

Tác động của các mô hình kết nối nông dân với thị trường đến thu nhập của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc

Đỗ Quang Giám

Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội
giamdq.hua@gmail.com

Trần Quang Trung

Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội
tqtrung@hua.edu.vn

Ngày nhận: 17/01/2013
Ngày nhận lại: 24/04/2013
Ngày duyệt đăng: 15/06/2013
Mã số: 01-13-AE-14

Tóm tắt

Kết nối nông dân - thị trường góp phần quan trọng trong việc ổn định tiêu thụ nông sản phẩm và tăng thu nhập cho nông hộ. Bài viết tập trung phân tích tác động của các mô hình kết nối đến thu nhập của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc và các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của các hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Kết quả phân tích cho thấy phần lớn các hộ nông dân chăn nuôi heo thịt tham gia kết nối với thị trường ở các mô hình khác nhau đều có mức thu nhập cao hơn so với hộ không tham gia. Các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của nông hộ chăn nuôi heo thịt bao gồm: Quy mô sản xuất, trình độ học vấn và địa vị xã hội của chủ hộ, và biến động giá sản phẩm trên thị trường. Phần cuối của bài viết đề cập đến một số gợi ý về mặt chính sách để tăng khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường cũng như tính bền vững của các mô hình kết nối này.

Từ khóa: Kết nối nông dân - thị trường, mô hình kết nối, thu nhập hộ nông dân, chăn nuôi heo thịt, trung du miền núi Đông Bắc

Abstract

Based on the idea that linking farmers to markets played an important role in stabilizing the consumption of agricultural products and increasing income for farmers, this article focused on an analysis of the impact of connection models on the income of pig farming in the midland of Northeast regions and the factors affecting the ability of farmers to participate in connections with markets. Results indicated that the majority of farmers raising pigs involved in the connections with markets in various models had higher incomes than non-participating households. The major factors affecting the ability to connect farmers in the research included scale of production, education and social status of participants, and price volatility of product price in the market. The last part of the article referred to some suggestions concerning policies that enhanced the connection as well as sustainability of these models.

Keywords: Connecting farmers with markets, connection model, farmer's income, pig raising, midland of Northeast region

1. Giới thiệu

Chăn nuôi là một ngành kinh tế quan trọng, nó không những đáp ứng nhu cầu thực phẩm tiêu dùng hàng ngày cho xã hội mà còn là nguồn thu nhập quan trọng của hàng triệu hộ gia đình ở VN. Mặt khác, phát triển ngành chăn nuôi góp phần vào việc tăng sản phẩm xã hội trên cơ sở khai thác sử dụng có hiệu quả các nguồn lực (lao động, đất đai, vốn v.v.), tăng thu nhập cho nông hộ, góp phần chuyển dịch cơ cấu sản xuất nông nghiệp và nông thôn theo hướng sản xuất hàng hóa, đóng góp tích cực cho giảm nghèo ở nông thôn.

Khu vực trung du miền núi Đông Bắc có nhiều tiềm năng để phát triển ngành chăn nuôi, nhất là chăn nuôi heo thịt. Thực tế cho thấy định hướng chăn nuôi heo thịt ở khu vực này là hết sức đúng đắn và sát thực, giúp phát huy được thế mạnh, các tiềm năng sẵn có cùng các lợi thế so sánh của vùng, làm đa dạng hóa sản xuất nông nghiệp, thúc đẩy sản xuất nông nghiệp của vùng phát triển toàn diện và bền vững. Tính đến năm 2010, khu vực trung du miền núi Đông Bắc có khoảng 6,6 triệu con heo, chiếm 24,12% trong tổng đàn heo của cả nước (GSO, 2010). Diễn hình là tỉnh Bắc Giang, trong khoảng 5 năm trở lại đây tổng số gia súc, gia cầm nói chung và đàn heo nói riêng của tỉnh luôn đứng trong nhóm 10 tỉnh có sản lượng chăn nuôi lớn nhất nước. Mặc dù vậy, những năm qua tình hình chăn nuôi heo thịt ở các tỉnh thuộc khu vực này còn gặp nhiều khó khăn, phát triển chăn nuôi chủ yếu vẫn dựa theo kinh nghiệm, phần lớn là chăn nuôi các giống địa phương và chăn thả tận dụng... Mặt khác, đại bộ phận các hộ nông dân chăn nuôi heo thịt đều gặp rất nhiều khó khăn trong khâu tiêu thụ sản phẩm, đặc biệt là đối với các hộ nông dân chăn nuôi quy mô nhỏ v.v..

Trong bối cảnh đó, vấn đề kết nối nông dân - thị trường ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc được coi là chìa khóa mở đường cho các hộ nông dân chăn nuôi heo thịt tiếp cận với thị trường tốt hơn, góp phần giải quyết được khó khăn cố hữu bấy lâu nay là tìm đầu ra cho sản phẩm của hộ nông dân. Các mô hình liên kết giữa các nhà (Nhà nước, doanh nghiệp, nhà khoa học, nhà nông) theo Quyết định 80/2002/QĐ-TTg về khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng thực sự đã tạo ra cú hích cho phát triển bền vững nông nghiệp nói chung và chăn nuôi heo thịt nói riêng; nhưng sau mười năm thực hiện kết nối nông dân - thị trường ở khu vực này vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn. Người nông dân, nhất là đối với những hộ dân quy mô nhỏ, ở những vùng ít có lợi thế về việc kết nối với các thị trường tiêu thụ lớn, vẫn còn phải chịu nhiều thiệt thòi mỗi khi xảy ra các biến động về thị trường như bị ép giá, không thu mua... (Alan Johnson, 2005; Nguyễn Thị Bích Hồng, 2008; Lưu Đức Khải, 2009; Bảo Trung, 2009).

Nghiên cứu này trước hết nhằm đến phân tích lợi ích kinh tế của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc khi tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường, sau đó đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của họ. Trên cơ sở đó đề xuất một số gợi ý chính sách nhằm tăng cường khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường cho các hộ chăn nuôi heo thịt ở các tỉnh thuộc khu vực này để tăng thu nhập.

2. Mô hình kết nối nông dân - thị trường và lợi ích kinh tế

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Theo Eaton & Shepherd (2001), kết nối nông dân - thị trường là sự sắp đặt tổng thể các hoạt động từ rất nhỏ đến rất lớn. Đây là vấn đề mang tính chất quan hệ kinh doanh dài hạn chứ không

phải là các trợ giúp cho nông dân trong tiêu thụ. Kết nối nông dân - thị trường ở mức độ đơn giản là sự liên kết giữa nông dân với người thu gom và ở mức độ phức tạp hơn là các nhóm nông dân liên kết với doanh nghiệp thông qua các tổ chức nông dân, hoặc cao hơn nữa là liên kết theo hợp đồng.

Tham gia kết nối nông dân - thị trường nhìn chung sẽ đem lại nhiều lợi ích kinh tế hơn cho nông dân nhưng cũng làm tốn kém nhiều hơn các chi phí giao dịch, nhất là đối với các hộ nông dân nhỏ. Đó là lí do vì sao các doanh nghiệp lại thích kí hợp đồng với những hộ nông dân có quy mô lớn hơn (Matthew & cộng sự, 2002). Trong số các hợp đồng nông nghiệp thì hợp đồng về tiêu thụ sản phẩm mang lại nhiều lợi ích cho nông dân và đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối nông dân - thị trường bên cạnh các loại khác là hợp đồng cung ứng đầu vào và hợp đồng trọn gói (Johann Kirten & Kurs Sartorius, 2002).

Tính bền vững của các mô hình kết nối nông dân - thị trường trước hết đó là lợi ích kinh tế của các tác nhân tham gia chuỗi kết nối nông dân - thị trường và giá trị tăng thêm mà các tác nhân trong chuỗi tạo ra là cơ sở để phân chia lợi ích cho các tác nhân tham gia kết nối nông dân - thị trường (Shepherd, 2007). Mặt khác, một thể chế hợp lí và chặt chẽ cho việc tham gia kết nối nông dân - thị trường sẽ làm cho khả năng tham gia kí kết hợp đồng của các hộ nông dân quy mô nhỏ cao hơn (Matthew & cộng sự, 2002).

Kết nối nông dân - thị trường thông qua các mô hình liên kết khác nhau là một tất yếu trong bối cảnh công nghiệp hoá nông nghiệp và toàn cầu hoá để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường (Johann Kirten & Kurs Sartorius, 2002). Điều này đem lại nhiều lợi ích cho các tác nhân tham gia, tuy nhiên cũng không phải là giải pháp tốt nhất cho tất cả các nhóm hộ nông dân và cho mọi loại hàng hoá nông sản (Nick Minot, 2005). Sự thành công của kết nối nông dân - thị trường chịu ảnh hưởng lớn bởi đặc điểm riêng, nhu cầu và lợi ích của các bên tham gia cũng như các tác động bên ngoài khác như yếu tố thị trường, chính sách vĩ mô (Bill Vorley & cộng sự, 2008; Bratap, 2007; Shepherd, 2007)...

Khi tổng quan các trường hợp thành công điển hình trong kết nối nông dân - thị trường ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương, APAARI (2008) đã nhận xét các mô hình kết nối nông dân - thị trường khác nhau sẽ mang lại lợi ích khác nhau cho các bên tham gia. Theo đó, mô hình kết nối giữa nông dân với doanh nghiệp chế biến đem lại nhiều lợi ích kinh tế nhất cho nông hộ. Nghiên cứu cũng rút ra bài học kinh nghiệm quan trọng nhất là mô hình kết nối giữa nông dân với các doanh nghiệp nhỏ và hợp tác xã ở nông thôn có tính khả thi cao nhất vì các bên tham gia thường ở trong một phạm vi địa lí tương đối hẹp.

Theo Mkhabela (2010), nông dân có nhiều kinh nghiệm trong khâu sản xuất, kể cả với những nông sản có giá trị cao nhưng lại thiếu khả năng tiếp cận với thị trường. Tác giả cho rằng các cản trở lớn nhất làm cho nông dân ít có khả năng tiếp cận thị trường là thiếu thông tin thị trường, vốn, đầu vào, công nghệ và ít nhận được sự hỗ trợ từ các dịch vụ khuyến nông. Matthew & cộng sự (2002) nhận định các hộ nông dân có quy mô lớn sẽ dễ dàng hơn trong việc tham gia kết nối nông dân - thị trường vì doanh nghiệp thường chọn những hộ này để giảm bớt chi phí giao dịch trong thực hiện kết nối. Trong khi đó Mysore (2003) lại cho rằng hai nhân tố chính ảnh hưởng đến khả năng tham gia của nông dân vào các mô hình kết nối nông dân - thị trường là do họ thiếu thông tin thị trường và e ngại về sự yếu kém của các chế tài pháp lí về hợp đồng kinh doanh. Trình độ của chủ hộ và khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng cũng được coi là những nhân tố

ảnh hưởng có ý nghĩa đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ (Breitschuh, 2000). Mặt khác, nhân tố địa vị xã hội (uy tín) của nông hộ cũng là cơ sở để tạo lòng tin trong hợp tác sản xuất nông nghiệp hay tiếp cận nguồn lực và các doanh nghiệp thường chỉ muốn tạo kết nối với các hộ này hoặc với những hộ khác được những hộ có uy tín này bảo lãnh (Nguyễn Quốc Oánh, 2012).

Ở VN, Quyết định 80/2002/QĐ-TTg về khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng đã mở đường cho việc phát triển các mô hình kết nối nông dân - thị trường. Đây là một chủ trương đúng của Nhà nước, góp phần ổn định phát triển sản xuất nông nghiệp theo hướng nông nghiệp hàng hóa, cải thiện năng lực và tăng thu nhập cho nông dân. Tuy vậy, việc thực hiện kết nối nông dân - thị trường hầu như mới chỉ được thực hiện bởi các doanh nghiệp và những hộ nông dân có quy mô lớn hay ở những vùng sản xuất hàng hóa (Đào Thế Anh, 2005; Nguyễn Thị Bích Hồng, 2008; Lưu Đức Khải, 2009). Hơn nữa, trong quá trình thực hiện vẫn còn những tồn tại do xung đột về lợi ích giữa các tác nhân tham gia kết nối, do tác động của thị trường, do cơ chế pháp lý của tham gia kết nối v.v.. cần phải giải quyết để kết nối nông dân - thị trường thực sự hiệu quả, đem lại lợi ích thiết thực cho nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và cho toàn xã hội (Nguyễn Xuân Dũng, 2009; Vũ Trọng Khải, 2009).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phản ánh đặc điểm của các hộ chăn nuôi heo thịt, kết quả và hiệu quả sản xuất cũng như tình hình tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của các hộ này.

Phương pháp phân tích bộ phận (Spatial Analysis) được sử dụng kết hợp với phân tích so sánh để phân tích các chỉ tiêu phản ánh lợi ích kinh tế của việc tham gia vào các mô hình kết nối nông dân - thị trường giữa các nhóm hộ nông dân chăn nuôi heo thịt có và không tham gia các mô hình kết nối. Kết quả so sánh sau đó được kiểm định theo tiêu chuẩn chi bình phương để làm cơ sở tin cậy cho việc đưa ra các kết luận.

Mô hình kinh tế lượng dạng logit cũng được sử dụng để đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của các hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Mô hình này có dạng như sau:

$$P_i = F(\alpha + \beta X_i) = \frac{e^{(\alpha + \beta X_i)}}{1 + e^{(\alpha + \beta X_i)}} = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta X_i)}} \quad (1)$$

Phương trình (1) được viết lại dưới dạng tuyến tính như phương trình (2) dưới đây.

$$\text{Ln} \left[\frac{P_i}{(1 - P_i)} \right] = \alpha + \beta_i X_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Trong đó, biến phụ thuộc P_i là khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt thứ i (nhận 2 giá trị: 1 nếu có tham gia và 0 nếu không tham gia). Một véc-tơ các biến giải thích của phương trình hồi quy trên được xem xét trong mối quan hệ tác động đến biến phụ thuộc bao gồm: tuổi, giới tính, trình độ học vấn, địa vị xã hội và yếu tố dân tộc của chủ hộ, quy mô hoạt động sản xuất của hộ, kinh nghiệm của hộ trong chăn nuôi heo thịt và trạng thái thị trường tiêu thụ đầu ra theo đánh giá của hộ.

Bảng 1. Mô tả các biến độc lập sử dụng trong mô hình

Biến độc lập	Kí hiệu	Mô tả biến độc lập	Dấu kì vọng
Độ tuổi	tuoi	Tuổi của chủ hộ, được tính theo năm.	+/-
Trình độ	trinhdo	Trình độ học vấn của chủ hộ, được tính bằng số năm đến trường của các chủ hộ.	+
Giới tính	gioi	Biến giả, giới tính của chủ hộ, nhận các giá trị 1 nếu chủ hộ là nam và 0 nếu chủ hộ là nữ.	+/-
Địa vị xã hội	diavi_xh	Biến giả đại diện cho vị trí xã hội của chủ hộ. Nó nhận các giá trị 1 nếu chủ hộ có địa vị xã hội và 0 nếu chủ hộ không có địa vị xã hội.	+
Yếu tố dân tộc	dantoc	Chủ hộ thuộc dân tộc nào. Đây là biến giả nhận hai giá trị 1 nếu chủ hộ thuộc dân tộc Kinh và 0 nếu chủ hộ thuộc nhóm các dân tộc khác.	+
Quy mô hoạt động sản xuất	quymo	Diện tích chuồng trại phục vụ cho chăn nuôi heo thịt của hộ nông dân (m ²).	+
Kinh nghiệm	k_nghiem	Kinh nghiệm của hộ trong chăn nuôi heo thịt (năm)	+
Sự ổn định thị trường	ondinh_tt	Biến giả, trạng thái thị trường theo đánh giá của hộ, nhận các giá trị 1 nếu hộ đánh giá thị trường đầu ra ổn định và 0 nếu khác.	+

Mô tả số liệu

Số liệu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp các hộ nông dân với bảng câu hỏi bán cấu trúc. Trước khi tiến hành phỏng vấn các hộ nông dân, phương pháp đánh giá có sự tham gia (PRA) đã được áp dụng để thu thập các thông tin cơ bản về tình hình sản xuất và tiêu thụ heo thịt cũng như tình hình tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của các hộ chăn nuôi heo thịt. Các nhận định, đánh giá về tình hình kết nối nông dân - thị trường cũng được thu thập thông qua phương pháp phỏng vấn chuyên sâu các cán bộ chuyên trách ở các địa phương được điều tra. Ngoài ra, các báo cáo hàng năm về tình hình chăn nuôi heo thịt của các cơ quan quản lý chức năng của Nhà nước về chăn nuôi và các địa phương trong vùng cũng được sử dụng để mô tả khái quát về tình hình chăn nuôi heo thịt trên địa bàn nghiên cứu.

Số liệu sử dụng trong nghiên cứu được lọc ra từ kết quả của một cuộc điều tra về tình hình kết nối nông dân - thị trường ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Mẫu điều tra được chọn ngẫu nhiên tại các tỉnh Bắc Giang, Tuyên Quang và Lạng Sơn. Kết quả lọc cho thấy có 111 hộ chăn nuôi heo thịt trong tổng số 360 hộ điều tra và được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2. Phân bổ mẫu điều tra

Đối tượng	Bắc Giang	Tuyên Quang	Lạng Sơn	Cộng
Tổng số hộ điều tra	120	120	120	360
Hộ chăn nuôi heo thịt	46	39	26	111
<i>Trong đó: Hộ chăn nuôi heo thịt quy mô trang trại</i>	14	15	8	37

Nguồn: Tổng hợp từ mẫu điều tra năm 2011

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đặc điểm hộ chăn nuôi heo thịt điều tra

Kết quả tổng hợp cho thấy trong số 111 hộ chăn nuôi heo thịt được điều tra có đến 102 hộ tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường, chiếm tỉ lệ 91,89% và 9 hộ không tham gia, chiếm tỉ lệ 8,11%. Trong số các hộ chăn nuôi heo thịt tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường chỉ có 3,92% số hộ kết nối trực tiếp với các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thực phẩm, phần còn lại tham gia kết nối với thị trường thông qua việc bán sản phẩm cho cơ sở giết mổ (23,53%), người thu gom (61,77%) và thương lái (10,78%). Tính ràng buộc giữa các tác nhân tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường đối với sản phẩm heo thịt được thể hiện thông qua các hình thức liên kết giữa các bên tham gia. Chỉ có 47 hộ tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường dưới hình thức liên kết và 13,04% trong số đó liên kết dưới dạng hợp đồng văn bản, số còn lại là cam kết theo kiểu hợp đồng miệng thiếu ràng buộc về mặt pháp lí. Một bộ phận lớn các hộ chăn nuôi heo thịt (53,92%) tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường nhưng không có bất cứ một cam kết nào đủ để các bên tham gia phải chịu trách nhiệm.

Bảng 3 cho thấy sự khác biệt rất rõ về quy mô sản xuất của hai nhóm hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc có tham gia và không tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường, thể hiện ở diện tích chuồng trại bình quân mỗi hộ, 63,2m² so với 19,3m². Các biến số khác như trình độ học vấn, nhóm dân tộc, địa vị xã hội của chủ hộ và kinh nghiệm trong chăn nuôi heo thịt của hộ cũng có sự chênh lệch lớn giữa hai nhóm hộ. Có 78,72% chủ hộ trong tổng số những hộ chăn nuôi heo thịt tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường được điều tra thuộc nhóm dân tộc Kinh trong khi tỉ lệ đó đối với những hộ có địa vị xã hội là 18,94%. Như là một hệ quả tất yếu, chỉ có 47,02% số hộ chăn nuôi heo thịt có tham gia kết nối nông dân - thị trường ghi nhận biến động về giá thịt hơi làm họ lo lắng nhiều trong khi tỉ lệ này đối với các hộ không tham gia là 70,31%.

Bảng 3. Đặc điểm của hộ nông dân chăn nuôi heo thịt điều tra

Biến số	Trung bình			Kiểm định χ^2
	Chung	Tham gia	Không tham gia	
Độ tuổi (năm)	43,20	42,78	43,50	NS
Trình độ (số năm đến trường)	8,59	9,97	9,58	*
Giới tính (1 = nam; 0 = nữ)	0,8018	0,8085	0,7969	NS
Địa vị xã hội (1 = có; 0 = không)	0,1252	0,1894	0,0313	**
Dân tộc (1 = Kinh; 0 = khác)	0,5405	0,7872	0,3594	*
Số nhân khẩu (người)	4,31	4,06	4,48	NS
Giá trị tài sản (tr.đồng)	28,89	30,91	24,58	NS
Diện tích chuồng trại (m ²)	37,89	63,22	19,29	***
Kinh nghiệm chăn nuôi heo thịt (năm)	9,32	10,19	8,67	**
Biến động giá thịt heo trên thị trường (1=có; 0 = không)	0,4774	0,4702	0,7031	***

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra 2011

3.2. Phân tích tác động của các mô hình kết nối nông dân - thị trường đến thu nhập của hộ chăn nuôi heo thịt

Hộ nông dân chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc tiêu thụ sản phẩm của họ bằng nhiều kênh khác nhau. Nhiều hộ nông dân bán sản phẩm của họ thông qua việc tham gia các mô hình kết nối hộ nông dân với thị trường trong khi một nhóm hộ khác trực tiếp bán sản phẩm của mình ra thị trường. Kênh bán sản phẩm trực tiếp ra thị trường gồm một số ít các hộ có quy mô sản xuất tương đối lớn, có các mối tiêu thụ ở những thị trường lớn như Hà Nội và phần còn lại chủ yếu là những hộ nuôi heo theo kiểu tận dụng, có nghề giết mổ và tiêu thụ thịt tại nhà hay ở các chợ địa phương.

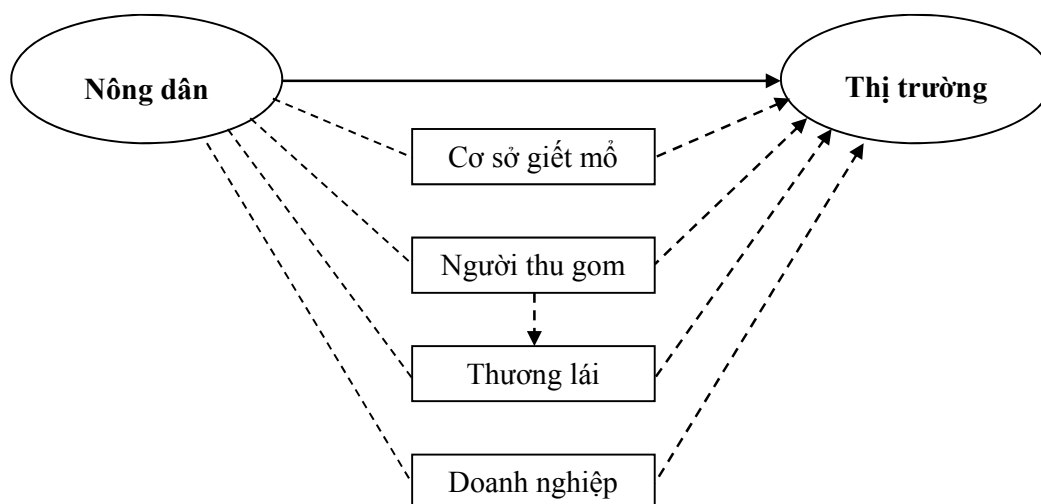
Đối với các hộ chăn nuôi heo thịt tham gia kết nối nông dân - thị trường, việc tiêu thụ sản phẩm của họ chủ yếu được thực hiện thông qua các mô hình kết nối như sau:

- Mô hình 1: Hộ nông dân – Cơ sở giết mổ địa phương – Thị trường. Hộ nông dân tham gia mô hình kết nối này chủ yếu là những hộ chăn nuôi heo thịt quy mô nhỏ (19/24 hộ), có mối quan hệ thân thuộc, gắn bó với các cơ sở giết mổ địa phương. Phương thức sản xuất của họ chủ yếu là chăn nuôi tận dụng, kết hợp với các hoạt động sản xuất nông nghiệp khác.

- Mô hình 2: Hộ nông dân – Người thu gom – Thị trường. Cũng như ở Mô hình 1 nói trên, những hộ nông dân chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc bán sản phẩm của họ ra thị trường thông qua kết nối với người thu gom phần lớn là sản xuất với quy mô nhỏ và vừa, mỗi năm xuất chuồng khoảng 1.100 kg. Trong số 63 hộ chăn nuôi heo thịt tham gia kết nối nông dân - thị trường theo mô hình này, có 15 hộ sản xuất với quy mô trang trại bình quân mỗi năm cung cấp ra thị trường 5.200 kg thịt hơi/hộ. Các hộ nông dân chăn nuôi heo thịt quy mô trang trại đều tham gia kết nối với thị trường bằng cách liên kết với người thu gom dưới dạng hợp đồng miệng.

- Mô hình 3: Hộ nông dân – Thương lái – Thị trường. Mô hình này cũng có nhiều đặc điểm tương tự như Mô hình 2, chỉ khác là các hộ chăn nuôi heo thịt bán sản phẩm của họ ra thị trường thông qua thương lái, bao gồm cả những người ở địa phương và những người từ nơi khác đến thu mua. Ngoài việc thu mua trực tiếp heo thịt từ các hộ nông dân, hầu hết các thương lái còn mua lại từ những người thu gom heo thịt tại địa phương. Do quy mô trao đổi thương mại lớn hơn so với các mô hình trên, đã có 2 hộ nông dân chăn nuôi heo thịt trong tổng số 11 hộ tham gia mô hình này ký hợp đồng với thương lái dưới dạng hợp đồng văn bản. Tuy nhiên, qua tìm hiểu thực tế thì đây là những cam kết bằng giấy tờ giữa hai bên được một số cá nhân khác có mối quan hệ với cả hai bên ký tên làm chứng. Nếu xét về góc độ pháp lý, rõ ràng loại hợp đồng như thế này chưa thật sự đủ mạnh và rõ ràng để đảm bảo cho một sự kết nối kinh tế phát triển bền vững.

- Mô hình 4: Hộ nông dân – Doanh nghiệp – Thị trường. Đây là mô hình phát triển muộn nhất trong số các mô hình kết nối nông dân - thị trường mà hộ nông dân chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc tham gia. Tuy nhiên, mô hình này mới chỉ dừng lại ở mức độ các hộ nông dân đóng vai trò như là người sản xuất gia công cho các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thực phẩm lớn như Tập đoàn CP v.v.. Hiện đã có 4 hộ trong số 111 hộ chăn nuôi heo thịt được điều tra tham gia kết nối nông dân - thị trường theo mô hình này. Quy mô sản xuất của những hộ này khá lớn, sản lượng xuất chuồng bình quân hàng năm đạt 20 tấn thịt hơi/hộ.



Hình 1. Các mô hình kết nối sản xuất của hộ nông dân với thị trường đối với hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc

Các dấu hiệu của kiểm định thống kê cho thấy sự khác biệt về thu nhập thuần và chênh lệch thu nhập từ chăn nuôi heo thịt giữa các hộ có và không tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc là có ý nghĩa (Bảng 4). Kết quả tính toán từ số liệu điều tra thể hiện ở Bảng 4 cũng cho thấy thu nhập bình quân hàng năm của hộ chăn nuôi heo có tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường cao hơn so với hộ không tham gia. Mặc dù phải chi trả cho việc tham gia kết nối nông dân - thị trường nhưng trung bình mỗi hộ tham gia bằng cách kí hợp đồng trực tiếp với các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu thực phẩm (Mô hình 4) có mức thu nhập hàng năm cao hơn 176,8 triệu đồng so với hộ không tham gia kết nối, tiếp đến là hộ kết nối theo Mô hình 3 (12,3 triệu đồng) và Mô hình 2 (8,2 triệu đồng). Tuy nhiên, những hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường đều theo những mô hình này có quy mô sản xuất lớn hơn khá nhiều so với các hộ không tham gia kết nối. Phần lớn các hộ tham gia kết nối có quy mô sản xuất trang trại, nhất là đối với những hộ tham gia kết nối theo Mô hình 4. Cá biệt, có những hộ có khả năng cung cấp hàng trăm tấn thịt heo hơi mỗi năm. Riêng đối với các hộ chăn nuôi heo thịt tham gia kết nối theo Mô hình 1 (thông qua cơ sở giết mổ địa phương) lại có thu nhập từ hoạt động chăn nuôi heo thịt thấp hơn 2,64 triệu đồng so với các hộ bán trực tiếp sản phẩm ra thị trường.

Để thấy rõ hơn tác động của việc tham gia kết nối nông dân - thị trường đến thu nhập của hộ chăn nuôi heo thịt, tác giả tính toán giá bán và chi phí bình quân của mỗi kg thịt heo hơi cũng như lợi ích mà hộ thu được từ mỗi kg thịt heo hơi. Kết quả tính toán ở Bảng 4 cho thấy giá bán bình quân của hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 4 là cao nhất, ở mức 61,9 nghìn đồng/kg. Mức giá trung bình đối với hộ tham gia kết nối sản xuất với thị trường theo Mô hình 1, 2 và 3 lần lượt là 59,0, 58,9, và 59,1 nghìn đồng/kg. Trong khi đó mức giá bán bình quân của hộ không tham gia kết nối là 60,2 nghìn đồng/kg. Ngoại trừ các hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 4, giá bán bình quân của hộ không tham gia kết nối nông dân - thị trường cao hơn so với các hộ có tham gia nhưng biên độ dao động giá lại lớn hơn nhiều so với hộ có tham gia kết nối nông dân - thị trường.

**Bảng 4. Lợi ích kinh tế từ việc tham gia kết nối nông dân - thị trường
đối với hộ chăn nuôi heo thịt, 2011.**

ĐVT: Nghìn đồng

Chỉ tiêu	Các mô hình kết nối sản xuất của hộ nông dân với thị trường mà hộ tham gia					Hộ bán sản phẩm trực tiếp	Kiểm định χ^2
	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Bình quân		
Bình quân theo hộ/năm							
Giá trị bán heo thịt	44.838,0	134.514,5	172.982,9	1.233.400,0	186.742,0	68.766,3	NS
Chi phí	38.486,5	113.859,2	147.116,5	1.041.333,3	137.095,5	60.489,2	*
Thu nhập thô	6.351,5	20.655,3	25.866,4	192.066,7	49.646,5	8.277,1	*
Chi phí tham gia kết nối	715,0	4.148,0	5.260,0	12.500,0	4.842,7	0	***
Thu nhập thuần	5.636,5	16.507,3	20.604,4	179.566,7	44.803,7	8.277,1	**
Chênh lệch thu nhập	-2.640,6	8.230,2	12.327,3	171.289,6	16.367,6	0	***
Bình quân mỗi kg thịt hơi							
Giá bán	59,0	58,9	59,1	61,9	59,2	60,2	**
Chi phí	50,7	50,1	50,2	52,5	50,4	53,3 ^a	*
Lợi nhuận thô	8,30	8,80	8,90	9,40	8,78	6,90	NS
Chi phí tham gia kết nối	0,94	1,81	1,86	0,61	1,60	0	***
Lợi nhuận thuần	7,36	6,99	7,04	8,79	7,18	6,90	*
Chênh lệch lợi nhuận	0,46	0,09	0,14	1,89	0,28	0	***

Ghi chú: ***, **, và * có ý nghĩa thống kê tương ứng ở các mức 1%, 5% và 10%; NS không có ý nghĩa thống kê

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra, 2011

Về chi phí, do chăn nuôi ở quy mô nhỏ, thậm chí là chăn nuôi kiểu tận dụng và phải mất thêm các chi phí vận chuyển trong tiêu thụ nên chi phí tính trên mỗi kg heo hơi của hộ không tham gia kết nối nông dân - thị trường lại cao hơn so với những hộ có tham gia. Đối với hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 3, mặc dù bán được giá cao hơn nhưng họ phải chịu trách nhiệm vận chuyển sản phẩm đến tận nơi tập kết hàng của thương lái nên chi phí cho việc tham gia kết nối nông dân - thị trường cũng cao hơn so với hộ tham gia ở các mô hình khác.

Xét về khía cạnh lợi nhuận, hộ chăn nuôi heo thịt tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 4 đạt được mức lợi nhuận cao nhất (8,79 nghìn đồng/kg), tiếp đến là hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 1 (7,36 nghìn đồng/kg), Mô hình 3 (7,04 nghìn đồng/kg) và Mô hình 2 (6,99 nghìn đồng/kg). Điều đáng lưu ý là các hộ chăn nuôi heo thịt tham gia kết

nổi nông dân - thị trường theo Mô hình 1 mặc dù có mức thu nhập hàng năm từ hoạt động chăn nuôi heo thịt thấp hơn so với những hộ trực tiếp bán sản phẩm ra thị trường nhưng lợi nhuận thu được tính trên mỗi kg thịt hơi lại cao hơn nhiều, kể cả so với các hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường theo Mô hình 2 và 3. Như vậy, bình quân mỗi kg thịt hơi của hộ tham gia kết nối nông dân - thị trường ở các mô hình khác nhau đều có mức lợi nhuận cao hơn so với của hộ không tham gia (6,9 nghìn đồng/kg).

3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường đối với hộ chăn nuôi heo thịt

Kết quả phân tích ở trên đã phần nào cho thấy vai trò của tham gia kết nối nông dân - thị trường trong việc tăng thu nhập cho các hộ chăn nuôi heo thịt. Do vậy, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt là cơ sở quan trọng cho việc thúc đẩy thực hiện kết nối nông dân - thị trường, góp phần tăng thu nhập cho nông hộ, phát triển kinh tế nông nghiệp hàng hóa và xây dựng nông thôn mới. Kết quả ước lượng mô hình được trình bày ở Bảng 5 và giá trị kiểm định LR χ^2 đã chứng minh tính phù hợp của mô hình. Các tham số được ước lượng trong mô hình chỉ phản ánh mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc một cách tương đối cho nên cần phải có sự giải thích để làm sáng tỏ các mối quan hệ này. Các phân tích của tác giả sau đây tập trung vào việc giải thích định tính chứ không đi vào giải thích định lượng các ảnh hưởng của biến độc lập đến biến phụ thuộc.

Bảng 5. Kết quả ước lượng mô hình Logit về khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường đối với hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc

Biến số	Kí hiệu	Hệ số	Kiểm định χ^2
Hệ số tự do	intercept	-21,4657	***
Độ tuổi	tuoi	1,2261	NS
Trình độ học vấn	trinhdo	0,9578	***
Giới tính	gioitinh	0,0638	NS
Địa vị xã hội	diavixh	0,2543	***
Dân tộc	dantoc	0,0931	*
Quy mô sản xuất chăn nuôi	quymosx	2,3754	***
Kinh nghiệm chăn nuôi heo thịt	k_nghiem	-0,2152	NS
Sự ổn định thị trường	Ondinh_tt	0,2480	***
Số quan sát		111	
Giá trị R ²		0,6501	
Giá trị kiểm định LR $\chi^2(10)$		20,8462	***

Ghi chú: ***, **, và * có ý nghĩa thống kê tương ứng ở các mức 1%, 5% và 10%; NS không có ý nghĩa thống kê

Quy mô sản xuất ở mức ý nghĩa 1% được coi là nhân tố ảnh hưởng quyết định nhất đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Kết quả ước lượng mô hình và số liệu tính toán ở Bảng 4 trong nghiên cứu này

đã chỉ ra rằng những hộ chăn nuôi quy mô lớn có tỉ lệ tham gia kết nối nông dân - thị trường lớn hơn bởi vì ổn định thị trường tiêu thụ là điều kiện tiên quyết đảm bảo cho nông hộ duy trì và mở rộng quy mô sản xuất. Ba nhân tố ảnh hưởng mang tính tích cực đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc tiếp theo là trình độ học vấn, địa vị xã hội và sự ổn định của thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra, đều ở mức ý nghĩa 1%. Như vậy, các chủ hộ có trình độ cao hơn, có tham gia hoạt động xã hội ở các địa vị khác nhau đều đóng góp vào khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ nhờ sự nhận thức cũng như khả năng nắm bắt và vận dụng thông tin của họ. Hơn nữa, hầu hết những hộ chăn nuôi tham gia kết nối nông dân - thị trường ở các mô hình khác nhau đều có chung nhận xét là thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra đỡ bấp bênh hơn.

Mặt khác, yếu tố dân tộc ở mức ý nghĩa 10%, dù mức độ ảnh hưởng không lớn nhưng cũng có dấu hiệu ảnh hưởng tích cực đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt. Tham số ước lượng của biến số này cho thấy những chủ hộ thuộc nhóm dân tộc Kinh có nhiều khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường hơn so với những chủ hộ thuộc các nhóm dân tộc khác. Điều này phần nào phản ánh thực trạng về tập quán sinh hoạt cộng đồng, quy mô sản xuất nhỏ lẻ, tận dụng của các nhóm dân tộc ít người ở khu vực này.

Ba nhân tố còn lại trong mô hình là độ tuổi của chủ hộ, giới tính và kinh nghiệm chăn nuôi heo thịt không có dấu hiệu ý nghĩa thống kê về sự ảnh hưởng một cách rõ ràng đến khả năng tham gia kết nối nông dân - thị trường của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Tuy nhiên, qua khảo sát thực tế cho thấy trong nhiều trường hợp ở khu vực nghiên cứu cho thấy chủ hộ là nam giới có rất nhiều lợi thế trong việc tham gia công tác xã hội, giao lưu và tiếp cận được với nhiều thông tin hơn.

4. Kết luận và gợi ý chính sách

Những kết quả phân tích của nghiên cứu này đã minh chứng việc tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường góp phần tăng thu nhập cho các hộ nông dân chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc và giải thích mối tương quan giữa khả năng tham gia các mô hình kết nối với các nhân tố thuộc về đặc thù riêng của nông hộ và biến động thị trường. Nhìn chung, kết quả phân tích đã phản ánh phần nào sự phù hợp với lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm về kết nối nông dân - thị trường cả ở trong nước và trên thế giới. Mặc dù các hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường đạt được mức thu nhập và hiệu quả kinh tế cao hơn trong chăn nuôi heo thịt so với các hộ không tham gia nhưng mức độ tham gia kết nối của phần lớn hộ chăn nuôi heo thịt mới chỉ dừng lại ở những mô hình kết nối đơn giản, thiếu chặt chẽ, các cam kết thực hiện chưa đủ mạnh về tính pháp lý do đó dẫn đến thiếu tính bền vững trong các kết nối. Mặt khác, các nhân tố: diện tích chuồng trại, trình độ và địa vị xã hội của chủ hộ, biến động giá thịt heo hơi trên thị trường ảnh hưởng có ý nghĩa đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường đối với hộ nông dân chăn nuôi heo thịt.

Gắn với thực tiễn hiện nay ở nước ta, những phát hiện trong nghiên cứu này sẽ là cơ sở gợi ý cho việc thực thi chính sách liên quan đến chủ trương kết nối nông dân - thị trường để thúc đẩy tiêu thụ nông sản theo tinh thần Quyết định 80/2002/QĐ-TTg và góp phần quan trọng làm tăng thu nhập cho hộ nông dân, phát triển nông nghiệp hàng hóa và kinh tế nông thôn như sau:

Thứ nhất, khắc phục điểm yếu quy mô sản xuất nhỏ của các hộ nông dân. Kết quả phân tích ở trên đã cho thấy quy mô sản xuất là nhân tố ảnh hưởng lớn nhất đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường đối với các hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. Điều này cũng cho thấy sự hợp lý khi mô hình kết nối giữa nông dân với doanh nghiệp chỉ được thực hiện bởi những nông hộ có quy mô trang trại do doanh nghiệp “ngại quan hệ” với các hộ nông dân nhỏ vì lý do chi phí kết nối và năng lực thực hiện hợp đồng của những hộ này. Mặt khác, nông dân nhỏ lại e sợ phải gánh chịu phần thiệt thòi khi làm ăn với những “ông lớn” doanh nghiệp. Những cản trở này có thể được giảm thiểu nếu có trung gian bảo lãnh mà các bên tham gia kết nối có thể tin cậy. Trong trường hợp này, sự tham gia của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị-xã hội như hội nông dân, phụ nữ, đoàn thanh niên, hợp tác xã, các hội nghề nghiệp,... trong các mô hình kết nối nông dân - thị trường với vai trò trung gian bảo lãnh có thể được coi là cách làm hợp lý. Thực tế, ở một số địa phương đã cho thấy hiệu quả của cách làm này. Mặt khác, chính quyền địa phương nên quy hoạch vùng sản xuất tập trung vì không doanh nghiệp nào muốn trở thành người thu gom lẻ.

Thứ hai, trình độ học vấn thấp và biến động thị trường cũng là những nhân tố ảnh hưởng đáng kể đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường đối với các hộ chăn nuôi heo thịt. Các cản trở này sẽ được khắc phục đáng kể nếu công tác khuyến nông trọn gói được triển khai. Lâu nay công tác khuyến nông thường chủ yếu tập trung vào “phần cứng” liên quan đến chuyển giao các tiến bộ khoa học nông nghiệp về giống và kỹ thuật chăm sóc cây/ con, bảo quản nông sản... mà ít coi trọng “phần mềm” như tập huấn, đào tạo các kỹ năng quản lý kinh doanh cho nông dân, phổ biến thông tin thị trường... Vì vậy, tăng cường thực hiện công tác khuyến nông trọn gói có chú trọng đến các kỹ năng mềm sẽ giúp nông dân không chỉ tiếp cận được với các tiến bộ trong khoa học kỹ thuật nông nghiệp mà còn nâng cao khả năng nắm bắt thông tin và tăng tính chủ động trong tiêu thụ sản phẩm thông qua việc tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường.

Thứ ba, địa vị xã hội của chủ hộ cũng là nhân tố ảnh hưởng tích cực đến khả năng tham gia các mô hình kết nối nông dân - thị trường. Kết quả khảo sát cho thấy các hộ có địa vị xã hội phần lớn là vì thành viên của hộ tham gia chính quyền hay các đoàn thể chính trị-xã hội ở địa phương. Nếu các hộ này tham gia kết nối sản xuất của hộ nông dân với thị trường như là những hạt nhân trong các mô hình kết nối sẽ khuyến khích và kéo thêm được nhiều nông hộ khác tham gia vì uy tín của họ.

Tóm lại, thúc đẩy kết nối nông dân - thị trường cần phải có sự nỗ lực từ phía các bên tham gia các mô hình kết và việc thực hiện đồng bộ các chính sách cũng như sự phối kết hợp nhịp nhàng giữa các cơ quan hữu trách và chính quyền địa phương các cấp. Tuy nhiên, nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở việc phân tích các mô hình kết nối trực tiếp giữa nông dân với các tác nhân tham gia thị trường cho một loại sản phẩm ở một vùng nhất định. Vì vậy, việc tiến hành tiếp các nghiên cứu có tính chất bao trùm hơn và tiếp cận theo chuỗi kết nối để tìm ra các nút thắt trên cơ sở đó đề xuất giải pháp khai thông dòng chảy sản phẩm của nông hộ ra thị trường là điều cần thiết■

Tài liệu tham khảo

- Alan Johnson (2005), *Kết nối nông dân - thị trường thông qua sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng*, Báo cáo hội thảo M4P, Trường Đại học An Giang.
- APAARI (2008), *Linking Farmers to Market: Some Success Stories from Asia-Pacific Region*, Asia-Pacific Association of Agricultural Research Institutions, FAO Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok, Thailand, [www.apaari.org/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id%3D61+\"linking+farmers+to+mar ket\",+farm+income&hl=vi&gl=vn&pid,](http://www.apaari.org/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id%3D61+\) truy cập ngày 13/4/2013.
- Bảo Trung (2009), *Phát triển thể chế giao dịch nông sản ở VN*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Bill Vorley, Mark Lundy and James Mac Gregor (2008), *Business Models for Small Farmers and SMEs*, GAIF, <http://www.gaif08.org>, truy cập ngày 15/6/2012.
- Bratap S. Birthal (2007), “Making Contract Farming Work in Smallholder Agriculture: Issues and Approaches”, Keynote paper presented at the 67th annual conference of the *India Society of Agricultural Economics at Banker Institute of Rural Development*, India, November 5-7.
- Breitschuh, U. (2000), *Agribusiness in Development Cooperation*, International symposium “Linking Farmers to Markets” a joint venture of GTZ and PhAction, Eschborn 7th June, 2000.
- Đào Thế Anh (2005), *Kết nối nông dân - thị trường thông qua sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng*, Báo cáo hội thảo M4P, Trường Đại học An Giang.
- Eaton, C. & Shepherd, A.W. (2001), “Contract Farming – Partnerships for Growth”, *FAO Agricultural Services Bulletin No. 145, Rome*, <http://www.fao.org/ag/ags/AGSM/contract/cfmain.pdf>, truy cập ngày 16/6/2012.
- Johann Kirten, Kurs Sartorius (2002), *Linking Agribusiness and Small-scale farmers in Developing Countries: Is There a New Role for Contract Farming?* <http://web.up.ac.za/sitefiles/File/48/2052/2002-13.pdf>, truy cập ngày 22/6/2012.
- Lưu Đức Khải (2009), “Sáu giải pháp thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ nông sản theo hợp đồng ở VN”, *Tạp chí Tổng quan Số 2-2009*.
- Matthew Warning, Nigel Key and Wendy Soo Hoo (2002), *Small Farmer Participation in Contract Farming*, Presented at the Western Economics Association International Annual Meetings, July 1, 2002, Seattle, Washington.
- Mkhabela1, T. (2010), *Linking Farmers with Markets in Rural South Africa: Rural Development and Poverty Alleviation through Supply Chain Management*, www.namc.co.za/dnn/LinkClick.aspx?fileticket, truy cập ngày 06/04/2013.
- Mysore, S. (2003), *Linking Farmers to Market, Models, Partnerships, Lessons Learnt and Perspective - with Special Reference to Horticulture Crops in India*, Indian Institute of Horticulture Research (IIHR), <http://globalfoodchainpartnerships.org/india/Papers/Posters/SudhaMysoreHort.pdf>, truy cập ngày 10/4/2013.
- Nguyễn Quốc Oánh (2012), *Nghiên cứu hệ thống tín dụng nông thôn vùng ngoại thành Hà Nội*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.
- Nguyễn Thị Bích Hồng (2008), “Lợi ích của mối liên kết tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp qua hợp đồng”, *Bản tin kinh tế và xã hội tháng 3/2008*, Viện Nghiên cứu Kinh tế phát triển TP.HCM.
- Nguyễn Xuân Dũng (2009), *Liên kết bốn nhà cần phải chặt chẽ*, <http://doanhnhansaigon.vn/online/dien-dan-doanh-nhan/2009/06/1034989/lien-ket-bon-nha-phai-co-su-rang-buoc/>, truy cập ngày 20/6/2012.
- Nick Minot (2005), “Linking Small-scale Producers to Markets: Old and New Challenges A Workshop of the ARD Rural Infrastructure”, *Markets and Finance (RIMFI) Thematic*.
- Shepherd, A. (2007), *Approaches to Linking Producers to Markets*, FAO Rural Infrastructure and Agro-Industries Division, Rome, www.fao.org/ag/ags/subjects/en/agmarket/linkages/agsf13.pdf, truy cập ngày 12/6/2012.
- Tổng cục Thống kê (2010), *Niên giám thống kê 2010*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- Vũ Trọng Khải (2009), “Liên kết bốn nhà: chủ trương đúng vẫn tắc”, *Thời báo Kinh tế Sài Gòn* ngày 16/6/2009.