

HIỆN TRẠNG PHÂN PHỐI RAU TƯƠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI NĂM 2009

Nguyễn Thị Tân Lộc¹, Hoàng Việt Anh¹,
Nguyễn Hoàng Yến¹

SUMMARY

Distribution situation of fresh vegetable in Hanoi in 2009

The city of Hanoi has been experiencing over the last years an increasing urbanization speed. This has resulted in the development of modern distribution channels, there-arrangement of traditional retail markets, new regulations applied to the food distribution system is general and to safe vegetables in particular, including the management of street vendors. Changes in the distribution channels are therefore expected. To investigate this, a study of the retail system for vegetable in Hanoi has been conducted in 2009 and compared the results obtained in previous survey in 2004. A network of 8 wholesale markets was responsible for a large share of vegetable flows into the city. Safe vegetable were sold in 122 points of sale, distributed over different urban neighbourhoods the area but still focusing in some centre districts. Vegetable sales at those points were very limited. The number of street vendors in the city increased and reached 6,320 people in urban and 3,215 people in peri-urban. Increased near twice compared to five years ago; Their professional role was expressed clearly by their role in the mass distribution of vegetables, estimated 32 % of total vegetables on city. The traditional retail markets still account for the higher rate of vegetables sales, with 50%. The consumers go to direct to wholesale markets to buy fresh vegetable reach about 13% and the rest were sold by quality channels, only 5%. Employment generated by vegetable selling activity (expressed in number of workdays employees per ton of vegetable sale) was higher among street vendors: 19-20, followed by the shops/stalls: 2,85-6, and finally the supermarkets: 4-6.

Keywords: Hanoi, fresh vegetable, market, distribution.

¹ Viện Nghiên cứu Rau quả.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong thời gian gần đây, Hà Nội chịu ảnh hưởng nhiều của tốc độ toàn cầu hóa, sự gia tăng về kênh phân phối hiện đại như siêu thị, các cửa hàng chuyên doanh. Đồng thời cũng trong thời gian này, đã có một số văn bản và quy định được ban hành có đề cập đến việc phân phối thực phẩm nói chung và rau an toàn (RAT) nói riêng. Đặc biệt, trong thời gian gần đây trên địa bàn Hà Nội có sự sắp xếp lại các chợ bán lẻ truyền thống, đã ban hành quy định quản lý đối với người bán rong (NBR), sự mở rộng của thành phố Hà Nội... đến những thay đổi đối với các kênh phân phối.

Sản xuất và tiêu thụ sản phẩm rau hiện nay được nhiều người tiêu dùng (NTD) quan tâm và họ rất lo lắng về chất lượng vệ sinh của rau. Năm bắt được nhu cầu này của NTD, các đơn vị, cá nhân kinh doanh trong thời gian gần đây có sự thay đổi ra sao, đặc biệt đối với những điểm kinh doanh rau an toàn (RAT). Bên cạnh kênh phân phối hiện đại kể trên, một kênh bán lẻ truyền thống là NBR rau tươi có phát huy được không? Vai trò của họ ra sao trong việc phân phối cũng như tạo ra công ăn việc làm, mức thu nhập của họ? Để làm rõ được điều này, chúng tôi tiến hành khảo sát hiện trạng phân phối rau tươi trên thị trường Hà Nội nói chung và tập trung vào các điểm bán RAT và NBR để thấy rõ được lượng bán và mức độ tạo ra việc làm cho người lao động từ các tác nhân khác nhau trong việc kinh doanh rau tươi.

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm đánh giá hiện trạng phân phối rau tươi trên địa bàn Hà Nội, đặc biệt là các điểm bán lẻ RAT (siêu thị, cửa hàng/quầy hàng) và NBR với tiêu chí về số lượng rau được bán bởi mỗi tác nhân trong ngày và số lượng người làm việc để thấy được vai trò của các tác nhân trong kênh phân phối và đồng thời

cũng thấy được những thuận lợi và khó khăn của họ.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ CÁC BƯỚC TRIỂN KHAI

1. Phương pháp thu thập thông tin

a) Đối với thông tin thứ cấp: Được thu thập từ các tài liệu đã được công bố trong thời gian gần đây có liên quan đến phân phối thực phẩm nói chung và rau tươi nói riêng.

b) Đối với thông tin sơ cấp: Thu thập thông qua các cuộc phỏng vấn trực tiếp: (i) Đối với cán bộ của Sở Công Thương Hà Nội nhằm nắm được chủ trương chung về quy hoạch mạng lưới phân phối; (ii) Cán bộ quản lý các đơn vị kinh doanh RAT tại: Các siêu thị; các cửa/quầy hàng bán RAT của người kinh doanh và của nông dân bán trực tiếp cho NTD và NBR trên các quận/huyện được lựa chọn nhằm nắm được lượng hàng bán được, nguồn gốc sản phẩm....

2. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu và chọn mẫu

a) Đối với siêu thị: Trên cơ sở danh sách các siêu thị do Sở Công Thương cung cấp và khảo sát thực tế các siêu thị có bán RAT, lập ra danh sách có phân loại theo quy mô cỡ lớn, trung bình và nhỏ, tiến hành khảo sát 2 siêu thị lớn; 3 siêu thị trung bình và 3 siêu thị nhỏ. Các đơn vị được phỏng vấn thuộc các kênh siêu thị khác nhau.

b) Đối với cửa/quầy hàng bán RAT: Phỏng vấn sâu 5 cửa/quầy hàng đại diện cho người kinh doanh RAT được thu mua từ các hợp tác xã sản xuất và 5 điểm bán sản phẩm của người nông dân bán sản phẩm trực tiếp tới tay NTD.

c) Đối với NBR: Chọn một số địa bàn quận/huyện đại diện để đếm và phỏng vấn họ. Cụ thể: Khu vực nội thành: (i) Quận Hoàn Kiếm (nơi có mật độ NBR cao); (ii) Cầu Giấy (nơi có mật độ NBR thấp); (iii)

Hoàng Mai (đại diện cho các quận mới trên địa bàn Hà Nội). Khu vực ngoại thành: chọn đại diện huyện Gia Lâm, đại diện cho các huyện ngoại thành Hà Nội có những nét đặc trưng cho các địa bàn có người bán rong rau hoạt động. Tổng số người được phỏng vấn là 120, chia ra mỗi quận/huyện là 30, trong đó 50% người gánh bộ và 50% người sử dụng phương tiện như xe đạp, xe máy để vận chuyển.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

1. Thực trạng mạng lưới phân phối rau tươi và RAT trên địa bàn Hà Nội

Hệ thống phân phối rau tươi được phân bố rộng khắp tại các quận, huyện trên toàn thành phố. Hiện trạng hệ thống phân phối rau tươi tập trung vào (1) Một số loại hình phân phối truyền thống như (i) Các chợ bán buôn, (ii) Các chợ bán lẻ, (iii) Các cửa hàng, quầy trên các đường phố, khu dân cư... và bán rong trên khắp các đường phố; và (2) Các loại hình bán lẻ hiện đại như các (i) Trung tâm thương mại, (ii) Siêu thị, (iii) Các cửa hàng tiện ích tại các khu dân cư.

- Mạng lưới các chợ bán buôn, bao gồm 8 chợ, trong đó có 7 chợ có lượng rau mua bán lớn, còn 1 chợ có ngăn khu vực bán RAT. Cụ thể: Chợ Long Biên: chợ rau đêm lớn nhất ở Hà Nội có bán các loại rau ăn lá, ăn quả, ăn củ và ăn hoa sản xuất trong nước và nhập khẩu từ Trung Quốc về nên NTD tìm mua bất kỳ loại rau gì cũng có. Ước tính, mỗi ngày có hàng nghìn tấn rau các loại được mang về trung chuyển tại đây với sự tham gia của hàng nghìn người; chợ Cầu Giấy: Đây là chợ rau đêm được xếp vào loại lớn ở Hà Nội, họp từ nhiều năm nay; các chợ rau đêm nhỏ hơn 2 chợ trên là chợ Mơ, chợ Hòm Đức Viên, chợ Ngã Tư Sở và chợ Đèn Lừ. Nguồn rau tại các chợ này chủ yếu là do những người nông dân sản xuất quanh vùng Hà Nội mang đến; Chợ Hà Đông: Lượng rau được bán ở chợ này nhỏ

hơn 2 chợ lớn kể trên nhưng cũng tương đương với chợ cỡ nhỏ; Chợ rau Vân Nội-Đông Anh: Đây là chợ rau họp ban ngày. Lượng rau mang về đây rất lớn, là rau của khu vực các xã lân cận như Vân Nội, Nam Hồng, Nguyên Khê... và rau được đưa từ các vùng chuyên canh của Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Mộc Châu-Sơn La... và có cả sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc. Riêng chợ này có phân chia giành giới giữa khu vực bán RAT và khu vực bán rau từ các nguồn khác nhau. Khu vực bán RAT giành cho người có thể được UBND xã Vân Nội cấp chứng nhận có sản xuất rau theo quy trình sản xuất RAT.

Thông qua khảo sát mạng lưới các chợ bán buôn trong năm 2009, chúng tôi nhận thấy rằng nhu cầu rau tươi của thành phố được trung chuyển tại các chợ bán buôn là rất lớn và hàng chục nghìn người tham gia hoạt động mua bán ngày đêm. Khách hàng chủ yếu là những người bán lẻ tại các chợ và bán rong, một phần rất nhỏ là các đối tượng tiêu dùng trực tiếp như các hàng cơm, nhà hàng và NTD. Hiện nay, hầu hết các chợ đều họp ở ngã ba, ngã tư đường nên rất ảnh hưởng đến giao thông tầm 5-6 giờ sáng và làm ô nhiễm môi trường. Đặc biệt chúng tôi không thấy có cán bộ quản lý nào làm việc tại các chợ để kiểm tra về nguồn gốc, chất lượng của rau.

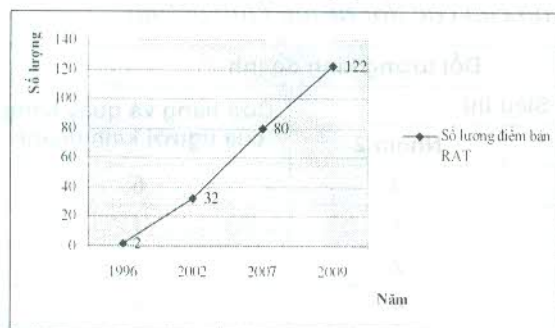
- Mạng lưới bán lẻ:

1) *Các chợ truyền thống*: Có 395 chợ dân sinh, trong đó có 102 chợ nội thành (Nguồn: *Sơ Công Thương Hà Nội, 2010*). Các chợ này nằm rải rác khắp các quận/huyện. Ngoài ra các chợ cóc "mọc" ra khắp nơi. Nguồn rau ở các chợ này do những người bán lẻ tại chợ đã mua từ các chợ bán buôn và một phần do người sản xuất từ khu vực ven đô mang đến. Tại các chợ bán lẻ chủ yếu là các loại rau theo mùa và một phần nhỏ các loại rau trái vụ như cà chua, xu hào, bắp cải.... Trong mấy năm

qua, trong nội thành có sự quy hoạch lại nên có sự di dời, giải toả một số chợ nên cũng ảnh hưởng đến việc kinh doanh của một số hộ.

Đối tượng bán hàng ở các chợ này là những người bán lẻ chuyên nghiệp ở Hà Nội và một số ở các tỉnh khác về và một số người sản xuất ở khu vực ngoại thành và các tỉnh lân cận Hà Nội mang sản phẩm đến bán. Trong nghiên cứu này chúng tôi chưa có điều kiện tập trung nghiên cứu sâu vào đối tượng này.

2) *Các cửa/quầy hàng chuyên doanh và các siêu thị*: Đây là loại hình bán lẻ hiện đại mới xuất hiện ở Hà Nội từ sau năm 1993. Hầu hết các điểm này có biển hiệu bán RAT và đăng ký bán RAT với Sở Công Thương. Số lượng điểm bán này có chiều hướng gia tăng. Số lượng cụ thể qua từng năm được phản ánh tại đồ thị 1. Tuy nhiên lượng rau bán tại các điểm này chưa nhiều, chủng loại rau chưa phong phú.



Đồ thị 1: Biến động số lượng điểm bán RAT tại Hà Nội

Nguồn: 2, 3, Sở Công Thương Hà Nội và kết quả khảo sát 2009

Thường thường tại các điểm bán này có thông tin phản ánh địa chỉ nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp giúp cho NTD thấy yên tâm hơn. Song số lượng điểm bán này luôn thay đổi do chịu tác động của nhiều yếu tố. Phân bố của các điểm bán này đã rộng ra ở một số quận mới, đồng đều hơn so với 5 năm trước đây. Tuy nhiên số điểm bán vẫn

tập trung chủ yếu vào các quận trung tâm như Cầu Giấy: 21; Hoàn Kiếm: 17, Hai Bà Trưng: 17, Ba Đình: 16 và Đống Đa: 16.

3) *Những người bán rong*: Đây là loại hình mang nét đặc thù riêng của Việt Nam và đặc biệt ở Hà Nội. Họ là những người đi mua sản phẩm từ các chợ bán buôn hoặc vùng sản xuất hoặc bán sản phẩm của họ làm ra. Những người này đi khắp các ngõ ngách, khu dân cư... để bán hàng làm sao cho nhanh hết nhất. Số lượng người bán rong trên toàn thành phố ước lên tới trên 9 nghìn người, trong đó tập trung ở nội thành là trên 6 nghìn người.

Đánh giá chung về mạng lưới phân phối rau tươi trên địa bàn Hà Nội chúng tôi nhận thấy: Mạng lưới chợ bán buôn được mở rộng ra thêm chợ Hà Đông; có một số chợ bán lẻ đang xây dựng lại theo quy hoạch mới nên có sự thay đổi khiến một số hộ chưa tìm kiếm được vị trí để bán hàng trở lại; đã xuất hiện ngày càng nhiều điểm bán RAT, hình thức bán rong dù đã có văn bản quản lý song số lượng ngày càng gia tăng. Do vậy, so sánh về hình thức phân phối chưa có nhiều đổi khác so với 5 năm trước đây.

2. Thực trạng về hệ thống phân phối RAT trên địa bàn Hà Nội

Nhìn tổng thể các điểm bán RAT thấy số lượng gia tăng là do (i) số lượng các siêu thị tăng nên điểm bán RAT tại siêu thị cũng tăng lên và (ii) sự gia tăng của các điểm bán tại các cửa/quầy hàng. Còn về hình thức so với giai đoạn trước không có sự khác biệt lớn. Tuy nhiên, có sự phong phú hơn về cách thức tổ chức của hình thức bán RAT tại siêu thị và tại các cửa hàng của các công ty mới xuất hiện. Đó là các điểm bán hình thành như dạng “siêu thị mini” hoặc cửa hàng của các công ty tại các khu trung cư, các khu dân cư đông đúc. Tại các điểm bán này, ngoài RAT có nhiều các mặt hàng thực phẩm khác

