

# VỀ SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ NÔNG SẢN AN TOÀN Ở NGHỆ AN

An toàn thực phẩm có vai trò quan trọng trong đời sống xã hội, tác động trực tiếp đến sức khỏe con người cũng như ảnh hưởng đến việc tiêu thụ nông sản trên thị trường. Thế nhưng, vấn đề thực phẩm bán đến nay vẫn chưa được giải quyết triệt để, ngày càng trở nên nghiêm trọng. Vì vậy, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn và sử dụng những sản phẩm sạch, an toàn cho sức khỏe. Việc tạo ra những nông sản có chất lượng tốt chính là một sự đón đầu xu thế.

Để đáp ứng nhu cầu này, ở Nghệ An, hiện đã có nhiều đơn vị, doanh nghiệp, hộ dân chủ động đầu tư, thay đổi cách thức sản xuất, chế biến, kinh doanh, tập trung phát triển theo hướng chất lượng, an toàn, đồng thời có những chiến lược để kết nối với người tiêu dùng. Tuy nhiên, quá trình hướng tới nền nông nghiệp an toàn của tỉnh vẫn còn nhiều vấn đề cần giải quyết. Tạp chí KH&CN Nghệ An xin ghi lại chia sẻ của một số nhà quản lý, doanh nghiệp, hợp tác xã sản xuất cũng như tiêu thụ về vấn đề này.



Hiện nay, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn và sử dụng những sản phẩm sạch, an toàn cho sức khỏe

**Ông NGUYỄN VĂN ĐỆ - Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Nghệ An:**

*(Phát biểu tại Hội thảo Tập huấn hợp tác kết nối tiêu thụ nông sản cho các hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác và các trang trại Nghệ An trong Chương trình Tuần lễ Cam Vinh và sản phẩm, đặc sản Nghệ An tại Hà Nội, tháng 12/2019).*



Nghệ An là tỉnh có diện tích tự nhiên lớn nhất toàn quốc với trên 1,6 triệu ha, trong đó có gần 1,2 triệu ha đất nông nghiệp. Nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, tính đa dạng sinh học cao, con người siêng năng, cần cù, chịu khó đã sản xuất ra nhiều cây, con đặc thù, nhiều sản phẩm truyền thống có giá trị kinh tế cao, tồn tại, phát triển lâu đời. Nhiều sản phẩm đã trở thành thương hiệu nổi tiếng. Là tỉnh nông nghiệp, sản xuất nông nghiệp nói chung luôn gặp nhiều khó khăn do điều kiện thời tiết ngày càng diễn biến khó lường, sâu bệnh, dịch hại, thị trường tiêu thụ còn hạn chế..., nhưng được sự quan tâm của Trung ương, sự quyết tâm lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh, sự nỗ lực của bà con nông dân nên ngành nông nghiệp Nghệ An ngày càng phát triển về chiều rộng và chiều sâu, tăng trưởng liên tục. Cơ cấu kinh tế của ngành chuyển dịch đúng hướng, tốc độ tăng trưởng sản xuất giai đoạn 2013-2018 đạt 4,52%, vượt so với kế hoạch đề ra là 4,5%. Sản lượng lương thực đạt và vượt 1,2 triệu tấn/năm, các sản phẩm có thương hiệu và giá trị kinh tế cao như sữa, cam, chanh leo, chè, một số loại rau, củ, quả sạch, an toàn, các sản

phẩm thịt, tôm cá đã phân phối trong các hệ thống siêu thị, cửa hàng trong và ngoài tỉnh. Ngoài ra, Nghệ An còn có 150 làng nghề được tỉnh công nhận, có 690 hợp tác xã và trên 8.000 doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh sản phẩm nông nghiệp với nhiều sản phẩm đa dạng về mẫu mã, phong phú về chủng loại.

Từ năm 2013, tỉnh Nghệ An đã tập trung thực hiện đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới, có số xã đạt chuẩn nông thôn mới đến tháng 12/2019 là 239/431 xã, góp phần quan trọng vào nền kinh tế chung của tỉnh. Chúng tôi xác định nhiệm vụ tập trung cơ cấu lại các cây con chủ lực của tỉnh, các sản phẩm nông sản, đặc sản của địa phương với giải pháp đột phá đó là xây dựng nền nông nghiệp sạch, nông nghiệp an toàn, nông nghiệp công nghệ cao. Chúng tôi đã tập trung mở rộng diện tích sản xuất rau, củ, quả theo tiêu chuẩn VietGap, cùng với đó là rà soát cấp chứng chỉ chứng nhận đủ điều kiện an toàn vệ sinh thực phẩm, hỗ trợ xây dựng, phát triển nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý, tổ chức tuyên truyền, quảng bá, tiêu thụ nông sản, đẩy mạnh liên kết giữa người nông dân với doanh nghiệp, hợp tác xã (HTX) trong tổ chức sản xuất và bao tiêu sản phẩm để nâng cao chất lượng, giá trị, khuyến khích tạo mọi điều kiện thuận lợi để thu hút các tổ chức cá nhân đầu tư vào sản xuất nông nghiệp, nông thôn. Nghệ An tập trung triển khai Chương trình quốc gia mỗi xã một sản phẩm (OCOP), Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ, Chương trình 100 sản phẩm truyền thống và đặc sản địa

## NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

phương mang thương hiệu Nghệ An, đặc biệt là Đề án phát triển thương hiệu cam Vinh và các sản phẩm, đặc sản đặc trưng của Nghệ An đến năm 2025. Đến nay, Nghệ An đã có 25 doanh nghiệp lớn và vừa kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp và 70 trang trại, HTX tham gia sản xuất nông nghiệp, ứng dụng công nghệ cao, có 15.026ha sản xuất theo tiêu chuẩn thực hành tốt Gap và có 60.000ha bò sữa được nuôi theo công nghệ Israel, 128.000 con lợn được chăn nuôi ứng dụng công nghệ cao, cùng với đó là xây dựng được 182 sản phẩm nông, lâm

ng nghiệp, thủy sản, dịch vụ là những món quà lưu niệm, đặc sản ẩm thực tạo nên tính đa dạng của Chương trình mỗi xã một sản phẩm quốc gia OCOP của Nghệ An. Sản phẩm đặc sản Nghệ An đã có mặt ở hầu hết các khu trung bày giới thiệu sản phẩm trong và ngoài nước, được người tiêu dùng ưa chuộng, khách quốc tế lựa chọn.

Tuy nhiên những kết quả đạt được vẫn chưa xứng với tiềm năng, lợi thế của tỉnh Nghệ An, vẫn còn nhiều sản phẩm đặc trưng chưa đến được với đông đảo người tiêu dùng. Để sản phẩm nông nghiệp Nghệ An thêm phong phú trong bức tranh chung của sản phẩm nông nghiệp Việt Nam, cần tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, thực phẩm an toàn./.

**Ông HỒ LÂM THÔNG - Chủ nhiệm Hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ rau an toàn Phú Lương (xã Quỳnh Lương, huyện Quỳnh Lưu):**

Sản xuất tiêu thụ nông sản sạch là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước, để phát triển kinh tế, bảo đảm nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Đây cũng là nhu cầu thiết yếu trong đời sống hàng ngày, nhằm đảm bảo sức khỏe cho người sản xuất và người tiêu dùng. Chúng tôi luôn trăn trở làm thế nào để sản phẩm của mình có chất lượng cao, trước hết là để đảm bảo an toàn cho người sử dụng, đồng thời sản phẩm có uy tín mới tồn tại và cạnh tranh được với thị trường. Với trăn trở đó, từ khi thành lập (năm 2010) đến nay, HTX Phú Lương từng bước phát triển ổn định, gây dựng được lòng tin của người tiêu dùng. Các xã viên HTX gắn liền với sản phẩm đều có trách nhiệm chăm lo sản xuất và tiêu thụ nông sản sạch an toàn: cần cù, chịu khó, năng động, được đào tạo, tập huấn khoa học

kỹ thuật, quy trình sản xuất rau an toàn VietGap... Điều kiện bảo đảm cho sản xuất, tiêu thụ cơ bản được hoàn thiện đồng bộ như cơ sở hạ tầng, điện đường, máy bơm, máy cày, xe vận chuyển, thu gom, sơ chế... HTX tích cực tuyên truyền các chủ trương chính sách, các quy định hướng dẫn của Chính phủ và tỉnh về thành lập HTX, vận động các thành viên tham gia HTX; Tổ chức tập huấn khoa học kỹ thuật, quy trình sản xuất, tiêu thụ sản phẩm theo tiêu chuẩn VietGap; Quản lý, lựa chọn, quy hoạch vùng sản xuất đủ tiêu chuẩn như đất, nước tưới, không gây ô nhiễm môi trường; Lựa chọn giống, cây trồng, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật phù hợp để sản xuất; Đánh giá chất lượng của sản phẩm thông qua việc mời đơn vị Đo lường Chất lượng vùng 1 về đánh giá, kiểm định và cấp giống chứng nhận; Phối kết hợp với chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội của địa phương và báo chí các cấp, tuyên truyền, quảng cáo sản phẩm; Tham gia hội chợ các mô hình HTX, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh ở các tỉnh, các huyện. Vì vậy, trước năm

2016, HTX chỉ có 16 hộ gia đình, 4ha đất sản xuất, cơ bản tập trung thị trường chủ yếu là Metro và Big C. Nhưng từ 2016-2019, số lượng xã viên tham gia đông (40 hộ chính thức và 20 hộ hợp đồng), đối tác tiêu thụ đa dạng gồm các cơ quan, đơn vị có bếp ăn, tiêu thụ mỗi tuần từ 5-7 tấn rau. Về sản xuất, HTX đạt từ 400-450 tấn/năm rau quả các loại, tiêu thụ từ 300-350 tấn/năm, số còn lại HTX ký hợp đồng với các tổ chức thu gom tại các địa phương để tiêu thụ cho bà con. Nếu năm nào nhà máy chế biến hành lá thu mua nhiều thì HTX sẽ tiêu thụ cho bà con nông dân trên địa bàn, có thể thêm từ 150-200 tấn/năm. Thu nhập giá trị sản xuất của hộ gia đình HTX tiêu thụ cao hơn với thị trường từ 20-30%, thu nhập xã viên đạt từ 4-5 triệu đồng/người/tháng.

Tuy nhiên, vấn đề tiêu thụ nông sản an toàn hiện nay còn khó khăn, nhất là vấn đề thị trường. Mặc dù thị trường trên địa bàn tỉnh rộng như vậy, nhưng các đơn vị, cơ quan, ký hợp đồng mua bán của HTX còn ít với số lượng nhỏ. Yêu cầu của người mua phải thay đổi các loại rau, mua nhiều loại trong mỗi đợt, nhưng số lượng lại rất nhỏ... Số xã viên tham gia đông hơn nên bắt buộc phải phải khoán cho các tổ nhóm để sản xuất và tiêu thụ, do đó khó khăn cho việc quản lý chất lượng sản phẩm và làm thủ tục ký kết hợp đồng. Vùng sản xuất của HTX tuy đã có mương tiêu úng nhưng mưa lớn kéo dài vẫn bị ngập, thời tiết sâu bệnh hại phát triển mạnh ảnh hưởng rất lớn đến sản xuất. Phân

bón, thuốc bảo vệ thực vật, cây giống giá cao và đang có chiều hướng tăng lên. Trình độ năng lực quản lý điều hành, tìm kiếm, giao dịch thị trường thì còn hạn chế. Kinh phí hoạt động của HTX ít, quỹ đầu tư phát triển chưa có. Để phát triển hơn trong thời gian tới, HTX định hướng làm tốt công tác tuyên truyền quảng cáo, giới thiệu sản phẩm của HTX nói riêng và địa phương nói chung. Đồng thời, có sự liên kết, phối hợp với các đơn vị, tổ chức thu gom trong và ngoài địa bàn để tiêu thụ sản phẩm, đề phòng khi thiếu, khi thừa sản phẩm, đảm bảo tiêu thụ hết sản phẩm cho bà con nông dân và đủ số lượng hợp đồng. Trong quản lý điều hành thực sự phải linh hoạt, làm tốt quy chế dân chủ (tự bàn, tự làm, tự hưởng quyền lợi), nên khoán cho các tổ nhóm tận dụng được vốn sản xuất, kinh doanh, phát huy được năng lực sản xuất tiêu thụ của từng cá nhân và tổ nhóm (ít để quản lý). Các ngành, các cấp cần làm tốt công tác quản lý thị trường, tránh tình trạng lẫn lộn giữa rau sạch an toàn với rau chưa được xác định, lừa gạt người tiêu dùng, hỗ trợ các chính sách ưu đãi về vốn cho mô hình để sản phẩm có chất lượng cao hơn./.



Lễ trao giấy chứng nhận VietGAP trong sản xuất rau tại xã Quỳnh Lương (1/2016)



**Ông TRẦN ĐÌNH TOÀN**  
Giám đốc Công ty CP Đầu tư  
và sản xuất nấm ATC:

Bản thân tôi là chủ doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp và đã từng gặp thất bại nên tôi thấu hiểu sự khó khăn trong quá trình khởi nghiệp của các doanh nghiệp nông nghiệp, đặc biệt là sản xuất sản phẩm nông nghiệp sạch hiện nay. Từ khi bắt đầu có ý tưởng, tôi đã phải tự tìm tòi, học hỏi, đi đến khoảng 16 doanh nghiệp, đơn vị nuôi trồng nấm trên cả nước trong thời gian gần 3 tháng. Tuy vậy, trong quá trình sản xuất cũng gặp không ít khó khăn khác như thiếu kiến thức về nuôi trồng nấm, chưa có đầu ra cho sản phẩm, thiếu nguồn vốn đầu tư, quản trị nhân sự yếu, khó tiếp cận được với các cơ chế, chính sách hỗ trợ của nhà nước... Theo khảo sát của chúng tôi, năm 2014, cả tỉnh Nghệ An có khoảng 300 doanh nghiệp, hộ cá nhân tham gia nuôi trồng, sản xuất các loại nấm, nhưng đến năm 2018 chỉ còn lại khoảng gần 30 đơn vị nữa. Qua đó cho thấy, lĩnh vực nông nghiệp nói chung và lĩnh vực nuôi trồng nấm nói riêng rất khó khăn và khắc nghiệt. Tuy nhiên, chúng tôi đã có những cách làm áp dụng vào việc sản xuất kinh doanh và mở rộng thị trường để đến thời điểm hiện nay, Công ty đã có những sản phẩm từ nấm chất lượng cao có mặt ở các siêu

thị, cửa hàng thực phẩm sạch, trường học, nhà hàng... và được người tiêu dùng đón nhận.

Trong hoạt động sản xuất và phát triển sản phẩm nông sản sạch, doanh nghiệp gặp những khó khăn, vướng mắc như: tiếp cận nguồn vốn, tín dụng gặp rất nhiều khó khăn cho dù trong thời gian qua đã có nhiều chủ trương, chính sách hỗ trợ ưu đãi nguồn vốn vay cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp. Công ty đang có kế hoạch mở rộng sản xuất kinh doanh nhưng việc tiếp cận với quỹ đất gặp nhiều khó khăn do công tác thuê đất, đền bù giải phóng mặt bằng sẽ tốn rất nhiều chi phí và thời gian để thực hiện. Việc phát triển và đưa các sản phẩm nấm ra thị trường cũng gặp nhiều khó khăn do phần lớn người tiêu dùng hiện nay chưa biết nhiều đến cây nấm, ngoài ra các sản phẩm nấm giá rẻ, không rõ nguồn gốc, xuất xứ tràn về làm ảnh hưởng đến việc lựa chọn sản phẩm của người tiêu dùng do tâm lý muốn mua sản phẩm giá rẻ.

Qua thực tiễn và đúc rút những kinh nghiệm, công ty đã triển khai đồng bộ các giải pháp như: đầu tư các máy móc thiết bị áp dụng khoa học - công nghệ vào các quy trình sản xuất như hệ thống tưới nước, sản xuất bịch phôi tự động, sử dụng hệ thống máy sấy với công nghệ sấy hồng ngoại của Hàn Quốc thay cho việc phơi, sấy bằng thủ công. Hiện nay, công ty đang chuyển dần sản xuất, chế biến, đóng gói các sản phẩm sau thu hoạch như: trà linh chi túi lọc, bào tử nấm linh chi, bột nấm bào ngư... Đây là các sản phẩm có giá trị cao, dễ vận chuyển, bảo quản và đa dạng đối tượng

người tiêu dùng. Công ty đã chủ động xây dựng, bảo hộ thương hiệu, thiết kế đồng bộ bộ nhận diện thương hiệu, nhãn hiệu, đồng thời đăng ký với các cơ quan nhà nước về vệ sinh an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc cho từng loại sản phẩm. Thời gian tới, công ty tập trung nguồn lực để tiếp tục phát triển các sản phẩm từ cây nâm; liên kết với các đơn vị, hộ nông dân để cung cấp bịch phân, hướng dẫn kỹ thuật trồng nâm, đồng thời bao tiêu đầu ra cho người dân; nghiên cứu, thử nghiệm và phát triển sản phẩm nâm đông trùng hạ thảo, là loại thảo dược

quý và có giá trị cao trong bảo vệ sức khỏe; tiếp tục mở rộng thị trường, đẩy mạnh xúc tiến thương mại... Bên cạnh đó, để phát triển sản xuất nâm bền vững, hướng tới một ngành hàng có thương hiệu mạnh thì nhất thiết phải có một tổ chức (hiệp hội) của tỉnh nhằm tham mưu cho UBND tỉnh những ý kiến về chủ trương, cơ chế phù hợp với nghề trồng nâm trong Tỉnh, đồng thời sớm có biện pháp tháo gỡ những vướng mắc, khó khăn khi cần thiết. UBND tỉnh cần có chủ trương hình thành ngành sản xuất nâm theo hướng hàng hóa, tập trung, quy mô công nghiệp, từng bước ứng dụng công nghệ cao, có sự gắn kết chặt chẽ từ khâu nghiên cứu, sản xuất, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ./.



**Ông NGUYỄN TUẤN ANH**  
Hợp tác xã Việt Xanh:

HTX Việt Xanh thành lập từ tháng 9/2017, với mục tiêu liên kết các nông hộ có diện tích trồng cây ăn quả số lượng lớn để quy hoạch, kiến thiết lại kỹ thuật trồng đồng bộ, xây dựng bộ nhận diện thương hiệu trái cây Phú Quý - Xứ Nghệ nâng tầm cao mới. Với mục tiêu đó, đến nay HTX đã có trên 50 thành viên nông hộ - doanh nghiệp - HTX thành viên - tổ chức tư vấn phi Chính phủ, góp về diện tích cho HTX khoảng trên 300ha cây ăn quả đủ các loại: bơ, bưởi, cam, quýt, ổi, táo, mận, đào, dưa lê, dưa hấu, dưa chuột... và tiến đến làm sơ chế đóng gói các sản phẩm đặc trưng, nghiên cứu các dòng bánh, nước trái cây đảm bảo an toàn thực phẩm. Hoạt động trên lĩnh vực sản xuất, tiêu thụ nông sản an toàn, chúng tôi đã áp dụng một số giải pháp. Đầu tiên, chúng tôi thường

trao đổi với các bà con xã viên, xác định khó khăn chỗ nào thì phải có giải pháp ngay ở đó, mục tiêu đảm bảo chất lượng, số lượng và sự đồng đều của sản phẩm. Bên cạnh đó, chúng tôi xác định rõ phân khúc thị trường sản phẩm của mình, xác định chất lượng sản phẩm và so sánh với các sản phẩm tương đồng về chất lượng, giá cả; tích cực kết nối đầu ra với các cửa hàng thực phẩm sạch, siêu thị, chợ đầu mối... HTX cũng đã phối hợp chuyên gia xây dựng thiết kế, tem, nhãn mác cho sản phẩm; xin phép Sở KH&CN cấp mã vạch cho các sản phẩm; xây dựng website bán hàng trực tuyến. Chính sách dịch vụ khách hàng cũng được HTX chú trọng như: tư vấn miễn phí cho khách hàng 24/7, cảm ơn khách hàng ủng hộ, đền bù thiệt hại khi sản phẩm đến tay khách hàng không được như

## NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

ý... Tuy còn nhiều khó khăn, thách thức nhưng HTX Việt Xanh bước đầu đã phân biệt rành mạch hoạt động, nhiệm vụ của các bộ phận, gắn trách nhiệm cụ thể cho các thành viên. Do đó đến nay, hoạt động của HTX đã đạt được những kết quả bước đầu.

Vấn đề sản xuất, tiêu thụ nông sản sạch hiện gặp rất nhiều khó khăn như: khâu giám sát, vận

hành tinh gọn, tạo sản phẩm đồng đều về số lượng, chất lượng; tư vấn pháp lý, kiểm định sản phẩm; vấn đề thời tiết, biến động giá cả... HTX rất mong muốn có thêm nhiều chính sách tư vấn hỗ trợ hoàn thiện các vấn đề pháp lý về kiểm định chất lượng theo hướng VietGap, Organic cho sản phẩm nông sản, đưa đến cho khách hàng sản phẩm chất lượng và an tâm nhất./.



**Ông TRẦN VĂN PHÚC**  
Hệ thống thực phẩm sạch BibiGreen:

Hiện nay, vấn đề sản xuất và tiêu thụ nông sản sạch an toàn đang phát triển mạnh. Các địa điểm kinh doanh thực phẩm sạch, đầy đủ nguồn gốc xuất xứ đang được người tiêu dùng ngày càng chú ý, tìm đến. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của nhiều yếu tố nên hàng hóa vẫn không đủ để cung cấp. Thị trường chưa được mở rộng, chưa có tính cạnh tranh cao. Trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp chúng tôi được sự quan tâm của các cấp chính quyền về hỗ trợ sản xuất nông nghiệp, cũng như xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất; tham dự thường xuyên tại các hội chợ quảng bá sản phẩm, hội nghị kết nối cung cầu; có đội ngũ nhân viên nhiệt huyết. Tuy nhiên, khó khăn gặp phải là người tiêu dùng chưa có nhận thức đúng đắn về nông sản sạch, an toàn; sự chênh lệch về

giá cả của nông sản, thực phẩm an toàn và sản phẩm thông thường khá cao; đối mặt với rủi ro về giống, thời vụ, thiên tai... dẫn đến hàng hóa sản xuất ra bị ngưng trệ, không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng; hàng hóa chủ yếu là hàng tươi nên tình trạng xuất hủy, hao hụt cao. Một số mặt hàng phải nhập ở các địa phương khác về nên sẽ có sự chênh lệch về giá và không chủ động được nguồn hàng. Nhiều nông dân chưa quen với việc sản xuất theo hợp đồng, chưa tuân thủ quy trình, tiêu chuẩn, quy chuẩn sản xuất hàng hóa, chỉ quan tâm đến lợi ích trước mắt mà chưa thấy được lợi ích lâu dài. Chữ tín trong làm ăn là rất quan trọng, thế nhưng một số hộ nông dân sẵn sàng "phá hợp đồng" để được lợi trước mắt do giá thị trường đột ngột lên cao so với hợp đồng. Với một số HTX chỉ mới ký được hợp đồng ghi nhớ chứ chưa ký hợp đồng bao tiêu do bên sản xuất không cung cấp đủ hàng hóa. Nhân lực quản lý ở HTX thiếu định hướng trong việc sản xuất và quy hoạch sản phẩm một cách hợp lý. Sản xuất ồ ạt một loại sản phẩm mà ngại đa dạng, đổi mới

sản phẩm khiến cho doanh nghiệp khó khăn trong việc phát triển thị trường tiêu thụ. Kho bãi tập kết còn sơ sài, chưa có khả năng để lắp đặt hệ thống kho lạnh bảo quản, tích trữ sản phẩm hàng hóa. Công tác dồn đổi, tích tụ đất nông nghiệp hình thành cánh đồng lớn để sản xuất còn chậm. Sản phẩm sản xuất ra chưa đảm bảo yêu cầu của doanh nghiệp về chất lượng cũng như quy cách đóng gói. Sản phẩm chưa đa dạng với thị trường tiêu thụ, chưa mang tính cạnh tranh cao. Sản xuất hàng hóa đồng loạt, không có kế hoạch sản xuất dẫn đến tình trạng “được mùa mất giá” doanh nghiệp không thể bao tiêu nổi.

Trước thực tế chung đó, theo chúng tôi, doanh nghiệp tham gia tiêu thụ nông sản an toàn cần tích cực quảng cáo, tuyên truyền về nông sản sạch, thực phẩm an toàn để tạo được lòng tin với người tiêu dùng; đẩy mạnh phát triển nông sản địa phương, chủ động nguồn hàng tại chỗ; hàng hóa đầy đủ nguồn gốc xuất xứ và giấy chứng nhận; phát triển hàng chế biến sẵn, đa dạng hóa các loại sản phẩm, đặc sản vùng miền để người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn, đáp ứng sự tiện lợi cho người tiêu dùng; xây dựng các mạng lưới hệ thống bán lẻ để dễ đưa sản phẩm tận tay người tiêu dùng; tạo sự bình ổn giá cho các sản phẩm (từ khi có dịch tả lợn, phía cung cấp nguồn hàng đã tăng giá thịt lợn nhưng hệ thống của chúng tôi mới chỉ điều chỉnh giá 1 lần để bình ổn giá cho người tiêu dùng); tìm kiếm các nguồn hàng dự phòng, mở rộng các nhóm hàng liên quan như thủy hải sản, trứng, thịt gia cầm để thay thế cho khách hàng ngại sử dụng thực phẩm từ thịt. Đặc biệt, việc kết hợp tham quan trải nghiệm, du lịch nhà vườn giúp người tiêu dùng hiểu hơn, tin tưởng hơn vào phương thức sản xuất các sản phẩm nông sản an toàn cũng là một kênh truyền thông hữu hiệu cho sản phẩm nông nghiệp. Với cách làm

đó, hàng năm hệ thống chúng tôi tiêu thụ hơn 10 tấn nông sản, thực phẩm an toàn (rau, củ, quả, thịt cá, trứng...), tạo được lòng tin, uy tín với người tiêu dùng.

Từ thực tế hoạt động trên lĩnh vực nông sản sạch, an toàn, chúng tôi thấy các cấp chính quyền cần tăng cường hỗ trợ phát triển sản xuất nông sản theo hướng VietGap, hữu cơ có truy xuất nguồn gốc bằng QR code để tạo được sự tin tưởng của người tiêu dùng; hỗ trợ phát triển sản xuất hàng hóa tại địa phương để chủ động nguồn hàng hóa. Chính quyền địa phương cần phối hợp với các đơn vị có liên quan mở các lớp tập huấn, hướng dẫn nông dân không chỉ về khoa học - kỹ thuật sản xuất mà còn cả cách thức tổ chức sản xuất, cách tiếp cận các nguồn vốn vay; xây dựng quy hoạch vùng sản xuất tập trung; nghiên cứu, bố trí nguồn lực đầu tư các chương trình, dự án chuyển giao khoa học - kỹ thuật vào sản xuất, đa dạng hóa các sản phẩm theo hướng chế biến. Điều chỉnh, bổ sung chính sách hỗ trợ sản xuất nông nghiệp để khuyến khích và tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực nông nghiệp cũng như thu hút nhân lực trẻ về sản xuất nông nghiệp. Các cơ quan quản lý Nhà nước cần có chiến lược cụ thể, kết hợp với doanh nghiệp quy hoạch sản phẩm đầu ra cho cả ngành theo từng giai đoạn, từng thời kỳ, nhằm giảm thiểu tình trạng mất cân đối cung cầu. Đảm bảo sự ổn định đầu ra cho sản phẩm, cân đối được cung cầu và có chiến lược xây dựng thương hiệu sản phẩm, thương hiệu ngành, thương hiệu địa phương; có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xây dựng cơ sở vật chất, kho lạnh bảo quản, tích trữ hàng hóa./.







**Bà Nguyễn Thị Phương**  
**Phó TGD Tập đoàn Central Retail:**

*(Phát biểu tại Lễ Khai mạc Tuần lễ cam Vinh và sản phẩm, đặc sản Nghệ An tại Hà Nội 17-21/12/2019)*

Nghệ An là vùng đất địa linh nhân kiệt, hội tụ nhiều tiềm năng và lợi thế để phát triển kinh tế nói chung và nông nghiệp nói riêng. Đây là tỉnh có diện tích rộng nhất cả nước, sở hữu nhiều sản phẩm đặc sắc có giá trị cao..., nổi tiếng nhất là Cam Vinh - giống cam nức tiếng từ xa xưa, đã đi vào không gian tâm tưởng của nhiều thế hệ. Tập đoàn Central Retail nói chung và hệ thống đại siêu thị Big C và Go! Việt Nam nói riêng đã triển khai thu mua trực tiếp cam Vinh và các sản phẩm nông sản từ các hộ nông dân, HTX tại Nghệ An mà không qua thương lái với chiết khấu 0%. Năm 2019, đã có 700 tấn nông, đặc sản Nghệ An được tiêu thụ trong hệ thống siêu thị và đại siêu thị Big C và Go! Việt Nam. Trong quá trình làm việc với các hộ nông dân, HTX... tại đây, chúng tôi cũng gặp khó khăn khi tìm được sản phẩm tốt nhưng chưa đủ hồ sơ công bố, chưa đáp ứng đủ tiêu chuẩn vào hàng trong hệ thống bán lẻ hiện đại. Cản trở về mặt địa lý cũng gây ra khó khăn trong vận chuyển, phân phối hàng hóa.

Hiện nay, Central Retail đang triển khai 3 chương trình để đồng hành cùng nông nghiệp, nông thôn, nông dân Việt

Nam và triển khai sâu tại Nghệ An, đó là: Thu mua nông sản trực tiếp từ các hộ nông dân và HTX với chiết khấu 0%; Đồng hành cùng OCOP - xúc tiến tiêu thụ bằng cách đưa các sản phẩm OCOP vào hệ thống bán lẻ hiện đại; Hỗ trợ phát triển sản xuất và đa dạng hóa sinh kế cho nhóm các hộ nông dân, ngư dân và các hộ gia đình nghèo trong chương trình “Sinh kế cộng đồng”. Hy vọng rằng, với các chương trình hoạt động cụ thể và thiết thực trên, chúng tôi sẽ hợp tác sâu rộng hơn với Nghệ An để nâng tầm thương hiệu cho đặc sản, sản phẩm tỉnh Nghệ An nói chung./.



Sản phẩm nông nghiệp Nghệ An được bán trên hệ thống Siêu thị BigC