
Báo cáo kết quả hình thức ngành rau Hoàng Yên, Tháng 1 năm 2008

Đơn vị thực hiện:

Chương trình phát triển MPI-GTZ SME



Đơn vị tài trợ:

Fresh Studio Innovations Asia Ltd.
www.freshstudio.biz



Đơn vị đối tác:

Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Hoàng Yên

Quản trị tài liệu

Thay thế

Tác giả	Phiên bản	Thay thế
Siebe van Wijk, Cù Thị Lệ Thầy, Cao Hoàng Luyến, Phạm Văn Hải	1.0	Phiên bản 1.0

Phiên bản

Phiên bản	Họ và tên	Đơn vị	Địa chỉ
1	Doris Becker	GTZ	Hà Nội
2	Angelika Hutter	GTZ	Hà Nội
3	Hoàng Minh Tú	GTZ	Hà Nội
4	Phan Thu Hải	GTZ	Hà Nội
5			

Hình ảnh

Họ và tên	Chức vụ
1	
2	
3	

M c l c

1	Gi i thi u.....	1
1.1	T ng quát.....	1
1.2	M c ích.....	1
1.3	Thành viên tham gia.....	2
1.4	Ch ng trình.....	2
2	K t qu th o lu n nhóm.....	6
2.1	Ý ki n tham gia.....	6
2.2	Nhóm A.....	7
2.3	Nhóm B.....	8
2.4	Nhóm C.....	8
2.5	Nhóm D.....	9
3	K t lu n và các b c ti p theo.....	10
3.1	K t lu n.....	10
3.2	Các b c ti p theo.....	10
Ph I c 1	Danh sách i bi u.....	12
Ph I c 2	K t qu trình bày trên t A0.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Annex 3	Bài trình bày trong h i th o.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

M c l c b ng

B ng 1	Ch ng trình.....	3
--------	------------------	---

M c l c hình

Hình 1	H n 70 ng i tham d h i th o.....	2
Hình 2	Trình bày thông tin trên t A0.....	3
Hình 3	Nhóm th o lu n v câu h i “làm nh th nào”.....	4
Hình 4	Kh i ng sau b a tr a.....	5
Hình 5	Ho t ng, khó kh n và gi i pháp.....	7
Hình 6	Th o lu n nhóm A.....	7

1 Gi i thi u

1.1 T ng quát

Ch ng trình h p tác phát tri n doanh nghi p nh và v a gi a T ch c H p tác phát tri n k thu t c (GTZ) và B K ho ch u t c th c hi n H ng Yên t gi a n m 2005 nh m nâng cao hi u qu kinh t b ng cách t ng c ng kh n ng c nh tranh c a các doanh nghi p nh và v a trong nhi u l nh v c nh nh n và rau. Yêu c u h tr ngành rau H ng Yên do S Nông nghi p và phát tri n nông thôn t nh H ng Yên xu t (DARD).

N m 2005 GTZ ã cho ti n hành i u tra v ngành rau c a t nh H ng Yên. M c dù k t qu i u tra nêu ra c m t s thông tin thú v v xu h ng s n xu t rau H ng Yên và m t s c h i c ng nh thách th c v m t th tr ng c a m t s lo i rau chính H ng Yên nh ng cu c i u tra này ch a nêu ra c m t cách rõ ràng v các thành viên tham gia trong ngành rau, quan h gi a h và giá tr mà h t o ra t i m i giai o n trong chu i. Thông tin này r t quan tr ng thi t k các ho t ng can thi p nh m c ng c các m i quan h mang l i l i ích cho t t c các thành viên trong chu i.

Phân tích chu i c i ng t

Nhóm phân tích bao g m các nhà phân tích, cán b khuy n nông, nông dân và th ng nhân d i s h ng d n c a công ty TNHH Fresh Studio Innovations Asia Ltd.¹ ti n hành phân tích chu i rau. Nhóm phân tích ã t p trung phân tích m t lo i rau quan tr ng nh t H ng Yên là c i ng t. K t qu phân tích c trình bày trong “Báo cáo phân tích chu i c i ng t H ng Yên”. Nhóm ã ti n hành ph ng v n sâu 93 tác nhân có liên quan trong ngành rau t ng i s n xu t gi ng, nông dân, ng i thu gom, ng i v n chuy n, ng i bán s, ng i bán l và các nhà ch b i n H ng Yên và Hà n i.

Báo cáo phân tích chu i c i ng t ã hoàn ch nh

H i th o trình bày và th o lu n v k t qu phân tích chu i v i các bên h u quan ã c t ch c vào ngày 22 tháng 1 n m 2008 t i thành ph H ng Yên thu c t nh H ng Yên.

1.2 M c ích

H i th o

M c tiêu t ng th c a h i th o nh sau:

- § Trình bày và th o lu n v k t qu phân tích chu i c i ng t
- § Kh ng nh k t qu phân tích chu i do nhóm nghi n c u th c hi n
- § T p h p các bên liên quan t i ngành rau phát tri n gi i pháp cho nh ng v n quan tr ng nh t
- § Phát tri n ý t ng thi t k k ho ch hành ng nh m gi i quy t nh ng v n quan tr ng và khai thác c h i hi n t i và t ng lai m t cách hi u qu nh t

¹ bi t thêm chi ti t xin truy c p trang web: www.freshstudio.biz

Hình 1 Hội thảo 70 người tham dự hội thảo



1.3 Thành viên tham gia

Ảnh chụp hội thảo H ng Yên

Hội thảo có 77 người từ khu vực kinh tế nhân và nhà nông của tỉnh H ng Yên và thành phố Hà Nội. Thành phần tham dự bao gồm nông dân, người thu gom, người bán sỉ, các nhà nghiên cứu, cán bộ nhà nông, các đơn vị phát triển và nhà bán lẻ. Hội thảo còn có các quan chức truyền thông (nhà báo và quay phim) của tỉnh H ng Yên. Các quan chức truyền thông đã tiến hành phỏng vấn và quay phim toàn bộ diễn biến hội thảo. Danh sách thành viên tham gia hội thảo được trình bày trong Phụ lục 1.

1.4 Chương trình

Trình bày kết quả phân tích trên khay A0

Chương trình thiết kế cho tất cả các thành viên tham gia có thể trao đổi ý kiến về cách cảm nhận về nhóm nghiên cứu chủ đề này.

Kết quả phân tích được trình bày cho các đại biểu ngồi tại A0. Mỗi hai khay A0 ghi kết quả phân tích của mỗi nhóm thành 4 nhóm thông tin. Mỗi nhóm thông tin có một thành viên tham gia phân tích và trình bày.

Toàn bộ thành viên tham dự hội thảo được chia làm 4 nhóm. Các nhóm sẽ luân phiên nghe trình bày kết quả trên khay A0. Mỗi nhóm sẽ nghe trình bày nội dung trong khoảng 15 phút sau đó chuyển sang nhóm thông tin tiếp theo.

Bảng 1 Chương trình

Thời gian	Họ tên
08:00 – 08:30	Đăng ký và tiếp nhận
08:30 – 08:45	Khai mạc hội thảo – Bà Doris Becker (GTZ)
08:45 – 09:30	Trình bày mô hình và chương trình hội thảo
09:15 – 10:00	Trình bày thông tin trên table A0
10:00 – 10:15	Giải lao
10:15 – 10:30	Trình bày các bước tổ chức chuỗi rau Hoàng Yên
10:30 – 11:30	Chia nhóm. Mỗi nhóm thảo luận và đề xuất các vấn đề và trách nhiệm của các thành viên chuỗi rau.
11:30 – 13:00	Nghỉ trưa
13:00 – 13:15	Khởi động
13:15 – 14:15	Các nhóm trình bày kế hoạch hoạt động
14:00 – 14:30	Thảo luận
14:45 – 15:00	Các bước tiếp theo và kết thúc hội thảo

Thành viên nhóm trình bày cho nhóm Hoàng Yên

Fresh Studio đã tổ chức tiếp nhận cho nhóm Hoàng Yên về các bước trình bày trước khi hội thảo diễn ra vài ngày. Mỗi bài trình bày trong vòng 5 phút, 10 phút còn lại giành cho tiếp nhận và thảo luận. Mỗi nhóm có một thành viên đã tham gia vào phân tích chuỗi cung ứng để liệt kê các ý kiến đóng góp của tiếp nhận. Toàn bộ tiếp nhận tham gia các phát ngôn ghi màu vàng viết và dán ý kiến của mình lên table A0.

Hình 2 Trình bày thông tin trên table A0



Sau khi nghe giới thiệu về hội thảo, các bạn nghe bài trình bày về các bước phát triển mô hình chuỗi giá trị rau cho Hoàng Yên do nhóm nghiên cứu thực hiện. Bài trình bày này tập trung vào các câu hỏi cần phải làm gì để phát triển chuỗi giá trị rau Hoàng Yên.

Sau khi giới thiệu về hội thảo, các bạn chia thành 4 nhóm. Dưới đây là nhóm bao gồm các thành viên đi đến cho các lĩnh vực khác nhau. Dưới đây luôn không thể hiện được vì nhiều lĩnh vực có quá nhiều đi đến những mô hình sản xuất các lĩnh vực quá ít.

Hình 3 Nhóm thảo luận về câu hỏi “làm như thế nào”



Mỗi nhóm phân tích về vấn đề “làm như thế nào” để quy trình mô hình trong bối cảnh thị trường chính. Phương pháp thảo luận như sau:

Tập trung thảo luận về nội dung chính

1. Mỗi nhóm tập trung vào mô hình trong các can thiệp sau:
 - a. Làm thế nào để phát triển thành công **quy trình sản xuất rau công nghệ** mang lại năng suất cao, chất lượng tốt và an toàn?
 - b. Làm thế nào để thực hiện **mô hình nông dân thành mô hình có tập trung** về các khâu kỹ thuật sản xuất rau an toàn?
 - c. Làm thế nào để **rau công nghệ Hoàng Yên chất lượng cao hướng đến người bán sỉ và người bán lẻ?**
 - d. Làm thế nào để **lấy lòng tin của người tiêu dùng về rau công nghệ Hoàng Yên**?
2. Mỗi nhóm phân tích và đặt danh mục các hoạt động cần phải làm để chỉ ra những bước can thiệp
3. Lập danh mục các trách nhiệm
4. Sắp xếp trách nhiệm của những người. Trình bày lên một cách ảnh hưởng.
5. Làm thế nào để khắc phục trở ngại?

Thảo luận toàn thể

Sau khi thảo luận nhóm là phiên trả lời. Sau buổi trả lời chúng tôi chơi trò chơi giành chiến thắng để minh chứng cho thấy lợi ích mà mô hình chuỗi giá trị rau Hoàng Yên mang lại. Trong phiên thảo luận toàn thể các nhóm trình bày lại kết quả thảo luận nhóm các nội dung

các hội thảo tham gia đóng góp ý kiến.

Hình 4. Hình ảnh sau buổi thảo luận



2 Kết quả thảo luận nhóm

Trước khi trình bày kết quả thảo luận nhóm, chúng tôi trước hết tóm tắt ý kiến tham gia của các thành viên trong khi nghe kết quả phân tích chủ đề trên 12 tài liệu.

2.1 Ý kiến tham gia

Những câu hỏi và ý kiến của các thành viên tham gia hội thảo trong quá trình trình bày thông tin trên nhóm thông tin tài liệu số 4 như sau:

- Công tác trồng rau ngoài Hà Nội?
- Người Việt Nam thích rau công nghệ chính vì họ thích rau. Mùa này là mùa rau súp lơ, các loại khác không phải là mùa công nghệ vì thế nên không có sản phẩm công nghệ.
- Về thị trường, loại rau công nghệ tại Hai Mươi Tên (Hà Nội) (Hà Nội) có bán với giá từ 8.500VNĐ đến 9.000VNĐ. Những loại rau công nghệ này có giá trị tiêu dùng cao.
- Tại sao kênh phân phối rau công nghệ tiếp thị người thu gom người bán? Hà Nội không có trình bày trong sản phẩm?
- Khi nào rau công nghệ bán ra hàng ngày trên thị trường Hà Nội là từ 20h đến 30h?
- Điều kiện trồng rau công nghệ là từ 18°C đến 25°C.
- Vào mùa đông thì gian sinh trưởng ít nhất phải 40h đến 45 ngày.
- Hộ nông dân trồng rau công nghệ vào mùa đông vì mùa này ít sâu bệnh. Trồng khi trái vụ phải trồng trong nhà kính gì mà thì sâu bệnh.
- Thời gian khó khăn nhất về rau công nghệ là tháng sáu, tháng bảy và mùa đông.
- Có nhu cầu nông dân Nhà Quốc gia vào nhà?

Câu hỏi và ý kiến của các thành viên tham gia hội thảo cho nhóm thông tin trên tài liệu số 7 như sau:

- Các thành viên thảo luận về nhu cầu trồng rau trong thời gian khác nhau trong năm. Kết quả thảo luận tóm tắt trong bảng dưới đây:

Tháng	T1 – T3	T4 – T5	T6 – T7	T8 – T9	T10 – T12
Nhu cầu (kg/sào)	500-1000	800-1000	400-500	800-1000	500-1000
Ghi chú			Mùa hè		

- Các thành viên tham gia hội thảo cho biết 300gr hạt giống/sào là đúng như họ đã theo phương pháp trồng truyền thống của nông dân. Một số nông dân có phương pháp canh tác thì họ chỉ cần 200gr/sào (Thông tin số 7).
- Những người tham gia hội thảo cho biết số lượng phân bón cần sâu có thể như họ đã nêu (Thông tin số 8)

- Giá thay i theo ngày. S thay i này c ng đi n ra i v i siêu th nh Fivimart. Nh ng khi rau có ch t l ng thì ây không còn là v n n a (T thông tin s 9)
- Câu h i c a ai bi u tham gia là làm th nào có th qu n lý c ch t l ng s n ph m (T thông tin s 9).
- M t câu h i t m t i bi u là: n u nông dân s d ng thu c b o v th c v t t 1 n 6 l n m t v thì làm th nào có th m b o c r ng s n ph m c a h là an toàn? Làm th nào ki m soát vi c s d ng thu c b o v th c v t c a nông dân?
- M t vài i bi u cho bi t n u canh tác t th ch c n s d ng t 1 n 2 l n thu c b o v th c v t.
- Xen canh và luân canh v i các lo i cây tr ng khác s t t h n là c canh
- Bình th ng chi phí lao ng chi m t 60-70% giá bán?
- Tr ng b ng cây con ti t ki m th i gian và t
- H ch bón nitrogen hai l n và m i l n t 500 – 700gr/sào

2.2 Nhóm A

Nhóm A t p trung vào v n sau: “Làm th nào phát tri n thành công quy trình canh tác rau c i ng t cho n ng su t cao, ch t l ng t t và an toàn”.

K t qu th o lu n c a nhóm A c tóm t t theo b ng d i ây.

Hình 5 Ho t ng, khó kh n và gi i pháp

HO T NG C N THI T	L p k ho ch vùng s n xu t	Th gi ng/quy trình k thu t	ánh giá có s tham gia	Chuy n giao
KHÓ KH N	Ph thu c quá nhi u vào s h tr c a chính quy n a ph ng, và quan ni m c a n a i dân a ph n a			
GI I PHÁP	Chính quy n a ph u ng tham gia nhi u h n và ch ng h n			

Hình 6 Th o lu n nhóm A



2.3 Nhóm B

Nhóm B tập trung vào câu hỏi: “Làm thế nào để chuyển nhóm nông dân thành một nhóm có tập trung về cơ sở hạ tầng thích hợp sản xuất rau an toàn?”.

Hiện nay các thảo luận rất nhiều vì thế nhóm B đã không đi theo các bước đã nêu. Nhóm cho rằng hiện nay còn tùy thuộc vào bối cảnh thị trường là chọn mô hình tổ chức trong 4 mô hình Kinh tế thị trường, Hợp tác xã, Công ty và Nhóm nông dân. Tuy nhiên, dù cho mô hình nào được chọn đi nữa thì công cụ phân phối vẫn như nhau cho tất cả các thành viên tham gia vì bản chất là nông dân mà bỏ tính bản văn hóa mô hình.

Trong thuyết trình nông dân hợp tác với nhau thì cần phải chi tiết làm công việc như sau:

- Phân bổ thông tin và lợi ích khi tham gia mô hình
- Có kế hoạch hoạt động tập thể và minh bạch trong phân phối lợi nhuận (Sản xuất, tiếp thị và chia lợi nhuận)

2.4 Nhóm C

Nhóm C tập trung phân tích câu hỏi sau: “Làm thế nào rau củ ở nông thôn Hoàng Yên chuyển từ nông cao cấp đến nông dân bán sỉ và nông dân bán lẻ?”.

Họ tên	Vấn đề
Sản xuất rau củ có sẵn ngoài hợp đồng	Không cần
	Cần gì không?
	Thị trường
Cần cung cấp thông tin truy xuất nguồn gốc rau củ	
Ký hợp đồng với nông dân theo luật Việt Nam	
Đóng gói sao cho hợp đồng	
Khả năng nhân	Định tích cạnh tác rời rạc
Giá các nhà tranh	Phụ thuộc giá thị trường
	Thành thông giá bán thấp hơn giá sản xuất → không có lợi nhuận
	Đây là vấn đề lớn nhất!

Giải pháp xuất hiện quy trình liên kết trong bán rau củ ở nông thôn sao cho khả năng là:

- tiếp thị
- phát triển hệ thống quản lý chuỗi cung ứng
- xây dựng thương hiệu.

Ý kiến trao đổi và câu hỏi cần thảo luận thêm như sau:

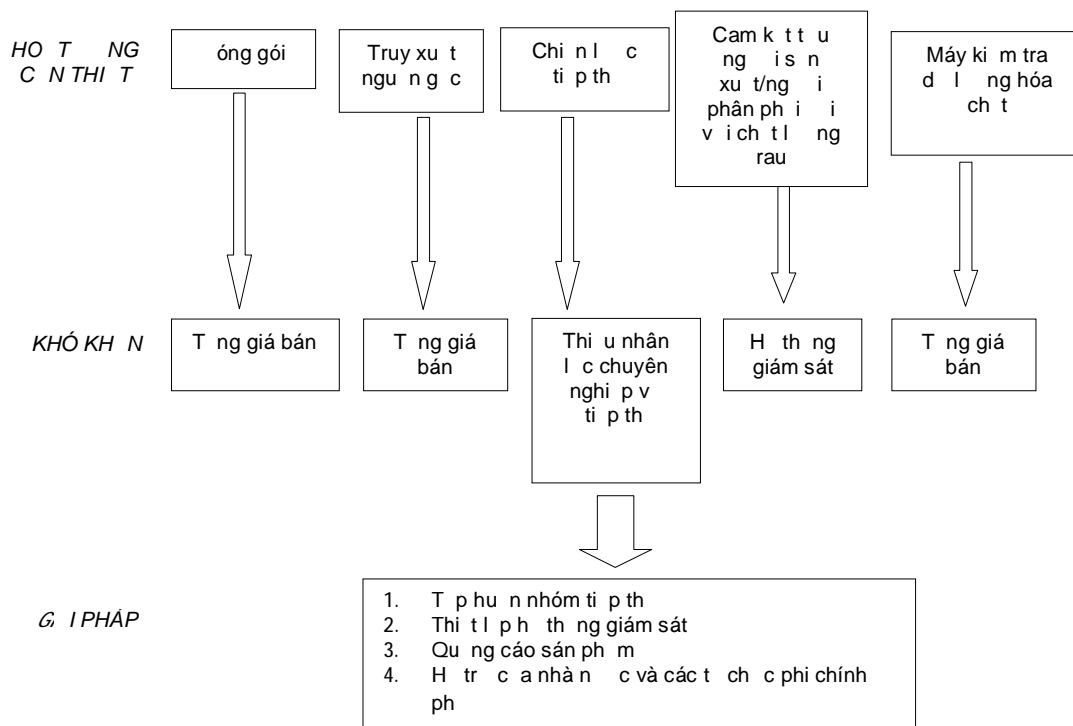
- Ai sẽ chịu trách nhiệm giải quyết vấn đề nảy sinh trong hợp đồng kinh tế?

- Có phải giá cả là một vấn đề quan trọng nhất với khách hàng không?

2.5 Nhóm D

Nhóm D tập trung vào câu hỏi sau: “Làm thế nào để xây dựng lòng tin của người tiêu dùng với rau củ Hoàng Yên?”

Kết quả thảo luận của nhóm D được trình bày trong hình dưới đây.



3 Kết luận và các bước tiếp theo

3.1 Kết luận

Mặc dù tác động của hội thảo không thể đo lường được bằng con số, nhưng ý kiến phản hồi của các thành viên tham gia cho thấy rằng hội thảo đã đạt được thành công. Các đánh giá thành công là:

- 4. Rõ ràng hơn về vai trò của hội thảo (hơn 70 người) trong đó có nhiều người đến từ khu vực kinh tế tư nhân.
- 4. Mọi người tham gia hội thảo đều có thể trình bày trên tờ A0 và đã đóng góp nhiều ý kiến bổ ích. Khi thời gian trình bày kết thúc, các thành viên tham gia đã có thể trình bày những ý kiến đóng góp.
- 4. Thời gian nhóm đi ra ngoài trời, đi dạo và chơi đùa.
- 4. Các thành viên tham gia hội thảo rất nhiệt tình. Mọi người rất tích cực khi làm việc theo một phương pháp khác.
- 4. Một thành viên tham gia là ông Tuấn đã trình bày khai thác giá trị của riêng mình rất nhiệt tình và rất thú vị, góp phần vào thành công của chương trình.

Nhóm C và D có rất nhiều ý tưởng và làm thế nào để lấy lại lòng tin của thành viên và người tiêu dùng. Các thành viên làm thế nào có thể xây dựng một quy trình sản xuất công nghệ và quy hoạch vùng sản xuất rau an toàn xem ra hơi khó khăn và cần có sự hỗ trợ từ các thành viên tham gia hội thảo.

Toàn thể các thành viên tham gia hội thảo đã thảo luận về các ý tưởng trong chương trình. Nhưng không có nhóm nào đưa ra các ý tưởng làm thế nào để thực hiện điều này. Ý kiến chung của chúng ta là “cần phải có sự can thiệp của nhà nước cho các nhà sản xuất công nghệ”. Nhưng câu trả lời là nhà nước cần phải làm gì thì vẫn chưa có kết quả.

3.2 Các bước tiếp theo

Bước tiếp theo là một buổi họp để đánh giá những kết quả chính cùng với vai trò của các bên liên quan. Vì phát triển một buổi họp để đánh giá một nhóm nhiều thành viên là rất khó khăn do đó chúng tôi sẽ làm cho việc của nhóm ít thành viên hơn.

Chúng tôi cần các tác nhân tham gia phát triển chuỗi giá trị chung của chúng ta dựa trên các nguyên tắc của thị trường. Chúng tôi nghĩ nên tập trung làm việc này bằng cách sàng lọc “chuỗi giá trị”. Hiện tại đã có một số kênh phân phối (nông dân, người thu gom, người bán sỉ và người bán lẻ) ý kiến chung là cần tính toán các sản phẩm. Chúng tôi muốn xác định xem trong số các thành viên này ai là người quan tâm nhiều hơn đến thành công của toàn bộ chuỗi giá trị là quan tâm đến lợi ích của riêng họ. Một bước có thể thực hiện tiếp theo là sàng lọc những người bán rau an toàn hàng hóa tốt nhất hiện tại và những người cung cấp hàng hóa.

Chuỗi giá trị của ông Tuấn chắc chắn là một trong những người có thể tham gia thị trường sản phẩm nông nghiệp thêm

thông tin và s c n thi t so v i các c h i khác.

Chúng tôi tin r ng d án c phát tri n thành m t tr ng h p thí i m thành công không nh t thi t ph i là m t d án l n mà là m t nhóm nh nh ng ng i nông dân, ng i thu gom, ng i bán s và ng i bán l cam k t h p tác v i nhau m t cách c i m và cùng nhau h ng v m t m c tiêu dài h n.

Ph I c 1 Danh sách i bi u

STT	H và Tên	C quan	.tho i liên l c
1.	Doãn Anh Tu n	S NN&PTNT HY	904068207
2.	oàn Th Ch i	S NN&PTNT HY	936191157
3.	Hoàng V n Bào	S Y T HY	912333347
4.	V V n Chi n	Liên minh HTX Hy	904022256
5.	Doãn Anh Quân	S KH và T	
6.	V Quang Tri u	S KH và T	
7.	Nguy n V n C ng	Chi c c BVTV	904238099
8.	Nguy n V n Tráng	S NN&PTNT	983.236711
9.	Tr n Ng c Anh Tu n	S NN&PTNT	982.811576
10.	Ngô Quang Tô	Tr m BVTV V n Lâm	986.306583
11.	Ngô Ti n D ng	Chi c c BVTV	982516440
12.	Tr n c Nhân	Tr m BVTV Tiên L	987.930737
13.	Hoàng Th Thùy	Tr m BVTV Kim ng	321.811709
14.	T ng Duy Thu n	Phòng NN Khoái Châu	945656276
15.	Nguy n V n t	Phòng NN Khoái Châu	912497644
16.	Xuân H nh	Tr m khuy n nông M Hào	912.585649
17.	Nguy n Th Chuyên	Tr m Khuy n nông TX HY	903.209792
18.	Nguy n V n Kiên	Trung tâm khuy n nông HY	982.313868
19.	Tr n Huy Tr m	Xã Trung Ngh a – TX HY	321.884018
20.	T V n L i	Xã Th Vinh – Kim ng	321.815724
21.	Phan Thu Hi n	GTZ	904642837
22.	Nguy n V n Oanh	Phòng Kinh t TXHY	984065713
23.	Nguy n Ti n Doanh	Phòng Kinh t TXHY	982415079
24.	Lý Duy Thu	Phòng NN V n Lâm	321985084
25.	Lê Th Ph ng Lan	Tr m KN V n Lâm	915003634
26.	inh Ng c H i	HTX DVNN Nh Qu nh -V n lâm	915063216
27.	Nguy n V n Ti n	Xã Nh Qu nh -V n lâm	
28.	Nguy n V n M nh	Xã Nh Qu nh -V n lâm	
29.	Nguy n Th Tâm	Xã Nh Qu nh -V n lâm	
30.	Lê V n Bí	Phòng NN&PTNT Yên M	321964606
31.	Nguy n V n To n	Công an T nh H ng Yên	
32.	V V n Ch n	HTX DVNN Yên Phú – Yên M	986440435
33.	Chu c Khánh	V n Giang	976641874
34.	Nguy n V n B ch	Xã Yên Phú – Yên M	
35.	inh Công nh	Xã Yên Phú – Yên M	
36.	Lê H ng Quang	Xã Yên Phú – Yên M	
37.	Lê V n Tu n	Xã Yên Phú – Yên M	321965007
38.	Hà Xuân D c	HTX Hoàn Long – Yên M	982965667
39.	Nguy n i H i	Xã Hoàn Long – Yên M	321965691
40.	Ph m V n Chi n	Nhà Hàng cây cau	914892878
41.	Nguy n Võ H ng	Nhà Hàng Âu L c	913023850

STT	H và Tên	C quan	.tho i liên l c
42.	Nguy n Ph ng Mai	Ví n chi n l c chính sách KHCN	912772494
43.	Hoàng V n Minh	Phòng NN Kim ng	321811451
44.	Lê Th Lành	Phòng NN Ân Thi	321830282
45.	Nguy n V n Lý	Phòng NN phù C	321854285
46.	ào V n Chu	Công ty may II	983983536
47.	L ng Trác Kì m	Công ty Vi t Úc	913280026
48.	Lê Thu H ng	Tr ng H Nhân V n	953343674
49.	Sigrid Wertheim	Fresh studio	904496402
50.	Tr n Kh c Thi	Ví n nghiên c u Rau Qu	
51.	Ph m M Linh	Ví n nghiên c u Rau Qu	989082029
52.	Ngô Th H nh	Ví n nghiên c u Rau Qu	
53.	Nguy n V n S n	ài PTTH H ng yên	916638333
54.	Tr n Anh Ph ng	ài PTTH H ng yên	
55.	ào Ban	Báo HY	989199210
56.	Nguy n Th Ph ng	Thông t n xã VN t i HY	979071172
57.	Nguy n V n B o	Trung Ngh a (pho Chu nhim)	
58.	Tr n Huy Tr m	Trung Ngh a	
59.	Tr n Vi t ng	Trung Ngh a	
60.	Tr n ng Tuynh	Trung Ngh a	
61.	Tr n ng Chín	Trung Ngh a	
62.	Tr n Bá V	Trung Ngh a	
63.	Nguy n V n Tu n	S NN&PTNT	
64.	Nguy n H i Ti n	S NN&PTNT	
65.	Ph m Huy Thái	S NN&PTNT	
66.	Nguy n V n H ng	Lái xe NN&PTNT	
67.		Lái xe Chi c c BVTV	
68.		Lái xe S Y T	
69.		Lái xe S K Ho ch u T	
70.		Lái xe Trung tâm khuy n nông	
71.		Lái xe công ty Vi t Úc	
72.		Lái xe truy n hình	
73.		Lái xe Ví n rau	
74.		Lái xe Liên Minh HTX	
75.		Lái xe GTZ	
76.	Nguy n Thanh S n	CTCP ch bi n th c ph m GOC	975645239
77.	Nguy n Ng c Oanh	CTCP ch bi n th c ph m GOC	972401418

Ph I c 2 K t qu trình bày trên t A0

(2) Sản xuất rau t i H ñng Yên

a lý

- § Kho ñg 1,5 gi ã xe ô t ñ t Hà N ñ
- § Dân s ñ kho ñg 1,2 tr ñ ñ ñ
- § Di ñ tích 92.300 ha
- § G ñ m 10 huy ñn th

Các khu v ñ c tr ñng rau chính

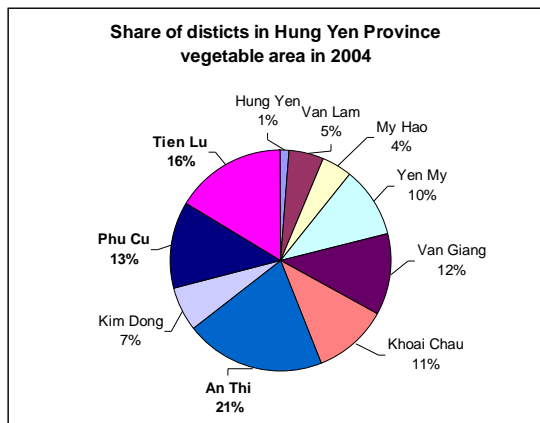


S ñ xu t rau

- § Di ñ tích rau t ñng t 9.852 ha ñ m 2000
- lên 12.804 ñ m 2006

N ñ m	Di ñ tích (in ha)	N ñng xu t t/ha	S ñ l ñng (t ñ)
2000	9,852	14.16	139,504
2002	11,125	16.55	184,119
2004	11,300	17.74	200,462
2006	12,804	NA	NA

Các huy ñn tr ñng rau chính



- § Ân Thi, Tiên L , Ph C là các huy ñn tr ñng nhi u rau.

Di ñ tích các lo ñ rau tr ñng chính (ha) (in ha)

	1997	2004
Các rau khác	2,281	3,291
Các lo ñ c ñ	1,521	1,865
Bí xanh	276	1,428
Khoai tây	1,460	1,419
Rau mu ñng	445	919
Cà chua	300	742
Hành, t i	289	732
D ña chu t	-	725
Xu hào	404	634
C ñ b p	429	449

bi t thêm thông tin, vui lòng liên h :
Ông Nguyễn Văn Tráng
e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ñ ch ñng trình
h ñ p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bi t thêm thông tin v C ty
Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>



DARD Hung Yen

(3) Khu v c tr ng rau an toàn

Phát tri n công nghi p

- § Trong vòng 10 n m qua, các ho t ng công nghi p ã phát tri n nhanh chóng t i H ng Yên
- § T c t ng tr ng công nghi p là 24%/n m
- § C h i cho ngành s n xu t rau:
 - § S ra i c a các Cty ch bi n
 - § Các b p n t p th t i các nhà máy/công ty
- § Thách th c cho ngành s n xu t rau:
 - § Ô nhi m t công nghi p
 - § Gi m di n tích t tr ng tr t

Khu v c tr ng rau an toàn

- § Theo các quan ch c a ph ng, tr c m t, di n tích có th s n xu t rau an toàn t i H ng Yên c kho ng 500 ha
- § V lâu dài, t ng di n tích có th s n xu t rau an toàn lên t i 2.000 ha.
- § Các xã có nhi u di n tích xu t rau an toàn là: Yên Phú, Hoàn Long, Nh t Tân, Thi n Phi n, Ph ng Chi u, ình Cao, Th ng L i, B o Khê...

Khu công nghi p, khu v c b ô nhi m và khu có th qui ho ch s n xu t rau an toàn



bi t thêm thông tin, vui lòng liên h :
 Ông Nguy n V n Tráng
 e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ch ng trình h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bi t thêm thông tin v Cty Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>

(4) S I a ch n c i n g t

L a ch n m t s lo i rau

§ Nhóm h c viên H ng Yên li t kê các lo i rau chính H ng Yên ph ù h p cho vì c phân tích chu i giá tr nh sau:

- § Cà chua
- § Bí xanh
- § C i b p
- § D a chu t
- § Xu hào
- § Rau mu ng
- § u a
- § C i n g t

Lý do l a ch n c i n g t

- § M t trong s lo i rau quan tr ng t i H ng Yên.
- § Chi m th ph n t ng i l n t i th tr ng Hà N i.
- § Là lo i rau ngày ng n, l i nhu n s n xu t cao.
- § D tr ng
- § òi h i ut ban u không l n
- § Ng i dân nghèo c ng có th s n xu t.



Các thông tin v c i n g t

- § C i n g t hay còn c g i là “C i hoa Trung Qu c” có ngu n g c t Trung Qu c và là m t trong nh ng lo i rau quen thu c vùng ông Á.
- § C i n g t có hoa màu vàng, ng kính kho ng 0,5 – 1 cm và dài kho ng 15 – 20 cm.
- § Lá xanh th m ho c xanh nh t, hình b u d c.
- § C i n g t thích ng t th n trong i u ki n l nh, tuy nhiên có th tr ng quanh n m.
- § C i n g t b o qu n t t nh t nhi t 1 – 5°C, m 90 – 95%.
- § 1°C, c i n g t có th b o qu n c trong kho ng 20 ngày. 10°C ch b o qu n c 3 ngày.





DARD Hung Yen

(5) C i n g t

Ch b i n c i n g t

§ Thân và hoa là các b p h n c s d n g ch y u. Lá non c n g th n g c s d n g.

§ C i n g t dùng làm sa lát, xào, lu, c h p, ho c xào v i th t.

§ Các món c i n g t thông th n g V i t Nam là:

§ L u

§ C i n g t xào t i

§ C i n g t xào bò

§ Nem cu n b n g lá c i n g t

Thành p h n dinh d n g

NUTRITION FACTS ON Choysum		
Serving Size 100 gr		
Amount Per Serving		
Calories 13	Calories from fat 2	
		%Daily Values*
Total Fat	0g	0%
Saturated Fat	0g	0%
Trans Fat		
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	65mg	3%
Total Carbohydrate	2g	1%
Dietary Fiber	1g	4%
Sugars	1g	
Protein	1.5g	1%
Vit A	4468 IU	89%
Vit B6	0.2 mg	10%
Vit C	45.0 mg	75%
Vit K	45.5 mcg	57%
Folate	66.0 mcg	16%
Calcium	105 mg	11%
Iron	0.8 mg	4%
Magnesium	19 mg	5%
Phosphorus	37 mg	4%
Potassium	252 mg	7%
Sodium	65 mg	3%
Zinc	0.2 mg	1%
Manganese	0.2 mg	8%
Selenium	0.5 mcg	1%

*Percent daily values are based on 2,000 calorie diet. Your daily values maybe lower depending on your calorie needs.

L i ích v s c kho

§ C i n g t giàu Vitamin A, C, K, folate, Ca, và Xellulo

§ Vitamin A tác d n g t t cho m t và c n thi t trong tái t o t bào

§ Vitamin C có tác d n g ch n g lão hoá và c n thi t cho h m i n d ch

§ Vitamin K c n thi t cho s p hát tri n c a x n g

§ Ca c n cho c u t o x n g và r n g

§ Folate c n cho s s n sinh và phát tri n c a t bào. Folate c b i t c n cho p h n th i k th a i s n.



b i t thêm thông tin, vui lòng liên h :
Ông Nguy n V n Tráng
e-mail: trang_dard@yahoo.com

b i t thêm thông tin v ch n g tình
h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

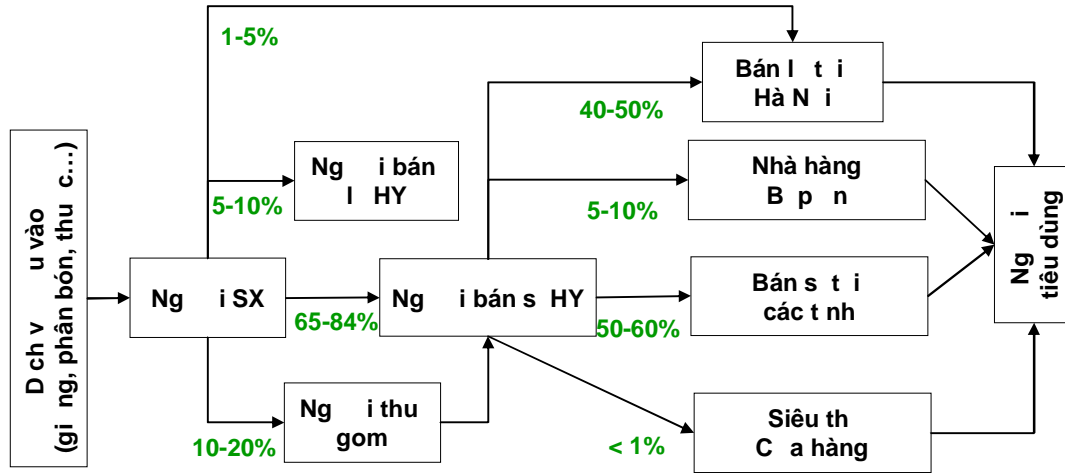
b i t thêm thông tin v Cty
Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>



DARD Hung Yen

(6) Chu i c i ng t

S ng i n hoá v chu i c i ng t H ng Yên



Giá c i ng t (ng/kg)

1,000-2,500 2,000-3,000 2,500-4,000 3,500-6,000

Giá c i ng t an toàn (ng/kg)

2,500-3,000 4,500-5,000 5,000-10,000

L ng bán

L ng c i ng t bán s trung bình/ngày trong n m 2003 t i Hà N i

Tháng	L ng (t n/ngày)	% c i có ngu ng c t HY
1	11.0	43%
3	11.4	10%
6	11.7	37%
8	26.2	39%
11	18.3	23%

Ngu n: An và CS, 2003

- § C i ng t c bán quanh n m
- § Trung bình c kho ng 16 t n c i ng t c tiêu th t i các ch u m i Hà N i /ngày, trong ó c kho ng 7 – 8 t n có ngu ng c t HY
- § Tính c l ng c i ng t bán ra các t nh lân c n, l ng tiêu th t i HY, t ng l ng c i ng t HY cung c p ra th tr ng c kho ng 12 t n/ngày.

bi t thêm thông tin, vui lòng liên h : Ông Nguy n V n Tráng e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ch ng trình h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p : http://www.sme-gtz.org.vn/

bi t thêm thông tin v Cty Fresh Studio, vui lòng truy c p : http://www.freshstudio.biz

(7) S n xu t c i n g t

L ch th i v

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Mùa	ông - Xuân					Hè - Thu			ông			
Chính v	Tr ng nhi u								Tr ng nhi u			
Gi ng	Qu ng Ph		2 M i tên						4 mùa			
Gieo tr ng			Gieo h t						Gieo h t ho c cây gi ng			
Chu k	30 -35 ngày		25 - 30 ngày						30 -35 ngày			
Sâu h i	B nh y		Sâu khoang			Sâu t , sâu khoang			B nh y			
B nh	N m		Vi khu n						N m			
N ng su t / sào	500 – 700 kg		800 – 1.000 kg						500 – 700 kg			

L ch mùa v

Ho t ng	S ngày							
	-10 -5	-2 -1	0	3 - 7	8 -12	15 - 18	20 - 24	20.35
Gieo h t v n m (gr)	300							
Chu n b t								
Gieo h t (gr)			300					
Bón phân								
- Tro b p / PC(kg)		40 – 300						
- U rê (kg)	0.5 – 1.0	1.0		1.5 – 2.0	1.5 – 2.0	1.5 – 2.0	(1.0 – 2.0)	
- Lân (kg)		10						
- u trâu (kg)							(5)	
- Kích thích Sông Gianh				(1)		(1)	(1)	

Ghi chú: (...) = có th có ho c không tu v ùng, mùa s n xu t

bi t thêm thông tin, vui lòng liên h :
Ông Nguy n V n Tráng
e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ch ãng trình
h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bi t thêm thông tin v Cty
Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>



DARD Hung Yen

(8) Ng i s n xu t

Ng i s n xu t

- § Di n tích bình quân/h : 2 – 6 sào
- § gi m thi u r i do, ng i dân th ãng xen canh 3 – 5 lo i rau trên cùng m t ru ãng
- § Ng i dân th ãng phun thu c t 1 – 6 l n/v
- § Ng i dân th ãng thu ho ch r i rác trong vài ngày tu thu c i u ki n th ãng
- § C i ãng t thu ho ch c bó thành bó, tr ãng l ãng kho ãng 4 – 5 kg/bó

Sâu b nh h i

- § Sâu chính:
 - §B nh y
 - §Sâu khoang
 - §Sâu t
- § B nh chính:
 - § m lá
 - § Héo r
 - § Cháy lá
- § H u h t thu c s d ãng phòng tr các lo i sâu b nh h i này thu c nhóm có c t trung bình (theo phân lo i c a WHO)

L i nh u n s n xu t c ãng t (ãng/sào))

Lo i ut	vt	L ãng	Giá/ vt	Chi phí/l i nh u n ()	
				T i thi u	T i a
H t gi ãng	gr	300	80	24.000	24.000
Phân bón	Kg				
Phân chu ãng	„	150 - 300	300	45.000	90.000
Lân	„	10 – 20	1.600	16.000	32.000
U rê	„	5 – 8	5.500	27.500	38.500
Thu c BVTV	L ãn phun	1 - 4	15.000	15.000	60.000
T ãng (1)				127.500	250.000
Lao ãng	ngày	15 - 25	30.000	450.000	750.000
T ãng (2)				450.000	750.000
T ãng chi (1+2)				517.500	1.000.000
Thu ho ch (3)	ãng (kg)	700-1.000	1000-2000	700.000	2.000.000
Thu nh p h.h p (3-1)	ãng			572.500	1.750.000
L i nh u n (3-1-2)	ãng			122.000	1.000.000

b i t thêm thông tin, vui lòng liên h :
 Ông Nguy ãn V ãn Trãng
 e-mail: trang_dard@yahoo.com

b i t thêm thông tin v ch ãng tình
 h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

b i t thêm thông tin v Cty
 Fresh Studio, vui lòng truy c p:
<http://www.freshstudio.biz>



DARD Hung Yen

(9) Bán s c i ng t

T th ng

- § T th ng l n th ng bán rau t i th tr ng Hà N i và các t nh
- § L ng c i ng t tiêu th /t th ng bi n ng t 100 kg n 6 t n/ngày.
- § Th ng t th ng mua rau tr c ti p t ng i s n xu t, s ít rau do ng i thu gom cung c p.
- § Có 2 hình th c mua bán gi a t th ng và ng i s n xu t:
 - § Mua tr c khi thu ho ch. Ng i dân c tr tr c 1 ph n t i n. 2 có th bên chia s m t ph n r i do. Ng i mua chu trách nhi m thu ho ch và óng gói
 - § Mua t i th i i m thu ho ch. Ng i s n xu t chu trách nhi m thu ho ch và óng gói.
- § H u h t c i ng t mua t các a ph ng:
 - § Th xã H ng Yên : Trung Ngh a, An T o
 - § Tiên L : Ph Cao, Nh t Tân
 - § Yên M : Hoàn Long, Yên Phú
 - § Kim ng: Toàn Th ng, Hi p C ng
 - § V n Giang: Th ng L i, M Trì
- § Lãi trung bình c a ng i buôn rau c kho ng 105.000 ng/100 kg rau.



Chu i giá tr c i ng t ã hình thành?

- § M t t th ng h p ng v i 10 h s n xu t
- § Ng i dân c cung c p h t gi ng và h ng d n k thu t
- § Giám sát vi c s d ng thu c BVTV và th i gian cách ly c a các h .
- § Tiêu th kho ng 500 – 700 kg rau/ngày
- § Rau tiêu th t i m t s siêu th và c a hàng t i Hà N i
- § Lãi su t trung bình c a t th ng này c kho ng 152.000 ng/100 kg rau

H th ng bán s hi n i: Metro

- § Metro hi n có 2 siêu th t i Hà N i
- § Siêu th m i m t i Hoàng Mai ang tìm ki m ngu n cung c p rau an toàn
- § Vào ngày i th c a, 39 lo i rau khác nhau c bày bán t i Metro
- § Hi n tiêu th kho ng 3 t n rau c /ngày. C i ng t ch c kho ng 100 kg.
- § C i ng t nh p t HTX Ba Ch và Minh Hi p (Vân N i, ông Anh).
- § Giá bán c i ng t t i th i i m i u tra là 5.200 /kg



bi t thêm thông tin, vui lòng liên h :
 Ông Nguy n V n Tráng
 e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ch ng trình
 h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bi t thêm thông tin v Cty
 Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>

(10) Bán l c i ng t

Bán l t i Hà N i

- § L ng l n rau hi n tiêu th qua kênh phân ph i truy n th ng:
 - § Bán rong (46%)
 - § Các s p hàng t i ch m (39%)
- § Ch m t l ng nh rau c phân ph i qua kênh bán l hi n i:
 - § C a hàng rau an toàn (7%)
 - § C a hàng rau th ng (6%)
 - § Siêu th (1%)

C a hàng rau an toàn

- § C a hàng kinh doanh rau B o Hà tiêu th kho ng 80 – 90 kg rau/ngày.
- § Nh p rau t các HTX t i ông Anh [Các c a hàng bán rau an toàn khác c ng cho bi t là nh p rau t ông Anh].
- § Rau bán t i c a hàng c bó (ho c óng gói), có nhãn B o Hà và giá bán.
- § Không nh p rau t H ng Yên v i rau H ng Yên ch a có th ng hi u
- § Trong ngày th a a t i Hà N i, giá rau c i ng t an toàn là 8.000 – 10.000 /kg.
- § Ng i tiêu dùng th ng có quan h t ng i g n bó v i ng i bán l .

Ch m

(Th c a t i ch M và ch Hôm)

- § Ng i bán l t i ch M nh p rau t ch D ch V ng. M t s ng i bán l t i ch Hôm nh p rau t c a hàng H ng- nh.
- § M t ng i bán l tiêu th kho ng 100-150 kg rau/ngày, trong ó l ng c i ng t c kho ng 15 – 20 kg.
- § C i ng t tiêu th nhi u nh t t T9 – T12.
- § Giá c i ng t cao nh t trong các tháng T6 - T8.
- § T i ch M , l ng c i ng t tiêu th trung bình c kho ng 400-600 kg/ngày vào các tháng chính v
- § Ng i bán l (t i ch Hôm) nh p rau t c a hàng H ng nh bán c i ng t giá 7.000 /kg

F-Mart

- § F-mart b t u kinh doanh t u n m 2006 v i 4 c a hàng.
- § Mang tên “C a hàng t i n l i xanh”
- § Các ho t ng nh p rau và ki m soát ch t l ng do V n phòng trung tâm m nh n.
- § Nh p rau ch y u t Vân N i (ông Anh)
- § Tiêu th kho ng 40 kg rau n lá/ngày
- § T i th i i m i u tra, giá bán c i ng t là 10.000 /kg.
- § Qu ng bá hình h nh Công ty qua các ph ng ti n thông tin i chúng (TV, báo)
- § Có d nh cung c p rau cho khách s n, nhà hàng.
- § F-Mart ang tìm ki m ngu n cung c p rau n nh, m b o ch t l ng.

bi t thêm thông tin, vui lòng liên h :
Ông Nguy n V n Tráng
e-mail: trang_dard@yahoo.com

bi t thêm thông tin v ch ng trình
h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bi t thêm thông tin v Cty
Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>

(11) Công ty ch bi n

Ch bi n rau

- § Hi n có kho ng 30 công ty ch bi n rau qu t i H ng Yên, bi n ng t công ty gia ình qui mô nh n công ty qui mô l n s h u nhà n c ho c t nhân.
- § Nhi u công ty ch ho t ng trong kho ng 40 – 50% công su t thi t k vào mùa hè và 60% vào mùa ông do không ngu n rau qu nguyên li u.
- § M t nghiên c u cho th y r ng l ng rau qu cung ng cho các công ty ch bi n này ch kho ng 20% có ngu ng c t H ng Yên
- § Các rau qu ch bi n chính:
 - § D a chu t bao t
 - § Cà chua bao t
 - § Ngô bao t
 - § Ngô ng t
- § Th tr ng xu t kh u chính: Nga
- § Ch có 1 công ty ch bi n rau n lá và xu t kh u t i th tr ng Châu Á.



Ngu n nh p rau

- § 2 Công ty ch bi n c ph ng v n nói r ng h nh p rau qu nguyên li u t H ng Yên và Nam nh.
- § Trong n m 2006, l ng rau qu ch bi n trung bình c a 2 Công ty này c kho ng 600 – 800 t n/công ty.
- § Các Công ty ký h p ng bao tiêu s n ph m v i ng i s n xu t thông qua HTX Nông nghi p.
- § Ng i s n xu t c ng tr c h t gi ng và m t s u t khác. Chi phí c kh u tr vào s n ph m khi thu ho ch.
- § Công ty thuê cán b k thu t t p hu n cho ng i s n xu t (không thông qua Chi c c ho c Phòng BVTV các huy n)



bí t thêm thông tin, vui lòng liên h :
Ông Nguy n V n Tráng
e-mail: trang_dard@yahoo.com

bí t thêm thông tin v ch ng trình
h p tác GTZ-MPI, vui lòng truy c p :
<http://www.sme-gtz.org.vn/>

bí t thêm thông tin v Cty
Fresh Studio, vui lòng truy c p :
<http://www.freshstudio.biz>

(12) Dịch vụ và khuyến nông

Các Cty gi ینگ cây tr ینگ

- § Tr ینگ khi 2 Công ty phân ph ینگ ینگ c ینگ ینگ t vào H ng Yên, C ینگ t d ینگ nh ch a c s n xu t t i H ng Yên.
- § Di n tích tr ینگ c ینگ t t ینگ m nh cùng v i s x u t h i n c a ینگ c ینگ t 2 M i tên c a Cty Gi ینگ ông-Tây vào n m 1996.
- § Cty Gi ینگ ông-Tây là m t trong s ít công ty gi ینگ trong khu v c ông nam Châu á có kh n ینگ nh ینگ c ác gi ینگ rau cho th tr ینگ khu v c này.
- § Ngoài ra gi ینگ c ینگ t Trang Nông c ینگ nh h ینگ n s phát tri n s n xu t c ینگ t t i H ng Yên.
- § Hi n nay ینگ i dân H ng Yên s d ینگ 5 lo ینگ ینگ c ینگ t khác nhau.
- § Ngoài các gi ینگ c ینگ t chính th ینگ do các Cty gi ینگ cung c p, gi ینگ c ینگ t a ph ینگ giá r , không óng túi c ینگ c tiêu th và s d ینگ t i H ng Yên.

So sánh các lo ینگ ینگ c ینگ t

- § Gi ینگ Tokasan (2 M i tên) có giá bán cao h n giá Trang Nông là 2000 ینگ/100 gam.
- § ینگ i dân cho r ینگ gi ینگ Tokasan có t l n y m m cao, n ینگ s u t cao, lá và thân c ینگ h n so v i các gi ینگ c ینگ t khác.
- § u i m c a gi ینگ Tokasan c bi t phát huy vào mùa m a.
- § Tokasan chi m th ph n kho ینگ 50 – 80% th tr ینگ h t gi ینگ c ینگ t t i H ng Yên.

Các c a hàng bán l v t t NN

- § Trong 10 n m qua, d ch v v t t nông nghi p phát tri n m nh t i H ng Yên.
- § Vào n m 1990, ch có vài c a hàng bán thu c BVTV t i H ng Yên. n nay, ã có t i h n 1.000 c a hàng kinh doanh lo i v t t này.
- § Trong m i c a hàng, có t i vài ch c lo i thu c BVTV c bày bán.
- § Theo cán b Chi c c BVTV, ch m i kho ینگ 200 c a hàng c c p phép kinh doanh thu c BVTV t i H ng Yên.
- § Cán b thanh tra BVTV ki m tra các c a hàng bán thu c 2 l n/n m.

Ho t ینگ khuyến nông

- § c DANIDA tài tr , Chi c c BVTV H ng Yên ã t ch c c 30 l p t p hu n IPM cho ینگ i tr ینگ rau t i H ng Yên.
- § Tuy nhiên ch a có l p t p hu n IPM nào t p trung vào c ینگ t.
- § Trong th i gian t p hu n, ینگ i dân c tham gia so sánh và ánh giá mô hình s n xu t thông th ینگ và mô hình áp d ینگ IPM (v i t ینگ di n tích kho ینگ 1.000 m²).
- § M i l p t p hu n kho ینگ 30 h c viên
- § Sau khi t p hu n, n u ینگ i dân mu n áp d ینگ k thu t IPM thì r t khó b i vì hàng xóm không áp d ینگ IPM.
- § B i v y, Chi c c thay i chi n l c t p hu n. Thay vì t p hu n cho h c viên phân tán trong toàn xã, m i l p t p hu n s ch t p trung vào s h c viên c l a ch n t m t thôn.

Annex 3 Bài trình bày trong hình thức

Phát triển chu kỳ trồng Húng
Yên



Hội thảo:
Xây dựng kế hoạch hành động

Hung Yên, 22/1/2008

Chương trình

Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới thiệu
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo



Thời gian	Nội dung
08:30	Khai mạc
08:35	Giới thiệu chủ đề chương trình
09:00	Trình bày poster
10:00	Nghỉ giải lao
10:15	Giới thiệu tác phẩm
10:35	Giới thiệu: thảo luận nhóm
10:45	Chia nhóm
11:45	Nghỉ trưa
13:00	Thảo luận
13:15	Trình bày kết quả thảo luận nhóm
14:15	Các hoạt động tiếp theo + kết thúc Hội thảo

Các công việc đã thực hiện



Mục tiêu và các hoạt động



Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giới thiệu

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



Mục tiêu chung:

Phát triển kế hoạch can thiệp trên cơ sở thực trạng nhằm giúp ngành sản xuất rau Hoàng Yên có thể cạnh tranh hơn trên cơ sở mang lại lợi ích cho mọi người tham gia chuỗi

Các hoạt động:

- u Tổng quan tài liệu nghiên cứu về lĩnh vực rau quả
- u Xây dựng kế hoạch phân tích chuỗi rau
- u Triển khai các hoạt động phân tích chuỗi
- u Xây dựng kế hoạch hành động trên cơ sở tham gia của các tác nhân

Mục tiêu Hội thảo

Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giải pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



u Khám phá:

1. Tìm quan trọng của ngành sản xuất rau
Hàng Yên và vị trí thị trường Hà Nội
2. Giá trị dinh dưỡng của nó

u Kiểm tra các thông tin đã thu thập được

u Xác định nhóm các tác nhân tiềm năng cho
việc các tác phát triển chuỗi giá trị của nó

u Ý kiến của Quý vị góp phần xây dựng kế
hoạch hành động

5

Các ĐỐI TƯỢNG VÀ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG

Chương trình

Mục tiêu

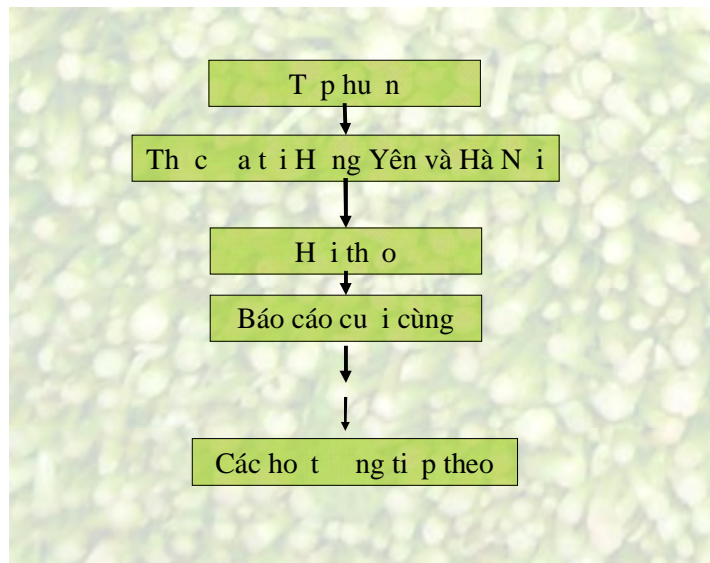
Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giải pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



6

- Ch ng trình
- M c tiêu
- Cách ti p c n
- Trình bày posters
- Gi i pháp
- Th o lu n nhóm
- Các ho t ng ti p theo



7

- Ch ng trình
- M c tiêu
- Cách ti p c n
- Trình bày posters
- Gi i pháp
- Th o lu n nhóm
- Các ho t ng ti p theo

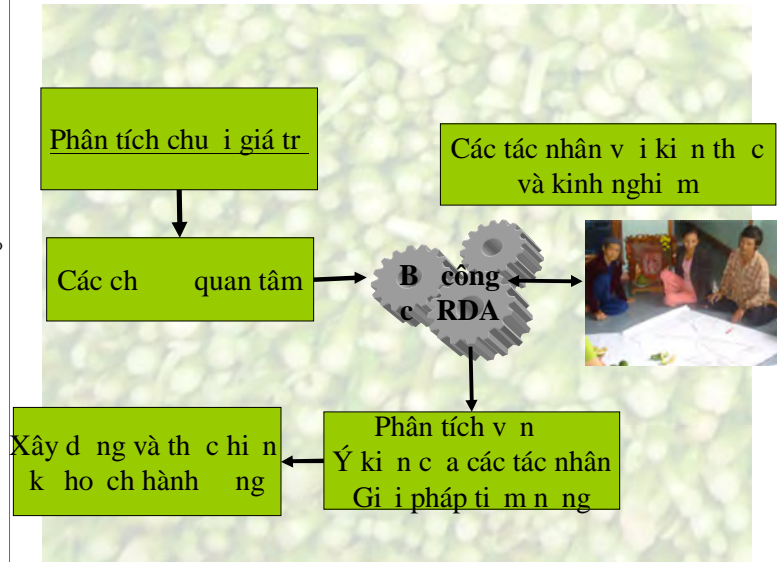


S NN&PTNT H ng Yên, GTZ, Fresh Studio

8

Phương pháp

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo



9

Cìng t

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo



S Cán bộ tham gia tập huấn đưa ra danh sách cây trồng lựa chọn phân tích chuỗi giá trị tại Hng Yên:

1. Cà chua
2. Cì b p
3. Bí xanh
4. D a chu t
5. Xu hào
6. C ìng t

S Sau khi sử dụng công cụ phân tích ma trận, c ìng t c ánh giá là lựa chọn tốt nhất

S Phân tích chuỗi giá trị, b ì v y, tập trung cho c ìng t

10

Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giới pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



11

Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giới pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



12

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo

<i>Điểm</i>	<i>Hà Nội</i>	<i>Hà Nội</i>	<i>Tổng</i>
Ngành dân	30		30
Ngành cung cấp dịch vụ	3	7	8
Cán bộ địa phương	4		4
Ngành thu gom	2	1	3
Ngành bán lẻ	7	3	9
Siêu thị		2	2
Cửa hàng rau an toàn		7	7
Công ty chế biến	2		2
Ngành bán lẻ		9	9
Quán ăn, nhà hàng	3	4	7
Ngành tiêu dùng		9	9
Tổng số	51	42	93

Trình bày posters

Trình bày poster

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo

u Các posters tóm tắt các thông tin chính thu thập được từ các hoạt động thực địa tại Hà Nội và Hà Tĩnh

u Quý vị vui lòng thảo luận/cho ý kiến

u Quý vị sử dụng giấy màu vì tỷ lệ kiến thức của mình và dán lên poster tương ứng

15

Trình bày posters

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo

“BOING”

Thay vị các nhóm sau 15 phút!



16

Xây dựng kênh phân phối



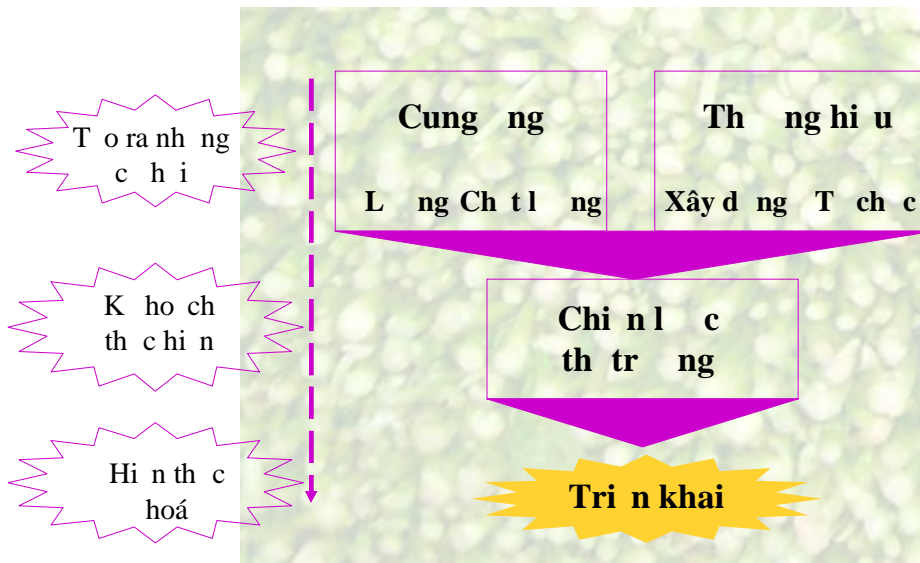
Những thách thức



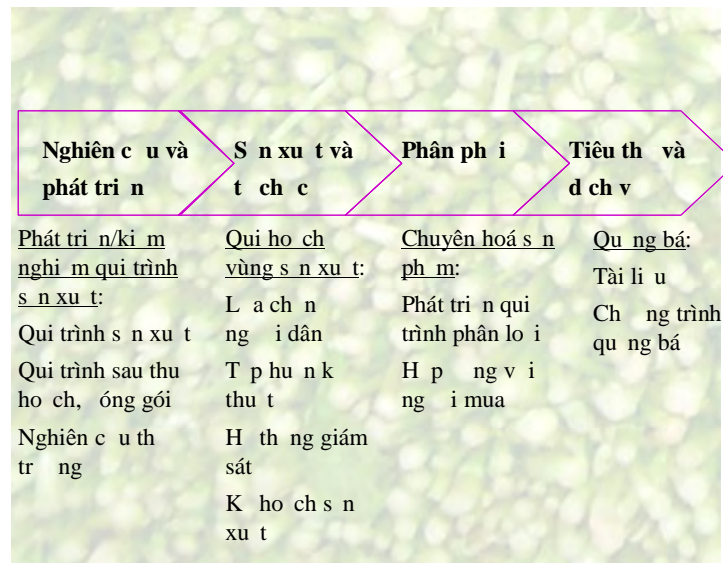
- Chương trình
- Mục tiêu
- Cách tiếp cận
- Trình bày posters
- Giải pháp**
- Thành tựu nhóm
- Các hoạt động tiếp theo



- S** Người tiêu dùng Hà Nội mua rau an toàn (RAT) < > người dân Hàng Yên nói có thể sản xuất được RAT.
- S** Người tiêu dùng không biết tìm mua RAT đâu < > người dân sản xuất RAT không biết bán đâu.
- S** Nhiều khi xin gặp nhóm kỹ thuật nông nghiệp này đã có triển khai, **tuy nhiên** cho đến nay chưa có hiệu quả.
- S** Người tiêu dùng không tin vào RAT.



- Ch n g trình
- M c tiêu
- Cách tí p c n
- Trình bày posters
- Gi i pháp**
- Th o lu n nhóm
- Các ho t n g tí p theo



Những can thiếp chính

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo



1. Quy trình kỹ thuật sản xuất và sau thu hoạch.
2. Tổ chức người sản xuất thành nhóm
3. Xây dựng hệ thống kiểm soát chất lượng
4. Xác nhận và bắt đầu với “chứng chỉ thị trường.”
5. Lựa chọn niềm tin của người bán lẻ và tiêu dùng

21

Quy trình

Chương trình
Mục tiêu
Cách tiếp cận
Trình bày posters
Giới pháp
Thảo luận nhóm
Các hoạt động tiếp theo



- u** Làm thế nào sản xuất chứng nhận thực phẩm:
 - § Năng suất cao
 - § Chất lượng tốt
 - § An toàn
- u** Nghiên cứu kỹ thuật và kỹ thuật tham gia của người dân nhằm tăng năng suất, chất lượng và an toàn sản phẩm rau củ quả.
- u** Làm thế nào thu hoạch, sơ chế, và vận chuyển chứng nhận để đảm bảo các chỉ tiêu sau:
 - § Chất lượng
 - § Vệ sinh
 - § Tin cậy cho người bán lẻ và tiêu dùng
 - § Cung cấp thông tin mong muốn cho NTD

22

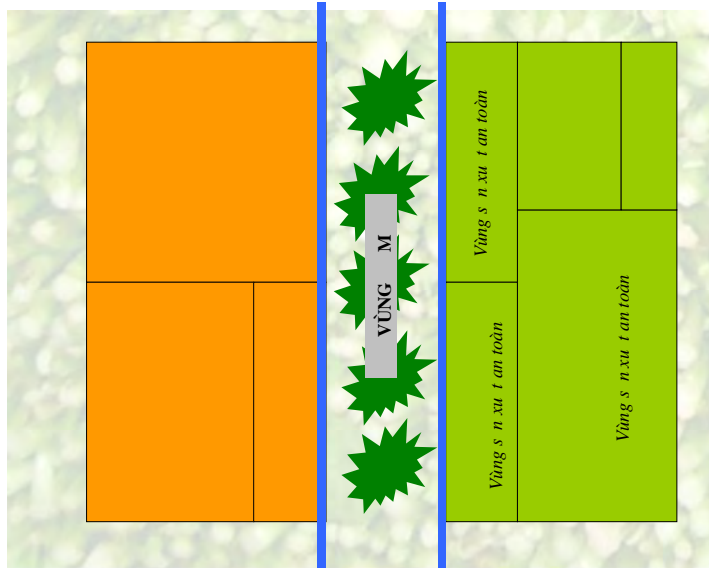
Tại sao cần quy hoạch vùng sản xuất an toàn?

- Chương trình
- Mục tiêu
- Cách tiếp cận
- Trình bày posters
- Giải pháp**
- Thảo luận nhóm
- Các hoạt động tiếp theo



Vùng sản xuất an toàn

- Chương trình
- Mục tiêu
- Cách tiếp cận
- Trình bày posters
- Giải pháp**
- Thảo luận nhóm
- Các hoạt động tiếp theo



Chu i “c h i”

Ch ng trnh

M c tiêu

Cách ti p c n

Trnh bày posters

Gi i pháp

Th o lu n nhóm

Các ho t ng ti p theo



u L ng rau hi n t i tiêu th ch y u theo kênh phân ph i truy n th ng.

u Tìm ki m t t c nh ng ng i bán s và bán l ang tham gia trong kênh phân ph i rau an toàn và có uy tín v i ng i tiêu dùng.

§ Tr giúp các i t ng này chuyên hoá h n trong ho t ng kinh doanh.

§ K t n i h v i nhóm s n xu t rau an toàn H ng Yên.

§ Ho c giúp c i thi n ngu n cung ng rau hi n t i c a h .

Th o lu n nhóm

Th o lu n nhóm

Ch ̣ng tṛnh
M c tiêu
Cách ti p c n
Trình bày posters
Gi i pháp
Th o lu n nhóm
Các ho t ̣ng ti p theo



- u Quý v tham gia s c chia thành 4 nhóm
- u M i nhóm s t p trung th o lu n câu h i “làm th nào” i v i l ch c th
- u Th i gian: 1 ti ng
- u M i nhóm c ra 1 i di n trình bày k t qu th o lu n
- u Th i gian b t u trình bày: 13:00
- u Th i gian trình bày: 7 phút
- u Th i gian th o lu n (sau trình bày): 8 phút

27

Ch th o lu n

Ch ̣ng tṛnh
M c tiêu
Cách ti p c n
Trình bày posters
Gi i pháp
Th o lu n nhóm
Các ho t ̣ng ti p theo



1. Làm th nào xây d ̣ng qui tṛnh s n xu t rau c i ng t có th có n ng su t cao và ch t l ̣ng m b o?
2. Làm th nào t ch c m t nhóm ng i s n xu t trên 1 di n tích t s n xu t có i u ki n t t cho s n xu t RAT?
3. Làm th nào h p d ̣n ng i bán s và bán l i v i rau c i ng t H ng Yên?
4. Làm th nào t o c lòng tin cho ng i tiêu dùng v rau c i ng t H ng Yên

28

Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giới pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



Mục tiêu chính của buổi thảo luận theo cấu trúc sau:

1. Xác định tất cả các hành vi nào cho là cần thiết
2. Xác định tất cả những khó khăn có thể có
3. Phân tích những khó khăn này
 - Khó khăn lớn nhất cho mỗi
4. Làm thế nào khắc phục những khó khăn này?
- § Tập trung vào khó khăn lớn nhất
5. Kết thúc

29

Các hoạt động tiếp theo

Chương trình

Mục tiêu

Cách tiếp cận

Trình bày posters

Giới pháp

Thảo luận nhóm

Các hoạt động tiếp theo



- u Báo cáo kết quả Hội thảo
- u Thảo luận với GTZ, MPI, và SNN&PTNT Hưng Yên
- u Kế hoạch làm việc chi tiết với các đối tác mong muốn tham gia phát triển chuỗi giá trị cà tím tại Hưng Yên (thị trường + xuất khẩu)
- u Kế hoạch thực hiện dự án chi tiết
- u Triển khai dự án

31

Câu hỏi

Những khó khăn

Ý kiến

Các hoạt động tiếp theo

Thông tin liên lạc:

Công ty Fresh Studio

51A, Nguyễn Khắc Hiếu

Hà Nội

T: +84 (0) 47151488

www.freshstudio.biz