

# DÁY MẠNH TIÊU THỦ SẢN PHẨM CHÈ THEO PHƯƠNG THỨC HỢP ĐỒNG GIỮA DOANH NGHIỆP VỚI NGƯỜI DÂN, TRƯỞNG HỢP Ở THÁI NGUYÊN

Đặng Thị Thái<sup>1</sup>, Đặng Thị Bích Huệ, Bùi Thị Minh Hà, Trần Việt Dũng  
 Trường Đại học Nông Lâm - ĐH Thái Nguyên

## TÓM TẮT

Sản phẩm chè Thái Nguyên được chọn trong nghiên cứu này bởi một số giá trị về kinh tế, xã hội và môi trường mà nó đem lại. Các doanh nghiệp chế biến trong vùng đã có một số hình thức liên kết sản xuất và tiêu thụ với hộ dân như giao khoán trên đất của công ty, công ty thu mua sản phẩm của hộ trồng chè. Nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ giữa hộ dân và doanh nghiệp thông qua hợp đồng với mục đích phát huy vai trò của doanh nghiệp trong mối liên kết với người nông dân, sử dụng đa dạng và linh hoạt các hình thức hợp đồng tiêu thụ và đảm bảo quyền và lợi ích của cả hai bên trong hợp đồng tiêu thụ.

**Từ khóa:** hợp đồng nông sản, tiêu thụ chè, chè Thái Nguyên, hợp tác

## ĐÀT VẤN ĐỀ

Thực tế cho thấy, việc tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp ở nước ta còn gặp nhiều khó khăn. Việc sản xuất của người nông dân không mang tính chủ động mà còn bị động, phụ thuộc nhiều vào thời tiết, hiện tượng khí trôi khi chất không có kế hoạch diễn ra ở nhiều nơi và không dựa vào nhu cầu của thị trường, chủ yếu là theo phong trào. Thực tế hiện nay, giá ca nông sản thất thường, được mùa mất giá và ngược lại mất mùa giá cao. Điều này dẫn đến thu nhập của hộ nông dân không ổn định và ảnh hưởng đến khả năng tái đầu tư của họ.

Ngày 24/6/2002 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 80/2002-QĐ-TTg về "Khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng" giúp cho hộ nông dân hợp tác bền vững với doanh nghiệp trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông sản. Tuy nhiên, cho đến nay sự hợp tác bằng "giấy tờ" vẫn đang bị thất bại và khả năng xảy ra vi phạm từ cả hai bên. Nhiều doanh nghiệp không mua được sản phẩm của người dân hoặc người dân phải bán sản phẩm ra bên ngoài và lỗi được đó cho giá ca hoặc chất lượng không phù hợp.

Cây chè đã có từ lâu ở Thái Nguyên nhưng thực sự phát triển mạnh từ những năm 60, khi nhà nước chú trọng đầu tư thành vùng chè tập

trung với quy mô lớn. Hiện nay toàn tỉnh Thái Nguyên có gần 17.000 ha chè với năng suất bình quân toàn tỉnh là trên 90 tạ/ha.

Thái Nguyên thuộc vùng núi Bắc Bộ nằm ở vị trí cửa ngõ giao lưu kinh tế - xã hội giữa vùng trung du miền núi với vùng đồng bằng Bắc Bộ, có diện tích tự nhiên 353.318 ha. Được thiên nhiên ưu đãi về khí hậu, thổ nhưỡng nên các giống chè được chọn trồng ở Thái Nguyên cho chất lượng cao hơn mà các nơi trồng chè khác không có được. Chè Thái Nguyên là sản phẩm chè xanh truyền thống với tên quen thuộc "chè búp" hoặc "chè thái", chất lượng đặc biệt, thương hiệu nổi tiếng, không những tiêu thụ trong nước mà còn mở rộng ra thế giới.

Hiện nay, cây chè đang tiếp tục khẩn định vai trò, vị thế của nó trong phát triển kinh tế, xã hội môi trường và giá trị dinh dưỡng nó mang lại. Qua tìm hiểu thực tế về thị trường tiêu thụ chè cho thấy đây vẫn còn là điểm đáng quan tâm vì đây là giải đoạn quan trọng để chứng minh được giá trị và giá trị sử dụng của sản phẩm chè với người tiêu dùng nói chung. Vì lý do đó tôi chọn và nghiên cứu đề tài: "Đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm chè theo phương thức hợp đồng giữa doanh nghiệp với người dân, trưởng hợp ở Thái Nguyên".

## PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Tiếp cận và mô

Nghiên cứu đánh giá tình hình sản xuất và thị trường tiêu thụ chè trên địa bàn tỉnh Thái

Nguyễn Thu thập cả số liệu định tính và số liệu định lượng về sản xuất và tiêu thụ để có thể phân tích, đánh giá chính xác vai trò và giá trị của cây chè trong quá trình phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Từ đó chỉ ra những ảnh hưởng không tốt đến quá trình sản xuất và tiêu thụ chè, rút ra những giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển sản xuất và tiêu thụ chè ở địa phương.

### Tiếp cận vi mô

Tìm hiểu tình hình sản xuất và tiêu thụ chè ở các hộ gia đình trong địa bàn nghiên cứu Báo cáo tập trung vào các liên kết nông dân tham gia hợp tác xã, nông dân có hợp đồng (theo nhóm) và công nhân nông trường (công ty cấp đất cho những nông dân này và ký hợp đồng làm việc trên đất thuộc sở hữu của công ty). Ở vùng có các liên kết này, chúng tôi đã tiến hành điều tra định tính với những người sản xuất có tham gia hoặc không tham gia vào mặt xích này để tìm hiểu lý do quyết định sự tham gia của những người sản xuất này và ảnh hưởng của việc tham gia đối với họ - đối với những người tham gia và đối với công đồng lớn hơn.

### KẾT QUA NGHIÊN CỨU

#### Tình hình sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm chè tại Thái Nguyên

Thái Nguyên là 1 trong những vùng chè trong tiềm cua cả nước, diện tích chè toàn tỉnh hiện nay là 20.787 ha, năng suất 110 tạ/ha, sản lượng đạt gần 193 nghìn tấn, giá trị sản phẩm đạt 95 triệu đồng/ha, đóng góp 17% vào giá trị sản xuất trồng trọt của tỉnh. Xác định chè là cây kinh tế mũi nhọn, những năm qua, tỉnh Thái Nguyên đã có nhiều chính sách hỗ trợ, đầu tư toàn diện cho phát triển chè, đã triển khai nhiều biện pháp để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và hệ thống quản lý từ khâu sản xuất, chế biến đến tiêu thụ chè.

Để đảm bảo chất lượng chè nguyên liệu, tỉnh có chính sách hỗ trợ nông dân đầu tư thăm canh, áp dụng quy trình sản xuất nông nghiệp

VietGAP. Đến nay, toàn tỉnh có 41 cơ sở sản xuất chè an toàn được chứng nhận VietGAP trong đó có 1 cơ sở được chứng nhận GlobalGAP, 1 cơ sở được chứng nhận UTZ với 578 ha với 1.555 hộ tham gia và quản lý tốt về mặt kỹ thuật, thu hái và chế biến để đạt hiệu quả cao nhất trên một đơn vị diện tích. Cho đến nay, diện tích trồng mới và trồng lại bằng các giống chè mới có năng suất, chất lượng cao với khoảng 1.000 ha/năm.

Chè Thái Nguyên hiện nay được chế biến bằng 2 hình thức thủ công và công nghiệp. Sản lượng chè chế biến trong toàn tỉnh xấp xỉ 39.364 tấn. Trong đó, khoảng 7.873 tấn được chế biến công nghiệp tại 34 doanh nghiệp, chiếm 20%. 80% sản lượng còn lại được chế biến thủ công truyền thống, bán công nghiệp bằng máy sao, tốn quay, máy vò và dây chuyền chế biến quy mô nhỏ tại 33 hợp tác xã và khoảng 54.000 hộ tại 85 làng nghề chuyên sản xuất và chế biến chè.

Chè Thái Nguyên được tiêu thụ cả thị trường trong và ngoài nước. Năm 2014, sản phẩm chè xanh, chè xanh đặc sản tại các hộ gia đình, hợp tác xã và một số doanh nghiệp được tiêu thụ nội địa số lượng 33.978 tấn, chiếm 86,32%, trong khi sản lượng chè xuất khẩu chỉ đạt 5.386 tấn chiếm 13,68% sản lượng chè chế biến. Giá xuất khẩu khoảng từ 1.400 - 1.500 USD/tấn, kim ngạch xuất khẩu đạt 10.272.000 USD. Thị trường nhập khẩu chủ yếu chè của Việt Nam là các nước Trung Đông và Pakistan, Đài Loan, Nga, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc. Giá chè Thái Nguyên tiêu thụ trong nước tương đối ổn định, mức 200.000 - 250.000 đồng/kg chế thành phẩm loại trung bình; từ 300.000 - 450.000 đồng/kg chè xanh đặc sản; chè đặc sản cao cấp có giá 2.500.000 - 3.000.000 đồng/kg.

#### Thực trạng môi liên kết trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè ở Thái Nguyên

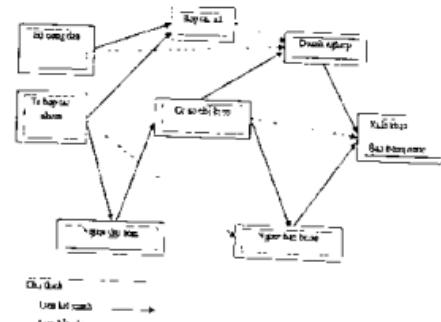
Thái Nguyên hiện nay có 34 doanh nghiệp, 35 HTX, 111 làng nghề và hàng trăm tổ hợp

câu lạc bộ sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè với trên 60 hộ nông dân trồng chè tham gia vào chuỗi giá trị chè. Tuy nhiên, mức độ và các hình thức liên kết đơn giản, chưa thực sự có sự gắn kết và phát huy tối đa hiệu quả từ việc liên kết theo mục tiêu Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg về "Khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng" của Thủ tướng Chính phủ.

Thực tế, có 3 hình thức liên kết trong quá trình sản xuất và tiêu thụ chè tại Thái Nguyên. Thứ nhất, hộ nông dân sản xuất chè với thương lái thu gom và bán cho các chợ đầu mối. Hình thức này khá phổ biến trước đây, bởi chè nguyên liệu được sản xuất chủ yếu tại các nông hộ. Hình thức liên kết này cho thấy các hộ nông dân tự chủ trong việc đầu tư vào sản xuất chè nguyên liệu, chế biến (thường là sơ chế) hoặc bán chè búp tươi đang nguyên liệu cho người thu mua ngay tại địa phương. Tuy nhiên, người trồng chè thường không chủ động được thi trường, bị ép giá nếu có sự biến động về thị trường và giá trị thu nhập không cao. Thứ hai, hộ nông dân liên kết thông qua tổ nhóm, câu lạc bộ và hợp tác xã sản xuất và chế biến chè theo quy trình VietGAP, UTZ. Hình thức này đang được thực hiện tại 35 hợp tác xã và 18 tổ hợp tác. Hiện nay, hình thức liên kết này đang hoạt động rất phổ biến và có hiệu quả bởi chè Thái Nguyên đang hướng tới sản xuất chè an toàn, chất lượng cao. Do đó, các hộ xã viên cần phải tuân thủ theo đúng quy trình sản xuất chè an toàn dưới sự giám sát của các tổ, nhóm thanh tra của họ. Hợp tác xã có thể thu mua và tiêu thụ toàn bộ sản phẩm chè đạt tiêu chuẩn an toàn. Hầu hết các hợp tác xã chè đang thực hiện tốt hình thức liên kết này (hợp đồng miệng).

Tuy nhiên, mối liên kết này đang chưa ổn định và gặp phải một số khó khăn do sản xuất nhỏ lẻ (ở từng hộ). Hợp tác xã chỉ tiêu thụ sản phẩm chè đạt tiêu chuẩn an toàn còn lại khâu sản xuất hoàn toàn phụ thuộc và hộ sản xuất. Ngoài ra, cơ sở vật chất của hợp tác xã còn chưa đảm bảo cho việc tồn trữ và bảo quản,

đầu ra bắp bênh do trách nhiệm không cu thể thuộc về hợp tác xã. Thêm vào đó, công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm còn chưa được ưu tiên, việc tiếp cận thi trường và người tiêu dùng còn hạn chế. Hình thức cuối cùng, các doanh nghiệp liên kết với nông dân để thu mua chè nguyên liệu. Hiện nay, có 29/34 doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè của Thái Nguyên thực hiện hình thức liên kết với nông dân để thu mua nguyên liệu cho doanh nghiệp mà không có vùng nguyên liệu riêng. Hình thức liên kết này thông qua hợp đồng giữa doanh nghiệp với người dân. Hàng năm doanh nghiệp tổ chức ký hợp đồng với các hộ nông dân được chọn theo tiêu chí riêng mà doanh nghiệp đặt ra. Thông thường các doanh nghiệp mơ hồ nghỉ khách hàng để thông báo kế hoạch thu mua trong năm và các tiêu chí đặt ra với người trồng chè để thảo luận, thống nhất và cùng cam kết thực hiện theo hợp đồng. Các doanh nghiệp thực hiện có hiệu quả hình thức này là công ty TNHH xuất nhập khẩu Trung Nguyên, công ty cổ phần Tân Cường Hoàng Bình, công ty chè Sông Cầu, công ty cổ phần chè Quân Chu, công ty cổ phần chè Van Tài. Tuy nhiên các doanh nghiệp liên kết với nông dân chủ yếu là liên kết thông qua hợp đồng mua nguyên liệu và chỉ khi sản phẩm chè của người dân đạt được các tiêu chí của doanh nghiệp, đã có sự liên kết nhưng chưa chắt chẽ đối với quyền và lợi ích của người trồng chè.



Hình 1. Mối liên kết trong khâu tiêu thụ chè ở Thái Nguyên

Với xu hướng phát triển của nền kinh tế thị trường như hiện nay. Một số doanh nghiệp mong muốn thực hiện liên kết để có nguồn nguyên liệu ổn định, chất lượng cao nhằm chủ động trong quá trình chế biến và tiêu thụ trong nước và xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Tuy nhiên, nhà nước chưa đưa ra chế tài phù hợp để hỗ trợ giải quyết tranh chấp phát sinh giữa doanh nghiệp và người sản xuất trong quá trình hợp tác. Thực tế đã có một số doanh nghiệp chủ động thương lượng và cập nhật giá thị trường để điều chỉnh giá mua chè nguyên liệu với nông dân nhưng thường xuyên bị từ thương canh tranh, gây rủi ro. Lực lượng này đã nâng giá thu mua cao hơn từ 10 - 20%, nông dân thấy lợi trước mắt, sẵn sàng phá vỡ hợp đồng, còn từ thương thi chỉ mua một lượng chè nhất định rồi bỏ đi khiến cho người nông dân nhiều khi không bán được hết sản phẩm của mình trong khi đó doanh nghiệp bị phá vỡ hợp đồng với khách hàng.

Việc kết nối sản xuất chè của hộ nông dân với thị trường trên địa bàn nghiên cứu khá đa dạng, nông dân có nhiều lựa chọn bên mua để kết nối sản phẩm ra thị trường. Thực tế, nông có thể

**Bang 1: Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của các hình thức tiêu thụ theo hợp đồng của doanh nghiệp với người nông chè trên địa bàn nghiên cứu**

	Điểm mạnh	Điểm yếu	Cơ hội	Thách thức
Hợp đồng miệng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hai bên chủ động trong việc mua bán</li> <li>- Giá cả linh hoạt theo thị trường</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Công ty và hộ nông dân không có ràng buộc chặt chẽ</li> <li>- Kết nối long leo, phụ thuộc vào ý thức của người tham gia</li> <li>- Các bên không xác định trước lợi ích của liên kết</li> <li>- Nông dân là người chấp nhận giá</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thị trường nhiều người bán, công ty có thể bỏ sang nguyên liệu thiếu hụt</li> <li>- Nông dân có thể thu được tiền ngay</li> <li>- Bán với giá cao hơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá không ổn định</li> <li>- Lương thu mua không ổn định.</li> <li>- Canh tranh với thương lái dẫn đến hiện tượng tranh mua, tranh bán</li> <li>- Không có đảm bảo từ pháp luật nếu xảy ra tranh chấp</li> </ul>
Hợp đồng văn bản	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quan hệ chè giữa các bên được pháp luật thừa nhận</li> <li>- Cơ chế hoạch định khi tham gia kết nối</li> <li>- Các bên ban và người mua đều chủ động</li> <li>- Lương thu mua ổn định</li> <li>- Cơ chế giá động thuận giữa 2 bên</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cơ chế giá không linh hoạt, thanh toán tiền cho hộ nông dân chậm</li> <li>- Nông dân chưa ý thức trong việc thực hiện hợp đồng</li> <li>- Các đối tượng đầu sản xuất là người của công ty nên không đứng trên lập trường của nông dân</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thị trường có nhiều người bán.</li> <li>- Được nhà nước khuyến khích</li> <li>- Công ty giam được chi phí giao dịch.</li> <li>- Nông dân có thể nhận được hỗ trợ từ doanh nghiệp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các bên từ chối rút lui dẫn đến không phả vỡ hợp đồng</li> <li>- Công ty không thu hồi được vốn đầu tư.</li> <li>Nhà máy thiếu nguyên liệu.</li> </ul>

bán chè rớt sau khi thu hái cho doanh nghiệp hoặc hợp tác xã dưới 2 hình thức của hợp đồng (hợp đồng miệng và hợp đồng văn bản).

#### Giải pháp thúc đẩy tiêu thụ chè theo hợp đồng giữa các hộ với doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

- Nâng cao chất lượng chè xanh Thái Nguyên Hiện nay, các công ty đang trong thời kỳ sản xuất cải thi trưởng cần và tìm cách thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Bởi vậy, trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt, chất lượng sản phẩm giữ vị trí quan trọng hàng đầu và là mục tiêu phấn đấu số một của các đơn vị kinh doanh. Sản phẩm chè chắc chắn không phải một ngoại lệ.

Chè biển chè là một khâu quan trọng, kết tinh những giá trị quý báu của sản phẩm chè trong quá trình sản xuất kinh doanh, nhằm thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Bởi vì chỉ có qua chè biển sản phẩm chè mới trở nên hoàn hảo, phát huy được những đặc tính tốt của mình, nâng cao giá trị và trở thành sản phẩm hàng hóa được tiêu dùng rộng rãi.

Hiện nay, một số vùng chè tập trung trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đang thực hiện sản xuất chè an toàn theo hướng thực hành nông nghiệp VietGap, an toàn vệ sinh thực phẩm.

Các HTX cần quan tâm đến chiến dịch quảng bá sản phẩm, thiết kế các mẫu bao bì cho phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của khách hàng. Ngoài ra, việc lập trang web để quảng bá, giới thiệu và cung cấp thông tin cho các sản phẩm chè là điều nên làm trong thời kỳ hội nhập như hiện nay.

Bảo vệ và phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên  
Năm 2006, nhãn hiệu tập thể "chè Thái Nguyên" đã được bảo hộ. Sau đó, các nhãn hiệu của các vùng chè đặc sản trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên cũng được xây dựng như "chè Tân Cương", "chè La Bằng", "chè Trai Cai", "chè Võ Tranh", "chè Tứ Tranh", "chè Phò Yên". Năm 2014, nhãn hiệu tập thể "chè Thái Nguyên" đã được đăng ký bảo hộ tại 3 nước Mỹ, Trung Quốc và Đài Loan. Do vậy, chè Thái Nguyên đã được giới thiệu, quảng bá và phát triển trở thành một thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam.

Việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm chè Thái Nguyên đã góp phần tạo sự chuyên biến tích cực của các cấp, các ngành và toàn xã hội trong việc gìn giữ và phát triển giá trị truyền thống của chè Thái Nguyên, nâng cao uy tín, chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm chè Thái Nguyên trên thị trường, gia tăng giá trị kinh tế của sản phẩm chè Thái Nguyên từ 1,5 - 2 lần so với trước khi được bảo hộ, mở rộng thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước, tăng thu nhập cho người trồng chè, ngăn chặn đăng ký nhãn hàng giả, hàng nhái sản phẩm chè Thái Nguyên trên thị trường.

Với tình hình như hiện nay sản lượng chè của tỉnh qua các năm có chiều hướng đi lên do các hộ dân mở rộng diện tích chè và loại bỏ một số giống chè kém chất lượng và thay vào đó là giống chè cảnh lái với sản lượng và chất lượng tốt hơn.

Những giải pháp trong liên kết để phát triển bền vững cho ngành chè Thái Nguyên

- Doanh nghiệp, nông dân và hợp tác xã sản xuất chè trên địa bàn tỉnh cần phải liên kết chặt chẽ để phát triển chuỗi giá trị sản phẩm chè. Người dân có thể thông qua hợp tác xã của mình để sản xuất hoặc chế biến với quy mô lớn, đúng quy trình kỹ thuật và đảm bảo chất lượng sản phẩm để cung cấp nguyên liệu chè an toàn cho người tiêu dùng. Doanh nghiệp cần làm tốt các khâu thu mua đúng giá, hợp lý, bảo quản, vận chuyển và chế biến chè với công nghệ cao, đảm bảo chất lượng, có truy xuất nguồn gốc, an toàn vệ sinh thực phẩm và làm tốt công tác tiếp cận thị trường nhằm tiêu thụ sản phẩm chè ổn định. Đồng thời doanh nghiệp cần liên kết tốt với các nhà khoa học để chuyên giao kỹ thuật và chỉ đạo sản xuất đối với vùng nguyên liệu.

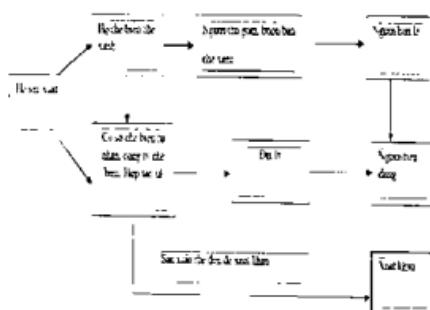
- Các hình thức liên kết trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ chè trên địa bàn tỉnh cần phải có một cơ chế rõ ràng để phân định vai trò, trách nhiệm, quyền lợi của mỗi bên và khai thác cơ hội qua ảnh hưởng của sự liên kết để giúp cho nông dân tăng thu nhập từ chè một cách bền vững.

- Địa phương cần đưa ra các chính sách khuyến khích và hỗ trợ liên kết sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè và ưu tiên cho 3 đối tượng doanh nghiệp có hợp đồng liên kết sản xuất chè biến, tiêu thụ với người sản xuất trong vùng nguyên liệu; người sản xuất trong vùng nguyên liệu tham gia liên kết sản xuất theo hợp đồng với doanh nghiệp và các nhà khoa học có hợp đồng nghiên cứu, chuyên giao tiến bộ khoa học kỹ thuật với doanh nghiệp và người sản xuất trong vùng nguyên liệu. Từ đó tránh được tranh chấp trong thu mua hoặc ép giá đối với người sản xuất.

- Đề thê hiên vai trò hạt nhân của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị sản phẩm, trong doanh nghiệp cần có hệ thống giới thiệu sản phẩm chuyên nghiệp hoặc liên kết sản giao dịch kết nối hoạt động có hiệu quả. Đề chuỗi giá trị sản phẩm ngành chè hoạt động hiệu quả thì tung mắt xích cần hoàn thiện để phát triển bền vững.

+ Các ngành chè năng thực hiện quy hoạch sản xuất chè an toàn theo tiêu chuẩn và đầu tư phát triển vùng chè nguyên liệu phù hợp với cơ cấu sản phẩm (chè xanh nguyên liệu, chè vanh cao cấp, chè đen) Xây dựng 100% diện tích chè ở các vùng sản xuất lớn đáp ứng yêu cầu sản xuất an toàn theo VietGAP Thực hiện rà soát, đánh giá lại năng lực thiết bị, công nghệ của các cơ sở chế biến, khả năng cung cấp nguyên liệu của các vùng sản xuất cho cơ sở chế biến, chỉ cấp phép hoạt động cho các cơ sở chế biến chứng minh đủ khả năng cung cấp nguyên liệu hoặc có liên kết với nông dân Đồng thời tăng cường kiểm soát chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm và xúc tiến thương mại, nâng cao năng lực thị trường cho người sản xuất, thu hút đầu tư nước ngoài vào phát triển vùng nguyên liệu và chế biến chè Đầu tư cơ sở hạ tầng, nâng cao kỹ thuật, kiến thức thi trường và trách nhiệm cộng đồng cho người sản xuất

+ Tinh cần có các chính sách hỗ trợ đặc thù như vốn ứng cho sản xuất, hỗ trợ lãi suất vốn vay để hấp dẫn doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất kinh doanh chè, tạo dựng các chuỗi liên kết thúc đẩy ngành chè phát triển



**Hình 2. Đề xuất kênh tiêu thụ sản phẩm chè ở  
Thái Nguyên**

Để thực hiện được các giải pháp nêu trên, cần xây dựng các mô hình thí điểm liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm để xác định các khẩu hiệu trong chuỗi nhằm xây dựng các

chính sách hỗ trợ hợp lý phát triển bền vững, đánh giá tổng kết, nhận ra diện rộng. Quá trình triển khai cần bảo đảm chắc chắn, tránh tình trạng phong trào.

## KẾT LUẬN

Khi Việt Nam đã tham gia vào thị trường chung của thế giới, thị trường khu vực bắc cảnh những khó khăn, thách thức cũng mở ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp, cho người dân phát triển sản xuất một cách có chiến lược Chè là cây công nghiệp trọng điểm của tỉnh Thái Nguyên do đó các doanh nghiệp ngành chè luôn đóng vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Thêm vào đó, xu hướng ngày càng phát triển của sản xuất theo hợp đồng, trong đó các doanh nghiệp chế biến công nghiệp là hạt nhân trung tâm trong liên kết sản xuất-chế biến ở các vùng nguyên liệu. Có 4 hình thức hợp đồng tiêu thụ chủ yếu là: 1. Hộ sản xuất nhận khoán trên đất công ty, 2. Công ty hợp đồng với hộ về đầu tư và thu mua sản phẩm; 3. Công ty hợp đồng bán vật tư cho hộ và mua sản phẩm, 4. Công ty hợp đồng mua sản phẩm.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chính phủ (2002). Quyết định 80/2002/QĐ-TTg, ngày 24/6/2002 về "Khuyến khích tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng"
- Chính phủ (2008). Chỉ thị 25/2008/CT-TTg về việc "Tăng cường chỉ đạo tiêu thụ nông sản thông qua hợp đồng"
- Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên
- Đào Thế Anh và Vũ Trọng Bình (2005) Hợp đồng nông nghiệp, hoạt động tập thể của hộ nông dân và sự tham gia của người nghèo ở miền Bắc, Việt Nam. Trong "Kết nối nông dân với thị trường thông qua sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng"
- Lê Hữu Ánh và công sứ (2011) Nghiên cứu các giải pháp thực hiện và chuyển giao các mô hình "liên kết 4 nhà" trong các vùng kinh tế hàng hoá tỉnh Sơn La.
- Liên minh hợp tác xã Thái Nguyên (2015) Tài liệu hội thảo trà tháng
- Bao Trung "Bản vẽ liên kết 4 nhà".

## SUMMARY

**APPLYING OF MODEL OF THE COOPERATION BETWEEN COMPANIES AND FARMERS TO STEP UP THE SALE OF THE TEA PRODUCT, CASE STUDIES IN THAI NGUYEN PROVINCE**

Dang Thi Thai<sup>\*</sup>, Dang Thi Bich Hue,  
Bui Thi Minh Ha, Tran Viet Dung  
*College of Agriculture and Forestry - TNU*

Thai Nguyen tea selected in this research because it brings some economic, social and environmental values. The processing enterprises in the region have had some forms of the cooperation with households as on land allotment by the company or purchasing raw tea products of farmers by the company. Research has proposed three measures to promote cooperation in production and consumption among households and businesses through a contract with the aim of promoting the role of business in conjunction with farmers in condition using diversified and flexible forms of consumer contracts and safeguard the rights and interests of both parties in the sale contracts.

**Keywords:** *contract for agricultural products, tea consumption, Thai Nguyen tea, cooperation*