các nhiệm vụ cụ thể, triển khai đến các địa phương, các Sở ngành chuyên môn của tỉnh. Tập trung tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư, nhất là các doanh nghiệp liên kết sản xuất với nông dân theo chuỗi giá trị, doanh nghiệp chế biến, sản xuất giống, vật tư và các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động ở nông thôn. Tập trung đổi mới cách thức tổ chức, nhân rộng các mô hình tiên tiến, hiệu quả phù hợp với từng ngành hàng, lĩnh vực, đặc biệt đối với các vùng sản xuất hàng hóa tập trung.

Hai là, tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức, quán triệt đến các cấp bộ đảng, từng đảng viên, chính quyền các cấp, doanh nghiệp, người dân về chủ trương, chính sách ưu đãi, khuyến khích thu hút đầu tư tư nhân vào nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới.

Ba là, tập trung cải thiện môi trường kinh doanh và hỗ trợ phát triển theo các Nghị quyết của Chính phủ; nâng cao hiệu quả quản lý thị trường, đảm bảo cạnh tranh bình đẳng, cung cấp các dịch vụ kiểm dịch động thực vật, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ để tạo điều kiện thuận lợi cho đầu tư. Thực hiện đổi mới hình thức quản lý các dịch vụ công trong lĩnh vực nông nghiệp; chuyển dần việc cung cấp một số dịch vụ sang cho tư nhân và các tổ chức xã hội thực hiện

Thực hiện đơn giản hóa thủ tục hành chính và tiết kiệm thời gian, kinh phí từ các thủ tục hành chính; rà soát, bãi bỏ các thủ tục hành chính không cần thiết, gây phiền hà cho người dân, doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp. Bên cạnh đó, đẩy mạnh các hoạt động đối thoại với doanh nghiệp, nắm bắt những vấn đề phát sinh trong thực tiễn thực hiện chính sách để tháo gỡ khó khăn và hoàn thiện chính sách thu hút đầu tư vào nông nghiệp.

Bốn là, nâng cao chất lượng quy hoạch sản xuất nông sản, hiệu quả quản lý quy hoạch sử dụng đất nông nghiệp; rà soát, điều chỉnh và xây dựng mới các quy hoạch sản phẩm chủ yếu phù hợp với cơ chế thị trường để làm cơ sở cho việc định hướng và phân bổ hợp lý, hiệu quả các yếu tố đầu vào phục vụ sản xuất kinh doanh nông nghiệp hàng hóa, quy mô lớn.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Sản xuất và tiêu thụ là hai khâu không thể tách rời trong hoạt động sản xuất các loại hàng hóa trong đó có hàng nông sản; muốn phát triển thị trường tiêu thụ nông sản phải đồng thời đảm bảo cả sản xuất tốt để có chất lượng tốt, số lượng nhiều đồng thời phải tổ chức tốt hoạt động tiêu thụ và đảm bảo sự gắn kết chặt chẽ giữa hai khâu này.

Qua nghiên cứu thực trạng sản xuất, tiêu thụ các nông sản đặc trưng của tỉnh là: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải nhóm tác giả nhận thấy:

- Trong sản xuất: những năm gần đây, việc canh tác các loại cây, quả: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải của tỉnh đã phát triển khá mạnh mẽ; bước đầu hình thành được các vùng chuyên canh (ví dụ chuối tại Khoái Châu; cam, quất, quýt tại Văn Giang; vải tại Phù Cừ,...), đã có được một số HTX nông nghiệp, Doanh nghiệp thực sự phát huy được vai trò đầu mối cho người nông dân (ví dụ HTX nhãn Miền Thiết - Khoái Châu, HTX nhãn Hồng Nam, Công ty TNHH Thuận Tâm Thành,...); việc ứng dụng khoa học kỹ thuật, tiêu chuẩn sản xuất tiên tiến được quan tâm,... nên đã từng bước nâng cao được chất lượng sản phẩm cả về chất lượng và sự đồng đều, được thị trường trong nước tin dùng.

- Trong tiêu thụ: đã phát triển đa dạng các hình thức tiêu thụ cả trực tiếp, gián tiếp, một số sản phẩm bước đầu ứng dụng các hình thức bán hàng hiện đại như đặt hàng, bán hàng qua mạng,...; công tác xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm được quan tâm và tạo điều kiện của Tỉnh thông qua các Dự án, đề án hỗ trợ sử dụng ngân sách khoa học của tỉnh; việc phát triển thị trường bắt đầu được chú trọng, một số doanh nghiệp kinh doanh nông sản của tỉnh đã đầu tư nghiên cứu thị trường trong và ngoài nước để đưa nông sản của tỉnh xâm nhập, mở rộng thị trường tiêu thụ (ví dụ như sản phẩm chuối tiêu hồng được xuất khẩu nhiều nước Châu Á và một số quốc gia Châu Âu, sản phẩm nhãn đã bắt đầu thâm nhập vào thị trường Thành phố Hồ Chí Minh,...).

Tuy nhiên vẫn còn nhiều hạn chế trong cả hai khâu sản xuất, tiêu thụ và sự gắn kết giữa hai khâu này còn chưa chặt chẽ dẫn tới những "điểm nghẽn" trong phát triển sản xuất, phát triển thị trường cho nhóm nông sản được nghiên cứu nói riêng và nông sản của tỉnh nói chung, những hạn chế này đã được chỉ ra trong Chương II của Báo cáo tổng kết đề tài.

Từ việc nghiên cứu lý luận về phát triển thị trường tiêu thụ, kinh nghiệm của một số quốc gia và địa phương trong cả nước và quan trọng là xuất phát từ thực trạng sản xuất, tiêu thụ các nông sản: nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải của tỉnh và định hướng, chủ trương phát triển ngành nông nghiệp của tỉnh, nhóm nghiên cứu đã đề xuất 03 nhóm giải pháp cơ bản nhằm giải quyết những "điểm nghẽn" trong phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải nói riêng và nông sản của tỉnh nói chung đó là: (1) Nhóm giải pháp về nâng cao chất lượng sản phẩm; (2) Nhóm giải pháp về thị trường và (3) Nhóm giải pháp hỗ trợ, được thể hiện trong Chương III của Báo cáo tổng kết đề tài.

Mặc dù không tránh khỏi những khiếm khuyết, nhưng nhóm tác giả Đề tài "*Nghiên cứu, đề xuất giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ một số sản phẩm nông sản của tỉnh Hưng Yên*" tin rằng đề tài sẽ là tham khảo hữu ích cho các cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh, các doanh nghiệp và đặc biệt là bà con nông dân - lực lượng chủ yếu tạo ra các sản phẩm nông sản tỉnh nhà và việc tổ chức thực hiện có hiệu quả các nhóm giải pháp sẽ tác động tích cực tới cả hai khâu sản xuất, tiêu thụ và mối quan hệ khăng khít giữa hai khâu để phát triển, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm nhãn, chuối, cam, quýt, quất, vải cùng như các nông sản khác của Tỉnh trong thời gian tới.

2. Kiến nghị

(i). Đối với Nhà nước

+ *Tiếp tục đổi mới "có tính đột phá" về tư duy và nhận thức đối với cả Nhà nước, doanh nghiệp và người nông dân trong sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản, coi đó là điều kiện tiên quyết để phát triển thị trường xuất khẩu*

Trong những năm tới Việt Nam nói chung và tỉnh Hưng Yên nói riêng cần đổi mới, đột phá hơn về tư duy nhận thức đối với quy hoạch, sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản để nâng cao tính bền vững và hiệu quả, đồng thời gia

tăng kim ngạch xuất khẩu theo hướng bền vững, phát triển và mở rộng thị trường xuất khẩu. Theo đó, Việt Nam cần thực hiện tốt việc dồn điền đổi thửa, xây dựng cánh đồng mẫu lớn để thực hiện tốt quy trình trồng trọt, chăm sóc và thu hoạch, bảo quản theo các tiêu chuẩn tiên tiến,... Thực hiện tốt việc chuyển đổi cơ cấu cây trồng (ví dụ phải mạnh dạn, thậm chí kiên quyết giảm diện tích trồng lúa sang trồng các loại cây trồng khác hiệu quả cao hơn). Điều quan trọng là phải chú ý giải quyết thị trường đầu ra cho hàng nông sản. Chú trọng sản xuất nông sản hàng hoá có chất lượng cao, đáp ứng được các rào cản kỹ thuật tại các thị trường nhập khẩu (đặc biệt chú trọng đáp ứng nhanh các rào cản tại các thị trường đã ký kết FTA với Việt Nam). Phát triển mạnh phương thức cho doanh nghiệp thuê đất để sản xuất nông sản xuất khẩu. Đây là một trong những điều kiện để đẩy mạnh xuất khẩu, gia tăng giá trị xuất khẩu và mở rộng, phát triển thị trường xuất khẩu nông sản.

+ Đảm bảo sự phối hợp đồng bộ giữa chính sách của Nhà nước với các biện pháp của doanh nghiệp nhằm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản

Hiện nay, hầu hết các FTA Việt Nam ký kết đã được thực hiện, hàng rào thuế quan hạ thấp dần tiến tới xoá bỏ hoàn toàn, các ưu đãi quốc tế được dỡ bỏ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước mở rộng thị trường xuất khẩu. Các chính sách mà Nhà nước đề ra nhằm hướng tới minh bạch thông tin, hỗ trợ cho doanh nghiệp xuất khẩu mở rộng khả năng tiếp cận với thị trường thế giới. Song thực trạng là các doanh nghiệp Việt Nam còn tỏ ra “bỡ ngỡ” đối với các hiệp định thương mại “thế hệ mới” trong việc tìm hiểu nội dung của các hiệp định và khó có thể tham gia sâu vào chuỗi giá trị khu vực cũng như chuỗi giá trị toàn cầu. Vì vậy, những biện pháp mà các doanh nghiệp triển khai phát triển thị trường xuất khẩu cần tập trung đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của hiệp định thương mại nói chung. Doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam cần chủ động và tích cực hơn nữa trong việc tìm hiểu nội dung các hiệp định thương mại nhằm tận dụng tốt các cơ hội mà hội nhập mang lại cho thị trường xuất khẩu hàng nông sản. Có thể nói hơn 50% kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam đã tận dụng ưu đãi từ các hiệp định thương mại “thế hệ mới” này.

Để chính sách của Nhà nước thực sự được các doanh nghiệp xuất khẩu thực thi triệt để cần có sự hỗ trợ của các cơ quan chức năng. Bộ Công Thương

và cơ quan Xúc tiến thương mại cần tổ chức hội thảo để phổ biến sâu, rộng những nội dung các hiệp định cho doanh nghiệp Việt Nam, xác định cơ hội và thách thức mà những hiệp định này mang lại cho doanh nghiệp xuất khẩu. Đối với các mặt hàng xuất khẩu, xác định rõ tác động ảnh hưởng của các hiệp định đến từng nhóm mặt hàng trong đó có hàng nông sản. Công tác xúc tiến xuất khẩu phải hướng đến hỗ trợ thông tin về thị trường xuất khẩu cho từng mặt hàng nông sản. Có như vậy doanh nghiệp Việt Nam mới có khả năng đa dạng hoá thị trường xuất khẩu, thâm nhập vào thị trường mới, thay đổi chiến lược về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu đối với thị trường truyền thống. Mục tiêu phát triển thị trường xuất khẩu mới duy trì tăng trưởng cao và bền vững trong chiến lược chiều sâu về thâm nhập thị trường thế giới.

(ii). Đối với UBND tỉnh Hưng Yên

Công tác quy hoạch sản xuất nông nghiệp và vùng nguyên liệu phải đi trước một bước. Cần phải rà soát lại các quy hoạch ngành, quy hoạch lĩnh vực, quy hoạch sản phẩm của tỉnh. Đẩy mạnh công tác quy hoạch sản xuất, từng bước hình thành các vùng sản xuất quy mô lớn, vùng nguyên liệu tập trung. Tránh tình trạng mất cân đối giữa vùng nguyên liệu và các cơ sở chế biến dẫn đến tình trạng tranh mua, tranh bán. Tạo điều kiện để các hộ nông dân, các hợp tác xã cũng như các cơ quan, tổ chức liên quan tham gia xây dựng và thực hiện quy hoạch.

Ban hành một số chính sách cụ thể hỗ trợ liên kết sản xuất gắn với chế biến, tiêu thụ nông sản trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Tạo điều kiện thu hút các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp có VĐT nước ngoài, đầu tư sản xuất nông nghiệp - nông thôn của tỉnh. Khuyến khích tối đa các doanh nghiệp vào phát triển sản xuất, kinh doanh trên địa bàn nông thôn.

Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ pháp lý, đào tạo tập huấn cho nông dân và các bên liên quan trong việc ký kết, thực hiện liên kết tiêu thụ nông sản.

Ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ, khuyến khích nông dân, doanh nghiệp phát triển sản xuất như: Chính sách dồn thửa đổi ruộng, khuyến khích nông dân tích tụ ruộng đất, cho thuê đất; xây dựng cánh đồng mẫu lớn; chuyển đổi đất trồng lúa kém hiệu quả sang trồng cây hàng năm, kết hợp chăn nuôi - thủy sản; xây dựng nông thôn mới. Hỗ trợ doanh nghiệp, nông dân đầu tư, đưa công nghệ cao vào sản xuất, bảo quản, chế biến nông sản. Triển khai hiệu quả

các chương trình, dự án: Phát triển mô hình chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản bảo đảm an toàn thực phẩm; thí điểm xây dựng vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao,... nhằm chuyển giao các tiến bộ khoa học, công nghệ, cây giống, nâng cao nhận thức, trình độ sản xuất cho nông dân.

Bên cạnh đó, tỉnh Hưng Yên cần tiếp tục rà soát, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch sản xuất các ngành nghề nông thôn, quy hoạch thủy lợi, quy hoạch vùng sản xuất chuyên canh,... Trên cơ sở đó, bố trí lại cơ cấu cây trồng hình thành những vùng sản xuất chuyên canh, thâm canh có chất lượng, hiệu quả, phù hợp điều kiện sinh thái từng vùng; phát triển mạnh những cây trồng có lợi thế, có thị trường tiêu thụ ổn định, có sức cạnh tranh cao (như nhãn, chuối,...). Tăng cường xây dựng thương hiệu, quảng bá thương hiệu nông sản chủ lực của tỉnh. Tiếp tục tổ chức lại sản xuất, xây dựng, đổi mới hoạt động hợp tác xã, liên kết trong sản xuất nông nghiệp... Qua đó, từng bước khắc phục khó khăn, tạo điều kiện cho nền nông nghiệp Hưng Yên bước vào giai đoạn phát triển mới, theo hướng công nghiệp, hiện đại, bền vững.

Có chính sách ưu tiên những doanh nghiệp chủ động phát triển chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp.

(iii). Đối với các Doanh nghiệp

Tăng cường ký kết hợp đồng bằng văn bản có tính pháp lý cao với các HTX hoặc hộ nông dân, nội dung hợp đồng cần rõ ràng quy định rõ trách nhiệm và quyền lợi của hai bên, đưa ra các biện pháp thích đáng cho cả hai bên để giải quyết nếu có tranh chấp xảy ra: Lựa chọn phương án định giá linh hoạt theo thị trường hoặc giá sàn bảo hiểm hoặc giá nửa cố định nửa linh hoạt để có khả năng xử lý thay đổi giá cạnh tranh; Có điều khoản thưởng và phạt rõ ràng đối với nông dân; Đơn giản hóa phương thức kiểm định chất lượng; Cải tiến chế độ thanh toán tạo thuận lợi cho nông dân; Phối hợp tốt với chính quyền địa phương.

Doanh nghiệp cần mạnh dạn hơn nữa đầu tư vào nông nghiệp, chủ động phát triển chuỗi giá trị từ khâu phục vụ sản xuất nông sản đến khâu cuối cùng là đưa hàng nông sản tới bàn ăn của người tiêu dùng.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. BCH Trung ương khóa X, Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05/8/2008 Hội nghị lần thứ bảy về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
2. Bộ Chính trị, Kết luận số 97-KL/TW ngày 15/5/2014 của về một số chủ trương, giải pháp tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
3. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Quyết định số 354/QĐ-BNN-QLCL ngày 04/3/2014 về việc phê duyệt kế hoạch triển khai Đề án xây dựng và phát triển mô hình chuỗi cung cấp thực phẩm nông lâm thủy sản an toàn trên phạm vi toàn quốc.
4. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Kế hoạch 5 năm 2016 - 2020 Ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tháng 11/2014.
5. Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Nghị quyết Số 24/2008/NQ-CP ngày 28 tháng 10 năm 2008 Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
6. Cục Thống kê tỉnh Hưng Yên, Niên giám thống kê 2015, NXB Thống kê, 2016.
7. Đề án xây dựng và khuyến khích phát triển mô hình chuỗi sản xuất tiêu thụ nông sản (rau, quả, thịt, cá) đảm bảo an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020.
8. Đề án bảo tồn giống nhãn đặc sản và nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm vùng chuyên canh nhãn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2015.
9. Nghị quyết Trung ương 5 khóa IX và Kết luận số 56-KL/TW, ngày 21-02-2013 về tiếp tục đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh tế tập thể với nông cốt là hợp tác xã.

10. Quy hoạch phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2011-2020 định hướng đến 2025; Đề án phát triển hạ tầng thương mại nông thôn tỉnh Hưng Yên đến năm 2015 định hướng đến 2020.
11. UBND tỉnh Hưng Yên, Quyết định số 1979/QĐ-UBND ngày 23/11/2011 phê duyệt Đề án phát triển sản xuất giống cây trồng, vật nuôi chất lượng cao giai đoạn 2011-2015, định hướng đến 2020.
12. UBND tỉnh Hưng Yên, Quyết định số 2162/QĐ-UBND ngày 30/10/2015 về việc phê duyệt Đề án xây dựng và khuyến khích phát triển mô hình chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản đảm bảo an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020.
13. UBND tỉnh Hưng Yên, Quyết định số 2486/QĐ-UBND ban hành ngày 24/12/2015, về việc hỗ trợ sản xuất nông nghiệp giai đoạn 2016-2020.
14. UBND tỉnh Hưng Yên, Quyết định số 151/QĐ-UBND ngày 25/01/2016 về việc phê duyệt Kế hoạch Khoa học và Công nghệ năm 2016 tỉnh Hưng Yên.
15. UBND tỉnh Hưng Yên, Quyết định số 1854/QĐ-UBND ngày 12/11/2014 về việc phê duyệt Đề án Tái cơ cấu ngành Nông nghiệp tỉnh Hưng Yên theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;
16. Tỉnh ủy Hưng Yên, Nghị quyết số 06-NQ/TU ngày 04/10/2016 về Chương trình phát triển nông nghiệp theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giá trị gia tăng, bền vững gắn với xây dựng nông thôn mới tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2016-2020.
17. Phillip Kotler, Quản trị marketing, NXB Thống kê, 2006.
18. Hồ Quế Hậu. Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2012.
19. Trần Quốc Nhân, Phân tích nguyên nhân dẫn đến việc thực thi hợp đồng tiêu thụ nông sản kém giữa nông dân và doanh nghiệp ở Việt Nam, Tạp chí Khoa học và Phát triển, số 7/2012, tr1069-1077.
20. Phương Thảo, Mô hình tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư nông nghiệp cần được tiếp tục nhân rộng, Tạp chí Tiếp thị, số 66/2012.

21. Phạm Thị Xuân Thọ, “Nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập: Thực trạng và giải pháp phát triển”, Tạp chí khoa học ĐHSP THCM, số 23/2010, tr66-72.
22. <http://www.pcivietnam.org/hung-yen>
23. www.thongkehungyen.gov.vn
24. <http://sonnptnt.hungyen.gov.vn>
25. <http://www.vietgap.com>

Tiếng Anh

26. Akerlof (1970), The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, No. 3. (Aug., 1970), pp. 488-500.
27. Arkolakis C, Costinot A, Andres Rodriguez-Clare A, New Trade Models, Same Old Gains, *American Economic Review*, American Economic Association, 2012.
28. Baier SL, Bergstrand JH, Economic determinants of free trade agreements. *J. Int. Econ*, 2010.

PHỤ LỤC

Phụ lục 01: Hiện trạng quy trình sản xuất nhóm nông sản nhãn, vải, chuối, cam, quýt, quất

1. Quy trình sản xuất sản phẩm chuối

Bước 1: Chuẩn bị vườn trồng, chọn đất, làm đất, chuẩn bị hố trồng:

Chọn vùng không có gió mạnh, đất tơi xốp, thoáng khí, tiêu nước và giữ ẩm, tầng canh tác dày, mạch nước ngầm cách mặt đất trên 60 cm, hàm lượng mùn trên 2%, độ pH 5-7;

Chuối có thể trồng ở những mật độ rất khác nhau, từ 666 - 6666 cây/ha. Mật độ trồng hợp lý là 2500 cây/ha theo khoảng cách 2,0 m x 2,0 m.

Chuẩn bị hố trồng: Kích thước hố 40 cm x 40 cm x 40 cm. Bón phân vào đáy hố, lấp phân bằng đất mặt, đặt cây rồi lấp bằng đất cái. Theo cách đó, bộ rễ của cây con không bị ảnh hưởng phân và dinh dưỡng của lớp đất mặt được sử dụng hoàn toàn.

Bước 2: Trồng cây: Thời vụ trồng chủ yếu phụ thuộc vào khả năng cung cấp nước (do mưa hoặc tưới) và vật liệu trồng. Thường trồng vào đầu mùa mưa để tận dụng thời gian cây chuối sinh trưởng trong điều kiện đủ ẩm. Thời vụ trồng còn được xác định bởi thời gian dự kiến thu hoạch. Thông thường, thời gian từ trồng đến thu hoạch khoảng 11-12 tháng.

Bước 3: Thực hiện các biện pháp kỹ thuật chăm sóc: Sau khi trồng, những biện pháp kỹ thuật chăm sóc thích hợp và quản lý đồng ruộng tốt là rất quan trọng để đạt năng suất cao. Các biện pháp kỹ thuật canh tác chủ yếu bao gồm tưới nước, bón phân, lựa chọn chồi, vệ sinh đồng ruộng, chăm sóc buồng quả ...

Trồng dặm: Sau trồng 15 ngày cây nào chết thì trồng dặm. Khi trồng dặm lấy cây tương đương trong vườn, không trồng cây lớn hoặc bé hơn.

Làm cỏ: Sau trồng 30 - 45 ngày thì làm cỏ, làm cỏ là việc làm quanh năm trong suốt thời kỳ sinh trưởng của cây.

Tưới nước: Tùy thuộc vào địa điểm và mùa vụ, cây chuối yêu cầu lượng mưa 80-200 mm/tháng. Nhìn chung, cây chuối nuôi cấy mô cần tưới thường xuyên 2 ngày một lần, mỗi lần 4 - 5 lít/cây trong thời kỳ sau trồng 1 tháng. Thời kỳ sau đó tưới mỗi tuần một lần, mỗi lần 5 - 10 lít/cây sao cho duy trì độ ẩm đất 70-80%.

Bón phân: Các chất dinh dưỡng được cây chuỗi sử dụng hoặc bị mất đi do rửa trôi, bay hơi, cố định sinh học hoặc hoá học... Việc bón phân không chỉ cung cấp và đảm bảo sự cân bằng dinh dưỡng cho cây mà còn bù đắp lượng phân bị mất đi.

Bước 4: Che tủ đất: Che tủ đất bằng chất vô cơ như tấm plastic: các tấm plastic thường không bị phân huỷ, không có tác dụng cải thiện kết cấu đất cũng như là không bổ sung chất hữu cơ và dưỡng chất cho đất. Che tủ đất bằng chất hữu cơ như rơm rạ, mùn cưa, bã mía, lá và bẹ chuối khô... giúp giữ ẩm đất, hạn chế cỏ dại, điều chỉnh nhiệt độ đất.

Bước 5: Đánh tía chồi: Một cây chuỗi có thể sản sinh 5-10 chồi bên. Thông thường chỉ để 1- 2 chồi. Các chồi khác phải bỏ đi để tránh cạnh tranh về dinh dưỡng. Đánh tía chồi là kỹ thuật lựa chọn những chồi khỏe mạnh nhất, ở những vị trí thích hợp nhất.

Bước 6: Cắt tía lá: Những lá già và lá bị bệnh sẽ bị chết và treo trên cây. Đây là nơi cư trú của nhiều loài sâu bệnh hại. Cần cắt bỏ những lá này bằng dao sắc, thường là cùng lúc với đánh tía chồi. Cắt bỏ tất cả những lá bị treo trên cây và cả những lá chỉ còn dưới 50% diện tích lá khỏe mạnh và đặt giữa các hàng chuỗi. Nếu diện tích lá khỏe mạnh còn trên 50% thì không nên cắt bỏ mà chỉ cần làm vệ sinh.

Bước 7: Bao buồng quả: Buồng quả chuỗi thường được bao bởi túi nilon. Loại túi bao buồng này có công dụng giữ cho quả khỏi bị sâu bệnh gây hại và thúc đẩy quả phát triển, nhất là trong điều kiện lạnh. Bao buồng quả thường làm tăng kích thước quả và rút ngắn thời gian từ ra buồng đến thu hoạch. Buồng quả cần được bao sớm ngay sau khi quả bắt đầu cong lên. Buộc chặt túi ở phía trên và mở ở phía dưới, trông giống như là một cái ống tay áo.

Bước 8: Ngắt hoa đực: Hoa đực hay còn gọi là bắp chuối, thường được cắt bỏ ở vị trí khoảng 10 cm dưới nải quả cuối cùng và đồng thời với bao buồng quả. Ngắt bỏ hoa đực có xu hướng làm tăng kích thước của những nải phía dưới và khối lượng buồng quả. Có thể bẻ hoa đực bằng tay nhưng tốt nhất là dùng dao sắc và cũng cần được xử lý giống như đối với cắt tía lá và đánh tía chồi.

Bước 9: Chống gió bão: Để hạn chế đổ khi cây có quả, dùng 2 cọc buộc chéo vào nhau theo hình chữ X đỡ lấy cổ buồng chuối, 2 chân cọc và thân giả đứng thành 3 chân kiềng.

Điều khiển sinh trưởng sao cho mùa gió bão cây không có buồng non, lá nhiều; vun gốc cho rễ ăn sâu, che chắn bớt gió. Trước khi bão tràn qua có thể chặt bớt 1/2 - 1/3 tàu lá.

Bước 10: Phòng trừ sâu bệnh hại: Khi chuối bị sâu bệnh hại cần thực hiện các biện pháp như: Đặt bẫy, vệ sinh đồng ruộng, phun thuốc hoặc có thể đánh bỏ cây bị sâu hại, thực hiện vệ sinh sau thu hoạch.

Bước 11: Thu hoạch: Tùy thuộc vào khoảng cách cần vận chuyển, chuối có thể thu hoạch ở những độ chín khác nhau. Để tiêu thụ ở chợ địa phương, chỉ cần thu trước khi chín vài ngày; để vận chuyển xa phải thu hoạch sớm hơn. Tuy nhiên, để giữ được vị ngọt tự nhiên, cần thiết phải thu hoạch chuối ở giai đoạn chín. Thu hoạch chuối làm nguyên liệu chế biến thường sớm hơn so với để ăn tươi. Độ chín có thể xác định bởi màu sắc hoặc độ đầy quả.

2. Quy trình sản xuất sản phẩm vải, nhãn

Bước 1. Tỉa cành, tạo tán: Ngay sau khi thu hoạch cần phải cắt tỉa cành tăm, cành khuất, cành dập gãy và cành vượt để loại bỏ cành bị hư, cành vô hiệu, giảm bớt thân cành giúp cây chống gió, bão và giảm bớt sâu trú ngụ, sâu bệnh trong tán cây. Thường xuyên sau mỗi đợt lộc cần tỉa bớt các cành khuất, cành tăm, cành vượt và cành bị sâu bệnh hại nặng.

Bước 2. Điều khiển sinh trưởng cây trồng: Kỹ thuật chăm sóc, điều tiết sinh trưởng của cây thời kỳ trước ra hoa:

+ Giải pháp điều tiết nước:

+ Giải pháp chăm sóc: Tuyệt đối không bón phân cho cây vải, nhãn khi cây đang trong giai đoạn phân hóa mầm hoa từ tháng 11 đến khi bắt đầu phân hóa mầm hoa

+ Khoanh vỏ cây: chú ý chỉ tác động lên cây sinh trưởng và phát triển xanh tốt.

Bước 3. Phun thuốc và cắt tỉa lộc đông:

- Dùng biện pháp thủ công ngắt lộc đông,

- Dùng thuốc cỏ Rolstar 25EC; dùng phân bón lá HPC 97 phun ướt đều lên toàn bộ lá khi lá lộc xòe 1-2cm.

Bước 4. Bón phân thời kỳ kinh doanh: Thực hiện bón phân làm 03 lần: lần 1- ngay sau khi thu hoạch, cây phục hồi sau thu hoạch chuyển sang giai đoạn phát triển lộc hè; lần 2- vào giai đoạn có nụ hoa; lần 3- khi cây đang hình thành quả non.

Bước 5. Phòng trừ nhóm sâu, bệnh hại quan trọng: Các nhóm sâu, bệnh hại chủ yếu là: Nhện lông nhung; sâu đục cuống quả; sâu đo; bọ xít; bệnh sương mai; bệnh thán thư. Các loại sâu, bệnh trên thường xuất hiện ở những thời điểm sinh trưởng khác nhau, do vậy cần nắm bắt, theo dõi để sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật, chế phẩm sinh học phù hợp, đúng thời điểm.

Bước 6. Phòng chống gió bão: Tia vọt những cành không quả để làm tăng độ thoáng cho cây; dùng dây thừng hoặc dây nilon buộc liên kết các cành lại với nhau.

Sau bão nên cắt tia những cành gãy, hái tia các quả bị hỏng để những quả còn lại được tập trung dinh dưỡng tốt và hạn chế sâu bệnh.

Bước 7. Thu hoạch và xử lý sau thu hoạch: Chấm dứt phun xịt thuốc bảo vệ thực vật và chất kích thích sinh trưởng trước khi thu hoạch vải, nhãn 10 – 15 ngày.

Thu hoạch khi quả vải, nhãn đạt độ chín sinh lý để quả vải, nhãn có chất lượng ngon nhất và bảo quản lâu hơn. Thời điểm thu hoạch tốt nhất là vào lúc sáng sớm hoặc chiều mát. Tránh ánh nắng gay gắt chiếu trực tiếp vào trái làm tăng nhiệt độ trong quả, gây mất nước ảnh hưởng đến chất lượng và thời gian bảo quản.

3. Quy trình sản xuất cam, quýt, quất

Bước 1. Làm đất, đào hố, bón lót:

* Làm đất và đào hố: Làm sạch cỏ dại, đào hố theo kích thước rộng 60 cm, sâu 60 cm.

* Bón lót: sử dụng phân chuồng hoai mục, Super lân, Vôi bột.

Bước 2. Chọn thời vụ, mật độ, cách trồng:

* Thời vụ: Vụ Xuân trồng tháng 2-4; Vụ Thu trồng tháng 8-10.

* Mật độ khoảng cách: Khoảng cách trung bình (5 x 6 m), mật độ 333 cây/ha. Có điều kiện thâm canh cao trồng dày khoảng cách (3 x 3,5 m), mật độ 800 – 1.000 cây/ha.

* Cách trồng: Hố thường phải đào trước khi trồng 15-30 ngày. Trộn đều toàn bộ lượng phân ở trên với lớp đất trên mặt, sau đó cho xuống đáy hố, tiếp theo lấp đất thành ụ cao so với mặt hố 15-20 cm. Vét một hố nhỏ đặt bầu rồi lấp đất vừa kín bầu và nén chặt.

Bước 3. Chăm sóc sau khi trồng:

* Tưới nước: Sau khi trồng xong cần phải tưới nước ngay. Nếu trời nắng hạn tưới 1 lần/ngày đến khi cây hồi phục sinh trưởng, sau đó tùy điều kiện sinh trưởng và thời tiết để tưới.

* Bón phân: Tùy từng thời điểm sinh trưởng của cây để bón phân cho phù hợp, các loại phân thường sử dụng: Phân hữu cơ hoai mục; Đạm Urê; Super lân; Kali,...khi bón cần kết hợp xới xáo, làm cỏ.

Bước 4. Bón tỉa cây, điều tiết sinh trưởng và tạo dáng:

- Đối với cây lấy quả: Khi cây có quả, sau mỗi lần thu hoạch cần đốn tỉa bỏ cành nhỏ, cành trong tán, cành sâu bệnh... và tiến hành thường xuyên tạo thuận lợi cho việc hình thành quả.

- Đối với cây cảnh: thực hiện tạo tán, tạo thế; tạo quả, lộc cho cuối năm.

Bước 5. Phòng trừ sâu bệnh: Thường xuyên kiểm tra vườn cây, phát hiện sâu bệnh kịp thời; sử dụng các biện pháp canh tác (xén tỉa cành lá sâu bệnh...) sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật sinh học, thuốc hoá học ít độc, không dùng thuốc cấm và chú ý sử dụng thuốc theo nguyên tắc 4 đúng và chú ý một số loại sâu bệnh...

Bước 6. Phòng chống gió bão: Do đặc điểm của cam, quýt, quất có tán nhỏ, thấp, thân gỗ nên không chịu ảnh hưởng nhiều của gió bão như chuối, vải, nhãn. Nhưng thời kỳ gió bão có thể xảy ra vào thời điểm đào cây, cho nên cây cần được cố định bởi cọc, và có thể dùng bao nilon trùm toàn bộ tán cây để hạn chế rụng quả và hoa (chỉ nên dùng đối với những cây có tán tán nhỏ, những cây có tán tán lớn khi trùm có thể gây ra hiện tượng cản gió làm cho cây dễ bị đổ).

Bước 7. Thu hoạch: Cam, quýt, quất có hai loại sản phẩm được thu hoạch chủ yếu là quả và cây cảnh. Nếu thu hoạch quả thì thu hoạch liên tục nhiều lần/năm đối với quả quất, riêng quả quýt, cam thì ít hơn. Nếu thu hoạch cây cảnh thì thu hoạch 1 lần/năm vào dịp Tết Nguyên đán.

Phụ lục 02: Quy trình sản xuất một số nông sản theo VietGap

1. Cây nhãn

1.1. Thời vụ trồng

Đồng bằng sông Hồng: Trồng tháng 2 - 4 và tháng 8 - 10.

Trung du miền núi phía Bắc: Trồng tháng 4 - 6.

1.2. Chọn giống: Nên trồng giống nhãn T6 - giống có cùi quả dày, thơm, ngọt, bóc ráo tay, ăn có dư vị, sản phẩm có giá trị xuất khẩu cao. Hưng Yên đang duy trì được hơn 30 cây nhãn đầu dòng có chất lượng tương đương.

1.3. Kỹ thuật trồng: Do bộ rễ nhãn hút dinh dưỡng thông qua hệ nấm háo khí hoạt động ở vùng rễ, nên cần vun đất hình nấm cao (thoáng khí) để trồng cây con. Nấm đất cao 30 - 40cm, rộng 50 - 60cm; Trồng 12 cây/sào Bắc bộ; Khoảng cách 6 x 5m/cây.

Cây giống ở vườn ươm đưa ra ruộng trồng cần xếp nơi thoáng mát 1 - 2 ngày. Chờ cho các đầu rễ cây thâm lại mới tiến hành trồng, tránh bị thối rễ, ảnh hưởng đến sinh trưởng.

Phân lót/cây: 15 - 20kg phân chuồng hoai + 0,3 kg NPK Đầu trâu 13-13-13+TE (không để rễ cây tiếp xúc trực tiếp với phân lót khi trồng).

1.4. Chăm sóc nhãn thời kỳ cây con:

Bón phân khi cây bén rễ hồi xanh: 0,2kg đạm urê + chế phẩm siêu lân pha loãng tưới gốc/12 cây.

Cây ra lộc dài 5 - 10cm, phun bón lá Atonik (kích cành lộc vươn dài, lóng to, lá dày).

Lá lộc chuyển màu bánh tẻ, tiếp tục tưới thúc đạm urê. Cây ra lộc dài 5 - 10cm, phun Atonik. Lặp lại chu kỳ tưới thúc đạm, phun Atonik như trên trong 2 năm liên tiếp. Cây nhãn sẽ ra được 13 - 15 lứa lộc. Bọ tán có thể vươn rộng tới 3m, sang năm thứ 3 mỗi cây đã có thể cho khai thác 20 - 25kg quả.

Chú ý: Tăng dần lượng bón đạm urê từ 0,2kg/sào lên 0,5kg/sào vào cuối năm thứ 2.

Ngoài tưới thúc đạm urê, cần bón thêm 0,5kg bột đậu tương + 0,3kg lân supe/gốc/năm (rắc đều lân supe, bột đậu tương cách gốc 15 - 30cm tới mép hình chiếu tán cây, dùng màng nilon phủ kín phân, và phải đợi bột đậu tương lên mốc xanh mới cuốn dọn màng nilon, rồi vùi sâu phân trong đất).

Phun Atonik kết hợp thuốc phòng trừ sâu bệnh (nếu có).

Sau mỗi lần cành lộc chuyển màu bánh tẻ, cần cắt tỉa, tạo tán để cây phát triển cân đối dạng hình nấm. Và khống chế đỉnh tán cây cao không quá 3m, thuận tiện chăm sóc và thu hoạch.

Đất vườn khô chỉ tưới đủ ẩm, không được tưới bão hòa đất. Định kỳ vét đất vun gốc tạo rãnh luống thoát nước trong vườn.

1.5. Điều khiển cây ra hoa đậu quả: Với cây nhãn thâm canh cao thì từ tuổi thứ 2 trở đi đã có thể khai thác quả.

Cách làm:

- Từ trung tuần tháng 9 (âm lịch): Dừng tưới nước, bón phân cho cây.
- Vào ngày Đông chí hàng năm, tiến hành khoan vỏ cành kích cho cây phân hóa mầm hoa (nếu trước đó 10 - 15 ngày đã có cây đã nhú lộc, phải khoan vỏ ngay, không cần đợi tới ngày Đông chí).
- Khoan thân cây hoặc cành cây có đường kính 8 - 10cm.
- Vị trí khoan: cách gốc cành 15 - 20cm.
- Dụng cụ khoan: Cưa sắt.
- Cách khoan: Tiến 1 vòng tròn khép kín (quanh thân/cành cây) làm đứt lớp vỏ bì, tượng tầng, chạm tới tầng sinh gỗ.

Sau khoan vỏ xúc tiến bón gốc ngay. Lượng phân/gốc: 1kg bột đậu tương + 2-3kg phân hữu cơ vi sinh + 0,5 kg lân supe.

1.6. Chăm bón thời kỳ cây mang quả:

Cây phân hóa mầm hoa đến quả non đạt đường kính 1cm, định kỳ 7 ngày/lần phun dưỡng quả bằng bón lá SWEED-RONG BIÊN 95%.

Khi hạt quả chuyển màu đen, bón nuôi quả/ 1 gốc: 0,5kg kali clorua + 1,5kg bột đậu tương + chế phẩm siêu lân.

Trước thu quả 20 ngày, tùy theo lượng quả lấy đi trên cây để định lượng phân bón cho cây. Nếu cây cho khai thác 70 - 100kg quả, lượng bón gốc là 1,5 - 2kg bột đậu tương + 3-4kg phân hữu cơ vi sinh + 0,7-1kg lân supe (lần bón này chủ yếu để nuôi lộc thu).

1.7. Phòng trừ sâu bệnh: Cắt tỉa nhãn thường xuyên, tạo sự thông thoáng cho vườn để giảm thiểu sâu bệnh hại.

- Phòng trừ sương mai, rệp muội, bọ xít và một số dịch hại khác bằng Ridomil (0,2%) + Sherpa (0,2%). Phun các thời điểm: Cây nhú lộc; lá bánh tẻ; giò hoa mới nhú; trước nở hoa 7 ngày và sau tắt hoa, đậu quả.

- Trừ bệnh thối rễ và lở cổ rễ khi cây nhãn có biểu hiện suy yếu, lá vàng rụng, rễ mủn, rễ thối đen: Xới xáo vùng gốc, vét rãnh sâu để khơi thông dòng chảy, hạ thấp mực nước ngầm vườn nhãn, kết hợp tưới gốc bằng Bassa 50EC + Ridomil 5G.

- Suốt giai đoạn nhãn mang quả tuyệt đối không sử dụng hóa chất bảo vệ thực vật. Khống chế bệnh hại, làm sáng vỏ quả bằng chế phẩm Nano bạc. Phun định kỳ 15 ngày/lần. Lượng phun 60ml pha/ bình 16 -18 lít nước sạch. Có thể kết hợp bón lá SWEED-RONG BIÊN 95%.

1.8. Chăm sóc vườn sau thu hoạch: Để năm sau cây nhãn tiếp tục ra hoa đậu quả, thì trong mùa thu năm trước cây nhãn phải có 2 lần ra lộc. Nên ngay khi cây kết thúc thu quả phải bón đạm urê ngay (vườn khô thì hòa nước tưới, vườn ẩm rắc vùi phân dưới lớp đất 5 - 10cm. Lượng đạm bón/cây đối với cây trên 5 tuổi 0,5 - 0,6kg.

Sau đó tiến hành cắt tỉa cành khô, cành gằm, cành vượt, cành sâu bệnh và cành mọc quá dày trong tán. Thu gom tiêu hủy tàn dư thực vật trong vườn. Quét vôi thân gốc. Tỉm diệt sâu đục thân, đục cành qua lỗ mùn đùn trên thân (cành).

Khi cây ra lộc dài khoảng 10cm, phun Atonik kích dài cành lộc. Cành lộc chuyển màu bánh tẻ tiếp tục bón đạm urê, rồi phun Atonik khi lộc dài 10. Như vậy vườn nhãn đã ra 2 lần lộc thu.

TH.S NGUYỄN HẢI TIẾN

Nguồn: http://www.vietgap.com/huong-dan-ap-dung/1046_5887/tham-canhnhan-theo-quy-trinh-vietgap.html

2. Cây chuối tiêu hồng

2.1. Thời vụ trồng: Tháng 1-3. Đào hố so le nanh sáu, kích thước: 40 x 40 x 40cm. Trồng cây cách cây, hàng cách hàng: 2m, đảm bảo 90 cây/sào (360m²).

2.2. Bón phân:

- Bón lót cho 1 hố: 7 - 10kg phân chuồng hoai mục + 0,3kg lân Super + 0.5kg vôi bột + 5gr Basudin 50EC (trộn đều các loại phân đưa xuống hố - phủ đất - trồng cây - lấp đất kín gốc tới độ sâu cách mặt luống 10cm - tưới ẩm). Khi trồng tuyệt đối không để rễ cây tiếp xúc trực tiếp với phân.

- Bón thúc khi cây bén rễ, ra lá (sau trồng 10 - 15 ngày): Lượng bón, 15g urê + 100gr lân + 10g kali + 20 lít nước sạch - Hòa tan tưới 1 lít/gốc. Định kỳ 15 ngày/lần.

- Bón thúc sau trồng 5-6 tháng: 120 - 130kg tro bếp + 20kg vôi bột + 10kg NPK 20-20-15+TE Đầu trâu - vôi bột, tro bếp rắc trực tiếp lên mặt luống, cách gốc 15 - 20cm, rồi vét đất ở rãnh phủ kín phân. NPK tùy theo thời tiết - Hòa nước tưới khi trời nắng hạn. Rắc phân khô khi có mưa.

- Sau trồng 7 - 8 tháng: Bón 15 - 17kg NPK 13-13-13+TE Đầu trâu.

- Sau trồng 9 - 10 tháng: Bón 15kg NPK 13-13-13+TE Đầu trâu + 5kg kali clorua.

- Phun phân bón lá (giàu urê và kali) 2 lần cách nhau 10 ngày. Khi cây chuẩn bị ra buồng và ngay sau cắt hoa.

* *Chú ý:* Tuyệt đối không bón phân chuồng tươi. Tùy tình hình thời tiết: Khi nhiệt độ không khí quá cao (trên 35 độ) hay quá thấp (dưới 15 độ) thì dừng bón các loại phân. Nhằm tránh gây tổn thương cho bộ rễ chuối.

2.3. Tỉa mầm (rất quan trọng): Trên cây mẹ chỉ để 2 - 3 mầm cây con. Không để mầm cây con ở vị trí ngay dưới buồng quả. Sau thu hoạch, đốn cây mẹ, rắc vôi bột vào gốc, để nuôi 1 cây mầm ra đầu tiên. Chăm sóc 9 - 10 tháng sau sẽ cho thu hoạch tiếp.

Khi tách mầm nhân rộng ruộng sản xuất chuối. Chỉ tách lấy mầm đời cháu để trồng. Không lấy mầm cây con ở đời thứ tư. Cần thay mới bằng cây giống nuôi cấy mô.

- Ruộng chuối cần luôn đảm bảo đủ ẩm. Các ruộng chuối mới trồng, nên xen canh với cây họ đậu. Để tăng thu nhập. Bồi dục đất. Giữ ẩm. Chống rửa trôi dinh dưỡng và hạn chế cỏ dại.

2.4. Cắt hoa, gò buồng: Khi buồng chuối đã cho 10 - 13 nải quả. Lốp quả ở đáy buồng nhỏ, bé và cong vẹo, cần cắt hoa ngay và tiến hành gò buồng. Dùng dây nylon mềm buộc chặt cuống đáy buồng chuối, kéo vít vào thân cây và cố định. Sao cho hướng buồng chuối vuông thẳng với mặt vườn. Mục đích, cho nải quả cong đều, ít bị gió lấc.

2.5. Chống đổ:

Sau cắt hoa khoảng 1 tháng. Dùng dây nylon bền và to bản. Buộc chặt cổ ngọn chuối vị trí tiếp giáp cuống buồng quả với thân ngọn cây. Vít kéo dây ngược chiều ngả của cây căng tằm. Buộc cố định dây vào gốc chuối đối diện. Thêm 1 dây nylon cùng loại bó ngang thân để cho cây thêm chắc. Cách 0,5 - 0,7m buộc quấn 1 vòng, tới chắc tay thì thít dây cố định.

2.6. Phòng trừ sâu bệnh hại:

- Nhổ cỏ, cắt bỏ lá già, lá khô.

- Bao buồng quả bằng túi nylon trắng (có đục lỗ thoát ẩm ở đáy túi). Bao buồng khi nải quả bắt đầu uốn cong.

- Rắc Basudin hạt vào gốc (trừ sâu đục thân). Phun Tilsuper (trừ bệnh vàng lá); Ridomil hoặc Anvil (chống đốm quả); Fastac (trừ bọ net, châu chấu); Meliparathion (trừ bọ vẽ quả)...

2.7. Thu hoạch:

Chuối nuôi cấy mô thường sau trồng 12 - 13 tháng mới cho thu hoạch. Nếu vận chuyển tiêu thụ xa, thì thu hoạch khi vỏ quả chuyển từ màu xanh đậm sang xanh nhạt, quả chuối căng đều không còn gờ cạnh. Tiêu thụ nội vùng, nên thu khi vỏ quả chuyển hanh vàng. Sau thu hoạch chống ngược buồng quả xếp trong nhà kín.

TH.S NGUYỄN HẢI TIẾN

Nguồn: http://www.vietgap.com/thong-tin/1052_5786/ky-thuat-trong-chuoi-tieu-hong.html

3. Cây vải

3.1. Sử dụng đất trồng an toàn:

- Vải phát triển tốt nhất là đất có tầng đất mặt dày, độ phì cao, thoát nước tốt.
- Đất trồng vải có hàm lượng các kim loại nặng, không vượt quá ngưỡng cho phép. Không có nguy cơ cao về ô nhiễm hóa học và sinh học, không có tồn dư hóa chất độc hại.
- Để thực hiện quy trình VietGAP cần vẽ sơ đồ vườn trồng, đính kèm bản đồ đất cho từng khu vực.

3.2. Tiêu chuẩn cây giống:

- Giống phải có nguồn gốc rõ ràng, sạch sâu bệnh, đủ tiêu chuẩn về chất lượng, giống mua từ nơi khác phải có hồ sơ ghi rõ.
- Nếu giống được sản xuất từ vườn nhà phải có hồ sơ ghi lại đầy đủ các biện pháp xử lý cây con, hoá chất áp dụng, thời gian, tên người xử lý, mục đích xử lý.

3.3. Sử dụng nước tưới an toàn:

- Cần cung cấp nước thường xuyên trong giai đoạn phát triển chồi, ra hoa và quả, tránh cho cây bị ngập úng trong thời gian dài, sau mỗi đợt bón phân.
- Sử dụng nguồn nước tưới không ô nhiễm, nếu có điều kiện nên sử dụng nước giếng khoan. Không sử dụng các nguồn nước ô nhiễm do vi sinh vật và hoá chất (nguồn nước thải từ bệnh viện, nhà máy, bãi rác thải lớn...).
- Tưới nước làm nhiều lần, không tưới sũng nước.
- Tưới lúc trời mát hoặc ban đêm, không tưới vào lúc trời nắng to, nhiệt độ cao.
- Dùng nước sạch để pha phân bón lá và thuốc BVTV.

3.4. Sử dụng phân bón an toàn:

- Tăng cường sử dụng phân hữu cơ hoai mục bón cho vải.
- Phân chuồng cần ủ hoai mục trong bể hoặc hố ủ phân đảm bảo cách ly, không gây ô nhiễm cho vườn trồng và nguồn nước tưới.
- Tuyệt đối không bón các loại phân chuồng chưa ủ hoai, không dùng phân tươi pha loãng nước để tưới.
- Chỉ sử dụng phân bón không nhiễm các hóa chất và các vi sinh vật gây hại.
- Các loại phân bón và các chất bón thêm vào đất phải được chọn lọc, đồng thời cần thực hiện các biện pháp để giảm thiểu sự rủi ro.

- Không để phân hoá học và phân chuồng tiếp xúc hay dính vào trái vải trong quá trình bón phân.

Tùy theo loại đất, tuổi cây, tình hình sinh trưởng và sản lượng cây cho thu hoạch mà cung cấp lượng phân theo định mức khác nhau:

- Phân chuồng hoai mục: 20 - 30 kg.

- Phân đạm Urea: 0,8 - 1 kg.

- Phân Lân Super: 2 – 3,5 kg.

- Phân Kali Suphat: 1,2 – 1,5 kg.

Hàng năm chia làm 3 lần bón:

+ Bón ngay sau khi thu hoạch: toàn bộ phân chuồng và 50% lượng đạm, 25% kali, 60% lân.

+ Bón thúc hoa: 25% lượng đạm, 25% kali, 30% lân. (cuối tháng 2, khi nhìn rõ chùm hoa).

+ Bón nuôi quả: 25% lượng đạm, 50% kali, 30% lân (tháng 4).

Ngoài ra, để bổ sung dinh dưỡng kịp thời cho cây, có thể sử dụng phân bón lá như 15-30-15, Komix, Bayfolan, Completes, Atonik... khi cây có lá lụa hoặc giai đoạn trái đang phát triển (1-2 tháng trước khi thu hoạch) giúp tăng khả năng sinh trưởng, ra hoa, đậu quả.

3. 5. Quản lý sâu bệnh hại:

* Áp dụng các biện pháp quản lý dịch hại tổng hợp IPM:

- Sử dụng giống tốt, chống chịu sâu bệnh và sạch bệnh.

- Chăm sóc theo yêu cầu sinh lý của cây (tạo cây khỏe).

- Sau khi thu hoạch cần đốn tỉa để cây thông thoáng, cắt bỏ và thu gom các tàn dư bệnh đem đốt.

- Thường xuyên vệ sinh vườn vải.

- Định kỳ điều tra 5-7 ngày một lần, điều tra biến động số lượng và quy luật phát sinh gây hại của các loại sâu, bệnh hại chính làm cơ sở quyết định kế hoạch phòng trừ.

- Sử dụng nhân lực bắt giết sâu, bảo vệ các loài thiên địch hữu ích bằng cách hạn chế mức thấp nhất việc dùng thuốc hoá học.

- Sử dụng các chế phẩm sinh học trừ sâu bệnh như: Bt, V-Bt...

* Chỉ sử dụng thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) khi thật cần thiết và theo các yêu cầu sau:

+ Chỉ sử dụng thuốc BVTV được phép sử dụng ở Việt Nam mua từ những cửa hàng được phép kinh doanh hóa chất BVTV. Tuyệt đối không mua thuốc trôi nổi trên thị trường, không có nhãn mác hoặc xuất xứ không rõ ràng.

+ Chọn các thuốc có hàm lượng hoạt chất thấp, ít độc hại với thiên địch, các động vật khác và con người.

+ Ưu tiên sử dụng các thuốc sinh học, các thuốc có hàm lượng hoạt chất thấp, ít độc hại với thiên địch, các động vật khác và con người

+ Thuốc BVTV sử dụng theo “4 đúng”, bảo quản ở những nơi an toàn theo sự chỉ dẫn trên nhãn mác.

+ Không phun thuốc khi hoa cái nở, trường hợp nếu có sâu bệnh ở mức độ bắt buộc phải phun, nên chọn thuốc có độ độc thấp, khả năng an toàn cao và phun thuốc vào chiều mát.

+ Chỉ pha trộn thuốc BVTV khi thật cần thiết và đảm bảo khả năng tương thích của chúng với nhau và ít nguy cơ làm tăng mức dư lượng.

+ Nên thay đổi thuốc sau mỗi lần phun sẽ tăng hiệu lực thuốc, giảm tính kháng thuốc của sâu bệnh.

+ Dụng cụ cân, đo hóa chất phải chính xác.

+ Thực hiện nghiêm theo hướng dẫn về sử dụng và thời gian cách ly theo quy định (15 ngày đối với thuốc bệnh và 20 ngày với thuốc sâu).

3.6. Làm cỏ, xới đất:

- Làm cỏ thường xuyên khi cây còn nhỏ, khi cây bắt đầu cho trái cần thường xuyên cắt xén cỏ, mỗi năm xới đất 1 lần. Dùng rom rạ hoặc cỏ khô ủ gốc trong mùa nắng để giữ ẩm đất và hạn chế cỏ dại phát triển. Nên sử dụng phương pháp làm cỏ thủ công, hạn chế sử dụng hoá trừ cỏ.

3.7. Thu hoạch và bao gói:

- Thu hoạch khi vỏ quả chuyển từ màu đỏ vàng sang đỏ hồng, gai quả mau, nhọn chuyển sang thưa, phẳng, quả mềm, có vị thơm. Cho chế biến có thể thu khi quả đạt 80 – 90% độ chín hoàn toàn.

- Nên thu hoạch lúc trời mát, không thu vào thời điểm nắng gắt trong ngày. Không thu hoạch vải lúc trời mưa hay sau khi mưa, nếu gặp mưa cần hong vải khô trước khi lựa chọn và đóng gói.

- Thao tác thu hoạch nhẹ nhàng. Vải thu hái phải được bỏ ngay vào các dụng cụ chứa đựng đúng quy định (là dụng cụ chuyên dụng, có chân cao 10 –

15 cm...), không để quả trực tiếp xuống đất. Vải thu đến đâu cần đưa ngay về nơi râm mát, không để vải đã thu phơi nắng.

- Sau khi cắt tỉa và loại bỏ những quả không đạt yêu cầu, tiến hành rửa vải với nước sạch, để ráo nước xếp quả vào sọt có lót lá vải, rơm rạ sạch, để quả quay vào thành sọt, cuống quả chụm vào giữa để đem đi bảo quản và tiêu thụ.

- Các dụng cụ thu hái, vận chuyển (Sọt, thúng, rổ...) phải là dụng cụ chuyên dụng hay còn mới; được đệm lót bằng các vật liệu sạch, mềm, kín đáy, dễ cọ rửa. Không dùng các dụng cụ đã chứa đựng, vận chuyển các chất có nguy cơ gây ô nhiễm như phân bón... Các dụng cụ, nguyên vật liệu này phải được kiểm tra lau rửa sạch sẽ trước khi sử dụng.

Nguồn: http://www.vietgap.com/thong-tin/996_3867/ky-thuat-san-xuat-vai-an-toan-theo-tieu-chuan-vietgap.html