

# Liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân: Lý thuyết và một số điển hình tại Việt Nam

Vũ Ngọc Quyên<sup>(\*)</sup>

**Tóm tắt:** Bài viết tập trung tổng quan một số vấn đề lý thuyết về liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân, đồng thời tìm hiểu và phân tích một số điển hình tại Việt Nam nhằm làm rõ các ưu điểm và tồn tại của liên kết này. Từ đó, dựa trên thực tiễn và kinh nghiệm quốc tế, bài viết gợi ý một số giải pháp nhằm khắc phục những tồn tại để củng cố và tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân<sup>(\*\*)</sup>.

**Từ khóa:** Nông dân, Doanh nghiệp, Liên kết dọc, Việt Nam

**Abstract:** This paper focuses on the fundamental theories of vertical linkages between enterprises and farmers, analyzing some examples of these linkages in Vietnam in order to identify the strengths and weaknesses for policy intervention. In consequence, some suggestions are provided for strengthening these linkages based on domestic current situation and international practices.

**Key words:** Farmers, Enterprises, Vertical Linkage, Vietnam

## 1. Dẫn luận

Hội nhập và mở cửa nền kinh tế mang đến nhiều cơ hội cũng như thách thức cho nông dân và doanh nghiệp. Nhiều thị trường mới được mở ra ở cả trong và ngoài nước. Tuy nhiên, điều này cũng đồng nghĩa với việc nông dân và doanh nghiệp sẽ phải tuân thủ chặt chẽ các tiêu chuẩn khắt khe hơn

và đối mặt với mức độ cạnh tranh cao hơn. Những vấn đề như vậy đưa đến nhu cầu liên kết trong sản xuất và kinh doanh nhằm mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả kinh tế. Điều này càng đúng với nền kinh tế nông nghiệp còn manh mún và phương thức sản xuất còn mang nặng tính thủ công truyền thống như của Việt Nam hiện nay.

Về lý thuyết, liên kết giúp tăng hiệu quả kinh tế thông qua việc phân bổ các lợi ích và rủi ro một cách hợp lý giữa các bên tham gia liên kết. Liên kết thường được phân chia thành liên kết dọc và liên kết ngang. Nếu liên kết dọc là liên kết giữa các bên theo đường đi của sản phẩm (từ sản xuất đến tiêu dùng) thì liên kết ngang là

---

<sup>(\*)</sup> Viện Kinh tế Việt Nam, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam; E-mail: vnquyen84@gmail.com; qnvu@umail.iu.edu

<sup>(\*\*)</sup> Bài viết là một phần sản phẩm của Đề tài “Thực trạng liên kết giữa doanh nghiệp với nông dân tại Khánh Hòa trong thời gian qua” (Mã số ĐT-2017-50201-CT) do PGS.TS. Trần Đình Thiên làm Chủ nhiệm.

liên kết giữa các bên trong cùng một hoạt động (sản xuất hoặc tiêu dùng). Trong phạm vi bài viết này, việc tìm hiểu các mô hình liên kết trong nông nghiệp tại Việt Nam sẽ được tập trung vào các liên kết dọc, cụ thể là quan hệ liên kết giữa hai bên là nông dân và doanh nghiệp.

## 2. Một số vấn đề lý thuyết về liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân

Phần lớn liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp đều xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp về nguyên liệu chế biến, cũng như nhu cầu của nông dân về các yếu tố đầu vào cho sản xuất và thị trường đầu ra cho sản phẩm. Điều này cũng được chứng minh trong nghiên cứu của I. Delforge (2007) hay S. Sriboonchitta và A. Wiboonpoongse (2008). Liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp, dù ở mức độ nào trong chuỗi giá trị, đều giúp nâng cao tính hiệu quả của chuỗi sản phẩm.

Đối với các hoạt động thị trường (marketing) chẳng hạn, quan hệ liên kết này giúp tạo ra lợi nhuận lớn hơn cho các bên tham gia (G. Meulenberg, M. Kool, 1994). Trước các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường tiêu thụ hay những hạn chế của thị trường tín dụng, nông dân tại các quốc gia đang phát triển thường nhận được sự hỗ trợ từ người thu mua sản phẩm của mình thông qua các hình thức như cung cấp đầu vào, tư vấn kỹ thuật, hỗ trợ đào tạo hay tín dụng thương mại (N. Trifkovi'c, 2016). Chính vì vậy, quan hệ liên kết này thường được nhìn nhận như một phương thức để đảm bảo sự trung thành của người cung cấp sản phẩm, đồng thời giúp duy trì các tiêu chuẩn về chất lượng và số lượng sản phẩm cần thiết mà người thu mua đặt ra đối với người cung cấp sản phẩm cho mình.

Nghiên cứu của P. T. Anh và cộng sự (2011) cho thấy, mối quan hệ liên kết

giữa nông dân và doanh nghiệp có liên quan tới việc nâng cao các tiêu chuẩn về hàng hóa, theo hướng gần hơn với các tiêu chuẩn quốc tế. Bên cạnh đó, trong một đánh giá về tác động của các liên kết dọc trong ngành cá da trơn tại Việt Nam, N. Trifkovi'c (2016) đã chỉ ra rằng, những hộ nông dân có liên kết dọc thường có sản lượng và doanh thu bình quân theo hecta cao hơn so với những hộ không có liên kết này. Mặt khác, N. Trifkovi'c cũng nhận định rằng, cách thức mà người nông dân tham gia vào thị trường có thể tác động rất lớn đối với hoạt động của doanh nghiệp trong quan hệ liên kết này.

Bên cạnh đó, quan hệ liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp trong một số trường hợp không thể thành hiện thực nếu thiếu các quan hệ liên kết ngang, đặc biệt đối với những nông dân sản xuất với quy mô nhỏ và rất nhỏ. Liên kết trong chuỗi giá trị giúp tăng tính quy mô kinh tế, giảm các chi phí giao dịch, đồng thời giúp nâng cao hiệu quả sản xuất và khả năng cạnh tranh của các bên tham gia liên kết. Không chỉ vậy, việc các hộ sản xuất nhỏ liên kết với nhau sẽ tạo thành sức mạnh đối trọng tốt hơn đối với các bên ở cuối chuỗi liên kết dọc, như doanh nghiệp thu mua hay doanh nghiệp chế biến. Bản thân những doanh nghiệp này cũng liên kết với nhau để nâng cao vị thế của mình trong lĩnh vực mà họ hoạt động.

## 3. Một số điển hình về liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân tại Việt Nam

Trong những năm gần đây, điển hình cho liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân tại Việt Nam thường là mô hình chuỗi khép kín: từ sản xuất, chế biến đến phân phối và tiêu thụ sản phẩm. Trong mô hình này, doanh nghiệp đóng vai trò là nhà đầu tư và tổ chức sản xuất, đưa các ứng

dụng tiên bộ kỹ thuật tới người nông dân, đồng thời đảm bảo đầu ra cho sản phẩm. Mô hình này phù hợp với những doanh nghiệp có năng lực tài chính lớn và thị trường tiêu thụ ổn định, được áp dụng khá thành công với một số mặt hàng như lúa gạo hay mía đường.

Một hình thức liên kết khá phổ biến khác là hợp đồng tiêu thụ (bao tiêu) sản phẩm giữa nông dân và doanh nghiệp, tức doanh nghiệp đóng vai trò người thu mua và tiêu thụ sản phẩm cho nông dân nhưng không đầu tư vốn hay tổ chức sản xuất. Hình thức này khác với việc doanh nghiệp thu mua nông sản của các hộ sản xuất nhưng không ký kết hợp đồng với các hộ từ trước - một hiện tượng cũng khá phổ biến trong nền kinh tế nông nghiệp Việt Nam, có thể được coi là một dạng thức sơ khai của quan hệ liên kết nông dân và doanh nghiệp nhưng quan hệ mua bán này không có tính cam kết và sự ràng buộc về mặt pháp lý. Do đó, trong phạm vi bài viết này, hoạt động thu mua không có hợp đồng ký kết không được coi là một hình thức liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp.

#### *a. Liên kết theo chuỗi giá trị sản phẩm khép kín*

Một trong những điển hình của mô hình liên kết theo chuỗi khép kín là mô hình đầu tư thu mua và chế biến gạo, hay còn gọi là mô hình “cánh đồng mẫu lớn” của Tập đoàn Lộc Trời (tiền thân là Công ty cổ phần Bảo vệ thực vật An Giang) tại huyện Châu Thành, tỉnh An Giang. Mô hình này được thực hiện từ năm 2010 theo chuỗi giá trị sản xuất lúa gạo khép kín, từ việc xây dựng vùng nguyên liệu thông qua ký hợp đồng bao tiêu với nông dân, cung ứng giống, thuốc bảo vệ thực vật và phân bón (không tính lãi suất), hỗ trợ kỹ thuật thông

qua đội ngũ cán bộ của doanh nghiệp, đến việc thu mua theo giá thị trường tại thời điểm nông dân bán lúa. Bên cạnh đó, nông dân còn được hỗ trợ miễn phí bao bì để đóng gói, chi phí vận chuyển đến nhà máy chế biến gạo của Tập đoàn cũng như chi phí sấy lúa.

Cũng là một trong những doanh nghiệp tiên phong với mô hình này, mô hình liên kết với nông dân trồng lúa của Công ty cổ phần GENTRACO (Cần Thơ) được phát triển từ quan hệ liên kết ban đầu với các hợp tác xã và tổ nông dân sản xuất. Nông dân ký kết hợp đồng liên kết với Công ty được cung cấp lúa giống, được hướng dẫn kỹ thuật và tuân thủ quy trình sản xuất có kiểm soát chặt chẽ. Gạo thành phẩm phải đảm bảo không có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật quá ngưỡng cho phép. Những nông hộ thực hiện tốt quy trình sản xuất và có lúa đảm bảo chất lượng theo hợp đồng ký kết sẽ được thưởng thêm 300 đồng/kg thóc. Chính sách này của GENTRACO đã khuyến khích được nông dân bám sát và thực hiện tốt các quy trình kỹ thuật (Hữu Đức, 2014).

Đối với mô hình liên kết với các hộ trồng dứa của Công ty cổ phần Thực phẩm xuất khẩu Đồng Giao (Doveco), nông dân cũng được hỗ trợ về giống và kỹ thuật. Quy trình trồng được đội ngũ cán bộ nông nghiệp của Công ty kiểm tra và giám sát. Tới thời điểm thu hoạch, xe chuyên dụng của Công ty sẽ vận chuyển dứa về nhà máy.

Như vậy, thế mạnh của hình thức liên kết này là đầu vào sản xuất và đầu ra cho sản phẩm của nông dân được doanh nghiệp đảm bảo. Doanh nghiệp cũng được hưởng lợi từ việc xây dựng được vùng nguyên liệu bền vững và, trong một số trường hợp (như của GENTRACO), còn thu lợi nhuận cao hơn nhờ nâng cao chất lượng sản phẩm.

Phần lớn các nông sản tại Việt Nam có thể được tiêu thụ nội địa mà không cần đến quan hệ liên kết với doanh nghiệp (thông qua hệ thống thương lái hay nậu vừa và không chịu ràng buộc về pháp lý cũng như các tiêu chuẩn an toàn của sản phẩm). Tuy vậy, chính quan hệ liên kết bằng hợp đồng với doanh nghiệp, tức tính hợp pháp về giá thỏa thuận, cũng là một điểm mạnh khác của quan hệ liên kết này trong việc đảm bảo quyền lợi cho nông dân, tránh tình trạng bị thương lái ép giá hay ép phẩm cấp sản phẩm.

Tuy nhiên, như đã đề cập ở trên, để đầu tư xây dựng hạ tầng phục vụ cho việc liên kết theo chuỗi sản phẩm khép kín như vậy, doanh nghiệp phải có năng lực tài chính lớn và hiểu biết sâu sắc về thị trường cho sản phẩm của mình - điều mà hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam còn hạn chế. Mô hình này do đó không có tính khả thi cho việc áp dụng đại trà mà chỉ tập trung ở một số doanh nghiệp lớn. Chính vì vậy, sẽ có xu hướng các doanh nghiệp này giữ vai trò độc quyền mua, trở thành người tạo dựng và áp đặt luật chơi. Nông dân khi đó chỉ đóng vai trò như những “công nhân nông nghiệp” được hưởng lương lao động trên chính thửa ruộng của mình. Hơn nữa, nông dân trong trường hợp này thường không có tiếng nói đối trọng với những quyết định của doanh nghiệp.

Vấn đề này được thể hiện rất rõ qua quan hệ liên kết doanh nghiệp và nông dân trong lĩnh vực sản xuất mía đường hay chăn nuôi bò sữa. Do đặc thù của sản phẩm mía đường không thể được tiêu thụ nhỏ lẻ mà phải ở quy mô lớn mới có thể sinh lời, tương tự với sản phẩm sữa bò tươi, nên việc nông dân liên kết với các doanh nghiệp chế biến là một tất yếu. Chính vì vậy, vai trò độc quyền của các doanh

nghiệp về thị trường tiêu thụ thường dẫn đến những bất lợi cho nông dân, cũng như bất bình đẳng trong chia sẻ lợi ích và rủi ro giữa hai bên. Đây chính là điểm cần có can thiệp chính sách của Nhà nước nhằm củng cố và tăng tính bền vững của quan hệ liên kết này.

#### *b. Liên kết trong tiêu thụ sản phẩm*

Liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp trong tiêu thụ sản phẩm được thấy ở hầu hết các ngành hàng nông nghiệp Việt Nam, đặc biệt trong ngành thủy sản và chăn nuôi. Cùng là quan hệ liên kết thu mua sản phẩm nhưng hình thức liên kết này cũng có rất nhiều cách thức tổ chức khác nhau.

Trong liên kết tiêu thụ sản phẩm, tuy không đóng vai trò trực tiếp đầu tư, tổ chức sản xuất và giám sát sản xuất như trong liên kết chuỗi khép kín, nhưng một số doanh nghiệp vẫn có những chính sách hỗ trợ nhất định, về giống hoặc một phần vốn, đối với các hộ nông dân sản xuất. Đây là cách thức để doanh nghiệp nâng cao mức độ cam kết và tin cậy giữa hai bên tham gia liên kết ngoài những ràng buộc chính thức theo hợp đồng.

Thí dụ điển hình cho mô hình liên kết này là liên kết bao tiêu sản phẩm giữa doanh nghiệp và các hộ nuôi cá tra tại An Giang. Đối với các hộ nuôi cá tra, cách thức phổ biến là doanh nghiệp đầu tư 100% thức ăn nuôi cá theo hệ số chuyển đổi thức ăn (Feed Conversion Ratio/Rate - FCR) (thông thường ở mức 1,57 kg thức ăn cho 1 kg cá tra nguyên liệu). Các hộ nuôi cá sẽ đăng ký sản lượng từ ban đầu và nhận lượng thức ăn tương đương theo hệ số quy đổi. Đến khi thu hoạch, doanh nghiệp sẽ đưa một mức đơn giá cộng thêm (không bao gồm chi phí thức ăn và theo thỏa thuận hợp đồng trước đó) trên mỗi kg cá tra nguyên liệu. Phần giá cộng thêm

này thực chất chính là doanh thu của nông dân nuôi cá (không kể chi phí thức ăn đã được doanh nghiệp đầu tư). Nếu hộ nuôi cá không đáp ứng đủ về khối lượng cá theo hợp đồng thì phải đền bù sản lượng thiếu hụt tính theo một mức giá khác (có bao gồm chi phí thức ăn) được thỏa thuận trong hợp đồng, hoặc theo giá thị trường. Ngược lại, nếu dư thừa so với số lượng cam kết ban đầu thì doanh nghiệp cũng sẽ mua lại theo mức giá tương tự.

Ngoài liên kết tiêu thụ sản phẩm có hỗ trợ sản xuất như vậy, còn có những liên kết chỉ mang tính thu mua và tiêu thụ sản phẩm thuần túy. Quan hệ liên kết này thực chất mang tính “thương mại” nhiều hơn là “liên kết”, tức quan hệ mua bán đơn thuần theo hợp đồng thay vì có thêm các hỗ trợ khác. Doanh nghiệp trong trường hợp này thường không có nhu cầu (hoặc năng lực) giám sát chặt chẽ quá trình sản xuất các sản phẩm mà họ thu mua, mà sẽ dựa vào một bên thứ ba (hợp tác xã chẳng hạn) hoặc các chứng nhận hợp pháp của sản phẩm. Điển hình cho hình thức liên kết này là việc thu mua rau của các hệ thống siêu thị từ các nhóm hộ nông dân hoặc hợp tác xã trồng rau. Như vậy, trong trường hợp này, quan hệ liên kết dọc được hình thành dựa trên mối liên kết ngang của nhiều hộ trồng rau, hợp tác xã rau, hoặc tổ liên kết trồng rau. Với liên kết ngang này, doanh nghiệp không chỉ đảm bảo được nguồn cung sản phẩm mà còn giảm được chi phí giao dịch và chi phí quản lý, thông qua việc nắm một đầu mối liên kết thay vì nhiều liên kết khác nhau với từng hộ.

### 3. Một số nhận xét

Nhìn chung, trong các quan hệ liên kết có hợp đồng, nông dân thường bị hạn chế quyền ra quyết định cũng như quyền tự do chuyển đổi hợp tác (với các nhà phân phối

hay các doanh nghiệp tiêu thụ ở cuối chuỗi sản phẩm). Do đó, với các hợp đồng nông nghiệp này, nông dân trở thành các “công nhân nông nghiệp”. Điều này xảy ra khi nhà thầu cung cấp tất cả các đầu vào và bao tiêu đầu ra như đã nêu ở trên.

Một vấn đề khác nữa là chi phí giao dịch cao hơn trong quan hệ liên kết. Ở Việt Nam, các nông hộ sản xuất chủ yếu ở quy mô nhỏ. Do vậy, để đáp ứng sản lượng cho chế biến và tiêu thụ, doanh nghiệp phải ký kết hợp đồng với nhiều nông hộ, dẫn đến tăng chi phí giao dịch cũng như chi phí cung cấp dịch vụ và giám sát.

Bên cạnh đó, khó khăn trong thực thi hợp đồng cũng xảy ra đối với hầu hết các quốc gia nông nghiệp - một thực tế cũng được ghi nhận trong nghiên cứu của B. Grosh (1994). Mặc dù hợp đồng nông nghiệp giữa nông dân và doanh nghiệp được cụ thể hóa bằng văn bản và có tính pháp lý, song trên thực tế các hợp đồng này hiếm khi có hiệu lực thực thi. Hiện tượng khá phổ biến là nông dân thường phá vỡ hợp đồng liên kết với doanh nghiệp do sản xuất thất bại, hoặc khi giá thị trường cao hơn giá hợp đồng. Trong trường hợp giá thị trường cao hơn, nông dân có động cơ “bán lén”, thậm chí ngang nhiên phá hợp đồng để bán ra ngoài thị trường tự do. Đây là trường hợp của nông dân trồng xoài Úc tại Khánh Hòa, hay một số hộ trồng lúa tại An Giang. Trong khi đó, thể chế pháp lý còn hạn chế của các nước đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng đã góp phần khiến cho việc khiếu kiện, giải quyết tranh chấp do vi phạm hợp đồng ở quy mô nhỏ thường có chi phí rất cao. Chính vì vậy, trong trường hợp quyền lợi của doanh nghiệp hoặc nông dân bị xâm phạm, một trong hai bên đều không thực sự có động lực kinh tế để theo đuổi khiếu kiện. Hơn

nữa, nông dân luôn là bên yếu thế về kinh tế, nên dù doanh nghiệp có thắng kiện thì cũng không có chế tài đảm bảo rằng nông dân có thể bồi thường.

Nghiên cứu của J. Coulter và cộng sự (1999) cũng cho thấy việc thiếu vắng một hệ thống pháp lý hiệu quả, thiếu tài sản thế chấp của các hộ sản xuất nhỏ cũng như những yếu kém của thị trường bảo hiểm đã tạo ra những rủi ro đáng kể cho các doanh nghiệp ký kết hợp đồng với nông hộ nhỏ. Những vấn đề này tồn tại trong hầu hết các ngành hàng nông sản của Việt Nam bởi quy mô sản xuất của phần lớn nông dân là nhỏ lẻ. Do đó, các doanh nghiệp thường cân trọng trong việc sàng lọc và lựa chọn các nông hộ để giảm thiểu rủi ro: những nông hộ có quy mô sản xuất tương đối thường là đối tượng họ nhắm tới. Điều này cũng sẽ giúp khuyến khích các nông hộ liên kết hoặc tự mở rộng quy mô sản xuất nếu muốn tham gia liên kết với doanh nghiệp (N. Key, D. Runsten, 1999). Đây cũng là trường hợp liên kết trồng lúa tại An Giang (như đã đề cập ở trên), khi nông dân thực hiện “dồn điền, đổi thửa” để tạo nên các cánh đồng lớn nhằm liên kết với doanh nghiệp hiệu quả hơn.

#### 4. Gợi ý giải pháp

Trước những tồn tại trong liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân, một số cơ chế nhằm khắc phục và đối phó với những vấn đề này đã được các doanh nghiệp nông nghiệp phát triển và áp dụng. Các giải pháp này có thể được phân nhóm như sau:

##### (i) Giải pháp nâng cao khả năng thực thi hợp đồng

Thứ nhất, cho vay/hỗ trợ tín dụng thông qua nhóm giúp giảm chi phí giao dịch và nguy cơ gian lận.

Thứ hai, duy trì tốt quan hệ đối tác và tổ chức giám sát chặt chẽ nhằm tăng cường sự tin cậy và thúc đẩy liên kết giữa

hai bên, đồng thời giảm thiểu việc gian lận có chủ đích.

Thứ ba, nâng cao số lượng và chất lượng đầu vào cung cấp cho nông hộ. Điều này giúp tăng cường sự ràng buộc và mối quan hệ cộng sinh giữa các bên.

Thứ tư, xây dựng cơ chế thưởng, phạt rõ ràng và nghiêm túc thực thi, đặc biệt đối với các hành vi cố tình vi phạm hợp đồng.

##### (ii) Giải pháp giảm chi phí giao dịch

Một trong những cách thức giúp giảm chi phí giao dịch (chi phí quản lý liên kết) là lựa chọn các nông hộ tập trung ở một khu vực nhất định. Đây chính là cách mà một công ty rau quả địa phương ở Mexico đã thực hiện khi ký kết hợp tác với các nông hộ có quy mô sản xuất nhỏ (N. Key, D. Runste, 1994).

Ngoài ra, có thể khuyến khích nông dân tập hợp thành các tổ/nhóm sản xuất, hoặc dưới hình thức hợp tác xã. Nói cách khác, đó là tăng cường liên kết ngang để mở rộng quy mô sản xuất. Hình thức tổ chức sản xuất này sẽ giúp doanh nghiệp giảm bớt chi phí do cắt giảm được số lượng giao dịch với từng hộ riêng lẻ.

##### (iii) Giải pháp đối với một số vấn đề khác

Để hạn chế tình trạng độc quyền mua của doanh nghiệp, A. Doward và cộng sự (1998) đã gợi ý tăng sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp/công ty mua sản phẩm của nông dân. Đây chính là điểm cần có tác động chính sách để tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, các kênh/nguồn/đầu mối cung cấp thông tin thị trường cho nông hộ sẽ giúp nâng cao sự hiểu biết của nông dân, từ đó tăng cường vị thế và khả năng thương thảo hợp đồng, ngăn chặn việc lợi dụng và áp đặt các điều kiện hợp đồng từ phía doanh nghiệp.

Việc tạo dựng các mạng lưới quan hệ và thông tin chính thức cũng như phi chính thức giữa các doanh nghiệp trong ngành sẽ giúp kiểm soát và hạn chế các hành vi lừa đảo của thương lái hoặc doanh nghiệp.

### 5. Kết luận

Hợp đồng liên kết trong nông nghiệp hiện nay đã được thực hiện phổ biến ở các quốc gia đang phát triển như cách thức để giảm thiểu rủi ro, đảm bảo ổn định khối lượng, chất lượng và giá cả. Không chỉ vậy, hợp đồng nông nghiệp còn giúp phối hợp thị trường sản phẩm tốt hơn khi quy ước các thuộc tính sản phẩm theo nhu cầu và mong muốn. Đó cũng là một cách thức để giảm chi phí giao dịch trong chuỗi sản phẩm. Đây là một thực tiễn mà hầu hết các quốc gia có nền nông nghiệp phát triển đều trải qua, và Việt Nam cũng không phải là ngoại lệ nếu muốn thị trường hóa các quan hệ kinh tế trong nông nghiệp.

Với phần lớn các nông hộ đều có quy mô sản xuất nhỏ, liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay có vai trò rất quan trọng. Chính vì vậy, Chính phủ đang có những cơ chế nhằm tạo điều kiện cho việc phát triển liên kết (đọc) này thông qua việc xem xét vai trò của các hợp tác xã, các tổ liên kết - tức cùng có liên kết ngang nhằm tăng cường liên kết dọc. Vấn đề mấu chốt là thiết lập được các thể chế phù hợp, giúp đảm bảo những nông hộ nhỏ, hay nói rộng hơn là những đơn vị kinh tế có quy mô sản xuất nhỏ, có thể được hưởng lợi từ toàn cầu hóa, hiện đại hóa và công nghiệp hóa nông nghiệp □

### Tài liệu tham khảo

1. P.T. Anh, T.T. My Dieu, A.P.J. Mol, C. Kroeze and S. R. Bush (2011), "Towards eco-agro industrial clusters in aquatic production: the case of shrimp processing

industry in Vietnam", *Journal of Cleaner Production*, 19 (17-18): 2107-2118.

2. J. Coulter, A. Goodland, and A. Tallontire (1999), *Marrying farmer cooperation and contract farming: provision in a liberalising sub-Saharan Africa*, Overseas Development Institute, ISSN 1356-9338.
3. I. Delforge (2007), *Contract Farming in Thailand: A view from the farm*, Occasional Papers 2, 552 Global South CUSRI, Chulalongkorn University, Thailand.
4. Hữu Đức (2014), "GENTRACO xây dựng thương hiệu gạo Việt", *Nông nghiệp Việt Nam*, <http://nongnghiep.vn/gentraco-xay-dung-thuong-hieu-gao-viet-post136806.html>
5. B. Grosh (1994), "Contract farming in Africa: an application of the new institutional economics", *Journal of African Economies*, 3 (2): 231-61.
6. N. Key and D. Runsten (1999), "Contract farming, smallholders, and rural development in Latin America: the organization of agroprocessing firms and the scale of outgrower production", *World Development*, 27 (2): 381-401.
7. G. Meulenberg and M. Kool (1994), *Chain marketing of agricultural products*, Wageningen Agricultural University, Netherlands.
8. S. Sriboonchitta and A. Wiboonpoongse (2008), *Overview of contract farming in Thailand: lessons learned*, ADB Institute Discussion Paper No. 112, Tokyo, Japan.
9. N. Trifković (2016), "Vertical coordination and farm performance: evidence from the catfish 600 sector in Vietnam", *Agricultural Economics*, 47 (2016): 1-11.