

TĂNG CƯỜNG THÚC ĐẨY HỆ THỐNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM HOA Ở VIỆT NAM NÓI CHUNG VÀ TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG NÓI RIÊNG

Ts. Nguyễn Thị Tân Lộc, Ths. Nguyễn Thị Sáu - Viện Nghiên cứu Rau quả

I. Đặt vấn đề

Hiện nay khi điều kiện của người dân, nhất là người dân tại các thành phố lớn đã được cải thiện, đời sống về vật chất và tinh thần được chú trọng nên nhu cầu về hoa ngày càng cao. Theo đánh giá của Cục Trồng trọt, nhu cầu thị trường về hoa, cây cảnh giai đoạn 2011-2015, bình quân mỗi năm tăng 11%. Việt Nam cũng là một quốc gia có tiềm năng về sản xuất hoa và trong một số năm gần đây diện tích và sản lượng hoa tăng lên nhanh chóng. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2017, cả nước có khoảng 25,46 nghìn ha diện tích trồng hoa. Diện tích này lớn gấp 1,7 lần so với diện tích trồng hoa năm 2011 và diện tích gia tăng của 2014 gấp 1,56 lần so với 2011. Riêng đối với vùng đồng bằng sông Hồng, diện tích hoa cũng năm sau cao hơn năm trước và sản xuất hoa gia tăng khá ổn định ở Hà Nội và Nam Định. Còn nếu so sánh về trước cho thấy, trong giai đoạn 2005-2015, diện tích trồng hoa đã tăng hơn 2,3 lần, giá trị sản lượng tăng 7,2 lần (đạt 6.500 tỷ đồng, trong đó xuất khẩu xấp xỉ 50 triệu đô-la Mỹ). Diện tích hoa gia tăng là do giá trị của sản xuất hoa trên một đơn vị diện tích thu được cao hơn so với các cây trồng khác. Đã hình thành nhiều mô hình đạt thu nhập từ 800 triệu đến 2,5 tỷ đồng trên một héc-ta (Dũng Minh, 2016). Thu nhập bình quân trồng hoa, cây cảnh trên cả nước năm 2014 là 285 triệu đồng/ha/năm. So với giá trị thu nhập/ha canh tác toàn ngành trồng trọt là 82-83 triệu đồng/ha/năm, mức thu nhập này gấp gần 3,5 lần. So sánh với một số loại cây trồng chính hiện nay cho thấy, lợi nhuận thu được từ 1 ha trồng hoa cao hơn 10- 15 lần so với trồng lúa và 7-8 lần so với trồng rau (Viện Nghiên cứu Rau quả, 2004). Như vậy sản xuất hoa đã đóng góp vào sự thay đổi cơ cấu cây trồng trong nông nghiệp và đặc biệt đóng góp vào xây dựng nông thôn mới.

Sản phẩm hoa của Việt Nam sản xuất ra không chỉ tiêu thụ trong nước mà còn xuất khẩu. Tuy nhiên, vào những thời điểm nhu cầu hoa cao như Tết hoặc các dịp lễ hội

thì Việt Nam còn phải nhập khẩu rất nhiều, nhất là các loại hoa có giá trị như phong lan, lan hồ điệp.... Hoa ở Việt Nam được tiêu thụ tại các chợ truyền thống, các cửa hàng hoa và gần đây thì các siêu thị và cửa hàng tiện ích cũng tham gia bán hoa. Đây là những nét mới trong tiêu thụ hoa. Tiêu thụ thông qua hệ thống chợ bao gồm cả chợ quy hoạch, chợ tạm và bán ở bất cứ địa điểm nào khi thấy có khách mua. Tiêu thụ qua kênh siêu thị đã giúp hình thành được kênh chất lượng song có thách thức lớn khi thị trường mới có những yêu cầu đặc biệt ở khía cạnh về chất lượng (độ tươi) và thời hạn giao hàng (Carlton và Perloff, 1994). Điểm đáng ngại nhất đó là giữa các tác nhân trong ngành hàng hoa chưa có sự liên kết chặt chẽ do đó giá sản phẩm chưa ổn định dẫn đến người sản xuất chịu nhiều thiệt thòi. Người tiêu dùng (NTD) còn chưa thực sự tin tưởng vào chất lượng của hoa và gặp khó khăn trong nhận diện sản phẩm, nhất là tại thị trường truyền thống. Vậy trong bối cảnh như hiện nay, các đối tượng tham gia sản xuất hoa ở Việt Nam nói chung và ở vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng thực hiện tiêu thụ sản phẩm hoa do họ làm ra thế nào? Kênh nào là kênh tiêu thụ phù hợp với họ hiện tại và chiến lược để đứng vững trong tương lai? Những người kinh doanh hoa họ thực hiện các liên kết ra sao? NTD nhận diện hoa thế nào để xứng đáng với đồng tiền mà họ bỏ ra? Bài viết này nhằm phản ánh hiện trạng nguồn cung hoa hiện nay tại thị trường Việt Nam, những yếu tố có ảnh hưởng đến việc tiêu thụ hoa và đưa ra một số giải pháp thúc đẩy hệ thống tiêu thụ sản phẩm hoa ở Việt Nam nói chung và tại vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng.

II. Thực trạng vấn đề

1. Nguồn cung cấp hoa ở Việt Nam

Thị trường Việt Nam có 2 nguồn cung cấp hoa là sản xuất trong nước và nhập khẩu.

Sản xuất hoa ở Việt Nam được phân bố rải rác khắp các địa phương, song có ba vùng trồng hoa lớn là đồng bằng Sông Hồng (ước khoảng 34% diện tích trồng hoa của cả nước), Tây Nguyên (33,38%) và đồng bằng sông Cửu Long (11,96%). Diện tích hoa ở vùng Đồng bằng Sông Hồng cũng được gia tăng đều đặn trong những năm gần đây. Các tỉnh có diện tích hoa được trồng tập trung như: Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định, Hải Dương, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc... với các loại hoa chủ yếu là hoa hồng, hoa cúc, hoa đồng

tiền... phục vụ thị trường trong nước là chính và một số ít loại hoa tiêu thụ sang thị trường Trung Quốc. Tại Tây Nguyên thì sản xuất hoa được tập trung tại Lâm Đồng. Đây là tỉnh có nhiều lợi thế trong sản xuất hoa nên không chỉ sản xuất các loại hoa thông thường (cúc, hồng) mà sản xuất cả các loại hoa có giá trị cao (lyly, lan, cẩm tú cầu...) và các công nghệ hiện đại đã được áp dụng trong sản xuất. Sản phẩm hoa của Lâm Đồng không chỉ đáp ứng thị trường địa phương mà còn đáp ứng thị trường các thành phố lớn trong cả nước và xuất khẩu mang lại kim ngạch đáng kể. Đây cũng là địa bàn đã thu hút được nhiều đối tác nước ngoài trong lĩnh vực sản xuất hoa. Còn với đồng bằng sông Cửu Long, diện tích sản xuất hoa có phần gia tăng song chậm hơn so với các vùng khác trong cả nước. Trong vùng này thì sản xuất tập trung tại Đồng Tháp. Sản xuất hoa chủ yếu phục vụ thị trường địa phương. Ngày nay, một số địa phương tại vùng Tây Bắc cũng được khai thác thế mạnh trong sản xuất hoa như tại Sơn La, Lào Cai và Hòa Bình. Đây và các địa bàn có sản lượng hoa năm sau lớn hơn năm trước, chủng loại hoa ngày càng đa dạng và sản phẩm bổ sung rất thiết thực cho các thị trường lớn trong vùng và nhất là thành phố Hà Nội cũng như các tỉnh trong vùng đồng bằng sông Hồng.

Về nguồn hoa nhập khẩu chủ yếu đến từ các nước Hà Lan, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản... Theo số liệu của tổng cục Hải quan, nhập khẩu hoa, cây cảnh của Việt Nam trước dịp Tết Nguyên đán năm 2018 (từ ngày 1/12/2017 đến 31/1/2018) đạt kim ngạch khoảng 18 triệu USD, tăng 46,8% so với dịp Tết năm 2017. Các thị trường cung cấp hoa, cây cảnh sang Việt Nam có kim ngạch tăng mạnh như thị trường Hà Lan với hơn 5 triệu USD, tăng 76%; thị trường Trung Quốc đạt 3,6 triệu USD, tăng 80,8% so với dịp Tết năm trước. Cụ thể về cơ cấu nhập khẩu các loại hoa, cây cảnh dịp Tết năm 2018 chủ yếu là các loại hoa, cây cảnh dạng sống. Trong đó, dạng thân cây sống có kim ngạch 7,9 triệu USD, chiếm 43,8% trong tổng kim ngạch nhập khẩu với những loại hoa như cây hoa lan, cây hoa đỗ quyên, cây vạn niên thanh, cây tùng cảnh... Trong đó, xuất xứ từ Trung Quốc với 3,3 triệu USD là các loại hoa lan đạt kim ngạch trên 2 triệu USD. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ Đài Loan đạt 2,7 triệu USD, kim ngạch nhập khẩu từ Nhật Bản đạt trên 1 triệu USD. Về các loại hoa, cây cảnh dạng củ đạt kim ngạch 7,6 triệu USD, chiếm 42,1% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hoa, cây cảnh trước dịp Tết năm 2018. Các loại

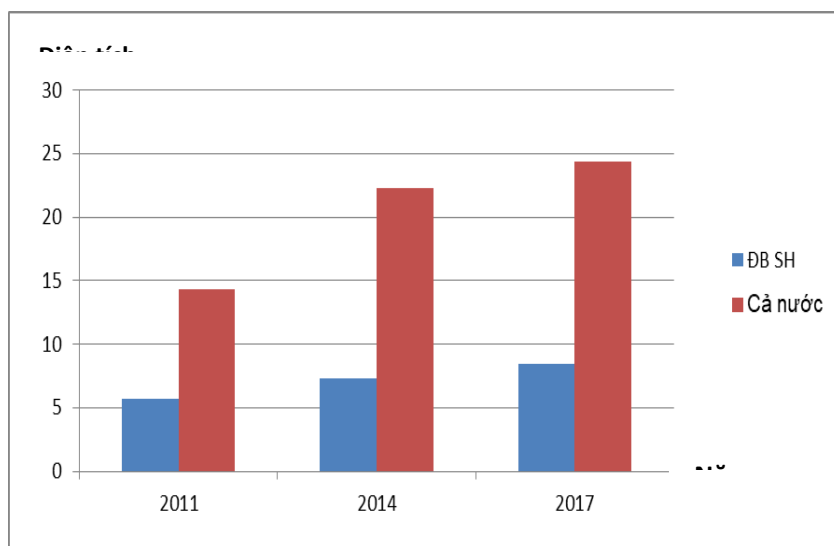
hoa dạng củ được nhập khẩu chủ yếu là củ hoa lily xuất xứ từ Hà Lan đạt kim ngạch 4,4 triệu USD, xuất xứ từ Newzealand với kim ngạch 1,1 triệu USD; xuất xứ Pháp là hơn 1 triệu USD. Như vậy, lượng giống hoa và hoa được nhập khẩu vào Việt Nam rất lớn. Phần nhập khẩu này đáp ứng nhu cầu của NTD song lại có ảnh hưởng lớn đến sản xuất hoa trong nước.

Về tiêu dùng hoa, ngày càng có sự khác biệt giữa các tầng lớp dân có thu nhập khác nhau và chi phí chơi hoa giữa thành thị và nông thôn càng khác nhau lớn. Vậy làm thế nào để người sản xuất trong nước cũng như người kinh doanh nắm bắt được nhu cầu về hoa của người dân tại các thành phố lớn, nhất là của nhóm người có thu nhập cao nhằm tận dụng được các cơ hội của thị trường ?

2. Tình hình sản xuất hoa trong nước

Đi sâu vào nghiên cứu tình hình sản xuất hoa trong nước thấy rằng, sản xuất hoa ở Việt Nam đã gia tăng khá đều giữa các thời kỳ.

Đồ thị 1: Biến động diện tích trồng hoa của Đồng bằng sông Hồng và Việt Nam trong giai đoạn 2011-2017



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Trong giai đoạn từ 2011 đến 2017, diện tích trồng hoa của cả nước đã tăng hơn 1,7 lần (Tổng cục Thống kê, 2018). Sản xuất hoa ở vùng Đồng bằng sông Hồng cũng được

gia tăng, song có phần nhỏ hơn với mức độ tăng của cả nước (1,48 lần). Đồ thị dưới đây minh họa cho sự gia tăng này.

Các đối tượng tham gia sản xuất hoa bao gồm các hộ gia đình sản xuất độc lập, gần đây có các mô hình HTX kiểu mới, doanh nghiệp (bao gồm cả doanh nghiệp trong nước và liên kết, ngoài nước). Sản xuất hoa đòi hỏi đầu tư lớn, nhất là các đơn vị có áp dụng công nghệ cao, sản xuất hoa trong nhà lưới, song hiệu quả sản xuất hoa mang lại rất lớn. Thực tế, trong thời gian qua, không phủ nhận cây hoa có ý nghĩa lớn trong nền kinh tế của các vùng trồng do cây hoa đem lại hiệu quả kinh tế cao gấp 10- 20 lần so với trồng các cây trồng khác. Ví dụ, mô hình trồng Lay on tại Đằng Hải, Đồng Thái (Hải Phòng), Dĩnh Kế (Bắc Giang)... đều đạt hiệu quả cao gấp 1,5 - 2,5 lần so với trồng các cây thông thường (thu 15 - 20 triệu đồng/sào/3 tháng). Mô hình trồng hoa đồng tiền tại Tây Tựu (Từ Liêm, Hà Nội) thu 50-60 triệu đồng/sào/năm; Mô hình trồng hoa hồng ở Mê Linh - Hà Nội; Gia Khánh – Vĩnh Phúc thu 10-15 triệu đồng/sào/năm; Mô hình trồng hoa cúc ở Tây Tựu, Nhật Tân (Hà Nội) cũng thu 12-15 triệu đồng/sào/năm; Tuy vậy, bên cạnh lợi ích do sản xuất hoa mang lại thì sản xuất hoa cũng rất rủi ro do chịu ảnh hưởng của yếu tố thời tiết. Do đó, vào dịp Tết, sản xuất hoa ở quy mô lớn mà thời tiết không ủng hộ thì rủi ro thực sự lớn.

3. Thị trường tiêu thụ hoa ở Việt Nam

Hiện nay, thị trường tiêu thụ hoa có hai kênh tiêu thụ chủ yếu là kênh tiêu thụ truyền thống – thông qua hệ thống chợ (bao gồm tại chợ bán buôn, tại chợ bán lẻ, quây, bán dong,) và kênh hiện đại - hệ thống cửa hàng, siêu thị và trung tâm thương mại.

Ngày nay khi công nghệ phát triển, bên cạnh việc bán hàng trực tiếp cho NTD thì hình thức bán hàng online với các sản phẩm hoa cũng đã được áp dụng. Hình thức bán online khá được mở rộng ra trên nhiều địa bàn và người bán cũng đã tính đến những rủi ro trong vận chuyển, song cũng từ đây đặt ra vấn đề về công tác quảng bá trên nhiều các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau. Vậy người sản xuất cần phải làm gì để đáp

ứng được yêu cầu của NTD và lứa tuổi nào thích nghi cho việc sản và bán hàng theo hình thức hiện đại?

4. Một số nhân tố có ảnh hưởng tới việc tiêu thụ hoa ở Việt Nam

(i) **Nguồn cung hoa trên thị trường:** Hiện nay khi sản xuất mang lại lợi nhuận nên nhiều cá nhân, đơn vị sẵn sàng đầu tư để sản xuất. Bên cạnh đó việc kinh doanh các sản phẩm hoa nhập khẩu cũng mang lại lợi ích rất lớn do đó có sự cạnh tranh khốc liệt giữa hai nhóm sản phẩm trong nước và nhập khẩu.

(ii) **Đặc trưng của người sản xuất hoa ở Việt Nam và đặc biệt tại Đồng bằng sông Hồng:** Ở đây có thể nhìn nhận vấn đề qua 3 đặc trưng:

* **Về quy mô:** với phần lớn các hộ gia đình sản xuất ở hoa ở các địa phương còn nhỏ, phân tán. Ở những vùng không chuyên hoa chỉ < 360 m². Ở các vùng chuyên canh trung bình cũng < 1.000 m². Với các HTX hay các doanh nghiệp, quy mô lớn hơn, song cũng hầu hết < 1 ha. Chỉ có một số doanh nghiệp liên kết với nước ngoài có quy mô lớn hơn 1 ha;

* **Về năng lực tổ chức sản xuất và tiêu thụ:** Các hộ gia đình sản xuất độc lập là yếu nhất về khả năng tổ chức. Các HTX kiểu mới đã được hỗ trợ thông qua các khóa tập huấn nên năng lực của họ đã được cải thiện rất nhiều. Còn với các doanh nghiệp, khả năng tổ chức của họ tốt hơn các đối tượng khác.

* **Sự liên kết trong sản xuất và tiêu thụ:** Hầu hết các hộ sản xuất quy mô gia đình, độc lập, chưa có sự liên kết với các tác nhân khác trong chuỗi nên khả năng cung ứng còn yếu và chỉ có sản phẩm vào thời điểm nhất định nên khâu tiêu thụ sản phẩm luôn là khâu khó khăn nhất của hộ.

(iii) **Sự phát triển của hệ thống chợ và siêu thị:** Số lượng các chợ rất lớn và thực tế các điểm bán hoa có thể “mọc” lên bất cứ nơi đâu khi họ thấy có thể bán được hàng nên rất khó trong việc quản lý và nắm bắt về sự thay đổi và thực hiện liên kết. Tuy nhiên, với các đối tác bán hoa tại các chợ, họ có nhiều lợi thế. Đối với các siêu thị, ngày nay họ cũng đã

thay đổi tư duy và có bản sản phẩm hoa nhằm đáp ứng nhu cầu của NTD, song không phải siêu thị nào cũng bán hoa hàng ngày, học chỉ bán vào thời điểm Lễ, Tết do đó rất khó cho việc hợp tác trong cung ứng từ người sản xuất.

(iv) Đặc điểm của các tác nhân tham gia tiêu thụ hoa tại hệ thống chợ truyền thống và kênh hiện đại (cửa hàng và siêu thị). Tính đến thời điểm hiện nay, chúng tôi chưa có một nghiên cứu đầy đủ về tỷ lệ người sản xuất bán hoa cho từng nhóm người mua là ai (người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ hay NTD) nên khá khó để đánh giá chung. Tuy nhiên, do yêu cầu của sản xuất hoa về khí hậu nên đã hình thành vùng sản xuất tập trung và có những cá nhân/đơn vị chuyên tập trung vào sản xuất và có những người chuyên tập trung vào thương mại. Song nói chung cả người sản xuất và người kinh doanh hoa đều cần đầu tư lớn và chịu rủi ro cao, chịu ảnh hưởng của điều kiện thời tiết và kinh doanh hoa rất áp lực về thời gian.

(v) Đặc điểm của người mua/người tiêu dùng hoa: Do hoa là sản phẩm phục vụ nhu cầu tinh thần nên tiêu chí lựa chọn hoa của mỗi người ngoài những tiêu chí chung như tươi, họ còn có những tiêu chí riêng trong việc lựa chọn màu sắc, kích cỡ, kiểu dáng, chất lượng, chất liệu phụ gia... phù hợp với họ nên để người sản xuất nắm bắt được đầy đủ những yêu cầu này là không dễ dàng. Song do là “món ăn tinh thần” nên địa điểm bán hoa cũng là một trong những yếu tố tạo nên giá hấp dẫn cho người mua hoặc lời cho người bán. Chính vì điều này nên việc người mua xác định giá mua cũng không hề đơn giản và người bán cũng biết dựa vào các yếu tố như thời điểm, số lượng người mua, chất lượng sản phẩm.... để xác định giá bán có lợi nhất cho họ.

5. Một số giải pháp thúc đẩy tiêu thụ hoa ở Việt Nam nói chung và tại đồng bằng sông Hồng nói riêng.

5.1. Đổi mới quy hoạch, khuyến khích xây dựng liên kết và hỗ trợ xúc tiến thương mại

(i) Bộ NN & PTNT cần quy hoạch vùng sản xuất hoa: với vai trò là chủ thể quản lý, tổ chức lại sản xuất và đặc biệt là đơn vị định hướng cho mọi hoạt động sản xuất hoa để có nguồn cung từ sản xuất trong nước đáp ứng được nhu cầu của NTD. Trên cơ sở đó,

Bộ phát huy vai trò tạo lập môi trường, thúc đẩy việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng giữa các tác nhân trong ngành hàng hoa. Cụ thể, Bộ NN & PTNT cần phối hợp với địa phương để quy hoạch sản xuất hoa cụ thể cho từng tỉnh để các đối tượng yên tâm đầu tư sản xuất và khi đó việc tiêu thụ của họ cũng dễ dàng hơn, nhất là các đơn vị lựa chọn tiêu thụ hoa thông qua các kênh hiện đại. Trên cơ sở đó, UBND các tỉnh được quy hoạch sản xuất hoa giao cho Sở NN & PTNT phối hợp với chỉ đạo chung của Bộ NN & PTNT để có quy hoạch phù hợp tới từng xã giúp người sản xuất giảm thiểu rủi ro và cùng nhau đáp ứng nhu cầu hoa của địa phương và các thành phố trong cả nước cũng như kết hợp để gia tăng khả năng xuất khẩu nếu có thể.

(ii) *Xây dựng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ hoa:* Việc liên kết này được hình thành không chỉ là giữa các tác nhân trong ngành hàng hoa ở Việt Nam mà giữa Việt Nam và một số nước có thế mạnh về hoa như Hà Lan, Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan... . Người sản xuất trong nước cần hình thành và phát triển liên kết giữa những người sản xuất để gia tăng khả năng thương thảo trong việc mua các nguyên liệu đầu vào và bán các sản phẩm đầu ra, đồng thời gia tăng khả năng cung ứng ở khía cạnh về số lượng, chủng loại hoa và khả năng giao hàng đều đặn. Đặc biệt, người sản xuất cần kết nối với người mua trước khi triển khai sản xuất để nắm bắt được nhu cầu của người mua về chủng loại, số lượng, thời điểm cung ứng và tiêu chuẩn sản phẩm – tức cần tổ chức sản xuất để bán hàng theo kế hoạch tiêu thụ. Làm được điều này mới giảm được rủi ro cho người sản xuất và hình thành sản xuất theo chuỗi cung ứng hoa bền vững.

(iii) *Thực hiện hỗ trợ xúc tiến thương mại:* Bộ NN & PTNT duy trì một số hoạt động xúc tiến thương mại trên quy mô quốc gia và vùng. Các tỉnh có sản xuất hoa hỗ trợ tổ chức xúc tiến thương mại và hỗ trợ cho việc sử dụng nhãn hiệu nhận diện nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm, dán tem nhận diện “hoa Việt Nam”.

5.2. Hỗ trợ hình thành mô hình HTX kiểu mới và tạo mọi điều kiện giúp họ nâng cao lực quản trị sản xuất và tiêu thụ cho các tác nhân trong ngành hàng hoa.

Hiện nay còn nhiều hộ gia đình sản xuất và kinh doanh hoa đơn lẻ, do vậy nên hình thành mô hình HTX kiểu mới (cần ít nhất 07 hộ) để họ có tư cách pháp nhân khi đó

họ có điều kiện để ký kết hợp đồng trong mua, bán vật tư đầu vào cũng như sản phẩm đầu ra. Đồng thời khi hình thành được mô hình HTX thì chính quyền địa phương cũng như các tổ chức (Khuyến nông, dự án, chương trình...) có thể hỗ trợ được dưới các hình thức khác nhau, nhất là hỗ trợ nâng cao năng lực trong sản xuất, thị trường (tiếp cận thông tin thị trường, phân tích thị trường, marketing, lập kế hoạch sản xuất) và quản trị qua các khóa tập huấn, tham quan, chia sẻ kinh nghiệm với các đơn vị làm tốt. Đây là những khâu trọng yếu (Chính Phủ, 2013). Các hộ nông dân và cán bộ quản lý của các HTX cần tham gia đầy đủ các nội dung tập huấn nhằm giúp họ cải thiện nhanh nhất năng lực thực hành về kỹ thuật và thực hành thị trường tốt nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường, nhu cầu của NTD luôn thay đổi. Nâng cao nhận thức về việc tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng và kiến thức hội nhập để tránh rủi ro.

5.3. Hỗ trợ chính sách về vốn, công nghệ trong sản xuất và kinh doanh hoa và khai thác triệt để các điểm sản xuất và kinh doanh hoa

Nông nghiệp công nghệ cao là nhà máy cho sản phẩm hoa cần phải có nhà xưởng, máy móc thiết bị, công nhân có trình độ, phải có quy trình kỹ thuật. Người sản xuất phải trông chờ vào các chính sách cho vay vốn trung và dài hạn của Nhà nước do đó cần có các chính sách giúp các nhà đầu tư tiếp cận được với nguồn vốn và công nghệ dễ dàng; chính sách hỗ trợ kỹ thuật; tạo điều kiện cho việc nhập khẩu các giống hoa có bản quyền làm cơ sở cho việc xuất khẩu sản phẩm.

Đưa ra các chính sách hỗ trợ hàng rào thuế quan đối với việc nhập khẩu hoa trên thị trường giúp cho sản xuất hoa trong nước được đứng vững giúp nông dân và người kinh doanh thích nghi dần và hội nhập.

Các cơ sở sản xuất và kinh doanh hoa, cây cảnh, cây thế cần kết hợp với các đơn vị tổ chức du lịch để tổ chức các tour du lịch sinh thái, du lịch tâm linh và các điểm du lịch danh lam, thắng cảnh; Kết hợp giữa việc xây dựng, hình thành khu sản xuất hoa, cây cảnh với đào tạo cho học sinh, sinh viên, đặc biệt học sinh các cấp tiểu học, trung học, như hình thức trải nghiệm từ thực tế nhằm hình thành nhân sinh quan và cách sống hòa

đồng với thiên nhiên, yêu thiên nhiên, nắm được hành trình của hoa từ khâu sản xuất, lưu thông và tiêu dùng.

5.4. Tăng cường cơ sở vật chất cho hệ thống chợ.

Nhằm giúp cho người sản xuất và người kinh doanh có địa điểm bán hàng thuận lợi và người mua dễ dàng nhận diện được địa điểm bán hàng, cần rà soát lại các chợ trên địa bàn để có thể hỗ trợ hoàn thiện cơ sở hạ tầng như cho phép xây dựng mới, sửa chữa hoặc nâng cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của người bán và người mua. Đặc biệt lưu ý hệ thống kho chứa phù hợp với nhu cầu sử dụng và môi trường của chợ được sạch sẽ, văn minh. Đặt hệ thống biển báo cho các hệ thống họp chợ giúp người bán và người mua dễ dàng tiếp cận. Xóa bỏ các điểm họp tạm, nhất là các điểm họp với tính chất chợ bán buôn để dễ dàng quản lý chất lượng nguồn hoa và các khoản thu. Ban hành quy định chung về các mức thu phí đối với những người kinh doanh chuyên nghiệp tại các chợ khác nhau để tránh những trường hợp thu quá cao khiến những người chuyên kinh doanh hoa gặp khó khăn và những người sản xuất khó tiếp cận.

Ban quản lý các chợ cần sắp xếp cho việc đưa hàng vào, đi lại trong chợ được thuận tiện. Cần bổ sung hệ thống chiếu sáng tại các chợ họp đêm giúp việc mua-bán thuận lợi hơn và hạn chế tệ nạn, sự mất an toàn. Tạo điều kiện cho những ai có nhu cầu kinh doanh hoa có điều kiện bán hàng thuận lợi nhất và có thể Ban quản lý là cầu nối giữa những người sản xuất và các quầy hàng nhằm thúc đẩy tiêu thụ hoa mạnh hơn.

Người bán hàng tại các chợ chấp hành đầy đủ các quy định của chợ về các khoản phí, vệ sinh môi trường và văn hóa thương mại... góp phần tạo môi trường chợ được cải thiện, thu hút khách hàng.

5.5. Tăng cường thông tin và quảng bá giúp người tiêu dùng nhận diện về sản phẩm hoa có nguồn gốc rõ ràng và lợi ích của việc tiêu dùng hoa được chăm sóc theo đúng quy trình.

Bộ NN & PTNT, Bộ Công Thương và Sở NN & PTNT, Sở Công thương các địa phương cần hỗ trợ cung cấp các thông tin về các cơ sở sản xuất và phân phối hoa đảm

bảo, không đảm bảo qua các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau. Đồng thời các cơ quan nghiên cứu và các cơ quan chức năng giúp NTD nhận biết rõ các sản phẩm hoa cơ nguồn gốc, sản xuất đảm bảo, đặc biệt tác hại của việc tiêu dùng các loại sản phẩm hoa sản xuất không tuân thủ quy trình (chống héo, chống rụng, hoa gấn...). Người tiêu dùng nên tiếp cận thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau để biết rõ loại hoa, xuất xứ nguồn gốc, địa điểm mua để quyết định lựa chọn hoa cho tiêu dùng một cách phù hợp nhất.

III. Kết luận

Nhu cầu tiêu dùng hoa ngày càng cao, nhất là ở các thành phố lớn nên cơ hội cho những người sản xuất và kinh doanh hoa rất lớn. Nguồn cung tới thị trường hoa ở Việt Nam nói chung và đồng bằng sông Hồng nói riêng ngày càng dồi dào, phong phú với nhiều loại hoa đẹp. Song có sự cạnh tranh khốc liệt giữa sản phẩm được sản xuất trong nước và sản phẩm xuất khẩu. Để thúc đẩy việc tiêu thụ hoa ở Việt Nam nói chung và tại vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng cần thực hiện đồng bộ các giải pháp như: (i) Đổi mới quy hoạch, khuyến khích xây dựng liên kết và hỗ trợ xúc tiến thương mại; (ii) Hỗ trợ hình thành mô hình HTX kiểu mới và tạo mọi điều kiện giúp họ nâng cao lực quản trị sản xuất và tiêu thụ cho các tác nhân trong ngành hàng hoa; (iii). Hỗ trợ chính sách về vốn, công nghệ trong sản xuất và kinh doanh hoa và khai thác triệt để các điểm sản xuất và kinh doanh hoa; (iv) Tăng cường cơ sở vật chất cho hệ thống chợ và (v) Tăng cường thông tin và quảng bá giúp người tiêu dùng nhận diện về sản phẩm hoa có nguồn gốc rõ ràng và lợi ích của việc tiêu dùng hoa được chăm sóc theo đúng quy trình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Carlton, D.W, Perloff. J.M (1994). Modern Industrial Organization. Haper Collin, New York.
2. Chính phủ, 2013. Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển, hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng mẫu lớn.

3. Dũng Minh, 2016. Liên kết sản xuất hoa, cảnh. Báo Nhân Dân điện tử. Truy cập tại <http://www.nhandan.com.vn/xahoi/item/29033202-lien-ket-san-xuat-hoa-cay-canh.html>.
4. Đặc điểm chung của ngành trồng hoa, truy cập tại http://nnptnt.vinhphuc.gov.vn/content/tintuc/lists/News/Attachments/33706/Dac%20diem%20chung%20cua%20nganh%20trong%20hoa.pdf?fbclid=IwAR3MdHuoGZc-JxcfJndmjrGwnii_8XiDPRmzzi1rLuI2oYvppY-h6oWIayY
5. Đánh giá tình hình sản xuất và tiêu thụ hoa tươi Việt Nam giai đoạn 2006 – 2008, truy cập tại “<http://luanvan.co/luan-van/danh-gia-tinh-hinh-san-xuat-va-tieu-thu-hoa-tuoi-viet-nam-giai-doan-2006-2008-17737/?fbclid=IwAR2ZX3Xws6k1HIDjKscTGkakDRJpsik-ays5O5Fo4O3EnE2K2Yg9fCDDu88>”.
6. Tổng cục Thống kê, 2018. Số liệu về diện tích, sản lượng hoa của Việt Nam và các tỉnh theo vùng.

Ghi chú: Bài đã đăng trên “Diễn đàn khuyến nông @Nông nghiệp. Số tháng 3 năm 2019. Trang 12-20.