

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG	4
1.1. Lý do nghiên cứu	4
1.2. Mục tiêu	7
1.2.1. Mục tiêu chung	7
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	7
1.3. Phương pháp thực hiện	7
1.3.1. Phương pháp thu thập thông tin	7
1.3.2. Địa bàn nghiên cứu.....	8
1.4. Nội dung nghiên cứu.....	8
II. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH	9
2.1. Đánh giá chung về ngành cà phê và lúa gạo.....	9
2.1.1. Ngành lúa gạo.....	9
2.1.2. Ngành cà phê	12
1.1.2. Chi phí sản xuất	15
2.2. Thực trạng tiếp cận thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê.....	17
2.2.1. Ngành hàng lúa gạo	17
2.2.2. Ngành hàng cà phê	23
2.3. Nhu cầu thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê	30
2.3.1. Ngành hàng lúa gạo	30
2.3.2. Ngành hàng cà phê	43
III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ	56
3.1. Kết luận chung về nhu cầu thông tin của các nhóm đối tượng.....	56
3.2. Khuyến nghị.....	57

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Diện tích và sản lượng lúa tại Việt Nam 2001-2015	10
Hình 2: Sản lượng lúa của Việt Nam phân theo vùng miền năm 2001 và 2015.....	11
Hình 3: Sản lượng lúa Việt Nam năm 2015 theo tỉnh (nghìn tấn).....	12
Hình 4: Diện tích cà phê năm 2015.....	13
Hình 5: Diện tích cà phê phân theo vùng 2015.....	14
Hình 6: Diện tích cà phê chuyển sang cây trồng khác năm 2015	14
Hình 7: Diện tích tái canh của một số tỉnh.....	15
Hình 8: Chi phí sản xuất năm 2014-2015	16
Hình 9: Lợi nhuận của hộ trồng cà phê mùa vụ 2015/2016.....	16
Hình 10. Lý do không sử dụng các thông tin ngành hàng lúa gạo (%).....	22
Hình 11. Đánh giá khả năng đáp ứng thông tin ngành hàng lúa gạo (%).....	23
Hình 12. Lý do không sử dụng thông tin ngành hàng cà phê của các đối tượng (%).....	29
Hình 13. Đánh giá khả năng đáp ứng thông tin ngành hàng cà phê	30
Hình 14. Tần suất sử dụng thông tin sản xuất lúa gạo của nhóm cán bộ quản lý Nhà nước (%).....	32
Hình 15. Dạng thông tin sản xuất lúa gạo nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)	33
Hình 16. Hình thức truyền tin sản xuất lúa gạo nhóm cán bộ lựa chọn (%).....	33
Hình 17. Tần suất sử dụng thông tin sản xuất lúa gạo của nhóm nông dân trồng lúa (%)	34
Hình 18. Hình thức truyền tin sản xuất lúa gạo nhóm nông dân lựa chọn (%).....	35
Hình 19. Nhu cầu tần suất thông tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%)	40
Hình 20. Nhu cầu dạng thông tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%).....	41
Hình 21. Nhu cầu hình thức truyền tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%)	41
Hình 22: Tỷ lệ người dùng sẵn sàng trả tiền để có thông tin	43
Hình 23. Nhu cầu tần suất thông tin sản xuất cà phê của nhóm cán bộ quản lý (%).....	45
Hình 24. Nhu cầu dạng thông tin sản xuất cà phê nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)	45
Hình 25. Nhu cầu hình thức truyền tin thông tin sản xuất cà phê nhóm cán bộ lựa chọn (%)	46
Hình 26. Nhu cầu tần suất thông tin sản xuất cà phê của nông dân trồng cà phê (%).....	47
Hình 27. Nhu cầu hình thức truyền tin sản xuất cà phê của nhóm nông dân trồng cà phê....	47
Hình 28. Nhu cầu dạng thông tin dự báo cà phê nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)	52
Hình 29. Nhu cầu tần suất thông tin dự báo cà phê của cán bộ quản lý (%)	53
Hình 30. Mức độ sẵn sàng trả phí của các nhóm đối tượng ngành cà phê (%)	55

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. Tỷ lệ sử dụng thông tin sản xuất phục vụ sản xuất lúa gạo của các nhóm đối tượng (%).....	18
Bảng 2. Tỷ lệ sử dụng thông tin thị trường lúa gạo của các nhóm đối tượng (%).....	19
Bảng 3. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin chính sách ngành hàng lúa gạo của các nhóm đối tượng (%).....	20
Bảng 4. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo phục vụ sản xuất lúa gạo của các nhóm đối tượng (%).....	21
Bảng 5. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin sản xuất cà phê của các nhóm đối tượng (%)	24
Bảng 6. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin thị trường cà phê của các nhóm đối tượng (%).....	25
Bảng 7. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo phục vụ sản xuất cà phê của các nhóm đối tượng (%).....	27
Bảng 8. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo cà phê của các nhóm đối tượng (%).....	27
Bảng 9. Nhu cầu thông tin sản xuất lúa gạo của các nhóm tác nhân (%)	31
Bảng 10. Nhu cầu thông tin thị trường lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)	36
Bảng 11. Nhu cầu thông tin chính sách lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)	38
Bảng 12. Nhu cầu thông tin dự báo ngành lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)	39
Bảng 13. Nhu cầu thông tin sản xuất ngành cà phê của các nhóm đối tượng (%).....	43
Bảng 14. Nhu cầu thông tin thị trường cà phê của các nhóm đối tượng (%).....	48
Bảng 15. Nhu cầu thông tin chính sách ngành hàng cà phê của các nhóm tác nhân (%)	51
Bảng 16. Nhu cầu thông tin dự báo ngành hàng cà phê đối với các nhóm tác nhân (%)	51
Bảng 17. Nhu cầu hình thức nhận tin dự báo cà phê của nhóm cán bộ quản lý (%)	53

I. GIỚI THIỆU CHUNG

1.1. Lý do nghiên cứu

Dự án Chuyển đổi Nông nghiệp Bền vững tại Việt Nam (VnSAT) là dự án vốn vay Ngân hàng Thế giới với tổng số vốn là 301 triệu USD, bao gồm 237,2 triệu USD vốn vay từ Hiệp hội Phát triển Quốc tế (IDA); 28,8 triệu USD vốn đối ứng Chính phủ và 35 triệu USD vốn tư nhân (do Nông dân và Doanh nghiệp tham gia dự án đóng góp).

Dự án được thực hiện trong thời gian 5 năm từ 2015 đến 2020 trên địa bàn của 13 tỉnh gồm: 5 tỉnh vùng Tây Nguyên là Đắk Lắk, Đắk Nông, Gia Lai, Kon Tum, Lâm Đồng và 8 tỉnh vùng Đồng bằng sông Cửu Long là An Giang, Cần Thơ, Đồng Tháp, Hậu Giang, Kiên Giang, Long An, Sóc Trăng và Tiền Giang.

Mục tiêu của dự án là góp phần triển khai thực hiện đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp thông qua tăng cường năng lực thể chế của ngành; đổi mới phương thức canh tác bền vững và nâng cao chuỗi giá trị cho hai ngành hàng lúa gạo và cà phê ở hai vùng sản xuất hàng hóa chủ lực của Việt Nam là vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) và Tây Nguyên.

Lúa gạo và cà phê là 2 ngành hàng nông sản quan trọng của Việt Nam. Hàng năm xuất khẩu gạo đạt 6,6 triệu tấn, trị giá 2,8 tỷ chiếm 1,73% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, chiếm 9,21% kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản (NLTS). Trong khi đó, cà phê hàng năm xuất khẩu 1,34 triệu tấn, trị giá 2,67 triệu USD chiếm 1,65% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, chiếm 8,67% trong tổng kim ngạch xuất khẩu NLTS. Như vậy, tổng kim ngạch xuất khẩu của 2 mặt hàng này chiếm 18% kim ngạch xuất khẩu NLTS (Tổng cục Hải quan, 2015). Theo đánh giá của IPSARD trong các nghiên cứu gần đây, cà phê và lúa gạo là hai mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế cạnh tranh rất cao trên thị trường quốc tế. Cụ thể, vị thế xuất khẩu của Việt Nam luôn đứng thứ 2 thế giới sau Brazil đối với cà phê và Thái Lan đối với lúa gạo.

Không chỉ là 2 mặt hàng có lợi thế xuất khẩu và hàng năm thu ngoại tệ về cho đất nước mà đây cũng là 2 mặt hàng rất quan trọng đối với sinh kế cho gần 10 triệu hộ nông dân (trong đó lúa gạo là 9,3 triệu hộ, cà phê là 500.000 hộ). Lúa gạo cũng là mặt hàng nông sản chiến lược của quốc gia trong đảm bảo ANLT. Chính vì thế, trong những năm vừa qua chính

sách nhà nước cũng đã ưu tiên đầu tư rất nhiều cho sự phát triển của 2 mặt hàng này.

Mặc dù vậy, ngành hàng lúa gạo và cà phê vẫn còn rất nhiều hạn chế, trong hầu hết các khâu của chuỗi giá trị. Những hạn chế này đã và đang làm cho hai ngành hàng này phát triển không bền vững:

(i) Lúa gạo: Thứ nhất, đối với khâu sản xuất, quy mô sản xuất hộ nông dân còn nhỏ lẻ, trong khi các hình thức tổ chức liên kết nông dân như tổ hợp tác, hợp tác xã... chưa được quan tâm phát triển. Sản xuất còn dựa theo kinh nghiệm, thiếu thông tin khoa học kỹ thuật và thị trường; **Thứ hai**, đối với khâu sau thu hoạch, chế biến, còn thiếu hệ thống sấy, gây thất thoát và giảm chất lượng gạo xuất khẩu. Chế biến sâu, đa dạng hóa các loại gạo và sản phẩm chế biến từ gạo còn hạn chế, chưa chú trọng sử dụng các sản phẩm phụ như trấu, cám; **Thứ ba**, đối với khâu thị trường, xúc tiến thương mại, công tác xúc tiến thương mại chưa được đầu tư tương xứng với vị trí của ngành hàng và yêu cầu quảng bá sản phẩm, phát triển thị trường trong điều kiện cạnh tranh giữa các nước xuất khẩu trên thị trường thế giới ngày càng trở nên gay gắt. Gạo Việt Nam chưa có thương hiệu trên thị trường quốc tế, đặc biệt là thị trường gạo chất lượng cao, khả năng cạnh tranh còn thấp, giá bán chưa cao. **Thứ tư**, cơ sở hạ tầng, hậu cần phục vụ ngành lúa gạo còn hạn chế. Hệ thống giao thông, thủy lợi, tưới tiêu... chưa được đầu tư hoàn thiện, chưa đáp ứng yêu cầu của sản xuất. **Thứ năm**, sự liên kết trong chuỗi sản xuất - thu mua – chế biến – tiêu thụ còn lỏng lẻo. Đa số doanh nghiệp xuất khẩu mua gạo từ thương lái, chưa liên kết với nông dân xây dựng cánh đồng lớn, vùng nguyên liệu dẫn đến chất lượng gạo xuất khẩu thấp. **Thứ sáu**, thể chế và chính sách đối với ngành lúa gạo chưa đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh. Nông dân còn sản xuất nhỏ lẻ, yếu thế; vai trò của hợp tác xã hạn chế. Các doanh nghiệp chủ yếu tham gia trong khâu cuối của chuỗi giá trị, không gắn bó, ít quan tâm đến lợi ích của nông dân¹.

(ii) Cà phê: Thứ nhất, Diện tích cà phê đang trở nên già cỗi, Theo số liệu thống kê mới nhất của Hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam thì hiện nay nước ta có trên 500.000 héc-ta cà phê, trong số đó chỉ có khoảng 274.000 héc-ta chiếm khoảng 54,8% diện tích được trồng trong giai đoạn sau năm 1993 với độ tuổi hiện nay cũng đã từ 10 – 15 năm. Còn diện tích cà phê có độ tuổi từ 15 đến 20 năm hiện cũng có khoảng 139.000 héc-ta và ở độ tuổi trên 20

¹ Tóm tắt nghiên cứu của IPSARD, 2015

năm cũng có tới 86.400 héc-ta. **Thứ hai, Phần lớn diện tích cà phê trồng không đúng quy cách.** Nguyên nhân dẫn đến thực trạng này là do trong những thời kỳ giá cà phê trên thế giới tăng cao, người dân đã đổ xô phát triển diện tích cà phê mới bất chấp những khuyến cáo là nhiều nơi không thích hợp cho cây cà phê phát triển như: tầng đất nông, độ dốc lớn, thiếu nguồn nước tưới... **Thứ ba, Chăm sóc không đúng kỹ thuật.** Hiện nay việc trồng và chăm sóc cà phê của bà con nông dân hầu hết đều không tuân thủ đúng kỹ thuật mà các nhà khoa học đã khuyến cáo. **Thứ tư, Nguồn cây giống không đảm bảo.** Phần lớn diện tích cà phê nước ta được trồng bằng hạt do người dân tự nhân giống. Có thể nói toàn bộ diện tích cà phê được trồng trước năm 2000 là được trồng bằng hạt, trong đó chủ yếu do người dân tự chọn giống một cách tự phát. **Thứ năm, Thiếu thông tin sản xuất và thông tin thị trường,** dẫn đến người dân ra quyết định sai trong sản xuất, thực trạng hiện nay nông dân sản xuất và kinh doanh theo phong trào. **Thứ sáu, Việc sản xuất cà phê còn mang tính tự phát, nhỏ lẻ,** phân tán và thiếu sự liên kết giữa bốn nhà. Thực tế cho thấy chỉ có chưa tới 20% diện tích cà phê của nước ta hiện đang do các công ty, nông trường hoặc các chủ trang trại lớn quản lý, có đầu tư quy trình kỹ thuật tiên tiến; còn lại trên 80% diện tích là do người dân quản lý với diện tích vừa nhỏ, lẻ vừa phân tán và mang tính độc lập².

Có rất nhiều nguyên nhân, nhưng một trong những nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng tới sự phát triển của 2 ngành hàng này là thiếu thông tin ở hầu hết các khâu trong chuỗi sản xuất, cung ứng. Khảo sát của AGROINFO, 2014 đối với các hộ sản xuất lúa ở vùng ĐBSCL và hộ trồng cà phê khoảng 80% số người dân được phỏng vấn cho biết họ thiếu thông tin về sản xuất như giống tốt, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, thông tin cảnh báo sớm về dịch bệnh, thời tiết, thông tin về giá cả thị trường, thông tin chính sách. Đối với Doanh nghiệp 70% được hỏi cho biết họ thiếu thông tin về thị trường xuất khẩu, thiếu thông tin về dự báo thị trường. Trong khi đó hệ thống cung cấp thông tin cho các tác nhân trong chuỗi giá trị của 2 ngành hàng này đang rất hạn chế. Trong những năm qua đã hình thành một công ty, tổ chức thực hiện dịch vụ cung cấp thông tin thị trường nông sản, nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu. Nguyên nhân là do hầu hết thông tin mới chỉ tập trung vào giá cả, chưa bám sát vào nhu cầu của người sản xuất và doanh nghiệp, thiếu thông tin sản xuất,

² Tóm tắt nghiên cứu của IPSARD, 2014

thông tin dự báo, thông tin thị trường ngoài nước, thông tin thị trường xuất khẩu.

Để giúp minh bạch hóa thông tin, góp phần kết nối về thông tin trong chuỗi sản xuất của 2 ngành hàng cà phê và lúa gạo. Đồng thời, góp phần cho sự phát triển bền vững của 2 mặt hàng này. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông nghiệp được giao thực hiện nhiệm vụ xây dựng hệ thống truyền dẫn thông tin sản xuất, thị trường, giá cả cho hai ngành hàng lúa gạo và cà phê thông qua công nghệ Website và SMS một cách hiệu quả. Tuy nhiên, mỗi nhóm đối tượng trong chuỗi giá trị ngành hàng có trình độ nhận thức, điều kiện về kinh tế, cũng như tính chất công việc khác nhau, vì vậy sẽ có nhu cầu khác nhau về các loại thông tin, tần suất cung cấp thông tin, dạng thông tin và hình thức truyền tin. Vì vậy, để đáp ứng đầy đủ nhu cầu đối với từng tác nhân trong chuỗi giá trị của hai ngành lúa gạo và cà phê, việc nghiên cứu nhu cầu thông tin của các đối tượng trong ngành là đặc biệt quan trọng.

1.2. Mục tiêu

1.2.1. Mục tiêu chung

Nghiên cứu nhu cầu thông tin của các tác nhân trong chuỗi giá trị ngành hàng lúa gạo và cà phê tại Việt Nam

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

- Đánh giá thực trạng sử dụng thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê
- Đánh giá nhu cầu sử dụng thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê
- Đề xuất giải pháp khai thác, cung cấp thông tin cho các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê

1.3. Phương pháp thực hiện

1.3.1. Phương pháp thu thập thông tin

(i) Phỏng vấn bằng bảng hỏi: Phóng vấn chuyên sâu trực tiếp các đối tượng tại mỗi địa phương theo nhóm ngành hàng lúa gạo và cà phê bao gồm: cán bộ quản lý Nhà nước các cấp, đại diện doanh nghiệp/HTX, thương lái, thu gom, nông dân trồng lúa và trồng cà phê.

(ii) Thảo luận nhóm: Tổ chức tọa đàm tham vấn các chuyên gia, cán bộ các cơ quan quản lý Nhà nước tại địa bàn tổ chức điều tra khảo sát.

1.3.2. Địa bàn nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành nghiên cứu tại 2 địa bàn của dự án đó là Tây Nguyên đối với ngành cà phê và khu vực Đồng bằng sông Cửu Long đối với ngành lúa gạo. Tại mỗi khu vực, nghiên cứu lựa chọn 2 tỉnh đại diện cho khu vực, là các tỉnh vị trí đặc biệt quan trọng trong sự phát triển của ngành.

- Ngành cà phê: khu vực Tây Nguyên (Đắk Lắk và Lâm Đồng)
- Ngành lúa gạo: khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (An Giang và Đồng Tháp).

1.4. Nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu sẽ tập trung đánh giá hiện trạng và nhu cầu sử dụng thông tin sau:

- (i) Thông tin phục vụ sản xuất (thời tiết khí hậu; tình hình dịch bệnh; biến động diện tích, sản lượng lúa gạo và cà phê trong nước; biến động diện tích, sản lượng lúa gạo và cà phê của các nước khác; điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín; điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất; kỹ thuật sản xuất)
- (ii) Thông tin thị trường lúa gạo và cà phê (giá thu mua trên địa bàn; giá xuất khẩu; giá quốc tế; tiêu thụ trong nước và quốc tế; tin xuất nhập khẩu; tin hoạt động chế biến; giá phân bón, giá thuốc BVTV, giá giống; thông tin các loại giống; tồn kho trong nước, quốc tế.)
- (iii) Thông tin chính sách ngành lúa gạo và cà phê (chính sách hỗ trợ ngành hàng trong nước, chính sách thương mại trong nước, quốc tế)
- (iv) Các thông tin về dự báo (thời tiết khí hậu, dịch bệnh, dự báo xuất nhập khẩu Việt Nam và thế giới; dự báo giá trong nước và quốc tế theo các kỳ hạn)

II. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH

2.1. Đánh giá chung về ngành cà phê và lúa gạo

2.1.1. Ngành lúa gạo

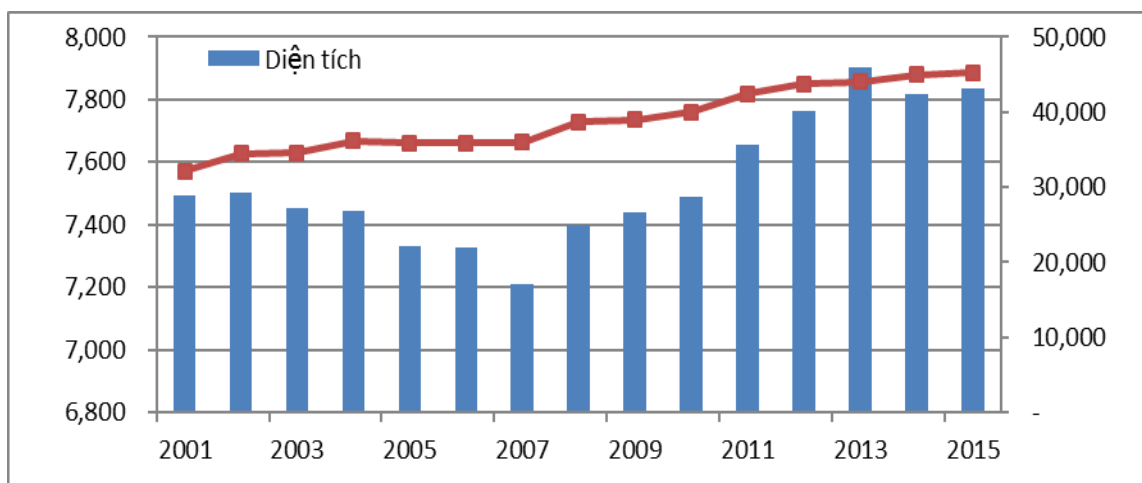
Sản xuất lúa tăng nhanh và ổn định cả về năng suất. Sản lượng lúa năm 2009 đạt 38,9 triệu tấn, tăng 7,3 triệu tấn so với năm 1999 (31,3 triệu tấn), đến năm 2015 sản lượng lúa cả nước đạt 45,2 triệu tấn tăng 6,1 triệu tấn so với năm 1999.

Năng suất lúa cả năm từ 41 tạ/ha năm 1999 lên 52,2 tạ/ha năm 2009 và lên 57,7 tạ/ha vào năm 2015 sau 15 năm năng suất tăng 16,6 tạ/ha, bình quân tăng 1,1 tạ/ha/năm. Vì vậy, năng suất lúa là yếu tố quan trọng làm tăng sản lượng lúa của Việt Nam.

Năng suất lúa của Việt Nam cao nhất trong các nước ASEAN, nếu trong năm 2000, năng suất lúa của Việt Nam chỉ đạt 42,4 tạ/ha, thì đến năm 2015 đã đạt 57,7 tạ/ha, tăng 1,4 lần. Việc tăng năng suất và diện tích đã làm tăng sản lượng lúa từ 32,5 triệu tấn lúa (năm 2000) lên 45,2 triệu tấn lúa (năm 2015). Giai đoạn 2000 – 2005, sản lượng tăng trưởng ở mức 2%/năm tuy nhiên bước sang giai đoạn 2006 – 2015, mức tăng trưởng đã đạt cao hơn cụ thể là 2,6%/năm.

Tính đến năm 2015, diện tích trồng lúa ở Việt Nam đạt gần 4,1 triệu ha, chiếm 40% diện tích sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, do điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc sản xuất 2 – 3 vụ lúa/năm, nên tổng diện tích trồng lúa cả năm trên thực tế của Việt Nam lên đến hơn 7,8 triệu ha. Giai đoạn 2000 – 2005, diện tích giảm nhẹ với tốc độ trung bình 0,9%/năm, tuy nhiên trong giai đoạn 2006 – 2015 đã phục hồi trở lại với tốc độ 0,8%/năm, khiến cho tổng diện tích trồng lúa cả năm từ 7,6 triệu ha (năm 2000) lên 7,8 triệu ha (năm 2015).

Hình 1: Diện tích và sản lượng lúa tại Việt Nam 2001-2015

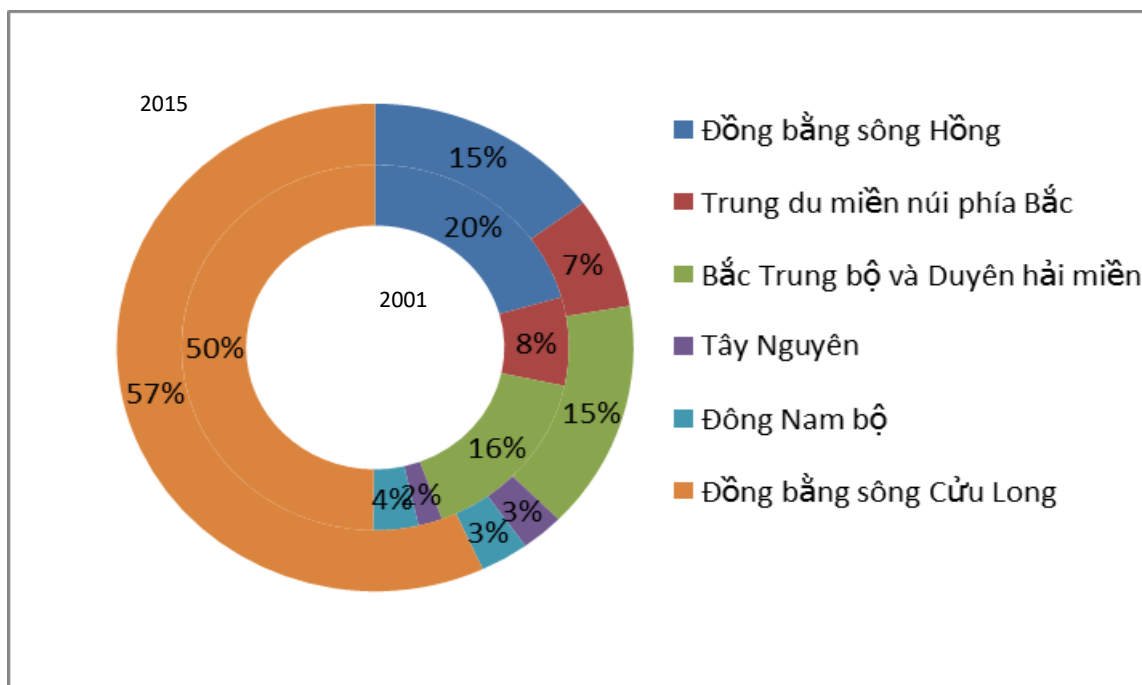


Nguồn: Tổng cục Thống kê

Khoảng 55% sản lượng lúa cả nước và hơn 90% lượng gạo xuất khẩu được sản xuất tại vùng ĐBSCL, 40% sản lượng lúa cả năm được sản xuất trong vụ Đông xuân, 35,5% sản lượng được sản xuất trong vụ Hè thu và sản lượng vụ mùa chiếm 24,5%. Chất lượng và giá lúa gạo vụ Đông xuân và vụ mùa cao nhất; trong khi vụ hè thu thì chất lượng thấp và rủi ro sản xuất lớn. Tại ĐBSCL, khu vực chuyên canh lúa hàng hóa lớn nhất cả nước, năng suất bình quân đạt 59,6 tạ/ha.

Lúa được trồng chủ yếu ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung với. Năm 2015, sản lượng lúa của ba vùng này đạt lần lượt 55%, 14% và 16%.

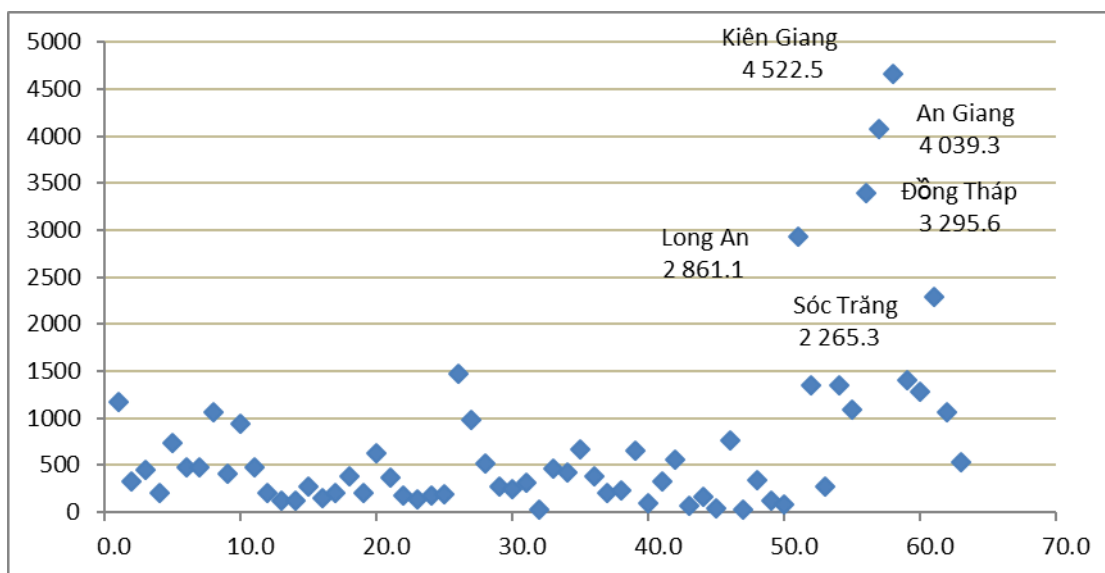
Hình 2: Sản lượng lúa của Việt Nam phân theo vùng miền năm 2001 và 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

So với cơ cấu năm 2000, năm 2015 ba vùng trên vẫn duy trì là ba vùng sản xuất lúa lớn nhất của Việt Nam, tuy nhiên tỷ trọng về sản lượng có sự khác biệt nhỏ, cụ thể lần lượt là 57%, 20% và 15%. Xét về tốc độ tăng trưởng của ba vùng có diện tích lớn nhất trên, Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung với có tốc độ lớn nhất đạt 3,3%/năm, tiếp đến là Đồng bằng sông Cửu Long với tốc độ 3%/năm và Đồng bằng sông Hồng chỉ tăng nhẹ 0,2%/năm.

Hình 3: Sản lượng lúa Việt Nam năm 2015 theo tỉnh (nghìn tấn)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Xét theo tỉnh thành, Kiên Giang, An Giang, Đồng Tháp và Long An lần lượt là 4 tỉnh có sản lượng lúa lớn nhất cả nước, chiếm khoảng 33% tổng sản lượng lúa cả nước. Bốn tỉnh này đều nằm trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Sản lượng lúa của từng tỉnh đạt lần lượt như sau: 4,5 triệu tấn, 4,0 triệu tấn, 3,3 triệu tấn và 2,8 triệu tấn.

Ở Việt Nam lúa là cây trồng chính, cung cấp lương thực và là ngành sản xuất truyền thống trong nông nghiệp. Mục tiêu sản xuất lúa đến năm 2020 của Việt Nam là duy trì diện tích trồng lúa ở mức 3,8 triệu ha và sản lượng lúa đạt 45 triệu tấn. Để tăng sản lượng lúa, khả năng mở rộng diện tích không nhiều và còn gây ảnh hưởng không tốt đến hệ sinh thái, do đó chủ yếu vẫn dựa vào tăng năng suất.

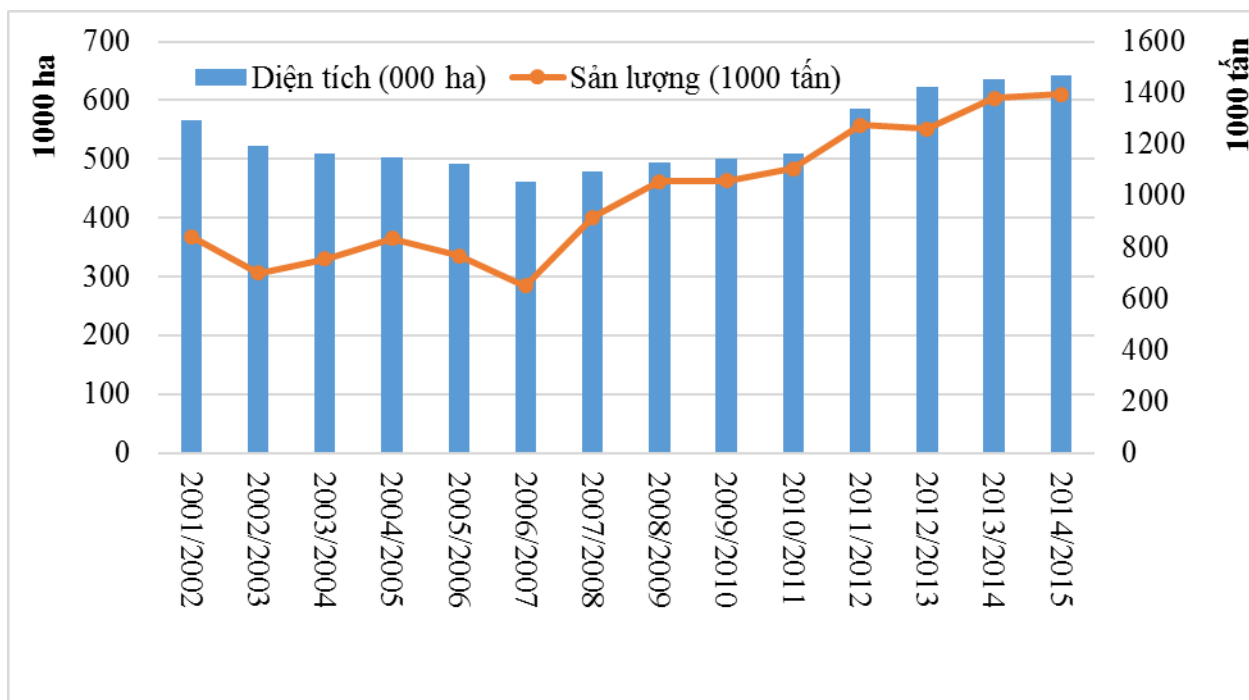
2.1.2. Ngành cà phê

Diện tích cả nước mùa vụ 2014/2015 là 641,7 ngàn ha, trong đó: Vùng Tây Nguyên (5 tỉnh) chiếm 90% diện tích cà phê cả nước (Diện tích cà phê vối chiếm 93,3%, cà phê chè chiếm 6,1% và cà phê mít là 0,60%)

Trong bốn mùa vụ gần đây diện tích trồng cà phê liên tục được mở rộng và sản lượng cũng tăng nhanh. Theo số liệu ước tính của Bộ NN&PTNT, diện tích trồng cà phê nước ta mùa vụ 2014/2015 khoảng 641.700 ha, tăng 0,7% so với năm 2014 (637.000 ha). Tuy nhiên, thực tế diện tích gieo trồng có thể vượt quá 650.000 ha. Diện tích cà phê nước ta tăng đều

đạt trong vòng 6 mùa vụ gần đây (Hình 4) do 5 yếu tố chính³: (i) việc mở rộng diện tích trồng cà phê; (ii) thời tiết tương đối thuận lợi (đặc biệt là vụ thu 2013); (iii) việc tăng đầu tư của nông dân đặc biệt là sản xuất cà phê bền vững; (iv) diện tích tái canh tăng nhanh; (5 Cả trong năm 2014, đầu năm 2015 cao và ổn định, tạo động lực cho người nông dân mở rộng diện tích và thay thế cây cà phê già cỗi.

Hình 4: Diện tích cà phê năm 2015



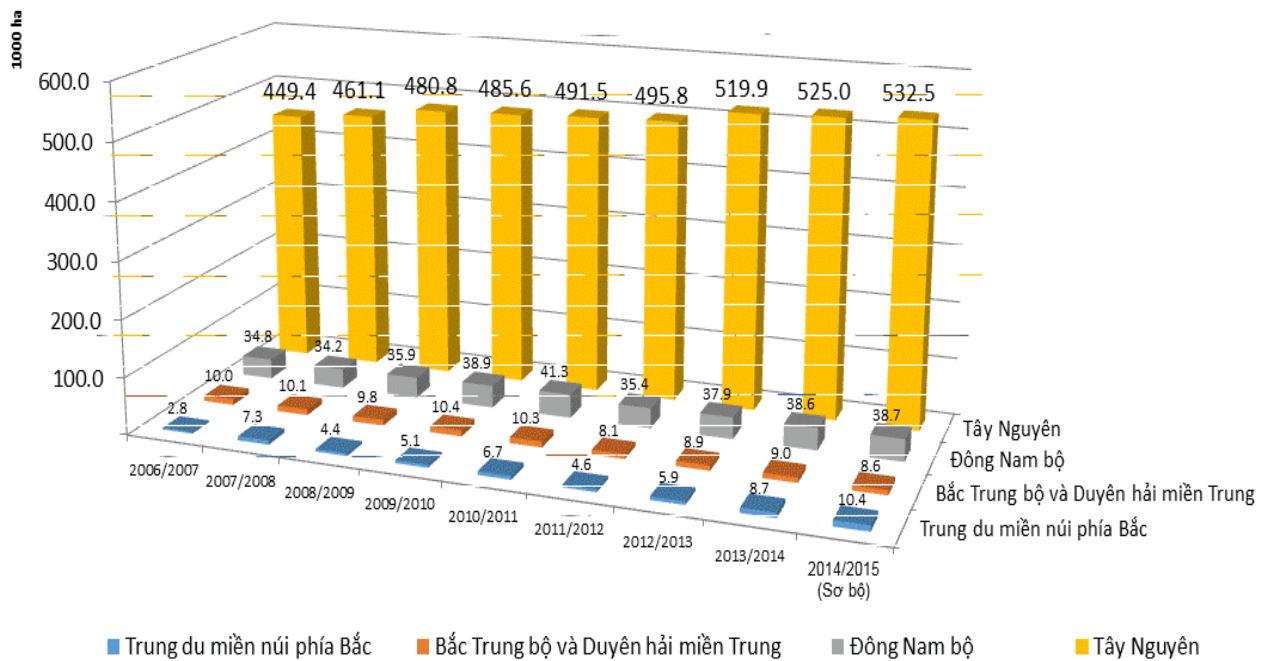
Nguồn: MARD

Việc đẩy mạnh tái canh nhờ các chính sách của hỗ trợ của nhà nước và các công ty tư nhân nên diện tích cà phê già cỗi nên đã ổn định được năng suất, sản lượng cà phê mùa vụ 2014/2015 tăng 1% so với mùa vụ 2013/2014.

Các tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng diện tích cà phê tiếp tục mở rộng trong mùa vụ 2014/2015, đặc biệt là cà phê Robusta. Bên cạnh đó, năm 2015, diện tích trồng cà phê Arabica tại các tỉnh Trung du miền núi phía Bắc tiếp tục mở rộng tăng thêm 1.700 ha chủ yếu tại Sơn La chiếm khoảng 8% tổng diện tích trồng cà phê của cả nước. Diện tích cà phê phân theo các vùng kinh tế đều tăng, trong đó vùng Trung du và miền núi phía Bắc diện tích mùa vụ 2014/2015 tăng 1,9% so với mùa vụ 2013/2014.

³ www.vietrade.gov.vn

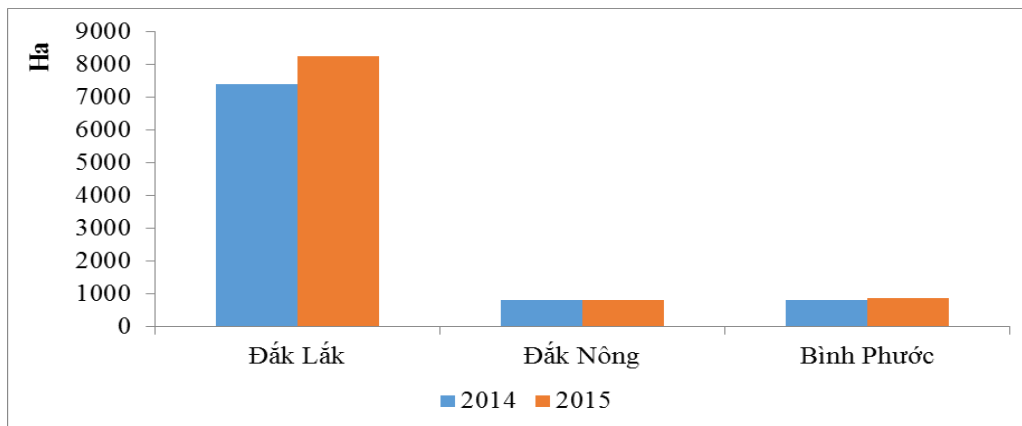
Hình 5: Diện tích cà phê phân theo vùng 2015



Nguồn: GSO

Tuy nhiên theo báo cáo của các tỉnh mùa vụ 2015/2016 diện tích trồng cà phê của nhiều tỉnh như Đắk Lắk, Đắk Nông bị giảm do người dân chuyển sang cây trồng khác như tiêu và cây ăn quả như bơ, sầu riêng.

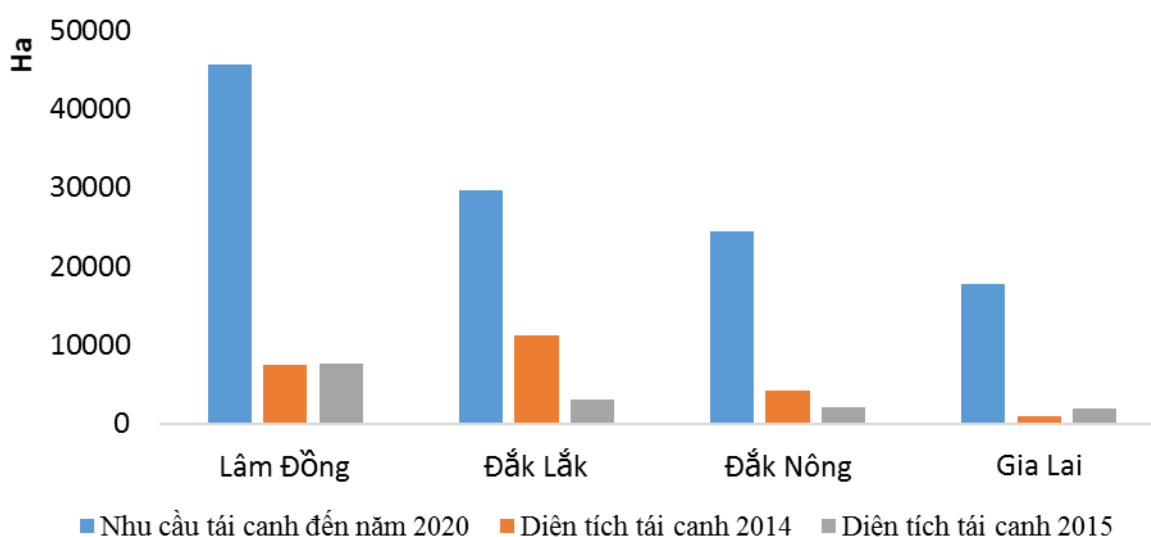
Hình 6: Diện tích cà phê chuyển sang cây trồng khác năm 2015



Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của SNN và PTNT các tỉnh

Mặc dù khó khăn về vốn tái canh đã được cải thiện rất nhiều trong năm 2015, nhiều chính sách hỗ trợ lãi suất ưu đãi cho người dân tái canh đã được ban hành và thực hiện. Tuy nhiên người dân vẫn rất khó tiếp cận các nguồn vốn này, chủ yếu vẫn do vướng mắc ở khâu thủ tục cho vay và tài sản thế chấp.

Hình 7: Diện tích tái canh của một số tỉnh



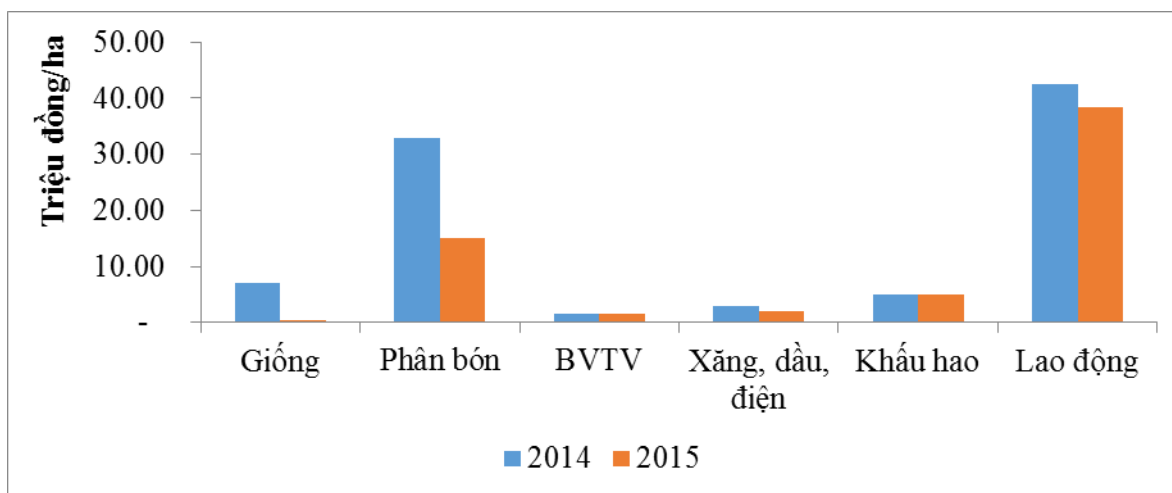
Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của SNN và PTNT các tỉnh

Nhìn tổng thể, thực trạng tái canh tại 5 tỉnh Tây Nguyên có tăng hơn so với năm 2014 nhưng vẫn rất chậm. Trong đó Lâm Đồng là địa phương có diện tích cà phê được tái canh trong năm lớn nhất chiếm 16,6% nhu cầu tái canh, tổng cộng 2 năm 2014-2015 Lâm Đồng đã đạt khoảng 40% nhu cầu tái canh của tỉnh đến năm 2020. Đắk Lắk là tỉnh có tỷ lệ tái canh thấp nhất giảm 72% so với năm 2014 và chỉ đạt 10% nhu cầu tái canh của toàn tỉnh.

1.1.2. Chi phí sản xuất

Mùa vụ sản xuất cà phê 2015/2016, chi phí sản xuất cà phê giảm 20,7% do một loạt các chi phí đầu vào giảm như xăng dầu, phân bón, giống và lao động. Trong đó: phân bón và xăng dầu có mức giảm cao nhất lần lượt là 55% và 33% đây cũng chính là những nguyên liệu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí sản xuất.

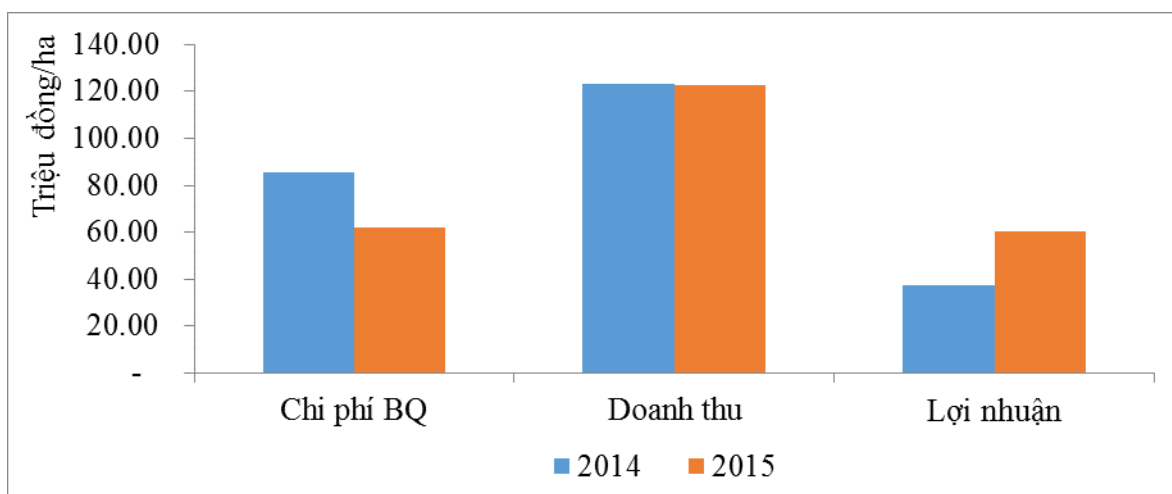
Hình 8: Chi phí sản xuất năm 2014-2015



Nguồn: IPSARD (Điều tra thực địa năm 2015)

Tính bình quân giá thành sản xuất cà phê năm 2015 là 22.181 đ/kg giảm 5.819 đ/kg so với năm 2014.

Hình 9: Lợi nhuận của hộ trồng cà phê mùa vụ 2015/2016



Nguồn: IPSARD (Điều tra thực địa năm 2015)

Với giá bán cà phê nhân bình quân của thời điểm điều tra vào cuối năm 2015 là 34.000đ/kg thì người nông dân vẫn có lãi khoảng 11.819 đ/kg, tất nhiên là chi phí chưa tính công lao động gia đình. Trong khi đối với nhiều hộ dân ở Đắc Lắc và Đắc Nông với diện tích BQ là 1-2 ha/hộ thì chủ yếu là sử dụng lao động gia đình, trong một nghiên cứu khác của IPSARD nếu tính toán cả công lao động gia đình thì với giá cà phê như thời điểm hiện tại nông dân gần như không có lãi.

2.2. Thực trạng tiếp cận thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê

Trước khi tìm hiểu nhu cầu thông tin của các đối tượng, nghiên cứu tiến hành đánh giá thực trạng tiếp cận của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê, tìm hiểu lý do tại sao họ không sử dụng thông tin, ngoài ra đánh giá về hiệu quả và sự đáp ứng của các nguồn thông tin hiện nay.

2.2.1. Ngành hàng lúa gạo

2.2.1.1. Hiện trạng sử dụng thông tin ngành hàng lúa gạo

Thông tin sản xuất ngành lúa gạo

Kết quả khảo sát hiện trạng sử dụng thông tin sản xuất ngành lúa gạo đối với các nhóm tác nhân của chuỗi ngành hàng cho thấy:

- *Cán bộ quản lý Nhà nước*: tỷ lệ sử dụng các loại thông tin sản xuất lúa gạo ở mức khá cao. Đặc biệt là đối với các thông tin về thời tiết khí hậu, tình hình dịch bệnh, vì loại thông tin này có thể dễ dàng tiếp cận từ truyền hình, hoặc loa phát thanh với tần suất nhiều lần trong ngày, với tỷ lệ lựa chọn sử dụng trên 90%.
- *Nông dân trồng lúa*: Trong các loại thông tin về sản xuất, thông tin dịch bệnh là loại thông tin được sử dụng nhiều nhất đối với nhóm nông dân trồng lúa với tỷ lệ lựa chọn 90%, sau đó đến các thông tin về tình hình thời tiết khí hậu với tỷ lệ 88%. Nhóm này cũng sử dụng nhiều các thông tin về kỹ thuật sản xuất khi 61% tỷ lệ lựa chọn đang sử dụng loại thông tin này, được tiếp cận chủ yếu thông qua khuyến nông tuyên truyền tập huấn, tuy nhiên vẫn có một số ít nông dân tự mình tìm hiểu thông qua internet hoặc gọi điện trực tiếp tới các tổng đài nói chuyện với các chuyên gia trong ngành.
- *Doanh nghiệp/HTX lúa gạo*: các thông tin ảnh hưởng đến trực tiếp sản xuất như thời tiết khí hậu, tình hình dịch bệnh cũng được sử dụng nhiều. Trong khi các thông tin về biến động diện tích, sản lượng gạo của các nước khác chưa được sử dụng.
- *Nhóm đại lý/thương lái gạo*: có tỷ lệ sử dụng các loại thông tin thấp hơn cả, nhóm đối tượng này tập trung chủ yếu vào các loại thông tin như khí hậu dịch bệnh, các loại thông tin khác khá ít sử dụng.

Bảng 1. Tỷ lệ sử dụng thông tin sản xuất phục vụ sản xuất lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin sản xuất	Cán bộ	Nông dân	HTX/DN	Đại lý
Thời tiết khí hậu	97	88	95	67
Tình hình dịch bệnh	95	90	88	50
Biến động diện tích, sản lượng lúa gạo trong nước	73	25	67	12
Biến động diện tích, sản lượng lúa gạo của các nước khác	54	12	30	10
Điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín	78	43	75	10
Điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất	59	24	54	10
Kỹ thuật sản xuất	73	61	60	10

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin thị trường ngành lúa gạo

Kết quả từ khảo sát cho thấy, hai nhóm cán bộ quản lý Nhà nước và doanh nghiệp/HTX là 2 nhóm sử dụng khá đa dạng các loại thông tin thị trường. Các loại thông tin về tiêu dùng, tiêu thụ lúa gạo hay tồn kho trong nước và quốc tế rất ít các đối tượng tiếp cận.

- *Cán bộ quản lý Nhà nước*: sử dụng nhiều các thông tin về giá phân bón, giá thuốc BVTV hay giá giống lúa, ngoài ra các tin tức về tình hình xuất khẩu lúa gạo hay giá thu mua lúa gạo trong tỉnh. Tại địa bàn các tỉnh khảo sát, thông tin giá cả hàng ngày và hàng tuần được đăng tải trên website của Sở Nông nghiệp và Sở Công thương.
- *Doanh nghiệp/HTX*: sử dụng các thông tin về giá thu mua lúa gạo trong tỉnh, giá thu mua đại lý, công ty.
- *Người dân trồng lúa*: có xu hướng quan tâm nhiều hơn tới giá vật tư đầu vào (giá phân bón, thuốc BVTV, giống), bằng cách trực tiếp liên lạc tới các đại lý để nắm được thông tin về giá. Đối với việc sử dụng thông tin giá thu mua của công ty hay thương lái phụ thuộc vào việc các hộ dân có ký hợp đồng bao tiêu đối với công ty hay bán lúa cho đối tượng cò lúa và lái lúa. Các thông tin về thị trường quốc tế tỷ lệ được

tiếp cận thông tin rất ít dưới 10% như thông tin tiêu thụ lúa gạo quốc tế chỉ có tỷ lệ 6% hay thông tin về tồn kho quốc tế 7%.

- *Đối tượng thương lái/đại lý ngành gạo*: sử dụng khá hạn chế các loại thông tin thị trường, đối tượng này chỉ sử dụng các thông tin liên quan đến giá thu mua của đại lý và giá công ty, để làm cơ sở đối chiếu đưa ra quyết định mua hoặc bán lúa khi vào vụ thu hoạch.

Nhìn chung các thông tin về giá thị trường biến động theo giờ và từng thời điểm thay đổi nhanh, bị chi phối nhiều từ thương lái, cò thu gom lúa vào các vụ thu hoạch. Vì vậy, thông tin được cung cấp được đánh giá hiệu quả không cao, chỉ mang tính chất tham khảo và định hướng là chính.

Bảng 2. Tỷ lệ sử dụng thông tin thị trường lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin thị trường	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Giá thu mua lúa gạo trong tỉnh	81	26	80	7
Giá thu mua của đại lý	62	36	67	60
Giá thu mua của công ty	67	22	87	67
Giá lúa gạo xuất khẩu	62	17	67	13
Giá lúa gạo quốc tế	51	8	53	0
Tiêu thụ lúa gạo quốc tế	40	6	20	7
Tiêu dùng lúa gạo trong nước	59	15	47	7
Tin xuất khẩu lúa gạo	83	16	60	7
Tin nhập khẩu lúa gạo	56	11	60	7
Tin hoạt động chế biến lúa gạo trong nước	51	9	73	7
Giá phân bón	86	75	73	13
Giá thuốc BVTV	86	77	73	13
Giá giống lúa	84	74	67	7
Giống mới/tốt	78	53	73	7

Tồn kho trong nước	24	11	27	0
Tồn kho quốc tế	11	7	20	0

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin chính sách ngành lúa gạo

Đối với các thông tin về chính sách hỗ trợ ngành hàng lúa gạo, qua kết quả điều tra cũng cho thấy một thực trạng đó là ngay cả các cán bộ quản lý nhà nước cũng chưa tiếp cận một cách đầy đủ tới các thông tin này, chỉ 62,16% số cán bộ được hỏi cho biết là đang sử dụng các thông tin về chính sách hỗ trợ ngành lúa gạo, đối với các chính sách thương mại trong nước và quốc tế tỷ lệ các cán bộ trả lời không sử dụng/tiếp cận thông tin này cao hơn 50%. Đối tượng các DN/HTX quan tâm sử dụng tới loại thông tin này ở mức độ cao hơn, tuy nhiên tiếp xúc với các thông tin vẫn còn gặp nhiều khó khăn.

Đặc biệt 2 đối tượng là người nông dân và đại lý/thương lái hầu như không quan tâm tới loại thông tin này. Người dân chủ yếu tiếp cận thông tin về các chính sách thông qua mạng lưới khuyến nông viên phổ biến tại các cuộc hội thảo, tập huấn.

Bảng 3. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin chính sách ngành hàng lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin chính sách	Cán bộ	Nông dân	HTX/DN	Đại lý
Chính sách hỗ trợ lúa gạo	62	18	80	7
Chính sách thương mại trong nước	30	4	45	0
Chính sách thương mại quốc tế	45	5	47	0

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin dự báo ngành lúa gạo

Các thông tin về dự báo là những thông tin mang tính chất tham khảo, hỗ trợ việc ra quyết định sản xuất kinh doanh. Ở Việt Nam không có nhiều nguồn cung cấp loại thông tin này, nên tính phổ biến của nó là rất hạn chế. Theo kết quả khảo sát, đối tượng DN/HTX ngành lúa gạo là đối tượng tiếp cận nhiều nhất đối với các thông tin dự báo trong ngành lúa gạo, khi có tới 87% tỷ lệ DN/HTX lựa chọn hiện trạng sử dụng thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh, 73% sử dụng thông tin dự báo diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo trong nước. Tiếp theo đến nhóm cán bộ quản lý với 89% lựa chọn sử dụng các thông tin dự

báo thời tiết dịch bệnh trong tỉnh và 78% tiếp cận với các thông tin dự báo xuất nhập khẩu lúa gạo Việt Nam. Trong khi đối tượng nông dân và đại lý tiếp cận và sử dụng hạn chế loại thông tin này, chủ yếu mới chỉ tiếp cận được các thông tin về thời tiết, dịch bệnh.

Bảng 4. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo phục vụ sản xuất lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin dự báo	Cán bộ	Nông dân	HTX/DN	Đại lý
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh	89	79	87	53
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của tỉnh khác	76	50	67	33
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của các nước khác	38	8	40	0
Thông tin dự báo xuất khẩu, nhập khẩu lúa gạo của Việt Nam	78	15	60	7
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo Việt Nam	68	11	73	13
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo của các nước khác	45	5	53	0
Thông tin dự báo giá lúa gạo	27	10	60	27

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

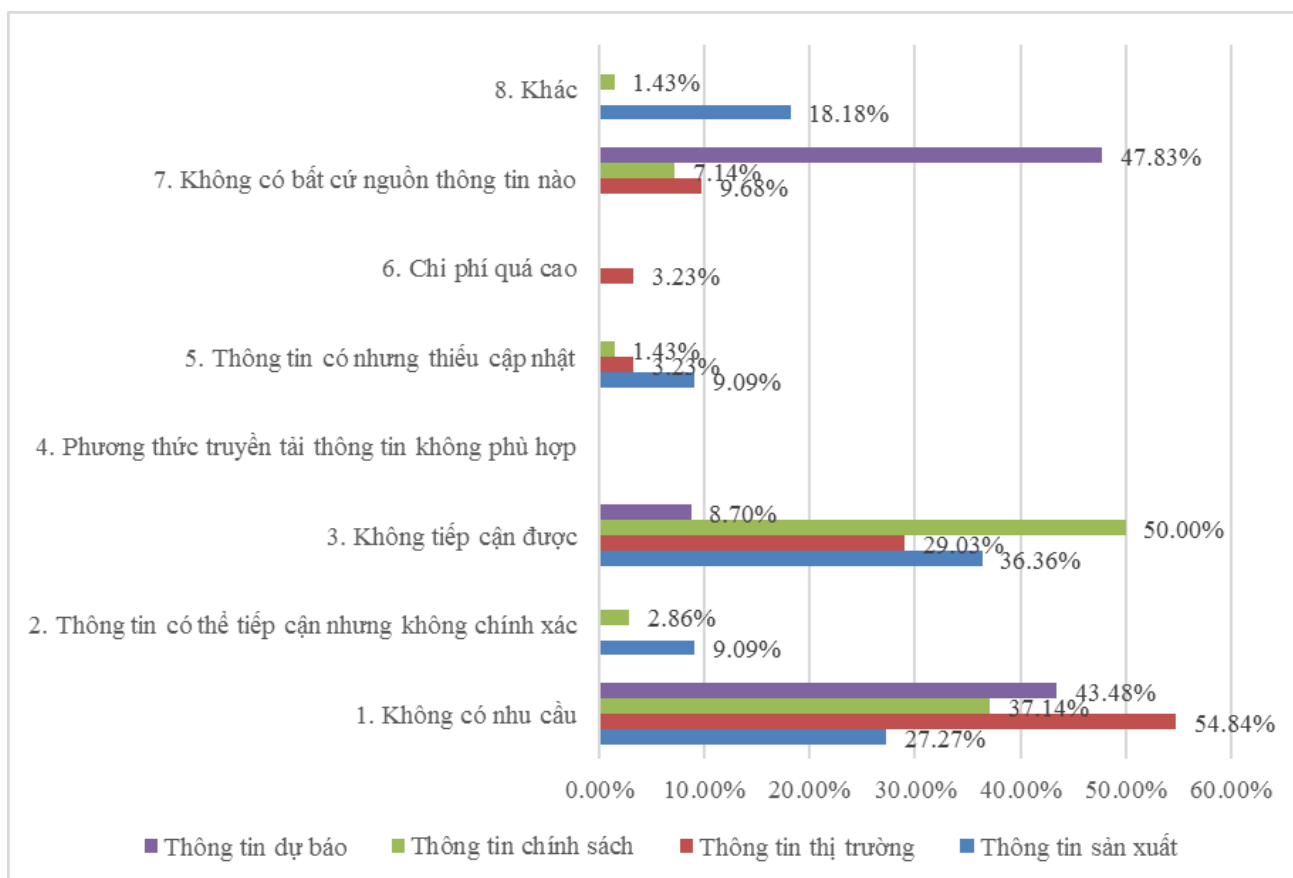
2.2.1.2. Lý do không sử dụng thông tin ngành hàng lúa gạo

Đối với các đối tượng được phỏng vấn không sử dụng các loại thông tin về ngành lúa gạo, họ cho rằng có 3 lý do chính đó là do không có nhu cầu thông tin, không tiếp cận được nguồn thông tin và không có bất cứ nguồn thông tin nào để sử dụng. Cụ thể:

Đối với các thông tin sản xuất lúa gạo: 36,36% lựa chọn lý do là không tiếp cận được thông tin, 27,27% cho rằng họ không có nhu cầu đối với loại thông tin này, khoảng 18% cho rằng thông tin có thể tiếp cận được nhưng thiếu cập nhật, hoặc thông tin cung cấp không chính xác.

Đối với các thông tin thị trường lúa gạo: 54,84% những người không sử dụng thông tin cho rằng họ không có nhu cầu đối với loại thông tin này, 29,03% không tiếp cận được và 9,68% là không có bất cứ nguồn thông tin nào.

Hình 10. Lý do không sử dụng các thông tin ngành hàng lúa gạo (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Đối với các thông tin về chính sách lúa gạo: 50% người lựa chọn là không tiếp cận được các thông tin này, 37,14% xác định không có nhu cầu và 7,14% là không tìm được các nguồn thông tin về chính sách ngành hàng lúa gạo.

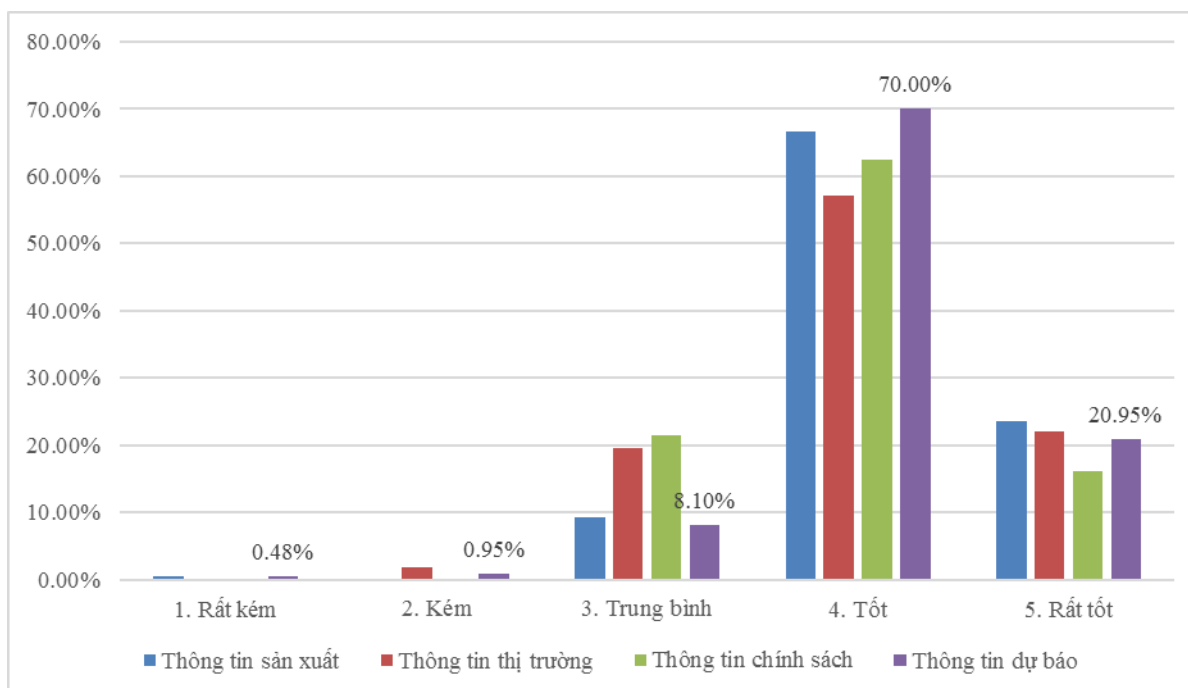
Đối với thông tin dự báo ngành hàng lúa gạo: 47,83% lựa chọn không có bất cứ nguồn thông tin nào, 43,48% lựa chọn không có nhu cầu đối với loại thông tin này.

2.2.1.3. Đánh giá đáp ứng thông tin ngành hàng lúa gạo

Nhìn chung, với sự đánh giá của các đối tượng phỏng vấn đang sử dụng các loại thông tin, thông tin đáp ứng ở mức tốt. Cụ thể:

- Thông tin sản xuất lúa gạo có tới 60,67% đánh giá đáp ứng ở mức tốt, 23,56% ở mức rất tốt, 9,33% trung bình và chỉ 0,44% đánh giá kém.
- Thông tin thị trường lúa gạo, 57,14% đánh giá tốt, 22,02% rất tốt, 19,64% mức trung bình, và 1,79% đánh giá kém.
- Thông tin chính sách lúa gạo 62,50% ở mức tốt, 21,43 mức trung bình và 16,07% rất tốt, không có lựa chọn kém hoặc rất kém.
- Thông tin dự báo lúa gạo: 70,00% đánh giá tốt, 20,95% rất tốt, 8,10% trung bình, 0,48% rất kém và 0,95% đánh giá ở mức kém.

Hình 11. Đánh giá khả năng đáp ứng thông tin ngành hàng lúa gạo (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.2.2. Ngành hàng cà phê

Để đánh giá hiện trạng sử dụng thông tin của các tác nhân trong ngành cà phê. Nghiên cứu cũng đánh giá 4 nhóm thông tin chính đó là: thông tin sản xuất, thông tin thị trường, thông tin chính sách và các thông tin dự báo ngành cà phê.

2.2.2.1. Hiện trạng sử dụng thông tin ngành hàng cà phê

Thông tin sản xuất cà phê

Kết quả khảo sát tỷ lệ sử dụng các thông tin sản xuất cà phê cho thấy:

- *Cán bộ quản lý Nhà nước*: tỷ lệ cán bộ quản lý Nhà nước đang sử dụng các loại thông tin về sản xuất cà phê ở mức khá cao. Cụ thể là các thông tin thời tiết khí hậu (92,68%), thông tin về kỹ thuật sản xuất cà phê (70,73%), tiếp theo là thông tin dịch bệnh, điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín và thông tin biến động diện tích sản lượng cà phê của nước khác.
- *Nông dân trồng cà phê*: mới chỉ tiếp cận sử dụng được các thông tin về thời tiết khí hậu, tình hình dịch bệnh thông qua chủ yếu là TV, đài phát thanh. Và khoảng 51% người lựa chọn sử dụng thông tin về kỹ thuật sản xuất, chủ yếu là đến từ các chương trình về nông nghiệp, hoặc các hội thảo, tập huấn kỹ thuật, một lượng rất ít người nông dân tự tìm hiểu kỹ thuật từ các nguồn thông tin khác.
- *Doanh nghiệp/HTX cà phê*: đối tượng doanh nghiệp/HTX cà phê hiện tại chủ yếu sử dụng các thông tin về tình hình khí hậu và thông tin về biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước với tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 56% và 67%.
- *Thương lái/đại lý cà phê*: lựa chọn sử dụng nhiều nhất là thông tin về thời tiết khí hậu với 78% lựa chọn đang sử dụng, ngoài ra, đối tượng này cũng sử dụng nhiều các thông tin liên quan đến biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước 67%.

Bảng 5. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin sản xuất cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin sản xuất	Cán bộ	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thời tiết khí hậu	93	79	56	78
Tình hình dịch bệnh	66	73	47	44
Biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước	61	37	67	67
Biến động diện tích, sản lượng cà phê của các nước khác	44	23	27	13
Điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín	66	48	33	27
Điểm bán máy móc trang thiết bị sản	44	39	40	13

xuất				
Kỹ thuật sản xuất	71	51	33	20

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin thị trường cà phê

Nhìn vào Bảng 6 về tỷ lệ sử dụng các loại thông tin thị trường cà phê cho thấy, các đối tượng tiếp cận và sử dụng rất hạn chế đối với các thông tin về thị trường đối với ngành hàng cà phê.

- *Cán bộ quản lý Nhà nước*: là nhóm tiếp cận nhiều nhất đối với các thông tin này. Cụ thể là các thông tin về giá: giá thu mua cà phê trong tỉnh (80%), giá cà phê xuất khẩu (66%), giá phân bón (61%), giá cà phê quốc tế (54%).
- *Nông dân cà phê*: thông tin sử dụng nhiều nhất đó là giá thu mua cà phê của các đại lý (80,17%) và giá phân bón (63,22%).
- *Doanh nghiệp/HTX cà phê*: chủ yếu tiếp cận thông tin về giá thu mua cà phê trong tỉnh với 78%.
- *Thương lái/đại lý cà phê*: sử dụng các thông tin về giá thu mua cà phê, tin tức xuất khẩu cà phê và giá phân bón.

Các thông tin về giá cà phê quốc tế, thông tin liên quan đến tình hình tiêu thụ và tồn kho cà phê hay các thông tin về xuất nhập khẩu cà phê của Việt Nam có số lượng sử dụng rất ít, cho thấy sự khó khăn trong tiếp cận và sự hạn chế nguồn thông tin của các loại thông tin này.

Bảng 6. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin thị trường cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin thị trường	Cán bộ	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Giá thu cà phê trong tỉnh	80	40	78	53
Giá thu mua của đại lý	63	81	33	73
Giá thu mua của công ty	41	39	40	67
Giá cà phê xuất khẩu	66	31	20	60
Giá cà phê quốc tế	54	20	33	53

Sàn NewYork	39	12	20	20
Sàn London	41	12	20	13
Tiêu thụ cà phê của các nước quốc tế	32	15	13	27
Tiêu dùng cà phê trong nước	41	15	27	33
Tin xuất khẩu cà phê	56	21	20	53
Tin nhập khẩu cà phê	24	10	13	40
Tin hoạt động chế biến cà phê trong nước	37	19	20	33
Giá phân bón	61	63	33	53
Giá thuốc BVTV	49	40	27	40
Giá giống	51	33	13	40
Giống mới/tốt	59	42	20	47
Tồn kho trong nước	22	12	27	20
Tồn kho quốc tế	20	10	13	20

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin chính sách cà phê

Các thông tin các chính sách ngành hàng cà phê bao gồm các chính sách hỗ trợ sản xuất cà phê, các chính sách thương mại trong nước và quốc tế. Qua khảo sát cho thấy, hiện trạng sử dụng nhóm thông tin này còn hạn chế, hiện tại chỉ nhóm đối tượng cán bộ quản lý Nhà nước và nhóm doanh nghiệp/HTX cà phê quan tâm, sử dụng và chủ yếu là các chính sách hỗ trợ ngành cà phê và các chính sách thương mại trong nước. Trong khi các đối tượng khác như người dân hay thương lái tỷ lệ tiếp cận rất ít. Người dân cho biết họ chủ yếu tiếp cận thông tin này thông qua các cuộc họp, hội thảo do chính quyền địa phương hoặc các khuyến nông viên tổ chức tuyên truyền, họ chưa chủ động trong việc tìm kiếm các nguồn thông tin về chính sách và cho rằng các thông tin về chính sách không thật sự cần thiết đối với họ, rất khó có thể tiếp cận và hưởng các ưu đãi từ chính sách mang lại.

Bảng 7. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo phục vụ sản xuất cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin chính sách	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Chính sách hỗ trợ cà phê trong nước	61	21	53	20
Chính sách thương mại trong nước	24	23	60	27
Chính sách thương mại quốc tế	39	19	40	13

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Thông tin dự báo cà phê

Các thông tin dự báo có vai trò quan trọng trong việc dự báo sản lượng, thời tiết khí hậu hay dự báo giá cả để lựa chọn thời điểm bán và có kế hoạch lưu trữ cà phê chờ bán một cách hợp lý. Tuy nhiên cũng giống như đối với ngành gạo, các thông tin về dự báo phục vụ ngành cà phê hiện nay khá khó để tiếp cận và không có nhiều nguồn thông tin trong nước.

Các đối tượng chủ yếu mới chỉ tiếp cận được thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong địa bàn tỉnh, đây là nguồn thông tin khá phổ biến trên các bản tin dự báo thời tiết. Tỷ lệ sử dụng thông tin này đối với nhà quản lý là 78,05%, nông dân là 75,21%, doanh nghiệp/HTX là 60,00% thương lái là 66,67%.

Ngoài ra, đối với tỷ lệ sử dụng trên 50% chỉ có nhóm đối tượng quản lý nhà nước sử dụng thông tin dự báo xuất, nhập khẩu cà phê của Việt Nam với tỷ lệ 58,54% và dự báo diện tích, năng suất sản lượng cà phê Việt Nam tỷ lệ 63,41%.

Bảng 8. Tỷ lệ sử dụng các loại thông tin dự báo cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin dự báo	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh	78	75	60	67
Thông tin dự báo thời tiết, dịch	34	27	20	40

bệnh của tỉnh khác				
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của các nước khác	20	16	13	20
Thông tin dự báo xuất khẩu, nhập khẩu cà phê của Việt Nam	59	28	27	20
Dự báo diện tích, năng suất sản lượng cà phê Việt Nam	63	27	20	20
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng cà phê của các nước khác	34	19	13	33
Thông tin dự báo giá cà phê	41	19	13	40

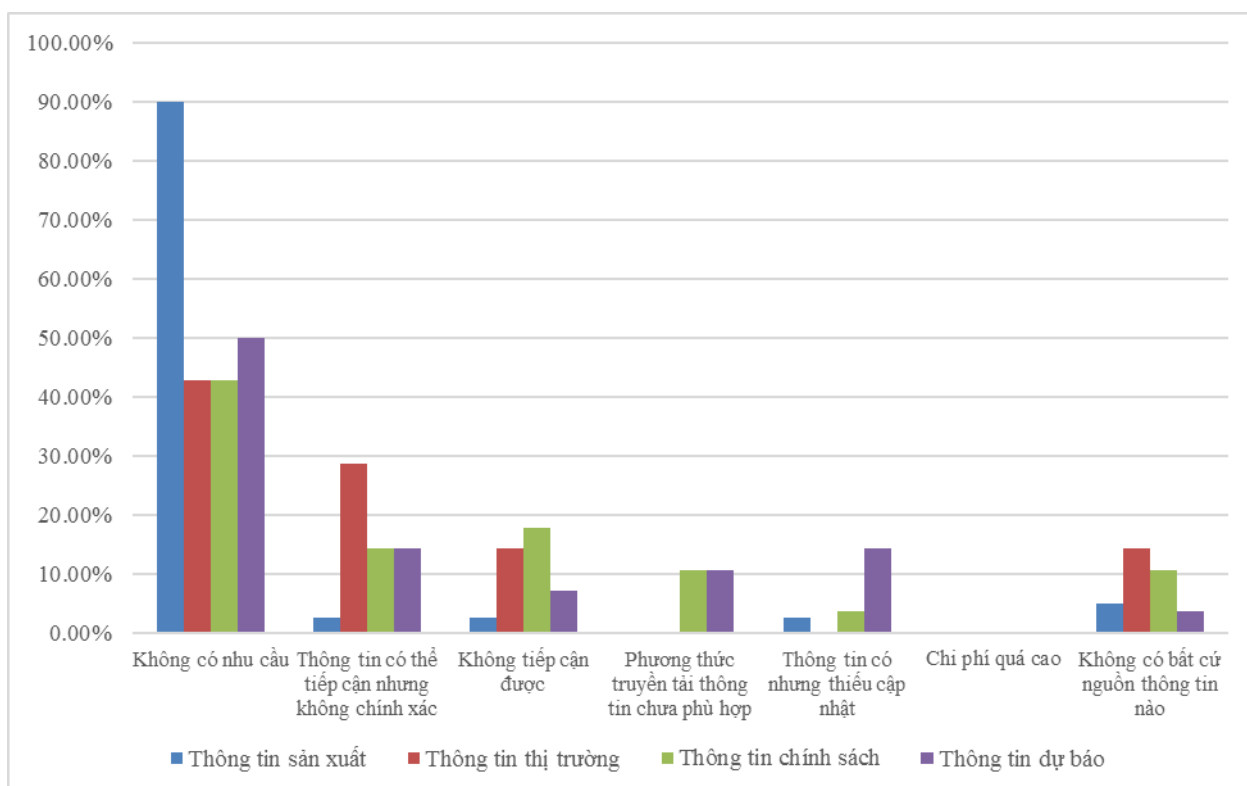
Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.2.2.2. Lý do không sử dụng thông tin ngành hàng cà phê

Khi được hỏi về lý do không sử dụng các loại thông tin sản xuất cà phê phần lớn câu trả lời đến từ việc không có nhu cầu đối với loại thông tin này, cho thấy nhận thức của các đối tượng về tầm quan trọng của các loại thông tin và hiệu quả sử dụng các loại thông tin còn nhiều hạn chế. Cụ thể:

- *Thông tin sản xuất cà phê*: có tới 90% lựa chọn không có nhu cầu, 5% lựa chọn không có nguồn thông tin.
- *Thông tin thị trường cà phê*: 43% trả lời không có nhu cầu, 29% lựa chọn thông tin có thể tiếp cận nhưng không chính xác, 14% lựa chọn không tiếp cận được, không có bất kỳ nguồn thông tin nào
- *Thông tin chính sách ngành hàng cà phê*: 43% trả lời không có nhu cầu, 18% lựa chọn không tiếp cận được, 11% lựa chọn phương thức truyền tải không phù hợp.
- *Thông tin dự báo ngành hàng cà phê*: ngoài lý do không có nhu cầu với 50%, lý do khác đó là thông tin thiếu cập nhật (14%), thông tin không chính xác (14%).

Hình 12. Lý do không sử dụng thông tin ngành hàng cà phê của các đối tượng (%)



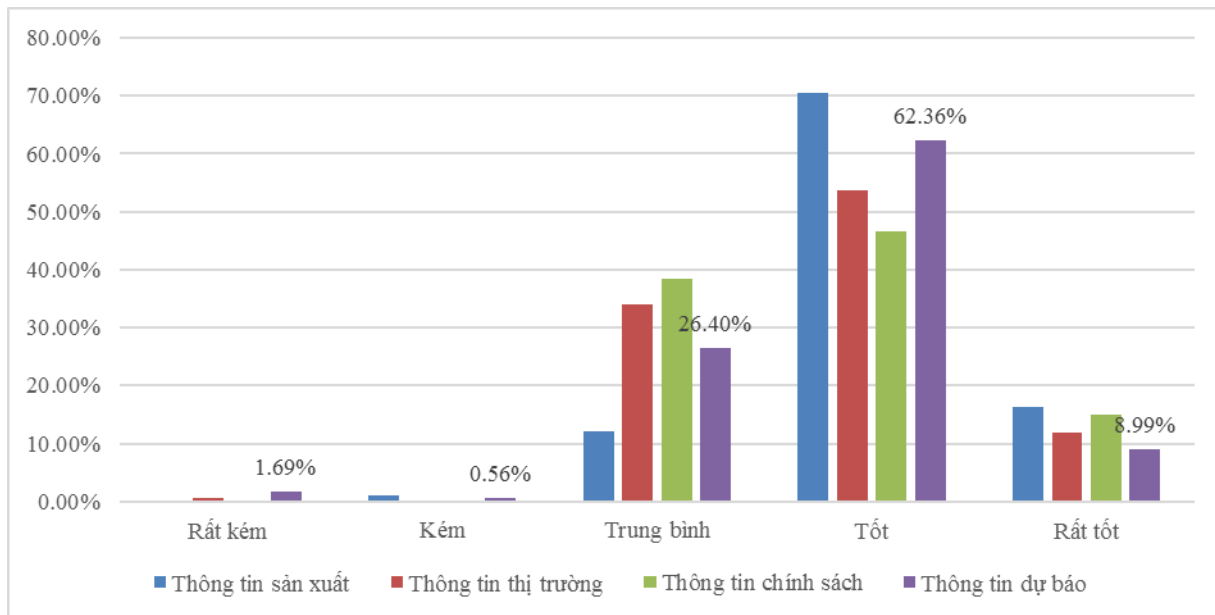
Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.2.2.3. Đánh giá khả năng đáp ứng thông tin ngành hàng cà phê

Theo đánh giá của các đối tượng hiện đang sử dụng các thông tin ngành hàng cà phê, nhìn chung, các loại thông tin được đánh giá ở mức độ tốt, chiếm tỷ lệ cao nhất.

- Thông tin sản xuất cà phê có tới 70,56% đánh giá đáp ứng ở mức tốt, 16,24% ở mức rất tốt, 12,18% trung bình và chỉ 1,02% đánh giá kém.
- Thông tin thị trường cà phê, 53,57% đánh giá tốt, 33,93% mức trung bình, 11,9% rất tốt và 0,6% đánh giá rất kém.
- Thông tin chính sách cà phê 46,67% ở mức tốt, 38,33 mức trung bình và 15% rất tốt, không có lựa chọn kém hoặc rất kém.
- Thông tin dự báo cà phê: 62,36% đánh giá tốt, 26,40% trung bình, 8,99% rất tốt, 1,69% rất kém và 0,56% đánh giá ở mức kém.

Hình 13. Đánh giá khả năng đáp ứng thông tin ngành hàng cà phê



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.3. Nhu cầu thông tin của các tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê

Sau khi tìm hiểu hiện trạng sử dụng thông tin đối với từng nhóm thông tin của các tác nhân trong chuỗi giá trị ngành lúa gạo và cà phê. Nghiên cứu tiến hành khảo sát nhu cầu thông tin của từng nhóm đối tượng trong thời gian tới, trong đó tìm hiểu chi tiết các thông tin về tần suất nhu cầu thông tin cần, dạng thông tin và hình thức truyền tin phù hợp với từng đối tượng. Qua việc tìm hiểu nhu cầu thông tin, nghiên cứu sẽ cho biết sau khi loại trừ các lý do không sử dụng thông tin, các đối tượng sẽ thật sự có nhu cầu đối với các loại thông tin nào, làm cơ sở cho việc xây dựng dữ liệu và cung cấp thông tin.

2.3.1. Ngành hàng lúa gạo

2.3.1.1. Thông tin sản xuất lúa gạo

Kết quả khảo sát cho thấy, đối với các thông tin về sản xuất lúa gạo, nhóm cán bộ quản lý và khối doanh nghiệp/HTX đều có nhu cầu chiếm tỷ lệ khá cao. Trong khi đối tượng thương lái, đại lý gạo ít quan tâm đến các thông tin này và người dân trồng lúa chỉ quan tâm đến một số loại thông tin nhất định.

Bảng 9. Nhu cầu thông tin sản xuất lúa gạo của các nhóm tác nhân (%)

Thông tin sản xuất	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thời tiết khí hậu	97	88	93	20
Tình hình dịch bệnh	94	89	87	20
Biến động diện tích, sản lượng lúa gạo trong nước	78	47	80	13
Biến động diện tích, sản lượng lúa gạo của các nước khác	67	17	73	13
Điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín	78	65	73	13
Điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất	72	38	73	20
Kỹ thuật sản xuất	67	49	67	13

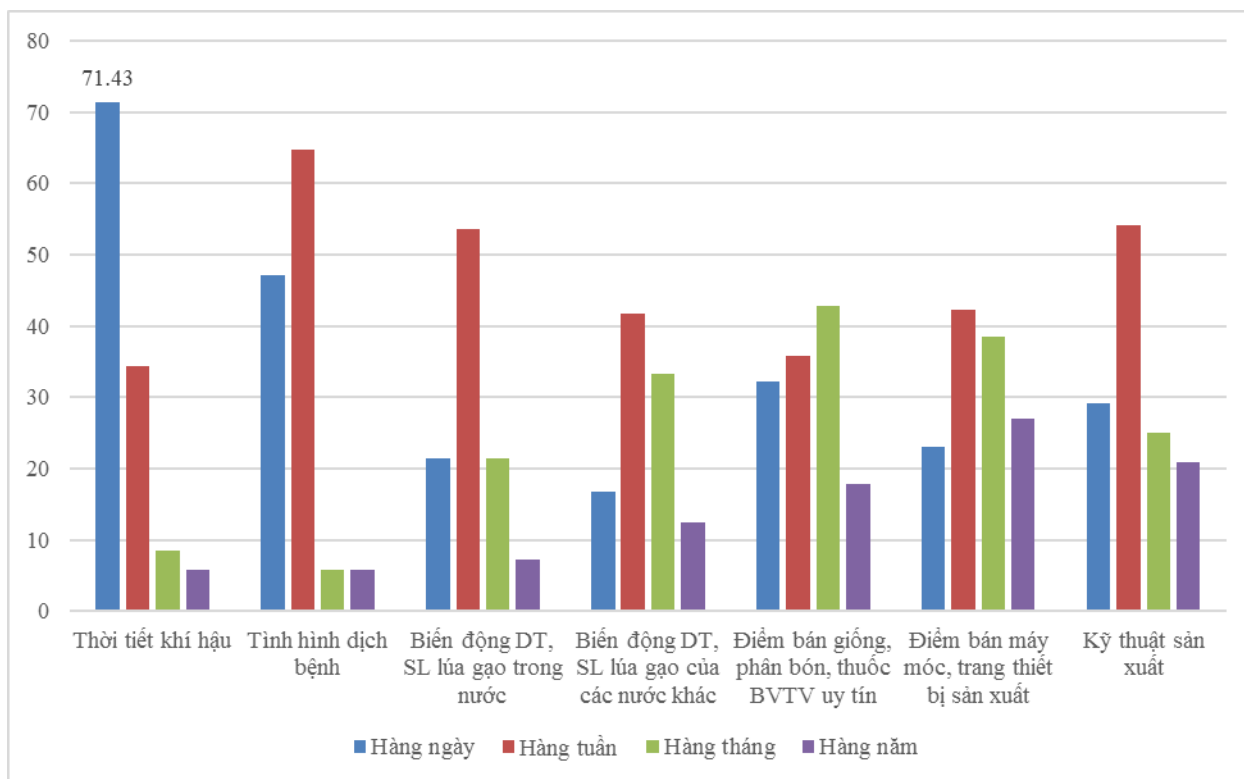
Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Cán bộ quản lý Nhà nước

Đối tượng quản lý Nhà nước có tỷ lệ lựa chọn nhu cầu cao đối với các loại thông tin về sản xuất lúa gạo (tỷ lệ lựa chọn có nhu cầu thấp nhất 67%). Trong đó, thông tin về thời tiết khí hậu được cho là cần thiết nhất khi có 97% lựa chọn, tiếp theo là thông tin về tình hình dịch bệnh với 94% tỷ lệ lựa chọn. Các thông tin khác như biến động diện tích, sản lượng lúa gạo hay kỹ thuật trồng lúa đều có tỷ lệ lựa chọn ở mức khá.

Tần suất cung cấp thông tin sản xuất lúa gạo: được lựa chọn chủ yếu là ở mức độ hàng tuần. Ngoại trừ, thông tin về thời tiết khí hậu có 71,43% cán bộ lựa chọn tần suất sử dụng là hàng ngày và thông tin về điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín được lựa chọn tần suất cung cấp hàng tháng.

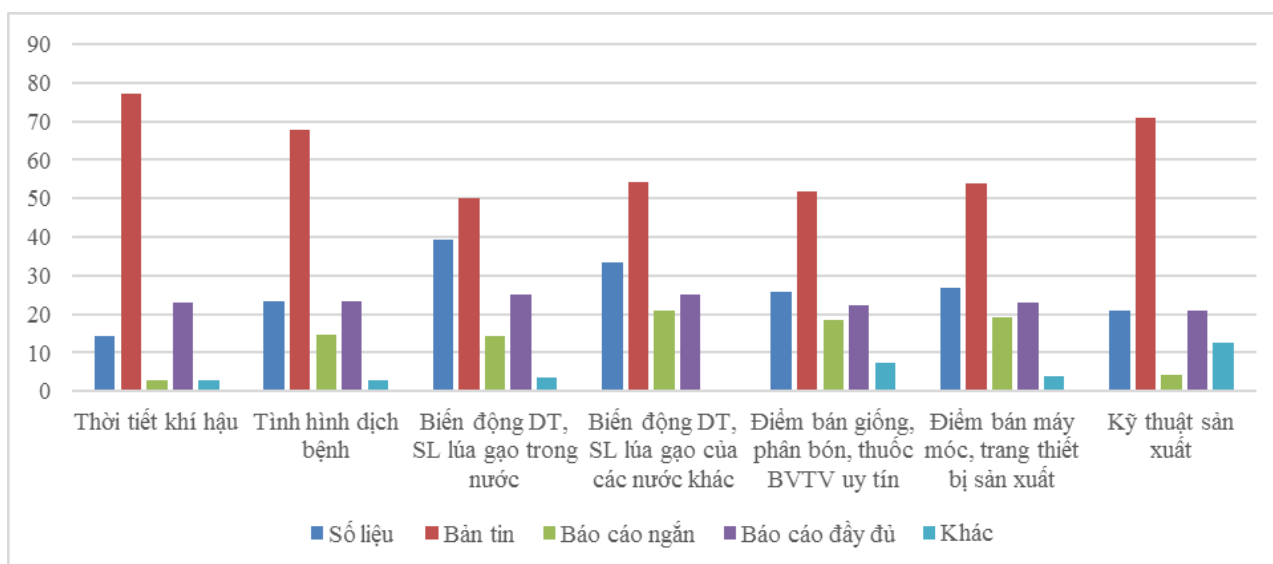
Hình 14. Tần suất sử dụng thông tin sản xuất lúa gạo của nhóm cán bộ quản lý Nhà nước (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Loại thông tin sản xuất cung cấp cho các đối tượng là cán bộ quản lý Nhà nước nên được cung cấp dưới dạng bản tin, khi mà tỷ lệ lựa chọn dạng thông tin đối với tất cả các loại thông tin thuộc nhóm này đều lựa chọn bản tin là chủ yếu. Ngoài ra, đối với một số thông tin về biến động diện tích, sản lượng lúa gạo trong nước và quốc tế, cũng có thể cung cấp thông tin qua các bảng biểu, số liệu.

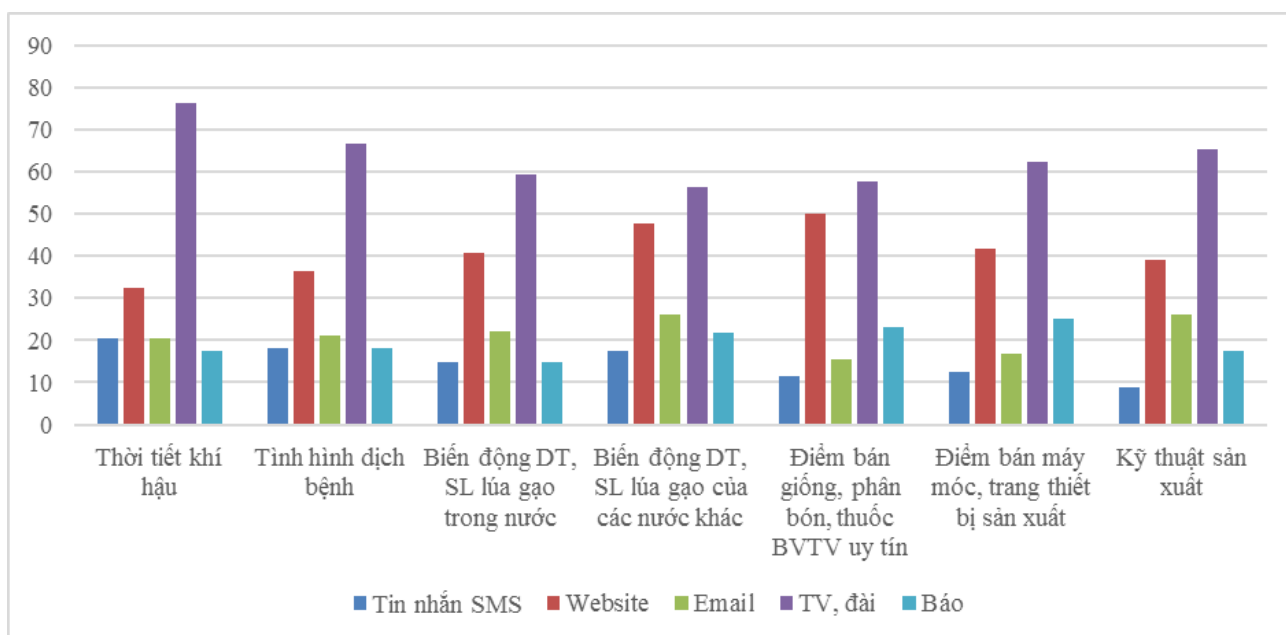
Hình 15. Dạng thông tin sản xuất lúa gạo nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Loại hình thức truyền tin được nhóm cán bộ lựa chọn nhiều nhất đó là thông qua TV, đài phát thanh, đây cũng là phương tiện truyền tin phổ biến nhất tại khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài ra, một cách cung cấp thông tin khác được nhóm cán bộ lựa chọn đó là cung cấp thông qua các Website hay Email.

Hình 16. Hình thức truyền tin sản xuất lúa gạo nhóm cán bộ lựa chọn (%)



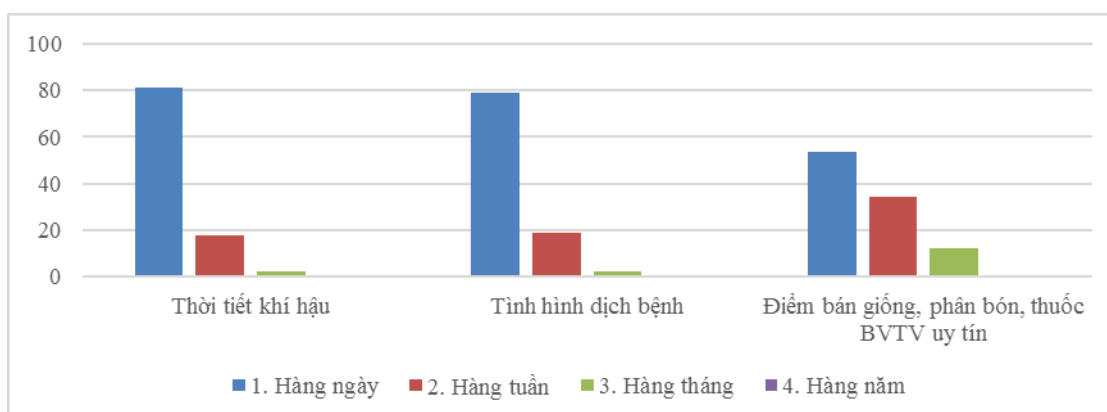
Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Nông dân trồng lúa

Đối với nông dân trồng lúa, 3 loại thông tin về sản xuất họ cảm thấy có nhu cầu nhiều nhất đó là thông tin về thời tiết khí hậu (88,19%), tình hình dịch bệnh (89,03%), điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín (64,56%). Các thông tin về diện tích sản lượng lúa gạo trong nước và quốc tế, cũng như các thông tin về điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất, người dân có mức độ quan tâm khá thấp.

Tần suất lựa chọn cung cấp thông tin của nhóm đối tượng này là hàng ngày, đặc biệt là đối với các thông tin về thời tiết khí hậu, thông tin về tình hình dịch bệnh. Thông tin về điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín tần suất có thể theo hàng tuần hoặc hàng tháng.

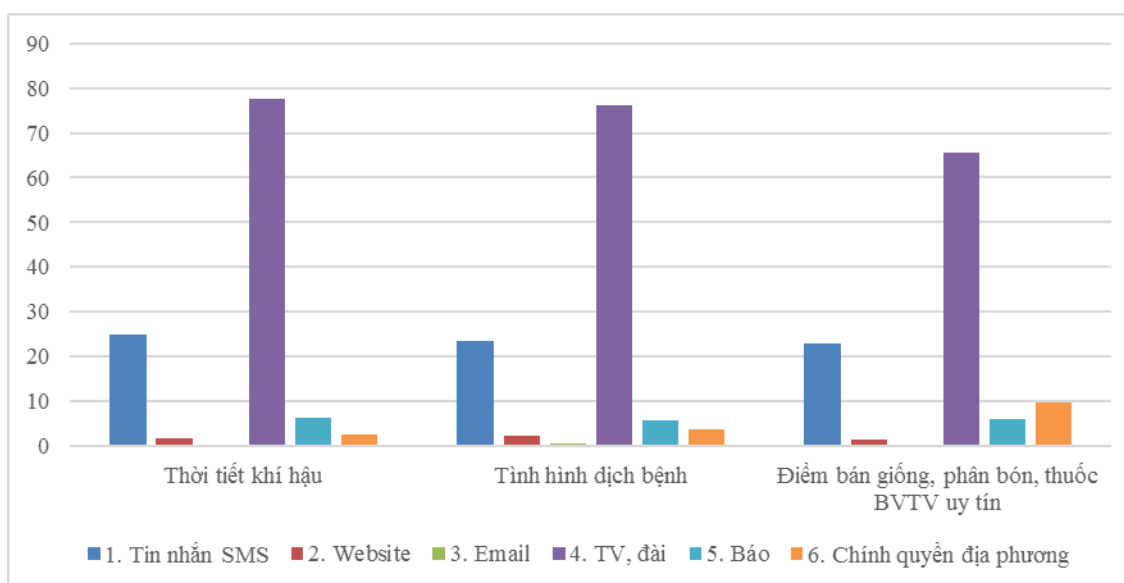
Hình 17. Tần suất sử dụng thông tin sản xuất lúa gạo của nhóm nông dân trồng lúa (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Trong cả 3 loại thông tin sản xuất được người dân lựa chọn có nhu cầu hình thức truyền tin chủ yếu là thông qua TV, đài với tỷ lệ lựa chọn trung bình khoảng 70% theo đó dạng thông tin được lựa chọn nhiều nhất là ở dạng các bản tin, sau đó đến hình thức nhận tin nhắn SMS chiếm khoảng 22%. Các hình thức khác thông qua chính quyền địa phương, Website hoặc cung cấp thông tin trên báo giấy truyền thống cũng được lựa chọn nhưng với tỷ lệ thấp.

Hình 18. Hình thức truyền tin sản xuất lúa gạo nhóm nông dân lựa chọn (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Doanh nghiệp/HTX

Kết quả khảo sát nhu cầu thông tin sản xuất ngành hàng lúa gạo của các Doanh nghiệp/HTX cho thấy, các DN/HTX có nhu cầu rất lớn đối với thông tin thời tiết khí hậu (93%) và thông tin dịch bệnh (87%). Ngoài ra, đối với các loại thông tin sản xuất khác cũng có tỷ lệ lựa chọn nhu cầu ở mức khá cao, thấp nhất là 67%.

Khi hỏi về tần suất sử dụng thông tin, nhóm đối tượng này cho biết, họ muốn được cung cấp thông tin về thời tiết khí hậu với tần suất hàng ngày, tình hình dịch bệnh theo tần suất hàng tuần. Đối với các thông tin về biến động, diện tích sản lượng lúa, các điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV và kỹ thuật sản xuất cung cấp với tần suất hàng tháng.

Đối với các thông tin về sản xuất, nhóm DN/HTX ngành lúa gạo lựa chọn hình thức truyền tin chủ yếu là thông qua website hoặc email với trên 60% tỷ lệ lựa chọn.

2.3.1.2. Thông tin thị trường lúa gạo

Theo bảng 10 về nhu cầu thông tin thị trường lúa gạo của các nhóm đối tượng cho thấy, nhóm cán bộ quản lý và DN/HTX lúa gạo tiếp tục là 2 nhóm có nhu cầu thông tin thị trường rất lớn. Trong khi đó, nhóm nông dân trồng lúa chủ yếu muốn có thông tin đối với giá nguyên liệu đầu vào, nhóm thương lái lúa có nhu cầu đối với giá thu mua lúa gạo trong nước và quốc tế.

Bảng 10. Nhu cầu thông tin thị trường lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin thị trường	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Giá thu mua lúa gạo trong tỉnh	83	31	73	61
Giá thu mua của đại lý	75	49	73	85
Giá thu mua của công ty	72	46	80	93
Giá lúa gạo xuất khẩu	80	31	80	62
Giá lúa gạo quốc tế	75	11	73	56
Tiêu thụ lúa gạo quốc tế	56	10	47	22
Tiêu dùng lúa gạo trong nước	75	24	60	25
Tin xuất khẩu lúa gạo	86	27	67	22
Tin nhập khẩu lúa gạo	67	22	67	15
Tin hoạt động chế biến lúa gạo trong nước	72	20	67	22
Giá phân bón	89	76	73	16
Giá thuốc BVTV	89	79	73	22
Giá giống lúa	83	76	73	15
Giống mới/tốt	86	63	73	21
Tồn kho trong nước	69	18	73	22
Tồn kho quốc tế	58	10	53	22

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Cán bộ quản lý Nhà nước

Qua khảo sát về nhu cầu thông tin thị trường ngành lúa gạo đối với đối tượng là cán bộ quản lý Nhà nước cho thấy, các thông tin thuộc nhóm thông tin này đều nhận được sự quan tâm ở mức khá cao. Đặc biệt là đối với các thông tin về giá các loại vật tư đầu vào sản xuất như giá phân bón (89%), giá thuốc BVTV (89%), giá giống lúa (83%). Các thông tin về tiêu thụ lúa gạo quốc và tồn kho quốc tế tỷ lệ lựa chọn ở mức thấp hơn.

Về tần suất cung cấp thông tin, nhóm cán bộ lựa chọn tần suất hàng tuần đối với phần lớn các loại thông tin thị trường. Ngoại trừ thông tin về tình hình tồn kho lúa gạo trong nước và quốc tế có thể cung cấp với tần suất hàng tháng hoặc hàng năm.

Hình thức truyền tin được lựa chọn nhiều nhất là TV, đài đây là phương thức truyền tin phổ biến nhất tại khu vực, đa dạng các đối tượng có thể tiếp cận được. Nhóm cán bộ cũng lựa chọn 2 hình thức khác đó là truyền thông tin bằng cách đăng tải trên các website uy tín hoặc gửi trực tiếp tới email của các cán bộ.

Nông dân trồng lúa

Nông dân trồng lúa chủ yếu quan tâm tới các loại thông tin về giá cả nguyên liệu đầu vào. Đối với giá thu mua lúa của đại lý và thương lái chỉ mang tính chất tham khảo, không chính xác khi mà giá liên tục biến động nên họ nhận thấy thông tin này không thực sự cần thiết khi mà chỉ 49% người lựa chọn có nhu cầu với giá thu mua của đại lý và 46% lựa chọn có nhu cầu đối với giá thu mua của công ty.

Đối với các thông tin về giá phân bón, giá thuốc BVTV, giống lúa hay giống mới/tốt, thông tin này nên được cung cấp tới người dân từ tần suất hàng tuần cho tới hàng tháng. Trên 70% người dân chọn thông tin nên được cung cấp thông qua hình thức là tin nhắn SMS và ở dạng số liệu hoặc bản tin ngắn.

Doanh nghiệp/HTX

Ngoại trừ thông tin về tiêu thụ lúa gạo quốc tế tỷ lệ lựa chọn đạt 47%, tất cả các thông tin khác thuộc nhóm thông tin về thị trường lúa gạo, doanh nghiệp/HTX đều lựa chọn có nhu cầu ở mức tương đối cao. Đặc biệt là thông tin về giá thu mua của đại lý và của công ty ở mức 80% lựa chọn. Nếu các thông tin này được cung cấp chính xác và cập nhật sẽ là một trong những nguồn thông tin đáng tin cậy cho doanh nghiệp và HTX.

Nhóm đối tượng này lựa chọn thông tin ở dạng số liệu hoặc ở các dạng bản tin ngắn, vì là thông tin giá cả thị trường nên tần suất nên được cập nhật liên tục, nên thông qua website chuyên nghiệp, tần suất cập nhật theo hàng giờ để nắm được biến động giá cả.

Thương lái

Trong nhóm các thông tin về thị trường lúa gạo, thương lái/Đại lý lúa gạo chủ yếu quan tâm tới các thông tin về giá thu mua lúa gạo trong tỉnh, đặc biệt là giá thu mua của

công ty với 93% lựa chọn có nhu cầu, hay giá thu mua của đại lý với tỷ lệ lựa chọn là 85%. Ngoài ra nhóm tác nhân này cũng quan tâm tới giá lúa gạo xuất khẩu (62%) và giá lúa gạo quốc tế (56%). Các thông tin khác tỷ lệ lựa chọn ở mức khá thấp chỉ từ 10-20% số người lựa chọn.

Đối tượng thương lái và đại lý quan tâm tới giá thu mua theo tần suất từ hàng ngày cho tới hàng tuần, đặc biệt là trong thời điểm thu hoạch lúa trên địa bàn. Thông tin nên được cung cấp theo dạng bản tin hoặc số liệu thông qua tin nhắn SMS.

2.3.1.3. Thông tin chính sách ngành lúa gạo

Trong các nhóm tác nhân thuộc chuỗi ngành hàng sản xuất lúa gạo, chỉ có 2 nhóm đó là nhóm cán bộ quản lý Nhà nước và nhóm Doanh nghiệp/HTX có trên 50% lựa chọn có nhu cầu, quan tâm tới các thông tin về chính sách hỗ trợ lúa gạo trong nước, cũng như các chính sách thương mại trong nước và quốc tế. Hai nhóm còn lại là nông dân trồng lúa và thương lái lúa không quan tâm nhiều tới loại thông tin này. Nông dân trồng lúa chủ yếu quan tâm tới các chính sách hỗ trợ trong nước (38%), trong khi thương lái lúa quan tâm tới các chính sách thương mại trong nước (43%).

Bảng 11. Nhu cầu thông tin chính sách lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin chính sách	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Chính sách hỗ trợ lúa gạo trong nước	61	38	73	22
Chính sách thương mại trong nước	50	35	60	43
Chính sách thương mại quốc tế	56	27	53	7

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Đối với loại thông tin về chính sách, các cá nhân đơn vị lựa chọn có nhu cầu với tần suất chủ yếu là hàng tháng, có thể gửi văn bản đầy đủ của chính sách thông qua đường bưu điện, chuyển trực tiếp vào địa chỉ email, hay đăng tải công khai rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng, website uy tín.

2.3.1.4. Thông tin dự báo ngành lúa gạo

Theo bảng nhu cầu thông tin dự báo ngành lúa gạo của các nhóm đối tượng cho thấy, nhóm cán bộ quản lý và DN/HTX thể hiện sự quan tâm tới các loại thông tin này, trong khi nông dân và thương lái chủ yếu quan tâm tới thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh.

Bảng 12. Nhu cầu thông tin dự báo ngành lúa gạo của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin dự báo	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh	94	80	87	53
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của tỉnh khác	86	53	80	27
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của các nước khác	56	11	53	20
Thông tin dự báo xuất khẩu, nhập khẩu lúa gạo của Việt Nam	92	29	67	47
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo Việt Nam	78	24	67	27
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo của các nước khác	64	10	47	20
Thông tin dự báo giá lúa gạo	56	20	73	47

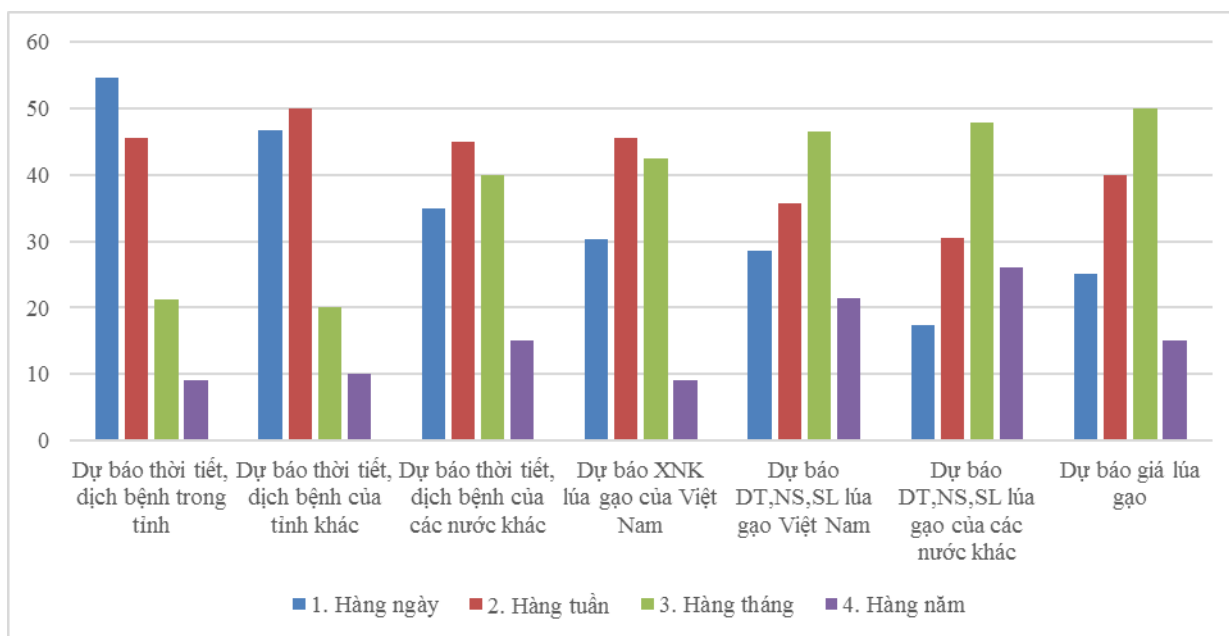
Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Cán bộ quản lý Nhà nước

Theo kết quả khảo sát, tỷ lệ nhóm cán bộ quản lý Nhà nước có nhu cầu đối với các loại thông tin về dự báo ngành lúa gạo là rất lớn. Tỷ lệ lựa chọn thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh cao nhất với 94%, tiếp theo tới các thông tin về dự báo tình hình xuất nhập khẩu lúa gạo của Việt Nam 92%. Đối với các thông tin về thời tiết dịch bệnh của các nước khác hay thông tin dự báo lúa gạo có tỷ lệ thấp nhất trong nhóm thông tin dự báo với tỷ lệ 56% lựa chọn cho cả 2 loại thông tin.

Nhu cầu về tần suất đối với các cán bộ quản lý Nhà nước là hàng ngày đối với thông tin về dự báo thời tiết dịch bệnh trong tỉnh, các thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của tỉnh khác hoặc nước ngoài có nhu cầu ở mức thấp hơn hàng tuần hoặc hàng tháng. Đối với dự báo về năng suất, diện tích, sản lượng lúa gạo trong nước, quốc tế và dự báo giá lúa gạo nên được cung cấp với tần suất hàng tháng.

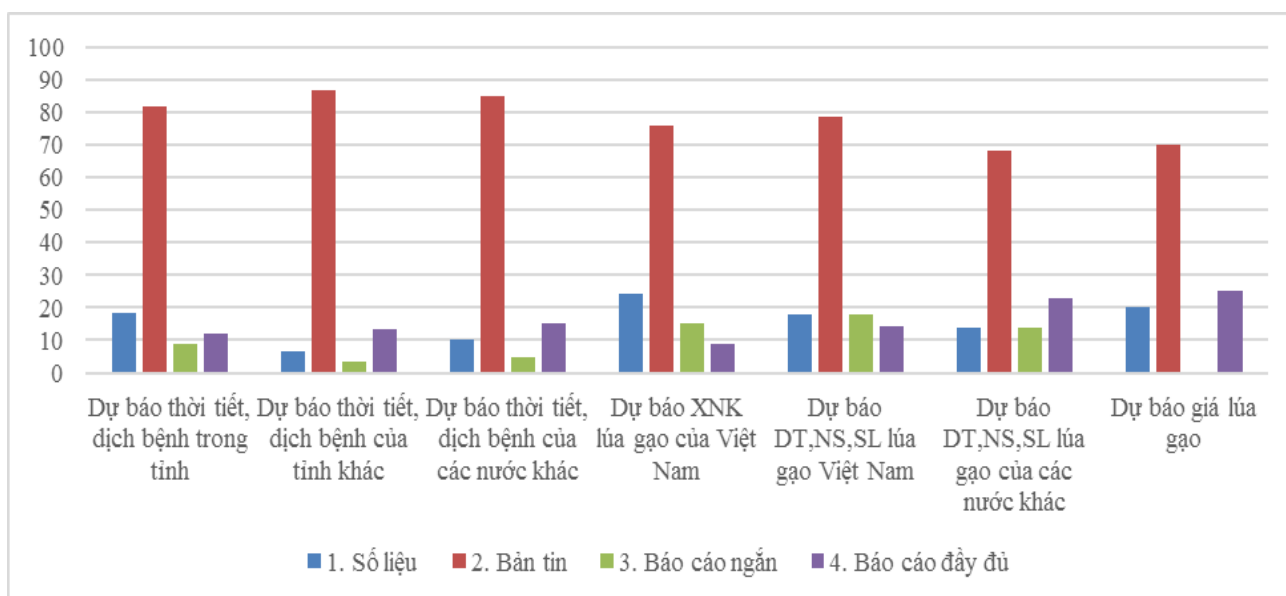
Hình 19. Nhu cầu tần suất thông tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Bản tin là dạng thông tin nhận được nhiều lựa chọn nhất từ cán bộ quản lý Nhà nước đối với các thông tin dự báo phục vụ ngành hàng lúa gạo. Ngoài dạng bản tin, chiếm tỷ lệ lựa chọn, thông tin có thể được sử dụng dưới dạng số liệu hay các báo cáo đầy đủ.

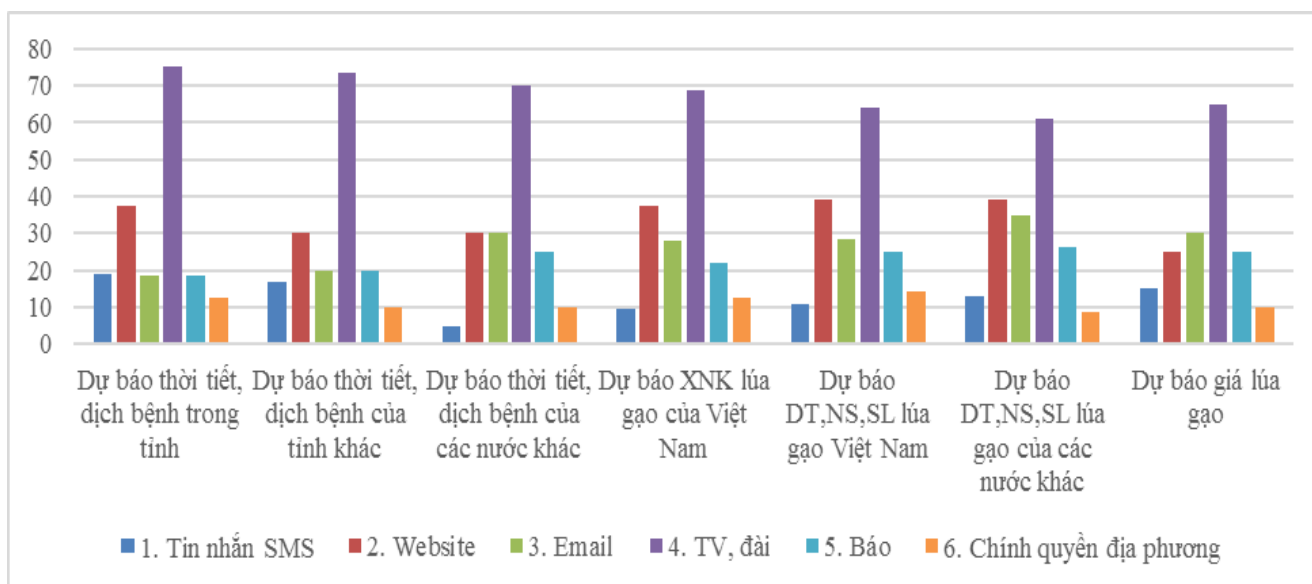
Hình 20. Nhu cầu dạng thông tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

TV, đài là hình thức truyền tin phổ biến nhất tại khu vực. Tuy nhiên bên cạnh đó, hình thức truyền tin như cung cấp thông tin trên website hay nhận các bản tin thông qua hình thức email cũng được rất nhiều cán bộ lựa chọn.

Hình 21. Nhu cầu hình thức truyền tin dự báo ngành lúa gạo của cán bộ quản lý (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Nông dân trồng lúa

Đối tượng người dân trồng lúa ít quan tâm tới thông tin dự báo, khi họ chỉ lựa chọn có nhu cầu đối với 2 loại thông tin dự báo đó là thời tiết dịch bệnh trong tỉnh (80%) và thời tiết, dịch bệnh của tỉnh khác (53%).

Đối với 2 loại thông tin này, người dân có xu hướng lựa chọn tần suất cung cấp thông tin hàng ngày với trên 80% lựa chọn dưới dạng bản tin và thông qua TV, đài là phương tiện truyền tin được lựa chọn nhiều nhất.

Doanh nghiệp/HTX

Các doanh nghiệp/HTX lúa gạo đặc biệt quan tâm tới các thông tin về dự báo cho ngành lúa gạo. Trong đó, thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh là loại thông tin có nhu cầu cao nhất với trên 80% các doanh nghiệp/HTX lựa chọn. Tiếp theo là các thông tin về dự báo giá lúa gạo trong nước và thế giới với 73% lựa chọn. Ngoài ra, các thông tin về dự báo xuất nhập khẩu hay diện tích, năng suất, sản lượng lúa gạo cũng là một trong những thông tin mà nhóm đối tượng này quan tâm.

Đối với các thông tin dự báo, DN/HTX có xu hướng lựa chọn tần suất cung cấp tin ở dạng hàng tháng hoặc hàng tuần, dạng thông tin chủ yếu là bản tin ngắn, cung cấp thông qua các website hoặc email.

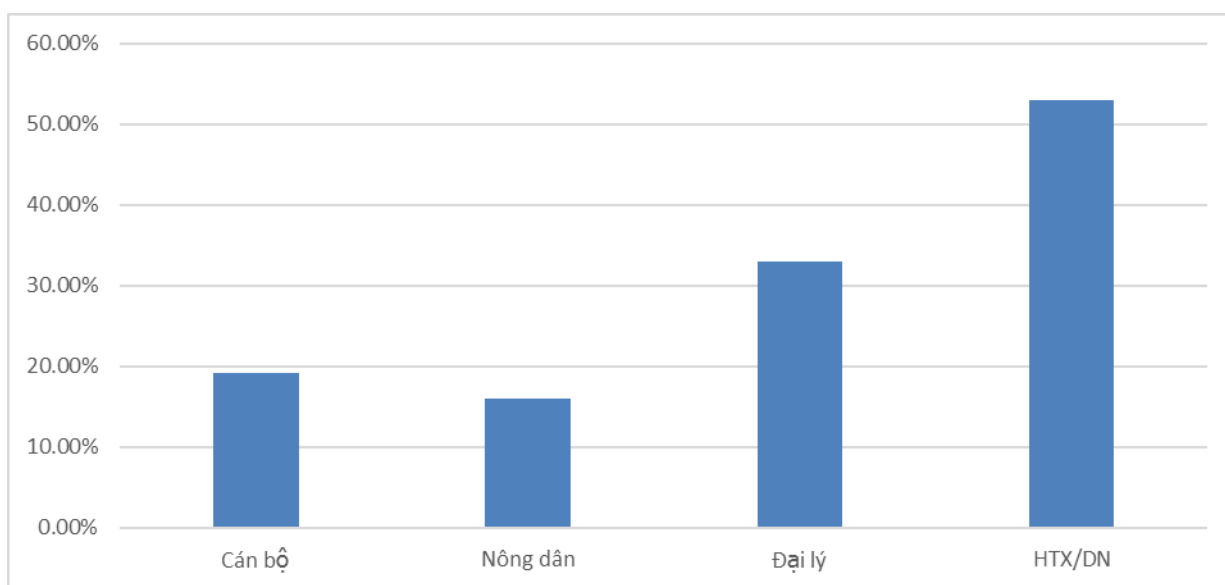
Thương lái

Nhìn chung, đối tượng thương lái/đại lý lúa gạo không có nhu cầu đối với các thông tin về dự báo, trong nhóm thông tin này không có loại thông tin nào được lựa chọn vượt quá 50% lựa chọn có nhu cầu.

2.3.1.5. Mức độ sẵn sàng trả phí khi sử dụng thông tin lúa gạo

Khi được hỏi về mức độ sẵn sàng trả phí khi sử dụng thông tin, tỷ lệ lựa chọn sẵn sàng trả phí khá thấp, ngoại trừ nhóm Doanh nghiệp/HTX có tỷ lệ sẵn sàng trả phí trên 50% khi có tới 53% đồng ý. Nhóm nông dân có mức sẵn sàng trả phí thấp nhất với khoảng 16% số người lựa chọn trả phí để nhận thông tin.

Hình 22: Tỷ lệ người dùng sẵn sàng trả tiền để có thông tin



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.3.2. Ngành hàng cà phê

2.3.2.1. Thông tin sản xuất cà phê

Cũng như đối với ngành lúa gạo, các tác nhân trong chuỗi ngành hàng cà phê nhìn chung rất quan tâm tới các thông tin sản xuất ngành cà phê.

Bảng 13. Nhu cầu thông tin sản xuất ngành cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin sản xuất	Cán bộ	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thời tiết khí hậu	90	84	67	73
Tình hình dịch bệnh	85	78	80	67
Biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước	78	56	67	67
Biến động diện tích, sản lượng cà phê của các nước khác	58	34	53	73
Điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín	76	69	67	40
Điểm bán máy móc trang thiết	71	55	40	20

bị sản xuất				
Kỹ thuật sản xuất	78	54	47	53

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

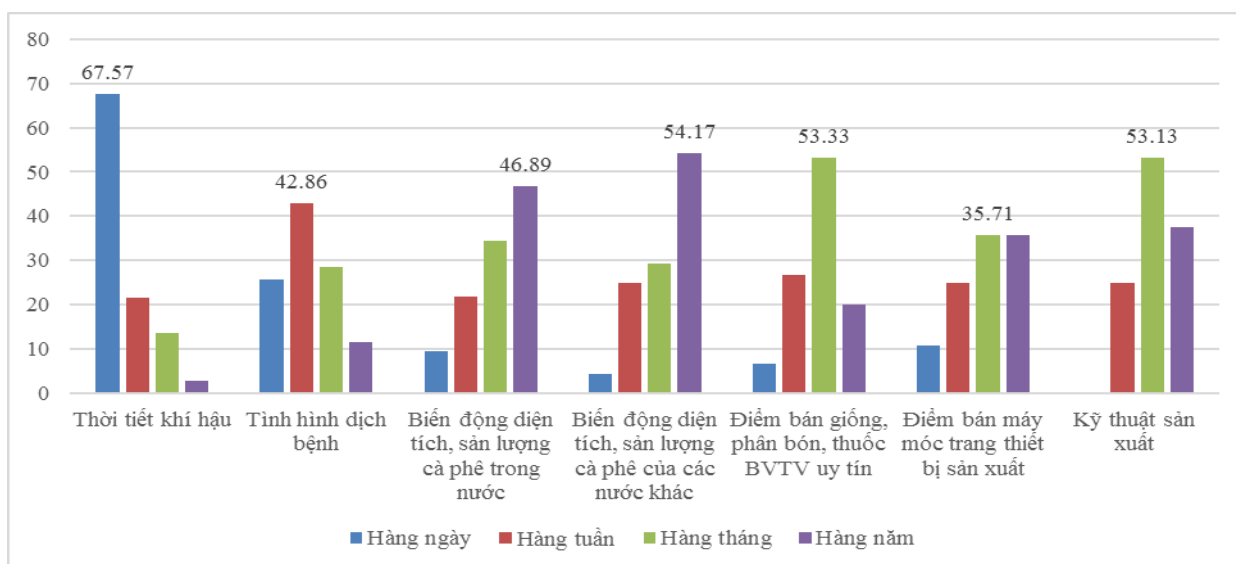
Cán bộ quản lý Nhà nước

Nhóm cán bộ quản lý tại địa bàn phỏng vấn rất quan tâm tới các thông tin thuộc nhóm tin về sản xuất cà phê. Không có loại thông tin nào nhóm đối tượng này lựa chọn có nhu cầu thông tin dưới 50%.

Thông tin sản xuất cà phê được nhóm cán bộ quản lý có nhu cầu nhiều nhất đó là thông tin về thời tiết, khí hậu với 90,24% lựa chọn có nhu cầu. Thông tin dịch bệnh cà phê là loại thông tin xếp vị trí thứ 2 với 85,37% lựa chọn có nhu cầu. Các thông tin về sản xuất khác như kỹ thuật sản xuất, điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất, biến động diện tích sản lượng cà phê cũng được nhóm cán bộ quản lý Nhà nước quan tâm.

Tần suất nhóm cán bộ lựa chọn được cung cấp cũng khá khác nhau đối với mỗi loại trong tổ hợp thông tin sản xuất cà phê. Đối với thông tin thời tiết khí hậu 67,57% lựa chọn nên nhận được với tần suất hàng ngày, các thông tin về dịch bệnh với nhu cầu hàng tuần (42,86%). Các thông tin về biến động diện tích sản lượng cà phê trong nước và nước ngoài có nhu cầu thấp hơn, có thể cung cấp mỗi năm một lần. Các thông tin sản xuất khác: điểm bán vật tư đầu vào hay kỹ thuật sản xuất nên được cung cấp thông tin với tần suất hàng tháng.

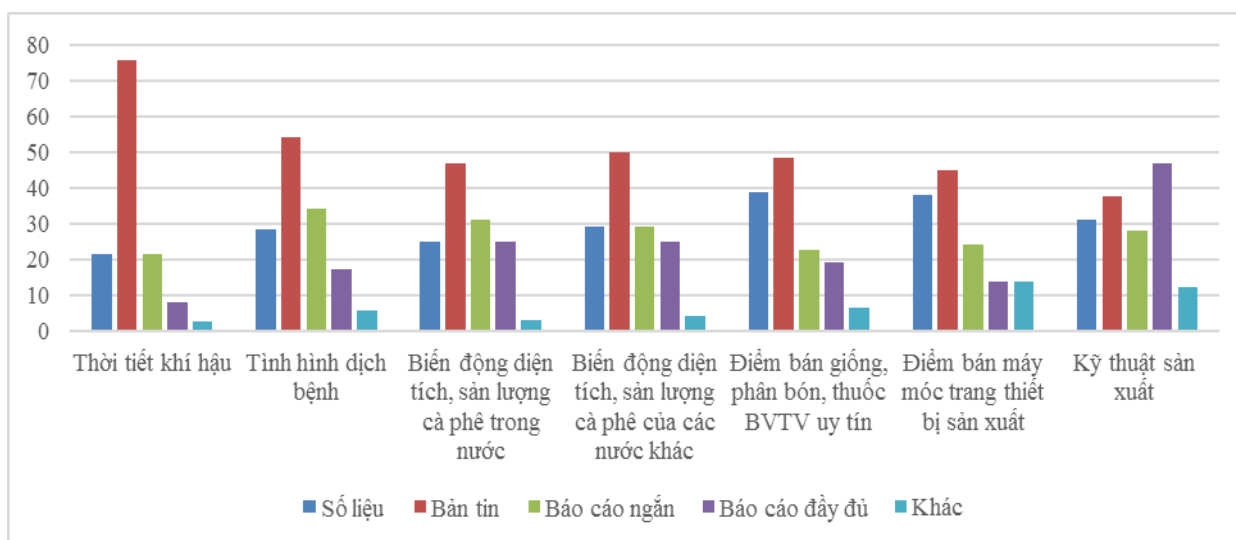
Hình 23. Nhu cầu tần suất thông tin sản xuất cà phê của nhóm cán bộ quản lý (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Lựa chọn chủ yếu về dạng thông tin của nhóm cán bộ quản lý Nhà nước là bản tin, có 6/7 loại thông tin sản xuất với mức lựa chọn chủ yếu là dạng bản tin, ngoại trừ, các thông tin về kỹ thuật sản xuất cà phê là lựa chọn báo cáo đầy đủ.

Hình 24. Nhu cầu dạng thông tin sản xuất cà phê nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)

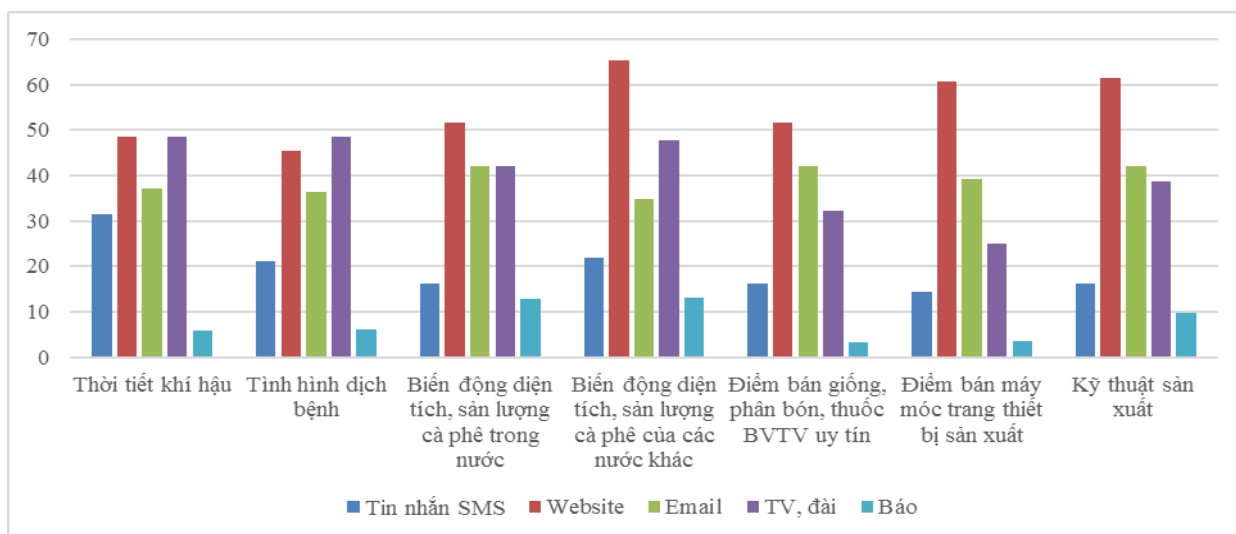


Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Ngoài ra, nhóm cán bộ cũng có xu hướng lựa chọn hình thức nhận tin đối với các thông tin về sản xuất là thông qua các website là chủ yếu. Sau đó đến hình thức là thông qua

email hoặc xem thông tin qua TV, đài. Hình thức nhận tin thông qua tin nhắn SMS cũng không được nhóm cán bộ lựa chọn dao động từ 3 – 13% lựa chọn.

Hình 25. Nhu cầu hình thức truyền tin thông tin sản xuất cà phê nhóm cán bộ lựa chọn (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

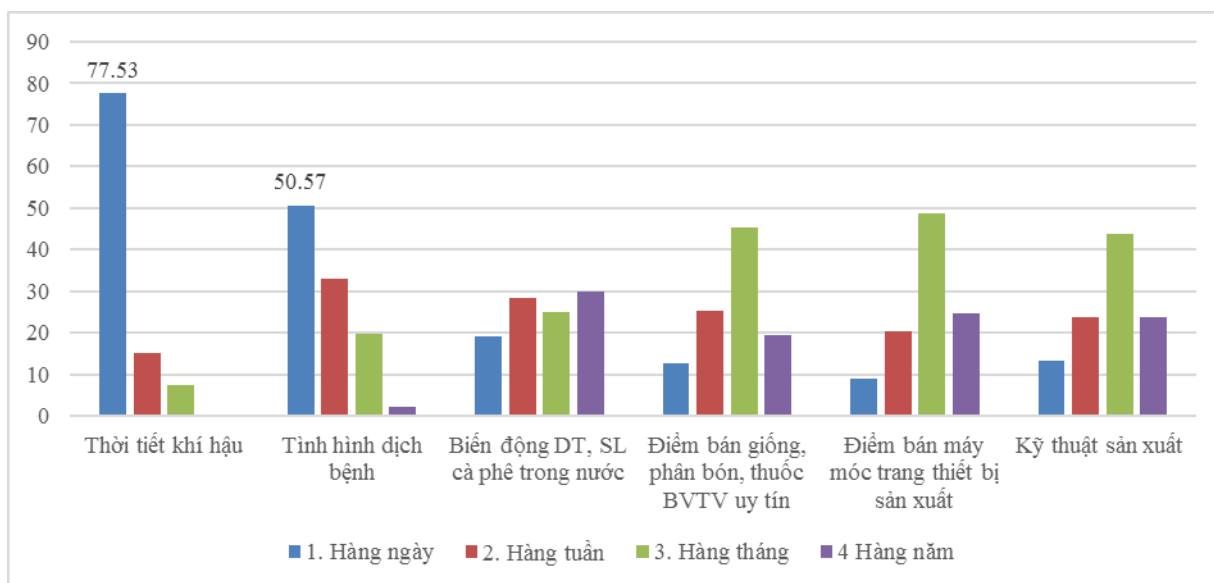
Nông dân trồng cà phê

Nông dân trồng cà phê được phỏng vấn cũng rất quan tâm tới các loại thông tin sản xuất, ngoại trừ các thông tin về biến động diện tích, sản lượng cà phê của các nước khác, khi chỉ có khoảng 34% lựa chọn thông tin này cần thiết.

Hai loại thông tin thuộc nhóm thông tin sản xuất mà nông dân trồng cà phê có nhu cầu nhiều nhất đó là thông tin về thời tiết khí hậu và tình hình dịch bệnh có tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 83,88% và 78,10%. Sau đó, là thông tin về điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín 68,60%.

Đối với 2 loại thông tin sản xuất nhóm nông dân quan tâm nhất, họ lựa chọn có nhu cầu được cung cấp với tần suất hàng ngày về tình hình thời tiết khí hậu và dịch bệnh. Đối với các thông tin còn lại, nhóm lựa chọn chủ yếu được cung cấp hàng tháng, hoặc ngay cả hàng năm. Ngoài ra, theo khảo sát dạng thông tin về sản xuất cà phê được lựa chọn chủ yếu là ở dạng bản tin đối với tất cả các loại thông tin.

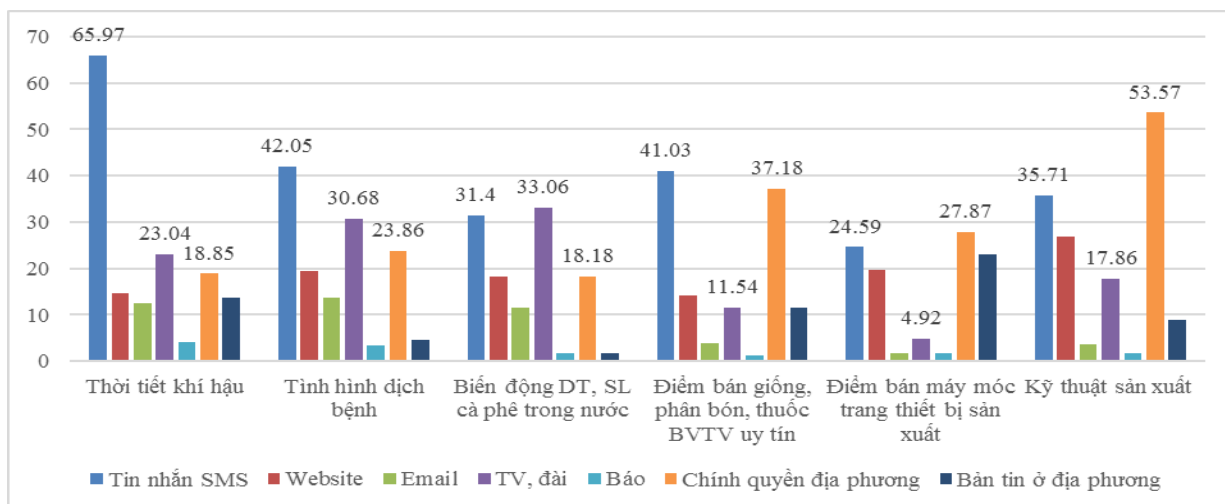
Hình 26. Nhu cầu tần suất thông tin sản xuất cà phê của nông dân trồng cà phê (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Người nông dân có xu hướng lựa chọn hình thức nhận thông tin sản xuất thông qua hình thức nhận tin nhắn SMS đối với các thông tin về thời tiết khí hậu, dịch bệnh và điểm bán đầu vào. Đối với các loại thông tin về điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất và thông tin kỹ thuật sản xuất, họ lựa chọn hình thức nhận tin là thông qua kênh chính quyền địa phương, cụ thể là thông tin các loa đài, hội họp hoặc tập huấn.

Hình 27. Nhu cầu hình thức truyền tin sản xuất cà phê của nhóm nông dân trồng cà phê



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Doanh nghiệp/HTX

Đối tượng doanh nghiệp/HTX nhìn chung lựa chọn có nhu cầu tới các loại thông tin về thời tiết khí hậu, tình hình dịch bệnh, biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước và quốc tế. Còn các thông tin về điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất hay kỹ thuật sản xuất tỷ lệ lựa chọn nhu cầu sử dụng dưới 50%.

Lựa chọn chủ yếu của các doanh nghiệp/HTX đối với dạng tin chủ yếu là ở dạng bản tin với trên 70,50% tỷ lệ lựa chọn.

Thương lái

Ngược lại với thương lái ngành hàng lúa gạo, thương lái cà phê cũng khá quan tâm tới các thông tin về sản xuất, tỷ lệ % lựa chọn có nhu cầu cũng khá cao, đối với thông tin “Biến động diện tích, sản lượng cà phê trong nước” lên tới 88,89% người lựa chọn có nhu cầu đối với loại thông tin này.

2.3.2.2. Thông tin thị trường cà phê

Đối với các thông tin thị trường cà phê, nhóm các đối tượng cán bộ quản lý và doanh nghiệp/HTX có tỷ lệ lựa chọn nhu cầu các loại thông tin ở mức cao. Người dân trồng cà phê và các thương lái chủ yếu quan tâm tới giá thu mua cà phê hoặc giá nguyên liệu đầu vào.

Bảng 14. Nhu cầu thông tin thị trường cà phê của các nhóm đối tượng (%)

Thông tin thị trường	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Giá thu cà phê trong tỉnh	80	45	67	67
Giá thu mua của đại lý	68	68	53	67
Giá thu mua của công ty	61	51	80	73
Giá cà phê xuất khẩu	73	43	73	40
Giá cà phê quốc tế	63	28	73	33
Tiêu thụ cà phê của các nước quốc tế	61	19	53	47
Tiêu dùng cà phê trong nước	59	26	47	33
Tin xuất khẩu cà phê	63	28	67	27
Tin nhập khẩu cà phê	51	12	67	33

Tin hoạt động chế biến cà phê trong nước	59	21	60	47
Giá phân bón	76	76	67	53
Giá thuốc BVTV	71	65	67	53
Giá giống	71	57	60	47
Giống mới/tốt	73	59	53	53
Tồn kho trong nước	54	23	60	33
Tồn kho quốc tế	51	15	53	40

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Cán bộ quản lý Nhà nước

Theo kết quả khảo sát, nhóm cán bộ quản lý Nhà nước rất quan tâm tới các thông tin về thị trường cà phê. Tất cả các loại thông tin thị trường đều được đối tượng này lựa chọn có nhu cầu với tỷ lệ rất cao trên 50%. Đối tượng này có nhu cầu lớn đối với giá thu mua cà phê trong tỉnh (80,49%). Tiếp theo là giá phân bón (75,61%), giá cà phê xuất khẩu (73,17%). Các thông tin về tồn kho cà phê được quan tâm với mức độ thấp hơn.

- Đối với giá thu mua cà phê nhóm quản lý Nhà nước lựa chọn tần suất thông tin là hàng ngày với trên 50%, ở dạng bản tin.
- Đối với giá vật tư đầu vào như giá phân bón nhóm cán bộ muốn sử dụng với tần suất hàng tuần hoặc hàng tháng, cung cấp với dạng bản tin hoặc số liệu.
- Các tin tức về xuất nhập khẩu cà phê hoặc các tin về tồn kho lựa chọn chủ yếu đó là tần suất hàng tháng ở dưới dạng bản tin, thông qua tv hoặc website.

Nông dân trồng cà phê

Qua khảo sát cho thấy đối tượng này quan tâm chủ yếu tới các loại chi phí phục vụ cho việc sản xuất và canh tác cà phê, cũng như giá bán đầu ra cho cà phê. Cụ thể: các thông tin về giá phân bón (76,03%), giá thuốc BVTV (64,88%), giá giống, giá thu mua đại lý và giá thu mua của công ty.

Đối với các loại thông tin về giá đầu vào, họ lựa chọn muốn biết được giá theo tần suất hàng tuần là chủ yếu, tiếp theo là giá theo tần suất hàng năm.

Vì là loại thông tin về giá cả nên dạng thông tin số liệu được chọn nhiều nhất. Đặc biệt hình thức nhận tin được lựa chọn đó là qua điện thoại di động theo tin nhắn SMS, chiếm tỷ lệ lớn trong các hình thức nhận tin.

Doanh nghiệp/HTX

Ngoại trừ thông tin về tiêu thụ cà phê trong nước với tỷ lệ 47% nhóm DN/HTX lựa chọn, nhóm DN/HTX có nhu cầu lớn đối với các dòng thông tin thuộc nhóm thông tin thị trường, đặc biệt là giá cà phê trong nước và quốc tế.

Với giá cà phê thu mua trong nước và quốc tế, thông tin nên được cung cấp với tần suất hàng ngày. Các thông tin thị trường khác có thể cung cấp theo tần suất hàng tuần hoặc hàng tháng.

Nhóm DN/HTX chủ yếu lựa chọn các thông tin thị trường ở dạng bản tin hoặc số liệu thông qua Website hoặc Email.

Thương lái/Đại lý

Theo kết quả điều tra, đối tượng thương lái/đại lý cà phê chủ yếu có nhu cầu đối với các thông tin về giá thu mua trong tỉnh cũng như một số thông tin về giá phân bón, thuốc BVTV, các loại giống mới/tốt. Tuy nhiên mức độ quan tâm cũng không lớn khi so sánh với các nhóm đối tượng khác.

2.3.2.3. Thông tin chính sách cà phê

Nhu cầu của các đối tượng về thông tin các loại chính sách hỗ trợ cà phê trong nước cũng khá cao. 73% cán bộ quản lý lựa chọn muốn biết các thông tin về chính sách hỗ trợ cà phê, trong khi doanh nghiệp/HTX và thương lái lần lượt là 67% và 53%. Trái lại, nông dân trồng cà phê lựa chọn nhu cầu loại thông tin này ở mức thấp là 42%. Tương tự đối với chính sách thương mại trong nước và quốc tế, chỉ nhóm cán bộ và nhóm doanh nghiệp/HTX quan tâm tới thông tin này.

Đối với các loại thông tin chính sách cà phê, các cán bộ quản lý Nhà nước lựa chọn tần suất chủ yếu là hàng năm đối với thông tin này chiếm tỷ lệ 44,83%. Với 2 dạng thông tin nên được cung cấp đó là dạng bản tin (48,14%) và dạng báo cáo đầy đủ (33,32%). Hình thức nhận tin nhóm đối tượng này lựa chọn chính là qua Website (57,13%) hoặc qua Email (35,7%).

Với tỷ lệ nhu cầu thông tin này chỉ là 41,74%, người nông dân vẫn chưa có những nhận thức đúng đắn và tiếp cận được các thông tin về chính sách. Trong số những người có nhu cầu đối với thông tin về chính sách, chiếm chủ yếu là được thông báo thông qua kênh chính quyền địa phương (loa đài, hội họp, tập huấn) 51,06%, sau đó tới hình thức Website và tin nhắn SMS.

Bảng 15. Nhu cầu thông tin chính sách ngành hàng cà phê của các nhóm tác nhân (%)

Thông tin chính sách	Cán bộ	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Chính sách hỗ trợ cà phê trong nước	73	42	67	53
Chính sách thương mại trong nước	56	38	60	47
Chính sách thương mại quốc tế	53	27	53	40

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

2.3.2.4. Thông tin dự báo cà phê

Nhu cầu thông tin dự báo của các đối tượng trong chuỗi cà phê cũng không nhiều, chủ yếu tập trung vào đối tượng quản lý Nhà nước phục vụ công việc báo cáo, hoạch định chính sách.

Bảng 16. Nhu cầu thông tin dự báo ngành hàng cà phê đối với các nhóm tác nhân (%)

Thông tin dự báo	Quản lý	Nông dân	Doanh nghiệp/HTX	Thương lái
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh	80	80	66	40
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của tỉnh khác	49	21	27	33
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh của các nước khác	41	10	20	20
Thông tin dự báo xuất khẩu, nhập	73	33	67	47

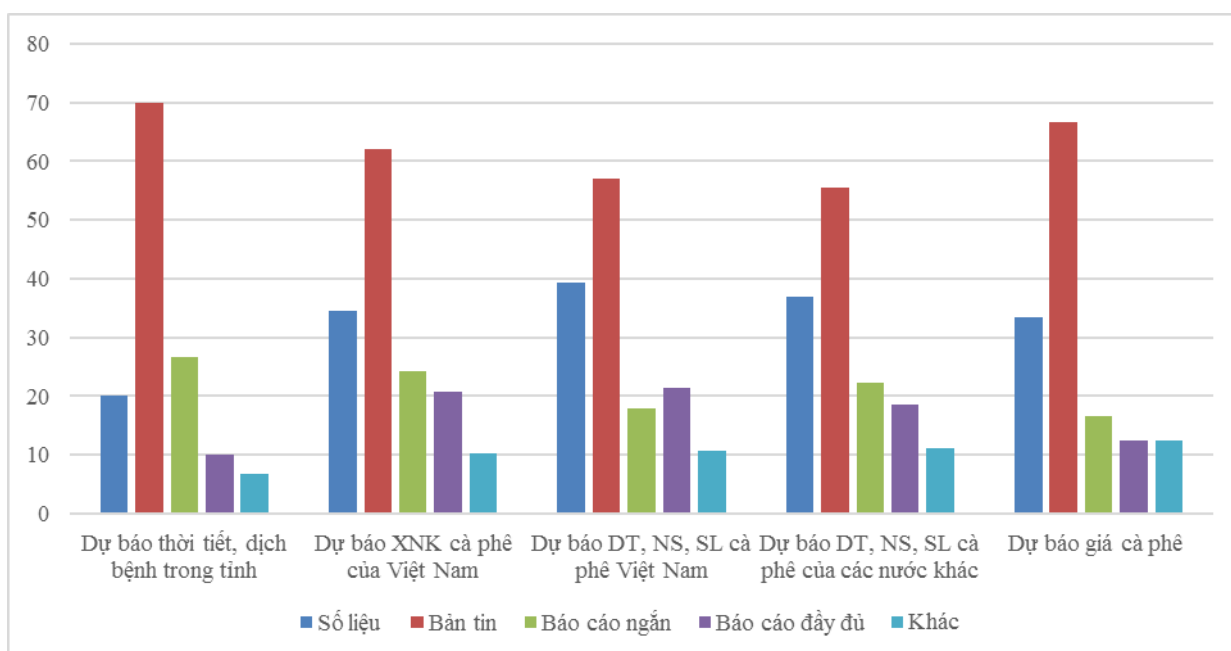
khẩu cà phê của Việt Nam				
Dự báo diện tích, năng suất sản lượng cà phê Việt Nam	73	36	60	40
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng cà phê của các nước khác	66	18	47	13
Thông tin dự báo giá cà phê	66	60	80	53

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Cán bộ quản lý Nhà nước

Các cán bộ quản lý Nhà nước có nhu cầu trong thông tin về dự báo thời tiết, dự báo XNK, diện tích, năng suất, sản lượng cà phê của Việt Nam cũng như nước ngoài; thông tin dự báo giá cà phê. Thông tin được lựa chọn chủ yếu thông qua hình thức các bản tin.

Hình 28. Nhu cầu dạng thông tin dự báo cà phê nhóm cán bộ quản lý lựa chọn (%)

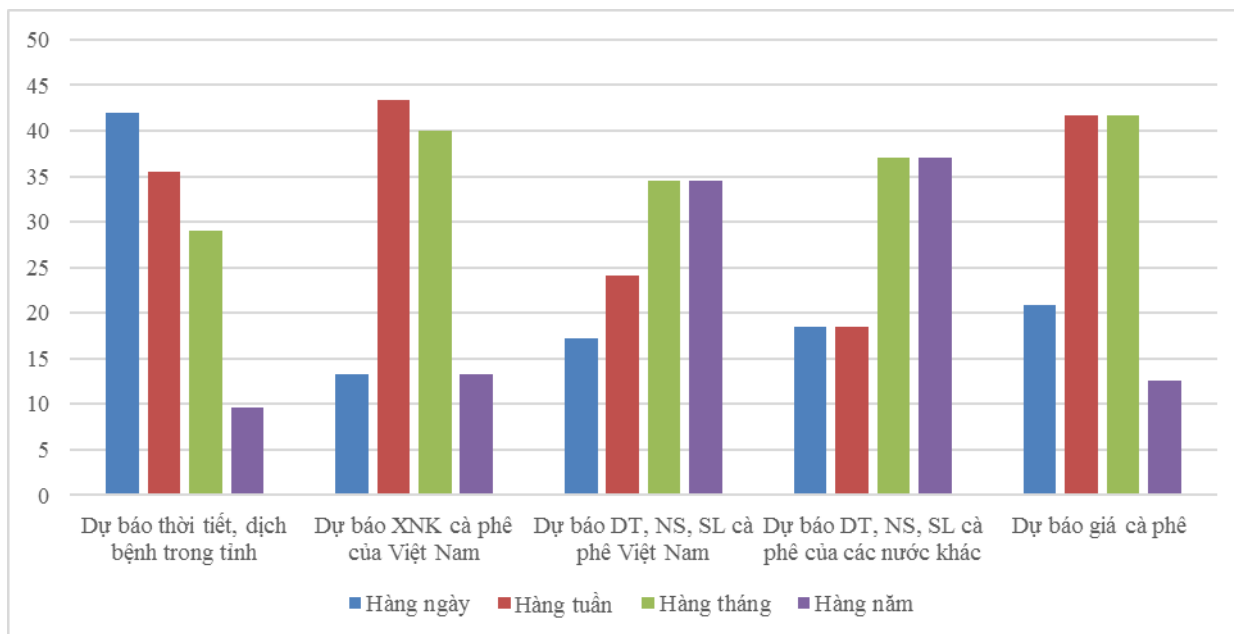


Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Tần suất đối với thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh với nhu cầu hàng ngày chiếm 41,94%. Trong khi tần suất đối với các dự báo XNK cà phê của Việt Nam và dự báo giá cà phê, được lựa chọn chủ yếu với tần suất hàng tuần và tháng. Đối với các dự báo

về diện tích, năng suất, sản lượng cà phê trong nước và quốc tế thông tin có thể cung cấp với tuần suất hàng tháng hoặc hàng năm.

Hình 29. Nhu cầu tần suất thông tin dự báo cà phê của cán bộ quản lý (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Hình thức nhận các thông tin dự báo mà nhóm cán bộ quản lý Nhà nước có nhu cầu chiếm tỷ trọng lớn nhất là thông qua các Website, TV, đài và Email, ngoài ra tin nhắn SMS.

Bảng 17. Nhu cầu hình thức nhận tin dự báo cà phê của nhóm cán bộ quản lý (%)

Hình thức nhận tin	Dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh	Dự báo XNK cà phê của Việt Nam	Dự báo DT, NS, SL cà phê Việt Nam	Dự báo DT, NS, SL cà phê của các nước khác	Dự báo giá cà phê
Tin nhắn SMS	29,99	18,51	11,54	8	18,19
Website	43,31	62,94	61,56	68	63,65
Email	33,32	44,43	38,48	32	36,37
TV, đài	39,99	44,43	50,01	48	45,46
Báo	6,66	11,1	11,55	8	4,55

Chính quyền địa phương (loa đài, hội họp/tập huấn)	9,99	11,1	11,55	8	13,64
Trực tiếp qua điện thoại hoặc gặp trực tiếp	3,33	0	0	0	0
Bảng tin ở địa phương	3,33	0	0	0	0
Khác	3,33	7,4	7,7	8	9,1

Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

Nông dân, doanh nghiệp và HTX cà phê

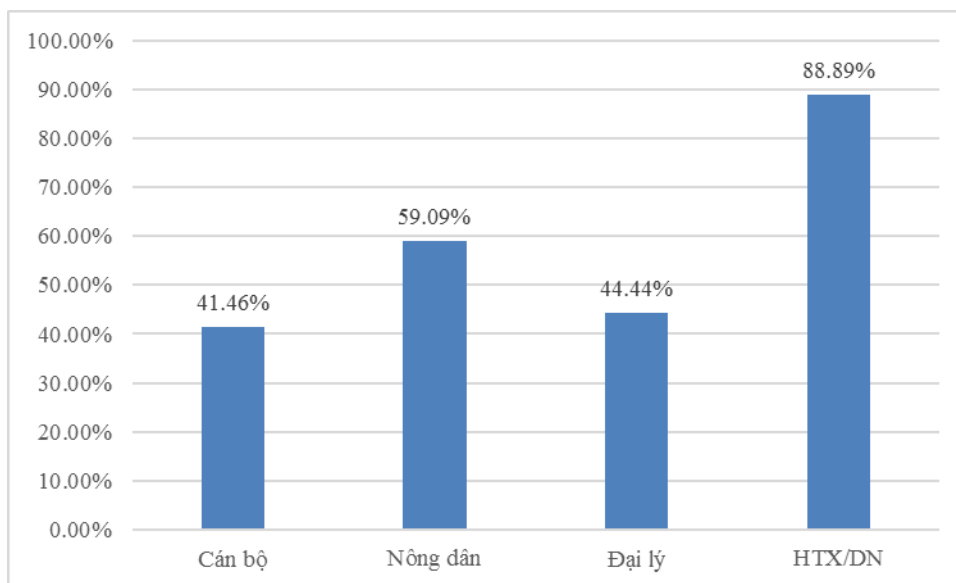
Các đối tượng là nông dân, doanh nghiệp và HTX cà phê có nhu cầu chủ yếu đối với các loại thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh trong tỉnh với tỷ lệ lựa chọn lần lượt là 80,17% và 66,67%. Các thông tin dự báo khác có tỷ lệ lựa chọn thấp hơn 50%.

Đối với nông dân trồng cà phê 68,07% người trả lời có nhu cầu lựa chọn tần suất nhận tin là hàng ngày với dạng thông tin là thông qua các bản tin (75,97%). Nhưng trái lại với nhóm cán bộ Quản lý Nhà nước, người dân có xu hướng muốn được cung cấp thông tin thông qua bản tin bằng tin nhắn SMS chiếm tỷ lệ 65,52% lựa chọn, tiếp theo là qua kênh Chính quyền địa phương với 27,59% lựa chọn.

2.3.2.5. Mức độ sẵn sàng trả phí sử dụng thông tin cà phê

Khi được hỏi về mức độ sẵn sàng trả phí khi sử dụng thông tin, nhóm Doanh nghiệp/HTX có tỷ lệ sẵn sàng trả cao nhất khi có tới 88,89% đồng ý. Sau đó là nhóm nông dân với 59,09%. Đối tượng đại lý/thu gom và cán bộ địa phương là hai nhóm có tỷ lệ sẵn sàng trả phí thấp hơn 50% lần lượt ở mức 44,44% và 41,46%.

Hình 30. Mức độ sẵn sàng trả phí của các nhóm đối tượng ngành cà phê (%)



Nguồn: Điều tra của IPSARD, 2016

III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

3.1. Kết luận chung về nhu cầu thông tin của các nhóm đối tượng

Cán bộ quản lý nhà nước

Đối tượng cán bộ quản lý là đối tượng có nhu cầu lớn nhất đối với các loại thông tin. Thông tin là cơ sở quan trọng trong tuyên truyền, phổ biến cho người dân, là cơ sở khuyến cáo, cảnh báo dịch bệnh thời tiết, kỹ thuật sản xuất cho người dân, cũng như xây dựng các chương trình, chiến lược, định hướng sản xuất kinh doanh. Nhu cầu thông tin của đối tượng này bao trùm từ thông tin sản xuất, thông tin thị trường cho tới các thông tin về chính sách và dự báo.

Loại phương tiện truyền tin được nhóm đối tượng cán bộ quản lý lựa chọn nhiều nhất đó là thông qua các Website hoặc cung cấp trực tiếp tới địa chỉ Email.

Doanh nghiệp, HTX

So sánh hiện trạng sử dụng thông tin với nhu cầu thông tin trong thời gian tới cho thấy nhu cầu của các DN/HTX cũng khá là đa dạng. Nhóm này chủ yếu là thiếu các thông tin về dự báo, hay các thông tin biến động thị trường, đặc biệt là các thị trường nước ngoài.

Thương lái

Ngoài thông tin về giá thu mua, thời tiết dịch bệnh, nhóm thương lái cũng quan tâm tới một số thông tin về sản xuất như biến động diện tích sản lượng trong nước và thế giới, kỹ thuật sản xuất.

Nông dân

Nông dân trồng lúa chủ yếu nhu cầu đối với thông tin dự báo thời tiết, tình hình dịch bệnh, ngoài ra họ cũng muốn biết thông tin về các điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín. Đối với thông tin thị trường, họ chủ yếu muốn biết giá vật tư nông nghiệp như giá phân bón, thuốc BVTV, giá giống các loại. Nông dân cũng có nhu cầu với các thông tin về dự báo giá và một số loại thông tin về sản xuất.

Người dân chủ yếu cập nhật các loại thông tin trên truyền hình với giá tham khảo tại các thời điểm. Đặc điểm làm việc chủ yếu trên ruộng hoặc nông trại, thời gian canh tác từ sớm. Lựa chọn thời điểm phát các bản tin một cách phù hợp, cũng như lịch chiếu theo giờ cố định.

Hình thức truyền tin thông qua TV, đài phát thanh vẫn là một trong những hình thức truyền tin hàng đầu tại cả 2 khu vực. Đặc biệt, khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài ra, hình thức nhận thông tin thông qua các tin nhắn SMS cũng là lựa chọn được rất nhiều nông dân tại cả 2 ngành hàng lựa chọn, đặc biệt là các thông tin về giá cả, với ưu điểm là có thể nhận tin bất cứ thời điểm nào, và xem lại bất cứ khi nào.

3.2. Khuyến nghị

Sau khi tìm hiểu thực trạng và nhu cầu thông tin của các đối tượng tác nhân trong chuỗi ngành hàng lúa gạo và cà phê, nghiên cứu đưa ra khuyến nghị các nội dung cần phải có của trang website về nội dung, tần suất, dạng thông tin và hình thức gửi tin cho từng đối tượng liên quan trong 2 ngành hàng lúa gạo và cà phê

Nội dung trang Website cần được xây dựng với đầy đủ các nhóm thông tin dưới đây bao gồm: Thông tin sản xuất, thông tin thị trường, thông tin chính sách và thông tin dự báo đối với cả 2 ngành lúa gạo và cà phê.

Các loại thông tin	Tần suất	Dạng thông tin
Thông tin sản xuất		
Thời tiết khí hậu	Hàng ngày	Bản tin
Tình hình dịch bệnh	Hàng tuần	Bản tin
Biến động diện tích, sản lượng trong nước, quốc tế	Hàng tháng	Bản tin
Điểm bán giống, phân bón, thuốc BVTV uy tín	Hàng tháng/năm	Bản tin
Điểm bán máy móc trang thiết bị sản xuất	Hàng tháng/năm	Bản tin
Kỹ thuật sản xuất		Báo cáo ngắn
Thông tin thị trường		
Giá thu mua trong tỉnh (đại lý, thương lái, công ty)	Hàng tuần	Bản tin/Số liệu
Giá xuất khẩu	Hàng tháng	Bản tin/Số liệu
Giá quốc tế	Hàng ngày	Bản tin/Số liệu
Tiêu thụ trong nước, quốc tế	Hàng tháng	Bản tin
Tin xuất nhập khẩu, chế biến	Hàng tháng	Bản tin
Giá vật tư đầu vào: phân bón, thuốc BVTV, giống	Hàng tháng	Bản tin/Số liệu

Giống mới/tốt	Hàng tháng/năm	Bản tin
Tồn kho trong nước, quốc tế		Bản tin
Chính sách liên quan đến ngành hàng	Hàng tháng/năm	Bản tin
Thông tin dự báo		
Thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh	Hàng tuần	Bản tin
Thông tin dự báo xuất khẩu, nhập khẩu cà phê của Việt Nam	Hàng tháng/năm	Bản tin
Dự báo diện tích, năng suất sản lượng cà phê Việt Nam	Hàng tháng/năm	Bản tin
Dự báo diện tích, năng suất, sản lượng cà phê của các nước khác	Hàng tháng/năm	Bản tin
Thông tin dự báo giá cà phê	Hàng tháng/năm	Bản tin/Số liệu

Đối tượng truy cập website chủ yếu là cán bộ quản lý và doanh nghiệp vì vậy để nông dân, thương lái có thể tiếp cận thông tin, có thể truyền tin thông qua cách thức truyền thống đó là TV hoặc gửi tin nhắn SMS trực tiếp tới các đối tượng này.