

MÔ HÌNH CHUỖI CUNG ỨNG NGẮN NGÀNH NÔNG SẢN TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Thị Vân Nga*, Bùi Phan Hà Chi*, Lê Thiên Hoàng*, Tạ Ngọc Linh Chi*,
Trần Hồng Sơn*, Dương Thị Thanh Xuân*

Nhận bài: 20/08/2023; Nhận kết quả bình duyệt: 15/09/2023; Chấp nhận đăng: 23/09/2023

©2023 Trường Đại học Thăng Long

Tóm tắt

Bài báo tìm hiểu cách thức xây dựng và hoàn thiện mô hình chuỗi cung ứng nông sản ngắn tại Việt Nam thông qua các khái niệm, đặc điểm và khảo sát từ 200 mẫu bao gồm hộ nông dân và người tiêu dùng. Bài báo chỉ ra sự quan tâm đến việc tiêu thụ thực phẩm địa phương ngày càng gia tăng, bởi người tiêu dùng nhận ra lựa chọn sản phẩm này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí trung gian mà còn mua được với giá thành hợp lý, được sử dụng sản phẩm chất lượng, có nguồn gốc rõ ràng. Đối với người nông dân, khi có sự tự chủ trong việc xác định giá thì lợi nhuận thu được sẽ tăng lên đáng kể. Tuy nhiên, những thách thức trong quản lý đầu vào không hiệu quả, chất lượng sản phẩm không đảm bảo, thiếu vốn đầu tư, thiếu thiết bị công nghệ, hạ tầng vận tải hạn chế và kỹ năng quản lý và tiếp thị là những thách thức không nhỏ cần được vượt qua. Nghiên cứu này của nhóm tác giả hy vọng góp một phần nhất định giúp các nông hộ và các doanh nghiệp chủ động đánh giá tình hình và đưa ra những chiến lược phát triển phù hợp.

Từ khóa: Logistics; Mô hình SSC; Chuỗi cung ứng nông sản ngắn; Rút ngắn trung gian; Vận chuyển nông sản

1. Giới thiệu

Trong thời đại nông nghiệp phát triển, chuỗi cung ứng nông sản ngắn đã nhanh chóng trở thành một xu hướng quan trọng. Với tiềm năng tối ưu hóa quá trình sản xuất, vận chuyển và tiêu thụ nông sản, đây là một bước tiến quan trọng mang lại lợi ích to lớn cho cả người nông dân và người tiêu dùng. Theo truyền thống, chuỗi cung ứng nông sản thường rườm rà và phức tạp, kéo dài quá trình từ khi nông sản được trồng và thu hoạch cho đến khi nó đến tay người tiêu dùng. Để giải quyết các

vấn đề trên, chuỗi cung ứng nông sản ngắn (Short agricultural Supply Chain – SaSC) đã ra đời tập trung vào việc giảm thiểu khoảng cách vận chuyển và thời gian lưu trữ. Thay vì đi qua nhiều bước vận chuyển và xử lý phức tạp, nông sản được thu hoạch tươi ngon và giao ngay cho người tiêu dùng và nhờ vậy, chất lượng của sản phẩm được duy trì tốt nhất, mang đến trải nghiệm tuyệt vời cho người tiêu dùng.

Do tầm quan trọng đó, rất cần phải tập trung nghiên cứu và xây dựng một mạng lưới hệ thống chuỗi cung ứng

* Trường Đại học Thăng Long

nông sản ngắn bền vững, mở ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho nông dân và các nhà sản xuất địa phương. Đã có rất nhiều nghiên cứu về tác động tổng quan của chuỗi cung ứng nông sản ngắn đến ngành nông nghiệp nhưng chỉ tập trung vào các thị trường Pháp và Châu Âu là những thị trường có nhiều điểm khác biệt với thị trường Việt Nam [6].

Nghiên cứu [2] cũng đưa ra một số đặc điểm của chuỗi cung ứng ngắn (Short Supply Chain- SSC). Theo nghiên cứu này, một trong những đặc điểm quan trọng của SSC là mối quan hệ gắn kết giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng. Vì khoảng cách giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng là rất ngắn, nên họ có thể giao tiếp và tương tác với nhau một cách dễ dàng và thường xuyên hơn so với trong các chuỗi cung ứng dài hơn. Điều này giúp giảm thiểu sự khác biệt và tăng cường sự đồng bộ giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng. Nghiên cứu cũng nhấn mạnh rằng SSC thường được áp dụng trong các ngành công nghiệp nhỏ và vừa, vì nó thích hợp với quy mô sản xuất nhỏ và số lượng sản phẩm có hạn. Với những sản phẩm được sản xuất theo quy mô nhỏ, SSC giúp giảm thiểu chi phí sản xuất, tăng khả năng tương tác giữa người sản xuất và người tiêu dùng, và cải thiện khả năng định giá sản phẩm.

Trong chuỗi cung ứng nông sản ngắn, các mô hình kinh doanh khác nhau (bán hàng trực tiếp từ người nông dân trên trang trại, cửa hàng trang trại,

chợ nông sản, tự hái và trung tâm hợp tác xã) dựa trên việc tiếp xúc trực tiếp giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng và khoảng cách ngắn giữa chúng. Các sáng kiến về chuỗi cung ứng ngắn có tiềm năng hướng đến hệ thống thực phẩm địa phương bền vững [12]; [15]. Chuỗi cung ứng ngắn lý tưởng nhất cho ngành nông sản là chuỗi cung ứng không qua trung gian, người nông dân có thể xác định theo cách hoàn toàn tự chủ khi đưa ra các quyết định [4].

Cùng với sự gia tăng dân số và phát triển kinh tế khu vực, nhu cầu về nông sản ngày càng tăng cao đòi hỏi một chuỗi cung ứng phải tối ưu, tinh gọn, đáp ứng được những yêu cầu khắt khe từ phía khách hàng. Xây dựng chuỗi cung ứng ngắn cho các sản phẩm địa phương, đặc biệt là hàng nông sản, đang trở thành một xu hướng chủ đạo đối với hầu hết các nước trên thế giới. Phân tích các quan điểm cho thấy thực tế là không có định nghĩa chung nào về chuỗi cung ngắn sản phẩm nông nghiệp, bởi trong thực tế hình thức cung ứng này tồn tại dưới nhiều dạng thức khác nhau và tùy thuộc vào bối cảnh địa lý và kinh tế địa phương cũng như phương thức hoạt động của các hộ sản xuất nông nghiệp và người tiêu dùng cụ thể [5].

Hiện có số một ít các nghiên cứu, chẳng hạn [10] và [13] là nghiên cứu tổng quan được tất cả các khía cạnh, đặc điểm và vai trò của chuỗi cung ứng ngắn, việc sử dụng công nghệ Blockchain để xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng nông sản ngắn tại Việt Nam

cũng như phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân trong chuỗi cung ứng nông sản ngắn. Tuy nhiên, hai nghiên cứu này đều chỉ trình bày một góc cạnh của vấn đề về thu nhập.

Do đó, vẫn còn một khoảng trống nghiên cứu cần bổ sung: Dựa trên khảo sát thực tiễn từ các hộ nông dân và người tiêu dùng tại Việt Nam trong thời gian gần đây, sử dụng các mô hình thành công trong chuỗi cung ứng ngắn nông sản trên thế giới, căn cứ vào mục tiêu vận hành chuỗi cung ứng hiệu quả để có thể xây dựng một mô hình chuỗi cung ứng nông sản ngắn phát triển bền vững tại Việt Nam. Đó là tóm tắt nội dung nghiên cứu của bài báo này.

Ngoài phần thông tin giới thiệu chung, bài báo này được trình bày qua kết cấu sau: Phần 2 là tổng quan về Phương pháp nghiên cứu; Phần 3 là xây dựng chuỗi cung ứng ngắn nông sản tại Việt Nam và Phần 4 là kết luận.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Chuỗi cung ứng ngắn (Short Supply Chain- SSC) có thể hiểu một cách đơn giản chính là sự giảm thiểu tối đa các thành viên tham gia trong chuỗi cung ứng. Chuỗi cung ứng ngắn đang dần trở thành một phương thức thương mại phổ biến trên toàn cầu, thay thế dần các phương thức thương mại truyền thống với chuỗi cung ứng đa tầng, nhiều công đoạn, nhiều tầng nấc trung gian [1]. Theo nghiên cứu [9], chuỗi cung ứng

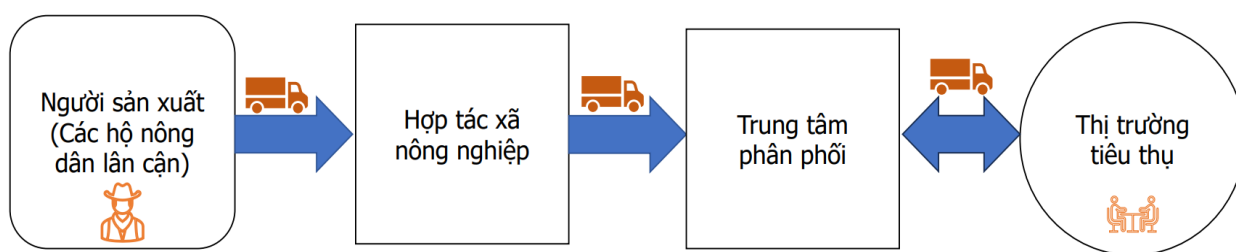
được gọi là ngắn phải hội tụ bốn đặc điểm cơ bản sau đây: *Đặc điểm thứ nhất* là sự gần gũi địa lý. Khi xác định sự gần gũi địa lý của chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm nông nghiệp, có thể xác định theo cách tiếp cận giới hạn một khu vực địa lý cụ thể. Trong giới hạn đó, các sản phẩm nông nghiệp được sản xuất, chế biến và phân phối (hình thức bán lẻ) trên cùng một địa bàn. Hoặc có thể xác định dựa vào việc chỉ tập trung vào khu vực sản xuất sản phẩm nông nghiệp chứ không phải khu vực phân phối. *Đặc điểm thứ hai* là giảm tối đa số lượng trung gian. Chuỗi cung ứng ngắn trong nông nghiệp có không quá một trung gian trong chuỗi, trường hợp lý tưởng nhất là không có trung gian. Đối với trường hợp này, sự tiếp xúc giữa các nhà sản xuất nông nghiệp với nhiều người tiêu dùng cuối cùng là quan hệ trực tiếp, liên quan đến các mối quan hệ trao đổi hàng hóa dựa trên nền tảng tin tưởng lẫn nhau. *Đặc điểm thứ ba* là tương tác xã hội trong chuỗi. Mối quan hệ tương tác xã hội của các nhân tố tham gia ở vị trí trung tâm trong các hoạt động của chuỗi. Sự tương tác để phát triển sẽ hình thành các liên kết theo kiểu mạng lưới và thúc đẩy sự gắn kết ngày càng chặt chẽ hơn của cộng đồng địa phương. *Đặc điểm thứ tư* là môi trường bền vững. Chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm nông nghiệp sẽ góp phần rút ngắn quãng đường đi của sản phẩm nông nghiệp, giảm lượng khí thải carbon, tăng hàm lượng sử dụng phân hữu cơ trong quá trình sản xuất và tuân

thủ chặt chẽ phương pháp sản xuất bền vững. Chính điều này sẽ góp phần tạo ra sự bền vững của môi trường tại cộng đồng địa phương.

Có hai loại mô hình chuỗi cung ứng nông sản ngắn gồm mô hình hợp tác xã và mô hình liên kết trang trại. Trong khi mô hình hợp tác xã tạo tính minh bạch và đảm bảo chất lượng nông sản thông qua sự hợp tác giữa các trang trại thành viên thì mô hình liên kết trang trại lại

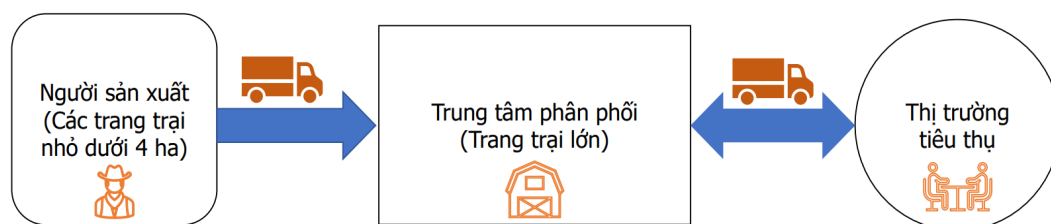
xây dựng mạng lưới kết nối trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng, thúc đẩy tương tác và phát triển bền vững. Dù vậy, cả hai mô hình đều chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố địa phương và công nghệ thông tin. Sự gắn kết của hai yếu tố này tạo nên sự thay đổi trong ngành nông nghiệp, giúp cho mô hình cung ứng nông sản ngắn có thể tạo ra bước đột phá và phát triển bền vững [4].

Hình 1. Chuỗi cung ứng ngắn nông sản lấy hợp tác xã làm trung tâm



(Nguồn: [11])

Hình 2. Chuỗi cung ứng ngắn lấy trang trại hoặc liên kết trang trại làm trung tâm

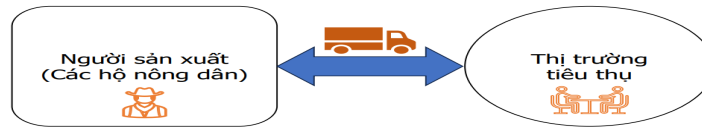


(Nguồn: [11])

Việc xây dựng chuỗi cung ứng ngắn cho nông sản tại Việt Nam là rất cần thiết, tạo điều kiện thuận lợi cho việc duy trì và truyền đạt tính xác thực và độc đáo của sản phẩm nông sản dưới dạng bản sắc văn hóa, phương pháp sản

xuất và xuất xứ của các sản phẩm. Chuỗi cung ứng ngắn lý tưởng nhất cho ngành nông sản là chuỗi cung ứng không qua trung gian, người nông dân có thể xác định theo cách hoàn toàn tự chủ khi đưa ra các quyết định [4].

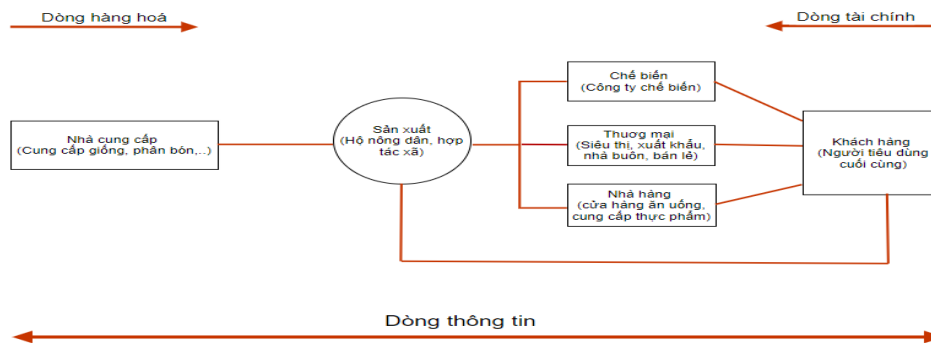
Hình 3. Mô hình chuỗi cung ứng ngắn lý tưởng



(Nguồn: [11])

2.2. Xây dựng chuỗi cung ứng ngắn nông sản Việt Nam

Sơ đồ 1. Sơ đồ mạng lưới chuỗi cung ứng ngắn nông sản phù hợp với Việt Nam



(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)

Dựa vào sơ đồ mạng lưới cho thấy, các mô hình SSC có thể thực hiện, theo đó sản phẩm nông sản được cung ứng trực tiếp đến tay người tiêu dùng cuối cùng (mô hình lý tưởng); Sản phẩm nông sản được cung ứng trực tiếp đến nhà hàng/ cửa hàng ăn uống, cung cấp thực phẩm. Mục tiêu nghiên cứu là xác định các rào cản tiềm năng và những yếu tố hỗ trợ cho việc thực hiện dịch vụ logistics và xây dựng chuỗi cung ứng ngắn cho ngành nông sản tại Việt Nam. Các câu hỏi khảo sát hộ nông dân và người tiêu dùng được thực hiện nhằm trả lời cho các câu hỏi sau đây:

- Hiện nay hộ nông dân sản xuất tại địa phương và người tiêu dùng phân phối và mua hàng thế nào?
- Các đặc điểm, nhu cầu và thói quen của người tiêu dùng và nông dân sẽ ảnh hưởng đến thành công của dịch vụ thực phẩm địa phương như thế nào?

- Những lợi ích cụ thể của việc thực hiện dịch vụ logistics là gì?

Để đánh giá việc triển khai xây dựng chuỗi cung ứng ngắn nông sản tại Việt Nam, nghiên cứu tiến hành khảo sát 200 đối tượng, bao gồm các nông hộ và người tiêu dùng. Phiếu khảo sát được gửi online cho mẫu khảo sát. Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS để xử lý và tính toán các dữ liệu.

- Đối với các nông hộ trực tiếp canh tác sản xuất nông sản:

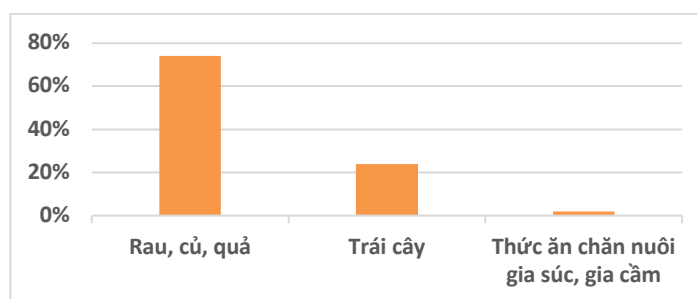
Tổng cộng 100 bảng câu hỏi đã được cung cấp cho các chủ nông trại quy mô nhỏ và vừa. Sự đa dạng của các sản phẩm được thu hoạch bởi các trang trại địa phương, hộ nông dân sản xuất nhỏ bảo đảm sự đa dạng của mẫu khảo sát, từ các trang trại trồng rau củ quả (74%), trồng trái cây, hoa quả (24%),

sản xuất thức ăn chăn nuôi gia súc, gia cầm (2%).

Độ tuổi trung bình của chủ trang trại là 55 tuổi: đa số trong khoảng từ 40 đến 60 tuổi (61%), 8% nhỏ hơn 40 tuổi và 26% lớn hơn 60 tuổi. Trong số các mô hình được sử dụng, chợ nông sản là kênh phân phối được sử dụng nhiều nhất (32%), tiếp theo là bán hàng tại các doanh nghiệp kinh doanh (Coop

Mart, Lotte Mart, BigC, Vinatex,...,23%), siêu thị (21%), giao hàng đến người tiêu dùng cuối cùng (19%) và tại cửa hàng tiện lợi (Winmart, 7-Eleven, Fivimart,...,5%). Nông hộ kinh doanh qua các hình thức trực tiếp (Tự nuôi trồng – Tự thu hoạch – Tự kinh doanh) chiếm 50%, còn lại là gián tiếp qua các bên trung gian.

Biểu đồ 1. Biểu đồ thể hiện sản phẩm nông sản mà nông hộ sản xuất/ kinh doanh chủ yếu



(Nguồn: Kết quả khảo sát)

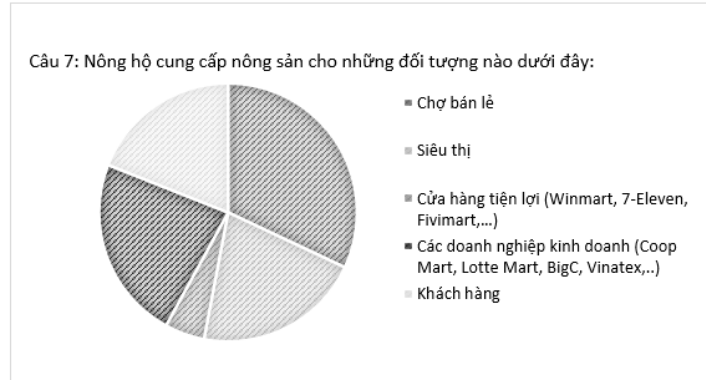
Độ tuổi trung bình của chủ trang trại là 55 tuổi: đa số trong khoảng từ 40 đến 60 tuổi (61%), 8% nhỏ hơn 40 tuổi và 26% lớn hơn 60 tuổi. Trong số các mô hình được sử dụng, chợ nông sản là kênh phân phối được sử dụng nhiều nhất (32%), tiếp theo là bán hàng tại các doanh nghiệp kinh doanh (Coop Mart, Lotte Mart, BigC, Vinatex,...,23%), siêu thị (21%), giao hàng đến người tiêu dùng cuối cùng (19%) và tại cửa hàng tiện lợi (Winmart, 7-Eleven, Fivimart,...,5%). Nông hộ kinh doanh qua các hình thức trực tiếp (Tự nuôi trồng – Tự thu hoạch – Tự kinh doanh) chiếm 50%, còn lại là gián tiếp qua các bên trung gian.

– Đối với nhóm đối tượng người tiêu dùng

Trong số 100 người tiêu dùng trả lời câu hỏi có 69,3% người hiện tại sống ở thành phố, nơi tập trung nhiều siêu thị, cửa hàng tiện lợi, số người còn lại sống ở nông thôn chiếm 30,7%. Thông thường, khu vực nông thôn có ít hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi. Tổng số 52,5% người tham gia khảo sát có công việc yêu cầu về thời gian nghiêm ngặt và 47,5% có công việc linh hoạt thời gian. Tất cả người tiêu dùng được khảo sát cho biết họ mua ít nhất một sản phẩm thực phẩm địa phương. Với sản xuất nông nghiệp đặc trưng cho khu vực nghiên cứu, các sản phẩm thực phẩm, chủ yếu được mua của địa phương là rau, củ, thịt..., còn lại được mua trong siêu thị. Hoa quả nhập khẩu

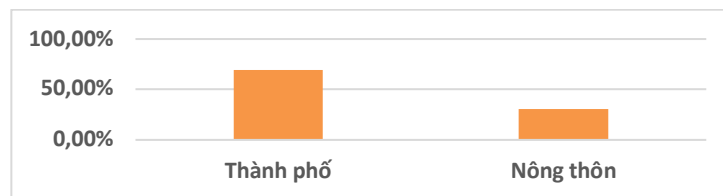
và các đồ ăn đóng hộp tuyệt đối không mua ở chợ truyền thống.

Biểu đồ 2. Biểu đồ thể hiện phần trăm kênh phân phối của hộ nông dân



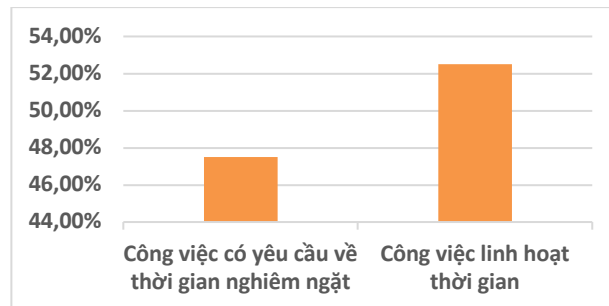
(Nguồn: Kết quả khảo sát)

Biểu đồ 3. Biểu đồ khu vực tập trung sinh sống của người tiêu dùng



(Nguồn: Kết quả khảo sát)

Biểu đồ 4. Biểu đồ thể hiện tính chất công việc của người tiêu dùng



(Nguồn: Kết quả khảo sát)

Ý kiến hộ nông dân và người tiêu dùng về việc triển khai dịch vụ logistics đã được điều tra dựa trên thang đo Likert. Nhóm đã sử dụng phần mềm SPSS làm thống kê mô tả, dùng thông số Mean-trung bình cộng đánh giá dựa trên các mức ý nghĩa như sau: Rất không đồng ý: 1,00-1,8; Không đồng ý: 1,81-2,6; Trung lập: 2,61-3,4; Đồng ý: 3,41- 4,2; Rất đồng ý: 4,21-5,00.

Bảng 1 cho thấy người nông dân và các hộ tiêu dùng sản phẩm đã thể hiện sự quan tâm vừa phải trong việc tham gia vào hệ thống phân phối, đề xuất cung cấp thực phẩm địa phương và tham gia vào một thương hiệu được công nhận và quảng bá. Một số câu trả lời cho thấy việc áp dụng mô hình chuỗi cung ứng ngắn trong nông nghiệp sẽ được người tiêu dùng và hộ nông dân

ủng hộ, chẳng hạn việc thanh toán khi mua hàng trực tiếp từ hộ nông dân dễ dàng hơn, không phải chờ đợi lâu (đạt 2,04 điểm); trực tiếp cung cấp nông sản cho những đối tượng như: chợ bán lẻ, siêu thị, cửa hàng tiện lợi,...(đạt 2,76 điểm). Động lực của các nông hộ để tham gia chuỗi cung ứng ngắn là rất cao thể hiện qua giá trị mean của câu hỏi “Tôi muốn trực tiếp cung cấp nông sản cho những đối tượng như: chợ bán lẻ, siêu thị, cửa hàng tiện lợi...” đạt tới 2,76 điểm. Các quan điểm của nhóm người

tham gia khảo sát khá tương đồng, thể hiện qua giá trị độ lệch chuẩn SD ở mức thấp. Hiện nay, số người biết đến mô hình chuỗi cung ứng ngắn đã khá nhiều (đạt 70%) và chưa biết đến mô hình chỉ chiếm 30%.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy mức độ ủng hộ của người nông dân và người tiêu dùng đối với việc xây dựng một chuỗi cung ứng ngắn nông sản tại Việt Nam.

Bảng 1. Các ý kiến của người nông dân và người tiêu dùng

Người nông dân	Mean	Median	SD
Tôi quan tâm đến việc tham gia vào hệ thống phân phối để xuất cung cấp các sản phẩm nông sản ngắn chuỗi. Tôi quan tâm đến việc tham gia vào hệ thống phân phối để xuất cung cấp các sản phẩm nông sản ngắn chuỗi.	2,14	3,00	0,853
Tôi muốn sở hữu riêng trang trại, địa bàn để quảng bá sản phẩm địa phương, từ đó xác định việc sử dụng các sản phẩm nông sản ngắn chuỗi.	1,79	1,00	0,88
Tôi muốn trực tiếp cung cấp nông sản cho những đối tượng như chợ bán lẻ, siêu thị, cửa hàng tiện lợi,...	2,76	2,00	1,564
Tôi muốn có một dịch vụ tổ chức vận chuyển giao hàng cho sản phẩm của mình tới các kênh phân phối	2,55	3,00	1,234
Tôi lo lắng về việc bảo quản sản phẩm nông sản của mình	2,00	2,00	0,829
Tôi sẽ quan tâm đến thời gian vận chuyển nông sản tới các kênh phân phối để đảm bảo sự hài lòng cho khách hàng	2,38	2,00	1,254
Tôi sẽ quan tâm đến chi phí vận chuyển nông sản tới kênh phân phối.	2,95	3,00	1,359
Người tiêu dùng			
Tôi thường có thói quen mua các sản phẩm nông nghiệp qua một số kênh như siêu thị, cửa hàng tiện lợi, chợ truyền thống và mua hàng trực tiếp từ người nông dân	1,66	2,00	0,607
Tôi tin rằng giá mua trực tiếp từ người nông dân rẻ hơn so với giá mua ở các siêu thị	1,96	2,00	0,197
Tôi nhận thấy chất lượng thực phẩm mua trực tiếp từ người nông dân với trong siêu thị thì thực phẩm mua ở siêu thị sẽ đảm bảo hơn, đáp ứng nhu cầu gia đình	1,73	2,00	0,79

Tôi thấy rằng việc mua các mặt hàng nông sản trực tiếp từ người dân rất nhanh chóng và không mất thời gian nhận hàng.	1,82	1,00	1,388
Việc thanh toán khi mua hàng trực tiếp từ hộ nông dân dễ dàng hơn, không phải chờ đợi lâu	2,04	2,00	1,053
Tôi thường quan tâm chất lượng, nguồn gốc của sản phẩm hơn là giá cả	1,19	1,00	0,394
Tôi thường trao đổi trực tiếp với người nông dân về chất lượng, nguồn gốc sản phẩm khi mua hàng	1,33	1,00	0,473

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)

Nghiên cứu phân tích 3 nhóm yếu tố gồm quản lý đặt hàng, lên lịch giao hàng và lead time để xem xét rào cản nhằm triển khai mô hình.

– Quản lý đặt hàng

Trừ các hộ nông dân bán nông sản trực tiếp tại trang trại và tại chợ nông sản thì điện thoại di động là phương tiện chính để quản lý đơn đặt hàng cho nhà nông trồng rau củ quả, cao hơn nhiều so với sử dụng email. Số lượng nhân viên ít hoặc không có nhân viên đòi hỏi chủ sở hữu phải quản lý đơn đặt hàng cùng với tất cả các hoạt động khác.

Nhu cầu phải sẵn sàng cho các đơn đặt hàng trong khi thực hiện các hoạt động khác làm cho điện thoại di động là công cụ giao tiếp tốt nhất. Người tiêu dùng đặt hàng chủ yếu bằng điện thoại (77%) và thông qua đại diện cửa hàng trưng bày sản phẩm nông sản sạch (70%). Chỉ có 7% sử dụng email. Trong những năm gần đây, ngành nông sản và chuỗi cung ứng thực phẩm đang bị ảnh hưởng bởi số hóa và đổi mới [14]. Theo xu hướng này, các hộ nông dân và người tiêu dùng đều rất sẵn lòng sử dụng hệ thống công nghệ thông tin để quản lý đơn đặt hàng. Vì vậy, việc giới

thiệu một hệ thống quản lý đặt hàng trực tuyến không phải là một rào cản cho việc triển khai dịch vụ logistics. Việc sử dụng hệ thống trực tuyến sẽ giảm thời gian mà người tiêu dùng phải dành cho việc tìm kiếm các sản phẩm địa phương. Đồng thời, nền tảng trực tuyến sẽ cho phép các nông dân tiếp cận thị trường rộng hơn.

– Lịch giao hàng

Trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm, việc giao hàng đúng thời gian, đúng địa điểm đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng sản phẩm cũng như sự hài lòng của khách hàng. Ở mỗi nhà cung cấp khác nhau, thời gian giao hàng là khác nhau. Tuy nhiên, thông qua khảo sát một số hộ nông dân cung cấp nông sản, có thể nhận thấy rằng đối với siêu thị, các nhà cung cấp thường có lịch giao hàng cố định vào hai ngày bất kỳ trong tuần tùy theo thỏa thuận giữa đôi bên. Trong khi đó, tại các khu công nghiệp, nhà máy, các trường tiểu học, suất ăn cùng một lượng cầu lớn về thực phẩm với những yêu cầu khắt khe về chất lượng cũng như độ tươi mới, đòi hỏi nhà cung cấp phải giao hàng vào mỗi 8 giờ từ thứ 2

đến thứ 7 hàng tuần mới có thể đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

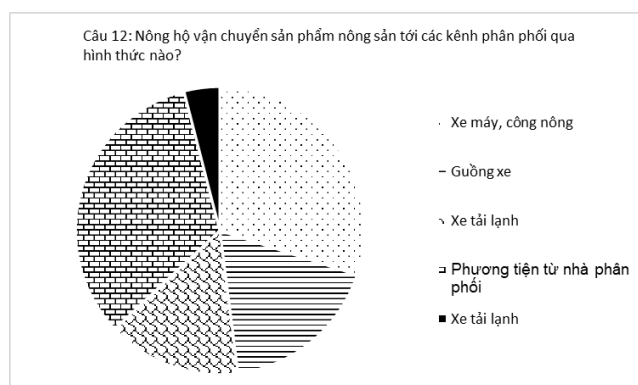
Trung bình thời gian dẫn đầu của các hộ nông dân

Tùy thuộc vào từng sản phẩm và thị trường, thời gian dẫn đầu của các hộ nông dân cung cấp thực phẩm có thể khác nhau. Tuy nhiên, đối với hầu hết các hộ cung cấp mặt hàng nông sản, như sản phẩm nông nghiệp tươi sống: rau, thịt, cá, ... thời gian dẫn đầu trung bình của họ là từ 1-2 ngày do quy trình vận chuyển và xử lý thịt tươi cần được thực hiện nhanh chóng để giữ cho sản phẩm

luôn tươi mới. Trong khi đó, đối với các mặt hàng nông sản đông lạnh, thời gian bảo quản là lâu hơn từ vài ngày đến 1 tuần do quá trình vận chuyển và bảo quản sản phẩm cần phải được thực hiện trong điều kiện đặc biệt.

Xe vận chuyển sản phẩm nông sản tới các kênh phân phối được các hộ nông dân sử dụng rất đa dạng, phụ thuộc mạnh mẽ vào loại sản phẩm. Hộ nông dân sản xuất rau quả chủ yếu sử dụng phương tiện từ nhà phân phối và xe máy, xe công nông (63%), giường xe (18%), xe tải lạnh và xe tải (19%)

Biểu đồ 5. Biểu đồ về hình thức vận chuyển phân phối sản phẩm của hộ nông dân



(Nguồn: Kết quả khảo sát)

Các yếu tố tạo nên một chuỗi cung ứng ngắn hoàn chỉnh, hiệu quả bao gồm: Thời gian, độ tin cậy, thông tin và tính linh hoạt cùng khả năng phát triển sản phẩm.

Về Thời gian: từ góc độ khách hàng, thời gian là yếu tố quan trọng đo bằng tổng lượng thời gian từ thời điểm khách hàng ký đơn đặt hàng đến lúc hàng được giao.

+ Lịch giao hàng: Trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm, việc giao hàng đúng thời gian, đúng địa điểm đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc đảm

bảo chất lượng sản phẩm cũng như sự hài lòng của khách hàng. Ở mỗi nhà cung cấp khác nhau, thời gian giao hàng là khác nhau.

+ Thời gian chờ hàng: Nếu thời gian giao hàng kéo dài, sản phẩm có thể bị hư hỏng hoặc mất chất lượng, ảnh hưởng đến độ tươi mới, an toàn thực phẩm và sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, với mỗi nhà cung cấp khác nhau, thời gian chờ hàng là khác nhau bởi nó không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố khoảng cách địa lý, lượng hàng cần vận chuyển mà còn phụ thuộc vào tình trạng giao thông tại từng khu vực. Với khu vực với bán kính dưới 10km,

thời gian chờ hàng trung bình sẽ là 60 phút, với khu vực ngoại thành trên 30km, thời gian chờ hàng là 150 phút. Còn đối với các tỉnh lẻ, các nhà cung cấp sẽ phải điều phối các phương tiện vận tải và thời gian chờ hàng có thể mất từ 1 đến 3 ngày.

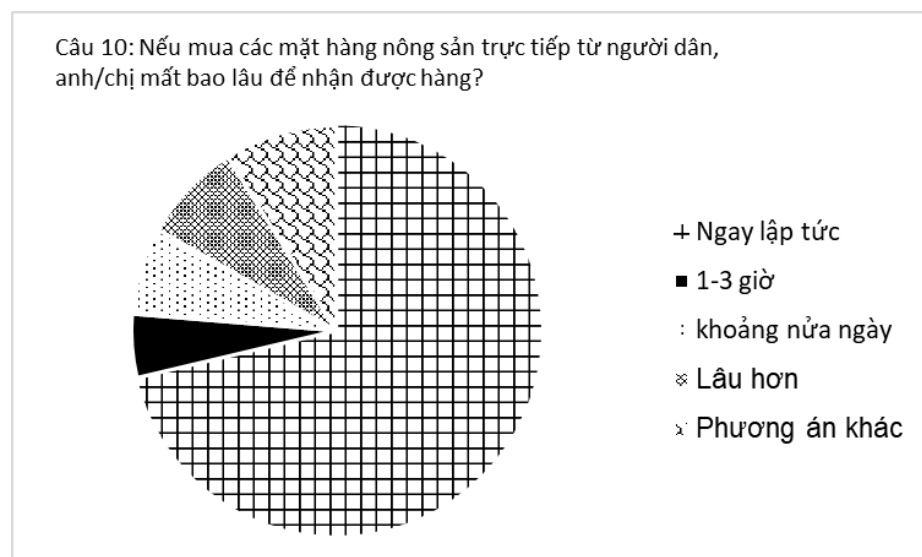
+ Trung bình thời gian dẫn đầu của các hộ nông dân: Thời gian dẫn đầu trung bình của các hộ nông dân là từ 1 đến 2 ngày do quy trình vận chuyển và xử lý thịt tươi cần được thực hiện nhanh chóng để giữ cho sản phẩm luôn tươi mới. Trong khi đó, đối với các mặt hàng nông sản đông lạnh, thời gian bảo quản là lâu hơn từ vài ngày đến 1 tuần do quá trình vận chuyển và bảo quản sản phẩm cần phải được thực hiện trong điều kiện đặc biệt.

+ Đối với người tiêu dùng, mối quan tâm là khoảng thời gian giữa đặt hàng và giao hàng trung bình. Khảo sát các mặt hàng nông sản, khi thời gian đặt hàng trung bình chưa tới 5 phút, người tiêu dùng chỉ cần một cuộc điện thoại, các đơn vị cung cấp sẽ xác nhận

và tiến hành chuẩn bị giao hàng. Sự đa dạng các loại hình phương tiện vận chuyển khiến thời gian giao hàng trung bình chỉ từ 60 phút trong khu vực nội đô và 150 phút cho khu vực ngoại ô. Đối với các tỉnh thành khác, thời gian giao hàng sẽ lâu hơn nhưng cũng chỉ mất từ 1 đến 2 ngày mà vẫn đáp ứng được những yêu cầu khẩn cấp của khách hàng.

Về độ tin cậy: Khi được hỏi về thời gian mà họ nhận được hàng sau khi đặt, số người tiêu dùng phản hồi tốt do đáp ứng nhu cầu của họ ngay lập tức chiếm 71,3%, số còn lại cho biết tối đa là khoảng nửa ngày do có một số phát sinh bên ngoài. Người tiêu dùng nhận thấy rằng việc mua hàng trực tiếp từ hộ nông dân sản xuất thuận tiện và yên tâm về nguồn gốc của sản phẩm, do vậy ta thấy được mức độ tin cậy của người tiêu dùng với mặt hàng nông sản là cao.

Biểu đồ 6. Thời gian nhận được hàng của người tiêu dùng từ khi bắt đầu đặt hàng



(Nguồn: Kết quả khảo sát)

Về thông tin: Đây là nhân tố liên quan đến các hoạt động giao tiếp truyền tin cho khách hàng về hàng hóa, dịch vụ,

quá trình cung cấp dịch vụ, mặt khác còn liên quan đến các vấn đề thu thập

khiếu nại, đề xuất, các yêu cầu của khách hàng.

Về độ linh hoạt của chuỗi cung ứng ngắn: Việc trực tiếp mua từ người nông dân sẽ giúp người tiêu dùng có thể linh hoạt lựa chọn sản phẩm. Họ hoàn toàn có thể trực tiếp yêu cầu người nông dân cung cấp sản phẩm ở mức tiêu chuẩn như thế nào, loại sản phẩm gì và giao tại đâu. Cùng với sự phát triển của thương mại điện tử ngày nay, việc mua hàng trực tiếp từ nông dân trở nên dễ dàng hơn, người tiêu dùng chỉ cần gọi điện hoặc nhắn tin, hàng sẽ được vận chuyển đến tận nơi.

Về hiệu suất nội bộ: Đa số các hộ nông dân khi được khảo sát đều cho rằng việc cung cấp trực tiếp cho khách giúp họ nhận được doanh thu cho sản phẩm cao hơn nhưng doanh số lại kém hơn vì họ không đủ sức bao phủ sản phẩm đến nhiều khách hàng, vì vậy số lượng bán được vẫn không thể so sánh với việc bán buôn cho các siêu thị, đại lý trung gian.

3. Đánh giá việc xây dựng chuỗi cung ứng ngắn nông sản tại Việt Nam

Sự quan tâm đến việc tiêu thụ thực phẩm địa phương ngày càng gia tăng, bởi người tiêu dùng nhận ra lựa chọn sản phẩm này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí trung gian mà còn mua được với giá cả hợp lý. Áp dụng mô hình chuỗi cung ứng ngắn vào hoạt động kinh doanh, người nông dân thu được lợi nhuận đáng kể khi có sự tự chủ trong việc xác định giá. Điều này giúp nông dân lấy lại quyền kiểm soát sản xuất và

tránh bị áp đặt từ các nhà cung cấp và người mua hàng, từ đó giữ được quyền tự quyết. Tham gia chuỗi cung ứng ngắn cũng giúp nâng cao kỹ năng kinh doanh của nông dân trong việc xây dựng mối quan hệ và tạo lòng tin với khách hàng. Hơn nữa, chuỗi cung ứng ngắn đem lại lợi ích tài chính ngay lập tức cho nhà sản xuất. Mô hình này cho phép nông dân bán sản phẩm với giá cao hơn so với giá trung gian truyền thống, đồng thời người tiêu dùng cũng được hưởng giá bán thấp hơn và mua được sản phẩm chất lượng hơn.

Tuy nhiên, triển khai chuỗi cung ứng ngắn vẫn đối diện với nhiều thách thức cần giải quyết. Quản lý đầu vào không hiệu quả, chất lượng sản phẩm không đảm bảo, thiếu vốn đầu tư, thiếu thiết bị công nghệ, hạ tầng vận tải hạn chế và kỹ năng quản lý và tiếp thị là những thách thức cần được vượt qua. Những vấn đề này không chỉ dẫn đến tình trạng thiếu nguồn cung, chất lượng kém, mà còn dẫn đến những rủi ro không đáng có trong quản lý, làm giảm lợi nhuận và tài chính của doanh nghiệp, mất uy tín của thương hiệu, khó cạnh tranh và giảm khả năng phát triển trong tương lai, cũng như hạn chế tiếp cận thị trường và tăng giá trị sản phẩm.

Việc xây dựng mô hình chuỗi cung ứng nông sản ngắn không khó, nhưng đạt được thành công là điều không phải doanh nghiệp nào cũng làm được. Vì vậy, nhà sản xuất cần tập trung giải quyết các vấn đề tồn tại vẫn được coi là nguyên nhân của ngắn cản sự thành công của mình như sự thiếu linh hoạt,

sự thiếu đồng bộ, thiếu kỹ năng quản lý, thiếu đầu tư và các thiết bị công nghệ...

4. Kết luận

Tính khả thi của việc xây dựng chuỗi cung ứng ngắn tại Việt Nam là rất hứa hẹn. Việt Nam đã đạt được tiến bộ đáng kể trong hạ tầng, nhân lực và chính sách hỗ trợ, tạo ra một môi trường thuận lợi cho chuỗi cung ứng ngắn. Hạ tầng giao thông, cảng biển và khu công nghiệp được phát triển, cùng với nguồn nhân lực trẻ và có trình độ chuyên môn cao là những nhân tố tạo điều kiện thuận lợi cho đầu tư và thành công của chuỗi cung ứng ngắn tại Việt Nam.

Để thúc đẩy tính khả thi và đạt được thành công trong xây dựng chuỗi cung ứng ngắn, cần tăng cường chất lượng đào tạo và đổi mới công nghệ. Hợp tác giữa doanh nghiệp, chính phủ và các bên liên quan cũng cần được đẩy mạnh để tạo môi trường phát triển bền vững. Xây dựng chuỗi cung ứng ngắn tại Việt Nam không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn thúc đẩy phát triển bền vững, tạo việc làm và cải thiện chất lượng cuộc sống cho người dân.

Chuỗi cung ứng ngắn nông sản tại các vùng đồng bằng ở Việt Nam được hình thành khảo sát qua hai phương đối tượng chính là các nông hộ và người tiêu dùng. Chuỗi cung ứng này vận hành qua 2 hình thức là trực tiếp và gián tiếp, trong đó có 3 kênh phân phối chính: chợ địa phương, trung gian qua các doanh nghiệp và trực tiếp đến khách hàng. Kết quả nghiên cứu cung cấp một

bức tranh tổng quát và toàn diện về tình hình áp dụng chuỗi cung ứng ngắn nông sản (mặt hàng rau, củ, quả) tại Việt Nam. Nghiên cứu giúp các nông hộ và các doanh nghiệp chủ động đánh giá và nhìn nhận vai trò của mình, đưa ra những chiến lược phát triển phù hợp. Với những lợi ích đó, ngành nông sản cần xây dựng và phát triển mô hình chuỗi cung ứng ngắn một cách tối ưu nhất và mở rộng quy mô chuỗi cung ứng ngắn một cách bền vững, hiệu quả càng sớm càng tốt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ánh, T. (2022), "Xây dựng chuỗi cung ứng ngắn để "ghìm" giá tiêu dùng", báo điện tử Vneconomy, <https://vneconomy.vn/xay-dung-chuoi-cung-ung-ngan-de-ghim-gia-tieu-dung.htm>. [Accessed: May. 15, 2023]
- [2] Berman, S. L., and Kim, Y. (2020), 'Short supply chain management: a review', *Journal of Purchasing and Supply Management*.
- [3] Bockstaller, C., Feschet, P., & Angevin, F. (2015), Issues in evaluating the sustainability of farming systems with indicators. OCL 22, D102. doi:10.1051/occl/2014052.
- [4] Cicatiello, C., & Franco, S. (2008). La vendita diretta: produttori, consumatori e collettività. *Agriregionieuropa*, 4 (14).
- [5] Hưng, B. V. (2017). Chuỗi cung ứng nông nghiệp ngắn và hệ thống thực phẩm địa phương tại EU: một số vấn đề lý luận và thực tiễn. *Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu*.

- [6] Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., ... & Blackett, M. (2013). Short food supply chains and local food systems in the EU. A state of play of their socio-economic characteristics. *JRC scientific and policy reports*, 123, 129.
- [7] Link khảo sát (2023a). <https://docs.google.com/forms/d/11qSnn8ABrEr4kLX8CRMAKdswrVgg6c72wqF-YrcHlKI/edit>
- [8] Link khảo sát (2023b). https://docs.google.com/forms/d/1XfiMhDX8x3UTY8m_IzDGIFD0_lTWLBaCuxHOLKYr0fc/edit?usp=forms_home&ths=true
- [9] Markuszewska, A., & Prior, A. (2012). Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU- A State of Play of Their Socio-Economic Characteristics. *JRC Scientific and Policy Reports, European Union*.
- [10] Nguyễn Đức Thành và Trương Thị Phương Loan (2020). Xây dựng hệ thống chuỗi cung ứng nông sản tại Việt Nam dựa trên công nghệ Blockchain. *Tạp chí Khoa học & Công nghệ Đại học Quốc gia Hà Nội*.
- [11] Paciarotti, C., & Torregiani, F. (2018). Short food supply chain between micro/small farms and restaurants: An exploratory study in the Marche region. *Department of Industrial Engineering and Mathematical Sciences, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy*.
- [12] Torjusen, H., Lieblein, G., & Vitters, G. (2008). Learning, communicating and eating in local food-systems: The case of organic box schemes in Denmark and Norway. *International Journal of Consumer Studies*.
- [13] Trần Thị Ngọc Quỳnh và Nguyễn Thị Mai Trinh. (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân tổng chuỗi cung ứng nông sản ngắn tại Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*.
- [14] Verdouw, C., Beulens, A. J., Trienekens, J. H., and Wolfert, J. (2016). Virtualization and the food supply chain: A review. *Trends in Food Science & Technology*.
- [15] Wubben, E. F. M., Fondse, M., & Pascucci, S. (2013). The importance of stakeholder initiatives for business models in short food supply chains: The case of the Netherlands. *Journal on Chain and Network Science* 2013, 13(2): 139-149.
- [16]