

**HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM**  
**KHOA KINH TẾ & PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**

\*\*\*

**LƯU THỊ TUYẾN**

**ĐÁNH GIÁ LIÊN KẾT TRONG SẢN XUẤT  
VÀ TIÊU THỤ KHOAI TÂY ATLANTIC TẠI  
XÃ YÊN TRUNG, HUYỆN YÊN PHONG,  
TỈNH BẮC NINH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**HÀ NỘI - 2013**

**HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM**  
**KHOA KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**

\*\*\*

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐÁNH GIÁ LIÊN KẾT TRONG SẢN XUẤT  
VÀ TIÊU THỤ KHOAI TÂY ATLANTIC TẠI  
XÃ YÊN TRUNG, HUYỆN YÊN PHONG,  
TỈNH BẮC NINH**

Tên sinh viên : Lưu Thị Tuyền

Chuyên ngành đào tạo: Kinh tế

Lớp : K56 KTA

Niên khóa : 2011 – 2015

Giảng viên hướng dẫn : TS. Nguyễn Thị Dương Nga

CN. Vũ Khắc Xuân

**HÀ NỘI – 2015**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan, các số liệu và kết quả nghiên cứu trình bày trong báo cáo khóa luận tốt nghiệp là trung thực và chưa hề được sử dụng để bảo vệ bất kỳ một học vị nào.

Tôi xin cam đoan, mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện khóa luận này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong khóa luận đã được chỉ rõ nguồn gốc.

*Hà Nội, ngày 02 tháng 06 năm 2015*

**Sinh viên thực hiện**

Lưu Thị Tuyền

## LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian nghiên cứu và hoàn thành báo cáo khóa luận tốt nghiệp, tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của nhiều cơ quan, tổ chức và cá nhân.

Trước tiên, tôi xin gửi lời cảm ơn đến ban giám đốc trường Học viện Nông Nghiệp Việt Nam và các thầy cô giáo khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn đã trang bị cho tôi những kiến thức cơ bản, những định hướng đúng đắn trong học tập cũng như tu dưỡng đạo đức để tôi có được một nền tảng vững chắc trong học tập và nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến giảng viên hướng dẫn trực tiếp **TS. Nguyễn Thị Dương Nga** và **CN. Vũ Khắc Xuân**, người đã dành nhiều thời gian, tâm huyết để chỉ bảo tận tình, chu đáo giúp tôi trong suốt quá trình nghiên cứu đề tài và hoàn thành khóa luận.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Đảng ủy, UBND các ban ngành, đoàn thể cùng bà con nhân dân xã Yên Trung đã cung cấp những số liệu cần thiết và tạo mọi điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành nghiên cứu của mình.

Cuối cùng tôi xin được biết ơn sâu sắc tới gia đình, bạn bè đã khích lệ, động viên tôi trong suốt thời gian qua.

***Tôi xin chân thành cảm ơn!***

*Hà Nội, ngày 02 tháng 06 năm 2015*

**Sinh viên thực hiện**

Lưu Thị Tuyền

## TÓM TẮT ĐỀ TÀI

Bắc Ninh là địa phương đang đứng trước áp lực lớn trong phát triển nông nghiệp do quỹ đất sản xuất ngày càng bị thu hẹp để phục vụ cho quá trình đô thị hóa. Vì vậy Bắc Ninh cần chuyển đổi tích cực nền nông nghiệp truyền thống hiện tại sang nền nông nghiệp hàng hoá chất lượng cao nhằm nâng cao hiệu quả tính trên 1 đơn vị diện tích đất sản xuất nông nghiệp. Cùng với việc chuyển dịch nông nghiệp thì trong những năm gần đây, một số công ty của Hàn Quốc (Orion), Hoa Kỳ (Pepsico) đã đầu tư vào Việt Nam xây dựng các nhà máy chế biến khoai tây tại Bình Dương và Yên Phong – Bắc Ninh. Nhu cầu về khoai tây chế biến của các nhà máy là rất lớn và tăng dần qua các năm. Vậy để phát triển cây khoai tây Atlantic tại huyện Yên Phong nhằm đáp ứng nhu cầu nguyên liệu sản xuất cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thì việc củng cố và tăng cường mối liên kết là hết sức cần thiết. Tuy nhiên hiện nay mối liên kết chưa ở mức thiết thực, liên kết còn lỏng lẻo, chưa phát huy hết lợi thế trong liên kết. Diện tích khoai tây Atlantic chưa được phân bố rộng rãi trên địa bàn huyện mà tập trung chủ yếu tại ba xã Tam Giang, Yên Trung và Hoà Tiến. Quan hệ về lợi ích, trách nhiệm và nghĩa vụ vẫn chưa rõ ràng, tình trạng mạnh ai nấy làm, nông dân dễ dàng phá vỡ hợp đồng, tình trạng tranh mua tranh bán... diễn ra vẫn khá phổ biến. Xuất phát từ thực tiễn nêu trên tôi tiến hành thực hiện đề tài: **“Đánh giá liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung, huyện Yên Phong, tỉnh Bắc Ninh”**.

Để làm nền tảng cho phân tích của mình, tôi đã tìm hiểu và góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn về liên kết trong sản xuất, tiêu thụ nông sản của một số địa phương trong nước, qua đó rút ra bài học kinh nghiệm và tiến hành nghiên cứu mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất và bao tiêu khoai tây Atlantic.

Đề tài sử dụng phương pháp điều tra trực tiếp bằng bảng hỏi những tác nhân chính có liên quan trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung như người nông dân, HTX, thương lái, người của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina để có cái nhìn thực tế, cũng như cung cấp cho đề tài nhiều thông tin có giá trị.

Thông qua quá trình tổng hợp và phân tích, những điểm đạt được, những bất cập còn tồn tại cần phải giải quyết được chỉ ra.

Qua điều tra 70 hộ đã từng sản xuất khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung cho thấy: 100% các hộ sản xuất khoai tây Atlantic đều ký kết hợp đồng văn bản với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thông qua HTX và được bảo đảm hoàn toàn về đầu ra, cung cấp giống và hỗ trợ khi gặp các điều kiện khó khăn trong sản xuất. Chính điều đó đã khiến cho các hộ có hợp đồng yên tâm sản xuất.

Liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung diễn ra theo hai hướng liên kết theo chiều ngang và liên kết theo chiều dọc, liên kết kinh tế diễn ra trong cả lĩnh vực sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic. Liên kết theo chiều ngang trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic bao gồm mỗi liên kết giữa những người sản xuất và mỗi liên kết giữa những người thu gom với nhau. Mỗi liên kết theo chiều ngang chủ yếu dựa trên sự thỏa thuận miệng hay trao đổi tự do giữa các tác nhân. Liên kết theo chiều dọc trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic bao gồm mỗi liên kết tự do giữa người nông dân với người thu gom và mỗi liên kết thông qua hợp đồng chính thống giữa các hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thông qua HTX. Công ty tiến hành đầu tư ứng trước giống cho nông dân sản xuất và đến cuối vụ thì thu mua sản phẩm cho nông dân.

Đề tài phân tích một số nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và hộ sản xuất khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung: Mâu thuẫn phát sinh từ những biến động của thị trường, thời tiết hay xuất phát từ phía hộ nông dân và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina trong quá trình liên kết như nông dân không hài lòng với cách thức thu mua của công ty mà phá vỡ hợp đồng để bán sản phẩm ra bên ngoài cho thương lái.

Từ tổng kết lý luận, thực tiễn và phân tích tình hình liên kết thực tế ở xã Yên Trung, tôi đã đưa ra một số giải pháp để hoàn thiện và tăng cường tính bền vững cho các hình thức liên kết. Trong đó mỗi liên kết giữa người sản xuất – HTX – công ty TNHH thực phẩm Orion Vina là cốt lõi và cần được quan tâm nhiều nhất.

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
TÓM TẮT ĐỀ TÀI.....	iii
MỤC LỤC .....	v
DANH MỤC BẢNG.....	viii
DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH, ĐỒ THỊ.....	viii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT .....	xi
PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ .....	2
1.1 Tính cấp thiết của đề tài .....	2
1.2 Mục tiêu nghiên cứu.....	3
1.2.1 Mục tiêu chung.....	3
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	3
1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	4
1.3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	4
1.3.2 Phạm vi nghiên cứu.....	4
1.4 Câu hỏi nghiên cứu .....	4
PHẦN II: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN .....	5
2.1 Cơ sở lí luận.....	5
2.1.1 Một số khái niệm.....	5
2.1.2 Vai trò của liên kết kinh tế .....	6
2.1.3 Đặc điểm của liên kết kinh tế .....	8
2.1.4 Nguyên tắc của liên kết trong sản xuất và tiêu thụ.....	9
2.1.5 Hình thức và phương thức liên kết .....	11

2.1.6 Nội dung liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp ....	13
2.1.7 Các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết trong sản xuất và tiêu thụ .....	16
2.2 Cơ sở thực tiễn của đề tài .....	17
2.2.1 Khái quát về khoai tây Atlantic .....	17
2.2.2 Các mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản ở nước ta.	21
2.2.3 Các công trình nghiên cứu có liên quan.....	25
<b>PHẦN III: ĐẶC ĐIỂM ĐỊA BÀN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>27</b>
3.1 Đặc điểm địa bàn nghiên cứu .....	27
3.1.1 Giới thiệu về Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina .....	27
3.1.2 Điều kiện cơ bản của xã Yên Trung .....	28
Hình 3.1: Bản đồ hành chính xã Yên Trung .....	29
3.2 Phương pháp nghiên cứu.....	38
3.2.1 Phương pháp chọn điểm nghiên cứu chọn mẫu điều tra.....	38
3.2.2 Phương pháp thu thập số liệu .....	40
3.2.3 Phương pháp xử lý số liệu .....	41
3.2.4 Phương pháp phân tích.....	41
3.2.5 Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu.....	42
<b>PHẦN IV: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>43</b>
4.1 Thực trạng liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic ở xã Yên Trung .....	43
4.1.1 Thực trạng sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung	43
4.1.2 Thực trạng liên kết trong sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic.....	50
4.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung.....	73



4.2.1 Hành lang pháp lý .....	73
4.2.2 Nhân tố chính quyền địa phương.....	73
4.2.3 Nhân tố từ người sản xuất (hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic)...	74
4.2.4 Nhân tố từ phía doanh nghiệp.....	76
4.2.5 Một số nhân tố khác .....	77
4.3 Định hướng và giải pháp tăng cường liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic .....	79
4.3.1 Định hướng .....	79
4.3.2 Giải pháp.....	80
PHẦN V: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	89
5.1 Kết luận.....	89
5.2 Kiến nghị .....	90
5.2.1 Đối với Chính quyền địa phương .....	90
5.2.2 Đối với hộ trồng khoai tây Atlantic .....	91
5.2.3 Đối với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina .....	91
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	93
PHỤ LỤC .....	96

## DANH MỤC BẢNG

Bảng 3.1: Hiện trạng các công trình giao thông xã Yên Trung .....	34
Bảng 3.2: Hiện trạng một số công trình xây dựng cơ bản xã Yên Trung.....	38
Bảng 3.3: Kích thước mẫu.....	40
Bảng 4.1: Diện tích trồng khoai tây xã Yên Trung từ năm 2011 - 2014.....	44
Bảng 4.2: Biến động diện tích, năng suất, sản lượng khoai tây 2011-2014 .....	46
Bảng 4.3: Nguyên nhân khiến cho năng suất khoai tây Atlantic giảm năm 2014 ...	47
Bảng 4.4: Thông tin về các hộ được điều tra năm 2015 .....	51
Bảng 4.5: Chi phí sản xuất khoai tây của hộ điều tra ở xã Yên Trung năm 2014 ...	53
Bảng 4.6: Kết quả sản xuất khoai tây ở xã Yên Trung năm 2014.....	55
Bảng 4.7: Bảng thông tin người thu gom khoai tây .....	56
Bảng 4.8: Liên kết giữa người sản xuất và người sản xuất.....	61
Bảng 4.9: Liên kết giữa người thu gom với người thu gom .....	63
Bảng 4.10: Giá mua khoai tây Atlantic của Công ty TNHH thực phẩm Orion .....	66
Bảng 4.11: Nguyên nhân người sản xuất không làm theo thoả thuận.....	67
Bảng 4.12: So sánh cách thức tiêu thụ khoai tây của người sản xuất khi bán cho người thu gom với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.....	68
Bảng 4.13: Lý do vụ đông vừa qua không có mối liên kết NSX - NTG .....	69
Bảng 4.14: So sánh lợi ích trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic so với khoai tây thường.....	72
Bảng 4.15: Nhận thức của người dân về liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic .....	75



## **DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH, ĐỒ THỊ**

Sơ đồ 2.1: Phương thức liên kết .....	13
Sơ đồ 2.2 Phân loại liên kết sản xuất – tiêu thụ sản phẩm.....	16
Sơ đồ 4.1 Mạng lưới thu gom khoai tây Atlantic từ người thu gom cá thể .....	55
Sơ đồ 4.2: Mạng lưới liên kết giữa HTX và các tác nhân trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic ở xã Yên Trung .....	59
Hình 3.1: Bản đồ hành chính xã Yên Trung .....	29

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

<b>BNN&amp;PTNT</b>	Bộ nông nghiệp và Phát triển nông thôn
<b>CNH, HĐH</b>	Công nghiệp hóa – hiện đại hóa
<b>TBKT</b>	Tiến bộ kỹ thuật
<b>KHKT</b>	Khoa học kỹ thuật
<b>Công ty TNHH</b>	Công ty trách nhiệm hữu hạn
<b>DN</b>	Doanh nghiệp
<b>Tr.đ</b>	Triệu đồng
<b>BVTV</b>	Bảo vệ thực vật
<b>HĐBT</b>	Hợp đồng bao tiêu
<b>HTX</b>	Hợp tác xã
<b>KT – XH</b>	Kinh tế – xã hội
<b>LĐ</b>	Lao động
<b>LK</b>	Liên kết
<b>SP</b>	Sản phẩm
<b>ĐH</b>	Đại học
<b>SX – KD</b>	Sản xuất kinh doanh
<b>UBND</b>	Ủy ban nhân dân
<b>NSX</b>	Người sản xuất
<b>NTD</b>	Người tiêu dùng
<b>BQ</b>	Bình quân
<b>đ/kg</b>	Đồng/kg
<b>ĐVT</b>	Đơn vị tính
<b>TTKN</b>	Trung tâm khuyến nông

## PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ

### 1.1 Tính cấp thiết của đề tài

Bắc Ninh là tỉnh thuộc vùng nông nghiệp truyền thống của Đồng bằng Sông Hồng và là địa bàn đất chật, người đông với diện tích 822,7 km<sup>2</sup>, dân số 1114 nghìn người (mật độ 1354 người/km<sup>2</sup>), trong đó dân cư nông thôn chiếm 67,8% dân số toàn tỉnh (Dân số và lao động năm 2013 – Tổng cục thống kê). Tại Bắc Ninh, quá trình đô thị hoá diễn ra rầm rộ trong những năm trở lại đây. Hàng loạt các nhà máy, khu công nghiệp, khu chế xuất mọc lên khắp nơi làm cho diện tích lớn đất sản xuất nông nghiệp của bà con nông dân bị thu hồi. Vì vậy Bắc Ninh là địa phương đang đứng trước áp lực lớn trong phát triển nông nghiệp do quỹ đất sản xuất ngày càng bị thu hẹp. Đây cũng là yếu tố để Bắc Ninh cần chuyển đổi tích cực nền nông nghiệp truyền thống hiện tại sang nền nông nghiệp hàng hoá chất lượng cao nhằm nâng cao hiệu quả tính trên 1 đơn vị diện tích đất sản xuất nông nghiệp.

Để thực hiện mục tiêu chuyển đổi nông nghiệp của tỉnh Bắc Ninh thì huyện Yên Phong thực hiện đẩy mạnh sản xuất nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hoá, đưa những cây, con có giá trị kinh tế cao vào sản xuất trong đó đặc biệt chú ý đến việc đưa vụ đông trở thành một trong ba vụ sản xuất chính trong năm để tăng thu nhập trên 1ha canh tác. Cùng với việc chuyển dịch nông nghiệp thì trong những năm gần đây, một số công ty của Hàn Quốc (Orion), Hoa Kỳ (Pepsico) đã đầu tư vào Việt Nam xây dựng các nhà máy chế biến khoai tây tại Bình Dương và Yên Phong – Bắc Ninh. Nhu cầu về khoai tây chế biến của các nhà máy là rất lớn và tăng dần qua các năm. Điều này mở ra thị trường tiêu thụ ổn định cho những người sản xuất khoai tây ở Việt Nam. Phòng NN&PTNT cũng đã làm việc với Công ty TNHH thực phẩm ORION Việt Nam để ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho các HTX dịch vụ nông nghiệp sản xuất khoai tây Atlantic phục vụ cho chế biến.

Vậy để phát triển cây khoai tây Atlantic tại huyện Yên Phong nhằm đáp ứng nhu cầu nguyên liệu sản xuất cho công ty thực phẩm Orion Vina thì việc củng cố và tăng cường mối liên kết là hết sức cần thiết. Tuy nhiên hiện nay mối liên kết chưa ở mức thiết thực, liên kết còn lỏng lẻo, chưa phát huy hết lợi thế trong liên kết. Diện tích khoai tây Atlantic chưa được phân bố rộng rãi trên địa bàn huyện mà tập trung

chủ yếu tại ba xã Tam Giang, Yên Trung và Hoà Tiến. Quan hệ về lợi ích, trách nhiệm và nghĩa vụ vẫn chưa rõ ràng, tình trạng mạnh ai nấy làm, nông dân dễ dàng phá vỡ hợp đồng, tình trạng tranh mua tranh bán... diễn ra vẫn khá phổ biến, vai trò của nhà nước trong việc giải quyết các mâu thuẫn cũng như chưa có các chính sách hỗ trợ khuyến khích sự liên kết. Bởi vậy: Làm sao để mối liên kết ngày càng trở nên bền chặt? Giải pháp nào để đảm bảo được quyền lợi cho các bên?...đang là vấn đề bức thiết hiện nay.

Xuất phát từ thực tiễn nêu trên và để tìm ra câu trả lời cho những câu hỏi trên tôi tiến hành thực hiện đề tài: ***“Đánh giá liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung, huyện Yên Phong, tỉnh Bắc Ninh”***.

## **1.2 Mục tiêu nghiên cứu**

### **1.2.1 Mục tiêu chung**

Đánh giá thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung, huyện Yên Phong, tỉnh Bắc Ninh. Từ đó đề xuất một số giải pháp tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic nguyên liệu của xã trong thời gian tới.

### **1.2.2 Mục tiêu cụ thể**

Góp phần hệ thống hóa lý luận và thực tiễn về liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản nói chung và khoai tây Atlantic nói riêng.

Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung, huyện Yên Phong.

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại địa phương.

Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị tăng cường mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic của các hộ nông dân trên địa bàn với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina nhằm đem lại hiệu quả cao trong thời gian tới.

### **1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### **1.3.1 Đối tượng nghiên cứu**

Đề tài tập trung nghiên cứu các mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung, huyện Yên Phong, tỉnh Bắc Ninh. Đối tượng nghiên cứu bao gồm các tác nhân tham gia liên kết trong sản xuất và tiêu thụ (hộ nông dân, người thu gom, doanh nghiệp, chính quyền địa phương, ...)

#### **1.3.2 Phạm vi nghiên cứu**

- *Phạm vi nội dung:*

- + Nghiên cứu cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn về mối liên kết kinh tế.
- + Nghiên cứu mối liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại địa phương.
- + Đánh giá thực trạng mối liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic và những yếu tố tác động đến mối liên kết đó.
- + Đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm tăng cường mối liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic đạt hiệu quả và bền vững.

- *Phạm vi không gian:* nghiên cứu trên địa bàn xã Yên Trung, huyện Yên Phong, Tỉnh Bắc Ninh.

- *Phạm vi thời gian:*

- + Số liệu thứ cấp chủ yếu thu thập từ năm 2011 – 2013.
- + Số liệu sơ cấp chủ yếu thu thập trong năm 2014.
- + Thời gian nghiên cứu đề tài từ ngày 14/1/2015 đến ngày 2/6/2015.

#### **1.4 Câu hỏi nghiên cứu**

- Tình hình sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic ở xã Yên Trung diễn ra như thế nào?

- Thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic của các hộ nông dân với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina hiện nay ra sao?

- Những yếu tố nào ảnh hưởng tới mối liên kết giữa doanh nghiệp và các hộ dân?

- Các giải pháp nhằm tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân của công ty?



## PHẦN II: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

### 2.1 Cơ sở lý luận

#### 2.1.1 Một số khái niệm

##### 2.1.1.1 Khái niệm về sản xuất

Sản xuất của cải vật chất là quá trình tác động giữa con người với tự nhiên nhằm biến đổi vật thể của tự nhiên để tạo ra các sản phẩm phù hợp nhu cầu của mình. (Giáo trình kinh tế chính trị Mác – Lênin)

*Tóm lại:* Sản xuất là quá trình chuyển hóa các yếu tố đầu vào (tài nguyên hoặc các yếu tố sản xuất) để tạo ra sản phẩm hàng hóa hoặc dịch vụ đầu ra.

##### 2.1.1.2 Khái niệm về tiêu thụ sản phẩm

Tiêu thụ sản phẩm là khâu lưu thông hàng hóa, là cầu nối trung gian giữa một bên là sản xuất, phân phối và một bên là tiêu dùng. Trong quá trình tuần hoàn các nguồn vật chất, việc mua và bán các sản phẩm được thực hiện. Tiêu thụ sản phẩm là cầu nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng, làm cho quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục (Nguyễn Đình Diệu, 2002).

*Tóm lại:* Tiêu thụ sản phẩm là quá trình chuyển hóa hình thái giá trị của sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của xã hội, đó là quá trình làm cho sản phẩm trở thành hàng hóa trên thị trường.

##### 2.1.1.3 Khái niệm về khoai tây Atlantic

Atlantic là giống khoai tây có chất lượng chế biến chips rất tốt, được trồng rộng rãi ở một số nước có điều kiện thích hợp để làm nguyên liệu (Mỹ, Canada, Úc, Trung Quốc, Châu Âu). Giống được Trung tâm Nghiên cứu Khoai tây, Rau & Hoa nhập nội để phục vụ cho công tác khảo nghiệm, sản xuất thử từ năm 2006.

##### ❖ Đặc điểm chính của giống khoai tây Atlantic:

Atlantic là giống khoai tây có chất lượng cao phù hợp cho chế biến khoai tây chiên lát (chips) công nghiệp. Atlantic có thời gian sinh trưởng ngắn (90 - 100 ngày); sinh trưởng mạnh đạt mức che phủ 100% khoảng 45-50 ngày sau trồng; dạng cây nửa đứng, nhiều nhánh, lá to, màu xanh đậm, ra hoa sớm, mạnh, hoa màu phớt tím. Atlantic tạo củ sớm, số lượng củ trung bình (8-9 củ/cây), củ đồng đều, mắt củ nông,

củ có hình tròn đến oval – tròn, vỏ củ màu vàng nhạt, thịt củ màu trắng. Khi chín đủ Atlantic có hàm lượng chất khô cao, đạt 22,5-23%. Atlantic có tiềm năng năng suất cao (25-35 tấn /ha), có các đặc tính hình thái và phẩm chất củ phù hợp với yêu cầu chế biến công nghiệp. Atlantic là giống chịu nhiệt tốt, nhưng mẫn cảm với bệnh mốc sương trong điều kiện thời tiết lạnh, mưa hoặc sương mù nhiều, hiện tại giống được các công ty như Pepsico, Orion... sử dụng làm nguyên liệu chính cho công nghiệp chế biến khoai tây.

#### **2.1.1.4 Khái niệm về liên kết kinh tế**

Liên kết kinh tế là một trong những hình thức hợp tác ở trình độ cao của con người trong quá trình sản xuất, kinh doanh. Về mặt khái niệm, liên kết kinh tế được hiểu “là sự thiết lập các mối quan hệ giữa các chủ thể sản xuất, kinh doanh, có thể giữa các doanh nghiệp thuộc cùng lĩnh vực hoạt động, giữa các đối tác cạnh tranh hoặc giữa các doanh nghiệp có các hoạt động mang tính chất bổ sung, nhằm tiết kiệm thời gian, tiết kiệm chi phí, đạt hiệu quả cao trong sản xuất – kinh doanh, tạo ra sức cạnh tranh, cùng nhau chia sẻ các khả năng, mở ra thị trường mới” (Tạp chí khoa học và công nghệ, ĐH Đà Nẵng – số 6(29), 2009)

*Tóm lại:* liên kết kinh tế là sự phối hợp của hai hay nhiều bên, không kể quy mô hay loại hình sở hữu. Mục tiêu của liên kết kinh tế là các bên tìm cách bù đắp sự thiếu hụt của mình, từ sự phối hợp hoạt động với các đối tác nhằm đem lại lợi ích cho các bên.

#### **2.1.2 Vai trò của liên kết kinh tế**

Liên kết kinh tế là một hình thức đem lại lợi ích chắc chắn cho các bên liên quan. Khác với mối liên kết lỏng lẻo giữa nông dân và các doanh nghiệp chế biến, tiêu thụ sản phẩm, liên kết kinh tế thông qua hợp đồng loại bỏ các tầng lớp mua bán trung gian nên trực tiếp bảo vệ được người sản xuất, nhất là người nghèo khi bán sản phẩm. Liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp chế biến và hộ nông dân cho phép xóa bỏ độc quyền đối với doanh nghiệp trong việc ép cấp, ép giá khi mua sản phẩm của người nông dân. Mặt khác, thực hiện liên kết thông qua hợp đồng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp chế biến có nguồn cung cấp ổn định để phân đấu giảm giá

thành, tăng chất lượng sản phẩm, nâng cao được năng lực cạnh tranh đối với sản phẩm của mình trên thị trường trong nước và quốc tế (Minh Hoài, 2006).

Thực hiện liên kết thông qua hợp đồng giúp cho các cơ sở chế biến, xuất khẩu có điều kiện mở rộng quy mô hoạt động do có sự đảm bảo ổn định về số lượng, chất lượng và tiến độ của nông sản cung cấp cho sản xuất. Như vậy, việc thực hiện liên kết theo hợp đồng sẽ đưa lại lợi ích cho cả hai bên, tạo nên cơ hội để đầu tư theo chiều sâu, áp dụng đồng bộ công nghệ, kỹ thuật mới để phát triển sản xuất một cách bền vững. Việc tăng khả năng tiếp cận các công nghệ, kỹ thuật mới còn giúp người nông dân giải phóng được sức lao động, cho phép giảm giá thành và tăng khả năng cạnh tranh của hàng nông sản. Đây là hướng tích cực và có nhiều triển vọng giúp cho hàng triệu hộ nông dân sản xuất nhỏ chưa có điều kiện tích lũy đất đai có điều kiện áp dụng công nghệ mới trong sản xuất.

Nhờ chuyên tổ chức sản xuất từ liên kết ngang (người sản xuất/người thu gom/người kinh doanh lớn xuất khẩu...) sang hình thức liên kết dọc theo ngành hàng (sản xuất – chế biến – tiêu thụ), liên kết thông qua hợp đồng giữa người sản xuất nguyên liệu và doanh nghiệp chế biến đem lại tác dụng to lớn như sau:

- Chuyển một phần lợi nhuận của người mua bán trung gian hoặc công ty kinh doanh sang cho người sản xuất, trực tiếp đầu tư phát triển vùng nguyên liệu.

- Chia sẻ một phần rủi ro trong sản xuất nông nghiệp sang cho các cơ sở chế biến, tiêu thụ tham gia gánh chịu, người sản xuất nông nghiệp chỉ còn chịu rủi ro ở khâu sản xuất nguyên liệu.

- Nội kết thông tin hai chiều giữa thị trường tiêu dùng với người sản xuất, nhờ đó sản phẩm đáp ứng được yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm do thị trường đòi hỏi, trên cơ sở đó tăng được khả năng cạnh tranh và nâng cao được giá trị của sản phẩm.

- Thông qua hợp đồng sẽ tập trung được nhiều hộ sản xuất tiểu nông nhỏ lẻ thành các vùng sản xuất hàng hóa tập trung với chất lượng đồng đều và ổn định.

- Gắn kết được công nghiệp chế biến và hoạt động kinh doanh phục vụ địa bàn nông thôn, góp phần quan trọng chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo hướng đa dạng hóa, công nghiệp hóa – hiện đại hóa.

- Thông qua liên kết, các đơn vị kinh tế, các tổ chức có điều kiện hỗ trợ, giúp cho các nhóm hộ, hợp tác xã phát triển, tạo ra những khả năng để phát triển năng lực nội tại của kinh tế hộ, đồng thời tạo lập môi trường kinh tế - xã hội cho kinh tế nông nghiệp, nông thôn phát triển.

Có thể tóm tắt những lợi ích của quá trình thực hiện liên kết đối với các bên tham gia thông qua nội dung chủ yếu sau đây:

- Đối với sản xuất nguyên liệu, đặc biệt là hộ nông dân:

+ Đảm bảo ổn định được thị trường tiêu thụ và giảm rủi ro về giá cả đối với nông sản.

+ Được hỗ trợ về giống, vốn, kỹ thuật và các thông tin trên thị trường nên khắc phục được nhiều hạn chế của hộ nông dân, đồng thời tạo điều kiện cho hộ nông dân tiếp cận với công nghệ và kỹ thuật sản xuất tiên tiến.

+ Ổn định và phát triển được sản xuất, tăng thu nhập, xóa đói giảm nghèo cho một bộ phận nông dân ở các vùng khó khăn.

- Đối với doanh nghiệp chế biến nông lâm sản:

+ Đảm bảo có nguồn cung cấp nguyên liệu ổn định và chất lượng cao, đồng đều, đáp ứng theo yêu cầu kỹ thuật của sản xuất nên có thể mở rộng được quy mô hoạt động, tăng được chất lượng sản phẩm đầu ra.

+ Do có nguồn cung cấp nguyên liệu ổn định, nên các đơn vị giảm chi phí thu mua vật liệu, tạo ra nhiều khả năng hạ giá thành và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

+ Giảm thiểu được các rủi ro nên các doanh nghiệp có thể lập được kế hoạch sản xuất kinh doanh lâu dài, ổn định và phát triển sản xuất bền vững.

### **2.1.3 Đặc điểm của liên kết kinh tế**

Liên kết kinh tế là một phạm trù khách quan phản ánh những quan hệ xuất phát từ lợi ích kinh tế khác nhau của những chủ thể kinh tế cũng như quá trình vận động và phát triển theo tự nhiên của lực lượng sản xuất, xuất phát từ trình độ, phạm vi của phân công lao động xã hội và chuyên môn hoá sản xuất kinh doanh (Trần Văn Hiếu, 2005).

Liên kết kinh tế là những quan hệ kinh tế đạt tới trình độ gắn bó chặt chẽ, ổn định, thường xuyên, lâu dài thông qua những thoả thuận, hợp đồng từ trước giữa các bên tham gia liên kết. Không phải tất cả quan hệ kinh tế nào cũng là liên kết kinh tế. Những quan hệ kinh tế nhất thời, những trao đổi ngẫu nhiên không thường xuyên giữa các chủ thể kinh tế không phải là liên kết kinh tế.

Liên kết là một quá trình làm xích lại gần nhau và ngày càng cố kết với nhau, trên tinh thần tự nguyện giữa các bên tham gia liên kết (Dương Bá Phương, 1995). Quá trình này vận động, phát triển qua những nấc thang từ quan hệ hợp tác, liên doanh đến liên hợp, liên minh, hợp nhất lại. Như vậy phân công lao động và chuyên môn hoá sản xuất kinh doanh là điều kiện hình thành các liên kết còn hợp tác hoá, liên hợp hoá là những hình thức biểu hiện của những nấc thang, những bước phát triển của liên kết (Lê Văn Lương, 2008).

Liên kết kinh tế là những hình thức hoặc biểu hiện của sự hành động giữa các chủ thể liên kết thông qua những thoả thuận, những giao kèo, hợp đồng, hiệp định, điều lệ... nhằm thực hiện những mục tiêu nhất định trong tất cả các lĩnh vực khác nhau của hoạt động kinh tế (đầu tư, sản xuất, kinh doanh...). Tùy theo góc độ xem xét, quá trình liên kết có thể diễn ra liên kết theo ngành, liên kết giữa các thành phần kinh tế, liên kết theo vùng lãnh thổ...

#### **2.1.4 Nguyên tắc của liên kết trong sản xuất và tiêu thụ**

*Một là, phải đảm bảo sản xuất kinh doanh của các chủ thể tham gia liên kết phát triển và có hiệu quả ngày càng tăng.*

Dù liên kết dưới hình thức và mức độ nào đi nữa thì yêu cầu của hoạt động liên kết ấy phải đảm bảo để sản xuất và kinh doanh của các chủ thể tham gia không ngừng được phát triển, doanh thu ngày càng tăng, năng suất và chất lượng sản phẩm ngày càng cao. Liên kết phải nâng cao được trình độ công nghệ, mở rộng mặt hàng, sản xuất ngày càng phù hợp với nhu cầu thị trường, giá thành hạ, đem lại nhiều lợi nhuận cho các chủ thể trên cơ sở giá bán và chất lượng sản phẩm được người tiêu dùng chấp nhận

*Hai là, phải đảm bảo nguyên tắc tự nguyện và tự chịu trách nhiệm giữa các bên tham gia liên kết.*

Các hoạt động hợp tác, liên kết giữa các chủ thể tham gia được thực hiện một cách thuận lợi, trôi chảy, thành công và đem lại hiệu quả cao khi các chủ thể tự nguyện tìm đến với nhau, tự thoả thuận quan hệ hợp tác, liên kết làm ăn với nhau lâu dài trên tinh thần bình đẳng, cùng chịu trách nhiệm đến cùng về các thành- công cũng như thất bại và rủi ro. Tất cả các hình thức hợp tác, liên kết, tổ chức kinh tế được thiết lập trên cơ sở những ý đồ không xuất phát từ nguyên tắc tự nguyện, từ những liên hệ tất yếu về phương diện kinh tế, nghĩa là tiến hành trên cơ sở gò bó, gượng ép bắt buộc đều hoạt động không thành công, kém hiệu quả.

*Ba là, phải đảm bảo sự thống nhất hài hoà lợi ích kinh tế giữa các bên tham gia liên kết.*

Lợi ích kinh tế chính là động lực thúc đẩy các bên tham gia liên kết với nhau, là chất kết dính với nhau trong quá trình liên kết. Các bên tìm đến với nhau thoả thuận tiến hành hợp tác, liên kết với nhau vì họ tìm thấy những lợi ích lâu dài. Cho nên việc đảm bảo thống nhất hài hoà lợi ích giữa các bên sẽ tạo nên chất kết dính bền vững. Khi lợi ích kinh tế của một hoặc một số chủ thể nào đó bị xâm phạm hoặc thiếu sự công bằng, thống nhất sẽ tạo ra sự rạn nứt của mối liên hệ bền vững, dẫn đến sự phá vỡ tổ chức liên kết, mối liên hệ đã được thiết lập. Sự phân chia lợi nhuận, phổ biến thiệt hại, rủi ro, các tính toán về chi phí giá cả... cần được tiến hành thoả thuận, bàn bạc một cách công khai, dân chủ, bình đẳng và đảm bảo công bằng trên cơ sở những đóng góp của các bên liên kết. (Nguyễn Thị Bích Hồng, 2008).

*Bốn là, phải thực hiện được trên cơ sở những ràng buộc pháp lý giữa các bên tham gia ràng buộc giữa các bên tham gia liên kết, và thông qua hợp đồng kinh tế.*

Hợp đồng kinh tế là khế ước, là những thoả thuận, những điều khoản ràng buộc trách nhiệm, nghĩa vụ, quyền lợi giữa các bên tham gia liên kết, được pháp luật thừa nhận và bảo hộ. Trong nền kinh tế thị trường, mọi hoạt động kinh tế đều phải tiến hành trên cơ sở pháp luật của Nhà nước cho phép, đồng thời được pháp luật bảo hộ những tranh chấp giữa các bên quan hệ làm ăn với nhau. Cho nên, để có những căn cứ pháp lý cho các cơ quan pháp luật phán quyết những tranh chấp giữa các bên có quan hệ kinh tế với nhau đều phải có khế ước hay hợp đồng kinh tế được ký kết

theo đúng luật pháp của quốc gia. Nước ta đang trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế, mọi mối liên kết muốn phát triển lâu dài, cần phải thực hiện theo đúng pháp luật, phải thông qua hợp đồng kinh tế. Có như vậy nhà nước mới đủ căn cứ pháp lý để giải quyết tranh chấp, bất đồng xảy ra giữa các bên. Đối với hoạt động liên kết là những mối quan hệ kinh tế ổn định, thường xuyên, lâu dài lại càng cần được tiến hành qua hợp đồng kinh tế. Nó còn là những căn cứ để các bên tiến hành đàm phán giải quyết những bất đồng, tranh chấp nhỏ xảy ra giữa các bên, làm cho các quan hệ kinh tế liên kết ngày càng bền chặt hơn. Việc thực hiện tốt các hợp đồng kinh tế sẽ tạo thuận lợi cho các bên tham gia liên kết thực hiện tốt các kế hoạch sản xuất kinh doanh của mình.

Tùy từng loại hình tổ chức và yêu cầu của sản xuất kinh doanh, mức độ liên kết giữa các thành viên có thể theo từng loại công việc, từng bước của công nghệ sản xuất, theo từng loại sản xuất hoặc theo từng lĩnh vực hoạt động chuyên môn hóa cũng như cung ứng, sản xuất, bảo quản, tiêu thụ, ...

## **2.1.5 Hình thức và phương thức liên kết**

### **2.1.5.1 Hình thức liên kết trong sản xuất và tiêu thụ**

*Liên kết sản xuất:* là hình thức hợp tác giữa các chủ thể nhưng không thay đổi tư cách pháp nhân cũng như hình thức tổ chức của từng chủ thể. Thông thường việc liên kết chỉ thực hiện ở một số khâu hay lĩnh vực nào đó của hoạt động sản xuất kinh doanh. Ví dụ như liên kết giữa nông dân trồng mía và Công ty mía đường Lam Sơn.

*Liên doanh sản xuất:* là hình thức hùn vốn giữa các bên tham gia, các bên tham gia sẽ là các thành viên của doanh nghiệp liên doanh, có quyền hạn trong quản lý doanh nghiệp, được hưởng lợi nhuận và rủi ro theo số vốn đóng góp. Trong nông nghiệp có liên doanh giữa Công ty chè Phú Đa (Thanh Sơn – Phú Thọ) liên doanh với Irắc trong sản xuất, chế biến chè; Công ty chè Sông Cầu (Thái Nguyên) và Nhật Bản trong sản xuất chè đen, chè xanh xuất khẩu...

*Liên hiệp hóa sản xuất:* là kiểu liên kết ở mức độ cao theo cả chiều dọc và chiều ngang theo một tổ chức thống nhất. Sự liên kết này vừa làm chủ thị trường

vừa làm chủ dây chuyền sản xuất, nó thể hiện ở các hình thức: xí nghiệp liên hiệp ngành; liên hiệp các xí nghiệp ngành (Phạm Thị Minh Nguyệt, 2006).

#### **2.1.5.2 Phương thức liên kết**

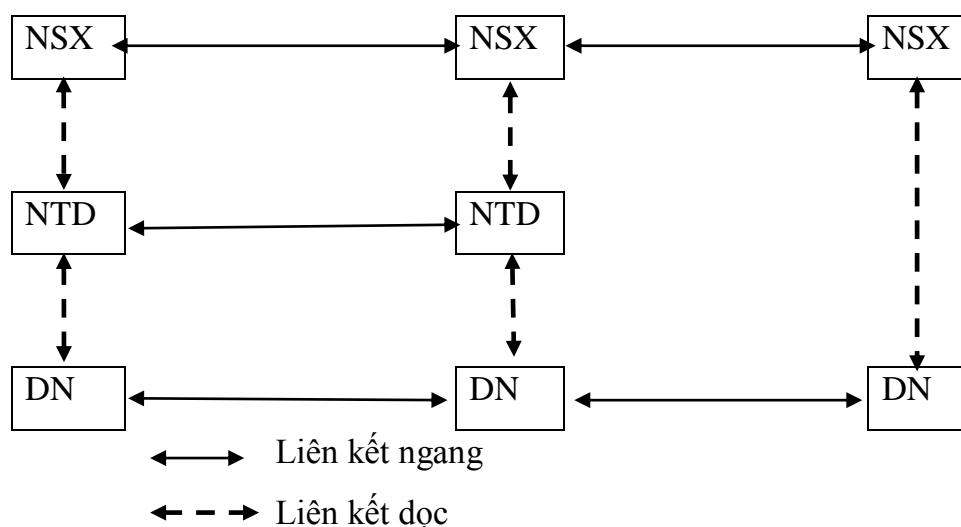
Trong liên kết có rất nhiều chủ thể tham gia do đó mối quan hệ giữa họ cũng phức tạp, khi liên kết với nhiều chủ thể khác nhau sẽ tạo ra những mối quan hệ chông chéo. Nhưng chúng ta có thể dựa vào vai trò của các chủ thể để phân nhóm và chia thành hai phương thức liên kết là liên kết theo chiều ngang và liên kết theo chiều dọc. Theo tài liệu của Phạm Thị Minh Nguyệt năm 2006, chúng ta có thể hiểu về các phương thức liên kết này như sau:

**Liên kết theo chiều ngang** (làm chủ thị trường) là hình thức liên kết giữa các chủ thể cùng một cấp, cùng mắt xích tạo nên sự mở rộng về quy mô, chiếm lĩnh thị trường và có thể dẫn tới độc quyền trong một số thị trường nhất định. Các thành viên tham gia liên kết này thường có sản phẩm, dịch vụ cạnh tranh lẫn nhau nhưng bằng cách liên kết với nhau họ đã nâng cao sức cạnh tranh cho từng thành viên cũng như cho tập thể liên kết. Trong thực tế được thể hiện bằng việc sát nhập các công ty cạnh tranh cùng loại sản phẩm hoặc hình thành nên các liên minh, hiệp hội, câu lạc bộ... việc liên kết này cho thấy có hiệu quả tốt đặc biệt đối với những người kinh doanh quy mô nhỏ hoặc nông dân, liên kết tạo cho họ khả năng làm chủ thị trường, giúp họ hạn chế được sự ép cấp, ép giá của tư thương hay các cơ sở chế biến.

**Liên kết theo chiều dọc** (làm chủ dây chuyền sản xuất) là liên kết được thực hiện theo trật tự các khâu trong quá trình sản xuất, giữa các tác nhân thuộc các mắt xích khác nhau thường theo chuỗi vận động của sản phẩm, một liên kết dọc toàn diện bắt đầu từ khâu sản xuất tới chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Trong liên kết này, thường mỗi tác nhân liên kết đóng vai trò vừa là khách hàng vừa là người bán sản phẩm cho đối tác khác. Hiện nay, phương thức liên kết này được thực hiện rộng rãi và đem lại nhiều hiệu quả, chẳng hạn sự liên kết giữa nơi cung ứng nguyên liệu với cơ sở chế biến, giữa cơ sở chế biến với nơi tiêu thụ sẽ làm giảm bớt một phần chi phí trung gian, chi phí vận chuyển, giảm giá thành sản phẩm... Mỗi liên kết bốn nhà đang được quan tâm và đẩy mạnh trong nông nghiệp cũng chính là mô hình liên kết dọc mà mỗi tác nhân ở đây là một “nhà”.



Chúng ta chia thành hai phương thức liên kết như trên, nhưng trong bất kỳ một ngành hàng nào chúng ta cũng có thể thấy sự xuất hiện của hai phương thức liên kết này và mỗi tác nhân có thể đồng thời tham gia cả hai phương thức liên kết.



**Sơ đồ 2.1: Phương thức liên kết**

Sơ đồ trên thể hiện hai phương thức liên kết theo chiều ngang và theo chiều dọc. Ta thấy liên kết theo chiều dọc làm tăng độ dài các mối liên kết và liên kết theo chiều ngang giúp mở rộng mối liên kết.

Như vậy liên kết kinh tế có thể diễn ra trong mọi ngành sản xuất kinh doanh, thu hút sự tham gia của tất cả các chủ thể kinh tế có nhu cầu của mọi thành phần kinh tế và không bị giới hạn bởi phạm vi địa lý, mỗi loại hình liên kết có những đặc điểm riêng cũng như có những ưu điểm riêng của nó.

### 2.1.6 Nội dung liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp

Mỗi ngành hàng gồm nhiều công đoạn được thực hiện bởi những tác nhân nhất định. Mỗi tác nhân có thể là pháp nhân độc lập hoặc các bộ phận phụ thuộc nhau về mặt pháp lý nhưng đều thực hiện và hoàn thành một số chức năng và tạo ra những sản phẩm nhất định.

Mỗi liên kết trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh giữa các tác nhân là những pháp nhân độc lập rất đa dạng và bao gồm cả liên kết dọc và liên kết ngang đan xen nhau.

Các thoả thuận, cam kết phải thể hiện trách nhiệm của mỗi bên khi thực hiện cam kết và các hình thức phạt nếu một bên không thực hiện đúng, đủ theo thoả thuận, cam kết. Các mối liên kết này thể hiện thông qua các hình thức liên kết như sau:

- *Mua bán tự do trên thị trường*: Là hình thức giao dịch trực tiếp giữa người mua và người bán. Người mua thấy được số lượng, chất lượng hàng hóa mình cần, người bán sau khi thoả thuận được giá cả sẽ bán và thu được tiền mặt đáp ứng yêu cầu sản xuất và đời sống. Việc mua bán được thực hiện trên thị trường theo quan hệ cung cầu. Bất kì bên mua hoặc bên bán hàng nào, nếu thoả thuận được với nhau thì hoạt động giao dịch được diễn ra. Thị trường có vai trò là người định giá.

- *Hợp đồng bằng văn bản*: Theo Eaton and Shepherd (2001), hợp đồng là sự thoả thuận giữa nông dân và các cơ sở chế biến hoặc tiêu thụ nông sản về việc tiêu thụ sản phẩm trong tương lai và thường với mức giá đặt trước. Liên kết theo hợp đồng là quan hệ mua bán chính thức được thiết lập giữa các tác nhân trong việc mua nguyên liệu hoặc bán sản phẩm. (Phân tích nguyên nhân dẫn đến việc thực thi hợp đồng tiêu thụ nông sản giữa nông dân và doanh nghiệp ở Việt Nam, Tạp chí khoa học và Phát triển số 7 năm 2012).

Hợp đồng được ký kết giữa các doanh nghiệp, tổ chức, ngân hàng, tín dụng, trung tâm khoa học kỹ thuật và hộ theo các hình thức:

+ Ứng trước vốn, vật tư, hỗ trợ kỹ thuật, công nghệ và mua lại nông sản hàng hoá

+ Bán vật tư, mua lại sản phẩm;

+ Trực tiếp tiêu thụ sản phẩm, thuê mướn tư vấn kỹ thuật, mua vật tư, thiết bị, nguyên liệu đầu vào, vay vốn...;

+ Liên kết sản xuất bằng việc góp vốn cổ phần, liên doanh liên kết với các doanh nghiệp hoặc cho doanh nghiệp thuê đất, diện tích mặt nước, sau đó hộ được sản xuất trên diện tích đó hoặc cho thuê và bán lại sản phẩm cho doanh nghiệp tạo sự gắn kết bền vững giữa hộ và doanh nghiệp.

- *Hợp đồng miệng* (thoả thuận miệng): Là các thoả thuận không được thể hiện bằng văn bản giữa các tác nhân cam kết cùng nhau thực hiện một số hoạt động,

công việc nào đó. Hợp đồng miệng cũng được hai bên thống nhất về số lượng, chất lượng, giá cả, thời hạn và địa điểm. Cơ sở của hợp đồng là niềm tin, độ tín nhiệm, trách nhiệm cam kết thực hiện giữa các tác nhân tham gia hợp đồng. Hợp đồng miệng thường được thực hiện giữa các tác nhân có quan hệ thân thiết (họ hàng, anh em ruột thịt, bạn bè, ...) hoặc giữa các tác nhân đã có quá trình hợp tác, liên kết sản xuất kinh doanh với nhau mà trong suốt thời gian hợp tác luôn thể hiện nguồn lực tài chính, khả năng tổ chức và trách nhiệm, giữ chữ tín với các đối tác.

Tuy nhiên, hợp đồng miệng thường chỉ là các thoả thuận trên nguyên tắc về số lượng, giá cả, điều kiện giao nhận hàng. Hợp đồng miệng cũng có thể hoặc không có đầu tư ứng trước về tiền vốn, vật tư, cũng như các hỗ trợ giám sát kỹ thuật. So với hợp đồng văn bản thì hợp đồng miệng lỏng lẻo và có tính chất pháp lý thấp hơn.

- *Hiệp hội với liên kết tiêu thụ sản phẩm*: Trong quá trình phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế, mối quan hệ giữa các hộ, cơ sở và doanh nghiệp sản xuất kinh doanh là sự đan xen giữa hợp tác và cạnh tranh. Các đơn vị này một mặt liên kết với nhau để cùng phát triển, nhưng mặt khác cũng cạnh tranh lẫn nhau nhằm tạo ra những ưu thế độc chiếm thị trường và thu nhiều lợi nhuận. Để điều chỉnh các mối quan hệ nhằm đảm bảo lợi ích giữa các tác nhân trước các đối tác khác nhau, một số tác nhân đã tiến hành liên kết với nhau hình thành các hiệp hội.

Hiệp hội là một loại hình liên kết, hợp tác mang tính cộng đồng hỗ trợ phát triển và bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho các cơ sở, đồng thời là cầu nối giữa các cơ quan chính quyền với cơ sở. Hiệp hội với những lợi thế trong tổ chức liên kết, hợp tác và sự kết nối các hoạt động sẽ giảm được chi phí, tiết kiệm nguồn nhân lực, tạo năng lực nội sinh mới trên nhiều phương diện: thời gian, khoảng cách, chi phí, tốc độ và tính ổn định cho các giao dịch trên thị trường.

Các hoạt động hỗ trợ thị trường được nhiều hiệp hội doanh nghiệp thực hiện nhằm khắc phục một số khiếm khuyết của thị trường như tăng cường các hoạt động phối hợp giữa các doanh nghiệp, cơ sở tiêu thụ và hộ nông dân qua đó dung hòa các mối quan hệ trong sản xuất và ra quyết định đầu tư.

CƠ SỞ A	Hình thức liên kết: - Liên kết theo chiều ngang - Liên kết theo chiều dọc	CƠ SỞ B
	Cơ chế liên kết: - Hợp đồng mua bán - Thỏa thuận miệng - Mua bán tự do - Hiệp hội	

**Sơ đồ 2.2 Phân loại liên kết sản xuất – tiêu thụ sản phẩm**

### **2.1.7 Các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết trong sản xuất và tiêu thụ**

+ Yếu tố như trình độ, hiểu biết của các tác nhân về liên kết: các tác nhân hiểu biết càng rõ về ý nghĩa, vai trò và những lợi ích của liên kết càng cao thì mức độ tham gia liên kết càng nhiều và sự liên kết càng chặt chẽ.

+ Mức độ phụ thuộc về tài chính càng cao thì việc liên kết càng chặt chẽ, càng cao. Người sản xuất nhận được sự hỗ trợ từ phía nhà thu gom, nhà chế biến hay tiêu thụ thì phải có trách nhiệm thực hiện những điều kiện mà họ đưa ra trên cơ sở thỏa thuận của hai bên.

+ Quy mô hoạt động của tác nhân mà cụ thể là về lao động, tài sản đầu tư của các tác nhân càng cao thì nhu cầu về liên kết càng lớn và sự liên kết càng chặt chẽ.

+ Biến động của thị trường: khi thị trường ổn định đặc biệt là vấn đề giá cả được giữ ổn định thì các tác nhân có xu hướng liên kết với nhau nhiều và chặt chẽ hơn. Điều này là do tâm lý của người nông dân chỉ quan tâm đến cái lợi trước mắt nên ai mua giá cao họ sẽ bán sản phẩm cho người đó.

+ Cơ chế chính sách của Nhà nước gồm các chính sách về đất đai, vốn sản xuất, thuế, xuất nhập khẩu, các chế tài, luật định... khuyến khích phát triển liên kết thì sẽ thúc đẩy các mối liên kết phát triển và làm cho các mối liên kết thêm bền chặt, ngược lại nếu các chính sách của nhà nước không tạo điều kiện thuận lợi và không khuyến khích thì sẽ không tồn tại hay rất ít các mối quan hệ liên kết vì sẽ không đem lại hiệu quả trong sản xuất.

+ Sự tin tưởng, tín nhiệm lẫn nhau: các tác nhân tin tưởng nhau thì sẽ liên kết với nhau nhiều và chặt chẽ, sự tin tưởng lẫn nhau được xây dựng trên cơ sở của việc làm ăn lâu dài, sự hỗ trợ giúp đỡ lẫn nhau lúc khó khăn.

+ Mức độ rủi ro càng cao thì nhu cầu về liên kết càng phát triển: nhằm chia sẻ rủi ro trong sản xuất kinh doanh để mang lại hiệu quả cao trong sản xuất kinh doanh thì các tác nhân cần liên kết với nhau để giải quyết các khó khăn.

Ngoài ra còn các yếu tố môi trường tự nhiên gồm các yếu tố về điều kiện tự nhiên, đất đai, thời tiết, khí hậu... điều này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến đầu tư mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, ảnh hưởng đến hình thức và mức độ tham gia liên kết kinh tế.

## **2.2 Cơ sở thực tiễn của đề tài**

### **2.2.1 Khái quát về khoai tây Atlantic**

Khoai tây là cây trồng lý tưởng cho vụ đông ở Đồng bằng sông Hồng. Cây khoai tây có thời gian sinh trưởng ngắn, dễ bố trí thời vụ trồng trong vụ đông. Chỉ sau 90 ngày trồng khoai tây có thể cho tới 20-25 tấn sản phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, dễ sử dụng và thương mại hóa điều mà các cây trồng khác khó có thể đạt được.

Tuy nhiên thực tế sản xuất khoai tây ở Việt Nam chưa phản ánh đúng ưu thế của loại cây quan trọng này. Diện tích trồng khoai tây còn rất khiêm tốn, chỉ vào khoảng 30.000-40.000 ha trong khi tiềm năng thực sự có thể đạt đến 200.000 ha ở Đồng bằng sông Hồng.

❖ Nguyên nhân chính của hiện tượng này là do:

Đầu ra cho sản phẩm khoai tây không ổn định.

Chưa có hệ thống sản xuất củ giống sạch bệnh để chủ động cung cấp giống chất lượng cao cho sản xuất. Gần 70% lượng giống đang sử dụng được nhập nội chủ yếu theo con đường không chính thức từ Trung Quốc có chất lượng kém, mang theo nhiều nguồn bệnh nguy hiểm.

Trong những năm gần đây, một số công ty của Hàn Quốc (Orion), Hoa Kỳ (Pepsico) đã đầu tư vào Việt Nam xây dựng các nhà máy chế biến khoai tây tại Bình Dương và Yên Phong – Bắc Ninh. Nhu cầu về khoai tây chế biến của các nhà máy là rất lớn và tăng dần qua các năm. Điều này mở ra thị trường tiêu thụ ổn định cho

những người sản xuất khoai tây ở Việt Nam. Tuy nhiên, giống khoai tây phục vụ chế biến (giống Atlantic) hoàn toàn phải nhập nội với giá thành cao. Nhằm bắt thực trạng này, dự án hợp tác giữa Viện Sinh học Nông nghiệp (IAB) - Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội (HUA) (nay là Học viện Nông Nghiệp Việt Nam (VNUA)) với Viện Nghiên cứu Phát triển Nông nghiệp Quốc tế (IIRD) - Trường Đại học KangWon (KNU) – Hàn Quốc và Công ty thực phẩm Orion Việt Nam nhằm phát triển khoai tây chế biến đã được kí kết.

Nội dung của dự án tập trung giải quyết những tồn tại mấu chốt trong sự phát triển ngành sản xuất khoai tây Việt Nam, thông qua đối tượng chủ yếu là giống khoai tây chế biến. Có thể nói đây là mô hình khá điển hình về nhiều mặt: hợp tác Quốc tế, hợp tác giữa Nhà doanh nghiệp - Nhà Khoa học và người nông dân. Sản xuất khoai tây chế biến đã mở ra hướng đi mới cho sự phát triển khoai tây ở Việt Nam - sản xuất nông sản hàng hóa phục vụ công nghiệp chế biến dựa trên nền sản xuất nông nghiệp công nghệ cao.

Dự án qua hai năm thực hiện đã được các nhà nghiên cứu khoa học và doanh nghiệp đầu tư chế biến đã mở ra một hướng đi mới cho cây khoai tây thông qua phát triển khoai tây chế biến.

Điều vô cùng quan trọng cho sự phát triển của khoai tây chế biến ở Việt Nam chính là thông qua Viện Sinh học Nông nghiệp, doanh nghiệp ký hợp đồng sản xuất với nông dân và cũng chính đội ngũ chuyên gia thuộc Viện Sinh học Nông nghiệp lại chỉ dẫn kỹ thuật sản xuất khoai tây thương phẩm cho người dân. Sự hợp tác giữa cơ quan nghiên cứu khoa học với doanh nghiệp, cơ quan nghiên cứu khoa học – doanh nghiệp và nông dân đã giải quyết những khâu then chốt trong phát triển khoai tây chế biến ở Việt Nam. Chúng ta đã tự chủ trong sản xuất khoai tây giống chất lượng cao thay thế cho giống nhập nội; phát triển khoai tây chế biến, tạo đầu ra chủ động, ổn định cho cây khoai tây thông qua hợp đồng giữa nhà máy và nông dân, từ đó giúp nâng cao thu nhập của người trồng khoai.

Trong bối cảnh cây khoai tây đang dần bị giảm sút về cả chất lượng và diện tích trồng thì dự án hợp tác giữa Viện Sinh học Nông nghiệp (IAB) và Viện Nghiên cứu phát triển Nông nghiệp quốc tế (IIRD) là một sự hợp tác quốc tế phù hợp, cần

thiết và có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Viện Sinh học Nông nghiệp đã tiến hành khảo sát các giống khoai tây chế biến mới nhập nội (8 giống khoai tây nhập nội Chipperta, Marcy, Megachip, Laichipper, Atlantic, Beacar chipper, NY 115, Dakota Diamond) và nhận thấy so với tập đoàn giống trên, Atlantic là giống có năng suất ở mức khá cao (23.0 tấn/ha), hàm lượng chất khô ở mức cao (24.05), hàm lượng đường khử ở mức trung bình (0.31%). Xác định đây là giống hứa hẹn cho sản xuất khoai tây chế biến, Viện Sinh học Nông nghiệp đã tiến hành các thí nghiệm nghiên cứu biện pháp kỹ thuật sản xuất giống Atlantic (nghiên cứu các ảnh hưởng của phân bón hữu cơ, lượng đạm bón, ảnh hưởng của mật độ trồng, thời vụ, thời gian thu hoạch đến sinh trưởng và năng suất khoai tây Atlantic) cũng như triển khai sản xuất khoai tây Atlantic thương phẩm tại địa phương (Lạng Sơn Bắc Ninh, Hải Phòng, Bắc Giang, Thái bình, Vĩnh Phúc, Yên Bái, Hải Dương).

Sau 3 năm triển khai, chúng ta có thể nhận thấy sự thay đổi rõ rệt trên bản đồ diện tích trồng khoai tây Atlantic thương phẩm ở Việt Nam. Năm 2007 diện tích trồng khoai tây Atlantic thương phẩm chỉ là 64 ha đã tăng lên 149, 6 ha năm 2008 và năm 2009 tăng đạt 345 ha. Sự tăng nhanh về diện tích trồng khoai tây thương phẩm ở Việt Nam đang mở ra hướng phát triển cho nhiều vùng trồng khoai trên cả nước (Hải Phòng, Bắc Ninh, Bắc Giang, ...). Điển hình như ở Yên Phong – Bắc Ninh, từ 0.5ha trồng khoai năm 2005, sau 3 năm đã có diện tích trồng lên tới 20 ha. Theo chương trình chủ động phát triển giống khoai tây chế biến của Viện Sinh học Nông nghiệp, đến năm 2012, Đà Lạt sẽ ngừng nhập khẩu giống và năm 2013 sẽ dừng nhập khẩu giống tại miền Bắc.

Sự hợp tác quốc tế giữa hai Viện nghiên cứu, giữa cơ quan nghiên cứu khoa học với doanh nghiệp và giữa cơ quan khoa học, doanh nghiệp và người nông dân đã mở ra một hướng đi mới đầy triển vọng cho sự phát triển khoai tây ở Việt Nam thông qua phát triển khoai tây chế biến. Dự án đã xây dựng thành công hệ thống sản xuất giống chất lượng cao đáp ứng nhu cầu giống sạch bệnh cho thị trường, thiết lập mối quan hệ mật thiết giữa người trồng khoai và cơ sở chế biến, từ đó chủ động tìm đầu ra ổn định cho cây khoai tây, góp phần xóa đói giảm nghèo và nâng cao hiệu quả đời sống người dân.

❖ ***Đặc tính của cây khoai tây Atlantic:***

\* *Thời gian sinh trưởng:* Từ 90-100 ngày.

\* *Đặc tính thực vật học:*

- Thân cây: Từ trung bình đến rộng, thân đứng, lá rộng.

- Lá: Mềm và xếp gần nhau, màu xanh sáng, bản lá rộng, có nhiều nhánh cấp hai.

- Củ: Từ Oval đến tròn, vỏ củ có màu sáng, ruột trắng, mắt củ không sâu. Một khóm có trung bình từ 7-10 củ.

- Hoa có nhiều, màu trắng.

- Mầm củ: màu tím

\* *Chất lượng nấu nướng:*

Rất tốt cho chế biến Chips và là giống chuyên sản xuất cho chế biến Chips tại Úc. Chất lượng cho chế biến thông thường ở mức trung bình, có thể bảo quản. Tuy nhiên, bệnh thối rễ sẽ làm ảnh hưởng đến chất lượng củ. Tốt cho ăn luộc và nướng.

\* *Khả năng chống bệnh:*

Kháng bệnh rất tốt với PVX, PCN (*G. rostochiensis*) bệnh ghẻ, bệnh héo xanh (*Verticillium Will*) và Mốc sương. Chống bệnh tốt với nhóm A của tuyến trùng (*Golden Nematode*).

\* *Những nét đặc trưng về giống:*

- Là một giống rất thích hợp cho chế biến, năng suất rất cao, cỡ củ lớn và rất lớn. Giống Atlantic có khả năng chống sự va chạm, nhưng có điểm đen ở trung tâm của củ. Phải cẩn thận nếu có nấm *Fusarium* xuất hiện.

- Nguồn gốc chọn tạo: Giống được chọn tạo tại Mỹ từ tổ hợp (B5141-6(Lenape) x Wauseon) vào năm 1969 và được công nhận giống năm 1976.

- Giấy phép đăng ký: 1983; Số đăng ký: 2300

\* *Những nét đặc trưng về canh tác học:*

Là giống cho năng suất rất cao, có sức hấp dẫn, củ to và đồng đều về cỡ củ và dạng củ. Tuy nhiên giống không thích hợp ở đất cát. Lượng phân bón vừa phải, trồng được ở mật độ cao. Những củ to thường có lỗ rỗng ở giữa (*hollow heart*), lượng Glycoalkaloids thấp nhưng cao Solid. Giai đoạn ngủ nghỉ trung bình.



## **2.2.2 Các mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản ở nước ta**

### **❖ *Mô hình sản xuất, tiêu thụ mía đường ở Thanh Hóa***

Hiệp hội mía đường Lam Sơn tỉnh Thanh Hóa là một trong những mô hình liên kết tiêu biểu giữa doanh nghiệp Nhà nước với các hộ nông dân, công ty đã chủ động thiết lập mối quan hệ thân thiết với 3 nông trường trồng mía, Ngân hàng nông nghiệp Việt Nam, các hộ nông dân trồng mía thông qua đại diện là các HTX nông nghiệp và có sự bảo lãnh, ủng hộ của chính quyền địa phương, mô hình liên kết giữa doanh nghiệp chế biến với Nông trường, hộ sản xuất nông nghiệp, Ngân hàng đầu tư, tổ chức kinh doanh dịch vụ thương mại đã ra đời và hoạt động mang lại hiệu quả đáng kể. Với chức năng, nhiệm vụ rõ ràng, lợi ích của mỗi bên được bảo đảm, sự gắn kết giữa sản xuất với chế biến và tiêu thụ đã được quan tâm chỉ đạo của Đảng bộ và chính quyền địa phương, nhờ đó duy trì phát triển các mối quan hệ đó đã tác động làm cho diện tích, năng suất, sản lượng và chất lượng mía đều tăng đáp ứng được nhu cầu cho nhà máy chế biến đường.

Bến Tre, lần đầu tiên nông dân trồng mía niên vụ mía 2006 - 2007, được Công ty Mía đường Bến Tre bảo hiểm giá mía tại nhà máy là 300.000 đồng/tấn. Với mức giá này, nông dân sẽ được đảm bảo mức lợi nhuận cao hơn trồng lúa ít nhất 30%. Ngoài ra công ty còn thực hiện chính sách khuyến khích nông dân trồng mía giống mới, năng suất cao. Vào đầu vụ thu hoạch, mía đạt 8,5 chữ đường, giữa vụ 9,5 chữ đường và cuối vụ 10 chữ đường, nông dân còn được hỗ trợ thêm 10.000 đồng/tấn. Nông dân tham gia dự án sẽ được công ty mía đường đầu tư 8 triệu đồng/ha tiền mua giống, phân bón, thuốc trừ sâu. Khi thu hoạch, mỗi ha mía, nông dân bán cho công ty ít nhất 70 tấn theo giá thị trường và được hỗ trợ 50% lãi suất vay ngân hàng. Đây là mô hình có hiệu quả về mặt kinh tế lẫn xã hội, cần được nhân rộng.

### **❖ *Mô hình sản xuất, tiêu thụ chè tỉnh Thái Nguyên***

Thuộc vùng núi trung du, huyện Đại Từ có nền kinh tế nông nghiệp là chính, trong đó cây chè là cây có diện tích thứ 2 sau cây lúa và là cây số 1 trên vùng đất đồi này. Để phát triển kinh tế của huyện theo hướng Công nghiệp hoá – Hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn, thì có thể nói cây lúa chỉ đảm bảo an toàn lương thực, còn

phát triển sản xuất chè là hướng đi vừa khai thác được tiềm năng đất đai của huyện miền núi trung du, vừa giải quyết việc làm và tăng thu nhập cho nông dân. Bên cạnh đó việc phát triển chè thành các vùng nguyên liệu tập trung đưa công nghệ chế biến vào sẽ góp phần công nghiệp hóa nông nghiệp và nông thôn, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của huyện theo hướng giảm tỷ trọng nông nghiệp, tăng tỷ trọng công nghiệp và dịch vụ. Việc triển khai dự án: “Xây dựng mô hình sản xuất thâm canh chè gắn với cơ sở chế biến đạt hiệu quả kinh tế cao” chính là cơ sở và là đòn bẩy quan trọng để huyện Đại Từ phát huy tiềm năng, lợi thế, đưa ngành sản xuất chè thành ngành sản xuất mũi nhọn của huyện, góp phần xoá đói giảm nghèo, tiến lên làm giàu cho nông nghiệp nông thôn vùng núi của huyện.

Dự án “Xây dựng mô hình sản xuất thâm canh chè gắn với cơ sở chế biến đạt hiệu quả kinh tế cao tại huyện Đại Từ” thuộc chương trình Xây dựng mô hình ứng dụng và chuyển giao khoa học công nghệ phục vụ phát triển kinh tế xã hội nông thôn miền núi giai đoạn từ nay đến năm 2010 do Bộ Khoa học & Công nghệ làm chủ quản lý chương trình; UBND tỉnh là chủ quản dự án và Công ty Cổ phần Xuất xuất nhập khẩu Thái Nguyên là đơn vị chủ trì, có tổng kinh phí thực hiện là 4 tỷ 350 triệu đồng. Mục tiêu của Dự án là Xây dựng vùng chè nguyên liệu có năng suất cao, chất lượng tốt, tạo ra các loại sản phẩm có chất lượng, có mẫu mã, kiểu dáng công nghiệp cho riêng mình, gắn kết vùng nguyên liệu với chế biến, tiêu thụ sản phẩm. Bốn địa phương của huyện Đại Từ nằm trong Dự án là La Bằng; Hoàng Nông; Phú Thịnh và Phú Cường. Quy mô của Dự án là áp dụng các tiến bộ kỹ thuật xây dựng mô hình thâm canh 100 ha chè trung du có năng suất từ 7 tấn/ha lên 9 tấn/ha sau Dự án; xây dựng mô hình 50 ha trồng thâm canh và trồng cải tạo thay thế từ vườn chè trung du già cỗi bằng giống chè LDP1 và hệ thống tưới bằng vòi cầm tay, đạt năng suất 3,5 tấn/ha chè 3 tuổi; 10 tấn/ha chè 8 tuổi; Xây dựng mô hình vườn nhân giống chè quy mô 10 vạn bầu/năm để vừa huấn luyện, đào tạo người sản xuất kỹ thuật nhân giống chè, đồng thời hình thành dây chuyền thiết bị đồng bộ chế biến chè xanh có công suất 1 tấn/ngày và áp dụng kỹ thuật cải tiến trong công nghệ chế biến chè xanh nâng cao chất lượng, đáp ứng nhu cầu thị trường.

Có thể nói đây là Dự án gắn kết giữa các nhà. Nhà doanh nghiệp và nhà nông có vai trò quan trọng trong mối liên kết này, nhằm nâng cao giá trị hàng hoá, thu nhập đời sống người dân. Do vậy, đòi hỏi cao hơn nữa là sự hợp tác gắn bó chặt chẽ giữa doanh nghiệp và hộ nông dân là điều thực sự cần thiết. Dự án Xây dựng sản xuất thâm canh chè gắn với cơ sở chế biến đạt hiệu quả kinh tế cao tại huyện Đại Từ đã triển khai thực hiện được 3 năm. Đây chính là cơ sở quan trọng để Đại Từ thực hiện thành công Mục tiêu trồng thâm canh giống chè mới thêm 500 ha; tăng năng suất sản lượng chè từ 33.300 tấn lên 37.500 tấn/năm vào năm 2010.

#### **❖ Mô hình sản xuất dứa ở Bắc Giang**

Ở thời điểm tiến hành điều tra và nghiên cứu, thì mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân không còn tồn tại nữa. Mối liên kết này hình thành vào năm 2000 và kết thúc vào năm 2005. Trong những năm đầu giai đoạn 2000 – 2003, tỉnh Bắc Giang đã chi ra hơn 15 tỷ đồng nhằm hướng tới mục tiêu trồng 3000 ha Dứa, tạo ra khoảng 80.000 – 90.000 tấn Dứa mỗi năm. Dưới sự chỉ đạo của chính quyền địa phương, công ty CPTPXK Bắc Giang cũng chung tay góp sức, tham gia vào công cuộc phát triển Dứa tỉnh Bắc Giang. Công ty tiến hành ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các hộ sản xuất Dứa, đồng thời tiến hành cho vay vốn đối với người nông dân để người dân tham gia sản xuất. Không dừng ở đó, công ty còn cung ứng cho người nông dân giống, vật tư, phân bón, thuốc BVTV theo yêu cầu của nông dân. Điều đặc biệt là, để hưởng ứng theo chính sách và chủ trương của chính quyền địa phương, công ty còn hỗ trợ người dân một khoản tiền được tính theo số chôi Dứa mà hộ sản xuất nhằm khuyến khích hộ tham gia sản xuất Dứa trên địa bàn.

Ở công ty CPTPXK Bắc Giang, sau khi địa phương có chủ trương khuyến khích các hộ tham gia sản xuất Dứa theo dự án, các hộ muốn tham gia sản xuất sẽ đăng ký với chính quyền địa phương, từ đó chính quyền địa phương sẽ là cầu nối của công ty và hộ nông dân. Ở đây, doanh nghiệp hoàn toàn bị động trong khâu ký kết hợp đồng với người nông dân, không có sự kiểm tra khảo sát trước nguồn lực của mình cũng như của hộ nông dân. Từ đó khó có thể có định hướng và chiến lược cụ thể cho việc phát triển vùng phục vụ cho công ty cũng như củng cố mối quan hệ hợp tác giữa công ty và nông dân.

### ❖ *Liên kết trong trồng rau màu xuất khẩu*

Để nền kinh tế nông nghiệp ngày càng phát triển và đứng vững trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế mô hình liên kết giữa các nhà đang được nhân rộng trong sản xuất, chế biến rau màu đặc biệt là các loại cây trồng vụ đông nhằm phục vụ xuất khẩu. Mô hình này đã tạo ra một khối lượng lớn nông sản hàng hoá xuất khẩu, do đó có sức cạnh tranh trên thị trường, giúp nông dân và các doanh nghiệp cùng làm giàu. Tỉnh Nam Định đã thúc đẩy liên kết trong trồng rau màu xuất khẩu: triển khai các chính sách hỗ trợ người nông dân trồng các loại cây vụ đông phục vụ xuất khẩu, đồng thời tổ chức cho các doanh nghiệp gặp gỡ với nông dân để thoả thuận, ký kết hợp đồng trồng và tiêu thụ sản phẩm. Bên cạnh đó, tỉnh cũng vận động các Ngân hàng Thương Mại tạo điều kiện thuận lợi cho nông dân và các doanh nghiệp vay vốn đầu tư, mở rộng diện tích, chế biến rau màu xuất khẩu. Đến nay đã có 10 doanh nghiệp thường xuyên ký kết với gần 50 địa phương trong tỉnh, nhằm phát triển trồng cây vụ đông xuất khẩu với tổng số diện tích hơn 1.000 ha. Các doanh nghiệp còn ký kết hợp đồng với nông dân các địa phương trong tỉnh cung cấp giống cây trồng có chất lượng cao và chủ động đưa các giống cây mới vào đồng ruộng. Mô hình liên kết sản xuất ở Tây Ninh là hình thành các tổ kỹ thuật, hưởng lương theo phần trăm doanh số sản phẩm bao tiêu. Mỗi tổ kỹ thuật gồm bốn người, chịu trách nhiệm một khu vực cụ thể, có nhiệm vụ theo sát nông dân, vừa hướng dẫn kỹ thuật, vừa thống kê sản lượng, đồng thời cung ứng giống, vốn, phân bón, các loại thuốc bảo vệ thực vật và hợp đồng bao tiêu toàn bộ sản phẩm có cho trước giá sàn, khi thu hoạch mới thu hồi vốn đầu tư. Nông dân phải làm theo đúng quy định mới được nghiệm thu, ai làm sai phải chịu lỗ, nhưng lợi nhuận thì thật hấp dẫn. Một kg dưa không hạt tổ hợp tác mua tại ruộng đến 7.000 đồng, nếu tự bán bên ngoài giá sỉ chỉ được 3.000 đồng/kg. Một ha dưa từ lúc trồng đến thu hoạch trong khoảng 70 ngày, năng suất trung bình 15 tấn/ha, tính ra tổng thu được 105 triệu đồng/ha, trong khi tổng vốn đầu tư (theo quy trình GAP) là 75 triệu đồng/ha, nông dân còn lãi được 30 triệu đồng trong 70 ngày, không phải lo chuyện tiêu thụ. So với giá bán ngoài, không làm theo GAP sẽ ít vốn đầu tư hơn, nhưng giá thấp, chất lượng thấp và không được bao tiêu, không thể đưa vào siêu thị.

### **2.2.3 Các công trình nghiên cứu có liên quan**

Đề tài “Nghiên cứu liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè nguyên liệu của công ty chè Sông Lô – Tuyên Quang” của tác giả Nguyễn Thị Ngọc Mai (2010), luận văn thạc sĩ kinh tế chuyên ngành Kinh tế nông nghiệp, học viện Nông Nghiệp Việt Nam. Đề tài chỉ ra các mối liên kết trong sản xuất kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm chè của công ty chè Sông Lô rất đa dạng từ liên kết với hộ nông dân, hộ thu gom, các cơ sở cung cấp phân bón, thuốc BVTV đến các nhà khoa học ở Viện khoa học kỹ thuật nông lâm nghiệp miền núi phía Bắc, Trường Đại học nông lâm Thái Nguyên, đến các nhà tín dụng trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang như ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, ngân hàng Đầu tư và phát triển, ... Trong đó công ty chú trọng nhất đến việc liên kết với các hộ nông dân vì đây là nguồn cung cấp nguyên liệu đầu vào quan trọng trong quá trình sản xuất kinh doanh của công ty. Tác giả đã đi sâu vào phân tích lợi ích của người nông dân, lợi ích của công ty, lợi ích của người thu gom khi tham gia vào liên kết.

Đề tài “Nghiên cứu mối liên kết sản xuất – tiêu thụ rau an toàn trên địa bàn thành phố Hà Nội” của tác giả Lê Văn Lương (2008) cho rằng: liên kết trong sản xuất – tiêu thụ rau an toàn là cần thiết làm tăng giá trị, giảm rủi ro cho các tác nhân tham gia. Phần lớn các mối liên kết giữa các tác nhân là tự do và hợp đồng miệng, phần đông các tác nhân khác ngoài hợp tác xã thu gom rau an toàn cho rằng hợp đồng bằng văn bản phức tạp và không cần thiết trong sản xuất rau an toàn. Tác giả cũng chỉ ra việc phân chia lợi ích giữa các tác nhân chưa có sự hài hoà, người sản xuất luôn nhận được lợi ích thấp nhất. Mỗi hình thức liên kết có mức độ phù hợp và mang tính chất pháp lý khác nhau, yêu cầu những điều kiện khác nhau nhưng đều mang lại hiệu quả thiết thực thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ rau an toàn. Tuy nhiên tác giả quá đề cập đến kênh tiêu thụ về rau an toàn chưa tập trung sâu phân tích và các hình thức liên kết.

Đề tài “Nghiên cứu các mối liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm từ cói ở huyện Nga Sơn, Thanh Hoá” của tác giả Mai Văn Minh (2012), luận văn thạc sĩ kinh tế, chuyên ngành kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam. Đề tài chỉ ra trên địa bàn huyện Nga Sơn tồn tại nhiều mối liên kết cả trong sản xuất và

tiêu thụ, cả liên kết dọc và liên kết ngang, trong đó các mối liên kết chính như: liên kết giữa người sản xuất với người sản xuất, người sản xuất với người thu gom và với doanh nghiệp, người thu gom với doanh nghiệp, mối liên kết giữa người thu gom với nhau, mối liên kết giữa doanh nghiệp với nhau. Phần lớn các mối liên kết giữa các tác nhân là thỏa thuận miệng (từ 25 -75%), điều này thể hiện sự liên kết chưa chặt chẽ. Mối liên kết của họ chủ yếu được thiết lập trên cơ sở quen biết từ trước hay bạn hàng mua bán lâu ngày thành quen. Phần đông trong số họ cho rằng hợp đồng bằng văn bản là phức tạp và không phù hợp với sự thay đổi giá cả đặc biệt khi thị trường tiêu thụ chính là Trung Quốc. Nhóm hộ tham gia liên kết có hiệu quả cao hơn nhóm hộ không tham liên kết, nhóm hộ tham gia liên kết trực tiếp với doanh nghiệp thì nhận được nhiều lợi ích và có được hiệu quả sản xuất cao hơn so với nhóm hộ liên kết với người thu gom. Tuy nhiên tác giả chưa đưa ra được lợi ích thực sự của các bên tham gia liên kết.

Đề tài “Nghiên cứu liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản tại xã Việt Hùng, huyện Vũ Thư, tỉnh Thái Bình” của tác giả Lê Thanh Tùng (2014), khoá luận tốt nghiệp Học viện Nông Nghiệp Việt Nam. Tác giả đã khẳng định xã Việt Hùng đã có những bước đi đúng hướng trong chuyên đổi cơ cấu cây trồng đưa vụ đông trở thành vụ sản xuất chính thứ ba trong năm, cơ cấu này đang phát huy hiệu quả giúp bà con nông dân trong vùng đạt được những thành quả nhất định. Tuy nhiên, vẫn tồn tại một số nguyên nhân dẫn đến mối liên kết trong sản xuất - tiêu thụ sản phẩm bí xanh và dưa chuột giữa một vài tác nhân còn thiếu chặt chẽ, lỏng lẻo. Tuy nhiên tác giả chưa đề cập đến kênh tiêu thụ nông sản và chưa tập trung sâu phân tích vào các hình thức liên kết.

## **PHẦN III: ĐẶC ĐIỂM ĐỊA BÀN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

### **3.1 Đặc điểm địa bàn nghiên cứu**

#### **3.1.1 Giới thiệu về Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina**

Tập đoàn Orion là một trong những tập đoàn bánh kẹo hàng đầu ở Hàn Quốc, sản xuất và kinh doanh các chủng loại bánh kẹo. Sản phẩm của Orion được phân phối trên 65 quốc gia trên thế giới. Những sản phẩm nổi tiếng của Orion là bánh Chocopie, Cutas, Freshpie, Goute', Snack O'star, Snack Toonies, ...

Tiền thân là một trong ba công ty thực phẩm lớn nhất tại Hàn Quốc, là sự liên doanh giữa Công ty TNHH Bánh kẹo Tong Yang và tập đoàn Pepsi Hoa Kỳ, được thành lập vào năm 1956, đến năm 1987 chính thức đổi tên thành tập đoàn ORION. Ngoài ra công ty cũng có một chuỗi cửa hàng tiện lợi, nhà hàng, thể thao, phát thanh truyền hình, điện ảnh và các hình thức giải trí phổ biến khác. Công ty hoạt động chủ yếu tại Hàn Quốc và bán sản phẩm của mình tại Trung Quốc, Nhật Bản, Nga và Việt Nam từ đó hướng ra thị trường thế giới.

Công ty TNHH thực phẩm OrionVina (Orion Food Vina Co.LTD) được thành lập năm 2005, là chi nhánh của tập đoàn Orion của Hàn Quốc mới đầu tư sản xuất ngành bánh kẹo tại Việt Nam, là doanh nghiệp có 100% vốn đầu tư Hàn Quốc.

Tháng 12 năm 2006 tập đoàn Orion khai trương nhà máy Orion Food Vina tại huyện Bến Cát – tỉnh Bình Dương, với sản phẩm chính là Chocopie, Custas, O'star, Toonies, Gum Fruit, Fresh-pie.

Năm 2008 thành lập chi nhánh 2 tại huyện Yên Phong – tỉnh Bắc Ninh, với sản phẩm Chocopie, Custas, O'star, toonies, Marion, Tiramisu, Goute. Chi nhánh Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina tại Hà Nội được thành lập theo giấy phép đầu tư số 321/GP-KCN-BD do ban quản lý các khu công nghiệp Bình Dương cấp ngày 22/09/2005.

Tên doanh nghiệp: Chi nhánh công ty TNHH thực phẩm Orion Vina (Orion Food Vina Co., Ltd).

Trụ sở chính tại: KCN Yên Phong – xã Yên Trung – huyện Yên Phong – tỉnh Bắc Ninh.

Văn phòng đại diện: Tầng 17 – Tòa nhà Hòa Bình – 106 Hoàng Quốc Việt – Cầu Giấy – Hà Nội.

Giám đốc chi nhánh phía Bắc: Mr. Choi Kyung Seok.

Loại hình doanh nghiệp: Doanh nghiệp TNHH 100% vốn đầu tư nước ngoài.

### **3.1.2 Điều kiện cơ bản của xã Yên Trung**

#### **3.1.2.1 Vị trí địa lý**

Yên Trung thuộc huyện Yên Phong tỉnh Bắc Ninh, nằm ở trung tâm của huyện Yên Phong, cách trung tâm huyện lỵ khoảng 3,5 km, có vị trí địa lý như sau:

- Phía Bắc giáp xã Dũng Liệt và tỉnh Bắc Giang.
- Phía Nam giáp xã Long Châu.
- Phía Đông giáp xã Thụy Hòa.
- Phía Tây giáp xã Đông Tiến và tỉnh Bắc Giang.

Yên Trung là xã có các điều kiện tự nhiên khá thuận lợi. Với vị trí tiếp giáp với trung tâm huyện lỵ, có tuyến giao thông quan trọng đi qua nên xã có nhiều lợi thế để giao lưu phát triển kinh tế - xã hội, đẩy nhanh tốc độ đô thị hóa và các hoạt động thương mại, dịch vụ.

Xã Yên Trung có diện tích tự nhiên là 996,93 ha, là xã có diện tích tự nhiên lớn nhất của huyện Yên Phong. Xã có vị trí tương đối thuận lợi trong giao lưu phát triển kinh tế - xã hội. Ở đây có khu công nghiệp Yên Phong và mở rộng với tổng diện tích hơn 700 ha - một trong những KCN trọng điểm của tỉnh, tiếp giáp với Quốc lộ 18. Phía Bắc tiếp giáp với sông Cầu là con sông lớn, thượng lưu thông đến Thái Nguyên, hạ lưu thông xuống Hải Dương, Hải Phòng làm cho Yên Trung có nhiều tiềm lực phát triển thương mại, dịch vụ, hòa nhập với nền kinh tế thị trường, phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp và thương mại - dịch vụ.





**Hình 3.1: Bản đồ hành chính xã Yên Trung**

### **3.1.2.2. Đặc điểm địa hình**

Nằm trong vùng đồng bằng sông Hồng, xã Yên Trung có địa hình tự nhiên tương đối bằng phẳng, hướng dốc chính từ Bắc xuống Nam, độ cao trung bình khoảng 4,5m so với mực nước biển và phía Bắc có Sông Cầu chảy qua. Nhìn chung địa bàn của xã thuận lợi cho việc phát triển mạng lưới giao thông, thủy lợi, xây dựng các công trình cơ sở hạ tầng, khu dân cư...

### **3.1.2.3 Đặc điểm khí hậu thời tiết, thủy văn**

#### **🚩 Thời tiết**

Yên Trung là xã thuộc vùng đồng bằng Bắc Bộ do vậy khí hậu mang tính chất đặc thù của vùng đồng bằng. Đó là khí hậu nhiệt đới gió mùa, khí hậu được chia thành hai mùa rõ rệt là: Mùa mưa và mùa khô. Mùa khô thường bắt đầu từ tháng 4 đến tháng 9, nhiệt độ cao và mưa lớn. Nhiệt độ trung bình năm là 23,4°C. Nhiệt độ cao nhất là 28,9°C. Nhiệt độ trung bình thấp nhất là 15,8°C. Sự chênh lệch nhiệt độ tháng cao nhất và thấp nhất là 13,1°C

Hướng gió thịnh hành là: gió mùa Đông Bắc và gió mùa Đông Nam. Gió mùa Đông Bắc từ tháng 10 năm trước đến tháng 3 năm sau; gió mùa Đông Nam thịnh hành từ tháng 4 đến tháng 9 mang theo hơi ẩm gây nên mưa rào trên diện rộng.

Tổng số giờ nắng trong năm dao động từ 1.530 - 1.776 giờ trong đó tháng nhiều giờ nắng là tháng 7, tháng ít giờ nắng là tháng 1.

Nhìn chung khí hậu khá thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp cũng như đời sống của nhân dân trong khu vực.

#### Thủy văn

Xã có hệ thống kênh mương nội đồng tương đối tốt phục vụ cho sản xuất nông nghiệp đồng thời xã có sông Cầu, con sông này cung cấp nước tưới chủ yếu cho sản xuất nông nghiệp và sinh hoạt của nhân dân trong xã.

#### **3.1.2.4 Đặc điểm tài nguyên đất**

Theo đánh giá đất đai của huyện Yên Phong, đất đai xã Yên Trung chủ yếu các loại đất sau

##### ❖ *Đất phù sa có tầng loang lổ đỏ vàng (Pf)*

Đất được phân bố trên các chân vùn, vùn cao. Đất có phản ứng chua pH = 4 - 4,5; thành phần cơ giới từ thịt nhẹ đến trung bình. Hàm lượng chất hữu cơ và đạm trung bình thấp, kali tổng số trung bình, kali dễ tiêu thấp, lân tổng số nghèo, lân dễ tiêu trung bình.

Hiện trạng sản xuất: Chủ yếu trồng 2 vụ lúa, một số diện tích trồng 2 vụ lúa và 1 vụ màu. Để nâng cao hiệu quả sử dụng đất cần chú ý chủ động tưới tiêu, chuyển sang trồng chuyên rau màu nhất là những loại có giá trị hàng hoá cao.

##### ❖ *Đất bạc màu (Bm)*

Đất được phân bố trên địa hình vùn cao. Đất được hình thành trên nền phù sa cổ, được khai thác hàng ngàn năm, tầng đất mặt bị rửa trôi, đất có thành phần cơ giới từ cát pha đến thịt nhẹ. Cácbon tổng số 0,8 - 1,2 %, Kali nghèo 0,01 - 0,5 %, lân 0,05 - 0,08%, độ pH = 4 - 4,5.

Nhìn chung, đất đai của xã thích hợp với nhiều loại cây trồng, đặc biệt là các loại cây ngắn ngày, các loại đất đều là điều kiện thuận lợi cho việc thâm canh lúa nước, hoa màu, cây công nghiệp ngắn ngày

### **3.1.2.5 Đặc điểm tài nguyên nước**

#### **❖ Nguồn nước mặt**

Xã có hệ thống sông ngòi bao bọc xung quanh và hệ thống ao hồ dày đặc phân bố tương đối đồng đều trên địa bàn xã. Đây là nguồn cung cấp nước đa dạng, phong phú phục vụ cho sản xuất nông nghiệp cũng như đời sống của nhân dân trong xã.

#### **❖ Nguồn nước ngầm**

Nguồn nước ngầm của xã phân bố không đều, được khai thác chủ yếu từ hệ thống các giếng đào, đây là nguồn cung cấp nước chính cho sinh hoạt của nhân dân trong xã.

Chất lượng các nguồn nước trên địa bàn xã tương đối tốt, chưa bị ô nhiễm.

### **3.1.2.6 Thực trạng môi trường**

Cùng với việc đẩy nhanh tốc độ phát triển kinh tế đặc biệt là trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập ngày càng tăng sẽ phát sinh thêm nhiều thách thức trong việc bảo vệ môi trường nhất là vấn đề quản lý rác thải, cung cấp nước sạch, hệ thống thoát nước và các công trình công cộng khác. Bên cạnh đó mức độ sử dụng hóa chất, phân bón, thuốc trừ sâu ... trong sản xuất nông nghiệp vẫn đang có chiều hướng gia tăng gây ảnh hưởng không nhỏ đến môi trường sinh thái và sức khỏe con người.

### **3.1.2.7 Tình hình phát triển kinh tế - xã hội**

#### **❖ Tăng trưởng kinh tế**

Cùng với sự phát triển kinh tế của huyện nền kinh tế của xã Yên Trung đã có những chuyển biến tích cực trong các ngành nghề lĩnh vực. Nền kinh tế của xã có những bước tăng trưởng khá, nhiều chỉ tiêu hoàn thành và vượt mức kế hoạch mà Đại hội Đảng bộ xã đề ra:

+ Tiểu thủ công nghiệp - Dịch vụ: 91 tỷ đồng.

+ Nông nghiệp: Bình quân lương thực đầu người 732, 6kg/người/năm, giá trị thu trên 1ha canh tác là 42, 8 triệu đồng, thu nhập bình quân hộ trồng trọt đạt 10 triệu đồng. (2014)

Với sự tăng trưởng kinh tế, tăng thu nhập cải thiện đời sống nhân dân từ năm 1995 đến nay trên cơ sở khai thác những lợi thế về đất đai, lao động, khoa học xã đã đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực, giảm dần tỷ trọng ngành nông nghiệp, tăng tỷ trọng ngành công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, thương mại - dịch vụ. Sự chuyển dịch trên là phù hợp với tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn và làm tiền đề phát triển cho những năm tiếp theo.

Nhờ có sự đẩy mạnh và chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu cây trồng vật nuôi áp dụng các biện pháp khoa học kỹ thuật đi đôi với phân vùng sản xuất hợp lý và tăng cường đầu tư cho các dự án sản xuất, dịch vụ. Nền kinh tế của xã có chuyển biến tích cực, tốc độ tăng trưởng khá, nhịp độ phát triển kinh tế bình quân hàng năm tăng.

#### ❖ *Chuyển dịch cơ cấu kinh tế*

Cơ cấu kinh tế chuyển dịch rõ rệt theo hướng giảm tỷ trọng ngành nông nghiệp và tăng tỷ trọng tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ. Sự chuyển dịch như trên là phù hợp với tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn.

### **3.1.2.8. Dân số, lao động, việc làm và thu nhập**

#### ❖ *Dân số*

Theo kết quả thống kê đến hết năm 2014 tổng dân số của xã là 10999 người với 2457 hộ. Trong những năm qua với sự chỉ đạo của Đảng ủy, UBND xã công tác dân số đã thu được một số kết quả nhất định, tỷ lệ phát triển dân số là 1,91%. Đây là tỷ lệ khá cao so với các xã khác trong huyện. Nguồn lao động của xã tương đối dồi dào cả về số lượng và chất lượng.

#### ❖ *Lao động, việc làm và thu nhập*

Số người trong độ tuổi lao động của xã là 5.783 người, chiếm 52,58% dân số, trong đó chủ yếu là lao động nông nghiệp, lao động qua đào tạo chiếm tỷ lệ nhỏ.

Trong tương lai cần có kế hoạch đào tạo nâng cao trình độ của người lao động, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động.

Nhìn chung số lao động tham gia vào các lĩnh vực hoạt động kinh tế - xã hội trên địa bàn xã hiện nay được sử dụng chưa hợp lý, đặc biệt trong sản xuất nông nghiệp và một số ngành nghề mang tính chất thời vụ nên vẫn còn tình trạng thiếu việc làm, năng suất lao động thấp, nhất là đối với thanh niên, học sinh mới ra trường cũng như lực lượng lao động nông nhàn vẫn là vấn đề bức xúc cần được tập trung giải quyết.

Trong những năm qua, huyện và xã đã thực hiện chương trình Quốc gia giải quyết việc làm và lồng ghép các chương trình dự án, đã có những biện pháp tích cực để giải quyết việc làm cho người lao động như hỗ trợ, đầu tư xây dựng các mô hình kinh tế, phối hợp với các ngành liên quan để xúc tiến việc làm cho người lao động góp phần giảm tỷ lệ lao động thất nghiệp và tỷ lệ hộ nghèo. Trong những năm tới, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, cần đặc biệt chú trọng đến việc phát triển nguồn nhân lực, đảm bảo việc làm và thu nhập ổn định cho người lao động, nhằm nâng cao đời sống của nhân dân và ổn định chính trị, xã hội trên địa bàn xã.

### **3.1.2.9 Điều kiện cơ sở hạ tầng**

#### **❖ *Giao thông vận tải***

Hệ thống giao thông liên xã, hệ thống giao thông trong khu dân cư và nội đồng của xã phát triển tương đối tốt. Thực hiện chiến dịch bê tông hóa đường giao thông nông thôn, trong những năm qua có 8/9 thôn hoàn thiện đường thôn xóm và đã làm đường bê tông lên 21,5 km. Tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu phát triển của địa phương trong tương lai cần đầu tư nâng cấp và làm mới một số tuyến đường. Cụ thể

**Bảng 3.1: Hiện trạng các công trình giao thông xã Yên Trung**

Công trình	Chiều dài (km)	Bề rộng (m)	Kết cấu mặt đường
<b>1. Đường huyện</b>			
1.1 Đường Thục Phẩm Đại	2	3-3,5	Bê tông + Đất
1.2 Đường Ngô Xá Phù Cầm	2,5	3-3,5	Nhựa
1.3 Đường trục xã	7,15	5	Bê tông
<b>2. Đường trục thôn xóm</b>			
	26,3	1,5-3	Bê tông 14,8Km Đất 11,5 Km
<b>3. Đường nội đồng</b>			
	34		Bê tông 1,5 Km Đất 32,5 Km

(Nguồn: UBND xã Yên Trung năm 2014)

Nhìn chung, giao thông tương đối thuận lợi trong việc trao đổi hàng hoá và phát triển kinh tế - xã hội.

❖ *Hệ thống thủy lợi*

Hệ thống thủy lợi hiện nay khá hoàn chỉnh, hàng năm xã đều tích cực nâng cấp và làm mới một số tuyến mương, cải tạo đất phục vụ cho sản xuất, có kế hoạch tưới tiêu cụ thể. Làm tốt công tác phòng chống úng, lụt bão.

- Tổng chiều dài các tuyến kênh tiêu 9,8 km.
- Tổng chiều dài các tuyến kênh tưới 5,3 km (kênh đất chiếm 100%).
- Số trạm bơm cục bộ 11 trạm.

❖ *Năng lượng, lưới chính viễn thông*

Trên địa bàn xã có 13 trạm biến áp với tổng công suất các trạm là 2450KVA, cung cấp điện cho các khu trên địa bàn xã. Tuy nhiên các trạm biến áp đã cũ nát, quá tải 04 trạm trong giai đoạn tới cần nâng cấp bổ sung thêm. Hiện tại tổng số km đường dây hạ thế là 17 km.

Nhân dân trong xã dùng điện lưới quốc gia, tuy nhiên vẫn xảy ra tình trạng cắt điện luân phiên, gây ảnh hưởng đến sản xuất và sinh hoạt của nhân dân.

Hiện nay xã đã được phủ sóng điện thoại di động, đảm bảo thông tin liên lạc của xã. Hiện tại xã đã có điểm bưu điện văn hóa xã, diện tích 0,02 ha và điểm bưu chính viễn thông, có internet đến trung tâm xã và một số hộ gia đình.

❖ *Các công trình công cộng khác*

\* *Trụ sở hành chính*

Hiện nay, diện tích khu trụ sở UBND xã là 0,84 ha.... Trụ sở UBND được xây dựng kiên cố, nơi làm việc của cán bộ được đảm bảo. Trong thời gian tới cần đầu tư trang thiết bị cần thiết nhằm phục vụ tốt hơn cho việc điều hành, tiếp dân được thuận lợi.

\* *Giáo dục*

Thực hiện Nghị quyết TW2 khóa VIII của Đảng bộ xã về giáo dục - đào tạo, cùng sự quan tâm của Đảng ủy và chính quyền những năm qua sự nghiệp giáo dục của xã đã có nhiều chuyển biến. Công tác xây dựng cơ sở vật chất được quan tâm coi trọng. Kết quả đạt được rất đáng khích lệ: Tỷ lệ tốt nghiệp tiểu học đạt 100%. bậc trung học cơ sở nhà trường tiếp tục củng cố kỷ cương, nề nếp trường học, đổi mới phương pháp giáo dục tạo sự chuyển biến toàn diện, tỷ lệ tốt nghiệp đạt 98 - 99,1%. Đội ngũ giáo viên thường xuyên được bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ nhằm nâng cao chất lượng dạy và học.

Một số trường học trên địa bàn xã như sau:

- Trường trung học cơ sở: Diện tích 6107m<sup>2</sup>, số phòng học là 15. Số phòng học chưa đạt chuẩn 03 phòng. Diện tích sân chơi bãi tập 2000 m<sup>2</sup>.

- Trường Tiểu học Yên Trung số 1: Diện tích 2991 m<sup>2</sup>, trường có 15 phòng học, diện tích sân chơi bãi tập 997 m<sup>2</sup> chưa có phòng chức năng phục vụ công tác dạy và học của cô và trò.

- Trường Tiểu học Yên Trung số 2: Diện tích 3676 m<sup>2</sup>, trường có 14 phòng học, diện tích sân chơi bãi tập 2000 m<sup>2</sup> phòng chức năng phục vụ công tác dạy và học của cô và trò 2 phòng.

- Trường mầm non: nằm rải ở các thôn (số trường xây dựng ở các thôn 06 điểm trường với tổng diện tích mặt bằng các điểm trường là 6.100 m<sup>2</sup>). Tổng số

phòng học đã có 20, số phòng chức năng 1, diện tích sân chơi bãi tập 5.000 m<sup>2</sup>. Trong đó có trường mầm non thôn Yên Lãng đạt chuẩn quốc gia giai đoạn 1.

Nhìn chung, công tác giáo dục của xã tuy đã được đầu tư phát triển, cơ sở vật chất phục vụ công tác dạy và học đang được đầu tư tuy nhiên cần chú trọng đầu tư thêm để xây dựng và cơ sở vật chất phục vụ tốt hơn công tác giáo dục của xã.

*\* Phát triển y tế*

Công tác chăm sóc sức khỏe ban đầu cho nhân dân, đặc biệt là cho các đối tượng chính sách, người cao tuổi ngày một quan tâm hơn, tổ chức duy trì khám chữa bệnh cấp cứu kịp thời đúng chế độ, đúng tuyến. Đội ngũ y bác sỹ đã nâng cao tinh thần trách nhiệm và được chuẩn hoá, cơ sở vật chất được tăng cường, mỗi năm tổ chức khám và điều trị cũng như giới thiệu chuyển tuyến cho hơn 1.000 lượt người. Tổ chức tiêm chủng mở rộng uống Vitamin đúng theo quy định, phối hợp tổ chức tuyên truyền vệ sinh an toàn thực phẩm đảm bảo trong địa phương không có dịch bệnh xảy ra. Hàng năm đều được Phòng y tế huyện đánh giá là đơn vị hoàn thành tốt nhiệm vụ, được sở y tế tỉnh Bắc Ninh, UBND tỉnh, công nhận là xã chuẩn về y tế năm 2007.

*\* Văn hoá, thể thao*

Hoạt động văn hoá phát triển với nhiều loại hình đa dạng, với mục tiêu nhằm nâng cao đời sống tinh thần cho nhân dân. Phong trào "*toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa*", xây dựng làng văn hóa, gia đình văn hóa được duy trì.

Đảng bộ và nhân dân trong xã đã thực hiện nghiêm túc Chỉ thị 27-CT/TW ngày 12/1/1998 về việc thực hiện nếp sống văn minh trong việc cưới, việc tang, lễ hội của Ban chấp hành trung ương đảng cộng sản Việt Nam, Quyết định 230 của UBND Huyện, về thực hiện việc cưới, tang, tân gia, lễ hội, mừng thọ đảm bảo vui tươi lành mạnh mang nét truyền thống quê hương.

Hệ thống truyền thanh tiếp tục được phát huy và nâng cao hiệu quả. 100% các thôn làng có hệ thống truyền thanh và tiếp âm được Đài của huyện, tình góp phần vào việc nâng cao nhận thức trong quần chúng nhân dân để tổ chức thực hiện các nhiệm vụ chính trị của địa phương. Mỗi năm có từ 3 - 5 làng đạt danh



hiệu làng văn hoá (có 1 làng đạt văn hoá cấp Tỉnh đó là thôn Trung Lạc), toàn xã có khoảng 1.687 đến 2.050 hộ đạt gia đình văn hoá chiếm tỷ lệ 87% tiêu biểu như Lương Tân, Trung Lạc, Thân Thượng, Ấp Đôn. Có 9/9 làng có đội quan họ, 8/9 làng thành lập câu lạc bộ Cầu lông, phong trào văn hoá văn nghệ, thể dục thể thao ngày một nhân rộng.

Công tác tuyên truyền các nhiệm vụ chính trị ngày một quan tâm, trong 5 năm đã kẻ vẽ được 275 panô khẩu hiệu ở trung tâm xã và các thôn làng, viết 247 tin bài. Hệ thống truyền thanh tiếp tục được phát huy và nâng cao hiệu quả 100% các thôn làng có hệ thống truyền thanh và tiếp âm được đài của huyện, tỉnh góp phần vào việc nâng cao nhận thức trong quần chúng nhân dân để tổ chức thực hiện các nhiệm vụ chính trị của địa phương.

*\*Bưu chính viễn thông*

Hệ thống thông tin liên lạc trên địa bàn xã ngày càng được cải thiện và hiện đại hóa, đến nay toàn xã có khoảng 1.490 điện thoại cố định và hàng nghìn điện thoại di động đời sống thông tin liên lạc được nâng cao. Ngoài ra xã còn có một tủ sách của câu lạc bộ người cao tuổi với nội dung hoạt động tốt và phong phú đã đáp ứng được nhu cầu đọc sách báo và tìm hiểu các tiến bộ khoa học kỹ thuật, pháp luật, trao đổi thông tin kinh tế, xã hội và tìm hiểu thị trường của đông đảo bà con nhân dân và học sinh.

*\*An ninh - quốc phòng*

- *Quốc phòng*: Luôn duy trì chế độ huấn luyện lực lượng thường trực và dân quân tự vệ, làm tốt công tác quản lý quân dự bị động viên, tuyển chọn và gọi công dân nhập ngũ, chính sách hậu phương quân đội. Nâng cao ý thức cảnh giác của nhân dân, đẩy mạnh tuyên truyền giáo dục bồi dưỡng kiến thức quốc phòng cho đội ngũ cán bộ; giữ vững môi trường lành mạnh để phát triển nền kinh tế, văn hoá xã hội của địa phương.

- *An ninh*: Thực hiện tốt công tác bảo vệ an ninh trật tự, an toàn xã hội, công tác bảo vệ Đảng, bảo vệ chính quyền, bảo vệ nhân dân được tăng cường, ý thức cảnh giác Cách mạng trong Đảng và nhân dân được nâng cao, thế trận an ninh nhân

dân được xây dựng gắn chặt với xây dựng củng cố quốc phòng, phát triển kinh tế - xã hội.

Xây dựng khối đại đoàn kết toàn dân vững mạnh, gắn với xây dựng lực lượng công an nhân dân, đấu tranh mạnh mẽ với các tệ nạn xã hội, tiêu cực, tham nhũng để làm trong sạch địa bàn. Đẩy mạnh xây dựng lực lượng làm công tác an ninh thôn, nâng cao chất lượng phong trào bảo vệ an ninh tổ quốc, đảm bảo trật tự an toàn xã hội. Trong năm qua tình hình an ninh trật tự trên địa bàn xã ổn định, không có tệ nạn xã hội xảy ra.

**Bảng 3.2: Hiện trạng một số công trình xây dựng cơ bản xã Yên Trung**

Công trình	Diện tích (ha)	Thôn	Hiện trạng công trình
Trụ sở UBND xã + Hội trường	0,7	Thôn Thượng	Nhà làm việc 2 tầng – tốt Hội trường 1 tầng -Tốt
Trụ sở UBND xã cũ	0,14	Chính Trung	Nhà 1 tầng -Trung bình
Trạm y tế xã	0,25	Chính Trung	Nhà 2 tầng - tốt
Bưu điện văn hóa xã	0,0162	Chính Trung	Nhà 2 tầng - tốt
Trường Mầm non Yên Trung	0,35	Yên Lãng	Nhà 2 tầng - tốt
Trường Tiểu học Yên Trung số 1	0,3	Chính Trung	Nhà 2 tầng - tốt
Trường Tiểu học Yên Trung số 2	0,37	Yên Lãng	Nhà 2 tầng - tốt
Trường THCS Yên Trung	0,61	Chính Trung	Nhà 2 tầng - tốt
Đài tưởng niệm nghĩa trang liệt sỹ		Chính Trung	Tốt

(Nguồn: UBND xã Yên Trung năm 2014)

## 3.2 Phương pháp nghiên cứu

### 3.2.1 Phương pháp chọn điểm nghiên cứu chọn mẫu điều tra

Phương pháp điều tra chọn mẫu: Hộ điều tra là các hộ nông dân sản xuất nông sản vụ đông cụ thể là các hộ sản xuất khoai tây Atlantic và đặc biệt là khoai tây

Atlantic trên địa bàn xã, cây trồng này được trồng chủ yếu trên diện tích đất hai vụ lúa do nhân dân các thôn Xuân Cai, Vọng Đông, Chính Trung, Trần Xá, Trung Lạc, Lương Tân, Thân Thượng và Yên Lãng canh tác và chủ yếu tập trung ở 4 thôn Xuân Cai, Vọng Đông, Chính Trung và Trần Xá. Do đó tôi tiến hành điều tra chọn mẫu người nông dân trong 4 thôn này để tiến hành phân tích tình hình sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn xã. Tiêu chí chọn hộ điều tra là những hộ năm 2014 có tiến hành sản xuất khoai tây Atlantic và một số hộ đã từng sản xuất khoai tây Atlantic nhưng năm 2014 không tiến hành sản xuất. Do năm 2014 chỉ có duy nhất thôn Chính Trung sản xuất khoai tây Atlantic nên tôi tiến hành điều tra 40 hộ ở thôn Chính Trung để tìm hiểu tình hình mối liên kết sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic của xã năm vừa qua. Còn 3 thôn còn lại mỗi thôn tôi tiến hành điều tra 10 hộ để tìm hiểu hiện trạng sản xuất khoai tây của hộ và tìm ra nguyên nhân tại sao năm nay họ không sản xuất khoai tây Atlantic nữa.

Tại xã Yên Trung có 9 thôn thì có 8 thôn đã từng tham gia liên kết sản xuất khoai tây Atlantic. Thôn Áp Đồn là thôn duy nhất không tham gia sản xuất khoai tây Atlantic, nguyên nhân là do thôn Áp Đồn gần như không sản xuất nông nghiệp mà tập trung vào kinh doanh dịch vụ phụ trợ cho KCN Yên Phong. Trong 8 HTX sản xuất khoai tây Atlantic thì có HTX Lương Tân và Yên Lãng có tham gia sản xuất khoai tây Atlantic nhưng số hộ trồng và diện tích trồng lại khá khiêm tốn và không đáng kể so với 6 HTX còn lại. Vì vậy để thấy rõ được thực trạng mối liên kết tôi tiến hành điều tra phỏng vấn chủ nhiệm của 6 HTX: Xuân Cai, Vọng Đông, Chính Trung, Thân Thượng, Trần Xá và Trung Lạc.

Theo điều tra được biết thì hầu hết người thu mua khoai tây Atlantic đều là người trong xã. Trong xã hiện có 16 người thu gom khoai tây. Trong 16 người này tôi tiến hành điều tra 10 người với tiêu chí là những người này đã từng thu mua khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung.

Ngoài ra trong quá trình thu mua và thánh toán thì một số người của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina về HTX làm việc với bà con nông dân thì tôi đã tiến hành phỏng vấn 6 người của công ty để có thể hiểu rõ hơn về tình hình liên kết giữa bà con nông dân với công ty.

Trước khi tiến hành phỏng vấn chính thức, tôi tiến hành phỏng vấn thử với một vài tác nhân cụ thể để hoàn thiện và bổ sung những câu hỏi trong phiếu điều tra. Với mỗi đối tượng điều tra khác nhau sẽ tương ứng với mỗi bảng câu hỏi khác nhau.

**Bảng 3.3: Kích thước mẫu**

<b>Tác nhân</b>	<b>Số lượng (hộ)</b>
<b>1. Người sản xuất</b>	<b>70</b>
+ thôn Chính Trung	40
+ thôn Xuân Cai	10
+ thôn Trần Xá	10
+ thôn Vọng Đông	10
<b>2. Người tiêu thụ</b>	<b>22</b>
+ Thương lái	10
+ Hợp tác xã	6
+ Người của công ty Orion	6
<b>Tổng số mẫu điều tra</b>	<b>92</b>

### 3.2.2 Phương pháp thu thập số liệu

#### *\* Thu thập số liệu thứ cấp*

Các số liệu thứ cấp phục vụ cho đề tài nghiên cứu được lấy từ các tài liệu đã được công bố của bộ NN<sub>0</sub>&PTNT, báo cáo của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina, các tạp chí, sách kinh tế, các bài báo trên internet, các báo cáo trước đây có nội dung liên quan đến đề tài và các báo cáo tổng kết năm từ năm 2011 đến nay của ban thống kê xã Yên Trung. Ngoài ra số liệu thứ cấp còn được thu thập thông qua các báo cáo từ năm 2011 của đơn vị thu mua, chế biến.

Thu thập thông qua các nguồn tài liệu, sách báo, tạp chí chuyên ngành, các nghị định, nghị quyết, chỉ thị, các chính sách của nhà nước có liên quan đến vấn đề nghiên cứu, các công trình nghiên cứu khoa học đã được công bố, các số liệu và các

báo cáo tổng kết của các xã, huyện, thành phố và tỉnh đang nghiên cứu để có được số liệu thống kê. Các tài liệu này sẽ được tổng hợp, phân loại và sắp xếp theo từng nhóm phù hợp với nội dung nghiên cứu.

*\* Thu thập số liệu sơ cấp:*

Tài liệu sơ cấp là những số liệu thu thập được qua quá trình điều tra khảo sát thực tế địa bàn nghiên cứu, để thu thập tài liệu này tôi sử dụng các bảng hỏi được thiết kế sẵn.

Quá trình phỏng vấn sâu cũng được sử dụng song song với bảng hỏi bán cấu trúc để thu được các thông tin liên quan đến đề tài. Quá trình phỏng vấn sâu dùng để khai thác các thông tin quan trọng mà bảng hỏi bán cấu trúc chưa đề cập hoặc đề cập chưa sâu. Phỏng vấn sâu cũng cung cấp cho đề tài nhiều thông tin hay, mới, có giá trị về cuộc sống, những khó khăn và nguyện vọng của người dân.

Phương pháp quan sát trực tiếp được sử dụng khá nhiều và hữu dụng trong việc thu thập các thông tin sử dụng trong đề tài. Quan sát trực tiếp giúp ghi nhận tương đối các vấn đề trong nghiên cứu liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản của xã. Ngoài ra, phương pháp này cũng rất tốt trong việc kiểm tra chéo những câu trả lời của người được phỏng vấn.

### **3.2.3 Phương pháp xử lý số liệu**

Căn cứ vào kết quả điều tra tại xã, tôi tiến hành xử lý số liệu bằng cách tổng hợp tất cả các số liệu điều tra của các tác nhân trong mỗi liên kết, sau đó xử lý trên chương trình Excel.

### **3.2.4 Phương pháp phân tích**

*\* Phương pháp thống kê mô tả*

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để mô tả những đặc điểm, mức độ của sự vật, hiện tượng, dùng trong phân tích mối quan hệ, sự tác động của sự vật này với sự vật khác. Trong đề tài nghiên cứu này tôi sử dụng phương pháp thống kê mô tả để miêu tả thực trạng sản xuất, các mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic, mối quan hệ giữa các tác nhân với nhau.

*\* Phương pháp phân tích so sánh*

Phương pháp này được sử dụng rộng rãi để phân tích các hiện tượng tự nhiên, kinh tế, xã hội. Nhờ đó chúng ta có thể so sánh giữa hai hay nhiều hiện tượng với nhau, so sánh các yếu tố định lượng cũng như định tính. Các yếu tố định lượng được so sánh với nhau qua các chỉ tiêu tuyệt đối hoặc tương đối. Trong đề tài này, chủ yếu sử dụng việc so sánh qua 4 năm cùng 1 chỉ tiêu hoặc so sánh giữa các chỉ tiêu khác nhau cùng 1 thời điểm, thời kỳ.

### **3.2.5 Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu**

*\* Nhóm chỉ tiêu phản ánh thực trạng sản xuất – tiêu thụ*

- Diện tích: sào, ha
- Năng suất: tấn/ha
- Sản lượng: tấn
- Giá bán: 1000đ/kg

*\* Nhóm chỉ tiêu phản ánh đặc điểm tác nhân*

- Tuổi, trình độ văn hoá, trình độ chuyên môn
- Lao động, quy mô diện tích

*\* Nhóm chỉ tiêu phản ánh kết quả, hiệu quả sản xuất*

- Tổng diện tích, năng suất khoai tây Atlantic
- Giá bán, giá trị sản phẩm, chi phí sản xuất

*\* Nhóm chỉ tiêu phản ánh hoạt động liên kết*

- Hình thức liên kết: liên kết dọc, liên kết ngang
- Cách thức liên kết: thông qua hợp đồng, thỏa thuận, tự do

*\* Chỉ tiêu phản ánh mức độ liên kết*

- Số hộ thường xuyên trao đổi với các tác nhân khác
- Số hộ không tham gia trao đổi với các tác nhân khác

*\* Chỉ tiêu đánh giá kết quả liên kết*

- Số hộ muốn tiếp tục tham gia liên kết
- Sự chênh lệch giá bán giữa các tác nhân
- Sự chênh lệch khối lượng bán cho các tác nhân

## PHẦN IV: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 4.1 Thực trạng liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic ở xã Yên Trung

#### 4.1.1 Thực trạng sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung

##### 4.1.1.1 Thực trạng sản xuất khoai tây Atlantic

Khoai tây không phải là loại cây trồng mới trên đất Yên Trung, nhưng trong những năm gần đây đã có những bước đột phá về giống và tư duy sản xuất trên những cánh đồng khoai tây Atlantic - một loại nông sản có xuất xứ từ Mỹ hiện đang được thị trường ưa chuộng vì chất lượng tốt và có hàm lượng dinh dưỡng cao. Giống khoai tây chế biến Atlantic được nhập nội từ USA đang chiếm diện tích sản xuất khoai thương phẩm lớn nhất tại Yên Trung. Đây là loại cây dễ trồng, tốn ít công chăm sóc và ít sâu bệnh, phù hợp với điều kiện đất đai, khí hậu của địa phương. Bên cạnh đó, trồng cây khoai tây còn có nhiều ưu điểm, vừa góp phần cải tạo đất đồng ruộng, vừa có thể tạo công ăn việc làm cho cả người già, trẻ em mà vẫn cho lợi nhuận cao hơn những cây trồng truyền thống trước kia.

Từ những ngày đầu trồng khoai tây, bà con nông dân chủ yếu trồng loại khoai tây giống Trung Quốc, cho năng suất và chất lượng thấp, lại không có đầu ra ổn định dẫn đến thu nhập bấp bênh. Từ khi đưa giống khoai tây Atlantic vào trồng, được hỗ trợ về giống và tập huấn kỹ thuật, đặc biệt được Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina ký kết bao tiêu sản phẩm nên diện tích trồng ngày càng được mở rộng. Hiện tại, giá thu mua khoai tây Atlantic đạt tiêu chuẩn là 6.000 đồng/kg.

Năm 2014 cả xã Yên Trung có 136,89 ha diện tích cây hoa màu, trong đó cây khoai tây chiếm chủ đạo và có tổng diện tích 112 ha, trong đó khoai tây Atlantic chiếm khoảng 13,3 ha (chiếm 9,7% tổng diện tích hoa màu và chiếm 11,9% tổng diện tích khoai tây của xã) và tập trung duy nhất tại thôn Chính Trung.

**Bảng 4.1: Diện tích trồng khoai tây xã Yên Trung từ năm 2011 - 2014***DVT: ha*

Chỉ tiêu	2011		2012		2013		2014	
	Tổng	Khoai	Tổng	Khoai	Tổng	Khoai	Tổng	Khoai
	diện tích	tây Atlantic	diện tích	tây Atlantic	diện tích	tây Atlantic	diện tích	tây Atlantic
Xuân Cai	19	11	20	15	25	21	20	0
Vọng Đông	11	5	11	8	14	10	17	0
Chính Trung	24	19	25	22	30	27	46,4	13,3
Lương Tân	2	0	3	3	3	3	0,7	0
Thân Thượng	7	4	7	6	8	7	15	0
Trần Xá	19	12	21	14	21	18	7	0
Yên Lãng	4	2	5	4	5	3	4,5	0
Áp Đồn	0	0	0	0	0	0	0	0
Trung Lạc	9	5	9	7	10	8	1	0
<b>Tổng số</b>	<b>95</b>	<b>58</b>	<b>101</b>	<b>79</b>	<b>116</b>	<b>97</b>	<b>112</b>	<b>13,3</b>

*(Nguồn: UBND xã Yên Trung năm 2015)*

Diện tích trồng khoai tây của xã Yên Trung phân bố ở hầu hết các thôn và tập trung chủ yếu ở 4 thôn: Xuân Cai, Vọng Đông, Chính Trung và Trần Xá và ta thấy thôn Chính Trung luôn là thôn dẫn đầu về diện tích khoai tây nói chung và diện tích khoai tây Atlantic nói riêng. Qua bảng số liệu trên ta thấy tổng diện tích trồng khoai tây của xã Yên Trung từ năm 2011 đến năm 2013 có xu hướng tăng dần qua các năm nhưng đến năm 2014 diện tích có xu hướng giảm. Năm 2011 cây khoai tây Atlantic có 58 ha (chiếm khoảng 61% diện tích cây khoai tây của xã). Nhưng đến năm 2013 diện tích khoai tây Atlantic tăng lên 97 ha (chiếm 83, 62% diện tích khoai tây của xã). Như vậy trong 3 năm diện tích khoai tây của xã tăng 22% so với năm 2011, trong đó diện tích khoai tây Atlantic tăng 67%. Điều đó chứng tỏ sức hấp dẫn của cây khoai tây Atlantic đối với bà con nông dân xã Yên Trung là rất lớn.

Nhìn chung trong 3 năm 2011-2013, xã Yên Trung có xu hướng giảm dần diện tích khoai tây thường và tăng dần diện tích khoai tây Atlantic nhưng đến năm



2014 thì biến động này có chiều hướng đi ngược do bà con nông dân trong xã chuyển phần lớn diện tích từ trồng khoai tây Atlantic sang trồng khoai tây thường. Trong xã có các thôn Trung Lạc, Trần Xá, Xuân Cai, Yên Lãng và Lương Tân là các thôn có diện tích khoai tây giảm so với năm 2013 và giảm mạnh nhất là các thôn Trung Lạc, Trần Xá, Lương Tân. Còn 3 thôn Chính Trung, Thân Thượng, Vọng Đông có diện tích khoai tây tăng và tăng lớn nhất là thôn Chính Trung. Nguyên nhân của việc tổng diện tích trồng khoai tây của xã giảm là do mẫu thuẫn phát sinh trong liên kết từ các năm trước và đặc biệt là năm 2013 có rất nhiều hộ nông dân không làm theo thoả thuận trong hợp đồng làm cho mẫu thuẫn lên đến đỉnh điểm khiến cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina quyết định sẽ không ký hợp đồng với các HTX trong địa bàn xã Yên Trung ngoại trừ HTX thôn Chính Trung. Cụ thể là ở hầu hết các thôn trong xã đều xảy ra tình trạng các hộ nông dân chỉ trả đủ số lượng khoai giống cho công ty, thậm trí một số hộ còn báo với HTX là mất mùa và không đủ sản phẩm để trả giống cho công ty nhưng thực chất lại bán sản phẩm cho thương lái. Do năm 2013 diện tích khoai tây thường giảm sâu nên sản lượng khoai tiêu dùng để cung ra thị trường không đủ khiến các thương lái phải thu mua thêm khoai tây Atlantic để đáp ứng phần nào thiếu hụt của thị trường. Năm 2013 giá của thương lái và công ty Orion bằng nhau ở mức 5500 đồng/kg nên nhiều bà con chọn bán cho thương lái mà không bán cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Nguyên nhân chính là do các hộ nông dân quen với hình thức mua bán tự do với thương lái, bán cho thương lái thì bà con đỡ rất nhiều công sức vì thương lái tới tận ruộng hoặc về tận nhà lọc khoai và mang đi. Còn nếu bán cho công ty TNHH thực phẩm thì hộ nông dân phải làm tất cả những việc như chọn lọc đóng bao đúng quy cách rồi chở đến nơi tập kết đứng đợi đến lượt mình cân khoai. Chính vì vậy mà nhiều hộ nông dân đã phá vỡ hợp đồng với công ty.

Biến động sản xuất khoai tây của xã Yên Trung qua 3 năm 2011-2014 được thể hiện trong bảng sau:

**Bảng 4.2: Biến động diện tích, năng suất, sản lượng khoai tây 2011-2014**

Chỉ tiêu	Năm				Tốc độ phát triển (%)			
	2011	2012	2013	2014	12/11	13/12	14/13	BQ
<b>1. Tổng diện tích (ha)</b>	<b>95</b>	<b>101</b>	<b>116</b>	<b>112</b>	<b>106,3</b>	<b>114,9</b>	<b>96,6</b>	<b>105,6</b>
Khoai tây Atlantic	58	79	97	13,3	136,2	122,8	13,7	61,2
Khoai tây thường	37	22	19	98,7	59,5	86,4	519,5	138,7
<b>2. Năng suất (tấn/ha)</b>	<b>13,4</b>	<b>14,2</b>	<b>14,8</b>	<b>12,4</b>	<b>105,5</b>	<b>104,6</b>	<b>83,8</b>	<b>97,4</b>
Khoai tây Atlantic	13,8	14,6	15,3	9,7	105,8	104,8	63,4	88,9
Khoai tây thường	12,9	12,7	12,5	12,8	98,4	98,4	102,4	99,7
<b>3. Sản lượng (tấn)</b>	<b>1278</b>	<b>1433</b>	<b>1722</b>	<b>1392,4</b>	<b>112,1</b>	<b>120,2</b>	<b>80,9</b>	<b>102,9</b>
Khoai tây Atlantic	800,4	1153	1484	129	144,1	128,7	8,7	54,4
Khoai tây thường	477,3	279,4	237,5	1263,4	58,5	85	531,9	138,4

(Nguồn: UBND xã Yên Trung năm 2015)

Nhìn chung ta thấy diện tích, năng suất và sản lượng khoai tây của xã Yên Trung có xu hướng biến động khá giống nhau. Cả 3 chỉ tiêu này đều tăng từ 2011 đến 2013 rồi đi xuống ở năm 2014. Đối với khoai tây thường thì diện tích có xu hướng đi xuống trong 3 năm 2011-2013 và tăng đột biến vào năm 2014 nhưng năng suất của loại khoai tây này trong 4 năm qua lại khá ổn định và không có sự biến động nhiều. Do bà con đã có kinh nghiệm lâu năm trong việc chăm sóc, hơn nữa do sản xuất tự do nên bà con có thể chủ động trong việc sản xuất nên các hộ luôn đảm bảo được mức năng suất của giống khoai này. Cây khoai tây Atlantic đến với bà con xã Yên Trung khá muộn so với các loại khoai tây thường nhưng nó lại nhanh chóng giữ vị trí trọng điểm trong mỗi vụ đông của xã. Cây khoai tây Atlantic có mặt trên đất Yên Trung từ năm 2009 nhưng diện tích trồng vẫn còn rất hạn chế do tâm lý của người nông dân là ngại đưa giống mới vào sản xuất vì họ sợ loại khoai tây Atlantic sẽ không đem lại lợi ích như loại khoai tây họ đang trồng. Năm 2011 là năm thứ 3

cây khoai tây Atlantic có mặt ở đất Yên Trung nhưng kinh nghiệm sản xuất cây khoai tây Atlantic của các hộ vẫn chưa tích lũy được nhiều nên năng suất chưa được cao. Đến năm 2013 thì các hộ nông dân cũng đã làm quen với cách chăm sóc cây khoai tây Atlantic, kinh nghiệm tăng lên vì vậy năng suất năm 2013 cũng tăng lên theo. Nhưng đến năm 2014 thì năng suất có xu hướng tụt dốc và giảm mạnh so với năm 2013 và nguyên nhân là do các yếu tố như thời tiết, chất lượng giống kém hay công ty thu mua muộn và mức độ ảnh hưởng của các nguyên nhân trên đến năng suất khoai tây Atlantic được thể hiện trong bảng sau:

**Bảng 4.3: Nguyên nhân khiến cho năng suất khoai tây Atlantic giảm năm 2014**

<b>Nguyên nhân</b>	<b>Số hộ (hộ)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
Thời tiết không thuận lợi	17	48,57
Giống kém	12	34,29
Thu mua không đúng thời điểm	6	17,14
<b>Tổng số hộ</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

*(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)*

Qua bảng trên ta thấy có đến một nửa số hộ nêu ra nguyên nhân là yếu tố thời tiết ảnh hưởng đến năng suất khoai tây Atlantic và là yếu tố quan trọng nhất làm cho năng suất khoai tây Atlantic của bà con trong xã Yên Trung tụt dốc và giảm mạnh như vậy. Còn số hộ còn lại nêu ra nguyên nhân do yếu tố về chất lượng giống và thu mua không đúng thời vụ. Yếu tố chất lượng giống và thu mua không đúng thời vụ tuy chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ so với yếu tố thời tiết nhưng khi 2 yếu tố này gặp điều kiện không thuận lợi về thời tiết sẽ ảnh hưởng rất lớn đến năng suất cây trồng nói chung và cây khoai tây Atlantic nói riêng. Cụ thể năng suất khoai tây Atlantic giảm là do chất lượng giống mà Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina cấp cho bà con nông dân rất kém, mầm héo và hỏng rất nhiều. Khi nhận giống về thì không thể đưa ra đồng trồng ngay vì thời tiết mưa kéo dài nhiều ngày khiến cho số giống bà con đã kém nay còn kém hơn. Khi bà con có thể ra đồng trồng thì đã rất muộn so

với lịch trồng khoai tây Atlantic của HTX đề ra. Do trồng muộn hơn so với mọi năm cộng thêm giống kém nên sau khi trồng rất lâu mầm mới mọc lên khỏi mặt đất và còn rất nhiều củ giống hỏng không thể lên mầm. Đến khi cây khoai tây Atlantic đã già và đến thời gian thu hoạch lại gặp thời tiết mưa xuân kéo dài nhiều ngày liên tiếp làm cho cây khoai thối dây và củ ngấm nước và thối rất nhiều. Các hộ nông dân thì sót ruột đợi Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina đến thu mua trong khi đó thì HTX và Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina lại không ý kiến gì đến chuyện bao giờ sẽ thu mua khoai cho bà con. Đến thời gian gieo cấy lúa xuân nên bà con không thể đợi công ty nữa mà ra đồng thu hoạch về nhà. Thời tiết mưa nồm khiến cho khoai tây sau khi dỡ về cũng bị thối rất nhiều. Khi công ty đến thu mua thì số lượng đạt tiêu chuẩn rất ít mà số lượng nông dân phải mang đi đổ bỏ thì lại rất nhiều. Chính vì vậy mà năng suất khoai tây Atlantic giảm mạnh làm cho năng suất khoai tây bình quân của cả xã giảm.

*Tóm lại:* Năng suất và diện tích khoai tây Atlantic của xã tăng trong 3 năm 2011m - 2013 nhưng lại giảm mạnh vào năm 2014 đã làm sản lượng khoai tây Atlantic giảm mạnh.

#### ***4.1.1.2 Tình hình tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung***

Khoai tây Atlantic của các hộ sản xuất ra chủ yếu được tiêu thụ trên địa bàn xã Yên Trung. Vụ đông năm 2014 vừa qua thì 100% lượng khoai tây Atlantic sản xuất ra đều tiêu thụ theo hợp đồng cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Giá bán khoai tây Atlantic của các hộ là do công ty TNHH thực phẩm Orion Vina đặt ra theo từng năm. Theo điều tra giá khoai tây Atlantic thu mua của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina năm 2011, 2012 và 2014 là 6000đ/kg, năm 2013 là 5500đ/kg.

Hàng năm, nhu cầu khoai tây thương phẩm của công ty là rất lớn và tăng dần qua từng năm. Nên việc chủ động đầu tư cho vùng nguyên liệu vững chắc là điều vô cùng cần thiết. Lượng khoai tây Atlantic của xã cung cấp cho công ty là không đủ và công ty phải thu mua của các tỉnh lân cận khác nữa nhằm đáp ứng nhu cầu nguyên liệu của công ty.

Hàng năm, công ty sẽ tiến hành thu mua khoai tây thương phẩm vào khoảng thời gian sau tết nguyên đán (trong tháng 1 âm lịch). Khi đến thời gian thu mua công ty TNHH thực phẩm Orion Vina sẽ cấp bao đựng sản phẩm và thông báo cho các HTX khi nào công ty sẽ đến thu mua (thường thường sau 3-5 ngày nhận bao đựng sản phẩm). Khi HTX nhận bao từ công ty TNHH thực phẩm Orion Vina sẽ thông báo cho bà con trong HTX của mình đến lấy bao để ra đồng thu hoạch khoai và thông báo cho bà con theo lịch hẹn thu mua của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina để bà con có thể chủ động công việc của mình. Khi bà con nông dân thu hoạch khoai và vận chuyển về nhà cần chọn lọc khoai đúng tiêu chuẩn, đóng bao 31 kg/bao và vận chuyển tới địa điểm tập kết của HTX. Tại địa điểm tập kết thì người của công ty và HTX sẽ cùng làm công việc thu mua khoai tây cho các hộ nông dân. Nếu hộ nào không chọn lọc và đóng bao theo đúng tiêu chuẩn thì phía bên công ty sẽ yêu cầu các hộ đổ toàn bộ khoai ra và lọc lại từ đầu. Nếu đã đạt tiêu chuẩn công ty TNHH thực phẩm Orion Vina sẽ thu mua của bà con và vận chuyển về kho lạnh. Sau ngày thu mua cuối cùng thì muộn nhất là sau 30 ngày công ty sẽ thanh toán cho bà con sau khi đã trừ đi khoản trả giống được tính 1kg giống trả 3 kg khoai thương phẩm.

Khi cây khoai tây Atlantic chưa có mặt trên đất Yên Trung thì bà con nông dân tiêu thụ qua người thu gom theo phương thức mua bán tự do. Nhưng từ năm 2009 có sự xuất hiện của cây khoai tây Atlantic thì bà con nông dân tiêu thụ qua 2 con đường là con đường tiêu thụ truyền thống qua người thu gom và con đường tiêu thụ thứ hai là qua HTX hay công ty TNHH thực phẩm Orion Vina theo phương thức hợp đồng miệng. Do bà con nông dân quá quen thuộc với cách thức mua bán tự do với người thu gom nên các hộ rất dễ phá vỡ thỏa thuận với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina mà bán sản phẩm theo con đường tiêu thụ truyền thống. Hơn nữa mối liên kết giữa hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina lúc này là thỏa thuận miệng do HTX đứng ra đại diện ký hợp đồng nên ràng buộc về mặt pháp lý chưa cao nên các hộ nông dân có thể sẵn sàng bán sản phẩm cho thương lái mà không quan tâm trách nhiệm của mình khi không làm theo thỏa thuận ban đầu.

Các năm 2011 – 2013 nhiều hộ liên kết với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina nhưng lại tiêu thụ sản phẩm khoai tây Atlantic theo 2 con đường. Nhìn vào kết quả của năm 2013 thì công ty TNHH thực phẩm Orion Vina quyết định không bao tiêu sản phẩm khoai tây Atlantic cho các HTX nào trong xã ngoại trừ HTX thôn Chính Trung. Cũng vì vậy năm 2014 hầu hết các thôn trong xã trồng khoai tây (ngoại trừ thôn Chính Trung) lại quay lại trồng khoai tây thường và tiêu thụ qua người thu gom theo phương thức mua bán tự do hay theo cách truyền thống trước kia.

*Tóm lại:* trước năm 2009, bà con trồng khoai tây xã Yên Trung tiêu thụ khoai tây theo phương thức mua bán tự do với người thu gom. Từ năm 2009 bà con trong địa bàn xã có con đường tiêu thụ mới là tiêu thụ cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thông qua HTX. Đến năm 2014 thì tất cả các hộ trồng khoai tây thường tiêu thụ qua con đường truyền thống là bán cho người thu gom còn những hộ trồng khoai tây Atlantic ở thôn Chính Trung tiêu thụ cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina theo phương thức thỏa thuận miệng và đây cũng là năm đầu tiên không có hộ nào không làm theo thỏa thuận với công ty Orion Vina.

#### **4.1.2 Thực trạng liên kết trong sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic**

Theo kết quả điều tra thực trạng mối liên kết giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina với các hộ nông dân trên địa bàn xã Yên Trung chúng tôi nhận thấy rằng doanh nghiệp và hộ nông dân trên địa bàn liên kết với nhau thông qua HTX dịch vụ và HTX dịch vụ đứng ra ký hợp đồng với công ty chứ bà con không liên kết trực tiếp hay ký hợp đồng trực tiếp với công ty.

##### **4.1.2.1 Đặc điểm và vai trò các tác nhân**

Liên kết có thể nói là sự hợp tác giữa các nhà: Nhà nước, nhà doanh nghiệp và nhà nông trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa mà cụ thể ở đây là liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic. Sự liên kết chặt chẽ giữa các nhà tạo ra những sản phẩm chất lượng, năng suất cao, mở rộng thị trường tiêu thụ sẽ là hướng phát triển bền vững cho nền nông nghiệp Việt Nam trong tương lai. Khi không có liên kết, người nông dân tự sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của mình, họ ít đầu tư vào khoa học công nghệ mới nên năng suất chất lượng không cao, giá cả thấp, thu nhập

người nông dân thấp. Khi có liên kết, nhà nước có những chính sách hỗ trợ cho người nông dân sản xuất, đưa giống chất lượng cao vào sản xuất, doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm, ký kết hợp đồng còn người nông dân chuyên tâm vào sản xuất. Sự liên kết này đem lại hiệu quả kinh tế cao hơn cho người nông dân.

❖ **Tác nhân người sản xuất (người nông dân)**

Người trồng khoai tây Atlantic là một trong những mắt xích quan trọng, đứng đầu trong kênh với vai trò là nhà sản xuất, nhà cung ứng sản phẩm khoai tây Atlantic cho các thành viên khác trong chuỗi cung ứng, người sản xuất là người quyết định chất lượng và số lượng của sản phẩm trong chuỗi cung ứng sản phẩm.

Để có số liệu phục vụ cho nghiên cứu của mình tôi tiến hành điều tra 70 hộ nông dân và thu được một số đặc điểm của người sản xuất khoai tây Atlantic và được thể hiện qua bảng dưới đây. Phần lớn chủ hộ người sản xuất được điều tra có giới tính nam (chiếm tới 81,4% trên tổng số hộ được điều tra) và làm nông nghiệp là chủ yếu (chiếm 70% làm nông nghiệp là nghề chính).

**Bảng 4.4: Thông tin về các hộ được điều tra năm 2015**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>ĐVT</b>	<b>Hộ liên kết</b>	<b>Hộ không liên kết</b>
<b>Tổng số hộ</b>	<b>Hộ</b>	<b>35</b>	<b>35</b>
Tuổi BQ	Tuổi	46,43	46,83
Trình độ học vấn			
- Cấp 1	Hộ	4	4
- Cấp 2	Hộ	26	27
- Cấp 3	Hộ	4	3
- Trung cấp	Hộ	1	1
Số khẩu BQ/hộ	Người	5,43	5,51
Số LĐ BQ/hộ	Người	3,69	3,6
Diện tích BQ	Sào	2,81	2,02
Năng suất BQ	Kg/sào	307,86	446,33
Giá bán BQ	1000đ	6	5,66
Doanh thu BQ	1000đ/sào	1853,16	2526,23

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Các hộ sản xuất khoai tây được chia làm 2 nhóm: nhóm liên kết (hộ trồng khoai tây Atlantic) và nhóm không liên kết (hộ không trồng khoai tây Atlantic). Qua bảng số liệu cho thấy độ tuổi bình quân của các hộ không liên kết lớn hơn độ tuổi bình quân của nhóm hộ liên kết nhưng sự chênh lệch đó là không nhiều. Tuổi bình quân đó chứng tỏ họ đã có đầy đủ những kinh nghiệm trong sản xuất nông nghiệp, thích hợp với yêu cầu đòi hỏi tính tỉ mỉ, cẩn kẽ trong sản xuất nông nghiệp.

Về trình độ học vấn của chủ hộ: Trình độ văn hóa và kinh nghiệm sản xuất của chủ hộ có ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả sản xuất của hộ. Khi trình độ càng cao thì người nông dân dễ dàng tiếp cận những thông tin mới về sản xuất hơn, cũng như mạnh dạn sử dụng những hình thức sản xuất và tiến bộ kỹ thuật mới. Qua bảng số liệu nhận thấy trình độ văn hóa của chủ hộ nhìn chung còn thấp chỉ từ cấp 1 tới cấp 3, trong đó trình độ cấp 2 là chủ yếu, trình độ đại học và cao đẳng không có hộ nào. Trình độ học vấn nói lên sự hiểu biết của người đó về khoa học kỹ thuật tiến bộ trong gieo trồng nông sản hàng hóa.

Số nhân khẩu và số lao động của hộ cũng có ảnh hưởng tới quá trình phát triển kinh tế của hộ nông dân. Nhìn chung nhóm hộ liên kết và nhóm hộ không liên kết có số nhân khẩu và số lao động chênh lệch không đáng kể. Bình quân nhân khẩu của các hộ trồng khoai tây là 5,47 khẩu/hộ và trong đó bình quân lao động chính chiếm 3,64 lao động/hộ. Điều này cho thấy, nguồn lao động trong nông nghiệp của các hộ ở đây rất dồi dào, là điều kiện thuận lợi cho hộ phát triển nông nghiệp.

Ta thấy nhóm hộ liên kết có diện tích trồng khoai tây Atlantic bình quân cao hơn nhóm hộ không liên kết nguyên nhân là do các hộ liên kết có đầu ra ổn định còn các hộ không liên kết thì đầu ra không ổn định nên bà con chỉ dám trồng ở mức hạn chế. Có một số hộ trồng cả 2 loại khoai tây này vì loại khoai tây Atlantic chỉ phù hợp cho chế biến công nghiệp mà không phù hợp cho tiêu dùng hàng ngày nên một số hộ ngoài trồng khoai tây Atlantic còn trồng thêm một ít khoai tây thường để phục vụ tiêu dùng của gia đình. Vụ đông vừa qua năng suất của khoai tây thường gần gấp 1,5 lần năng suất của khoai tây Atlantic khiến cho một số hộ liên kết thiệt hại khá lớn. Năng suất khoai tây Atlantic giảm mạnh như vậy là do khi cây khoai tây Atlantic đã đủ già mà cán bộ không thông báo bao giờ Công ty TNHH thực phẩm



Orion Vina sẽ đến thu mua để bà con ra đồng thu hoạch. Khoai tây Atlantic đã già chưa được thu hoạch cộng thêm việc trời mưa phùn kéo dài nhiều ngày làm cho hầu hết diện tích khoai tây Atlantic bị thối dây và củ bị ngấm nước dẫn đến thối củ rất nhiều.

Công ty TNHH thực phẩm trả giá sản phẩm cho bà con luôn bằng hoặc cao hơn giá của thương lái. Trong vụ đông vừa qua thì giá bình quân của thương lái thấp hơn giá của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina, tuy nhiên năng suất khoai tây Atlantic của các hộ liên kết lại quá thấp khiến cho doanh thu từ khoai tây của các hộ liên kết khá thấp.

Thông tin về người sản xuất còn được thể hiện qua việc đầu tư chi phí sản xuất cho việc sản xuất khoai tây.

**Bảng 4.5: Chi phí sản xuất khoai tây của hộ điều tra ở xã Yên Trung năm 2014**  
(*Tính bình quân trên 1 sào*)

Chi phí	Hộ liên kết			Hộ không liên kết		
	Số lượng (kg)	Chi phí (1000đ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (kg)	Chi phí (1000đ)	Tỷ lệ (%)
<b>Số hộ điều tra</b>	<b>35 hộ</b>		<b>100</b>	<b>35 hộ</b>		<b>100</b>
Giống	45,86	825,43	62,64	44,17	650,2	58,35
Đạm	14,23	142,29	10,8	13,96	139,57	12,53
Lân	38,06	114,17	8,66	37,2	111,6	10,02
Kali	3,69	36,86	2,8	3,36	33,57	3,01
Thuốc BVTV	–	49	3,72	–	29,25	2,63
Thuê máy móc	–	150	11,38	–	150	13,46
<b>Tổng</b>		<b>1317,75</b>	<b>100</b>		<b>1114,19</b>	<b>100</b>

(*Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015*)

Qua bảng số liệu ta thấy chi phí bình quân của hộ liên kết lớn hơn chi phí bình quân đầu tư cho 1 sào của hộ không liên kết khoảng 200 nghìn đồng. Nhưng do các hộ liên kết được ứng trước giống nên bà con sẽ cảm giác khoản chi phí cho khoai tây Atlantic sẽ nhẹ hơn là trồng khoai tây thường.

Giống là một yếu tố quan trọng quyết định năng suất và sản lượng cũng như chất lượng của các giống cây trồng. Việc đầu tư lượng giống trên một diện tích hợp lý vừa giảm chi phí sản xuất, vừa mang lại hiệu quả cao. Ta thấy số lượng giống cần cho 1 sào của 2 nhóm không có sự khác biệt nhiều (khoảng từ 40-50 kg) nhưng chi phí mua giống bình quân của nhóm hộ liên kết lại lớn hơn 175 nghìn đồng so với chi phí giống bình quân của nhóm hộ không liên kết.

Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy nhóm hộ không liên kết đầu tư các loại phân bón và thuốc BVTV ít hơn những hộ liên kết và nguyên nhân là do mục tiêu của các hộ liên kết là thu lợi nhuận là chính nên họ sẽ đầu tư vào phân bón và thuốc BVTV hơn để có thể thu được năng suất lớn nhất có thể. Còn đối với các hộ không liên kết thì họ trồng khoai tây thường và mục tiêu của họ là phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong gia đình là chính, còn mục tiêu lợi nhuận chỉ là mục tiêu thứ yếu vì vậy họ sẽ không đầu tư nhiều vào phân bón và thuốc BVTV như các hộ liên kết, và nhất là thuốc BVTV họ hạn chế sử dụng đến mức tối đa có thể và họ chấp nhận năng suất khoai tây của họ không cao thậm chí là thấp nhưng quan trọng phải đảm bảo độ sạch và an toàn để họ có thể yên tâm sử dụng. Thường thường sau khi thu hoạch thì các hộ liên kết trồng khoai tây Atlantic sẽ bán hết tất cả số khoai có thể và số khoai loại sẽ để phục vụ chăn nuôi trong gia đình. Còn với nhóm hộ không liên kết trồng khoai tây thường sau khi thu hoạch họ sẽ chọn những củ khoai to và ngon với số lượng đủ phục vụ cho gia đình trong một thời gian nhất định, số còn lại họ sẽ để thương lái chọn lọc rồi bán cho thương lái, số khoai thương lái loại ra họ sẽ phục vụ cho nhu cầu chăn nuôi của gia đình. Chính vì mục tiêu chính của 2 nhóm hộ khác nhau nên mức đầu tư vào phân bón và thuốc BVTV cũng có sự khác biệt giữa 2 nhóm, tuy nhiên sự khác biệt không lớn. Chi phí phân bón của hộ chủ yếu là chi phí phân đạm và phân lân, bình quân mỗi hộ một sào bón từ 12 – 17 kg/sào phân đạm và bón từ 30-45 kg/sào phân lân. Các chi phí khác còn lại nhìn chung không có sự khác biệt nhiều hoặc chiếm tỷ lệ nhỏ không đáng kể.

*Tóm lại:* Nhóm hộ liên kết có chi phí lớn hơn nhóm hộ không liên kết do chi phí mua giống khoai tây là chủ yếu còn các chi phí khác không có sự khác biệt nhiều giữa 2 nhóm này.

Kết quả sản xuất của các hộ điều tra được thể hiện trong bảng sau:

**Bảng 4.6: Kết quả sản xuất khoai tây ở xã Yên Trung năm 2014**

(ĐVT: 1000đ/sào)

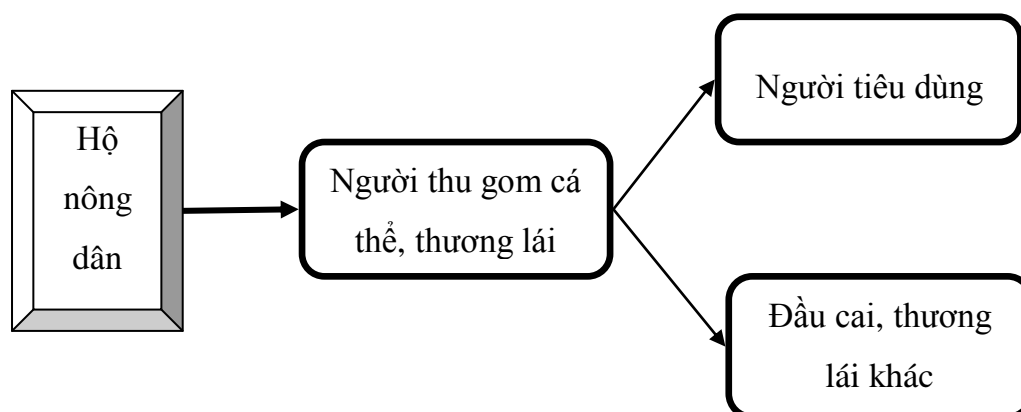
Chỉ tiêu	Hộ liên kết (1)	Hộ không liên kết (2)	So sánh (%) (1)/(2)
Doanh thu	1853,16	2526,23	73,36
Chi phí	1317,75	1114,19	118,27
Lợi nhuận	535,41	1412,04	37,92

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Qua bảng số liệu ta thấy, doanh thu của nhóm hộ liên kết thấp hơn nhóm hộ không liên kết nhưng nhóm hộ liên kết lại có chi phí cao hơn nhóm hộ không liên kết khiến cho lợi nhuận bình quân thu được từ khoai tây Atlantic chỉ có 535 nghìn đồng/sào và chỉ bằng 1/3 lợi nhuận của nhóm hộ không liên kết.

*Tóm lại:* Nhìn chung các hộ được điều tra năm 2015 không có sự khác biệt nhiều về thông tin cơ bản và chi phí sản xuất khoai tây. Sự khác biệt lớn nhất ở đây là diện tích, năng suất và lợi nhuận của hộ không liên kết lớn hơn rất nhiều hộ liên kết.

❖ **Tác nhân người thu gom (thương lái)**



**Sơ đồ 4.1 Mạng lưới thu gom khoai tây Atlantic từ người thu gom cá thể**

Người thu gom là những người tham gia vào kênh tiêu thụ với vai trò là người thu mua sản phẩm từ người sản xuất để đưa đến các tác nhân khác trong chuỗi ngành hàng trên thị trường, là mắt xích nối người sản xuất với thị trường. Nếu

không có những người này thì sẽ không có hàng hóa lưu thông trên thị trường và cũng không có sản phẩm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội.

Tác nhân thu gom trong chuỗi sản xuất và tiêu thụ khoai tây trên địa bàn nghiên cứu là người thu gom cá thể. Người thu gom cá thể là những cá nhân thu mua khoai tây từ người sản xuất. Người thu gom cá thể có thể đồng thời là người sản xuất, họ thu gom từ những người sản xuất khác.

**Bảng 4.7: Bảng thông tin người thu gom khoai tây**

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Số lượng
1	Số người điều tra	Người	10
2	Tuổi trung bình	Tuổi	42
3	Trình độ văn hóa		
	- Cấp 1	Người	1
	- Cấp 2	Người	8
	- Cấp 3	Người	1
4	Nhân khẩu	Người	4,8
5	Lao động	Người	3,1
6	Số năm hoạt động	Năm	9,2

*(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)*

Có thể thấy rằng phần lớn người thu gom là người chuyên nghiệp, hoạt động lâu năm trong nghề. Trong 10 người được điều tra thì 8 người có trình độ cấp 2, chiếm 80%. Thông thường những đối tác mà họ thu mua phần lớn là những khách quen biết từ lâu, một số ít được giới thiệu qua bạn hàng. Đến mùa thu hoạch khoai tây thì thương lái sẽ đến những cánh đồng bà con đang thu hoạch và thỏa thuận giá bán, nếu đồng ý thì thương lái sẽ nhặt khoai vào bao và vận chuyển đi, một số khác nếu không gặp thương lái khi đi thu hoạch thì họ sẽ vận chuyển về nhà và chủ động gọi cho thương lái để thỏa thuận nếu đồng ý thì sau ít ngày thương lái sẽ đưa phương tiện đến nhà hộ để thu mua. Lượng hàng được thu gom này sẽ được mang ra các chợ đầu mối để bán cho người tiêu dùng, thương lái khác.

*Tóm lại:* các đối tượng thu gom là người có độ tuổi khá cao (42 tuổi) và số năm hoạt động trong nghề khá lâu năm (9,2 năm) trong việc thu mua khoai tây.

❖ ***Tác nhân doanh nghiệp (Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina)***

Doanh nghiệp và nông dân là 2 tác nhân chính của mối liên kết trong sản xuất nông nghiệp. Trong đó, doanh nghiệp là "đầu tàu", là động cơ của mối liên kết. Doanh nghiệp giữ vai trò quan trọng trong liên kết các tác nhân để hình thành vùng nguyên liệu sản xuất; hỗ trợ đầu vào và thu mua sản phẩm cho nông dân. Doanh nghiệp đóng vai trò là người cung ứng dịch vụ phục vụ sản xuất. Bao gồm nguyên liệu đầu vào như giống, phân bón, thuốc trừ sâu... và trên hết là tổ chức thu mua, bao tiêu sản phẩm cho nông dân; dự báo định hướng thị trường. Doanh nghiệp có thể ký hợp đồng trực tiếp với người nông dân hoặc ký qua trung gian như HTX nông nghiệp hay TTKN xã, hợp đồng quy định khối lượng sản phẩm thu mua, giá cả, tiêu chuẩn chất lượng... Họ cũng là người chia sẻ với nông dân một phần khi có rủi ro xảy ra.

Như ở xã Yên Trung năm vừa qua, hợp đồng tiêu thụ khoai tây Atlantic được ký kết đã quy định tiêu chuẩn chất lượng và giá cả nhưng khi thu hoạch, số lượng khoai tây Atlantic không đạt yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng và kích thước như đã ký kết rất nhiều nên sau khi thỏa thuận, doanh nghiệp quyết định mua thêm một số lượng khoai tây Atlantic không đạt chất lượng này với giá thấp hơn số khoai tây đạt chuẩn. Như vậy, người nông dân có thêm thu nhập, rủi ro thì được doanh nghiệp san sẻ. Đôi khi có một số hộ sản xuất phá vỡ hợp đồng khiến doanh nghiệp chán nản không muốn ký kết hợp đồng khiến cho sự liên kết không đem lại hiệu quả như mong đợi. Vì thế, những biện pháp khắc phục tình trạng phá vỡ hợp đồng, gắn chặt liên kết là rất cần thiết. Cán bộ HTX thay mặt người dân ký hợp đồng cần tìm hiểu kỹ các điều khoản, quy định rõ các điều khoản để các bên trong hợp đồng có sự gắn kết với nhau về lợi ích, giảm tình trạng phá hợp đồng khi thị trường nông sản có biến động.

Doanh nghiệp trong chuỗi sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn nghiên cứu là Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina giữ vai trò trung tâm trong mối liên kết và là tác nhân khởi xướng việc

liên kết với nhà nông để sản xuất khoai tây Atlantic phục vụ cho chế biến công nghiệp. Công ty ứng giống và bao tiêu sản phẩm đảm bảo đầu ra ổn định cho bà con nông dân. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina tham gia vào kênh tiêu thụ với vai trò là người cung ứng giống khoai tây Atlantic và tổ chức thu mua, bao tiêu sản phẩm cho các hộ nông dân.

Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thu mua theo hình thức ký kết hợp đồng sản xuất và tiêu thụ với các HTX. HTX đại diện cho các hộ nông dân ký kết hợp đồng với công ty. Nông sản thu mua được công ty dùng làm đầu vào cho sản xuất, chế biến. HTX là trung gian bao tiêu sản phẩm khoai tây Atlantic cho các hộ nông dân nên việc ký kết hợp đồng kinh tế với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina được HTX trực tiếp đứng ra ký. Sau đó công ty ứng trước giống cho bà con và được trừ sau khi bà con thu hoạch sản phẩm.

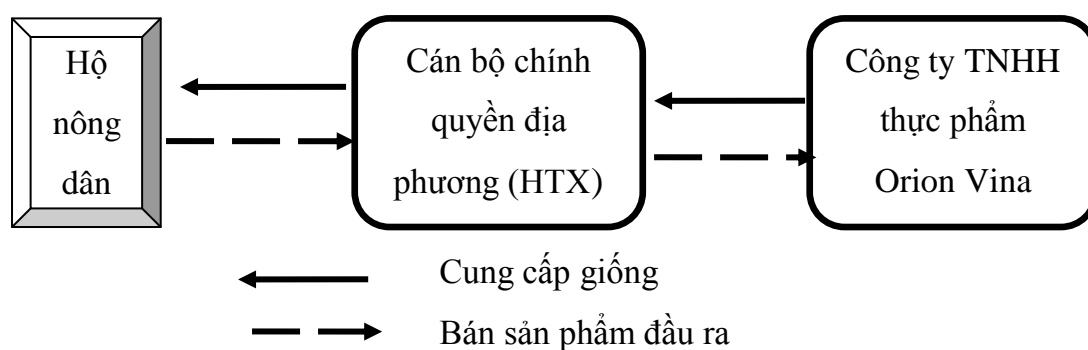
*Tóm lại:* Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina ứng trước giống cho bà con nông dân theo phương thức “nhận 1 kg giống trả 3 kg khoai thương phẩm”. Sau khi đối trừ sản phẩm Công ty sẽ mua lại với giá theo hợp đồng.

#### ❖ *Tác nhân hợp tác xã (HTX)*

Cán bộ chính quyền địa phương tham gia vào môi liên kết với vai trò hỗ trợ điều phối thông qua các chính sách khuyến khích và đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, quy hoạch vùng nguyên liệu, chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật, xúc tiến thương mại. Chính quyền địa phương còn giữ chức năng trung gian, cầu nối giữa tác nhân người sản xuất khoai tây Atlantic và Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và cũng là trọng tài để giải quyết mâu thuẫn xảy ra trong môi liên kết.

Cán bộ chính quyền địa phương là mắt xích quan trọng trong kênh phân phối khoai tây Atlantic của địa phương và là trung gian kết nối giữa người nông dân và Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina để tiêu thụ sản phẩm. Trước mỗi vụ họ đứng ra ký kết hợp đồng để nhận cung cấp giống và thu mua khoai tây Atlantic thương phẩm. Sau khi HTX nhận giống sẽ phân phối cho các hộ nông dân. Tới thời kỳ thu hoạch cán bộ chính quyền địa phương sẽ thu gom và giao cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Số tiền người nông dân nhận được sau khi đã khấu trừ phần hoàn

trả giống mà công ty đã cung ứng trước đó. Phần hoàn trả giống được tính là cứ 1kg giống trả 3kg khoai thương phẩm.



#### **Sơ đồ 4.2: Mạng lưới liên kết giữa HTX và các tác nhân trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic ở xã Yên Trung**

Khác với thương lái, HTX không đến từng hộ thu gom mà người nông dân sau khi thu hoạch về đem nông sản đến tập kết tại trụ sở HTX để cân. Mức giá này đã được thỏa thuận và ấn định ngay từ đầu trong hợp đồng. Tuy nhiên nếu giá thị trường tại thời điểm thu mua thấp hơn giá sàn thì công ty sẽ mua theo giá sàn. Còn nếu giá thị trường tại thời điểm thu mua cao hơn giá sàn thì HTX và Công ty sẽ cùng nhau bàn bạc và thống nhất lại và điều chỉnh giá cả thu mua.

*Tóm lại:* HTX làm nhiệm vụ trung gian kết nối giữa các hộ nông dân trong xã với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina để thực hiện việc liên kết được thuận lợi và dễ dàng hơn.

#### **4.1.2.2 Thực trạng liên kết trong sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic**

Trong điều kiện sản xuất hàng hóa ngày càng phát triển, nhất là khi hội nhập kinh tế của các nước trong khu vực và trên thế giới thì tính cạnh tranh giữa các quốc gia, các tổ chức kinh tế trở nên gay gắt. Trong xu thế toàn cầu hóa như hiện nay, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ đối với các hộ nông dân là rất cần thiết. Liên kết trong sản xuất - tiêu thụ để có nguồn hàng cung cấp cho thị trường với số lượng lớn, ổn định, nhờ vậy mới có điều kiện để ký kết các hợp đồng tiêu thụ ổn định với khách hàng. Trong hoạt động sản xuất, tiêu thụ nông sản nói chung và sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic nói riêng, các tác nhân tham gia vào mỗi liên kết luôn có mối

quan hệ mật thiết với nhau thông qua các cam kết, các thỏa thuận điều kiện về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nhằm đem lại lợi ích cho các bên.

#### *4.1.2.2.1 Liên kết ngang trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây xã Yên Trung*

##### **❖ Liên kết giữa người sản xuất với người sản xuất**

Liên kết giữa những người sản xuất với nhau chính là phương thức liên kết theo chiều ngang, là mô hình liên kết giữa những người sản xuất trong quá trình sản xuất và cả trong tiêu thụ khoai tây Atlantic, với mục đích liên kết khác nhau nhưng đều nhằm mang lại lợi ích cho các tác nhân khi tham gia liên kết.

Các hộ sản xuất ở cùng thôn, xã thường có mối liên kết với nhau. Nội dung liên kết trong mỗi liên kết giữa người sản xuất với người sản xuất chủ yếu tập trung vào quá trình sản xuất với mục tiêu trao đổi những kinh nghiệm trong sản xuất như kinh nghiệm chăm sóc và phòng trừ sâu bệnh, cỏ dại, giúp đỡ nhau trong sản xuất, trao đổi với nhau về giá bán hay giới thiệu cho nhau những người mua tốt (mua giá cao, thanh toán nhanh và xõng phẳng). Tuy nhiên những trao đổi này không phải diễn ra tại một cuộc họp mà ở ngay trên đồng ruộng và chủ yếu là theo cách thức thảo luận miệng. Hầu hết số hộ được phỏng vấn trả lời có trao đổi kinh nghiệm sản xuất với nhau. Mặc dù cây khoai tây được sản xuất trên mảnh đất Yên Trung từ hàng trăm năm và việc sản xuất khoai tây không phải là việc làm xa lạ với người dân nơi đây nhưng không phải biết thì đã giỏi đặc biệt trong thời kỳ mà những tiến bộ khoa học thay đổi từng giờ từng ngày thì việc áp dụng những tiến bộ kỹ thuật mới vào sản xuất không phải ai cũng biết và làm được do đó việc trao đổi kinh nghiệm là việc làm có ý nghĩa để các tiến bộ mới được áp dụng và nhân rộng trong nhân dân góp phần làm cho việc sản xuất hiệu quả.



**Bảng 4.8: Liên kết giữa người sản xuất và người sản xuất**

Chỉ tiêu	Hộ liên kết		Hộ không liên kết	
	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
<b>1. Nội dung liên kết</b>				
- Trao đổi kinh nghiệm	35	100	35	100
- Giá bán	18	54,43	35	100
- Giới thiệu người mua	13	37,14	20	57,14
<b>2. Hình thức liên kết</b>				
- Thảo luận miệng	35	100	35	100
- Hợp đồng văn bản	0	0	0	0
<b>3. Mức độ liên kết</b>				
- Thường xuyên	3	8,57	6	17,14
- thỉnh thoảng	26	74,29	25	71,43
- Rất ít khi	6	17,14	4	11,43
<b>Tổng số hộ điều tra</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Qua bảng số liệu trên ta thấy trong các nội dung liên kết giữa những người sản xuất thì trao đổi về kinh nghiệm sản xuất được tất cả các hộ trả lời là có trao đổi kinh nghiệm sản xuất với các hộ khác. Trong quá trình sản xuất và chăm sóc cây khoai các hộ đều có nhu cầu thảo luận miệng với nhau để trao đổi với nhau về cách chăm sóc sao cho cây khoai tây phát triển tốt nhất, làm sao để ít sâu bệnh nhất hay bón phân ở mức nào là thu kết quả tốt nhất, ....

Ta thấy tất cả các hộ được điều tra đều trao đổi với nhau theo hình thức thảo luận miệng khi cùng sản xuất trên một cách đồng. Các hộ sản xuất ở trên cùng một cánh đồng ngoài trao đổi về kinh nghiệm, cách chăm sóc, bón phân còn trao đổi với nhau về giá bán sản phẩm, về những người thu mua rồi giới thiệu cho nhau những người thu mua với giá cao và làm ăn có uy tín, xòe phẳng. Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy nhóm hộ liên kết ít quan tâm đến giá bán sản phẩm và người mua thu

mua hơn nhóm hộ không liên kết. Họ vất vả sản xuất tạo ra được sản phẩm ai cũng mong muốn bán được sản phẩm với giá cao nên những người sản xuất thường trao đổi với nhau xem giá của vụ này là bao nhiêu để thỏa thuận với người mua. Ngược lại với sự quan tâm đến giá cả và người thu mua của các hộ trồng khoai tây thường thì các hộ chỉ trồng khoai tây Atlantic lại không bàn luận về vấn đề này nhiều trên những cánh đồng. Nguyên nhân là nhóm hộ liên kết đã được thỏa thuận và biết rõ về giá bán và người mua từ đầu vụ nên người sản xuất chỉ chuyên tâm vào sản xuất mà ít quan tâm về giá bán và người mua sản phẩm hơn nhóm hộ không liên kết.

Phần lớn các hộ sản xuất được hỏi đều trả lời họ chỉ thỉnh thoảng trao đổi với nhau khi đi làm đồng (chiếm hơn 70% số hộ được điều tra). Điều này cho thấy mối liên kết giữa những người sản xuất khoai tây tại xã Yên Trung khá mờ nhạt.

*Tóm lại:* trong nội dung liên kết giữa những người sản xuất khoai tây thì trao đổi về kinh nghiệm sản xuất là yếu tố được quan tâm nhất. Còn về yếu tố giá bán và người mua thì được nhóm hộ không liên kết quan tâm nhiều hơn so với nhóm hộ liên kết. Các hộ sản xuất chỉ thỉnh thoảng trao đổi với nhau theo hình thức thảo luận miệng trên những cánh đồng sản xuất.

❖ ***Liên kết giữa người thu gom với người thu gom***

Qua tìm hiểu, cách thức liên kết giữa những người thu gom với nhau chủ yếu là tự do và thỏa thuận miệng, giữa những người thu gom với nhau không tồn tại cách thức hợp đồng văn bản cụ thể.

**Bảng 4.9: Liên kết giữa người thu gom với người thu gom**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
<b>1. Nội dung liên kết</b>		
- Trao đổi chất lượng, số lượng	2	20
- Trao đổi giá cả	10	100
<b>2. Hình thức liên kết</b>		
- Thỏa thuận miệng	3	30
- Tự do	7	70
<b>3. Mức độ liên kết</b>		
- Thường xuyên	1	10
- Thỉnh thoảng	6	60
- Rất ít khi	3	30
<b>4. Cách thức liên lạc</b>		
- Gặp mặt trao đổi	0	0
- Gọi điện trao đổi	10	100
<b>Tổng số người điều tra</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy tất cả 10 người được điều tra đều cần thống nhất giá cả thu mua với các người thu gom khác. Trước khi vào mùa thu mua hoặc những người thu gom trong địa phương cần thống nhất giá thu mua với từng loại khoai để có sự đồng nhất về giá cả trong cùng một thôn hoặc xã, tránh tình trạng người sản xuất so sánh giá khiến người thu gom khó thu mua và thỏa thuận cũng để tránh gây mâu thuẫn giữa những người thu gom với nhau.

Trong 10 người được điều tra thì không có người thu gom nào chọn hình thức mua bán theo hợp đồng và phần lớn họ thích sử dụng hình thức mua bán tự do với các người thu gom khác. Lý do mà người thu gom đưa ra khi không ký hợp đồng là không cần thiết, thủ tục rườm rà và giá cả thay đổi bấp bênh nên khó thực hiện được việc ký hợp đồng...

Qua điều tra được biết các người thu gom gần như hoạt động độc lập với người thu gom khác. Họ chỉ thỉnh thoảng liên hệ với nhau vào mùa thu khoai tây để thống nhất giá cả là chính và sau đó gần như không có mối liên hệ nào giữa họ nữa.

Trên địa bàn xã cũng không có sự xuất hiện của các hội, nhóm những người thu gom do thu mua khoai tây là thu mua theo vụ và mỗi năm chỉ có vài ngày thu hoạch cây màu vụ đông nên thành lập hội, nhóm không được người thu gom hưởng ứng tham gia. Có thể nói mối liên kết giữa những người thu gom chỉ diễn ra trong vài ngày trong mùa vụ và khi hết vụ thì mối liên kết giữa họ cũng không còn. Trong cuộc sống hiện tại mỗi người đều bận rộn với những công việc của bản thân nên tất cả những người thu gom đều chọn cách liên lạc với nhau qua điện thoại để tiết kiệm thời gian nhất. Và với họ việc đơn giản là trao đổi về giá cả thì không nhất thiết họ phải gặp nhau để trao đổi nên hình thức liên lạc qua điện thoại là hợp lý với họ nhất.

*Tóm lại:* mối liên kết giữa người thu gom với nhau rất lỏng lẻo và mờ nhạt, do cách thức liên kết chủ yếu là tự do và thỏa thuận miệng với các nội dung liên kết về giá cả được thỏa thuận nhiều nhất 100%. Các người thu gom cũng chỉ thỉnh thoảng liên lạc với nhau qua điện thoại.

#### *4.1.2.2 Liên kết dọc trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây xã Yên Trung*

##### *❖ Liên kết giữa người sản xuất với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina*

Đây là mối quan hệ liên kết căn bản nhất, có tính chất quyết định đến sự phát triển của hệ thống sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic của xã Yên Trung. Cụ thể là Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thông qua phòng Nông nghiệp huyện Yên Phong – tỉnh Bắc Ninh để ký hợp đồng với HTX dịch vụ nên mối liên kết sản xuất giữa Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và các hộ nông dân là mối liên kết theo hình thức thỏa thuận miệng. Hợp đồng giữa Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và HTX được ký theo từng vụ đông của mỗi năm. Nguyên nhân là do số lượng các hộ và diện tích trồng của mỗi hộ trồng khoai tây Atlantic thay đổi theo từng năm. Hơn nữa giá thu mua khoai tây thay đổi theo từng vụ đông ở từng năm là khác nhau. Do vậy, hợp đồng được ký theo từng năm để tránh mâu thuẫn trong hợp đồng và tránh thiệt hại cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và hộ nông dân và giảm thiểu chi phí quản lý hợp đồng.

Khi tham gia liên kết thì các hộ nông dân được Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina ứng trước giống và khoản ứng trước này sẽ được coi là số nợ và được quy ra sản lượng khoai tây Atlantic thương phẩm sau khi thu hoạch và tính 1kg giống bằng 3kg khoai tây thương phẩm.

Để đạt được kết quả cao trong sản xuất thì ngay từ đầu vụ, HTX đã tổ chức bàn bạc, thống nhất và ký hợp đồng bằng văn bản cụ thể với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina để cung cấp giống và tiêu thụ sản phẩm đầu ra cho các hộ nông dân, đưa ra các tiêu chí rõ ràng về số lượng, chất lượng, thời gian giao hàng và phương thức thanh toán và trách nhiệm của mỗi bên. Cụ thể trách nhiệm của các bên trong hợp đồng như sau:

*\* Trách nhiệm của Công ty TNHH thực phẩm Orion khi tham gia liên kết*

- Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina cung cấp giống đảm bảo chất lượng, giống đóng gói theo quy cách 20kg/bao, kích cỡ củ (10-25 củ/kg).

- Cử cán bộ chỉ đạo kỹ thuật, cung cấp bao bì đựng sản phẩm.

- Thu mua sản phẩm đạt tiêu chuẩn của các hộ nông dân sau khi thu hoạch.

Giá sàn thu mua là 6200 đ/kg (đóng gói bao nhỏ 31kg/bao), trong đó: trả người sản xuất 6000 đ/kg, trả công dịch vụ quản lý cho cán bộ quản lý HTX 200 đ/kg.

- Trả tiền mua sản phẩm chậm nhất sau 30 ngày kể từ ngày thu mua sản phẩm giao nhận cuối cùng.

- Cung cấp bao bì đựng sản phẩm.

- Nếu giá thị trường tại thời điểm thu mua thấp hơn giá sàn thì thu mua theo giá sàn. Nếu giá thị trường tại thời điểm thu mua cao hơn giá sàn thì sẽ cùng nhau bàn bạc thống nhất lại và điều chỉnh giá cả thu mua.

*\* Trách nhiệm của các hộ nông dân tham gia trồng khoai tây Atlantic*

- Chuẩn bị đất, phân bón, công lao động.

- Khi giao khoai giống nông dân phải ký, ghi rõ số lượng và xú đồng trồng vào danh sách ký nhận các hộ sản xuất nhận giống của HTX.

- Thực hiện nghiêm chỉnh theo quy định, hướng dẫn của cán bộ chỉ đạo kỹ thuật của phòng Nông nghiệp huyện Yên Phong.

- Hoàn lại cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina sản phẩm tương ứng với số giống đã cung ứng trước với tỷ lệ 1kg giống ứng trả bằng 3kg sản phẩm theo tiêu chuẩn chất lượng.

- Bán lại sản phẩm đạt yêu cầu cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina theo đúng quy định.

- Đóng bao sản phẩm theo quy cách 31kg/bao, tính bằng 30kg

- Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm như sau:
- + Đường kính củ từ 4,8 – 9 cm.
- + Củ không bị nứt, không rỗng ruột, không mọc mầm, không lẫn khoai khác.
- + Vỏ củ không bị xanh, không bị sứt sẹo, không bị dập vỡ, không sâu bệnh, không thối hỏng.

- Sản phẩm Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thanh toán cho các hộ nông dân = Tổng sản phẩm sau khi trừ đi phần hoàn trả giống.

- Tập kết sản phẩm tại một điểm tập trung thuận tiện cho xe trọng tải lớn trên 20 tấn vào bốc hàng.

**Bảng 4.10: Giá mua khoai tây Atlantic của Công ty TNHH thực phẩm Orion**

*DVT: đồng/kg*

<b>Năm</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Giá khoai tây Atlantic	6000	6000	5500	6000

*(Nguồn: tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)*

Có thể thấy rằng mức giá khoai tây Atlantic mà Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina ký hợp đồng với bà con nông dân qua 4 năm cũng không có sự biến động nhiều. Công ty thiết lập mức giá phụ thuộc vào mức giá thị trường nên chưa có trường hợp tranh cãi hay phàn nàn về giá của công ty vì vậy bà con nông dân tin tưởng và yên tâm sản xuất khoai tây Atlantic cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina hơn.

Sau khi ký kết hợp đồng với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina, HTX trực tiếp chỉ đạo bà con có kế hoạch gieo trồng, cung cấp giống và khấu trừ với tiền thu mua sản phẩm lúc thu hoạch. Các cam kết giữa bà con nông dân và HTX hiện tại chỉ dừng lại ở hình thức thỏa thuận miệng, chưa xuất hiện văn bản hợp đồng kinh tế giữa HTX và người nông dân.

Kết thúc một vụ sản xuất HTX được hưởng hoa hồng từ phía các công ty (tỷ lệ này giữa các năm là khác nhau và phụ thuộc vào khối lượng nông sản hợp đồng), đây là khoản thu nhập chính để duy trì hoạt động của HTX, ngoài ra HTX còn có các nguồn thu khác từ dịch vụ sản xuất như điện, nước, khuyến nông...

❖ *Liên kết giữa người sản xuất khoai tây Atlantic và người thu gom*

Theo điều tra thực tế các hộ nông dân tại địa phương thì một số vụ đông trước có xảy ra tình trạng một số hộ nông dân không làm theo thoả thuận với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina mà bán sản phẩm ra ngoài cho thương lái. Khi được hỏi về nguyên nhân tại sao thì hầu hết các hộ này đều trả lời họ bán ra ngoài cho thương lái chủ yếu vì lý do Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina yêu cầu chất lượng sản phẩm quá cao, chọn lựa quá kỹ lưỡng khiến cho lượng khoai loại rất nhiều. Vậy nên một số hộ chọn bán một phần khoai tây Atlantic cho thương lái vì thương lái chọn lựa không kỹ như Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina mặc dù giá của thương lái thấp hơn giá của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.

**Bảng 4.11: Nguyên nhân người sản xuất không làm theo thoả thuận**

Chỉ tiêu	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
<b>Số hộ không theo thỏa thuận</b>	<b>39</b>	<b>100</b>
Yêu cầu chất lượng sản phẩm quá cao	29	74,36
Giá thị trường cao hơn giá công ty	0	0
Thu mua không đúng thời vụ	10	25,64
<b>Tổng số hộ điều tra</b>	<b>70</b>	

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy nguyên nhân chủ yếu để các hộ không làm theo cam kết mà bán sản phẩm cho người thu gom là do công ty TNHH thực phẩm Orion Vina yêu cầu chất lượng sản phẩm quá cao (chiếm 74,4%), nông dân khó đáp ứng yêu cầu và số ít hộ còn lại nêu ra nguyên nhân thu mua không đúng thời vụ nên hộ phải bán cho thương lái. Khi người sản xuất đã thu hoạch khoai tây về thì cần nhanh chóng tiêu thụ để bảo quản ở kho lạnh vì để ở ngoài lâu ngày khiến cho khoai bị héo vỏ, xanh vỏ, mọc mầm và thối hỏng dẫn đến sản lượng bị hao hụt. Vì vậy một số hộ phải bán cho người thu gom để đảm bảo lợi ích cho hộ. Các hộ bán sản phẩm cho thương lái đều theo hình thức mua bán tự do chứ không có cam kết theo hợp đồng hay thoả thuận.

Công ty TNHH thực phẩm yêu cầu tiêu chuẩn sản phẩm khá cao nên khi thu mua công ty cần kiểm tra kỹ khoai của bà con trước khi nhập, có nhiều trường hợp

công ty yêu cầu hộ đổ hết khoai ra và lọc lại theo đúng tiêu chuẩn khiến cho nhiều hộ bức xúc với cách thức thu mua của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.

**Bảng 4.12: So sánh cách thức tiêu thụ khoai tây của người sản xuất khi bán cho người thu gom với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina**

Chỉ tiêu so sánh	Người thu gom	Công ty TNHH Orion Vina
Vận chuyển về nhà sau khi thu hoạch	Hộ có thể hoặc không phải vận chuyển về nhà	Hộ phải vận chuyển về nhà
Chọn lọc và đóng bao sản phẩm	Người thu gom chọn lọc và đóng bao	Người nông dân chọn lọc và đóng bao
Vận chuyển đến nơi bán	Không phải vì người thu gom đến tận nơi để mua	Người sản xuất vận chuyển SP đến địa điểm tập kết sản phẩm
Kích cỡ củ khoai tây	Có thể nhỏ hơn một chút hoặc to hơn	Đường kính củ từ 4,8 – 9 cm.
Quy cách đóng bao	Đóng bao tùy ý	Đóng đủ 31kg/bao
Tiêu chuẩn về hình thức củ khoai	Khoai không dập vỡ, không thối hỏng	Không bị nứt, không mọc mầm, không lẫn khoai khác. Vỏ củ không bị xanh, không bị sứt sẹo, không bị dập vỡ, không sâu bệnh, không thối hỏng.
Thanh toán	Trả ngay	Chậm nhất sau 30 ngày thu mua

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2015 & hợp đồng sản xuất khoai tây Atlantic)

Qua bảng trên ta thấy công ty TNHH thực phẩm Orion Vina yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng cao hơn nhiều so với người thu gom. Khi người nông dân liên kết với người thu gom thì công việc duy nhất người sản xuất phải làm là ra đồng thu hoạch và có thể phải vận chuyển về nhà và người thu gom sẽ đến tận ruộng hoặc tận nhà chọn lọc, đóng bao và vận chuyển đi. Còn liên kết với công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thì người sản xuất tốn nhiều công sức và thời gian hơn do người sản xuất phải làm tất cả các công việc mà khi bán cho thương lái họ không phải làm. Hơn nữa do người thu gom đều là người của địa phương nên họ gần gũi và thoải mái với người sản xuất hơn. Vì các nguyên nhân trên mà nhiều hộ phá vỡ hợp đồng



để bán cho thương lái mà không nghĩ đến lợi ích lâu dài từ việc liên kết trong nông nghiệp.

Một số vụ đông trước thì có tình trạng nông dân không tuân thủ thỏa thuận với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina mà bán sản phẩm cho thương lái nhưng vụ đông vừa qua thì không tồn tại mối liên kết này vì một số lý do như loại khoai tây Atlantic khó tiêu thụ hay cung khoai tây thường lớn.

**Bảng 4.13: Lý do vụ đông vừa qua không có mối liên kết NSX - NTG**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
Khoai tây Atlantic khó tiêu thụ	3	30
Cung sản lượng khoai tây thường lớn	7	70
<b>Số hộ điều tra</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

*(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)*

Trong 10 người thu gom được điều tra thì có 3 người năm nay không thu mua khoai tây Atlantic vì lý do sản phẩm này khó tiêu thụ do chất lượng của loại khoai tây Atlantic chỉ phù hợp cho chế biến công nghiệp mà không phù hợp cho tiêu dùng trong gia đình, trong khi đó người thu gom khoai tây thu mua để phục vụ cho tiêu dùng gia đình. Vì vậy, người thu gom ngại mua sản phẩm này vì tiêu thụ rất khó.

Ngoài nguyên nhân loại khoai tây Atlantic khó tiêu thụ thì 7 người còn lại đưa ra nguyên nhân do cung sản lượng khoai tây thường rất lớn và đủ đáp ứng cho thị trường rồi nên họ không thu mua khoai tây Atlantic. Một số vụ đông trước họ thu mua loại khoai tây Atlantic vì các hộ sản xuất bỏ cây khoai tây thường chuyển sang trồng cây khoai tây thương phẩm nên sản lượng khoai tây thường quá ít và không đủ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nên họ cần mua thêm khoai tây Atlantic để đáp ứng phần nào thiếu hụt trên thị trường tiêu dùng.

#### **4.1.2.3 Đánh giá liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic**

Qua quá trình phân tích các mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic những tác nhân chính trong mối liên kết đã phát huy được khả năng của mình, đặc biệt là mối liên kết giữa Người sản xuất – HTX – Doanh nghiệp đã đem lại những kết quả đáng khích lệ. Tuy nhiên, do mới thực sự hình thành liên kết từ

năm 2009 trở lại đây nên nhận thức của người sản xuất còn hạn chế, chỉ có 10% người được hỏi hiểu rõ về vấn đề liên kết sản xuất khoai tây Atlantic, do đó trong quá trình thực hiện còn xảy ra một vài mâu thuẫn. Để làm rõ hơn cho nhận định trên, tôi tiến hành tổng kết lại những điều đạt được và còn tồn tại trong những mối liên kết đã nêu ra ở các phần trên.

❖ **Mối liên kết ngang trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic**

➤ *Những điều đạt được*

Giúp cho người sản xuất giải quyết được bài toán là tối thiểu hóa chi phí để sản xuất ra một lượng sản phẩm được định trước theo hợp đồng với doanh nghiệp.

Chủ yếu là quan hệ hợp tác, họ hợp tác với nhau cùng phối hợp để trao đổi kinh nghiệm, kỹ thuật, vốn, phương tiện để đáp ứng đầy đủ, kịp thời về khối lượng và chất lượng cho các Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thông qua HTX theo hợp đồng đã ký kết.

Liên kết giữa những người sản xuất tạo nên vùng sản xuất hàng hóa tập trung, do đó thuận lợi cho việc lập kế hoạch sản xuất (lập lịch trình thời vụ thích hợp) để hạn chế tác động bất lợi của tự nhiên, cung cấp đầu vào, đầu ra ổn định và đảm bảo chất lượng

➤ *Những điều còn tồn tại*

Người sản xuất còn chưa có sự phối hợp chặt chẽ để chống lại sự ép giá từ các tác nhân thu gom bên ngoài, cũng như chưa có kinh nghiệm trong việc thống nhất ý kiến để đưa ra các mức giá thỏa thuận với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Hiện tại mức giá vẫn do bên công ty TNHH thực phẩm Orion đặt ra chứ chưa có sự tham gia của người sản xuất.

Các liên kết ngang hình thành chủ yếu trên cơ sở tin tưởng, tín nhiệm lẫn nhau nên phần lớn chỉ thỏa thuận bằng miệng, cam kết trên giấy tờ đơn giản; chưa hình thành thói quen có hợp đồng kinh tế để ràng buộc trách nhiệm của mỗi bên nên khó khăn trong việc giải quyết khi xuất hiện tranh chấp, mâu thuẫn.

❖ **Mối liên kết dọc trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic**

➤ *Những điều đạt được*

Việc hoạch định tốt các đề án sản xuất đầu mỗi vụ phù hợp với đặc điểm canh tác tại địa phương và theo hướng sản xuất hàng hóa nắm bắt nhu cầu thị trường,

cho thấy hiệu quả trong công tác quản lý của cán bộ UBND xã Yên Trung, giúp cho người sản xuất khoai tây tránh được các bất lợi về thời tiết, rút ngắn thời gian sản xuất, hàng hóa sản xuất ra có chất lượng tốt được thị trường tiếp nhận với mức giá ổn định.

Duy trì mối liên kết trong cung ứng khoai tây Atlantic, đảm bảo khối lượng và chất lượng theo thỏa thuận cho các tác nhân, cung ứng đầy đủ đầu vào cho Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.

Giúp hỗ trợ tốt nhất đầu vào cho người sản xuất cũng như đảm bảo đầu ra cho khoai tây Atlantic luôn được tiêu thụ, không bị ứ đọng hay không bán được.

Dù vẫn có những thỏa thuận bằng miệng hay các cam kết đơn giản nhưng phần lớn các liên kết dọc đều được kí kết hợp đồng kinh tế cụ thể do đó ràng buộc được trách nhiệm của các bên tham gia cũng như dễ dàng trong việc giải quyết các tranh chấp.

Việc trao đổi thông tin và tần suất liên lạc thường xuyên giúp các bên hỗ trợ nhau kịp thời và tạo sự tin tưởng giữa các bên trong liên kết.

➤ *Những điều còn tồn tại*

Chưa thể hiện rõ việc chia sẻ rủi ro, cũng như chưa có thái độ tích cực, trách nhiệm, nhạy bén khi một trong hai bên liên kết gặp phải rủi ro

Trách nhiệm của người sản xuất còn chưa cao. Họ sẵn sàng bán sản phẩm của mình ra bên ngoài mà không quan tâm mình đã thỏa thuận bán sản phẩm cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.

Hợp đồng liên kết đôi khi còn cứng nhắc hay thiên về lợi ích của bên soạn thảo hợp đồng hơn (Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina).

Chịu nhiều ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài tác động như thời tiết, quy luật cung cầu thị trường. Mặc dù trong hợp đồng đã có cơ chế giải quyết mâu thuẫn rất cụ thể tuy nhiên do việc mới tiến hành liên kết cùng với tâm lý còn nể nang, ngại phiền phức nên các bên vẫn chưa nghiêm túc tiến hành đúng các điều khoản đã cam kết, điều này làm mất đi tính pháp lý của hợp đồng.

Do thói quen tiêu thụ, hạn chế trong việc nắm bắt các thông tin về giá cả, thị trường... nên khi liên kết với người thu gom cá thể (thương lái) người sản xuất thường có hiện tượng bị ép giá khi vào chính vụ thu hoạch.

Lợi ích khi tham gia liên kết của các tác nhân tham gia liên kết được thể hiện trong bảng sau:

**Bảng 4.14: So sánh lợi ích trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic so với khoai tây thường**

Chỉ tiêu	Hộ LK	Hộ không LK	Ghi chú
<b>1. Liên kết với người cung ứng đầu vào</b>			
Ứng trước giống khoai tây	Có	Không	Cuối vụ sản xuất trả sản phẩm cho công ty
Thuận tiện hơn khi mua giống	Có	Không	Chỉ cần đăng ký thông qua HTX
Ứng trước phân bón, thuốc BVTV	Không	Không	
Tiện khi mua phân bón, thuốc BVTV	Không	Không	
Chất lượng giống được đảm bảo	Có	Không	Do mua ngoài hoặc tự đẻ giống nên chất lượng giống không cao
Hỗ trợ về kỹ thuật	nhiều hơn	ít hơn	
Đóng bao, vận chuyển đến nơi bán	Có	Không	Thương lái làm
<b>2. Liên kết với tác nhân tiêu thụ</b>			
Được ứng trước một phần chi phí	Có	Không	Chi phí giống
Được kí kết bao tiêu sản phẩm	Có	Không	
Giá đầu ra ổn định	Có	Không	Giá ký kết khi nhận giống

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Nói chung, mỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic đem lại lợi ích cho tất cả các tác nhân tham gia. Ở xã Yên Trung, sau vài năm thực hiện liên

kết thì mỗi liên kết đã dần bộc lộ những điểm tốt của nó và bền chặt hơn cũng như đem lại nhiều lợi ích hơn cho các bên tham gia, đặc biệt là người nông dân. Và để mỗi liên kết đó tiếp tục phát huy hiệu quả thì cần sự chung tay của tất cả các tác nhân tham gia liên kết.

## **4.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây**

### **Atlantic tại xã Yên Trung**

Qua nghiên cứu thực trạng mỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina với các hộ nông dân thuộc xã Yên Trung, tôi nhận thấy một số yếu tố ảnh hưởng đến mỗi liên kết như sau:.

#### **4.2.1 Hành lang pháp lý**

Qua nghiên cứu, chúng ta có thể nhận ra rằng còn tồn tại một số vấn đề về hành lang pháp lý trong liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất – tiêu thụ khoai tây Atlantic. Các quy định về trách nhiệm, lợi ích và hoạt động trong thực hiện hợp đồng còn thiếu chặt chẽ. Tuy công ty TNHH thực phẩm Orion Vina là đơn vị có bề dày trong hoạt động liên kết với hộ nông dân trong sản xuất và tiêu thụ rau quả nguyên liệu. Tuy nhiên, khi tham gia liên kết trong sản xuất và bao tiêu khoai tây Atlantic thì hợp đồng còn hạn chế như: quy định về hình thức xử phạt đối tượng vi phạm hợp đồng còn sơ sài.

Các năm trước (trừ năm 2014) trên địa bàn xã Yên Trung có một số hộ nông dân vi phạm hợp đồng với công ty dưới hình thức “lén lút” bán sản phẩm ra ngoài thị trường. Mặc dù trong hợp đồng đã có quy định cụ thể về trường hợp này nhưng trước cái lợi trước mắt và sự hiểu biết về hành lang pháp lý còn hạn chế, nên một số hộ nông dân vẫn mặc nhiên vi phạm.

#### **4.2.2 Nhân tố chính quyền địa phương**

Để mỗi liên kết giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic thực sự bền vững và hiệu quả, cùng với sự nỗ lực của công ty, hộ nông dân thì nhà chính quyền địa phương có vai trò hết sức quan trọng. Nếu các cơ quan này chủ động vào cuộc một cách tích cực để thực hiện các biện pháp như: ra chính sách hỗ trợ cho sản xuất, quy hoạch, định hướng chuyển dịch cơ cấu

cây trồng vật nuôi phù hợp, là người trung gian liên kết, là trọng tài giải quyết các mâu thuẫn diễn ra trong quá trình liên kết giữa hộ nông dân với công ty,... thì mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic mới phát huy được hiệu quả và đem lại lợi ích cho người nông dân, công ty cũng như cho xã hội.

Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina tham gia liên kết với người nông dân trên xã Yên Trung chủ yếu theo hình thức ký hợp đồng thông qua HTX. Tuy nhiên, ở xã Yên Trung, chính quyền địa phương có tầm ảnh hưởng rất nhỏ tới hoạt động sản xuất kinh doanh của hộ và doanh nghiệp. Điều này tiếp diễn trong thời gian dài lâu dần tầm ảnh hưởng của chính quyền địa phương sẽ không còn nữa. Như vậy, vô tình làm mất tầm ảnh hưởng của nhà nước tới doanh nghiệp và nông dân. Thiết nghĩ, nếu chính quyền địa phương vào cuộc, cùng doanh nghiệp và hộ nông dân thực hiện mối liên kết “3 nhà” thì tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng như các hộ nông dân nói riêng, xã nói chung sẽ có nhiều khởi sắc hơn nữa.

#### **4.2.3 Nhân tố từ người sản xuất (hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic)**

- Nhận thức của nông dân khi tham gia liên kết

Người sản xuất bộc lộ rõ nhất là sự hạn chế về trình độ học vấn, tâm lý e ngại khi tiếp xúc với các tác nhân khác trong mối liên kết. Đa số nông dân Việt Nam vẫn chưa gạt bỏ được tư tưởng hám lợi trước mắt và không tính toán được chiến lược lâu dài, dễ vi phạm hợp đồng trong quá trình liên kết; là người cung cấp số lượng và chất lượng sản phẩm ra thị trường nên sự hạn chế thông tin thị trường làm cho họ không chủ động trong các mối liên kết.

Nông dân là những người không thích ràng buộc và quen với cách thức mua bán tự do với thương lái. Bởi thế, mới nảy sinh những trường hợp vi phạm hợp đồng để bán ra khoai tây Atlantic ra ngoài thị trường tự do. Nhưng mặt khác họ là những người đơn giản và nếu tin tưởng vào điều gì đó thì sẽ ra sức làm thật tốt.

Ở xã Yên Trung, khi hộ tham gia liên kết với công ty luôn chú ý tổ chức các đợt tập huấn vào đầu vụ sản xuất để bổ sung kiến thức thị trường cũng như kinh nghiệm sản xuất cho người dân. Từ đó họ có thể xác định mình đang đứng trước những cơ hội và thách thức nào, để biết tận dụng cơ hội đó, cùng với doanh nghiệp cùng nhau phát triển. Ngoài ra, các quy định về hợp đồng, hành lang pháp lý khi

tham gia liên kết cũng được phổ biến rộng rãi, như thế các hộ nông dân có hiểu biết để tuân thủ hợp đồng tốt hơn.

- Năng lực ký hợp đồng và trình độ kỹ thuật

Trên địa bàn xã Yên Trung, phần lớn các hộ nông dân thực hiện sản xuất khoai tây Atlantic chỉ gọi là biết sơ qua về vấn đề liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic.

**Bảng 4.15: Nhận thức của người dân về liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây**

Chỉ tiêu	Atlantic			
	Hộ liên kết		Hộ không liên kết	
	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Không hiểu biết	11	31,43	17	48,58
Hiểu rất rõ	6	17,14	1	2,86
Biết nhưng không rõ	18	51,43	17	48,57
<b>Số hộ điều tra</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra năm 2015)

Qua bảng trên cho thấy rất ít người hiểu biết rõ về mối liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic, nhất là nhóm hộ không liên kết chỉ có duy nhất 1 người hiểu rất rõ về vấn đề này. Nhóm hộ không liên kết có số người không hiểu biết lớn hơn nhóm liên kết. Nhưng nhìn chung phần lớn các hộ chỉ hiểu biết qua loa về vấn đề liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic. Nguyên nhân là do bà con nông dân ngại đi tập huấn, và chưa thực sự chú trọng tới tập huấn khuyến nông. Hơn nữa, việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức của chính quyền địa phương chưa thực sự hiệu quả, vẫn còn mang tính hình thức. Việc người dân hiểu rõ được những lợi ích mà liên kết đem lại giúp họ tin tưởng vào Chính quyền địa phương, HTX, Doanh nghiệp; nhờ đó mà họ có thể kết hợp với các bên liên quan để tiến hành hoạt động sản xuất và tiêu thụ một cách tốt nhất, đồng thời cũng dễ dàng hơn trong việc tiến hành thỏa thuận để cùng có lợi khi một trong hai bên liên kết gặp rủi ro.

- Khả năng hạch toán kinh tế và tiếp cận thị trường

Qua nghiên cứu tình hình thực tế trên địa bàn xã Yên Trung, chúng tôi nhận thấy rằng hầu hết người nông dân tham gia sản xuất khoai tây Atlantic trình độ còn thấp, rất ít người học hết cấp 3 nên công tác hạch toán kinh tế rất hạn chế và khó khăn, khả năng tiếp cận thị trường còn kém. Điều này ảnh hưởng đến việc hạch toán chi phí, lợi nhuận trong sản xuất cũng như so sánh chi phí cơ hội khi tham gia liên kết và không tham gia liên kết với doanh nghiệp của người nông dân. Khi người nông dân có trình độ cao, họ dễ dàng tính toán được lợi ích cũng như chi phí phải bỏ ra giữa khi tham gia liên kết và sản xuất tự do, từ đó tính toán chi phí cơ hội để có sự lựa chọn định hướng sản xuất hợp lý. Chính vì không tính toán được hết lợi ích cho mình, bởi nên người nông dân có tâm lý không hài lòng với những gì nhận được khi tham gia liên kết với doanh nghiệp vì thấy cái lợi trước mắt mà không tính được cái lợi lâu dài. Điều này là nguyên nhân gây ra mâu thuẫn và tình trạng vi phạm hợp đồng trong liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic ở các hộ nông dân tham gia liên kết với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina

#### **4.2.4 Nhân tố từ phía doanh nghiệp**

##### *- Vùng nguyên liệu*

Nhìn chung vùng nguyên liệu của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina khá thuận lợi, đặc biệt là vùng nguyên liệu về khoai tây thương phẩm. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina là một trong những công ty sản xuất các sản phẩm bánh kẹo với chất lượng tốt hàng đầu Việt Nam. Nhu cầu nguyên liệu sản xuất của công ty là rất lớn và tăng dần qua từng năm. Bởi vậy, việc hoạch định và mở rộng vùng nguyên liệu của công ty đang là vấn đề được ban lãnh đạo cân nhắc và quan tâm.

##### *- Một số vấn đề còn tồn tại trong hợp đồng*

Hợp đồng kinh tế là căn cứ pháp lý đảm bảo quyền, nghĩa vụ, lợi ích của các bên tham gia, và là cơ sở để cơ quan pháp luật xét xử khi có tranh chấp. Tuy nhiên, hợp đồng liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây thương phẩm của công ty còn thiếu sự ràng buộc chặt chẽ về quyền lợi cũng như trách nhiệm của các bên tham gia liên kết. Vấn đề về quy chế xử phạt với những đối tượng vi phạm hợp đồng hầu như các công ty không quan tâm nhiều lắm, điều đó làm mất quyền lợi của các bên tham gia khi bên kia vi phạm hợp đồng đặc



biệt là thiếu sự bảo hộ của tồn tại hành lang pháp lý cho người nông dân. Chính vì sự lỏng lẻo trong quy chế hợp đồng mà dẫn tới những mâu thuẫn có thể xảy ra, gây bất ổn trong mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất và bao tiêu khoai tây Atlantic.

*- Chế tài giá của công ty*

Chế tài giá của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina tương đối ổn định. Công ty đặt mức giá thu mua trong hợp đồng hàng năm linh hoạt theo sự biến động của giá thị trường nhằm đảm bảo lợi ích cho người nông dân. Chính chế tài giá linh hoạt nên Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina rất được lòng nông dân tham gia liên kết.

*- Cơ chế thanh khoản của công ty*

Cơ chế thanh toán của Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina khá khoa học. Công ty thanh toán cho người nông dân chậm nhất sau 30 ngày kể từ ngày thu mua sản phẩm giao nhận cuối cùng.

#### **4.2.5 Một số nhân tố khác**

*❖ Tác động thời tiết*

Với đặc thù riêng của sản xuất nông nghiệp nên các hiện tượng thời tiết thuận lợi hay cực đoan đều ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực đến hoạt động canh tác của bà con cũng như ảnh hưởng trực tiếp đến liên kết trong sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã. Vụ đông vừa qua, do thời tiết mưa nồm liên tục kéo dài nhiều ngày lại đúng vào thời gian thu hoạch khiến cho rất nhiều diện tích khoai thâm nước gây ra sâu bệnh, nứt lẻ, khi thu hoạch xong lượng khoai thối rất nhiều làm giảm năng suất dẫn đến người dân không có khả năng thực hiện đúng cam kết về khối lượng và chất lượng khoai tây Atlantic cũng bị kém đi so với các cam kết trong hợp đồng với công ty. Việc mất mùa, sản xuất kém là một trong những yếu tố quan trọng gây nên sự thay đổi đáng kể về giá cả.

*❖ Yếu tố chất lượng giống*

Giống cây trồng là tiền đề, là khởi đầu cho một quá trình sản xuất. Muốn cây sinh trưởng phát triển tốt trước hết phải có giống đảm bảo. Giống tốt có khả năng cho năng suất cao, sản phẩm có chất lượng tốt, ít bị nhiễm sâu bệnh, phù hợp với

điều kiện đất đai, khí hậu và tập quán canh tác tại địa phương. Giống đảm bảo thì khi gieo trồng sẽ cho sản phẩm có chất lượng tốt, sâu bệnh ít nên ít phải dùng thuốc hóa học, giảm thiểu được nguy cơ ô nhiễm thuốc hóa học trên sản phẩm, nâng cao tín nhiệm đối với người tiêu dùng và người thu mua. Giống kém không đảm bảo thì giống sẽ là nơi tồn tại lan truyền nguồn sâu bệnh trên đồng ruộng. Giống có vai trò quan trọng là vậy mà vụ đông vừa qua chất lượng giống khoai tây Atlantic do công ty TNHH thực phẩm Orion Vina cấp cho bà con xã Yên Trung lại không đảm bảo tiêu chuẩn, đã thế lại gặp thời tiết không thuận lợi dẫn đến cây khoai tây Atlantic bị sâu bệnh và năng suất thu được rất thấp. Vì vậy, yếu tố giống cũng là yếu tố gây nên mất mùa, giảm sút chất lượng và số lượng sản phẩm thu được.

❖ *Yếu tố giá cả*

Giá cả là yếu tố được người sản xuất đánh giá là yếu tố quan trọng nhất trong việc quyết định lựa chọn các đối tác liên kết của người sản xuất. Giá cả khoai tây Atlantic cao hay thấp tùy thuộc vào nhiều yếu tố, để bán được với giá cao người sản xuất thường quan tâm nhiều tới việc đầu tư sản xuất để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Thông thường người sản xuất sẽ tìm đến đối tác nào mà trả cho họ giá cao nhất. Như đã phân tích ở trên, từ năm 2009 trở lại đây người sản xuất tiêu thụ khoai tây Atlantic thông qua kênh HTX – Doanh nghiệp (Orion) và kênh người thu gom cá thể (thương lái). Tuy nhiên, việc tiêu thụ qua kênh người thu gom cá thể (thương lái) vẫn được người tiêu dùng chọn lựa và tiêu thụ với khối lượng khoai tây Atlantic tương đối lớn, điều này một phần đến từ thói quen tiêu thụ và cách thức làm việc của thương lái đơn giản và gần gũi với bà con nông dân hơn nên kênh người thu gom vẫn khá được ưu ái của người sản xuất.

❖ *Yếu tố cơ chế liên kết*

Như đã phân tích ở trên, phần lớn các tác nhân lựa chọn theo cơ chế hợp đồng miệng hoặc tự do. Chủ yếu dựa trên quan hệ quen biết từ lâu, tin tưởng lẫn nhau. Họ thường cho rằng việc sử dụng hình thức hợp đồng văn bản thường phức tạp, không cần thiết khi giao dịch với khối lượng hàng ít. Tuy nhiên, mỗi cơ chế liên kết đều có ưu và nhược điểm của nó, đa phần người sản xuất chưa nhận thức được

tầm quan trọng lâu dài của việc ký kết bằng hợp đồng văn bản. Vì vậy, còn xảy ra hiện tượng đơn phương phá vỡ hợp đồng, tiêu thụ sản phẩm ra bên ngoài.

❖ *Sự tin tưởng, tín nhiệm*

Không phải tự nhiên mà những người trồng khoai tây Atlantic lựa chọn đối tác để mua giống và bán sản phẩm đầu ra của mình. Sự lựa chọn đối tác trong mua bán vật tư cũng như tiêu thụ nông sản của họ một phần là do giá cả, sự thuận tiện phần khác do quan hệ quen biết từ trước, tin tưởng lẫn nhau. Niềm tin là cơ sở quan trọng trong việc ra quyết định của người sản xuất và việc tạo dựng lòng tin ở các đối tác của những tác nhân thu gom, ở HTX sản xuất – tiêu thụ, ở công ty TNHH thực phẩm Orion là yếu tố không thể thiếu quyết định sự tồn tại của doanh nghiệp, chỗ đứng của đại lý trong cơ chế cạnh tranh như hiện nay. Điều này thể hiện rõ qua phương thức thanh toán giữa các tác nhân với nhau. Người sản xuất sau quá trình hoạt động sản xuất, họ muốn nhanh chóng thu hồi vốn để tăng thu nhập cải thiện đời sống đồng thời có vốn tiến hành các hoạt động sản xuất tiếp theo, vì vậy việc cung cấp giống đảm bảo chất lượng, giá cả thu mua hợp lý, thanh toán đúng hạn sẽ tạo uy tín cho HTX và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina.

### **4.3 Định hướng và giải pháp tăng cường liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic**

#### **4.3.1 Định hướng**

Mối liên kết trong sản xuất nhất là sản xuất nông nghiệp đang là hướng đi đúng trong xu hướng CNH – HĐH nông nghiệp nông thôn, trong xu hướng hội nhập và phát triển nhằm đưa sản xuất nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hoá. Từ đó ta có thể thấy được những tiềm năng, cơ hội và những khó khăn trong sản xuất tại địa phương và qua sự liên kết đó sẽ phát huy hết được tiềm năng, cơ hội và giảm bớt những khó khăn trong sản xuất. Với những kết quả đạt được trong những năm qua để phát triển sản xuất và tăng cường các mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic ở địa phương thì tôi đưa các định hướng sau:

Tiếp tục đẩy mạnh liên kết để phát triển sản xuất nông sản hàng hóa đặc biệt là liên kết trong sản xuất khoai tây Atlantic ở địa phương. Dựa trên cơ sở phát huy

các lợi thế về điều kiện tự nhiên ưu thế về tiềm năng sản xuất khoai tây Atlantic trên địa bàn để phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa.

Tăng cường tuyên truyền, phổ biến cho người dân, nâng cao nhận biết của họ về liên kết và lợi ích mà liên kết mang lại.

Nâng cao trình độ dân trí cho người dân để họ tiếp thu thông tin tốt hơn nắm bắt khoa học kỹ thuật và nhận thức chặt chẽ trong việc thực hiện hợp đồng liên kết.

Trong thời gian tới tiếp tục tăng cường liên kết với trung tâm khuyến nông trong việc chuyển giao tiến bộ kỹ thuật ở địa phương, hợp đồng cung ứng đầu vào cho nông dân.

Nhà nước cấp huyện có kế hoạch nâng cấp, xây dựng hệ thống giao thông, thủy lợi nội đồng để thuận lợi cho việc sản xuất sản phẩm để phục vụ đầy đủ nguồn nguyên liệu cho Doanh nghiệp tham gia liên kết.

#### **4.3.2 Giải pháp**

Để phát triển sản xuất – tiêu thụ sản phẩm khoai tây Atlantic nói riêng và sản phẩm nông sản của xã Yên Trung nói chung rất cần có sự liên kết chặt chẽ giữa người sản xuất (nông dân), các nhà khoa học, cơ quan quản lý, doanh nghiệp và một số tác nhân khác như HTX, đại lý cung cấp vật tư, người thu gom cá thể (thương lái). Liên kết nhằm sản xuất những sản phẩm có chất lượng đạt tiêu chuẩn và ổn định đáp ứng nhu cầu của thị trường người tiêu dùng cũng như phục vụ cho hoạt động chế biến, xuất khẩu. Nhưng nhìn chung mối liên kết giữa các tác nhân trong tiêu thụ khoai tây Atlantic còn thiếu chắc chắn, dễ xảy ra mâu thuẫn, đặc biệt là mối liên kết giữa người nông dân với các HTX – Doanh nghiệp.

Qua phân tích, tìm hiểu về các tác nhân và mối liên kết của các tác nhân trong sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic tại xã Yên Trung, tôi xin đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường mối liên kết này như sau:

##### **4.3.2.1 Giải pháp chung**

###### **❖ Giải quyết thỏa đáng mâu thuẫn**

Trên địa bàn xã Yên Trung, hầu như giữa doanh nghiệp và hộ nông dân ít xảy ra mâu thuẫn bởi sự linh hoạt hợp lý trong liên kết của doanh nghiệp. Doanh nghiệp luôn giữ “chữ tín” trong việc bao tiêu sản phẩm cho nông dân. Tuy nhiên, xung quanh vấn đề

cách thức thu mua, kiểm tra chất lượng sản phẩm khi công ty nhập hàng từ bà con nông dân nhiều khi đã làm nảy sinh ra những mâu thuẫn giữa doanh nghiệp và hộ nông dân. Bởi vậy, để giải quyết ổn thỏa vấn đề mâu thuẫn trên, doanh nghiệp cần phối hợp với địa phương nâng cao vai trò hành lang pháp lý, tuyên truyền cho người nông dân biết được lợi ích và trách nhiệm của người nông dân khi tham gia liên kết, và làm sao để mỗi liên kết được lâu dài và bền vững, tạo điều kiện cho sản xuất khoai tây Atlantic của hộ nông dân và doanh nghiệp cùng phát triển. Từ đó, giải quyết mềm dẻo các mâu thuẫn xảy ra trong liên kết, duy trì bền vững cũng như tạo điều kiện xây dựng mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic.

❖ *Giải pháp về hành lang pháp lý*

Để tránh tình trạng phá vỡ hợp đồng trong mối liên kết hiện tại ở xã Yên Trung đang xây dựng mối liên kết bền vững hơn trong tương lai, cần quy định cụ thể chế tài xử phạt rõ ràng đối với việc vi phạm các cam kết trong hợp đồng cũng như cung ứng giống và tiêu thụ sản phẩm, sản lượng giao khoán, phương thức thu mua sau khi thu hoạch. Ban hành quy chế hợp đồng theo mẫu để hướng dẫn nông dân và công ty hiểu rõ được lợi ích và trách nhiệm của từng tác nhân tham gia trong hợp đồng kinh tế. Để các công ty và hộ nông dân tích cực thực hiện liên kết thì Nhà nước cần có những chính sách về đất đai, lãi suất, đầu tư mở rộng và nâng cao hệ thống kết cấu hạ tầng nông thôn, đồng thời có quy định về việc cung cấp thông tin, cung cầu, giá cả đầu vào, đầu ra cho người nông dân và các doanh nghiệp để kịp thời nắm bắt được thị trường để thay đổi sản xuất, điều chỉnh giá mua bán cho phù hợp. Thành lập hiệp hội bảo vệ quyền lợi cho các hộ nông dân tham gia liên kết. Tránh cho nông dân bị ép giá và quản lý được người dân khi tham gia liên kết với công ty. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương phải tham gia và phát huy vai trò của mình trong mối liên kết, phải là cầu nối trong mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong việc quản lý hành lang pháp lý trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic.

Năm nay trên địa bàn xã Yên Trung, số hộ vi phạm hợp đồng đã không còn nhưng sự hiểu biết và tinh thần trách nhiệm của các hộ vẫn còn rất thấp nên không ít các hộ vẫn có thể vi phạm hợp đồng mà không màng tới trách nhiệm khi tham gia hợp đồng

của mình. Bởi vậy, các chế tài xử phạt nghiêm minh mà công ty áp dụng là điều vô cùng cần thiết cho việc duy trì mối liên kết lâu dài.

#### ***4.3.2.2 Nâng cao vai trò của chính quyền địa phương***

Để tạo những điều kiện thuận lợi cũng như hành lang pháp lý nhằm tạo cho mối liên kết hình thành và phát triển mang lại hiệu quả trong thời gian tới, theo tôi, chính quyền địa phương cần tiếp tục :

Chính quyền địa phương cần đảm nhiệm vai trò là cầu nối trong hoạt động liên kết giữa hộ nông dân sản xuất khoai tây Atlantic và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina với nhiều chính sách thu hút, hỗ trợ, tạo điều kiện cho công ty TNHH thực phẩm Orion Vina về tham gia liên kết. Chính quyền địa phương cũng là tác nhân tạo ra môi trường cho sự liên kết giữa hộ nông dân và doanh nghiệp có điều kiện phát triển.

Thực tế cho thấy, quy mô diện tích của các hộ sản xuất chủ yếu là nhỏ lẻ, do đó doanh nghiệp không thể ký kết trực tiếp hợp đồng sản xuất với từng hộ nông dân. Vì vậy, chính quyền địa phương cần phải nâng cao vai trò và hiệu quả hoạt động của HTX. Để HTX thực sự đóng vai trò là cầu nối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản tại xã Yên Trung. Cùng với đó là chiến lược xây dựng xã Yên Trung trở thành vùng sản xuất khoai tây Atlantic với quy mô lớn, vùng nguyên liệu tập trung.

Trên địa bàn chính quyền địa phương cần tăng cường đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp. Cần chú trọng nâng cấp các điểm thu mua nông sản ở khu vực nông thôn, các điểm thu mua và các đầu mối giao lưu hàng hóa như chợ, trạm thu mua...tạo điều kiện thông thương và trao đổi hàng hóa trên địa bàn. Không dừng ở đó, cần nâng cao vai trò của chính quyền địa phương trong vai trò trọng tài khi ký kết hợp đồng và giải quyết các vấn đề nảy sinh trong hợp đồng giữa các doanh nghiệp và sản xuất. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cần tạo điều kiện thuận lợi giúp đỡ các hộ nông dân sản xuất, tổ chức chuyển giao khoa học kỹ thuật về địa phương, cung cấp thông tin cập nhật về thị trường cho người nông dân, đưa khoa học công nghệ vào sản xuất, giúp các hộ tránh lặt hậu trong sản xuất. Chính quyền địa phương cần quan tâm hơn nữa tới hoạt động sản xuất kinh doanh của các hộ cũng như công ty trên địa bàn, nhằm thực hiện tốt vai trò là cầu nối giữa

doanh nghiệp và hộ nông dân, nâng cao vai trò của nhà nước trong việc quản lý và hỗ trợ nông dân cũng như doanh nghiệp.

Tăng cường công tác tuyên truyền các chủ trương, chính sách hỗ trợ sản xuất vụ Đông của tỉnh và hợp đồng tiêu thụ sản phẩm của công ty, tập huấn chuyển giao KHKT để nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả kinh tế của cây trồng.

Chỉ đạo quy hoạch vùng sản xuất quy mô tập trung, khuyến khích mở rộng diện tích khoai tây Atlantic có năng suất cao, có đầu ra ổn định.

Một số giải pháp cấp thiết cần chú trọng:

(1) Đẩy mạnh công tác phổ biến, nâng cao hiểu biết về hiệu quả của mối liên kết cho người dân. Cho người dân thấy được lợi ích trong tham gia liên kết. Từ đó tích cực thúc đẩy mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản tại địa phương hình thành một cách chặt chẽ.

(2) Tạo ra và duy trì các mô hình liên kết cụ thể. Các mối liên kết rõ ràng, dễ nhận thấy có lợi cho người nông dân để họ thấy rằng việc liên kết với các doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ nông sản nói chung và hiện tại là sản phẩm khoai tây Atlantic nói riêng mang lại lợi ích tích cực trong lâu dài, từ đó giúp họ có ý thức trách nhiệm hơn trong việc thực hiện đúng như hợp đồng đã ký kết.

(3) Tăng cường vai trò của các tác nhân trong mối liên kết sản xuất – tiêu thụ khoai tây Atlantic bằng cách tuyên truyền, cung cấp thông tin cho người sản xuất về quy trình kỹ thuật, giống, về giá cả, thị trường... đặc biệt chú trọng công tác phổ biến, tuyên truyền pháp luật nhằm nâng cao ý thức chấp hành của người sản xuất khi tham gia hợp đồng kinh tế.

(4) Xây dựng vai trò là cầu nối trong việc giải quyết các tranh chấp trong hợp đồng liên kết giữa các tác nhân.

(5) Tạo điều kiện hơn nữa tổ chức cho cán bộ lãnh đạo, cán bộ quản lý, đại diện hộ gia đình đi nghiên cứu, tham quan học tập kinh nghiệm làm ăn ở các địa phương khác, trong trường hợp cần thiết có thể mời các chuyên gia kỹ thuật giúp thực hiện các chương trình kinh tế của xã, quan tâm mở rộng các chương trình kinh tế, các mô hình làm ăn có hiệu quả đã được khẳng định, từng bước thay đổi tư duy và tập quán sản xuất lạc hậu, tự cấp tự túc sang sản xuất hàng hoá của mọi người dân.

(6) Có chiến lược quảng bá giới thiệu về ưu điểm của vùng để các nhà đầu tư thấy rõ tiềm năng, lợi thế của địa phương để thu hút vốn đầu tư góp phần làm kinh tế của xã ngày càng phát triển hơn nữa.

#### **4.3.2.3 Giải pháp đối với người sản xuất (hộ nông dân)**

##### **❖ *Nâng cao nhận thức của người dân về vai trò của liên kết***

Trên địa bàn xã Yên Trung nói riêng và huyện Yên Phong nói chung thì việc xây dựng mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân là thực sự cần thiết. Một trong những giải pháp đối với hộ nông dân nhằm hoàn thiện, xây dựng mối liên kết trên là nâng cao năng lực ký kết và giải quyết tranh chấp trong hợp đồng. Trong đó, việc bồi dưỡng nâng cao nhận thức của người dân về quyền lợi và trách nhiệm của bản thân trong khi ký kết hợp đồng kinh tế là việc cần thiết.

Do trình độ nhận thức của người dân trong việc tham gia liên kết còn hạn chế nên vẫn còn tình trạng nông dân đơn phương hủy bỏ cam kết. Với tình trạng mua đứt bán đoạn đã làm ảnh hưởng đến đối tượng bán hàng của người dân. Để khắc phục tình trạng này, việc bồi dưỡng nâng cao nhận thức của người dân thông qua các kênh thông tin như mở các lớp tập huấn, tuyên truyền trên các kênh truyền hình về nông nghiệp là việc làm cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả trong sản xuất, trong liên kết. Bên cạnh đó cần có sự hợp tác chặt chẽ của các nông dân và bên tiêu thụ khoai tây Atlantic.

Ngoài các TBKT đã hướng dẫn, người dân cần tích cực tìm tòi, nâng cao kiến thức cho mình, áp dụng vào thực tế một cách có hiệu quả.

Hầu hết các hộ sản xuất chưa biết hết về lợi ích mà liên kết đem lại, bởi vậy đã có nhiều trường hợp không hiểu rõ trách nhiệm và coi thường cách xử phạt vi phạm hợp đồng vì vậy cần tuyên truyền cho nông dân hiểu và tự nguyện tham gia ký kết hợp đồng trên cơ sở nhận thức đúng đắn quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp đồng kinh tế. Bản thân các hộ nông dân cần chú ý thực hiện đúng theo hợp đồng liên kết đã ký với công ty. Không tự ý bán sản phẩm ra bên ngoài khi chưa bán đủ khối lượng cho công ty, không tự bán sản phẩm ra ngoài khi thấy cái lợi trước mắt. Các hộ nông dân cần hiểu rõ vai trò, lợi ích lâu dài của liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic với doanh nghiệp.



❖ *Nâng cao năng lực ký hợp đồng và trình độ kỹ thuật*

Qua điều tra trên các địa bàn, các hộ nông dân đều có kinh nghiệm trồng khoai tây Atlantic nhiều năm nhưng hầu hết còn sơ sài và mang tính tự phát, tự tích lũy kinh nghiệm của bản thân. Điển hình như trên địa bàn xã Yên Trung, hầu như các hộ nông dân không tham gia tập huấn về kỹ thuật sản xuất nên khả năng tiếp cận với sự phát triển của khoa học kỹ thuật cũng như ứng dụng công nghệ mới vào sản xuất còn hạn chế. Do đó, chính quyền địa phương cần thường xuyên tập huấn kỹ thuật cho bà con, cập nhật thông tin thị trường giúp bà con tránh lạc hậu trong thời kỳ hội nhập. Bản thân các hộ tham gia liên kết cần phải tăng cường thành lập tổ, hội sản xuất nhằm trao đổi kinh nghiệm, hiểu biết với nhau.

Người sản xuất cần liên kết chặt chẽ với nhau hơn nữa trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic, nhất là hoạt động tiêu thụ để đi đến thỏa thuận cùng có lợi về giá cả với doanh nghiệp và tránh tình trạng bị làm giá, ép giá của bên thu mua khi được mùa. Những người sản xuất có thể thành lập ra các hiệp hội hoặc các nhóm, tổ liên kết 5-10 người để cùng giám sát hỗ trợ nhau trong sản xuất, tiêu thụ cũng như cử ra người đứng đầu đại diện để thỏa thuận cũng như ký kết hợp đồng với phía HTX - Doanh nghiệp sao cho hai bên cùng có lợi.

Bên cạnh đó, cần chú trọng đưa cán bộ khuyến nông về từng thôn để hỗ trợ, nâng cao thâm canh cho người dân, tăng cường mở các lớp tập huấn cho các hộ mới tham gia sản xuất. Ngoài các kiến thức kỹ thuật được hướng dẫn, người dân cần tích cực tìm tòi, nâng cao kiến thức cho mình, áp dụng vào thực tế một cách có hiệu quả.

❖ *Nâng cao khả năng hạch toán kinh tế và tiếp cận thị trường*

Qua nghiên cứu tình hình thực tế, chúng tôi nhận thấy rằng hầu hết người nông dân tham gia sản xuất khoai tây Atlantic trình độ còn thấp, rất ít người học hết cấp 3 nên công tác hạch toán kinh tế rất hạn chế và khó khăn, khả năng tiếp cận thị trường còn kém. Để khắc phục điểm này, cần có sự chủ động tìm hiểu và học hỏi của các hộ. Đồng thời phát huy vai trò của chính quyền địa phương trong việc tổ chức và khuyến khích tham gia các lớp đào tạo nâng cao trình độ, học hỏi kinh nghiệm, nâng cao khả năng tiếp cận thông tin, tiếp cận thị trường khi cung cấp thông tin qua các phương tiện đại chúng cho bà con nông dân.

#### **4.3.2.4 Giải pháp đối với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina**

❖ *Đầu tư phát triển vùng nguyên liệu*

Đối với doanh nghiệp chế biến nông sản luôn cần đảm bảo tính ổn định về nguồn nguyên liệu nên cần phải có kế hoạch xây dựng và tập trung cho vùng nguyên liệu chính. Để mở rộng vùng nguyên liệu phục vụ cho sản xuất, các doanh nghiệp cần phối hợp với chính quyền địa phương huyện, tỉnh để quy hoạch thêm và đầu tư tư liệu sản xuất cho quy hoạch vùng nguyên liệu.

Công ty cần đưa ra một số phương án kích thích các hộ nông dân tham gia liên kết và tiêu thụ sản phẩm khoai tây Atlantic để đáp ứng thêm nhu cầu vô cùng lớn của công ty.

❖ *Bổ sung một số điểm còn thiếu trong hợp đồng*

Hợp đồng kinh tế là căn cứ pháp lý đảm bảo quyền, nghĩa vụ, lợi ích của các bên tham gia, và là cơ sở để cơ quan pháp luật xét xử khi có tranh chấp. Vì vậy, để giảm thiểu những vi phạm thì hợp đồng phải chặt chẽ, có tính ổn định và bền vững.

Trong quá trình liên kết, sở dĩ có tình trạng vi phạm hợp đồng, mâu thuẫn phát sinh giữa công ty và hộ nông dân là do sự thiếu chặt chẽ trong hợp đồng ký kết liên kết. Bởi vậy, để giảm thiểu những vi phạm hợp đồng khi xây dựng mối liên kết bền vững với hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic trong tương lai của công ty, thì hợp đồng kinh tế cần chú ý bổ sung linh hoạt những điểm sau:

*Thứ nhất*, Nếu công ty và hộ vi phạm và hai bên không giải quyết được thì công ty hoặc hộ có thể kiện bên kia ra tòa án dân sự để giải quyết, kinh phí do bên thua kiện trả. Đảm bảo quyền lợi cho cả hai bên tham gia liên kết.

*Thứ hai*, cần quy định rõ ràng người đứng ra làm trọng tài, hòa giải, giải quyết các mâu thuẫn, bảo vệ quyền lợi và đảm bảo các bên tham gia liên kết thực hiện đúng hợp đồng (cần phải đưa chính quyền địa phương vào trong mối liên kết với vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong liên kết sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic).

*Thứ ba*, cần có chính sách khuyến khích các hộ vượt sản lượng ký trong hợp đồng một cách ưu đãi hơn, để công ty có thể thu mua được lượng nguyên liệu lớn hơn nữa.

❖ *Hoàn thiện chế tài về giá của công ty*

Trên địa bàn xã Yên Trung Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina nên có giải pháp hợp lý về giá để thỏa thuận với hộ nông dân, đi đến sự thống nhất hợp lý giữa người nông dân và doanh nghiệp, đảm bảo quyền lợi của doanh nghiệp và hộ nông dân. Tăng sự liên kết trong sản xuất – tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa doanh nghiệp và hộ nông dân.

❖ *Cơ chế thanh khoản của công ty*

Cơ chế thanh khoản có ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống hộ nông dân, nếu thanh khoản chậm trễ thì việc chi tiêu của nông hộ sẽ trở nên khó khăn hơn. Bởi vậy, Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina đã có một cơ chế thanh khoản hợp lý và thanh toán chậm nhất là 1 tháng sau ngày thu mua cuối cùng. Điều này rất hợp lòng các hộ nông dân, bởi vậy nên công ty nên duy trì cơ chế này trong những giai đoạn tiếp theo.

Hiện tại công ty còn thanh toán chậm tiền cho hộ nông dân. Trong khi ký hợp đồng với hộ nông dân có ghi công ty sẽ thanh toán tiền hàng sau 30 ngày kể từ ngày thu mua cuối cùng nhưng thường phải sau 2 tháng, có khi 3 tháng công ty mới thanh toán cho hộ. Việc chậm thanh toán đã làm mất lòng tin của hộ vào công ty, uy tín của công ty giảm xuống. Nếu giải quyết được vấn đề này sẽ khuyến khích các hộ nông dân tham gia liên kết với công ty. Mặt khác, phương thức thanh toán cần tìm ra những biện pháp sao cho các hộ nông dân trồng khoai tây Atlantic nhận được tiền một cách nhanh nhất.

❖ *Cơ chế đảm bảo chất lượng giống khoai tây Atlantic*

Hàng năm nhu cầu về nguyên liệu của công ty TNHH thực phẩm Orion Vina là rất lớn và không ngừng tăng theo từng năm. Vì vậy, công ty không những cần một khối lượng nguyên liệu lớn và ổn định mà còn phải thường xuyên tìm những vùng nguyên liệu mới để đáp ứng nhu cầu nguyên liệu ngày một tăng của công ty. Vậy để đảm bảo mức nguyên liệu ổn định thì điều quan trọng là giống mà công ty cấp cho bà con nông dân phải đảm bảo tiêu chuẩn để cây khoai mọc lên khỏe mạnh và cũng để đảm bảo cây khoai tây có thể cho năng suất tối đa để đáp ứng nguyên liệu cho công ty. Tránh tình trạng như năm vừa qua giống khoai tây Atlantic kém

khuyến cho cây khoai tây dễ mắc bệnh và cho năng suất không cao. Vì vậy, công ty TNHH thực phẩm Orion Vina cần có biện pháp bảo quản để đảm bảo chất lượng giống tốt đến tay người sản xuất. Công ty cung cấp giống đảm bảo cho người sản xuất cũng như công ty đang đảm bảo cho nguồn nguyên liệu của mình được ổn định về số lượng và đảm bảo chất lượng. Có thể nói việc đảm bảo chất lượng giống đem lại lợi ích cho cả người sản xuất và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina. Từ việc đảm bảo lợi cho cả 2 bên cũng là tiền đề cho mối liên kết ngày càng bền chặt.

❖ *Có thêm phương án chia sẻ rủi ro*

Khi xảy ra rủi ro như thiên tai đột biến, dịch bệnh gây mất mùa, giá cả tăng đột biến và các nguyên nhân bất khả kháng thì các thành viên tham gia liên kết (công ty, HTX, hộ nông dân) phải tham gia kiểm tra bàn bạc thảo luận để tìm ra một cơ chế thích hợp giải quyết thỏa đáng lợi ích các bên để không bên nào cảm thấy thiệt thòi. Về cơ bản sự tôn trọng đã ký kết kể cả về giá cả là nguyên tắc quan trọng đảm bảo sự hợp tác lâu dài trong cơ chế thị trường. Sự thảo luận công khai dân chủ bình đẳng giữa các bên là điều kiện không thể thiếu được trong liên kết kinh tế. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina cần triển khai vấn đề này trong tương lai để có thể chia sẻ rủi ro cho các bên.

Trong mỗi liên kết sản xuất, tiêu thụ khoai tây Atlantic nói riêng và sản phẩm nông nghiệp nói chung, người sản xuất luôn phải gánh chịu nhiều rủi ro. Nhất là khi điều kiện thời tiết ảnh hưởng rất lớn tới sản lượng của khoai tây Atlantic sau thu hoạch, điều này tạo ra rủi ro lớn cho các hộ trực tiếp tham gia sản xuất và doanh nghiệp phụ trách bao tiêu sản phẩm. Chính vì vậy, khi đã tham gia ký kết hợp đồng, ngoài những trách nhiệm mà doanh nghiệp phải đảm bảo với người nông dân thì việc xây dựng thêm các phương án tránh rủi ro, phân chia lợi ích và giải quyết những rủi ro có thể xảy ra như: hỗ trợ tín dụng khi bị thiệt hại do thiên tai, trợ giá khi giá thỏa thuận chênh lệch quá lớn so với giá thị trường, các vật tư đầu vào như phân bón, thuốc BVTV... Có như vậy các hộ dân mới an tâm sản xuất và tham gia liên kết với doanh nghiệp, sản phẩm mới được đảm bảo tốt các yêu cầu về cả số lượng và chất lượng.

## PHẦN V: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

### 5.1 Kết luận

Liên kết kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ là một xu thế tất yếu của quá trình phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế. Ở Việt Nam, vấn đề kinh tế đã được đặt ra từ rất lâu. Trong nền kinh tế hàng hóa, liên kết kinh tế trong quá trình sản xuất – tiêu thụ của doanh nghiệp càng phải được đặt lên hàng đầu, đó không chỉ là vấn đề cấp thiết trong nước mà hiện nay vấn đề về liên kết cũng đang là vấn đề được các nước trên thế giới quan tâm.

1. Trong quá trình nghiên cứu mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và hộ nông dân xã Yên Trung, chúng tôi đã khái quát được một số vấn đề lý luận và thực tiễn về liên kết, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic như: Về mặt lý thuyết đề tài đã nêu lên được khái niệm về sản xuất, tiêu thụ, liên kết, và liên kết kinh tế; vai trò, đặc điểm và nguyên tắc của mối liên kết; nội dung, hình thức và phương thức chủ yếu của liên kết; các yếu tố ảnh hưởng đến mối liên kết trong sản xuất - tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa công ty và hộ nông dân. Về mặt thực tiễn, đề tài đã học hỏi kinh nghiệm về mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ từ một số địa phương và một số đề tài liên quan. Đề tài đã đi sâu nghiên cứu và phân tích nội dung mối liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic.

2. Qua quá trình nghiên cứu, đề tài đã đạt được một số kết quả sau: Mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic giữa công ty TNHH thực phẩm Orion Vina và hộ nông dân xã Yên Trung khá bền vững. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina có mối liên kết rất tốt với các hộ nông dân tham gia sản xuất khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung thông qua hợp đồng văn bản, đây là loại phương thức liên kết có tính ràng buộc cao về quyền lợi và nghĩa vụ của cả hai bên tham gia liên kết. Công ty rất chú trọng tới việc xây dựng và duy trì mối liên kết với hộ nông dân vì công ty luôn ý thức rằng đây là nguồn cung cấp đầu vào quan trọng trong quá trình sản xuất kinh doanh của công ty. Vai trò của nhà nước nhìn chung còn mờ nhạt. Ở xã Yên Trung, nông dân chỉ biết đến mối quan hệ của hộ và công ty TNHH thực phẩm Orion Vina mà không biết nhiều tới tầm ảnh hưởng của

chính quyền địa phương. Các chính sách khuyến khích sản xuất, đầu tư công còn hạn chế.

3. Trên cơ sở thực tiễn và lý luận trên, tôi xin đưa ra một số giải pháp cho sự phát triển mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất – tiêu thụ khoai tây Atlantic trên địa bàn xã Yên Trung. Đó là các giải pháp về nâng cao vai trò của chính quyền địa phương cũng như vai trò của nhà nước trong việc quản lý, giải quyết mâu thuẫn cũng như lĩnh vực đầu tư công ở từng địa phương hiện nay. Ngoài ra, để liên kết bền vững cần phải có một số giải pháp cho các hộ sản xuất và doanh nghiệp. Đối với hộ nông dân, cần nâng cao nhận thức của người dân về vai trò của liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic với doanh nghiệp.

4. Khi thực hiện các giải pháp trên, kết quả đem lại là sự mở rộng quy mô của mối liên kết, nhằm hoàn thiện hệ thống tiêu thụ, nâng cao sự hiểu biết về vai trò của hợp đồng trong sản xuất - tiêu thụ khoai tây Atlantic đối với nông dân, tạo hành trang cho nông dân tham gia vào liên kết. Bên cạnh đó, là con đường đúng đắn để có thể tìm ra tiếng nói chung cho doanh nghiệp và hộ nông dân trong quá trình liên kết sản xuất kinh doanh, đảm bảo lợi ích và nghĩa vụ của các bên tham gia liên kết, tạo điều kiện thuận lợi cho việc duy trì mối liên kết bền vững giữa doanh nghiệp và hộ nông dân trong sản xuất – tiêu thụ khoai tây Atlantic.

## **5.2 Kiến nghị**

Để có được mối liên kết bền chặt giữa công ty và hộ nông dân cùng với các nhà khác, không chỉ là sự nỗ lực của công ty và người nông dân mà còn có sự chung tay góp sức từ phía nhà nước. Điều này vô cùng quan trọng không chỉ đối với công ty mà còn đối với hệ thống các doanh nghiệp nông nghiệp nói chung. Chúng tôi xin đưa ra một số kiến nghị nhằm phát triển bền vững mối liên kết như sau:

### **5.2.1 Đối với Chính quyền địa phương**

Quan tâm và chú trọng đến các hộ nông dân, đưa ra các chủ trương hợp lý cho từng năm để hộ sản xuất có lợi.

Công tác khuyến nông, chuyển giao KHKT cần phải tăng cường sao cho có hiệu quả hơn, chuyển giao những thứ người dân cần, chứ không phải chuyển giao những thứ nhà khoa học có.

Phối hợp chuyển giao TBKT để nâng cao trình độ nhận thức của người dân và giúp họ áp dụng những tiến bộ KHKT vào sản xuất, đồng thời khi chuyển giao cần kết hợp cùng với kiến thức thực tế của người dân để áp dụng một cách có hiệu quả nhất. Chứ không phải chỉ nói xuông mà không có thực hành.

### **5.2.2 Đối với hộ trồng khoai tây Atlantic**

Cần có tư duy sản xuất nông nghiệp theo hướng thị trường.

Cần tích cực tham gia học hỏi, trao đổi thêm kinh nghiệm chăm sóc, kỹ thuật khoai tây Atlantic. Thường xuyên và tích cực tham gia tập huấn kỹ thuật mà địa phương tổ chức để nâng cao kiến thức và cập nhật thông tin thị trường

Cần nhận thức rõ hơn những lợi ích kinh tế lâu dài mà liên kết mang lại, từ đó tích cực tham gia và có trách nhiệm hơn trong liên kết, nhất là mối liên kết sản xuất tiêu thụ thông qua hợp đồng kinh tế.

Cần mạnh dạn đầu tư trong sản xuất và áp dụng những TBKT mới vào sản xuất đồng thời tìm hiểu thêm các biện pháp kỹ thuật trong trồng và chăm sóc để nâng cao năng suất cũng như chất lượng khoai tây Atlantic.

### **5.2.3 Đối với Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina**

Đưa ra hợp đồng hai bên cùng có lợi, Đẩy mạnh công tác phổ biến, nâng cao hiểu biết về hiệu quả của mối liên kết cho người dân. Cho người dân thấy được lợi ích trong tham gia liên kết. Từ đó tích cực thúc đẩy mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic tại địa phương hình thành một cách chặt chẽ.

Công ty cần thanh khoản kịp thời và sòng phẳng cho người nông dân giúp công ty xây dựng hình ảnh tốt của công ty trong lòng người dân tham gia liên kết.

Công ty cần chú trọng hơn nữa xây dựng mối liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp và nhà khoa học, nhà nước nhằm tận dụng tối đa nguồn lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.

Công ty cũng cần có những chính sách hợp lý, thu hút và khuyến khích các hộ nông dân tham gia liên kết thông qua hợp đồng với công ty, đồng thời cũng có chính sách khuyến khích các hộ đã tham gia ký hợp đồng sản xuất và nông dân hăng say sản xuất, vượt khối lượng giao khoán.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2003). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Dương Bá Phượng (1995). *Liên kết giữa sản xuất và thương mại trong quá trình chuyển sang nền kinh tế thị trường*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội.
3. Đặng Phúc (2011). “*Nông nghiệp chất lượng cao gắn với phát triển bền vững tỉnh Bắc Ninh*”, Bài viết của Cổng thông tin doanh nghiệp và đầu tư Bắc Ninh. Nguồn: <http://bacninhbusiness.gov.vn/Index.aspx?new=296&item=19&ba=19&nong-nghiep-chat-luong-cao-gan-voi-phat-trien-ben-vung-tinh-bac-ninh.html>, truy cập ngày 25/1/2015, lúc 10h23’
4. Đặng Trần Trung (2010). “*Yên Phong phát triển cây khoai tây*”, Bài viết của báo Bắc Ninh Online. Nguồn: [http://baobacninh.com.vn/news\\_detail/65747/yen-phong-phat-trien-cay-khoai-tay.html](http://baobacninh.com.vn/news_detail/65747/yen-phong-phat-trien-cay-khoai-tay.html), truy cập ngày 25/1/2015, lúc 11h17’.
5. Hợp đồng kinh tế về việc sản xuất khoai tây Atlantic
6. Lê Thanh Tùng (2014), “*Nghiên cứu liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản tại xã Việt Hùng, huyện Vũ Thư, tỉnh Thái Bình*”, Khóa luận tốt nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.
7. Lê Trường Giang (2013), “*Nghiên cứu liên kết bốn nhà trong sản xuất và tiêu thụ mía nguyên liệu tại Thanh Hóa*”, luận văn thạc sĩ kinh tế chuyên ngành Kinh tế Nông Nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.
8. Lê Văn Lương (2008), “*Nghiên cứu mối liên kết sản xuất tiêu thụ rau an toàn trên địa bàn Hà Nội*”, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
9. Lương Văn Duẩn (2011), “*Nghiên cứu các hình thức liên kết sản xuất và tiêu thụ nấm ăn ở tỉnh Bắc Giang*”, Luận văn thạc sĩ kinh tế chuyên ngành kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.
10. Mai Văn Minh (2012), “*Nghiên cứu các mối liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm từ cói ở huyện Nga Sơn, Thanh Hoá*”, Luận văn thạc sĩ kinh tế chuyên ngành kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.
11. Minh Hoài (2006), “*Tiêu thụ nông sản theo hợp đồng*”, *Tạp chí Kinh tế phát triển* tháng 9 năm 2006.

12. Nguyễn Bích Lâm (2007), “Khái niệm sản xuất trong thống kê tài khoản quốc gia”, Thông tin khoa học thống kê, Viện khoa học thống kê, **Số 1- 2007**.
13. Nguyễn Đình Diệu (2002). “Thực trạng tiêu thụ sản phẩm ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở nước ta hiện nay”. Nguồn: <http://doan.edu.vn/do-an/huc-trang-tieu-thu-san-pham-o-cac-doanh-nghiep-cong-nghiep-quy-mo-vua-va-nho-o-nuoc-ta-hien-nay-1222/>, truy cập ngày 18/5/2015, lúc 11h10’.
14. Nguyễn Thị Bích Hồng (2008), “Lợi ích của mối liên kết tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng”, *Nội san kinh tế*, Viện kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, tháng 3 năm 2008.
15. Nguyễn Thị Ngọc Mai (2010), “*Nghiên cứu mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chè nguyên liệu của công ty chè Sông Lô – Tuyên Quang*”, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Học viện nông nghiệp Việt Nam.
16. Nguyễn Thị Phương Thúy (2015), “Sản xuất khoai tây Atlantic”, *Báo nông nghiệp Việt Nam* tháng 2 năm 2015.
17. Phạm Thị Minh Nguyệt (2006). *Giáo trình kinh tế hợp tác trong nông nghiệp*, Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội
18. Phạm Trần Lê (2014), “Những giải pháp liên kết lấy nông dân làm trung tâm”, *Tạp chí Tia sáng*, Bộ khoa học và công nghệ, tháng 4 năm 2014.
19. Số liệu thống kê về cây màu vụ đông năm 2011-2014 của xã Yên Trung.
20. Thế Vĩnh (2013), “Lợi ích từ mô hình liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản”, *Báo công thương* tháng 4 năm 2013.
21. Tổng cục Thống kê (2003). *Phương pháp biên soạn hệ thống tài khoản quốc gia ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
22. Trần Bình (2012), “Liên kết trong chính sách thu hút đầu tư phát triển công nghiệp của các địa phương vùng kinh tế trọng điểm miền trung: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí khoa học và công nghệ*, ĐH Đà Nẵng – số **6(29)**, 2012.
23. Trần Đức Hạnh (2012), “*Giải pháp tăng cường bốn nhà trong sản xuất và tiêu thụ nông sản ở huyện Yên Dũng, tỉnh Bắc Giang*”, Luận văn thạc sỹ kinh tế chuyên ngành kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.

24. Trần Quốc Nhân (2012), “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 năm 2012.
25. Trần Văn Hiếu (2005), “*Liên kết giữa các hộ nông dân với các doanh nghiệp nhà nước*”, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Học viện Nông nghiệp Việt Nam
26. Trần Văn Thanh (2012), “*Nghiên cứu mối liên kết trong sản xuất và tiêu thụ Dừa của các hộ nông dân với công ty Cổ phần thực phẩm xuất khẩu Đồng Giao (DOVECO) trên địa bàn xã Quang Sơn, thị xã Tam Điệp, tỉnh Ninh Bình*”, khóa luận tốt nghiệp chuyên ngành Kinh tế, học viện nông nghiệp Việt Nam
27. Trương Công Tuyền (2008), “Giống khoai tây chế biến Atlantic”. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ* số 2/2008
28. Việt Anh (2013), “Khoai tây Atlantic ở Yên Phong”, Bài viết của báo Bắc Ninh Online. Nguồn: [http://baobacninh.com.vn/news\\_detail/77470/khoai-tay-atlantic-o-yen-phong.html](http://baobacninh.com.vn/news_detail/77470/khoai-tay-atlantic-o-yen-phong.html), truy cập ngày 29/5/2015 lúc 10h 58’.
29. Vũ Thị Thu Giang (2013), “*Liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sữa tươi của hộ chăn nuôi bò sữa huyện Ba Vì, thành phố Hà Nội*”, Luận văn thạc sỹ kinh tế chuyên ngành kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông Nghiệp Việt Nam.

## PHỤ LỤC

### PHIẾU ĐIỀU TRA HỘ NÔNG DÂN

Số phiếu: ...

Ngày .....tháng .....năm.....

#### I.NHỮNG THÔNG TIN CHUNG

##### *Vai trò của người được phỏng vấn trong gia đình?*

1. Chủ hộ  
2. vợ/chồng của chủ hộ  
3. con  
4. bố/mẹ  
5. Khác

##### *Thông tin chung về chủ hộ*

1. Họ và tên người được phỏng vấn.....

2. Tuổi: .....

3. Giới tính: 1. Nam 2. Nữ

4. Địa chỉ thôn:

1. Chính Trung 2. Xuân Cai 3. Lương Tân  
4. Vọng Đông 5. Sát Thượng 6. Trần Xá  
7. Yên Lãng 8. Ấp Đồn 9. Ấp Thượng

5. Trình độ học vấn của chủ hộ:

1. Không đi học 2. cấp 1 3. cấp 2 4. cấp 3  
5. Trung cấp, cao đẳng 6. đại học 7. Khác:.....

6. Nghề nghiệp chính:

1. Nông nghiệp 2. Công chức/về hưu  
3. Kinh doanh/làm dịch vụ 4. Khác

7. Thành viên hiện có trong gia đình (ăn cùng, ở cùng trong vòng 3 tháng quá)

Diễn giải	ĐVT	Số lượng
Số thành viên	người	
Số người trong độ tuổi lao động	người	
Số người già (> 60 tuổi)	người	
Số trẻ em (< 5 tuổi)	người	

#### 8. Tình hình tài sản của hộ gia đình

Loại tài sản	ĐVT	Số lượng
1. Tủ lạnh	cái	
2. Ti vi	cái	
3. Đài	cái	
4. Điện thoại	cái	
5. Xe máy	cái	
6. Ô tô	cái	
7. Xe đạp	cái	

#### 9. Tình hình sản xuất vụ đông 2014 của hộ

Chỉ tiêu	Tổng số (sào)	Năng suất (kg/sào)	Giá bán (1000đ/kg)
1. Khoai tây thường			
2. Khoai tây Atlantic			
3. Cây rau màu khác			

#### 10. Nguyên nhân khiến cho năng suất khoai tây Atlantic của ông, bà thấp như vậy?

1. Điều kiện thời tiết không thuận lợi
2. Chất lượng giống kém
3. Công ty thu mua không đúng thời vụ

### II. LIÊN KẾT TRONG SẢN XUẤT KHOAI TÂY ATLANTIC

1. Ông (bà) có hiểu biết về vấn đề liên kết (hoặc hợp đồng) trong sản xuất và tiêu thụ khoai tây Atlantic không?

1. Không hiểu biết
2. Hiểu rất rõ
3. Biết nhưng không hiểu lắm

2. Vụ đông vừa qua gia đình có trồng khoai tây Atlantic?

1. Có
2. Không

3. Nếu không, lý do vì sao ông (bà) không trồng?

1. Không rõ lợi ích mang lại
2. Không hiểu rõ hình thức liên kết

3. Trước kia đã trồng và không hiệu quả
  4. Không đủ điều kiện tham gia
  5. Sợ bị ràng buộc
4. Gia đình có được phổ biến kỹ thuật sản xuất khoai tây Atlantic không?
1. Có
  2. Không
- Nếu có, cơ quan nào phổ biến kỹ thuật
1. Khuyến nông
  2. Viện, Trường ĐH
  3. Phòng NN
  4. Doanh nghiệp
5. Ông (bà) có trao đổi kinh nghiệm sản xuất khoai tây Atlantic với các hộ khác không?
1. Có
  2. Không
- Có trao đổi về giá bán không?
1. Có
  2. Không
- Có trao đổi, giới thiệu người thu mua không?
1. Có
  2. Không
6. Ông (bà) có liên kết để làm giảm giá đầu vào không?
1. Có
  2. Không
7. Ông (bà) có liên kết để tăng giá bán khoai tây Atlantic không?
1. Có
  2. Không
8. Hình thức để ông, bà trao đổi với hộ trồng khoai tây khác là gì?
1. Gọi điện thoại trao đổi
  2. Thảo luận trong cuộc họp
  3. Thảo luận khi đi làm đồng
9. Ông, bà có thường xuyên trao đổi với các hộ sản xuất khoai tây khác không?
1. Thường xuyên
  2. thỉnh thoảng
  3. Rất ít khi

10. Xin ông (bà) vui lòng cho biết gia đình mua giống, phân bón, thuốc BVTV ở đâu? Hình thức nào?

Đầu vào	Địa điểm mua	Phương thức mua		Hình thức thanh toán		
		Hợp đồng	Không hợp đồng	Trả ngay	Trả chậm	Mượn
Giống khoai tây	1. Các cửa hàng, đại lý					
	2. HTX dịch vụ					
	3. Các công ty giống					
	4. Trung tâm khuyến nông					
	5. Địa điểm khác (cụ thể)					
Phân bón	1. Các cửa hàng, đại lý					
	2. HTX dịch vụ					
	3. Các công ty VTNN					
	4. Trung tâm khuyến nông					
	5. Địa điểm khác (cụ thể)					
Thuốc BVTV	1. Các cửa hàng, đại lý					
	2. HTX dịch vụ					
	3. Các công ty BVTV					
	4. Trung tâm khuyến nông					
	5. Địa điểm khác (cụ thể)					
Đầu vào khác	Nơi mua (đề nghị ghi rõ): .....					

11. Ông bà đánh giá về chất lượng các loại giống, phân bón, thuốc BVTV như thế nào?

1. Tốt

2. Bình thường

3. Không tốt

12. Đối tượng, hình thức hợp đồng của gia đình ông (bà) khi sản xuất khoai tây Atlantic?

Đối tượng liên kết	Hình thức liên kết		Thời gian liên kết	
	Thoả thuận miệng	Hợp đồng có biên bản	Dài hạn (trên 1 năm)	Ngắn hạn (dưới 1 năm)
1. Doanh nghiệp				
2. HTX				
3. Thương lái, Cửa hàng đại lý				
4. Chợ				
5. Đối tượng khác				

13. Sau này ông, bà có trồng khoai tây Atlantic không?

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| 1. Chắc chắn trồng | 3. Có thể không trồng    |
| 2. Có thể sẽ trồng | 4. Chắc chắn không trồng |

14. Nếu không, lý do sau này ông, bà không trồng là gì?

1. Sự ràng buộc về giá và khối lượng giao khoán
2. Giá hợp đồng không điều chỉnh nhanh theo giá
3. Công ty TNHH thực phẩm Orion Vina thanh toán chậm trễ

15. Ông (bà) có thể ước tính chi phí sản xuất, (tính bình quân 1 sào) năm 2014:

Chỉ tiêu	ĐV	Số lượng	Chi phí (1000đ)	Chỉ tiêu	ĐV	Số lượng	Chi phí (1000đ)
1. Giống khoai tây thường	Kg			6. NPK	Kg		
2. Giống khoai tây Atlantic	Kg			7. Thuốc BVTV	Kg		
3. Đạm	Kg			8. Vật tư khác	Kg		
4. Lân	Kg			9. Thuê máy móc	Lần		
5. Kali	Kg			10. Thuê LĐ	LD		

16. Lý do không tham gia liên kết?

1. Không rõ lợi ích của việc liên kết sẽ mang lại



2. Không hiểu rõ các hình thức liên kết thực tế tại địa phương
3. Trước kia đã từng tham gia và không thấy hiệu quả
4. Không đủ điều kiện tham gia liên kết
5. Sợ bị ràng buộc
6. Nguyên nhân khác (ghi cụ thể): .....

17. Lý do hộ chấm dứt liên kết?

1. Sự ràng buộc trong hợp đồng về giá, khối lượng giao khoán
2. Giá ký hợp đồng không điều chỉnh nhanh theo giá thị trường
3. Thanh toán chậm chễ

### III. LIÊN KẾT TRONG TIÊU THỤ

1. Xin ông (bà) cho biết gia đình thường bán sản phẩm cho ai?

Chỉ tiêu	Bán tại chợ quê	Bán cho HTX	Bán cho thương lái	Bán cho công ty Orion	Bán cho đối tượng khác
Khoai tây thường					
Khoai tây Atlantic					

2. Ông (bà) đánh giá như thế nào khi bán sản phẩm cho đối tượng?

Chỉ tiêu	Giá bán			Tính chất của giá bán	
	Cao	Thấp	TB	Ổn định	Bất ổn
1. Chợ quê					
2. Thương lái					
3. HTX dịch vụ					
4. Công ty Orion					
5. Địa điểm khác (cụ thể)					

3. Ông, bà bán sản phẩm cho thương lái theo hình thức nào?

1. Hợp đồng                      2. Thỏa thuận miệng                      3. Tự do
4. Vụ đông vừa qua ông, bà bán sản phẩm cho ai?
  1. Công ty Orion                      2. Người thu gom                      3. Đối tượng khác
5. Khi tiêu thụ sản phẩm, gia đình Ông (bà) có thực hiện cam kết là bán khoai tây Atlantic cho công ty Orion như đã ký kết/thỏa thuận không?
  1. Luôn luôn thực hiện đúng cam kết
  2. Một số trường hợp bán cho người khác
  3. Không thực hiện cam kết
6. Nếu không thực hiện đúng cam kết, xin ông (bà) vui lòng cho biết nguyên nhân vì sao?
  1. Giá thị trường cao hơn giá ký kết/thỏa thuận trong hợp đồng
  2. Do công ty Orion cố tình ép giá
  3. Do công ty Orion yêu cầu chất lượng khoai tây Atlantic quá cao
  4. Công ty Orion không thu mua hết số lượng khoai đã cam kết
  5. Thời điểm thu mua không phù hợp
  6. Nguyên nhân khác (ghi cụ thể): .....
7. Trong quá trình tiêu thụ, công ty Orion có chấp hành đúng các cam kết tiêu thụ với hộ gia đình không?
  1. Luôn luôn thực hiện đúng cam kết
  2. thỉnh thoảng mới thực hiện đúng cam kết
  3. Không bao giờ thực hiện đúng cam kết

#### **IV- TÁC ĐỘNG CỦA LIÊN KẾT**

1. Khi tham gia liên kết, Gia đình có được lợi ích từ việc tham gia liên kết không?
  1. Có                                      2. Không
2. Nếu có, Ông (bà) vui lòng cho biết, liên kết giúp gia đình những lợi ích gì?
  1. Được ứng trước một phần chi phí đầu vào
  2. Được ứng trước toàn bộ chi phí đầu vào
  3. Được ký kết bao tiêu sản phẩm
  4. Giá đầu ra ổn định
  5. Được hỗ trợ tư vấn về kỹ thuật chăm sóc

6. Tiếp cận được nguồn tín dụng
7. Tiếp cận được thị trường (cả đầu vào và đầu ra)
8. Giảm thiểu được rủi ro

3. Ông (bà) có thể cho biết hiệu quả sau khi liên kết so với khi không tham gia liên kết?

Các yếu tố đánh giá	Hiệu quả sau liên kết so với trước liên kết				
	Giảm mạnh	Giảm nhẹ	Không đổi	Tăng nhẹ	Tăng mạnh
Năng suất					
Chất lượng sản phẩm					
Giá bán					

4. Trong thời gian tới để SX có hiệu quả cao hơn, ông (bà) có mong muốn gì?

Mong muốn cụ thể	Nhu cầu liên kết		
	Rất cần	Bình thường	Không cần
1. Có chủ trương, chính sách đúng			
2. Cần cung cấp giống, vật tư đầu vào			
3. Nhu cầu tiền vốn SX			
4. Muốn ứng dụng KTKT			
5. Muốn có thị trường đầu ra ổn định.			
6. Nhu cầu khác			

#### V. ĐỀ XUẤT – KIẾN NGHỊ ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ LIÊN KẾT

1. Ý kiến, đề xuất của Ông (bà) để giúp cho hộ nông dân thực sự đạt được nhiều lợi ích và hiệu quả cao trong liên kết:

1 Đối với người thu gom

.....

2 Đối với công ty Orion

.....

3 Đối với chính quyền địa phương

.....

**Xin chân thành cảm ơn Ông/Bà**

## PHIẾU PHỎNG VẤN NGƯỜI THU GOM

Số phiếu: .....

Ngày ... tháng ... năm ...

### I. Thông tin chung

1. Họ và tên người được phỏng vấn: .....
2. Địa chỉ: .....
3. Trình độ học vấn:  
1. Cấp 1      2. Cấp 2      3. Cấp 3      4. ĐH      5. Khác
4. Tuổi chủ hộ: .....
5. Giới tính chủ hộ:                      1. Nam                      2. Nữ
6. Nhân khẩu trong gia đình: .....
7. Số lao động tham gia vào sản xuất khoai tây Atlantic: .....
8. Số năm thu mua khoai tây:.....

### II. Thông tin về liên kết

1. Ông (bà) hiểu biết như thế nào về liên kết  
1. Hiểu biết rõ                      2. Hiểu nhưng không rõ                      3. Không biết
2. Trong quá trình hoạt động ông (bà) có thỏa thuận hay hợp đồng không?  
1. Có                      2. Không
- Nếu có thì là hình thức nào:      1. Thỏa thuận                      2. Hợp đồng                      3. Tự do
3. Nêu lý do không liên kết?
  1. Không rõ lợi ích của việc liên kết sẽ mang lại
  2. Không hiểu rõ các hình thức liên kết thực tế tại địa phương
  3. Trước kia đã từng tham gia và không thấy hiệu quả
  4. Không đủ điều kiện tham gia liên kết
  5. Sợ bị ràng buộc
  6. Nguyên nhân khác (ghi cụ thể):
4. Hộ có trao đổi với các hộ thu gom khác để tạo thành hội nhóm không?
  1. Có                      2. Không
  - . Có tham gia hội, nhóm những người thu gom không?
    1. Có                      2. Không

5. Ông, bà có thường xuyên trao đổi với những người thu gom khác?

1. thường xuyên                      2. thỉnh thoảng                      3. Rất ít khi

6. Ông, Bà trao đổi với nhau về vấn đề gì?

1. Trao đổi về chất lượng, số lượng sản phẩm  
2. trao đổi về thông tin giá cả

7. Hình thức ông, bà trao đổi với nhau ?                      1. Thỏa thuận miệng                      2. Tự do

8. Ông, bà liên lạc với nhau theo cách nào?

1. Gặp mặt trao đổi    2. Gọi điện trao đổi

9. Hộ mua, bán sản phẩm với các đối tượng và giá thành?

Đối tượng	Mua ( giá mua)	Bán (giá bán)
1.Hộ nông dân		
2. HTX		
3.Doanh nghiệp		
4. Hộ thu gom khác		
5.Đối tượng khác		

10. Cách thức hộ liên kết với các tác nhân

Cách thức	Mua	Bán
Tự tìm người bán (mua)		
Quen biết được giới thiệu		
Tự người mua (bán) tìm đến		

11. Hình thức thanh toán của ông , bà?                      1. Trả ngay                      2. Trả chậm

12. Tại sao vụ đông vừa qua ông, bà không thu mua khoai tây Atlantic?

1. Khó tiêu thụ  
2. Không thu mua được do giá công ty cao  
3. Cung khoai tây thường rất lớn

13. Giá khoai tây bình quân vài năm trở lại đây?

Giá mua: .....

Giá bán:.....

14. Sau này ông bà có mua khoai tây Atlantic không?

1. nếu cung khoai tây thường ít                      2. Có                      3. Không

15. Ông (bà) thích hình thức liên kết nào nhất? Lý do?

1. Hợp đồng                      2. Thoả thuận miệng                      3. Tự do

Lý do:.....

16. Nhu cầu liên kết trong thời gian tới?

1. Muốn tham gia                      2. Còn xem xét                      3. Không tham gia

17. Khó khăn mà hộ gặp trong quá trình liên kết?

.....

18. Thuận lợi mà hộ gặp trong quá trình liên kết

.....

19. Mong muốn, đề xuất với các tác nhân để liên kết bền chặt?

.....

**Xin chân thành cảm ơn Ông/Bà**

## PHIẾU HỎI Ý KIẾN CÔNG TY ORION

Số phiếu: .....

Ngày ... tháng ... năm ...

### I. TÌNH HÌNH LIÊN KẾT

1. Doanh nghiệp ký với đối tượng nào, hình thức ra sao?

Đối tượng	Hình thức	
	Hợp đồng	Thỏa thuận miệng
1. Các hộ gia đình, các cơ sở sản xuất		
2. Các HTX, tổ hợp tác		
3. Các lái buôn/người thu gom		
4. Đối tượng khác: .....		

2. Ông/bà hãy đánh giá mức độ liên kết giữa Doanh nghiệp và các hộ nông dân/HTX, hay các bên tham gia mà thực tế doanh nghiệp đã trải qua?

Đối tác liên kết	Mức độ liên kết				
	Rất lỏng lẻo	Lỏng lẻo	Bình thường	Chặt chẽ	Rất chặt chẽ
Hộ nông dân					
Hợp tác xã					
Thương lái/thu gom					
Doanh nghiệp khác					

3. Ông/bà nhận định về lợi ích của liên kết mang lại cho doanh nghiệp khi ký kết hợp đồng không?

(Mức 1-đánh giá thấp nhất; mức 5-đánh giá cao nhất)

Nhận định	Mức độ đánh giá				
	1	2	3	4	5
Lượng đầu vào ổn định					
Chất lượng đầu vào tăng lên					
Tiến độ thu mua nguyên liệu đảm bảo					
Đảm bảo giá cả đầu vào hợp lý					

## II. NHU CẦU LIÊN KẾT

1. Ông (bà) có cho rằng mối liên kết giữa 3 nhà là cần thiết không?

1. Rất cần thiết                      2. Bình thường                      3. Không cần thiết

2. Đối tượng, hình thức liên kết mà doanh nghiệp ông (bà) mong muốn?

Đối tượng	Hình thức		Nội dung		Thời gian	
	Thoả thuận miệng	Hợp đồng	Sản xuất	Tiêu thụ	Dài hạn (>1năm)	Ngắn hạn (<1năm)
1. Doanh nghiệp						
2. Nhà khoa học						
3. Hộ nông dân						
4. Thương lái, đại lý						

3. Ông bà mong doanh nghiệp mình nhận được lợi ích gì khi tham gia liên kết?  
(Chọn đánh số thứ tự từ 1 đến 3; 1 là ưu tiên nhất)

Lợi ích	Mức độ mong muốn
1. Đầu vào sản xuất ổn định	
2. Chất lượng đầu vào được đảm bảo	
3. Chi phí đầu vào ổn định	

4. Nếu không tham gia liên kết thì nguyên nhân tại sao không tham gia liên kết?

1. Không rõ lợi ích của việc liên kết sẽ mang lại
2. Không hiểu rõ các hình thức liên kết thực tế tại địa phương
3. Liên kết không đem lại lợi ích gì
4. Trước kia đã từng tham gia và không thấy hiệu quả
5. Không đủ điều kiện tham gia liên kết
6. Nguyên nhân khác (đề nghị ghi cụ thể): .....

## III. NHỮNG ĐÁNH GIÁ, ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

1. Ông/bà có đồng ý với nhận định “Hợp đồng thỏa thuận bằng miệng (hợp đồng phi chính thống) là rất lỏng lẻo và rất dễ bị phá vỡ”?

1. Hoàn toàn đồng ý                      2. Đồng ý



3. Không đồng ý
4. Không có ý kiến gì
2. Nếu như doanh nghiệp đã biết những hạn chế, bất lợi từ các hợp đồng thỏa thuận miệng, vậy thì tại sao doanh nghiệp vẫn tiếp tục duy trì các hợp đồng không chính thức này?
1. Lợi ích vẫn lớn hơn bất lợi khi thực hiện hợp đồng không chính thức
  2. Vì rất khó ký kết hợp đồng chính thức với các đối tác (nông dân, HTX)
  3. Doanh nghiệp chưa từng ký kết hợp đồng với các hộ nông dân, HTX
  4. Lý do khác (đề nghị ghi rõ): .....
3. Nguyên nhân chủ yếu khiến hợp đồng chính thức khó thực hiện được là vì:
1. Do thị trường đầu vào của doanh nghiệp bấp bênh
  2. Do hạn chế về vốn của doanh nghiệp, nên không thể hoặc rất khó ứng trước vốn cho các hộ sản xuất
  3. Do cơ chế, chính sách trong liên kết tiêu thụ sản phẩm chưa phù hợp
  4. Do tâm lý chạy theo lợi ích trước mắt của các hộ sản xuất nhỏ lẻ
  5. Nguyên nhân khác (ghi cụ thể): .....
4. Trong thời gian sắp tới có tiếp tục ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm không?
1. Có
  2. Không
5. Nếu doanh nghiệp trước đây có ký kết hợp đồng mà hiện nay lại không, thì xin vui lòng cho biết nguyên nhân vì sao không ký hợp đồng nữa?
1. Khó khăn trong thực thi hợp đồng vì đầu ra không ổn định
  2. Do chất lượng nguồn nguyên liệu cung cấp không đáp ứng yêu cầu
  3. Do các hộ nông dân/HTX không cung cấp đủ về số lượng
  4. Do tình trạng không tuân thủ hợp đồng của hộ nông dân/hợp tác xã
  5. Tất cả các nguyên nhân trên
6. Kiến nghị với cơ quan quản lý Nhà nước
- .....
7. Đề xuất kiến nghị với các Hợp tác xã, Hiệp hội?
- .....

**Xin chân thành cảm ơn Ông/Bà!**

## PHIẾU HỎI Ý KIẾN CÁN BỘ CHÍNH QUYỀN

Số phiếu: .....

Ngày ... tháng ... năm ...

### I. NHỮNG THÔNG TIN CƠ BẢN

1. Họ và tên người được phỏng vấn: .....
2. Tuổi.....Chức vụ: .....
3. Trình độ chuyên môn: .....
4. Tên cơ quan/đơn vị công tác: .....
5. Điện thoại: .....Fax: .....

### II. HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT TRÊN ĐỊA BÀN

1. Ông (bà) có biết đến hợp đồng liên kết trong sản xuất khoai tây Atlantic tại địa phương không?
  1. Có
  2. Không
2. Địa phương đưa cây khoai tây Atlantic vào sản xuất từ năm 20.....
3. Ông (bà) nhận thấy mối liên kết trong sản xuất khoai tây Atlantic tại địa phương như thế nào?
  1. Lông lẻo
  2. Rất lỏng lẻo
  5. Bình thường
  3. Bền chặt
  4. Rất bền chặt
4. Đánh giá sự cần thiết của liên kết đối với địa phương
  1. Không cần thiết
  2. Tương đối cần thiết
  3. Cần thiết
  4. Rất cần thiết
5. Chính quyền địa phương đã có chính sách gì liên quan tới liên kết về khoai tây Atlantic?.....
6. Nêu những giải pháp cụ thể mà cơ quan/đơn vị đã đưa ra nhằm tháo gỡ khó khăn cho hộ nông dân và doanh nghiệp khi triển khai các chương trình, chính sách cụ thể thúc đẩy liên kết?  
.....
7. Chính quyền có ý định gì mới để thúc đẩy mối liên kết sản xuất khoai tây Atlantic tại địa phương không?
  1. Có
  2. Không

.....  
VI. NHỮNG ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

1. Đề xuất, kiến nghị với cơ quan Nhà nước

.....  
2. Đề xuất ý kiến với doanh nghiệp:

.....  
3. Đề xuất ý kiến với hộ nông dân sản xuất nông sản:

.....  
**Xin chân thành cảm ơn Ông/Bà !**