CÁC VẤN ĐỀ VỀ THỰC PHẨM TRONG DỊCH COVID – 19

Nguyễn Thị Hạnh, Phùng Đức Mạnh, Nguyễn Trúc Thảo My,
Nguyễn Mai Linh, Nguyễn Đức Huy

Ngày 5 tháng 3 năm 2022

Preprint DOI: [osf.io/u267y](https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1267777/v1)

Đối với đề tài này, nhóm nghiên cứu khai thác dựa trên 3 giai đoạn chính: Đầu mùa dịch (2019 – 2020), Trong mùa dịch (nửa đầu năm 2021) và tại Thời điểm hiện tại (nửa cuối năm 2021). Trong phần luận sau đây, nhóm đi khai thác trong giai đoạn từ 2019 – nửa đầu 2020.

I. Giới thiệu

Tại Điều 2 Luật an toàn thực phẩm được Quốc hội thông qua năm 2010 có ghi: Thực phẩm là sản phẩm mà con người ăn, uống ở dạng tươi sống hoặc đã qua sơ chế, chế biến, bảo quản. Thực phẩm không bao gồm mỹ phẩm, thuốc lá và các chất sử dụng như dược phẩm (Trọng, 2010). Dù các nhà khoa học chưa xác định cụ thể về thời gian sống sót tối đa của con người khi không có thức ăn, nhưng ước tính khoảng từ 8 đến 21 ngày. Từ điều này, thực phẩm có một cách hiểu khác gọn hơn - nó chính là nguồn sống của con người. Chính vì vậy, Chính phủ luôn đặc biệt quan tâm tới vấn đề thực phẩm trong nền kinh tế cũng như trong đời sống người dân. Ngày 12/4/1999, Bộ Y tế đã long trọng tổ chức lễ công bố Quyết định số 14/1999/QĐ-TTg về việc thành lập Cục Quản lý chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm thuộc Bộ Y tế, có chức năng giúp Bộ trưởng Bộ Y tế thực hiện quản lý nhà nước về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm (BBT, 2016). Theo số liệu của Tổng cục thống kê, chỉ tiêu bình quân đầu người cho việc ăn uống một tháng năm 2020 chiếm gần 50% tổng chi tiêu. Đồng thời, dựa trên nhu cầu thực tiễn về các mặt hàng thực phẩm, sinh viên đưa ra kết luận “Thực phẩm là mặt hàng không co giãn”, là một mặt hàng thiết yếu. Với kết luận này sinh viên đã đi phân tích sâu hơn về khía cạnh cầu - cung thực phẩm trong tình hình dịch bệnh qua các giai đoạn diễn ra COVID - 19 bằng việc thu thập số liệu để làm vững hơn quan điểm của mình, đồng thời để đem lại góc nhìn toàn diện hơn về vấn đề thực phẩm trong mùa dịch.

II. Các vấn đề về thực phẩm trong đầu mùa dịch 2019 - 2020

Năm 2020, đại dịch Covid-19 bắt nguồn từ thành phố Vũ Hán – Trung Hoa, sau đó lan ra toàn cầu và tác động đến hầu hết các ngành nghề trong nền kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam (La et al., 2020; Vuong et al., 2022). Khi dịch bệnh bùng phát, nhất là trong giai đoạn cách ly xã hội, nhiều ngành kinh tế bị tê liệt, người lao động phải nghỉ làm, thu nhập bị giảm sút. Điều này khiến cả người tiêu dùng lẫn các ngành kinh doanh thực phẩm phải chuyển mình để “sống sót” trong mùa dịch.

2.1. Vấn đề về cầu:

Theo một khảo sát từ Nielsen cho thấy hơn 50% người dân đã giảm tần suất ghé thăm các siêu thị, cửa hàng tạp hoá và chợ truyền thống. Đồng thời, giá trị giỏ hàng trên 1 lần mua tăng lên để đáp

ứng nhu cầu ở nhà nhiều hơn và hạn chế ra ngoài. 61% người tiêu dùng Việt ưa chuộng mua hàng tại các kênh thương mại hiện đại (Modern trade) như siêu thị, cửa hàng tiện lợi..., trong khi chỉ 39% mua hàng tại các kênh thương mại truyền thống (Traditional Trade) như cửa hàng tạp hóa, chợ... Điều này cho thấy xu hướng chuyển dịch trong hành vi mua hàng của người tiêu dùng đến các kênh bán hàng hiện đại, do hàng hóa trong những kênh này được đảm bảo về an toàn cũng như nguồn gốc hơn. Đồng thời, các kênh thương mại hiện đại cũng đưa ra sự lựa chọn đa dạng và cho người tiêu dùng tự lựa chọn những loại hàng hóa trên kệ theo sở thích của họ. Bởi vậy, thực phẩm đóng gói, nước đóng chai, mì ăn liền, thực phẩm đông lạnh trở thành những lựa chọn hàng đầu.

"Trong đó, tỷ lệ gia tăng tiêu thụ mì ăn liền trong bối cảnh hiện nay là 67 %; với thực phẩm đông lạnh là 40%. Nước đóng chai và thực phẩm đóng hộp cũng là những ngành hàng đang có xu hướng tăng", đây là những chia sẻ của chuyên gia Nielsen

Thống kê của Vietnam Project cho thấy có 85,3% người tiêu dùng phải tiết kiệm chi tiêu trong thời gian giãn cách xã hội vì Covid – 19 (BBT, 2021b). Hơn nữa, do bối cảnh dịch bệnh, chính phủ buộc phải phong tỏa các thành phố lớn để ngăn chặn dịch bệnh, nhờ đó mà sự lan tỏa của các trào lưu trên mạng xã hội cũng tác động lớn tới tiêu dùng của người dân. Khảo sát người tiêu dùng cho thấy trên 50% khách hàng đã chi tiêu nhiều hơn cho các loại thực phẩm tăng cường sức đề kháng và hệ miễn dịch, các thực phẩm có nguồn gốc tự nhiên, hữu cơ, thực phẩm sạch và lành mạnh v.v... Trong đó, 63,7% người tiêu dùng trong khảo sát đã cắt giảm chi tiêu cho các loại sản phẩm như rượu, bia. Người tiêu dùng có xu hướng cắt giảm chi tiêu các sản phẩm không thiết yếu và tăng tiêu thụ các sản phẩm bảo vệ sức khỏe, chống dịch (BBT, 2021b). Đồng thời, theo những góc nhìn về tình hình chung của thị trường cuối những năm 2019, đầu năm 2020; nền kinh tế đã gặp phải nhiều vấn đề lớn về sự sụt giảm của việc làm, quy trình sản xuất bị ngưng trệ do những hạn chế giao thương với nước ngoài khiến cho thị trường buôn bán ảm đạm hơn nhiều. Những hộ gia đình bị ảnh hưởng bởi Covid 19 bắt buộc phải cắt giảm chi tiêu sao cho hợp lý, dẫn đến sự gia tăng số lượng lương thực ăn liền như mì tôm, thực phẩm đông lạnh... đã gia tăng đáng kể như bảng trên vì sự tiện lợi và tiết kiệm chi phí của nhóm hàng này. Điều này khiến mức độ tăng trưởng của ngành thực phẩm đóng gói trong năm 2020 tăng mạnh. Cụ thể, tại khu vực thành thị của Việt Nam là 23%, ngành đồ uống là 2%, còn tại các khu vực nông thôn con số này ở mức thấp hơn, lần lượt là 15% và 1%. Tuy nhiên một số yếu tố về dịch bệnh cũng sẽ làm con số thay đổi mạnh trong tương lai, cụ thể là con số tiêu dùng thực phẩm đóng gói và đồ uống ở thành thị sẽ giảm trong khi ở nông thôn sẽ tăng lên đáng kể. Trong khi đó với ngành sản xuất rau, củ, quả, dịch bùng phát Covid-19 được cho là không ảnh hưởng, thậm chí còn tăng một cách đáng kể do thị hiếu người mua thay đổi trong thời gian bùng phát dịch bệnh ... Theo thông tin từ Global Market Insights, thị trường rau quả chế biến toàn cầu dự kiến đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 7%/năm trong giai đoạn 2020 – 2027. Do lối sống bận rộn và ảnh hưởng từ dịch bệnh, người tiêu dùng xem các sản phẩm trái cây và rau củ đã qua chế biến như một giải pháp tiết kiệm thời gian mà vẫn có nguồn năng lượng bổ sung cho cơ thể (BBT, 2021c). Đối với thực phẩm, yếu tố an toàn, sức khỏe, dinh dưỡng, nguồn gốc được NTD Việt Nam đánh giá là có tác động lớn nhất tới hành vi mua hàng của họ, tiếp đến mới là yếu tố thương hiệu, kích cỡ, bao bì, đặc biệt với người có mức thu nhập cao, những người có mức thu nhập trung bình lại chú trọng đến yếu tố dinh dưỡng nhiều hơn yếu tố có lợi cho sức khỏe (BTV, 2021).

2.2. Vấn đề về cung:

Ngày 31/3, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg về thực hiện các biện pháp cấp bách phòng, chống dịch Covid-19. Theo đó, thực hiện cách ly toàn xã hội trong vòng 15 ngày kể từ 0 giờ ngày 1/4/2020 trên phạm vi toàn quốc. Chỉ thị nêu rõ: “Yêu cầu mọi người dân ở tại nhà,

chỉ ra ngoài trong trường hợp thật sự cần thiết như mua lương thực, thực phẩm, thuốc men, cấp cứu, làm việc tại nhà máy, cơ sở sản xuất, cơ sở kinh doanh dịch vụ, hàng hóa thiết yếu không bị đóng cửa, dừng hoạt động và các trường hợp khẩn cấp khác...”. Như vậy, có thể thấy, việc người dân đi mua đồ ăn, thực phẩm, thuốc men vẫn diễn ra và các cửa hàng kinh doanh hàng thiết yếu, hàng thực phẩm vẫn mở cửa phục vụ nhân dân. Tuy nhiên, tại một số siêu thị, cửa hàng tiện ích vẫn có hiện tượng người dân đổ xô đi mua hàng tích trữ.(Phan, 2021)

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, để bảo đảm nguồn cung hàng hóa thiết yếu cho thị trường trong mọi tình huống, Bộ Công Thương đã yêu cầu Sở Công Thương các tỉnh thành phố trực thuộc Trung ương và các doanh nghiệp phân phối lớn báo cáo tình hình cung cầu và hệ thống phân phối hàng hóa thiết yếu trên địa bàn; trong đó chú trọng vào mặt hàng lương thực, thực phẩm và các mặt hàng có nhu cầu cao trước những diễn biến mới của dịch bệnh COVID-19 (Phan, 2021).

Theo đó, Bộ Công Thương đề nghị các Sở Công Thương tham mưu cho UBND tỉnh, thành phố chỉ đạo các đơn vị chức năng phối hợp hỗ trợ doanh nghiệp phân phối tổ chức các điểm bán hàng mới để bảo đảm cung ứng thường xuyên, liên tục nhu yếu phẩm cho người dân trong trường hợp, các điểm bán hàng thuộc hệ thống của doanh nghiệp phân phối hàng nhu yếu phẩm trên địa bàn bị đóng cửa vì các lý do dịch bệnh hoặc thực hiện phương án giảm mật độ người dân đến mua sắm. Đồng thời, Bộ cũng yêu cầu các Sở Công Thương hướng dẫn việc tổ chức hoạt động cho các điểm bán hàng nhu yếu phẩm theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, nhằm vừa bảo đảm cung ứng liên tục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu, vừa bảo đảm an toàn dịch bệnh theo hướng dẫn của Ban chỉ đạo quốc gia phòng chống dịch Covid-19 (Thùy, 2020).

Theo báo cáo của Sở Công Thương Hà Nội, để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, các doanh nghiệp đã tăng lượng hàng dự trữ gấp 4 - 5 lần so với ngày bình thường. Đơn cử, Vinmart tăng lượng hàng hóa lên 40 lần; các nhà cung cấp đã lên kế hoạch phân bổ hàng hóa chuyển từ các tỉnh về cho hệ thống phân phối tại Hà Nội. Tổng Công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) cũng tăng lượng dự trữ hàng hóa thiết yếu từ 30%-50% tại từng siêu thị và tăng gấp 10 lần tại kho trung tâm, đồng thời tăng cường các chuyến vận tải giao hàng nhằm đảm bảo cung ứng tại các điểm siêu thị từ Hà Nội đến các tỉnh thành như: Hải Phòng, Hải Dương, Hưng Yên. Đại diện Tập đoàn Masan thì cho biết, ngay khi nhận được thông tin về diễn biến dịch bệnh Covid-19, Tập đoàn đã chủ động xây dựng kịch bản toàn diện và chi tiết để ứng phó với dịch bệnh tại hệ thống chuỗi bán lẻ VinMart và VinMart+. Tập đoàn đã tăng cường các giải pháp nhằm tiếp tục duy trì đảm bảo nguồn cung hàng hóa, bình ổn giá đến người tiêu dùng. Cụ thể, tăng công suất tối đa hoạt động sản xuất của các nhà máy trong hệ thống Masan nhằm đảm bảo đáp ứng các sản phẩm thiết yếu cho nhu cầu tiêu dùng của người dân như: Mì tôm, thịt lợn, nước tương, nước mắm và các sản phẩm chế biến từ thịt. Đặc biệt, trong những ngày này, công tác kiểm soát, kiểm nghiệm của Tập đoàn sẽ được tăng cường để đảm bảo 100% thực phẩm sạch đến được tay người tiêu dùng. Ngoài ra, các doanh nghiệp, các siêu thị vừa và nhỏ cũng đã sẵn sàng phương án dự trữ đến 300% so với bình thường nhằm cung ứng đầy đủ nhu yếu phẩm cho người dân Thủ đô (Thùy, 2020). Cùng với đó, các doanh nghiệp sẵn sàng mở cửa bán hàng muộn, tăng cường nhân viên giao hàng để đẩy mạnh các hình thức bán hàng online (qua website, app trên điện thoại, kênh Đi Chợ Hộ (bán hàng qua điện thoại), đặt điểm giao nhận tại các chung cư, cơ quan, công sở). Lượng hàng hóa tại kho của các doanh nghiệp bảo đảm cung cấp cho thị trường Hà Nội trong 3 tháng. Các doanh nghiệp cũng chủ động kết nối với các tỉnh, thành phố, sẵn sàng cung ứng đưa hàng về Hà Nội khi có nhu cầu sử dụng cao và có biến động xảy ra.

III. Các vấn đề thực phẩm trong mùa dịch:

3.1. Vấn đề về nhu cầu và cầu:

Sau những bước chuyển mình của các ngành kinh doanh thực phẩm khi phải đối phó với một chủng dịch mới lạ, các vấn đề gây nhức nhối như tích trữ, dôn hàng cũng đã được phần nào giải quyết. Việc tích trữ hàng hóa đa phần do sự sợ hãi với dịch bệnh của người dân, cùng với đó là tâm lý đám đông và ý thức phòng chống dịch vẫn còn kém. Tuy nhiên, vấn đề này đang được cải thiện do nỗ lực chống dịch hiệu quả của Nhà Nước và các nhân viên ở tuyến đầu chống dịch, đang giúp tâm lý của người dân an tâm hơn. Cũng nhờ đó mà lượng hàng hóa cũng ổn định hơn.

Tuy nhu cầu về các dạng thực phẩm đóng gói, thực phẩm chế biến vẫn chiếm tỉ trọng cao nhưng mặt khác, các sản phẩm do chính người dân tự chăn nuôi, trồng trọt cũng đã giải quyết được một bộ phận người dân. Ông Richard Thomas, Giám đốc bộ phận Phân tích tiêu dùng của Công ty Nghiên cứu thị trường Nielsen Việt Nam cho biết, thực phẩm đóng gói có sự tăng trưởng đáng kể của các sản phẩm nấu ăn và đồ ăn nhẹ trong suốt năm 2020. Ghi nhận tại hệ thống siêu thị, chợ cửa hàng tiện lợi, có thể thấy sản phẩm của doanh nghiệp ngành lương thực thực phẩm phủ kín các kênh phân phối hiện nay. Trong rổ hàng hóa khi mua sắm của người dân thành phố, hầu hết đều có sản phẩm của những thương hiệu quen thuộc như, ABC Bakery, Acecook, Cholimes, Vinamilk, ... Sự lựa chọn này của người tiêu dùng là do các doanh nghiệp đã chủ động đa dạng hóa sản phẩm, tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên vật liệu thay thế, điều chỉnh các dòng sản phẩm mang tính tiện ích hơn, sáng tạo ra sản phẩm mới sử dụng những nguyên liệu vốn là thế mạnh trong nước (Thanh Thanh, 2021).

Việc đi lại mua bán thực phẩm cũng dần được bình thường trở lại từ tháng 4/2020 - 8/2020. Bên cạnh đó, để xoay xở trong mùa dịch, nhiều doanh nghiệp cũng đã tìm được lối ra trước đại dịch. Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, đại dịch COVID-19 ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp ở các mảng du lịch, dịch vụ, ăn uống, nghỉ dưỡng. Cụ thể, doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống 7 tháng năm 2020 ước tính đạt 280,9 nghìn tỷ đồng, giảm 16,6% so với cùng kỳ năm 2019. Doanh thu du lịch lữ hành 7 tháng ước tính đạt 11,1 nghìn tỷ đồng, giảm sâu tới 55,4% so với cùng kỳ năm trước đó (BT, 2020). Từ những con số đáng buồn trên, các doanh nghiệp sẽ phải tự xoay xở để sống sót qua dịch bệnh. Một trong những cách hiệu quả nhất trong những tháng dịch đó chính là kinh doanh qua mạng, cụ thể là mạng xã hội và các sàn thương mại điện tử (TMĐT). Điều này sẽ đánh thẳng vào tâm lý của người dân, đặc biệt là người trẻ. Họ có xu hướng lựa chọn sản phẩm một cách thuận tiện và nhanh nhất, từ đó các sàn TMĐT là nơi thích hợp để các doanh nghiệp có thể vượt khó trong đợt dịch. Những giải pháp này thực sự chưa có nhiều doanh nghiệp áp dụng triệt để vì đây chỉ vì là giải pháp thay thế và tạm thời. Vì vậy, khi dịch COVID-19 bùng phát trở lại trong cộng đồng sẽ tiếp tục ảnh hưởng tới nguồn thu của các doanh nghiệp này.

Một vấn đề nan giải khác được đặt ra, đó là vấn đề kinh tế của người dân. Sau khi dịch bùng phát, việc lao động và sản xuất gặp nhiều hạn chế, thu nhập của người dân eo hẹp, trong khi giá cả thì chịu sự tăng giá của cánh thương lái. COVID-19 tác động làm tăng tỷ lệ nghèo và cận nghèo về thu nhập và làm sụt giảm thu nhập tạm thời của hộ gia đình và người lao động. Theo kết quả khảo sát của UNDP và UN WOMEN (2020), “trong tháng 12-2019, trung bình tỷ lệ hộ nghèo là 11,3%. Tỷ lệ này tăng lên tới 50,7% trong tháng 4-2020. Tỷ lệ hộ cận nghèo tăng từ 3,8% vào tháng 12-2019 lên 6,5% vào tháng 4-2020”. Quan trọng hơn, những hộ gia đình thuộc nhóm dân tộc thiểu số và hộ gia đình có lao động phi chính thức và gia đình những người nhập cư chịu tác động từ dịch bệnh lớn hơn. Cũng theo kết quả điều tra của UNDP và UN WOMEN (2020), “thu nhập trung

binh của các hộ gia đình dân tộc thiểu số trong tháng 4 và tháng 5-2020 lần lượt chỉ tương ứng 25,0% và 35,7% so với mức tháng 12-2019. Trong khi đó, những con số này cao hơn, lần lượt ước tính khoảng 30,3% và 52% đối với nhóm hộ gia đình người Kinh và người Hoa. Trong tháng 4 và tháng 5-2020, thu nhập trung bình của hộ di cư được ước tính chỉ tương đương 25,1% và 43,2% so với mức của tháng 12-2019. Những con số này lần lượt là 30,8% và 52,5% đối với nhóm hộ gia đình không di cư” (Nguyễn Quang Thuần, 2020). Theo số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, tính đến tháng 12 năm 2020, cả nước có 32,1 triệu người từ 15 tuổi trở lên bị ảnh hưởng tiêu cực bởi dịch Covid-19 bao gồm người bị mất việc làm, phải nghỉ giãn việc/ngỉ luân phiên, giảm giờ làm, giảm thu nhập, ... Trong đó, 69,2% người bị giảm thu nhập, 39,9% phải giảm giờ làm/ngỉ giãn việc/ngỉ luân phiên và khoảng 14,0% buộc phải tạm nghỉ hoặc tạm ngừng hoạt động sản xuất kinh doanh. Khu vực dịch vụ chịu ảnh hưởng nặng nề nhất bởi dịch Covid-19 với 71,6% lao động bị ảnh hưởng, tiếp đến là khu vực công nghiệp và xây dựng với 64,7% lao động bị ảnh hưởng; tỷ lệ lao động bị ảnh hưởng trong khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản là 26,4%. Mặc dù vậy, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên trong quý IV năm 2020 là 55,1 triệu người, tăng 563,8 nghìn người so với quý trước nhưng vẫn thấp hơn 860,4 nghìn người so với cùng kỳ năm trước. Điều này một lần nữa khẳng định xu hướng phục hồi của thị trường lao động sau khi ghi nhận mức giảm sâu kỷ lục vào quý II năm 2020 (BBT, 2021a). Bởi vậy, khả năng phục vụ được nhu cầu của bản thân về vấn đề thực phẩm của người dân còn gặp rất nhiều khó khăn.

3.2. Vấn đề về cung:

Hàng hóa trong Tết được đảm bảo:

Nguồn lương thực dịp Tết Nguyên đán Tân Sửu 2021 được đánh giá sẽ được đảm bảo. Mặc dù vậy, do diễn biến khó lường của dịch bệnh, thiên tai trong chăn nuôi, trồng trọt cùng đó là sự tác động lớn của dịch bệnh Covid-19 tiềm ẩn những bất thường. Theo báo cáo của Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT), ngành Nông nghiệp bảo đảm được nguồn cung lương thực, thực phẩm cho Tết Tân Sửu cũng như cho cả quý I/2021. Về lương thực, theo tính toán, nhu cầu tiêu thụ thóc trong nước là 30 triệu tấn, lượng gạo xuất khẩu năm 2020 là 6,5 - 6,7 triệu tấn (tương đương 13 - 13,5 triệu tấn thóc), trong khi sản lượng thóc năm 2020 đã đạt 43,13 triệu tấn. Về mặt hàng rau quả, đến hết tháng 11/2020, sản lượng đạt khoảng 16,182 triệu tấn, cao hơn cùng kỳ 492.000 tấn. Mặc dù gặp khó khăn trong sản xuất vụ Đông do yếu tố bất lợi của thời tiết, khí hậu, dịch Covid-19 diễn biến thất thường ảnh hưởng tình hình sản xuất về cuối vụ, nhưng sản xuất rau năm 2020 về cơ bản đạt kế hoạch đề ra. Đối với ngành Chăn nuôi, tình hình chăn nuôi trên cả nước năm 2020 phát triển khá tốt; dịch bệnh trên gia súc, gia cầm cơ bản được kiểm soát. Giá trị sản xuất chăn nuôi 11 tháng tăng khoảng 4,0 - 4,5%, ước cả năm 2020 tăng khoảng 5,0 - 6,0% so với năm 2019. Riêng đối với mặt hàng thịt lợn, tiếp tục đà hồi phục, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Tổng số lợn tháng 11/2020 tăng 7,6% so với cùng thời điểm năm 2019. Sản lượng thịt lợn hơi cả năm dự kiến đạt 3.459,3 nghìn tấn, tăng 3,9% so với năm 2019 (Nguyễn, 2020). Qua những số liệu trên, ta thấy được rằng nguồn cung thực phẩm trong dịp Tết được đảm bảo cho dù có nhiều khó khăn về dịch bệnh và thiên tai. Mặc dù vậy, nguồn cung vẫn bị ảnh hưởng do các yếu tố khách quan trên.

Nơi thừa, nơi thiếu:

Ở khi trong các tỉnh phía Nam, hệ thống cung ứng hàng hóa bị đình trệ và nguồn nhân sự bị thu hẹp do ảnh hưởng từ dịch bệnh khiến việc vận chuyển hàng thiết yếu tới người tiêu dùng gặp nhiều trở ngại. Với ngành hàng thực phẩm, phải đảm bảo chất lượng về đóng gói và bảo quản tươi vì vậy việc giao đến tay người tiêu dùng trong tình trạng tốt nhất thực sự là một thử thách lớn. Có thể

thấy chuỗi cung ứng, giao nhận trong mùa dịch bị đứt gãy đã gây ra hiệu ứng dây chuyền ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh vốn đã rất khó khăn trong mùa dịch (Xuân, 2021).

Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm tiêu thụ các mặt hàng nông sản của 19 tỉnh, thành phố khu vực phía Nam. Với quy mô dân số tiêu dùng ước tính khoảng 10 triệu người, mỗi ngày người dân thành phố tiêu thụ từ 9.000 tấn đến 10.000 tấn thực phẩm, nhưng năng lực cung ứng của toàn bộ hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện ích, chuỗi cung ứng khác chỉ mới đáp ứng được 1/3 nhu cầu, số còn lại phải thông qua các chợ đầu mối và chợ truyền thống. Qua rà soát nhu cầu của người dân thành phố, dựa trên 9 đầu mối kết nối, trong những ngày qua, người dân thành phố thiếu 1.500 tấn rau củ quả, trái cây; thiếu 300.000 đến 400.000 trứng gia cầm phục vụ cho bữa ăn hàng ngày, mặc dù các xe vận chuyển hàng từ miền Đông Nam Bộ vào Thành phố Hồ Chí Minh luôn được tạo điều kiện thuận lợi khi vận hành. Trong khi đó, các địa phương khu vực Đồng bằng sông Cửu Long lại rất dồi dào hàng hóa, nguồn tiêu thụ trong tỉnh chỉ chiếm 1/6 sản lượng thu hoạch được, số còn lại trước đây vận chuyển về trung tâm Thành phố Hồ Chí Minh tiêu thụ, thì nay còn dồn ứ bởi các tỉnh Đông Nam Bộ thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16 (Nhưng, 2021).

“Trong tháng 9, tỉnh Đồng Nai có 3 nhóm nông sản nguy cơ khó tiêu thụ. Với trồng trọt, trong khoảng 1 tuần tới còn dư hơn 1.000 tấn trái cây các loại, bao gồm khoảng 50 tấn bưởi, 200 tấn cam, quýt, và khoảng 800 tấn củ đậu.”, ông Trần Lâm Sinh, Phó Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Đồng Nai thông tin. Về sản phẩm chăn nuôi, Đồng Nai có tổng đàn gà là 20 triệu con và hiện đang tồn dư 200.000 con gà thịt lông trắng, 80.000 con vịt, 6.000 con dê. Tổng đàn chim cút trên địa bàn khoảng 7 triệu con, mỗi ngày dư thừa 300.000 trứng cút. Bên cạnh đó, Đồng Nai còn dư khoảng 1.000 tấn thủy sản, bao gồm 800 tấn cá nước ngọt, hơn 200 tấn tôm thẻ, tôm càng (X. Anh, 2021).

Trong khi đó, vào 6 giờ ngày 24/7/2021, thành phố Hà Nội bắt đầu thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị số 16/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ, lượng người đến mua sắm tại các siêu thị và chợ dân sinh đông hơn ngày thường. Tại nhiều hệ thống siêu thị VinMart, Big C hay các chợ dân sinh, lượng hàng hóa nhanh chóng được bổ sung. Ghi nhận tại siêu thị Big C (phố Nguyễn Xiển, quận Thanh Xuân), hàng loạt kệ hàng, trong đó các mặt hàng tươi sống như rau, củ, quả, hải sản... đều sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của người dân. Các mặt hàng thiết yếu như: Gạo, thịt, trứng, thực phẩm chế biến, đồ hộp, thủy hải sản đông lạnh, mì gói... đầy ắp. Bà Nguyễn Thị Phương, Phó tổng giám đốc thường trực Công ty VinCommerce (thuộc Tập đoàn Masan) cho biết: “Sau khi Hà Nội thực hiện giãn cách xã hội theo nguyên tắc Chỉ thị số 16/CT-TTg để phòng dịch, chúng tôi đã làm việc với các nhà cung cấp lớn tăng lượng cung ứng gấp 3 lần đối với hàng thực phẩm thiết yếu; trứng và rau xanh tăng gấp 5 lần”. Do đó, trên địa bàn Thủ đô không xảy ra tình trạng khan hiếm hàng hóa, tăng giá đột biến, nếu có chỉ là tình trạng cá biệt tại một, hai khu vực trong thời gian rất ngắn và được điều chỉnh rất kịp thời (T. Anh, 2021).

Đa dạng hóa các hình thức phân phối, bán hàng:

Trước diễn biến phức tạp của dịch COVID-19, thực hiện chỉ đạo của thành phố Hà Nội, Sở Công thương đã tính toán 17 mặt hàng thiết yếu và nhu cầu sử dụng 1 tháng với giá trị 21 nghìn tỷ đồng. Các doanh nghiệp đã tăng cường dự trữ lượng hàng hóa từ 30%-50%, trong thời gian 3 tháng và tăng gấp 3 lần so với tháng bình thường với tổng giá trị hàng hóa khoảng 194 nghìn tỷ đồng. Mặt khác, các hệ thống phân phối cũng đa dạng hình thức bán hàng như: Trực tuyến, bán hàng combo, đi chợ hộ, tổ chức bán hàng lưu động, đăng ký phục vụ 24/7.... Vận động người dân tích cực thanh toán không dùng tiền mặt, phổ biến rộng rãi đến người dân trên địa bàn thông tin đến các hệ thống

siêu thị, cửa hàng tiện lợi, các hộ kinh doanh trong chợ, website, ứng dụng thương mại điện tử, bán hàng online (Grab, Now, Bae Min, GoFood...) (T. Anh, 2021).

Vừa an toàn chống dịch vừa duy trì sản xuất:

Khi dịch bệnh bùng phát khiến các chuỗi cung ứng, kể cả vật tư, nguyên liệu đầu vào bị đứt gãy; sản phẩm đầu ra cho thị trường trong nước và thế giới đều khó khăn. Tình huống đó đòi hỏi các đơn vị quản lý phải sáng tạo, đưa ra những giải pháp cụ thể, phối hợp uyển chuyển với các địa phương để hàng hóa lưu thông thông suốt vừa tìm đầu ra cho hàng hóa khó tiêu thụ. “Thực tế, kể từ năm 2020, nhất là trong đợt bùng phát dịch Covid-19 lần thứ 4, với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước về thương mại, hàng loạt giải pháp của Bộ Công Thương được đánh giá cao trong việc giảm nguy cơ ách tắc các hoạt động cung ứng; đặc biệt, chính sự sáng tạo trong phân phối đã đảm bảo hàng hóa lưu được thông suốt ở vùng dịch”, ông Vũ Tiến Lộc - Đại biểu Quốc hội khóa XV, Ủy viên Ủy ban Kinh tế của Quốc hội, nguyên Chủ tịch VCCI và hiện là Chủ tịch Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) nhận định (BBT, 2021c)

Kể từ khi dịch Covid-19 bùng phát đến nay, Bộ Công Thương được ghi nhận đã đóng góp nhiều giải pháp, sáng kiến được vận dụng trong thực hiện mục tiêu kép vừa phòng chống dịch bệnh vừa duy trì ổn định chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng, hỗ trợ doanh nghiệp, đảm bảo đời sống dân sinh. Cùng với đó, Bộ đã phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan nhằm bảo đảm cung cầu, lưu thông hàng hóa ... trên cả nước, nhất là tại các tỉnh, thành phía Nam; Chỉ đạo các địa phương nhanh chóng triển khai một số nội dung: Tăng dự trữ hàng hóa, bảo đảm nguồn cung hàng hóa thiết yếu; Tăng cường các điểm bán hàng lưu động; Chủ động và tăng cường các hoạt động kết nối cung cầu hàng hóa với các tỉnh, thành phố phía Nam đang có nhu cầu; Tạo điều kiện đảm bảo cho hàng hóa thiết yếu được lưu thông thông suốt, không bị ách tắc; Tạo các vùng đệm cho hàng hóa ra vào các tỉnh, thành phố; Nghiên cứu mở lại các chợ truyền thống nếu đảm bảo điều kiện phòng, chống dịch Covid-19 (như bố trí các tiểu thương ngồi giãn cách để phục vụ người dân mua hàng); Ưu tiên tiêm vắc-xin phòng Covid-19 cho người lao động tại chuỗi cung ứng hàng hóa, dịch vụ thiết yếu...; (BBT, 2021c).

Trong khi đó, chính quyền thành phố Hà Nội cũng cùng cộng đồng doanh nghiệp, người lao động đã nỗ lực để bảo đảm vừa phòng, chống dịch, vừa duy trì hoạt động sản xuất, kinh doanh. Thậm chí, trong bối cảnh dịch bệnh, thành phố vẫn tạo ra hàng nghìn việc làm mới cho người lao động. Để duy trì hoạt động sản xuất, không làm đứt gãy chuỗi cung ứng, thành phố Hà Nội đã thực hiện nhiều mô hình giúp doanh nghiệp hoạt động trong hoàn cảnh dịch bệnh. Đáng chú ý là mô hình "Tổ an toàn COVID-19" với 4.337 doanh nghiệp thành lập 11.504 tổ và 50.615 người tham gia; hay mô hình "vùng xanh doanh nghiệp" đã được triển khai hiệu quả tại rất nhiều quận, huyện. Với mô hình "vùng xanh doanh nghiệp", người lao động của đơn vị được xét nghiệm hàng tuần. Mỗi buổi sáng, các tổ an toàn COVID-19 đều có báo cáo tình hình, nếu phát hiện ai có yếu tố dịch tễ đều được công ty cung cấp que thử. Riêng với "1 cung đường 2 điểm đến", công ty yêu cầu người lao động thực hiện nghiêm, chỉ từ nhà đến nơi làm việc và ngược lại, tuyệt đối không gặp gỡ, tiếp xúc người khác... (T. Anh, 2021).

Tài liệu tham khảo:

Anh, T. (2021). Đảm bảo cung ứng hàng hóa và nỗ lực duy trì. *Báo Điện Tử Đảng Cộng Sản Việt Nam*.

Anh, X. (2021). Dịch COVID-19: Kỳ vọng phục hồi chuỗi cung ứng và tiêu thụ sản phẩm nông sản. *Thông Tấn Xã Việt Nam*.

- BBT. (2016). *Lịch sử ra đời Cục An toàn thực phẩm*. VFA.
- BBT. (2021a). Báo cáo tác động của dịch Covid-19 đến tình hình lao động và việc làm quý IV năm 2020. *Tổng Cục Thống Kê*.
- BBT. (2021b). *Doanh nghiệp lớn Việt Nam và động lực tăng trưởng năm 2021*. NXB Thanh niên.
- BBT. (2021c). Kinh nghiệm và giải pháp chống đứt gãy chuỗi cung ứng hàng hóa phục vụ nhu cầu nhân dân trong những đợt giãn cách do đại dịch Covid-19. *Bộ Công Thương Việt Nam*.
- BBT. (2021d). Xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam với thực phẩm đóng gói. *FPT Digital*.
- BT. (2020). Doanh nghiệp tìm “lối ra” trong bối cảnh dịch COVID-19 lan rộng trong cộng đồng. *Báo Điện Tử Đảng Cộng Sản Việt Nam*.
- La, V., Pham, T., Ho, M., Nguyen, M., Nguyen, K.-L. P., Vuong, T.-T., Nguyen, T. H.-K., Tran, T., Khuc, V.-Q., Ho, M.-T., & Vuong, Q.-H. (2020). Policy response , social media and science journalism for the sustainability of the public health system amid COVID-19 outbreak : The Vietnam lessons. *Sustainability*, 12, 1–35.
- Nguyễn Quang Thuấn. (2020, September). Tác động của đại dịch COVID-19 và một số giải pháp chính sách cho Việt Nam trong giai đoạn tới. *Tạp Chí Cộng Sản*.
- Nguyễn, T. (2020). Chuẩn bị nguồn cung lương thực, thực phẩm cho Tết Nguyên đán: Kiên quyết không để xảy ra “khan hàng, sốt giá.” *Báo Dân Tộc*.
- Nhung, H. (2021). Dịch COVID-19: Tăng kết nối cung ứng thực phẩm ở các tỉnh phía Nam. *Báo VietnamPlus*.
- Phan, T. (2021, December). Nông sản, thực phẩm chế biến Việt Nam liên tục “ghi dấu” trên bản đồ xuất khẩu. *VGP News*.
- Thanh Thanh. (2021). Ngành thực phẩm chuyển mình qua đại dịch. *Thời Báo Ngân Hàng*.
- Thùy, L. (2020, March). Bảo đảm đủ hàng hóa thiết yếu, người dân không nên mua tích trữ. *VGP News*.
- Trọng, N. P. (2010). Luật an toàn thực phẩm 2010. *Thư Viện Pháp Luật*.
- Vuong, Q. H., Le, T. T., La, V. P., Nguyen, H. T. T., Ho, M. T., Van Khuc, Q., & Nguyen, M. H. (2022). Covid-19 vaccines production and societal immunization under the serendipity-mindsponge-3D knowledge management theory and conceptual framework. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01034-6>
- Xuân, B. (2021). Dịch Covid-19 và lời giải để giữ vững chuỗi cung ứng ngành bán lẻ. *Diễn Đàn Của Hội Liên Hiệp Thanh Niên Việt Nam*.