

NGUYỄN THỊ TÂN
LỘC, MURIEL FIGUIÉ
PAULE MOUSTIER

Nhiều người quan tâm cùng tham dự hội thảo như các tổ chức sản xuất rau an toàn (RAT) và rau hữu cơ; người buôn bán rau ở chợ bán lẻ, các cửa hàng và siêu thị có bán rau và Hội Người tiêu dùng; Cơ quan Nhà nước có các cơ sở dịch vụ nông nghiệp thuộc địa bàn sản xuất RAT; Bộ Nông nghiệp và PTNT; Bộ Y Tế; các thành viên của MALICA và Đại Sứ quán Pháp và một số tổ chức phi chính phủ như ADDA, CIDSE, GRET và VEGSYS.

Một số báo cáo cho thấy trên 80% người tiêu dùng Hà Nội có nhu cầu về RAT, họ luôn lo lắng về chất lượng rau, đặc biệt vấn đề dư lượng của thuốc bảo vệ thực vật (BTVT), chất kích thích sinh trưởng trong rau. Nhưng trong thực tế, người tiêu dùng không đủ phương tiện để đánh giá chất lượng rau mà chỉ nhận biết qua cảm quan bên ngoài. Giải pháp tinh thể của họ là rửa rau nhiều lần và ngâm nước muối trước khi dùng. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy tại Hà Nội đã có kênh tiêu thụ RAT và rau hữu cơ nhưng số lượng rau này được bán trong các cửa hàng RAT và siêu thị còn rất hạn chế (Năm 2002 khoảng 10% so với sản lượng RAT đã sản xuất). Một phần RAT không đáng kể được bán tại các bếp ăn tập thể, còn lại được bán tại các chợ như rau thường. Dù sao đó cũng là sự chuyển biến tích cực. Theo kết quả nghiên cứu thì tổng số RAT bán trên thị trường Hà Nội đạt khoảng 2% tổng nhu cầu về rau (2002).

Gặp gỡ giữa các nhà sản xuất, buôn bán và tiêu dùng với các nhà nghiên cứu rau

Chất lượng rau đang là một trong những chủ đề được đặc biệt quan tâm nên đã có một hội thảo về quản lý chất lượng thị trường rau Hà Nội do Viện Nghiên cứu rau quả (RIFAV), Trung tâm nghiên cứu quốc tế phát triển nông nghiệp (CIRAD), Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (VASI) và Sở Nông nghiệp và PTNT Hà Nội (DADR) đồng tổ chức trong khuôn khổ dự án SUSPER và MALICA tại Viện nghiên cứu rau quả vừa qua, nhằm trao đổi những thông tin về quản lý chất lượng rau đã thu thập được.

Người tiêu dùng mong muốn RAT được ghi nhãn để có cơ sở đánh giá về nguồn gốc và chất lượng sản phẩm. Việc kiểm tra chất lượng rau còn chưa có hệ thống trừ trường hợp rau hữu cơ. Do vậy chiến lược thị trường được xác định đối với RAT là người nông dân bán rau trực tiếp cho người tiêu dùng cần có ghi nhãn mác tại các chợ bán lẻ.

Hội thảo cũng cho biết giá thành của các loại rau khác nhau không giống nhau trong đó rau hữu cơ có giá thành cao nhất sau đó đến RAT và thấp nhất là rau thường. Chi phí thu gom cũng khác nhau đối với từng loại rau. Chi phí thu gom RAT cao hơn rau thường khoảng 17%. Hơn nữa, khối lượng RAT thu mua cho một lần thường thấp hơn rau thường nên thu nhập của người buôn bán RAT thấp hơn rau thường. Đây là yếu tố chưa khuyến khích được người buôn bán RAT tham gia thị trường.

RAT thường đòi hỏi mức chi phí cao hơn rau

thường. Tuy nhiên, đây không phải là mối quan tâm lớn của người tiêu dùng mà điều quan trọng hơn là làm sao để nhận biết được RAT. Đại biểu tham dự hội thảo cho biết hiện nay họ rất quan tâm đến các quy trình sản xuất rau, quá trình lưu thông sản phẩm của người buôn bán và cần phải phổ biến những thông tin này qua các phương tiện truyền thông như truyền hình, đài, loa và báo chí, đồng thời trên bao bì RAT cần có nhãn hiệu.

Hoạt động kiểm soát chất lượng vệ sinh rau trên địa bàn Hà Nội cũng được đề cập trong hội nghị. Các đại biểu xác định việc kiểm tra chất lượng rau là cần thiết vì có kiểm tra thì mới nâng cao được chất lượng sản phẩm và nâng cao sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với RAT. Một số cơ quan được đề xuất chịu trách nhiệm chính trong việc kiểm tra như Sở Y tế, Chi Cục Bảo vệ thực vật hay Sở Khoa học công nghệ và môi trường. Song

hiện tại các cơ quan này còn có nhiều khó khăn nên các đại biểu cho rằng để giải quyết vấn đề trước mắt các cơ sở sản xuất rau cần áp dụng hình thức tự kiểm tra. Cụ thể người quản lý chịu trách nhiệm kiểm tra chung trong cơ sở, còn các thành viên trong nội bộ sẽ giám sát chéo lẫn nhau.

Tóm lại, đây là cuộc gặp mặt, trao đổi rất thú vị và có ích của những người cùng quan tâm đến chất lượng mặt hàng rau. Không chỉ những người sản xuất, buôn bán và tiêu dùng mong muốn có nhiều cuộc thảo luận tương tự mà các nhà nghiên cứu cũng thấy đây là cơ hội rất tốt để biết được những trăn trở của người sản xuất, buôn bán và tiêu dùng nhằm cùng nhau tìm hướng khắc phục tồn tại, giải quyết tốt hơn đầu ra cho người sản xuất, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng về chất lượng, số lượng và khuyến khích các tác nhân trung gian tham gia vào thị trường rau. ■