

NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG RAU AN TOÀN TIÊU THỤ Ở HÀ NỘI

● NGUYỄN THỊ THU HÀ

TÓM TẮT:

Hiện nay, mặt hàng rau an toàn (RAT) chưa theo kịp nhu cầu thị trường cả về chất lượng và số lượng, do thiếu kênh phân phối phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng (NTD). Việc cung ứng (CU) đầu vào cho sản xuất, thu mua, tiêu thụ còn mang tính phân tán, ép giá lẫn nhau và phần thua thiệt vẫn là người tiêu dùng (NTD) và người nông dân. Tình trạng phân phối, CU rau theo nhiều kênh khác nhau khó quản lý kiểm soát đang tạo ra sự lẫn lộn giữa RAT và rau đại trà (RĐT). Do vậy, việc đảm bảo cho sản phẩm RAT đưa ra thị trường cũng như làm tăng giá trị cho mặt hàng này đang là một vấn đề đòi hỏi rất bức thiết hiện nay. Việc xác định đúng các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý chuỗi cung ứng (CCU) RAT là cơ sở để đưa ra các giải pháp quản lý CCU RAT.

Từ khóa: Rau an toàn, chuỗi cung ứng, nhân tố ảnh hưởng tới quản lý chuỗi cung ứng.

1. Tổng quan về CCU RAT

CCU được hiểu là sự liên kết giữa các thành viên liên quan đến việc cung cấp, sản xuất và phân phối sản phẩm RAT hoàn chỉnh, bắt đầu từ nhà cung cấp các đầu vào phục vụ sản xuất RAT đến nhà sản xuất và nhà phân phối RAT để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. CCU này sẽ cho thấy các thành viên tham gia phải hiểu được vai trò, trách nhiệm của họ khi tham gia liên kết với nhau, cùng hoạch định chiến lược kinh doanh để cùng thu lợi nhuận và phát triển bền vững.

Để phát triển CCU RAT bền vững cần có chính sách thúc đẩy sự tham gia của các bên liên quan trong chuỗi (nhà nước, địa phương, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân) nhằm nâng cao chất lượng quản trị và thể chế chuỗi, xây dựng các quy tắc nội bộ về cơ chế tài chính, cơ sở hạ tầng.

Trong đó, vai trò của Nhà nước rất quan trọng trong điều phối, đẩy mạnh phân phối tiêu thụ sản phẩm, giám sát đánh giá chất lượng RAT theo tiêu chuẩn để ra, thực hiện hoạch định, quy hoạch phát triển sản phẩm, chính sách về RAT... nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động của CCU RAT.

Việc xây dựng được CCU hiệu quả sẽ giúp người nông dân tăng thu nhập, tiết kiệm chi phí đầu vào, nâng cao giá trị mặt hàng RAT, ổn định được sản xuất và thị trường, từ đó người nông dân sẽ yên tâm sản xuất.

2. Nhận diện một số nhân tố ảnh hưởng đến quản lý CCU RAT tiêu thụ ở Hà Nội

2.1. Nhân tố thuộc về cơ chế, chính sách của Nhà nước

- Chính sách tín dụng và đầu tư:

Hà Nội đã có Nghị quyết số 10/2018/NQ-

HIDND ban hành ngày 5/12/2018 về một số chính sách khuyến khích phát triển sản xuất, phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Theo đó, chính sách này áp dụng cho các hoạt động phát triển sản xuất, phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; xây dựng cơ sở hạ tầng nông thôn trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Nhà nước đã có những chính sách cho nông dân vay vốn để đầu tư vào phát triển sản xuất và chính sách ưu đãi tín dụng để khuyến khích các đơn vị và cá nhân hợp tác trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ RAT, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất bằng các hình thức như: tăng lương vốn vay, thời gian vay và ưu đãi về lãi suất như Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 06 năm 2015 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và được sửa đổi, bổ sung một số điều tại Nghị định số 116/NĐ-CP ngày 07 tháng 09 năm 2018. Theo đó, người nông dân, HTX hay doanh nghiệp hoạt động lĩnh vực SXKD nông nghiệp có thể được vay vốn tối đa 3 tỷ đồng. Tuy nhiên, việc tiếp cận với nguồn vốn vay này đòi hỏi nông dân, HTX hay DN phải có phương án sử dụng vốn khả thi và các giấy tờ đảm bảo khác. Trong khi đó, nhiều nông dân và các HTX nông nghiệp không đủ khả năng để hoàn thiện hồ sơ vay vốn.

** Chính sách hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm:*

Hỗ trợ các hình thức hợp tác của nông dân trong tiêu thụ sản phẩm như: xây dựng thương hiệu, in bao bì, nhãn mác, hỗ trợ mặt bằng kinh doanh, tiếp thị quảng cáo, đào tạo nghiệp vụ kinh doanh... Hỗ trợ đầu tư xây dựng các cơ sở bảo quản, sơ chế, chế biến, các cửa hàng tiêu thụ sản phẩm, dưới hình thức đào tạo cán bộ, giảm thuế trong những năm đầu hoạt động. Đồng thời, Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05 tháng 07 năm 2018 đã được ban hành về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

* Chính sách hỗ trợ sự liên kết giữa nhà nghiên cứu, nhà doanh nghiệp, nhà nước, nhà nông trong việc chuyển giao tiến bộ công nghệ, tiến bộ và kỹ thuật cho người dân thử nghiệm sản

xuất và kinh doanh các loại giống, phân bón cũng như các loại thuốc BVTV mới phục vụ sản xuất RAT.

** Tác động của chính sách:*

Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản, chính sách, quy định, hướng dẫn và hỗ trợ, khuyến khích người nông dân, người kinh doanh RAT trong hoạt động sản xuất và cung ứng RAT cho thị trường. Tuy nhiên, khi tiến hành điều tra tại Chi cục BVTV và Quản lý Thị trường Hà Nội với câu hỏi: "Ông (bà) cho biết việc ban hành văn bản, chính sách, chiến lược và quy hoạch liên quan đến thị trường RAT như thế nào?" Có 10% cán bộ quản lý cho rằng, việc ban hành văn bản, chính sách, chiến lược và quy hoạch liên quan đến thị trường RAT đã hoàn thiện, 60% là chưa hoàn thiện, 30% cho rằng còn yếu kém. Sở dĩ như vậy là do các văn bản, chính sách, quy định... còn chưa có cơ chế hướng dẫn cụ thể, rõ ràng. Các quyết định của Nhà nước chưa được chuyển đến các đối tượng sản xuất, kinh doanh RAT kịp thời. Chất lượng các quyết định và tính hợp lý của bộ máy tổ chức cũng như năng lực, độ tin cậy của đội ngũ cán bộ quản lý trong việc triển khai đưa các quyết định quản lý đó vào đời sống của công đồng kinh doanh và NTD, dân cư còn hạn chế. Các quyết định phần lớn chưa đảm bảo kết hợp hài hòa các mục tiêu, lợi ích, chưa có tính ưu tiên, ưu đãi trong những trường hợp, đối tượng, lĩnh vực kinh doanh và phạm vi thị trường cụ thể, chưa cân đối các mục đích và phương tiện, các nguồn lực sử dụng.

2.2. Nhóm nhân tố về công nghệ và kỹ thuật

- Nhân tố về cơ sở vật chất kỹ thuật: RAT là sản phẩm đòi hỏi quy định nghiêm ngặt về chất lượng nên việc đầu tư cơ sở vật chất từ khâu từ sản xuất tới tiêu thụ, nếu không được đáp ứng thì sản phẩm không đảm bảo các chỉ tiêu của RAT. Nếu một khâu trong quá trình sản xuất - tiêu thụ không được đảm bảo sẽ ảnh hưởng tới chất lượng của cả ngành hàng. Ví dụ: trong quá trình vận chuyển, bày bán tại các quầy, cửa hàng không đủ điều kiện kinh doanh RAT sẽ ảnh hưởng đến chất lượng và vệ sinh sản phẩm. Nhân tố về cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm: hệ

hồng cơ sở hạ tầng, giao thông, các phương tiện thiết bị vận tải, hệ thống bến cảng kho bãi, hệ thống thông tin liên lạc...

- Các nhân tố về kỹ thuật, công nghệ sản xuất và tiêu thụ: Công nghệ chế biến, công nghệ sau thu hoạch của sản phẩm RAT càng hiện đại càng tránh được sự hao hụt mất mát trong quá trình thu hoạch, làm tăng thêm giá trị chất lượng sản phẩm mà vẫn không làm mất đi các chất dinh dưỡng. Đổi mới công nghệ chế biến còn tạo nên sản phẩm RAT và đổi mới tập quán tiêu dùng truyền thống, kích thích và mở rộng tính đa dạng trong tiêu dùng sản phẩm RAT.

- Nhóm nhân tố về cơ sở hạ tầng cho khâu bảo quản và phân phối RAT: Hiện tại Hà Nội chưa có khu chợ đầu mối có cơ sở hạ tầng đảm bảo như phòng lạnh để các cơ sở cung ứng RAT từ tỉnh ngoài về Hà Nội có địa điểm để đóng gói, dán tem từng loại sản phẩm theo yêu cầu của các trung tâm phân phối lớn ở Hà Nội như siêu thị Metro, AEON... Do đó, các đơn vị ngoài muốn cung cấp RAT đảm bảo chất lượng và yêu cầu về mẫu mã thì phải thêm rất nhiều chi phí. Điều này đã làm hạn chế khả năng cung ứng RAT từ tỉnh ngoài vào thị trường Hà Nội.

2.3. Nhóm nhân tố về thị trường cung ứng RAT

Hiện nay trên thị trường, RAT vẫn đang chiếm ưu thế. Các cửa hàng kinh doanh RAT còn ít vì đầu tư cho một địa điểm bán RAT phải mất một khoản chi phí cơ sở hạ tầng và tài sản cố định cao, mặt khác mức lợi nhuận từ việc bán RAT của các cửa hàng này không cao. Theo tính toán, cứ 33km² mới có một cửa hàng bán RAT. Trong khi đó, RDT bán ở khắp mọi nơi. Một nguyên nhân khác là do vấn đề thu nhập. Thu nhập của NTD có ảnh hưởng lớn đến việc tiêu thụ RAT, vì giá bán của RAT cao hơn giá bán của RDT nên bộ phận lớn dân cư có thu nhập thấp rất hạn chế trong việc tiêu dùng RAT.

"Vấn đề cạnh tranh giữa các cơ sở kinh doanh RAT chưa thực sự rõ nét" là nhận định chung từ phía các chủ cơ sở kinh doanh RAT. Khi được phỏng vấn: "Ông (bà) đánh giá như thế nào về mức độ cạnh tranh giữa các cơ sở kinh doanh

RAT?" Có 5% cơ sở kinh doanh RAT nói rằng, họ phải cạnh tranh gay gắt với các cửa hàng khác. Các chiến lược cạnh tranh mà họ sử dụng đó là chất lượng, quảng cáo, vận chuyển tới tận nhà... nhằm thu hút NTD. Có 45% cơ sở kinh doanh RAT cho biết họ phải cạnh tranh với các cửa hàng khác nhưng ở mức độ thấp. Đây chủ yếu là các cửa hàng quy mô nhỏ chỉ đáp ứng được nhu cầu của người dân khu phố đó và cách rất xa với các cửa hàng khác. Có 50% cơ sở kinh doanh RAT cho biết họ hầu như không phải cạnh tranh với các cửa hàng khác. Họ chưa phải lo lắng đến việc làm sao để thu hút khách hàng về mua rau ở cửa hàng mình.

Với thực tế như vậy, RAT thực sự vẫn chưa đủ làm nên cuộc cạnh tranh lành mạnh trên thị trường Hà Nội

2.5. Các nhân tố thuộc về quản lý nội bộ của CCU

Để phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới quản lý nội bộ CCU RAT tiêu thụ ở Hà Nội, tác giả tập trung phân tích CCU RAT từ HTX sản xuất RAT tự nhiên, xã Đông Sang, Mò Châu, Sơn La đưa về thị trường Hà Nội

Trong đó

- Tác nhân sản xuất: HTX sản xuất RAT Tự Nhiên

- Tác nhân phân phối/bán lẻ: Siêu thị Big C, Siêu thị Metro

Các tác nhân này khi tham gia trong cùng một CCU luôn mong muốn sự hợp tác bền vững và mang lại lợi ích tối đa cho họ. Tuy nhiên, trên thực tế, vì những yếu tố riêng biệt của mỗi tác nhân sẽ ảnh hưởng đến mức độ hợp tác bền chặt của họ. Kết quả khảo sát thực tế một số tác nhân trong CCU RAT từ HTX sản xuất RAT tự nhiên đến các siêu thị ở Hà Nội thể hiện ở Bảng 1.

Hiện nay, HTX sản xuất RAT tự nhiên đã có 7 năm cung cấp RAT cho siêu thị Big C. Tính từ khi các hộ còn là Tổ hợp tác, Siêu thị Metro và AEON mới cung cấp được 2 năm tuy nhiên tần suất giao hàng vẫn đảm bảo cung cấp thường xuyên cho các siêu thị. Điều này cho thấy mối quan hệ hợp tác giữa HTX và các siêu thị đã có sự bền chặt. Phía các siêu thị khi được hỏi cũng

Bảng 1. Đánh giá mức độ ảnh hưởng của một số yếu tố đến nội bộ CCU RAT tiêu thụ ở Hà Nội

| Một số yếu tố ảnh hưởng đến sự hợp tác nội bộ CCU RAT | Nông dân | HTX RAT Tự Nhiên | Siêu thị BigC | Siêu thị Metro | GH chú |
|---|----------|------------------|---------------|----------------|--------|
| Nhân thức về sự cần thiết phải hợp tác với nhau | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| Kiến thức về SXKD | 2 | 3 | 4 | 4 | |
| Mức độ sẵn sàng hợp tác | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| Mức độ tin nhiệm | 3 | 4 | 4 | 4 | |
| Thời gian tham gia hoạt động SXKD | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| Tần suất giao dịch | 4 | 4 | 4 | 3 | |

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Ghi chú: 4: Rất cao/hiều; 3: Cao/hiều; 2: Trung bình; 1: Thấp

đánh giá cao chất lượng và khả năng cung cấp hàng đủ số lượng và thời gian giao hàng.

Để có được điều này phía HTX đã phải áp dụng đúng quy trình sản xuất RAT VietGap, các thành viên HTX cam kết cung cấp rau cho HTX. Phía các siêu thị có kế hoạch nhập RAT từ HTX rõ ràng, phương thức thanh toán phù hợp.

Về mặt kiểm tra chất lượng RAT, phía các siêu thị cũng thường xuyên cử đoàn kiểm tra theo định kỳ 1 tháng/lần và có cả những đợt kiểm tra đột xuất về quá trình sản xuất của HTX. Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý nhà nước của huyện Móc Châu (Tram bảo về thực vật, khuyến nông huyện...) và Chi cục Quản lý chất lượng tỉnh Sơn La cũng thường xuyên kiểm tra, đánh giá chất lượng RAT của HTX bằng các kiểm tra về đất, nước, sản phẩm...

3. Đánh giá chung về các nhân tố ảnh hưởng đến CCU RAT tiêu thụ ở Hà Nội

3.1. Các nhân tố ảnh hưởng tích cực đến chuỗi CCU RAT của Hà Nội

- Cơ chế chính sách thúc đẩy phát triển CCU RAT

Hà Nội là một trong những thành phố đi đầu trong việc thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ X và Chương trình hành động về phát triển nông nghiệp giai đoạn 2018-2020 "Mở rộng diện tích trồng cây thực phẩm, đầu tư xây dựng một số vùng RAT, nâng cao chất lượng và giá trị thực phẩm, tạo công ăn việc làm ổn định, có thu

nhập cao cho người lao động trong khu vực nông nghiệp. Hà Nội đã tiến hành xây dựng vùng quy hoạch vùng sản xuất trên tất cả các huyện với diện tích tăng hàng năm bình quân là 11,06%.

Như vậy, với những cơ sở pháp lý ban đầu và các chính sách hỗ trợ tạo điều kiện cho phát triển sản xuất RAT như: quy hoạch vùng sản xuất RAT, quy định tiêu chuẩn chất lượng, quy định tiêu chuẩn cửa hàng RAT, có chính sách khuyến nông, chính sách hỗ trợ vốn tạo điều kiện cho người dân có điều kiện phát triển sản xuất đã thúc đẩy người nông dân tham gia HTX và sản xuất rau đảm bảo tiêu chuẩn an toàn VietGAP ngày càng nhiều.

- Công tác thông tin, tuyên truyền về sản xuất và tiêu thụ RAT

Hoạt động tuyên truyền, chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật cho nông dân được triển khai mạnh góp phần nâng cao ý thức và trình độ sản xuất của nông dân trong quá trình sản xuất RAT. Đồng thời, NTD hiểu được lợi ích của việc sử dụng RAT đã góp phần gia tăng niềm tin của NTD đối với các cơ sở sản xuất kinh doanh RAT trên địa bàn đô thị.

- Công tác phối hợp sản xuất và thu gom RAT giữa nông dân và HTX

Người nông dân tham gia vào HTX và cam kết sản xuất RAT theo đúng quy trình kỹ thuật của RAT VietGAP là yếu tố đầu tiên quyết định chất lượng RAT. Đồng thời, sự cam kết cung cấp đủ số

lượng RAT theo đúng thời gian thỏa thuận với HTX giúp cho CCU thực hiện được xuyên suốt.

- Hợp tác giữa HTX với các siêu thị, cửa hàng tiện ích

Sự hiểu biết về tầm quan trọng của hợp tác liên kết giữa các tác nhân đã giúp cho các tác nhân có trách nhiệm hơn với những phần việc mình đang phụ trách trong CCU. Yếu tố thời gian tham gia hợp tác giữa các tác nhân càng lâu thì sự tin tưởng càng được đánh giá cao.

3.2. Một số nhân tố ảnh hưởng tiêu cực đến quản lý CCU RAT tại Hà Nội

- Công tác kiểm tra, kiểm soát các khâu sản xuất, sơ chế, kinh doanh RAT, thanh tra kiểm tra tại tư nông nghiệp (giống, phân bón, thuốc BVTV) và an toàn thực phẩm của chính quyền cấp huyện, cấp xã còn hạn chế.

- Việc tiếp cận các chính sách tín dụng của các cơ sở sản xuất RAT đối với các hộ sản xuất RAT cũng như các HTX sản xuất RAT hiện nay còn khó khăn trong khâu xây dựng nhà lưới, nhà sơ chế RAT nên phần nào ảnh hưởng đến nguồn cung RAT cho các công ty, các siêu thị.

- Thị trường RAT còn rất nhỏ so với tổng thị trường rau chung tại Hà Nội, cung không đủ cầu, song với thực tế hệ thống phân phối lại chưa đáp ứng được đầu ra cho sản xuất. Tỷ lệ sản phẩm bán được đúng nghĩa RAT còn thấp, chưa khuyến khích được người nông dân đầu tư phát triển sản xuất RAT.

- Lợi ích giữa các tác nhân tham gia trong CCU RAT chưa được công khai, mọi liên kết giữa các tác nhân mới dừng lại ở hợp đồng mua bán hàng hóa, thuận mua vừa bán.

- Phía người sản xuất, HTX chưa được tham gia sâu vào công tác kiểm tra, giám sát chất

lượng RAT sau khi bàn giao cho phía các siêu thị/cửa hàng.

- Giữa những tác nhân này chưa xây dựng được quy chế hoạt động của chuỗi, mà mới dừng lại ở việc ràng buộc thông qua hợp đồng của từng tác nhân kỷ với nhau.

4. Kết luận và kiến nghị

Hoạt động CU RAT trên địa bàn Hà Nội đảm bảo chất lượng sản phẩm liên quan đến nhiều tác nhân. Tuy nhiên, trên thực tế trình độ tổ chức, quản lý, marketing của các cơ sở sản xuất RAT còn yếu. Vấn đề mấu chốt dẫn tới hiệu quả sản xuất RAT thấp cho tới nay là chưa có tiêu chuẩn để phân biệt RAT và RĐT, làm mất lòng tin cho NTD. Việc sử dụng các biện pháp kỹ thuật để phân định và quản lý chất lượng rau gặp nhiều khó khăn và gần như không khả quan trong thực tế. Do đó, tôi có một số kiến nghị như sau:

- *Thứ nhất*, Nhà nước cần có dụng cụ phân tích nhanh để phân biệt đâu là sản phẩm an toàn, đâu là sản phẩm không an toàn để giúp cho NTD cách lựa chọn sản phẩm.

- *Thứ hai*, các cơ quan chức năng cần kịp thời ban hành văn bản hướng dẫn chi tiết cụ thể về việc vận dụng chính sách khuyến khích liên kết tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp nói chung và mặt hàng rau nói riêng để các địa phương nhanh chóng triển khai.

- *Thứ ba*, cần có chính sách cụ thể đối với công tác tuyên truyền sản xuất và tiêu thụ RAT để thay đổi được thói quen không tốt trong sản xuất và tiêu thụ RAT.

- *Thứ tư*, cần có chính sách khuyến khích đối với các tác nhân đầu tàu trong CCU RAT về hỗ trợ khâu bảo quản và tìm kiếm thị trường tiêu thụ RAT ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Thị Mỹ Dung (2017). *Thực trạng sản xuất, tiêu thụ RAT trên địa bàn thành phố Hà Nội trong giai đoạn 2008 - 2015*. Tạp chí Khoa học, ĐH Sư phạm Hà Nội
2. UBND TP Hà Nội (2010). *Quyết định số 474/2010/QĐ-UBND ngày 28 tháng 11 năm 2010 về việc "Phê duyệt định hướng quy hoạch phát triển mạng lưới sản xuất RAT trên địa bàn TP. Hà Nội đến năm 2020"*.

3 Nguyễn Thị Tân Lộc (2016). Nghiên cứu tiêu thụ rau thông qua hệ thống chợ và siêu thị trên địa bàn TP. Hà Nội. Luận án tiến sĩ. Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 14/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/2/2020

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ THU HÀ

Giảng viên Trường Cao đẳng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Bắc Bộ

A STUDY ON FACTORS AFFECTING THE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FOR SAFE VEGETABLES IN HANOI

● Master. NGUYỄN THỊ THU HÀ

Lecturer, College of Agriculture and Rural Development
in Northern Vietnam

ABSTRACT:

At present, safe vegetables have not kept up with market demands in terms of both quality and quantity due to the lack of a suitable distribution channel for consumers' needs. The supply of inputs for the production, purchasing and consumption of safe vegetables is still fragmented. Safe vegetables' price is lowered by traders while consumers and farmers do not receive any benefits. As safe vegetables are distributed via different channels, it is very difficult to control and distinguish safe vegetables to normal vegetables. Therefore, ensuring the consumption and increasing the value of safe vegetables are an urgent task. Correctly identifying factors affecting the supply chain management of safe vegetables is the basis for improving the effectiveness of the supply chain for safe vegetables.

Keywords: Safe vegetables, supply chains, factors affecting supply chain management.