

Các giải pháp đẩy mạnh phân phối thực phẩm an toàn ở Việt Nam

Trần Phương Mai
Đại học Thương Mại

Thực phẩm an toàn không còn mới mẻ đối với người tiêu dùng Việt Nam. Ở các nước phương Tây, khái niệm này ra đời từ rất sớm từ những năm 40 của thế kỷ trước và nhận định thực phẩm an toàn là dạng thực phẩm có nguồn gốc hữu cơ. Cho đến nay, thật sự vẫn chưa có khái niệm thống nhất đưa ra để định nghĩa về thực phẩm an toàn, tuy nhiên cũng hiểu rằng thực phẩm an toàn là dạng thực phẩm có nguồn gốc xuất xứ an toàn, không sử dụng các chất hóa học gây hại đến con người và môi trường trong quá trình canh tác, thu hoạch, chế biến, bảo quản... và điểm quan trọng cho những luận cứ đó chính là thực phẩm an toàn đó phải có được chứng nhận phù hợp với vệ sinh an toàn thực phẩm của các cơ quan có thẩm quyền và có chức năng quản lý.

1. Đặt vấn đề

Có thể nói, giai đoạn 2016-2020 là giai đoạn nhà nước thực thi cấp bách các mô hình thí điểm về kinh doanh thực phẩm an toàn. Như thí điểm các mô hình chợ đầu mối thực phẩm an toàn tại thành phố Hồ Chí Minh, mô hình các hội chợ cung cấp thực phẩm an toàn trên địa bàn các thành phố lớn trên toàn quốc. Các cơ quan có thẩm quyền và có chức năng trong Quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm (VSATTP) giai đoạn 2016 đến nay đã quyết liệt trong công tác thanh tra, giám sát và xử lý các sai phạm. Toàn thành phố Hà Nội đã kiểm tra được 520.506 lượt cơ sở, phạt tiền 31.065 cơ sở vi phạm với số tiền phạt hơn 134,8 tỷ đồng. Để có thể đẩy mạnh phân phối thực phẩm an toàn ở Việt Nam, ngoài việc nâng cao nhận thức, phát triển mạnh mẽ truyền thông, xây dựng các kênh phân phối thí điểm và thực hiện thí điểm rất cần phải tìm hiểu các nguyên nhân để đưa ra các giải pháp phù hợp. Bài viết đề cập đến thực trạng tiêu thụ thực phẩm an toàn ở nước ta, đồng thời đề xuất các giải pháp đẩy mạnh phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn cả nước.

2. Thực phẩm an toàn - sự hình thành và thực trạng thị trường thực phẩm an toàn ở Việt Nam

Sử dụng thực phẩm an toàn nhằm mục đích duy trì một cuộc sống lành mạnh và sức khỏe là cái đích của bất cứ ai đều mong muốn hướng đến. Khái niệm thực phẩm an toàn được đề cập đến từ những năm 89, 90 của thế kỷ trước của các tổ chức quốc tế về thực phẩm như Ifoam, Who.... Chủ yếu trong các quan niệm này thường tập trung giải thích khái niệm thực phẩm an toàn là "thực phẩm được nuôi trồng, chế biến, sản xuất mà không chịu các tác động gây biến đổi chất lượng từ các ô nhiễm như ô nhiễm vật lý, ô nhiễm hóa chất và ô nhiễm sinh học.."

Ở Việt Nam, khái niệm thực phẩm an toàn được

gắn liền với các yếu tố như: truy xuất nguồn gốc xuất xứ, không chứa chất hóa học (như thủy ngân, phẩm màu), không chứa các chất kháng sinh trong danh mục cấm, các tồn dư của thuốc bảo vệ thực vật, các tạp chất (thủy tinh, kim loại cứng) và hoàn toàn không chứa các tác nhân sinh học gây bệnh (nấm mốc, vi rút, ký sinh trùng..)

Ngày 14/9/2020, Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội có Báo cáo số 260/BC-UBND, về đánh giá kết quả thực hiện phong trào thi đua "An toàn thực phẩm", giai đoạn 2016-2020, trên địa bàn thành phố. Trong 5 năm qua, thành phố đã triển khai thực hiện phong trào thi đua "An toàn thực phẩm" và đạt những kết quả rõ nét. Từ năm 2016 đến nay, toàn thành phố kiểm tra được 520.506 lượt cơ sở, phạt tiền 31.065 cơ sở vi phạm với số tiền phạt hơn 134,8 tỷ đồng. Từ năm 2016 đến nay, số vụ ngộ độc thực phẩm có xu hướng giảm và không có tử vong; tổng số trên địa bàn thành phố chỉ xảy ra 9 vụ ngộ độc thực phẩm với 371 người mắc. Ngoài ra, có 3 vụ ngộ độc Methanol với 56 người mắc... Chính thực trạng đó đã thúc đẩy sự ra đời của các cơ sở cung cấp, phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn cả nước.

Nhận thức của người tiêu dùng ở các thành phố lớn ngày một thay đổi. Thực trạng về quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm trong các năm vừa qua như một sự cảnh tỉnh về nâng cao nhận thức của người dân trong tiêu dùng thực phẩm trong cuộc sống. Theo thông báo thường niên của cổng thông tin điện tử Chính Phủ: từ năm 2016 đến nay, số vụ mắc nhiễm ngộ độc thực phẩm giảm từ 129 vụ (2016) xuống còn 76 vụ (2019) nhưng tỉ lệ tử vong do thực phẩm không an toàn lại tăng từ 0,28% lên đến 0,4% trong năm 2019. Chính thực trạng này cho thấy tính nghiêm trọng của các vi phạm an toàn thực phẩm. Số lượng các vụ vi phạm giảm qua hàng năm nhưng hậu quả và tác động tiêu cực tới đời sống nhân sinh lại tăng và tăng đột biến.

Đời sống xã hội phát triển, mức sống của con người tăng lên. Năm 2019, Bình quân GDP đầu người đạt mức 2,740 USD(2019) tăng hơn 20% so với giai đoạn 2016(2215 USD). Theo nghiên cứu của hội người tiêu dùng, hàng năm người dân các thành phố lớn Việt Nam như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh chi trả cho việc mua lương thực thực phẩm chiếm khoảng 30% tổng ngân sách chi mỗi tháng xấp xỉ 5 triệu đồng mỗi hộ dành cho việc mua thực phẩm tươi sống. Sự gia tăng thu nhập bình quân đầu người cùng với nhận thức của người dân đối với kiến thức vệ sinh an toàn thực phẩm trong những năm gần đây được nâng cao rõ rệt góp phần tạo ra ý thức trong tiêu dùng thực phẩm an toàn.

Hình thành các cộng đồng tiêu dùng sản phẩm xanh, sạch và an toàn đối với sức khỏe và môi trường. Các công đồng này hoạt động tập trung chủ yếu trên các mạng xã hội. Các hội, nhóm mua chung thực phẩm an toàn thường tập trung phần lớn trong các cộng đồng dân cư sinh sống, cộng đồng nhân viên của các tổ chức.. và cộng đồng người tiêu dùng sử dụng các công cụ trực tuyến hay sử dụng mạng xã hội. Ưu điểm của các nhóm tiêu dùng này là cung cấp các chủng loại thực phẩm từ thực phẩm tươi sống, các loại thực phẩm công nghệ, thực phẩm chế biến sẵn cho đến các loại thực phẩm nhập khẩu với tiêu chí đặt ra là an toàn, rõ ràng nguồn gốc xuất xứ. Các nhóm tiêu dùng thực phẩm này đã đẩy mạnh tiêu thụ và phát triển trong khoảng thời gian ngắn, điều này phụ thuộc phần lớn vào sự phát triển nhanh và mạnh của mạng lưới mạng xã hội....

Sự gia tăng nhanh và mạnh của các mô hình áp dụng công nghệ tiên tiến trong chăn nuôi, canh tác, thậm chí chế biến thực phẩm an toàn mà chủ sở hữu là các doanh nghiệp tư nhân. Theo số liệu của tổng cục thống kê, năm 2016, cả nước có 33.477 trang trại nông nghiệp, đến năm 2019 giảm xuống còn 32.313 trang trại quy mô diện tích đất sử dụng trong nông nghiệp thời kỳ 2016 đến 2019 giảm giảm không đáng kể.

Tính đến tháng 8 năm 2020 theo số liệu công bố của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, cả nước ta đã có hơn 1600 chuỗi cung ứng các sản phẩm nông lâm và thủy sản cùng với 2.346 sản phẩm và 2.989 địa điểm bán sản phẩm được kiểm soát theo chuỗi. Chuỗi cung ứng bao gồm sự tham gia của khoảng 100 hộ tác xã, 250 doanh nghiệp trên cả nước. Các chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn được Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn xây dựng dựa trên định hướng liên kết kiểm soát tất cả các khâu từ sản xuất ban đầu đến tiêu thụ sản phẩm. Tất cả các công đoạn trong toàn bộ chuỗi đều được kiểm soát mỗi nguy an toàn thực phẩm, bảo đảm truy xuất nguồn gốc.

Thêm vào đó, việc sử dụng công nghệ trong nông nghiệp cũng không còn quá mới mẻ đối với ngành nông nghiệp Việt Nam. Nông nghiệp công nghệ cao mang lại rất nhiều lợi ích, ngoài các lợi ích liên quan

đến sản lượng, năng suất và chất lượng mà đặc biệt còn mang lại lợi ích đối với sự phát triển kinh tế, lao động và nhận thức đối với nước ta nói chung.

Ngoài ra cũng không thể không kể đến tác dụng to lớn của công tác tuyên truyền, cung cấp thông tin về tác dụng của an toàn thực phẩm cũng như các tác hại của mất an toàn thực phẩm. Các cơ quan chức năng thực hiện triệt để công tác tuyên truyền, cung cấp thông tin về vấn đề VSATTP trên các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội.

3. Một số tồn tại của thị trường cung ứng thực phẩm an toàn ở Việt Nam hiện nay

Nguồn cung cấp chưa ổn định trên thị trường có nhiều nguồn cung cấp thực phẩm khác nhau, để lựa chọn được sản phẩm theo tiêu chí của cửa hàng không phải dễ... Trung bình mỗi tháng, lượng tiêu thụ lương thực, thực phẩm tại thành phố lớn như Hà Nội giao động trong khoảng 7.000 tấn bao gồm: Gạo, thịt lợn, thịt bò, thủy - hải sản, thực phẩm chế biến từ gia súc, gia cầm... Mặc dù nhu cầu tiêu thụ nông sản của người dân Thủ đô rất lớn, nhưng năng lực sản xuất thực tế còn hạn chế. Hiện các chuỗi cung ứng thực phẩm nông sản an toàn mới chỉ cung ứng được 35% nhu cầu tiêu thụ của người dân thành phố.

Liên kết giữa doanh nghiệp và nơi cung cấp chưa chặt chẽ, dẫn đến tình trạng giá cả và số lượng thực phẩm không ổn định. Có thể nói, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản có vai trò rất quan trọng trong phát triển nông nghiệp, giúp nâng cao lợi ích của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, đặc biệt là đối với nông dân. Một trong những thách thức của việc mở rộng cung ứng thực phẩm an toàn chính là mối liên kết mất xích giữa doanh nghiệp cung ứng và doanh nghiệp hoặc cá nhân sản xuất hàng nông sản chưa thực sự bền chặt. Nguyên nhân của thực trạng này phải kể đến việc tuân thủ các quy trình kỹ thuật, quy trình cung ứng và việc tiếp cận các chính sách hỗ trợ của doanh nghiệp cung ứng và doanh nghiệp sản xuất.

Vốn đầu tư: Theo báo cáo của Vietnam Report năm 2016 công bố, gần một nửa số doanh nghiệp được khảo sát nói rằng, thách thức lớn nhất đối với họ là vấn đề xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường. 48% doanh nghiệp tham gia khảo sát đã công nhận vấn đề xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường là hai vấn đề khó khăn nhất trong quá trình sản xuất kinh doanh. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh thực phẩm an toàn nói riêng, việc mở rộng kinh doanh khá khó khăn do tiền thuê mặt bằng tại các khu dân cư đông và có thu nhập cao là khá cao. Trong khi đó, tỷ suất lợi nhuận trong kinh doanh lương thực thực phẩm lại thuộc dạng thấp hơn các loại mặt hàng khác.

Giá thành sản phẩm cao, tỉ lệ lợi nhuận trong kinh doanh ngành hàng thực phẩm có tỷ lệ thấp so với các mặt hàng khác.

Điều kiện cơ sở vật chất, máy móc và thiết bị bảo quản phải đầu tư ban đầu lớn do các yêu cầu trong đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và đặc biệt là thực phẩm an toàn.

Công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm và đầu tư cung cấp thông tin, tạo niềm tin cho người tiêu dùng còn hạn chế. Thông tin cung cấp đôi khi không rõ ràng, minh bạch và chưa đảm bảo tính chính xác. Điều này chỉ mang lại hiệu quả tức thời, tầm ảnh hưởng hẹp và khó phát huy các tác dụng của Marketing trong cung cấp thông tin về chất lượng thực phẩm sạch. Điển hình như nguồn gốc xuất xứ,

4. Giải pháp

Tăng cường liên vùng, tổ chức sản xuất theo chuỗi quy mô lớn, sản xuất công nghệ cao, bền vững, phát triển chuỗi sản xuất có chứng nhận GAP, GMP, HACCP... Đây là điều kiện tiên quyết trong sản xuất thực phẩm an toàn. Các tiêu chuẩn sản xuất trong nông nghiệp mang lại nhiều lợi ích cho các bên tham gia áp dụng. Bao gồm các lợi ích về công nghệ, các lợi ích về năng suất và chất lượng cùng với các lợi ích trong nâng cao uy tín thương hiệu sản phẩm của các doanh nghiệp và đối với doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp chế biến và phân phối thực phẩm.

Xây dựng thương hiệu, chỉ dẫn địa lý và cải tiến mẫu mã, bao bì để người tiêu dùng dễ dàng nhận biết và an tâm khi sử dụng, giảm giá thành sản phẩm. Doanh nghiệp cũng cần nhạy bén với thị trường để đổi mới sản phẩm, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Xây dựng niềm tin cho người tiêu dùng đối với thực phẩm sạch cũng là một giải pháp cần được quan tâm.

Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện liên kết chuỗi, thu mua sản phẩm của nông dân sau đó bán tại hệ thống cửa hàng của doanh nghiệp. Đồng thời, có chính sách về vốn vay với lãi suất ưu đãi giúp doanh nghiệp mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh cũng như tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại để doanh nghiệp, hợp tác xã và người dân ký kết hợp đồng, bao tiêu sản phẩm với số lượng ổn định.

Tăng cường mối liên kết giữa các doanh nghiệp cung ứng và doanh nghiệp sản xuất: Giải quyết nguyên nhân này có nhiều cách thức: tăng cường trao đổi thông tin giữa nhà cung ứng và nhà sản xuất hay thực hiện nguyên tắc xây dựng mối quan hệ cùng có lợi của 2 bên: trao đổi và chia sẻ thông tin, định hướng phát triển của mình với đối tác theo chiều hướng xây dựng.

Thực hiện các biện pháp hỗ trợ kỹ thuật đối với doanh nghiệp sản xuất: trao đổi định hướng và chia sẻ các kỹ thuật trong canh tác, sản xuất; các kỹ thuật trong thu hoạch, bao gói và vận chuyển. Đồng thời cung cấp các thông tin và các yêu cầu trong bảo quản thực phẩm, từ đó đưa ra các phương án để giải quyết các khúc mắc cũng như các giải pháp tháo gỡ mang

tính kỹ thuật hỗ trợ cho các bên tham gia. Doanh nghiệp cung ứng cải thiện năng lực mở rộng thị trường tiêu thụ của mình, xây dựng nguồn cầu ổn định cho doanh nghiệp sản xuất yên tâm đầu tư phát triển.

Các doanh nghiệp nên đổi mới phương thức tiêu thụ sản phẩm thông qua các mạng xã hội, giao hàng tận nhà... Hà Nội đang hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký, thông tin và kinh doanh sản phẩm tại chợ thương mại điện tử với tên miền www.chonhaminh.gov.vn để đẩy mạnh khâu tiêu thụ. Chú trọng xây dựng chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn từ trồng trọt, chăn nuôi đến tay của người tiêu dùng là việc làm cần thiết để tiếp tục phát triển các cửa hàng trong thời gian tới nhằm giảm giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh. Đồng thời, doanh nghiệp cần tìm hiểu thị trường, nắm bắt sản phẩm nào được khách hàng ưa chuộng, lắng nghe ý kiến phản hồi của khách hàng để đổi mới sản phẩm, nhập bán các loại TPAT phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

5. Kết luận

Để đẩy mạnh phân phối và tiêu thụ thực phẩm an toàn ở Việt Nam, ngoài việc các doanh nghiệp cần phải nghiêm túc xây dựng các mô hình kết nối giữa các khâu sản xuất, cung ứng thực phẩm đồng bộ, bên cạnh đó cần phải có trách nhiệm từ phía nhà nước từ khâu hỗ trợ vốn, công nghệ cho đến các chính sách trong kiểm soát chất lượng. Ngoài ra, các biện pháp trong tăng cường công tác truyền thông nâng cao nhận thức về thực phẩm an toàn cũng phải tiến hành một cách bài bản và có tổ chức. Hơn nữa các doanh nghiệp cũng cần đầu tư, mở rộng cho hoạt động Marketing sản phẩm, Marketing doanh nghiệp vì trong bối cảnh hiện nay, ngoài các tác nghiệp mang tính kỹ thuật thì các kỹ năng mềm trong hỗ trợ thiết lập các hình thức phân phối bán hàng đều là những nhiệm vụ hết sức cần thiết./.

Tài liệu tham khảo

Klonsky, K. & Tourte, L. 1998. Organic agricultural production in the United States: Debates and directions. *American Journal of Agricultural Economics*, 80, 6.

Nguyễn Văn Bộ 2017. Sản xuất nông nghiệp hữu cơ ở Việt Nam: Cơ hội, thách thức và những vấn đề cần quan tâm. *Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Vĩnh Phúc*.

Mai Trang 2017. 4 nhóm thực phẩm hữu cơ xuất hiện tại Việt Nam. *VOV*, <https://vov.vn/an-sach-song-khoe/4-nhom-thuc-pham-huu-co-xuat-hien-tai-viet-nam-622147.vov>.

Thanh Giang 2018. Thị trường thực phẩm hữu cơ: Cung - Cầu chưa gặp nhau. *Báo Đại Đoàn Kết*, <http://daidoanket.vn/thi-truong/thi-truong-thuc-pham-huu-co-cung-cau-chua-gap-nhau-tintuc412699>.