



Dự án Tăng cường độ tin cậy trong lĩnh vực sản xuất cây trồng an toàn tại khu vực miền Bắc



BÀI HỌC KINH NGHIỆM TỪ THỰC TẾ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU AN TOÀN CỦA HTX DỊCH VỤ NN TÂN MINH ĐỨC



Ngày 21/8/2018

GIỚI THIỆU VỀ HTX TÂN MINH ĐỨC

- HTX Tân Minh Đức được thành lập năm từ Tháng 8 năm 2014.
- Số thành viên Ban quản trị/Tổng số thành viên sản xuất: 7/168 hộ
- Tổng diện tích đất canh tác rau/Diện tích rau an toàn: 37/37 ha.
- Diện tích rau được chứng nhận VietGAP: 27 ha
- Quy mô mô hình thí điểm sản xuất và bán hàng tập trung rau an toàn Dự án Jica: 7,5 ha với 39 hộ tham gia
- Khả năng cung cấp rau: Tổng sản lượng hàng năm: 2468 tấn.
- Các loại rau chính: cải bắp, xu hào, bầu, bí, mướp, dưa chuột.

Cánh đồng sản xuất rau



Tổng diện tích sản xuất rau của HTX là 37ha.

Sản phẩm chủ lực



Thế mạnh của đơn vị tập trung vào sản xuất tiêu thụ 2 mặt hàng chính trong vụ đông là Bắp cải và Su hào





Ngoài bắp cải và Su hào đơn vị còn có những sản phẩm khác như bí đao, bí đỏ, mướp đắng, mướp hương, dưa chuột

CƠ CẤU TỔ CHỨC MÔ HÌNH HTX SẢN XUẤT ĐỂ BÁN HÀNG TẬP TRUNG



**DỰ ÁN: TĂNG CƯỜNG ĐỘ TIN CẬY TRONG LĨNH VỰC
SẢN XUẤT CÂY TRỒNG AN TOÀN TẠI KHU VỰC MIỀN BẮC, VIỆT NAM**
SƠ ĐỒ MÔ HÌNH HTX SẢN XUẤT ĐỂ BÁN HÀNG TẬP TRUNG

PHỤ TRÁCH CHUNG

Ông: Phùng Thanh Mừng

QUẢN LÝ SẢN XUẤT

Bà: Hoàng Thị Lý

QUẢN LÝ HẬU CẦN

Ông: Hoàng Anh Thư

QUẢN LÝ MARKETING

Bà: Phùng Thị Diệp

NHÓM 1

Ông: Hoàng Danh Thông

NHÓM 2

Bà: Nguyễn Thị Đoàn

NHÓM 3

Bà: Hoàng Thị Lý



**GIÁM ĐỐC
PHÙNG THANH MỪNG**

HTX được Chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm và VietGAP



CÁC HOẠT ĐỘNG TRIỂN KHAI MÔ HÌNH SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU AN TOÀN

- Đào tạo tập huấn GAP cơ bản cho cán bộ quản lý và công nhân.
- Tuân thủ các quy định của GAP cơ bản theo hướng dẫn để có được sản phẩm an toàn.
- Giám sát, hướng dẫn tại đồng ruộng và ghi chép nhật ký đồng ruộng.
 - Cán bộ giám sát nội bộ và quản lý sản xuất của HTX hướng dẫn nông dân cách thực hành canh tác có áp dụng GAP và cách ghi chép sổ nhật ký sản xuất.
 - Giám sát kỹ thuật của PPMU thăm thực địa tại HTX 01 lần/ tuần để kiểm tra và hướng dẫn việc ghi chép nhật ký sản xuất và thực hành tại ruộng

CÁC HOẠT ĐỘNG TRIỂN KHAI MÔ HÌNH SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU AN TOÀN

- Đánh giá nội bộ
 - Đánh giá nội bộ được thực hiện 1-2 lần/năm theo danh mục kiểm tra GAP cơ bản (26 mục)
 - Cán bộ giám sát kỹ thuật của PPMU tham gia đánh giá nội bộ để hướng dẫn cán bộ quản lý của HTX thực hiện
- Kiểm tra, thanh tra và lấy mẫu phân tích chất lượng rau.
 - Kiểm tra dư lượng thuốc BVTV bằng Quick test liên tục
 - Lấy mẫu gửi phân tích tại phòng kiểm nghiệm 1 lần/ vụ
- Hỗ trợ nâng cấp đảm bảo đủ điều kiện Vệ sinh an toàn thực phẩm tại khu vực sản xuất, khu vực sơ chế đóng gói.
- Hỗ trợ tiếp cận thị trường và tiêu thụ sản phẩm.

KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC THAM GIA DỰ ÁN JICA

- Giám sát quy trình sản xuất, dùng thuốc BVTV có trong danh mục cho phép.
- Giám sát và kiểm soát chất lượng sản phẩm
- Đã cố gắng thay đổi phương pháp đóng gói để giao hàng thuận lợi nhất. Quy cách đóng gói đúng yêu cầu của người mua.
- Nâng cấp nhà sơ chế.
- Bao gói sản phẩm tốt nhất để đảm bảo chất lượng khi giao hàng.
- Phân loại sàng lọc sản phẩm kỹ càng hơn được các bên mua hài lòng, đánh giá tốt

KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC THAM GIA DỰ ÁN JICA

- **Đối với nông dân:** Đã hình thành thói quen:
 - + Sử dụng vật tư đầu vào (thuốc BVTV, phân bón) đúng đối tượng cây trồng.
 - + Nông dân ghi chép nhật ký đồng ruộng, nhật ký thu hoạch đều đặn.
- **Đối với HTX:**
 - + Lập được kế hoạch sản xuất các chủng loại rau tới từng hộ.
 - + Sản xuất có sự kiểm tra, giám sát thường xuyên nên sản phẩm sản xuất ra đảm bảo được chất lượng.
 - + Có bạn hàng ổn định (ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm)

KẾT QUẢ KINH DOANH RAU VỤ ĐÔNG NĂM 2017

Người mua	Cây trồng	Thời gian cung cấp	Khối lượng	Tỷ lệ số nông dân tham gia bán hàng tập trung (%)
BIG C	Bắp cải	Từ tháng 10 - T 4 năm sau	1.2 tấn/ngày	20%
	Su hào	Từ tháng 9 – T4 năm sau	420 kg/ngày	20%
	Bắp cải	Từ tháng 10 - T4 năm sau	5200 kg/tháng	5%
HARUMI DORI	Su hào	Từ tháng 9 - T4 năm sau	320 kg/tháng	5%

Khó khăn, thách thức trong sản xuất, kinh doanh rau an toàn

- **Trong sản xuất, kinh doanh sản phẩm**
 - Nông dân ghi chép nhật ký đồng ruộng, nhật ký thu hoạch chưa đều đặn.
 - Chất lượng chưa đồng đều
- **Phân phối sản phẩm**
 - Cước vận chuyển quá cao do khoảng cách xa
 - Có những người mua ở xa trong khi mua với sản lượng nhỏ.
 - Giá bán rau an toàn còn thấp
- **Chiến lược thị trường**
 - Không được cập nhật thông tin thị trường kịp thời
 - Không có marketing chuyên nghiệp
 - Không có được người mua ổn định và cụ thể để có kế hoạch sản xuất ổn định.

Mục tiêu kinh doanh và Kế hoạch hoạt động năm tiếp theo

Mục tiêu cụ thể của HTX trong sản xuất kinh doanh năm tiếp theo

- **Sản phẩm loại rau, tiêu chuẩn chất lượng**
 - Chủ yếu trồng rau bắp cải, su hào, dưa lê, dưa hấu, dưa leo, măng tây, cà tím, cà chua...
 - Sản phẩm đã có phân loại, sơ chế, có tem nhãn, bao gói
- **Kênh phân phối, vận chuyển**
 - Bán cho một số siêu thị như kết nối VinEco, bán hàng cho Big C, Lotte và một số người mua khác như Harumidori, người thu mua địa phương
 - HTX có xe 8 tấn để vận chuyển rau
- **Giá cả/ chi phí:**
 - Giá bán cao hơn 10%.
- **Chiến lược thị trường**
 - Duy trì hợp đồng với các người mua cũ
 - Tìm kiếm người mua tiềm năng và tập trung vào người mua khối lượng lớn

Kế hoạch hoạt động năm tiếp theo

➤ Sản phẩm loại rau, tiêu chuẩn chất lượng:

- Kết nạp thêm thành viên tham gia bán hàng tập trung
- Trồng các loại rau ăn lá, rau ăn củ quả. Phát triển đa dạng sản phẩm
- Quản lý chặt chẽ khâu sản xuất để đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt
- Vận động quản lý chặt chẽ việc ghi chép
- Tổ chức các khóa đào tạo sơ chế ngắn hạn cho người trực tiếp sơ chế, đóng gói, vận chuyển
- Thu mua về hợp tác xã để phân loại, sơ chế, đóng gói

➤ Kênh phân phối, vận chuyển:

- Tổ chức bán hàng cho các khách hàng thường xuyên và các chợ đầu mối
- Tổ chức vận chuyển sản phẩm bằng cách trực tiếp giao hoặc kết hợp với các phương tiện khác

Kế hoạch hoạt động năm tiếp theo

➤ **Giá cả/ chi phí:**

- Cố gắng tăng cường quản lý để giảm giá thành sản phẩm
- Đàm phán giá bán cao hơn từ 10 tới 20% so với giá thị trường

➤ **Chiến lược thị trường**

- Khi đã có khách hàng sẽ cố gắng duy trì và phát triển ổn định
- Tổ chức ít nhất 2 cuộc gặp mặt/người mua và trao đổi thông tin với người mua
- Tìm người mua tiềm năng mới là người mua khối lượng lớn