

Tìm hiểu các yếu tố tác động đến ý định sử dụng rau an toàn của người dân ở Huế

HOÀNG HẢI
NAKAYASU AKIRA

I. MỞ ĐẦU

Rau xanh là thực phẩm thường nhật không thể thiếu trong bữa ăn hàng ngày của người dân Việt Nam. Chất lượng của nó đối với sức khỏe con người đang ngày càng trở nên mối bận tâm lớn của người tiêu dùng. Bởi lẽ rau xanh có mặt trên thị trường có cả hai loại: rau không an toàn (rau bị nhiễm thuốc bảo vệ thực vật, nitrat, kim loại nặng vượt ngưỡng cho phép) và rau an toàn¹...

Rau an toàn đã được sản xuất nhiều nơi, đã lưu thông trên thị trường (siêu thị, cửa hàng rau an toàn, chợ...), nhưng chưa đến được với mọi bếp ăn của mọi gia đình. Vì sao?

Nhằm tìm hiểu thái độ cũng như các yếu tố tác động đến suy nghĩ và thái độ của người tiêu dùng Huế đối với rau an toàn, chúng tôi đã tiến hành điều tra phỏng vấn người dân Huế và áp dụng những phương pháp phân tích thống kê mới, để có thể phân tích chính xác những yếu tố nào thực sự ảnh hưởng đến quyết định sử dụng rau an toàn của họ. Từ kết quả nghiên cứu ấy mà đề xuất những kiến nghị, giải pháp khả thi để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng rau an toàn, nhằm phát triển sản xuất thực phẩm an toàn với mục đích bảo vệ sức khỏe cho con người, góp phần bảo đảm an toàn cho xã hội và môi trường.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu được sử dụng trong bài nghiên

cứu này là số liệu được lấy từ cuộc điều tra trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2005. Chúng tôi đã tiến hành phỏng vấn 89 hộ (được chọn ngẫu nhiên từ danh bạ điện thoại của thành phố Huế).

Do có nhiều yếu tố có khả năng liên quan đến ý định sử dụng rau an toàn của người dân Huế, và một số yếu tố có thể có mối liên quan tương hỗ lẫn nhau, do đó chúng tôi sử dụng 2 mô hình phân tích để tìm hiểu sự ảnh hưởng này như sau:

- Mô hình phân tích nhân tố: áp dụng mô hình này nhằm phân tách ra nhóm những nhân tố chính có nhiều ảnh hưởng đến ý định sử dụng rau an toàn của người dân Huế.

- Mô hình hồi qui Lô-gíc: sau khi nhóm những nhân tố chính đã được phân tách bằng phương pháp trên, chúng tôi lại dùng phương pháp phân tích thống kê lô-gíc hồi qui tuyến tính² dành cho các nghiên cứu về

Hoàng Hải, ThS; Nakayasu Akira, GS. TS, Trường Đại học Ehime, Nhật Bản.

1. Định nghĩa về rau an toàn: “Những sản phẩm rau tươi (bao gồm tất cả các loại rau ăn củ, thân, lá, hoa, quả có chất lượng giống như đặc tính của nó, hàm lượng các chất độc và mức độ nhiễm các sinh vật gây hại ở dưới mức cho phép, đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng và môi trường thì được gọi là rau đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, gọi tắt là “rau an toàn”)
2. Viết tắt của tên tiếng Anh: Statistical Package for Social Sciences (Version 10).

Tìm hiểu các yếu tố ...

kinh tế - xã hội, để có thể phân tích sâu hơn mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trên đến xu

hướng và suy nghĩ của người tiêu dùng đối với việc sử dụng rau an toàn như thế nào?

Mô tả các biến dành cho 2 phương pháp trên như sau:

Các biến	
Biến	Mô tả biến
Có ý định sử dụng rau an toàn hay không?	Biến này là một biến phụ thuộc. Hộ gia đình có ý định sử dụng rau an toàn giá trị = 1, nếu không giá trị = 0
Thu nhập	Thu nhập của các hộ gia đình là giá trị tương ứng đặt theo các khoảng thu nhập mà chúng tôi đặt ra khi điều tra. =1: Thu nhập dưới 1.000.000 =2: Thu nhập nằm trong khoảng trên 1.000.000 và dưới 3.000.000 =4: Thu nhập nằm trong khoảng trên 3.000.000 và dưới 5.000.000 =6: Thu nhập nằm trong khoảng trên 5.000.000 và dưới 7.000.000
Học vấn	Học đến lớp 12, nhận giá trị là 0; học từ trung cấp trở lên nhận giá trị là 1
Tuổi	Biến tuổi được chia làm 2 khoảng: < 27 tuổi và > 55 tuổi, giá trị = 0; tuổi từ 27 - 55, giá trị = 1. Chúng tôi giả thiết rằng những người nằm trong độ tuổi từ 27-55 có mức độ quan tâm đối với vấn đề an toàn thực phẩm khác nhóm còn lại.
Có trẻ em dưới 10 tuổi trong gia đình không?	Hộ gia đình có 1 hoặc hơn 1 trẻ em dưới 10 tuổi nhận giá trị = 1; hộ gia đình không có trẻ em dưới 10 tuổi = 0. Chúng tôi giả thiết rằng: những gia đình có trẻ nhỏ thường quan tâm nhiều đến sự an toàn của thực phẩm.
Đối với người bán hàng	1 = tin, 2 = không tin, 3 = không rõ
Nỗi lo ngại khi mua thực phẩm	Lo ngại đối với rau =1, đối với thịt =2, đối với trái cây =3, đối với cá lẫn cá nóc = 4
Có cần giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm	Cần = 1, không cần = 2, không rõ = 3
Ai là người nội trợ chính?	Người nội trợ chính = 1, không nội trợ = 0
Giới tính	Nam = 1, Nữ = 0
Hôn nhân	Đã lập gia đình = 1; đang sống độc thân = 0
Giá của rau an toàn	Nếu cho giá rau là đắt: giá trị của biến = 1; chấp nhận được = 0
Nỗi lo các loại rau không an toàn	Rau nhiễm thuốc trừ sâu = 1, rau có chứa nhiều đạm = 2, rau nhiễm trứng của giun sán = 3, rau nhiễm kim loại nặng = 4
Có tin tưởng vào các phương pháp làm sạch rau ?	Có tin rằng rau thường có thể biến thành rau an toàn bằng cách rửa kỹ, đun nấu kỹ không? Có = 2, không = 1, không rõ = 3

Nguồn dữ liệu thứ 2 là các công trình nghiên cứu về sản xuất và tiêu thụ rau an toàn của các tác giả trong và ngoài nước (gồm cả các công trình nghiên cứu đã và chưa xuất bản), các điều luật về sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở Việt Nam.

III. TÌNH HÌNH CHUNG VỀ VIỆC SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ RAU AN TOÀN Ở VIỆT NAM

Rau xanh bị nhiễm thuốc trừ sâu bệnh (bao gồm cả các loại thuốc bị cấm hoặc hạn chế sử dụng), ni-trat (nitrates) và kim loại nặng là do người trồng rau trong quá trình sản xuất đã lạm dụng thuốc trừ sâu và phân bón hóa học. Vì hiểu biết hạn chế mà họ đã sử dụng thuốc bảo vệ thực vật vượt quá liều lượng cho phép (kể cả một số loại thuốc đã bị cấm như: Monitor, Wolfatox...) (Phong, 1998). Nhiều nhà nông còn cho rằng, rau chỉ xanh và đẹp khi được bón nhiều phân hóa học (Tuyển, 1998).

Thông qua các chương trình khuyến khích sản xuất rau an toàn của Nhà nước và các chính quyền địa phương, rau an toàn đã được sản xuất và cung cấp cho các siêu thị, nhà hàng, khách sạn hoặc bán trực tiếp ở chợ. Nhưng hiện nay, phần lớn rau an toàn được bán trên thị trường không có giấy chứng nhận chất lượng hàng hóa³, xuất xứ... Một bộ phận lớn người tiêu dùng chưa quen sử dụng rau an toàn. Mặt hàng rau an toàn bán không chạy, dẫn đến việc sản xuất ra nó kém phát triển. Hơn nữa chi phí sản xuất rau an toàn thì cao hơn mà sản lượng của nó lại kém rau thường⁴. Bước đầu, nếu người sản xuất rau an toàn không có sự trợ giá từ phía Nhà nước, mặt hàng của họ không được thị trường chấp nhận giá cao hơn thì chắc chắn chuyện lỗ lãi sẽ kìm hãm việc sản xuất rau an toàn.

Trong tình hình như trên, chúng tôi đã điều tra lại lần 2 đối với người tiêu dùng ở Huế, nhằm tìm hiểu phần nào những yếu tố tác động đến việc sử dụng rau an toàn của

người tiêu dùng ở Huế nói riêng và người tiêu dùng Việt Nam nói chung.

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

1. Thông tin chung

Thành phố Huế nằm ở khu vực miền Trung của Việt Nam. Tuy là một thành phố nhỏ, nhưng Huế là một trung tâm văn hóa và du lịch của Việt Nam; diện tích đất tự nhiên là 70,99 km²; dân số khoảng 311.642 người (năm 2002). Thành phố Huế thuộc tỉnh Thừa-Thiên Huế – một tỉnh có diện tích tự nhiên là 5.055 km², dân số trung bình năm 2002 là 1.092.000 người, chiếm 1,5% về diện tích và 1,4% về dân số so với cả nước.

Năm 2005, Huế có 1 siêu thị nhỏ và các chợ lớn như: chợ Đông Ba, chợ An Cựu... ngoài ra còn có một số chợ xép, chợ cóc... ở các vùng đông dân.

Các hộ được điều tra sống trong khu vực thành phố Huế, ở các phường Trường An, Vĩnh Lợi, Phước Vĩnh, Thuận Thành. Trong số người được phỏng vấn, nữ chiếm 85,4%; trong đó số người trực tiếp đi chợ và mua sắm thức ăn cho gia đình chiếm 79,8%. Do vậy, chúng tôi cho rằng kết quả điều tra thu được sẽ phản ánh chính xác suy nghĩ, hành động của người tiêu dùng ở Huế đối với vấn đề rau an toàn. Đây chính là những người nắm rõ các mặt hàng ở chợ, nơi mua sắm; do đó họ sẽ trả lời chính xác cái gì họ biết, cái gì họ cần cho bản thân và gia đình mình. Các hộ mà chúng tôi đã phỏng vấn thì mỗi gia đình có khoảng 3-4 thành viên, cá biệt có những gia đình có khoảng 5-6 thành viên (do những hộ này có 3-4 con trở lên hoặc là có 3 thế hệ cùng sống chung dưới một mái nhà).

3. Hiện nay, qua điều tra, chúng tôi chỉ thấy ở một số siêu thị ở thành phố Hồ Chí Minh có bán rau sạch có nhãn hiệu của Công ty Sao Việt, thuộc Công ty dịch vụ Bảo vệ thực vật An Giang.

4. Theo Hải, chi phí cho sản xuất rau an toàn cao hơn rau bình thường khoảng 16%. Năng suất và sản lượng của rau an toàn thấp hơn rau bình thường khoảng 19% (Hội, 2002).

2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

a. Mô hình phân tích nhân tố:

Với mức giải thích 78,438% kết quả phân tích nhân tố đã cho một nhóm 6 yếu tố có nhiều khả năng ảnh hưởng đến ý định sử dụng rau an toàn của người dân

Huế như sau: thu nhập, tuổi, số trẻ em dưới 18 tuổi, trình độ học vấn, suy nghĩ của người tiêu dùng Huế đối với giá rau an toàn hiện nay thiếu yếu tố, sự tin tưởng vào người bán hàng. Hệ số tổ hợp từ các yếu tố trên như sau:

BẢNG 1: Hệ số tổ hợp của các nhân tố chính

	Các yếu tố chính					
	1	2	3	4	5	6
Thu nhập của hộ gia đình	0,037	0,428	-0,047	0,029	0,141	0,188
Trẻ em trong gia đình	0,505	-0,066	-0,061	0,106	0,114	-0,044
Ý kiến đối với giá của rau an toàn	-0,124	0,243	0,213	-0,145	-0,068	-0,310
Trình độ học vấn	-0,097	0,600	-0,143	-0,040	-0,157	-0,059
Tuổi của người được phỏng vấn	0,467	-0,004	0,015	-0,078	-0,199	-0,043
Sự tin tưởng đối với người bán hàng	0,191	-0,096	0,058	-0,503	0,101	0,107
Nỗi lo sợ khi mua thực phẩm	-0,027	-0,039	-0,013	-0,055	0,777	0,057
Nỗi sợ đối với rau không an toàn	0,096	-0,028	0,543	0,200	0,280	-0,156
Ý kiến về chứng chỉ chất lượng cho rau an toàn	0,061	0,158	-0,650	-0,019	0,169	-0,229
Phương pháp làm sạch rau	-0,063	0,043	0,044	-0,043	0,028	0,822
Người phụ trách nội trợ trong gia đình	0,127	-0,090	0,174	0,690	0,033	0,028

Vậy, cả 6 yếu tố trên cùng ảnh hưởng đến ý định sử dụng rau an toàn của người tiêu dùng Huế như thế nào; những yếu tố nào là yếu tố thực sự có ảnh hưởng đến ý định này?

Chúng tôi áp dụng phương pháp phân tích logistic hồi quy tuyến tính để tìm ra những yếu tố có ảnh hưởng thực sự đối với vấn đề này.

b. Mô hình Logistic

BẢNG 2: Kết quả phân tích logistic các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng rau an toàn

Các loại biến	Kí hiệu của các biến	Hệ số góc (β)	Sai số (S.E)	Wald	Độ tin cậy (Sig.)
Hằng số (Constant)		-5,005	1,298	14,859	0,000
Tuổi	X_1	2,172	0,911	5,681	0,017
Trẻ nhỏ	X_2	2,417	1,014	5,677	0,017
Giá	X_3	-2,253	0,834	7,291	0,007
Thu nhập	X_4	1,019	0,299	11,595	0,001
-2 log likelihood			48,646		
Hệ số xác định (R^2) theo Cox & Snell			0,567		
Hệ số xác định (R^2) theo Nagelkerke			0,757		
Giá trị Chi bình phương (β) [df]			74,453 [4]		

Ghi chú

- * [df]: số bậc tự do
- * -2 log likelihood: hệ số thể hiện mức độ phù hợp của mô hình xây dựng (tuyến tính) với các số liệu thu được.
- * Wald: giá trị kiểm định của hệ số góc (độc)
- * β : hệ số góc hay còn gọi là hệ số hồi quy.

Ước lượng mức độ chính xác của mô hình:

BẢNG 3: Mức chính xác

	Ước lượng			
	Ý định sử dụng			Tỷ lệ chính xác
		Không có	Có	
Ý định sử dụng	Không có	45	2	95,7
	Có	5	37	88,1
Tổng				92,1

Qua phân tích chúng tôi thấy các yếu tố như: trình độ học vấn, sự tin tưởng vào người bán hàng đã bị loại khỏi mô hình. Như vậy, trong 6 yếu tố (như đã nói ở trên) đã được lọc ra bởi phương pháp phân tích nhân tố chỉ còn 4 yếu tố: tuổi, trẻ nhỏ, thu nhập và giá cả có mối quan hệ tuyến tính và có ảnh hưởng thực sự đến ý định sử dụng rau an toàn của người tiêu dùng Huế. Các yếu tố này có ảnh hưởng ở mức có ý nghĩa với khoảng tin cậy rất lớn (sig. = 0.017 -0.001 tương đương 99,3 -99,99% độ tin cậy). Bên cạnh đó giá trị -2 log likelihood rất nhỏ, giá trị Chi bình phương cũng nằm trong khoảng tin cậy chấp nhận được (sig =0.000), mức độ chính xác của mô hình đạt 92,1%; chứng tỏ mô hình tuyến tính với các yếu tố trên là phù hợp. Mô hình được xây dựng như sau:

$$e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4}$$

$$Y = \frac{1}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4}}$$

Mô hình tuyến tính hóa có dạng:

$$\ln\left(\frac{Y}{1-Y}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Với: Y là ý định sử dụng rau an toàn và X₁, X₂, X₃, X₄ là các biến theo như bảng số 2.

(1). Ảnh hưởng của yếu tố "thu nhập":

Hệ số hồi quy của biến thu nhập có giá trị kiểm định là 11,595, có ý nghĩa ở mức p=0,001 cho thấy rằng thu nhập có ảnh hưởng đến việc sử dụng rau an toàn của

người tiêu dùng. Điều này chứng tỏ rằng người có thu nhập cao sẽ vui lòng chi thêm tiền để mua thực phẩm an toàn nhằm bảo vệ sức khỏe cho gia đình họ, và đây chính là nhóm người rất quan tâm đến vấn đề an toàn thực phẩm hơn những nhóm khác. Một lý do có liên quan với yếu tố thu nhập là người có thu nhập cao thì thường có cơ hội tiếp xúc với những nguồn thông tin liên quan đến vấn đề an toàn thực phẩm (do môi trường sống, giao tiếp, ti vi, báo chí...) và thường ghé những cửa hàng thực phẩm cao cấp. Chúng ta có thể thấy rõ mối liên quan giữa thu nhập và vấn đề tiêu thụ rau an toàn qua bảng 4 dưới đây.

BẢNG 4: Mối liên quan giữa ý định sử dụng rau an toàn và thu nhập

Thu nhập (1.000) VND	Có ý định sử dụng (%)	Không có ý định sử dụng (%)
< 1.000	0	100
>1.000 - <3.000	100	0
>3.000 - <5.000	100	0
>5.000 - <7.000	80	20

Beatrice cũng cho rằng, khi có được thu nhập cao thì người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến số lượng mà còn quan tâm đến chất lượng hàng hóa (Beatrice and el al., 2002). Có nhiều nghiên cứu cho thấy rằng người tiêu

dùng sẵn sàng trả thêm tiền để mua rau không bị nhiễm thuốc trừ sâu (Moustier et al., 2002, Ali, 2001).

Tuy vậy, theo Jussaume và Judson (1992) về mối liên quan giữa mức thu nhập và sự quan tâm đến an toàn thực phẩm thì có 2 có ý kiến khác nhau (Jussaume and Judson, 1992); Kinnear et al., (1974) và Sachs et al., (1987) đã đưa ra những ý kiến trái ngược nhau về vấn đề này. Kinnear et al. thì cho rằng những người có thu nhập cao ở Canada quan tâm đối với thực phẩm an toàn hơn nhóm người có thu nhập thấp (Kinnear, 1974). Trái lại, Sachs et al., thì cho rằng hầu như rất ít hay chẳng có mối liên hệ nào giữa thu nhập và thái độ đối với vấn đề an toàn thực phẩm (Sachs et al., 1987).

(2). Ảnh hưởng của yếu tố "tuổi":

Sự khác biệt của 2 nhóm tuổi đối với ý

định sử dụng rau an toàn rất khác nhau ở mức ý nghĩa ở mức $p = 0,017$. Theo kết quả phân tích thống kê, chúng tôi thấy nhóm những người tiêu dùng trong độ tuổi 27 đến 55 có ý định sử dụng rau an toàn rõ hơn nhóm còn lại (nhóm dưới 27 và trên 55 tuổi). 71,7% số người được phỏng vấn trong độ tuổi 27-55 có ý định sử dụng rau an toàn, trong khi chỉ có 21,1% của những người ngoài độ tuổi này đồng ý sử dụng rau an toàn.

Webster cũng cho rằng độ tuổi là một trong những yếu tố quan trọng nhất tác động đến mức độ nhận biết nguy hiểm đối với thực phẩm hay các vấn đề khác của người tiêu dùng (Webster, 1975). Nói một cách khác, tuổi tác có quan hệ đến mức độ thu thập thông tin từ bên ngoài, mức độ nhạy về phản ứng đối với các vấn đề đời sống và xã hội.

BẢNG 5: Mối liên quan giữa ý định sử dụng rau an toàn và tuổi

Tuổi	Có ý định sử dụng (%)	Không có ý định sử dụng (%)
<27 và >55	11,1	88,89
27 - 55	71,7	28,3

(3). Ảnh hưởng của yếu tố trẻ con:

Sự khác biệt giữa các nhóm có trẻ em hoặc không có trẻ em dưới 10 tuổi có hệ số hồi quy = 2,417 (với Wald = 5,677), có ý nghĩa ở mức khá cao $p = 0,017$. Theo kết quả điều tra thì 70,2% hộ gia đình có trẻ dưới 10 tuổi có ý định sử dụng rau an toàn, trong khi chỉ có 6,2% hộ gia đình không có trẻ dưới 10 tuổi có ý định ấy. Điều này có nghĩa những hộ gia đình có

trẻ em dưới 10 tuổi sẽ quan tâm nhiều hơn và có ý định rõ rệt trong việc sử dụng rau an toàn. Cũng có thể là do những gia đình ấy ngoài ý thức bảo vệ sức khỏe bình thường, còn có bản năng tự nhiên bảo vệ con cái của bố mẹ. Polacheck (1989) và Jussaume and Judson), cũng cho rằng sự quan tâm đến thực phẩm an toàn của nhóm người đã có con cái cao hơn các nhóm khác.

BẢNG 6: Mối liên quan giữa ý định sử dụng rau an toàn và yếu tố con cái

Trẻ nhỏ dưới 10 tuổi	Có ý định sử dụng (%)	Không có ý định sử dụng (%)
Có	70,2	29,8
Không	6,2	93,8

(4). Ảnh hưởng của yếu tố “giá cả”:

Yếu tố giá có hệ số hồi quy đạt mức tin cậy $p = 0,007$ (với giá trị Wald = 7,291). Hệ số hồi quy = -2,253, điều này có nghĩa giá rau an toàn cao sẽ làm giảm mức tiêu thụ nó; một bộ phận người tiêu dùng không sẵn sàng mua rau an toàn vì giá nó cao. 50,6% người được hỏi đều cho rằng giá rau an toàn khá cao. Đây là trở ngại đối với những hộ gia đình có thu nhập thấp. Người có thu nhập thấp tìm mua rau xanh bình thường, giá rẻ cho hợp túi tiền mình, vô tình trở thành nạn nhân của các vụ ngộ độc thực phẩm. Mặt khác, những người có thu nhập thấp thường có ít thời gian để thu nhận thông tin từ các phương tiện truyền thông, và vì thói quen cũ nên họ chưa quan tâm nhiều đến mặt hàng rau an toàn. Theo Figuié, khi hỏi những người bán rau an toàn: “Ai sẽ là những khách

hàng chính, thường xuyên mua rau an toàn” thì câu trả lời thường là “những người có thu nhập cao” (Figuié, 2003)

Chúng tôi còn nhận thấy hiểu biết của một số người tiêu dùng về rau an toàn chưa chính xác, hoặc có người chọn mua rau chỉ dựa vào hình thức bên ngoài⁵ (Figuié, 2004)... Những yếu tố này có thể ảnh hưởng ít nhiều đến xu hướng sử dụng rau an toàn của người tiêu dùng Huế.

Mặc dù có nhiều lý do dẫn đến quyết định sử dụng rau an toàn của nhóm người được điều tra, nhưng có thể khẳng định rằng rau an toàn là một trong những lựa chọn quan trọng được họ quan tâm khi mua thực phẩm. Theo Kramer, sự quan tâm của khách hàng có thể dẫn đến sự thay đổi xu hướng mua sắm của họ một cách tự phát (Kramer, 1990).

BẢNG 7: So sánh giá rau thường và rau an toàn

(Đơn vị: VND)

Loại rau	Rau an toàn	Rau thường	Hiệu số chênh lệch	Tỉ lệ%
Cải bắp	5100	2800	2300	82,14
Cà rốt	8300	7000	1300	18,57
Xà lách	14500	8000	6500	81,25
Khoai tây	10500	10000	500	5,00
Bông cải trắng	11900	4500	7400	74,00
Bông cải xanh	10000	6000	4000	44,44
Cần tây	5200	4200	1000	23,81
Bó xôi	7200	5600	1600	13,33
Dưa chuột	5300	3500	1800	51,43
Đậu Hà Lan	27000	25000	2000	8,00
Hành lá	20000	18000	2000	11,11
Bí xanh	5000	3000	2000	66,67
Mướp đắng	5600	3500	2100	60,00
Bí Nhật Bản	5000	4200	800	19,05
Đậu tây	7600	5000	2600	52,00

(Kết quả điều tra 2004-2005)

5. Một số người tiêu dùng cho rằng họ có thể “làm cho rau thường thành rau an toàn bằng cách rửa bằng nước muối, nước rửa rau, hoặc đun

nấu thật kỹ...(cách làm này chỉ có tác dụng làm sạch cơ học). Figuié còn cho biết một số người tiêu dùng đã dùng nước vo gạo để rửa rau (Figuié, 2003).

KẾT LUẬN

Người tiêu dùng Huế sẽ sử dụng rau an toàn để tránh bị ngộ độc, bởi vì nó góp phần bảo đảm sức khỏe cho bản thân và gia đình họ. Các yếu tố như: thu nhập, con cái, tuổi, học vấn, có ảnh hưởng rõ rệt đối với việc sử dụng rau an toàn của người tiêu dùng.

Giá cả của rau an toàn còn khá cao. Nếu kiểm soát được khâu phân phối, giảm bớt tầng lớp trung gian thì sẽ giảm được sự chênh lệch giá và sẽ kiểm soát được việc tăng giá rau an toàn. Ngoài ra, tăng cường sự hiểu biết, thừa nhận giá trị của rau an toàn cũng là một cách làm cho người tiêu dùng chấp nhận sử dụng rau an toàn. Do vậy, tăng cường giáo dục cho người sản xuất lẫn người tiêu dùng về an toàn vệ sinh thực phẩm, cũng như marketing và quảng cáo cho rau an toàn nhiều hơn; mở thêm nhiều địa điểm bán rau an toàn là những biện pháp hữu hiệu giúp cho rau an toàn được tiêu thụ dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, nên có chế độ ưu đãi nhằm khuyến khích các công ty, xí nghiệp xuất khẩu rau an toàn.

Chúng tôi cũng thấy rằng người tiêu dùng Huế sẽ sẵn sàng sử dụng rau an toàn nếu rau an toàn có chứng chỉ chất lượng hay có xuất xứ nguồn gốc sản phẩm rõ ràng. Do vậy, Nhà nước cần có những giải pháp để quản lý chất lượng rau an toàn, nhất là có những hình thức xử phạt đối với những nhà sản xuất cung cấp rau an toàn không đúng chất lượng đã công bố, hoặc những kẻ làm hàng nhái, hàng giả. Khuyến khích phát triển các dịch vụ buôn bán tư nhân, nhất là khuyến khích các công ty tư nhân mua bán rau an toàn với người sản xuất theo phương thức hợp đồng trực tiếp giữa hai bên, đây cũng là một hình thức nhằm giảm các tầng lớp buôn bán trung gian, tránh được việc rau an toàn bị tăng giá, mà cũng nhằm quản lý chất lượng rau an toàn được chặt chẽ hơn.

Người tiêu dùng không có điều kiện để tự mình xác định chất lượng sản phẩm, do vậy cần có cơ quan thứ ba có tư cách và có đủ

điều kiện kiểm định đảm nhận việc này cho họ.

Mọi con đường của thực phẩm là đến với sức khỏe con người; rau an toàn là một trong những con đường ấy. Phải làm thế nào để các bà nội trợ khi xách làn đi chợ luôn có ý thức “điểm mặt chỉ tên” đúng món rau xanh cần thiết cho sự an bình của mình và người thân: **rau an toàn**. Rau an toàn là một trong những thực phẩm tối ưu cho sự bình yên của mọi gia đình, cho sức khỏe là hạnh phúc mọi nhà ./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Bá Phong, Phạm Xuân Tùng, Võ Khiêm, “Điều tra hiện trạng ô nhiễm môi trường và nghiên cứu của sản xuất thử nghiệm rau sạch tại Đà Lạt”, Tạp san Khoa học kỹ thuật nông lâm nghiệp, Đại học Nông Lâm thành phố Hồ Chí Minh, 3-1988, tr. 131 -135.
2. Bùi Cách Tuyến, Nguyễn Thị Vân Hà, Nguyễn Văn Sơn. “Nghiên cứu hàm lượng nitrate trong một số rau trồng phổ biến tại tỉnh Lâm Đồng”, Tạp san Khoa học kỹ thuật nông lâm nghiệp, Đại học Nông Lâm, 3-1998, tr. 157-166.
3. Theo trang Web của Công ty Du lịch Việt Nam (Vietnamtourism Co.,Ltd):
http://www.vietnamtourism.com/v_pages/tourist/destination.asp?mt=8454&uid=530.
- Và theo trang Web của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên - Huế:
<http://www.thuathienhue.gov.vn/Gioithieu/Dieukien/>
4. Kết quả điều tra 2004-2005
5. Beatrice L. R., Jennifer, C., “Food-Based Safety Nets and Related Programs” (29735), Social Protection Discussion Paper Series, Social Safety Net Primer Series, Social Protection Unit Human Development Network, The World Bank, No.0025, p4
6. Moustier, P., Bridier E., Loc, N.T.T, “Food Safety in Hanoi’s Vegetable Supply: Some Insights from a Consumer Survey”, E. Hanak, E. Boutrif, P. Fabre, M. Pineiro (Scientific Editors), 2002. Food Safety Management in Developing Countries. Proceedings of the International

- Workshop, CIRAD-FAO, 11-13 December 2000, Montpellier, France, p. 4
7. Ali, M. and et al., "Vegetable Research and Development in the ASEAN Region: A Guideline for Setting Priorities", Perspectives of ASEAN Cooperation in Vegetable Research and Development, Proceedings of the Forum on the ASEAN-AVRDC Regional Network on Vegetable Research and Development (AARNET) 24-26th, September 2001, Asian Vegetable Research and Development Center Shanhua, Taiwan, C. George Kuo, Editor, p. 44.
 8. Jussaume, R.A. Jr and Judson, D.H. (1992), "Public perceptions about food safety in the United States and Japan", Rural Sociology, Vol. 57 No. 2, pp. 235-49.
 9. Kinnear, T.C., Taylor, J.R. and Ahmed, S.A. (1974), "Ecologically concerned consumers: who are they?", Journal of Marketing, Vol. 38 No. 2, pp. 20-4.
 10. Sachs, C., Blair, D. and Richter, C. (1987), "Consumer pesticide concerns: a 1965 and 1984 comparison", Journal of Consumer Affairs, Vol. 21, pp. 96-107.
 11. Webster, F.E. Jr (1975), "Determining the characteristics of the socially conscious consumer", Journal of Consumer Research, Vol. 2, pp. 188-96.
 12. Polacheck, D.E. and Polacheck, S.W. (1989), "An indirect test of children's influence of effectiveness in parental consumer behaviour", the Journal of Consumer Affairs, Vol. 23 No. 1, pp. 91-110.
 13. Figuié, M., "Consumer perception of vegetable (tomatoes and water morning glories) quality in Hanoi", Sustainable Development of Peri-urban Agriculture in South-East Asia Project (Kingdom of Cambodia, Lao PDR, Vietnam RS), CIRAD – AVRDC – France MOFA – 2nd Yr project, FSP Project 2000 – 56 funded by Ministry of Foreign Affairs of France, Project N°2002- 56, June 2004, pp. 31-32
 14. Figuié, M., "Vegetable Consumption Behaviour in Vietnam", Sustainable Development of Peri-urban Agriculture in South-East Asia Project (Kingdom of Cambodia, Lao PDR, Vietnam RS), CIRAD – AVRDC – France MOFA – 2nd Yr project, Project N°00005600 funded by Ministry of Foreign Affairs of France, 30th, April 2003, pp. 8 - 17
 15. Kramer, C.S., "Food safety: the consumer side of the environmental issue", Southern Journal of Agricultural Economics, July 1990, pp. 33-40.
 16. "Quy định tạm thời về sản xuất "rau an toàn", Ban hành kèm theo Quyết định số 67- 1998/QĐ-BNN-KHCN, ngày 28 tháng 4 năm 1998, Bộ trưởng: Ngô Thế Dân.
 17. Hải H., "Tình hình sản xuất và tiêu thụ rau an toàn tại thành phố Đà Lạt"(Nghiên cứu chưa công bố).
 18. Hoi, P.V., Cuong, T.H., Phuc, T. X., "An overview of vegetable production in the Red River Delta of Vietnam in general and Dong Anh District in specific", EU 5th Framework INCO2 funded research project, contract no.: ICA4-CT-2001-10054, 2001, pp 11-13.