

## **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, PHÁT TRIỂN CHUỖI LIÊN KẾT TRONG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ SẢN PHẨM RAU, QUẢ**

**TS. Nguyễn Thị Tân Lộc**  
*Viện Nghiên cứu Rau quả*

### **I. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Trong bối cảnh hiện nay khi các địa phương trong cả nước cũng như các cơ quan quản lý rất quan tâm đến việc sản xuất và cung ứng các sản phẩm nông sản ra thị trường nói chung và các sản phẩm rau, quả nói riêng. Các sản phẩm này không chỉ đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước mà còn đáp ứng nhu cầu xuất khẩu. Đặc biệt hiện nay khi Việt Nam đã hội nhập thì sự liên kết trong sản xuất và tiêu thụ nông sản giữa các tỉnh, giữa các vùng trong nước và giữa các nước được tính đến trong việc cân đối nguồn cung cũng như việc phân phối các sản phẩm. Thực tế năng lực sản xuất các sản phẩm nông sản ở các địa phương rất tốt, song khâu khó khăn nhất là tiêu thụ sản phẩm. Sự liên kết giữa các tác nhân còn lỏng lẻo và thực sự người sản xuất gặp khó khăn trong khâu định hướng liên kết, phát triển thị trường. Trong bối cảnh đó, có nhiều các dự án, đề tài, chương trình hỗ trợ người sản xuất phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm. Vậy làm thế nào để các nội dung này hỗ trợ người dân mang lại kết quả cao cũng là một vấn đề được quan tâm. Do đó, trong bài viết này, chúng tôi muốn chia sẻ một phần kết quả nghiên cứu từ dự án: **"Xây dựng hệ thống sản xuất - kinh doanh rau bền vững và hiệu quả ở khu vực Tây Bắc Việt Nam"** và nêu ra kết quả phát triển chuỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ từ một số dự án về rau, quả làm cơ sở giúp cho các độc giả có điều kiện chia sẻ.

### **II. THỰC TRẠNG VẤN ĐỀ**

#### **2.1. Kết quả nghiên cứu từ dự án**

Dự án **"Xây dựng hệ thống sản xuất - kinh doanh rau bền vững và hiệu quả ở khu vực Tây Bắc Việt Nam"** được tài trợ bởi Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR). Dự án bao gồm có 4 hợp phần. Hợp phần 1: Nghiên cứu thị trường; Hợp phần 2: Phát triển thị trường; Hợp phần 3: Kỹ thuật sản xuất rau an toàn (RAT) và Hợp phần 4: Nâng cao năng lực cho cán bộ khuyến nông tại các địa bàn huyện trên địa bàn tỉnh Lào Cai. Dự án được triển khai tại thị trường Hà Nội và Lào Cai, vùng sản xuất tại Lào Cai, tập trung vào huyện Sa Pa và huyện Bắc Hà. Việc nâng cao năng lực được nhân rộng ra một số huyện tại địa bàn tỉnh Lào Cai.

Trong phần chi tiết dưới đây, chúng tôi tập trung vào Hợp phần 2 - Phát triển thị trường rau Lào Cai - Hà Nội và thành phố Lào Cai. Tỉnh Lào Cai có tiềm năng phát triển sản xuất rau trái vụ; Song năng lực sản xuất và tiêu thụ rau của người dân còn



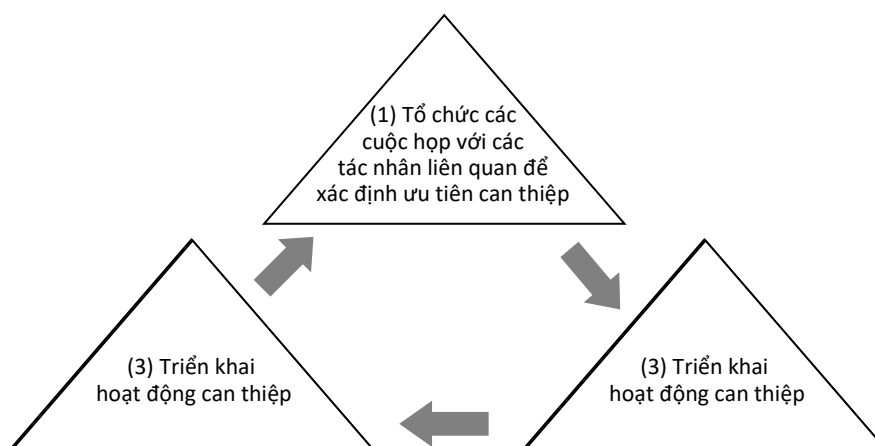
hạn chế; Sản phẩm chủ yếu bán tại thị trường địa phương; Sản xuất không theo định hướng thị trường; Quy mô sản xuất rau nhỏ nên hạn chế việc mở rộng diện tích; Mỗi liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi yếu; Thiếu các hỗ trợ tiếp cận thị trường, đặc biệt là đối với nhóm dân tộc thiểu số; Sự xuất hiện của rau Lào Cai tại các thành phố lớn hạn chế.

**a. Mục tiêu của hợp phần:** (i) Phát triển chiến lược marketing trong toàn chuỗi (gồm cả phát triển thương hiệu) nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh cho các hộ sản xuất nhỏ; (ii) Lựa chọn các nghiên cứu trường hợp đại diện cho các mô hình sản xuất và marketing khác nhau (ví dụ: mô hình mua các yếu tố đầu vào tập thể, tiêu thụ sản phẩm tập thể, mô hình người thu gom dẫn đầu...).

**b. Về phương pháp nghiên cứu:** Bốn mô hình tiếp thị đã được nghiên cứu: (i) truyền thống; (ii) các nhóm nông dân tiếp thị; (iii) người bán buôn tiếp thị và (iv) người bán lẻ tiếp thị. Các can thiệp tiếp thị được xác định với sự tham khảo ý kiến của các bên liên quan, bao gồm nông dân và chính quyền địa phương thông qua việc sử dụng Phương pháp “Hợp tác giải quyết vấn đề - Collaborative Problem Solving Methodology - CPSM”. Cách thức tổ chức xác định các vấn đề, tổ chức triển khai theo sơ đồ 1. Một cách tiếp cận nghiên cứu trường hợp đã được sử dụng để ghi nhận các cải tiến cho một đến 2 trong số 4 mô hình đang nghiên cứu chi tiết về cơ hội thị trường, các hạn chế về kỹ thuật hoặc thị trường được khắc phục, hiệu quả kinh tế và áp dụng bài học kinh nghiệm cho các doanh nghiệp tương tự khác.

\* **Địa điểm:** Huyện Sa Pa, huyện Bắc Hà (xã Na Hối, xã Tà Chải, thị xã Bắc Hà), thành phố Lào Cai và Hà Nội.

\* **Đối tượng thực hiện:** (i) HTX Thành Công - thị trấn Sa Pa; Nhóm nông dân Má Tra - xã Sa Pả thuộc huyện Sa Pa; HTX Dì Thàng - xã Na Hối; Nhóm nông dân Na Khèo - xã Tà Chải; Công ty Anh Nguyên - thị trấn Bắc Hà, thuộc huyện Bắc Hà và các nhà phân phối tại Hà Nội và thành phố Lào Cai.



### **Sơ đồ 1. Chu kỳ tổ chức thực hiện nghiên cứu phát triển thị trường**

\* *Cách tiếp cận*: Tổ chức chu kỳ nhiều vòng như sơ đồ 1: (1) Các cuộc họp của các bên liên quan được tiến hành để xác định các ưu tiên; (2) Các ưu tiên được sử dụng để thiết kế các hoạt động can thiệp; (3) Triển khai các hoạt động. Sau 2 năm dự án có sự đánh giá và lại được lập lại chu trình kể trên.

Ở đây, thông qua cả 2 vòng triển khai đều xác định được các can thiệp chính là: (i) Hỗ trợ tiếp cận và kết nối thị trường để phân phối sản phẩm cho các nhóm nông dân; (ii) Quảng bá sản phẩm cho các nhóm nông dân tại các thị trường và (iii) Nâng cao năng lực cho các nhóm nông dân.

**Bảng 1. Thời gian thực hiện các hoạt động**

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Khảo sát nghiên cứu thị trường</b>					
Hội thảo tác nhân lần 1 (Chính quyền địa phương, các nhóm nông dân, người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ, người tiêu dùng, nhà nghiên cứu).					
<b>Hội nghị Ban Tư vấn</b>					
Nghiên cứu và can thiệp giai đoạn 1:					
Tiếp cận và kết nối thị trường					
Quảng bá sản phẩm (tổ chức Hội nghị thử nếm, viết bài báo...)					
Nâng cao năng lực.					
<b>Hội thảo tác nhân lần 2 (Các nhóm nông dân, người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ, người tiêu dùng, nhà nghiên cứu)</b>					
Nghiên cứu và can thiệp giai đoạn 2:					
- Tiếp cận và kết nối thị trường (tiếp tục triển khai).					
- Quảng bá sản phẩm (viết bài báo) (tiếp tục triển khai).					
- Nâng cao năng lực (tiếp tục triển khai).					

#### **c. Các kết quả chính đạt được**

##### **Kết quả chính 1: Kết quả của hội thảo các bên liên quan lần 1**

Qua việc tổ chức hội thảo tác nhân lần 1 đã xác định được các ưu tiên:

\* *Đối với người sản xuất*: Kỹ thuật sản xuất an toàn; Kết nối nông dân với thị trường; Xây dựng thương hiệu và cấp chứng nhận; Cải thiện chất lượng sản phẩm sau thu hoạch.

\* *Đối với người thu gom và bán buôn*: Liên kết thị trường; Cải thiện chất lượng rau và thúc đẩy sản xuất trái vụ; Nâng cao năng lực của người bán buôn.

\* *Đối với người bán lẻ*: Tăng cường liên kết giữa các tác nhân; Giấy chứng nhận.

Cũng từ Hội thảo các tác nhân lần 1, chúng tôi đã bầu ra được Ban Tư vấn (thành phần Ban Tư vấn gồm đại diện của người sản xuất, người kinh doanh và cán bộ địa phương).

### **Kết quả chính 2: Kết quả của Ban Tư vấn**

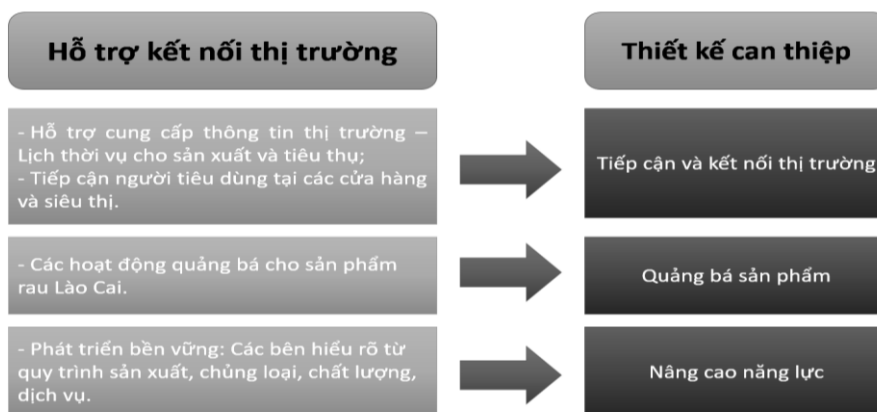
Trên cơ sở các ưu tiên được xác định, nhóm nghiên cứu đã xây dựng kế hoạch hành động thông qua việc tổ chức Hội nghị Ban Tư vấn. Hội nghị đã xác định các can thiệp như sau:

\* *Về kết nối thị trường.* Tập trung vào: (i) Hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, tập trung vào Lịch thời vụ cho sản xuất và tiêu thụ; (ii) Hoạt động quảng bá cho rau Lào Cai; (iii) Phát triển bền vững: Các bên hiểu rõ từ quy trình sản xuất, chủng loại, chất lượng, dịch vụ; (iv) Tiếp cận người tiêu dùng tại các cửa hàng và siêu thị.

\* *Về kỹ thuật.* Thống nhất: (i) Kỹ thuật sản xuất rau an toàn và trái vụ; (ii) Các quy trình sản xuất an toàn cho các loại rau ưu tiên; (iii) Thủ tục áp dụng chứng nhận đủ điều kiện sản xuất rau an toàn (RAT).

- Trên cơ sở xác định các ưu tiên như trên, chúng tôi thiết kế các can thiệp thị trường như sơ đồ 2.

Từ việc xác định các ưu tiên đến thiết kế các can thiệp thị trường



AGB/2012/059 End of Project Review

### **Sơ đồ 2. Thiết kế các can thiệp từ việc xác định các ưu tiên**

Kết quả chính đầu ra của các hoạt động can thiệp thị trường đó là kết quả chính 3 và 4:

### **Kết quả chính 3: Hai lịch trồng trọt cho hai vùng sản xuất**

Xây dựng được hai lịch trồng trọt cho hai vùng sản xuất tại Sa Pa và Bắc Hà. Trên cơ sở thông tin về giá rau tại thị trường Hà Nội của các chủng loại rau được ưu tiên sản xuất tại Sa Pa và Bắc Hà và năng lực của những người sản xuất tại hai địa bàn kể

***Diễn đàn KN @ NN: “Hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp”***

trên chúng tôi thiết kế ra 2 lịch trồng trọt theo các tháng cho từng loại rau với diễn biến về giá qua các thời điểm như sau.

Khuyến cáo thời gian cung cấp rau từ huyện Sapa đến Hà Nội



LOẠI RAU		THÁNG											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RAU BẢN ĐỊA	1 CÁI MÈO	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	2 ĐẬU HÀ LAN (NGON)	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	3 KHÔI TỬ	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	4 NGỒNG CÁI LÀN	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	5 SU HẢO (NGỒNG)	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	6 SU SU (NGON)	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺

Khuyến cáo thời gian cung cấp rau từ huyện Bắc Hà đến Hà Nội



LOẠI RAU		THÁNG											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RAU BẢN ĐỊA	1 CÁI MÈO	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	2 CÁI BẮP XỎE	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	3 ĐẬU HÀ LAN (NGON)	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	4 ĐẬU HÀ LAN (QUẢ)	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	5 KHOAI SÔ CHÂN CHỒ	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
	6 KHÔI TỬ	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺

Với các lịch này giúp các nhóm nông dân trong việc lập kế hoạch sản xuất theo nhu cầu thị trường để cải thiện thu nhập của họ.

**Kết quả chính 4: Lễ hội nếm thử rau Tây Bắc**

\* *Hình thức tổ chức:* Nếm kết hợp với kết nối các nhà sản xuất và nhà phân phối mới, giới thiệu và bán rau Lào Cai với giá cao.

\* *Các kết quả:*

- Một số nhà phân phối mới kết nối với các nhà sản xuất rau từ Sa Pa và Bắc Hà với Hà Nội: HTX Thành Công (huyện Sa Pa) hợp tác với 10 nhà phân phối, HTX Na Lang (huyện Bắc Hà) hợp tác với 8 nhà phân phối, Công ty Anh Nguyên (huyện Bắc Hà) hợp tác với 8 nhà phân phối, bà Liễu - hợp tác xã Di Thàng (Bắc Hà) hợp tác với 10 nhà phân phối tại thành phố Hà Nội.
- Các vị khách và du khách (người tiêu dùng) nếm thử một số món ăn được chế biến từ các loại rau bản địa. Khách nếm và mua rau tại Lễ hội đánh giá cao về chất lượng của rau Lào Cai và các món ăn được giới thiệu.
- Lễ hội đã giới thiệu được 5 doanh nghiệp với tổng số 17 điểm bán rau Lào Cai tại Hà Nội thông qua việc phát tờ rơi giới thiệu về cách nấu món ăn của một số loại rau bản địa (recipe card) cho khách tại Lễ hội. Đây là một trong những hoạt động mới vào tháng giêng, 2016 nên các đại biểu và du khách rất hào hứng và thích thú với Lễ hội này.
- Quầy hàng giới thiệu và bán sản phẩm bên ngoài Lễ hội được quảng bá và bán các sản phẩm rau Lào Cai. Chúng rất đa dạng, tươi và ngon, vì vậy chúng được người tiêu dùng Hà Nội lựa chọn với mong muốn được khám phá về các loại rau chất lượng.



Qua Lễ hội giúp gia tăng sự hiểu biết, tin tưởng, hài lòng và sử dụng thường xuyên của người tiêu dùng đối với rau Lào Cai tại Hà Nội (tăng từ 17 điểm bán lên 26 điểm bán sau Lễ hội tại Hà Nội).

#### **Kết quả chính 4: Kết quả của Hội thảo các bên liên quan lần 2**

- Xác định một số biện pháp để thúc đẩy phân phối sản phẩm rau tốt hơn:  
\* *Đối với thị trường Lào Cai:* (i) Hỗ trợ thành lập các nhóm sản xuất; (ii) Tổ chức sản xuất và phân phối phù hợp với năng lực của nhóm; (iii) Xây dựng kế hoạch sản xuất phù hợp với kế hoạch phân phối; (iv) Liên kết nhà sản xuất với các nhà hàng địa phương, thương nhân ở thành phố Lào Cai và Sa Pa; (v) Đảm bảo chất lượng sản phẩm; (vi) Nhà thu gom cũng là thành viên trong nhóm sản xuất.

\* *Đối với thị trường Hà Nội:* (i) Nâng cao chất lượng sản phẩm (kỹ thuật canh tác, quản lý sau thu hoạch, vận chuyển); (ii) Chứng nhận sản phẩm; (iii) Thực hiện khuyến mãi rau Lào Cai; (iv) Tiêu thụ sản phẩm thông qua hợp đồng, duy trì mối liên kết giữa nhà cung cấp và nhà phân phối.

- Chiến lược định hướng cho quảng bá rau Lào Cai.

\* *Nâng cao kỹ năng tư vấn sản phẩm:* (i) Giới thiệu nguồn gốc, lịch mùa vụ, quy trình sản xuất; (ii) Hướng dẫn phương pháp sơ chế sản phẩm; (iii) Phương pháp bảo quản; (iv) Tư vấn phương pháp phân biệt sản phẩm từ Lào Cai và các địa phương khác.

\* *Tăng cường các hoạt động xúc tiến:* In tờ rơi và giới thiệu điểm bán hàng; Tham gia hội chợ, hội thảo nếm thử; Nhờ bạn bè giới thiệu; Viết và đăng bài viết trên báo, internet, mạng xã hội như facebook, zalo....

#### **Kết quả chính 6: Mẫu logo và tem cho rau Lào Cai**

Dựa trên nhu cầu truy xuất nguồn gốc của rau Lào Cai và sự phát triển của thương hiệu rau an toàn Lào Cai ở các thành phố lớn, nhóm nghiên cứu đã hỗ trợ thiết kế và in 1.000 nhãn mỗi loại để dùng thử tại các điểm bán rau Lào Cai ở Hà Nội và thành phố Lào Cai. Một mẫu được dán trên hộp/thùng, một mẫu được dán trên túi sản phẩm.



**Nhãn dùng để dán lên thùng**



**Nhãn dùng để dán lên túi sản phẩm**

Với mục tiêu nhắm đến các thị trường lớn và xa, nơi mà hầu hết người tiêu dùng chưa biết đến rau Lào Cai, nhóm nghiên cứu đã chọn hợp tác xã Di Thàng làm đối tượng đầu tiên để thử nghiệm vì có 65 - 70% rau do hợp tác xã này cung cấp để bán tại Hà Nội theo hình thức bán hàng tập trung (join sale). Sau khi dùng thử, các mẫu này được người tiêu dùng và nhà phân phối đánh giá cao và hầu hết các nhà phân phối dự kiến sẽ sử dụng chúng trong quá trình bán sản phẩm.

Hy vọng, việc sử dụng tem nhãn giúp thực hiện được truy xuất nguồn gốc và phát triển Thương hiệu của rau Lào Cai.

Tóm lại, qua việc triển khai dự án thấy rõ tác động: (i) Về nâng cao năng lực: Cho các nhà nghiên cứu: 08 bài báo trên các báo điện tử, 01 bài báo đăng trên Tạp chí Khoa học của Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam; một số bản tin trong bản tin hàng tháng của ACIAR; Cho nhóm nông dân: Nâng cao kiến thức về thực tiễn thị trường tốt và năng lực của tổ chức sản xuất và phân phối; Thay đổi tập quán sản xuất cũ, dần dần chuyển sang sản xuất rau theo nhu cầu thị trường; Đối với thương nhân: Nâng cao năng lực tổ chức kinh doanh, liên kết và tiếp thị nhiều hơn; (ii) Tác động kinh tế: Các tác nhân trong chuỗi cũng có thu nhập cao hơn trước khi tham gia chuỗi giá trị rau Lào Cai: Đối với người sản xuất ở huyện Bắc Hà: Ngô và gạo chỉ có doanh thu 20 triệu đồng mỗi ha và rau có thu nhập cao hơn (từ 3 - 8 lần). Đối với người sản xuất ở huyện Sa Pa: Sản xuất rau mang lại thu nhập cao gấp khoảng 3 lần so với sản xuất của dong riêng (khoảng 27 triệu đồng đến 28 triệu đồng mỗi ha từ sản xuất của dong riêng). Góp phần cải thiện đời sống của người dân ở các địa phương. Thương hiệu rau Lào Cai đang phát triển ở các thành phố lớn. Người tiêu dùng biết đến họ nhiều hơn khi chất lượng của họ ngày càng được đảm bảo; (iii) Tác động xã hội: Tạo thêm cơ hội việc làm, nhất là cho lao động nữ do hầu hết các đơn vị có số nữ từ 80 - 95%. Điểm ý nghĩa hơn đó là đối với người dân tộc thiểu số (H'Mông), nhận thức được các cơ hội hoặc kỹ thuật để cải thiện sản xuất rau trái vụ và sản xuất rau cho thị

trường thay vì chỉ tiêu thụ tại chợ địa phương; Cải thiện dinh dưỡng cho người sản xuất và người tiêu dùng: Việc mở rộng thị trường rau Lào Cai ở các thành phố lớn đã hỗ trợ người tiêu dùng tiếp cận nguồn rau chất lượng cao cho bữa ăn hàng ngày, đảm bảo an toàn, và dinh dưỡng cho sức khỏe của họ.

#### ***d. Phổ biến kết quả của dự án***

Sau khi một loạt các can thiệp thị trường được thực hiện, những thành tựu đạt được là: Nông dân được hưởng lợi từ việc giới thiệu từng bước về sản xuất rau theo định hướng thị trường; Mối quan hệ giữa thương nhân và nông dân là rất quan trọng để thực hiện các can thiệp để cải thiện các yếu tố của hệ thống tiếp thị. Can thiệp phải có lợi cho tất cả các tác nhân trong chuỗi.

\* *Thông báo thiết kế dự án mới:* Sau khi dự án kết thúc, chúng tôi thiết nghĩ có thể xây dựng dự án mới với bản chất tăng cường cải thiện mối liên kết trong chuỗi rau an toàn Lào Cai. Tập trung vào một số nội dung: Nâng cao năng lực thực hành thị trường, đàm phán và quản lý tốt cho Ban Quản lý của các nhóm nông dân để giúp họ thích nghi với các điều kiện sản xuất và phân phối hiện nay, đặc biệt là các kênh hiện đại; Nâng cao năng lực thực hành thị trường tốt (GTP) cho tất cả các thành viên trong các nhóm nông dân; Hỗ trợ các nhóm nông dân hiểu nhu cầu sản phẩm của người mua: số lượng, chủng loại, thời gian cung cấp và tiêu chuẩn sản phẩm; Tăng cường quảng bá rau Lào Cai; Nâng cao kiến thức tiêu dùng cho đội ngũ tiếp thị, để họ có thể tư vấn cho người mua.

\* *Thông báo thiết kế chính sách:* Tác động của dự án đã ảnh hưởng đến chính sách khu vực trong tái cơ cấu cây trồng, phát triển chuỗi giá trị, đầu tư vào nông nghiệp...

\* *Thông báo cho cộng đồng nghiên cứu:* Cung cấp thông tin sản xuất và thị trường của rau an toàn Lào Cai làm cơ sở để phát triển các đề xuất của cộng đồng nghiên cứu.

## **2.2. Kết quả nghiên cứu từ một số dự án khác**

Từ 2011 tới nay, chúng tôi cũng có triển khai một số dự án khác về liên kết, phát triển thị trường và thu được những kết quả rất đáng khích lệ. Do giới hạn độ dài của bài viết, ở đây, chúng tôi chưa có điều kiện nêu ra kết quả của các dự án khác, nên chỉ nêu tên một số dự án mang tính chất giới thiệu nhằm giúp những độc giả có cơ hội tìm hiểu khi có điều kiện. Dự án: ***“Tăng cường năng lực SPS Việt Nam cho thương mại - Cải thiện chất lượng và an toàn sản phẩm rau tươi thông qua tiếp cận chuỗi giá trị ở Việt Nam”*** do FAO tài trợ. Nhóm nghiên cứu đã kết nối được một số chuỗi rau từ Lâm Đồng và Hà Nội từ 2012 duy trì trong thời gian dài và khối lượng rau giao dịch ổn định; Dự án: ***“Cải thiện liên kết giữa thị trường và người sản xuất rau trái vụ tại vùng Tây Bắc Việt Nam”*** đã rất thành công trong việc hỗ trợ nông dân từ Mộc Châu bán sản phẩm cho các chuỗi cửa hàng và siêu thị lớn (Fivimart, AEON, Big C... ) tại Hà Nội từ 2012 với sản lượng năm sau lớn hơn năm trước và hiện nay vẫn duy trì một





số chuỗi rất tốt. Dự án: “***Cải thiện thu nhập cho các hộ nông dân nhỏ tại vùng cao Tây Bắc Việt Nam thông qua tăng cường tính cạnh tranh và tiếp cận thị trường quả ôn đới và bán ôn đới ở khu vực***”. Đây là dự án mà Viện Nghiên cứu Rau quả cũng là một trong những đơn vị đầu tiên hỗ trợ hình thành các chuỗi giá trị mật, hồng vào các cửa hàng thực phẩm tiện ích và các siêu thị ở Hà Nội, đặc biệt là mật - sản phẩm thứ 2 của Việt Nam (sau bưởi da xanh) được tiêu thụ tại chuỗi cửa hàng Klever Fruit vào năm 2017. Hiện nay chúng tôi đang triển khai dự án: “***Cải thiện sinh kế thông qua phát triển các chuỗi giá trị rau ở Myanmar và Việt Nam***” có phối hợp với Big C và đã hỗ trợ được nhóm nông dân dân tộc H'Mông có mức thu nhập thấp (< 5 triệu đồng) trước khi triển khai dự án cung ứng trực tiếp các sản phẩm rau vào siêu thị Big C từ tháng 6 năm 2018 đến 16/03/2019 đạt gần 120 tấn sản phẩm rau (cải bắp, cà chua, bí xanh, cải mè và đậu cove).

### **III. KẾT LUẬN**

Qua việc chia sẻ kết quả nghiên cứu cho thấy, trong bối cảnh của nước ta hiện nay, tại các địa phương, người sản xuất các sản phẩm nông sản có sự thay đổi và cải thiện đời sống khi họ xác định được hướng sản xuất, đặc biệt là xác định được sản phẩm chủ lực, sản phẩm thế mạnh. Việc hỗ trợ liên kết và phát triển thị trường cho những nông dân ở vùng cao là hết sức cần thiết. Song kinh nghiệm từ các dự án hỗ trợ cho các sản phẩm nông sản cho thấy cần xây dựng dự án với các hợp phần mang tính kỹ thuật và thị trường song hành giúp hỗ trợ cho nhau để có sản phẩm chất lượng đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng, nhất là khi có sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa sản phẩm trong nước và nhập khẩu. Đồng thời các nội dung về hỗ trợ công tác tổ chức sản xuất và tiêu thụ rất được coi trọng. Ngoài ra, cũng cần tính đến việc hỗ trợ nhân rộng mô hình giúp nhiều người nông dân sản xuất nhỏ được hưởng lợi. Trong bối cảnh như hiện nay khi nhu cầu của người tiêu dùng luôn thay đổi và thị trường trong nước cũng như các thị trường nhập khẩu có nhiều biến động nên việc hỗ trợ người sản xuất trong nước liên kết và phát triển thị trường càng cần thiết hơn bao giờ hết nhằm giúp họ từng bước nâng cao năng lực tham gia vào các chuỗi giá trị được tốt hơn và từng bước tham gia hội nhập toàn cầu. Lực lượng hỗ trợ người sản xuất về kỹ thuật và liên kết phát triển thị trường thường xuyên và lâu dài phải là những cán bộ nông nghiệp tại các địa phương, do đó khi triển khai các dự án nghiên cứu - phát triển nên có sự kết hợp giữa cán bộ nghiên cứu và cán bộ nông nghiệp địa phương để khi dự án rút đi họ sẽ vẫn tiếp tục hỗ trợ được người dân./.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Nguyễn Thị Tân Lộc và Nguyễn Thị Sáu (2016). Báo cáo kết quả thực hiện phối hợp dự án: Cải thiện liên kết giữa thị trường và người sản xuất rau trái vụ tại vùng Tây Bắc Việt Nam.
2. Nguyễn Thị Tân Lộc, Ngô Thu Hằng (2018). Báo cáo kết quả triển khai dự án: Xây dựng hệ thống sản xuất - kinh doanh rau bền vững và hiệu quả ở khu vực Tây Bắc Việt Nam.



3. Nguyễn Thị Tân Lộc, 2018. Kết quả triển khai hoạt động hỗ trợ kết nối thị trường thuộc dự án: Cải thiện sinh kế thông qua phát triển các chuỗi giá trị rau ở Myanmar và Việt Nam./.

Viện Nghiên cứu Rau quả