

# KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN CHUỖI NÔNG SẢN AN TOÀN TRÊN THẾ GIỚI VÀ MỘT SỐ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

● ĐINH HỒNG THÁI - QUYỀN ĐÌNH HÀ

## TÓM TẮT:

Phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn tại Pháp cho thấy, chuỗi cung ứng gắn được ưu tiên trong các chính sách. Kinh nghiệm ở Thái Lan là tập trung vào mô hình TOPs - lựa chọn hàng đầu cho thực phẩm tươi, hữu cơ và sản phẩm nhập khẩu. Tại Scotland lại tập trung vào chuỗi đồ uống và thực phẩm. Bài viết bàn về kinh nghiệm phát triển chuỗi nông sản an toàn trên thế giới và một số bài học cho Việt Nam.

**Từ khóa:** chuỗi cung ứng, nông sản an toàn, mô hình TOPs, thực phẩm tươi, thực phẩm hữu cơ.

## 1. Đặt vấn đề

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới theo hướng toàn cầu hóa và khu vực hóa, vai trò của logistics ngày càng trở nên quan trọng, trở thành công cụ liên kết các hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu. Chuỗi giá trị toàn cầu (GVC - Global Value Chain) là một dây chuyền sản xuất từ khâu cung ứng, sản xuất, phân phối đến mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế.

Chuỗi cung ứng là toàn bộ hệ thống sản xuất và cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ, từ giai đoạn đầu tìm nguồn cung ứng nguyên liệu thô cho đến việc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ cuối cùng cho người dùng cuối. Chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các khía cạnh của quá trình sản xuất, bao gồm các hoạt động liên quan ở mỗi giai đoạn, thông tin đang được truyền đạt, các nguồn tài nguyên thiên nhiên được biến đổi thành vật liệu hữu ích, nguồn nhân lực và các thành phần khác đi vào thành phẩm hoặc dịch vụ.

Thế giới ngày nay được nhìn nhận như một nền kinh tế hội nhập, trong đó các doanh nghiệp mở rộng biên giới quốc gia và khái niệm thương mại quốc gia chỉ đứng sau hoạt động của các doanh nghiệp. Chính trong giai đoạn này, cách thức tối ưu hóa quá trình sản xuất, lưu kho và vận chuyển hàng hóa được đặt lên hàng đầu. Trong quá trình sản xuất - kinh doanh, các nhà quản lý phải giải quyết nhiều vấn đề khó khăn về cung ứng nguyên vật liệu, số lượng và thời gian. Đồng thời phải mang lại hiệu quả trong việc bổ sung nguồn nguyên liệu, phương tiện và hành trình vận chuyển, địa điểm, thời điểm đổ thành phẩm, bán thành phẩm,... Việc xây dựng chuỗi cung ứng nông sản an toàn, hiệu quả giúp người nông dân và những người khác tham gia chuỗi sẽ tăng thu nhập, tiết kiệm chi phí đầu vào, nâng cao giá trị nông sản an toàn, ổn định được sản xuất và thị trường, từ đó người nông dân và các thành viên tham gia chuỗi sẽ yên tâm sản xuất, chế biến, cung ứng nông sản an toàn.

Do vậy, để đảm bảo sự thông suốt cho nông sản từ người sản xuất đến người tiêu dùng, đồng thời nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng nông sản an toàn, cần có một nghiên cứu tổng quan về kinh nghiệm phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn trên thế giới làm bài học cho Việt Nam.

## **2. Kinh nghiệm phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn trên thế giới**

### **2.1. Kinh nghiệm phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn của Cộng hòa Pháp**

Nhờ vào các vùng đất phì nhiêu rộng lớn, áp dụng kỹ thuật hiện đại và trợ cấp của Liên minh châu Âu, nền nông nghiệp của Pháp hiện đứng thứ 6 thế giới về sản lượng và đứng đầu Liên minh châu Âu. Thậm chí, xuất khẩu nông sản của nước này đứng thứ 2 thế giới, chỉ xếp sau Mỹ, đứng đầu châu Âu. Hàng năm, Pháp xuất siêu khoảng 6,6 tỷ USD hàng nông sản (gồm lúa mì, rượu nho, các sản phẩm thịt và sữa). Năng suất lao động nông nghiệp cao, công nghiệp chế biến thực phẩm rất phát triển, chiếm xấp xỉ 3,5% GDP (MOFA, 2018).

Xây dựng các chuỗi cung ứng mang lại hiệu quả luôn được xem là một trong những chủ trương hàng đầu được Chính phủ Pháp quan tâm. Chuỗi cung ứng ngắn hàng nông sản tại Pháp được hình thành với đặc trưng cơ bản là chỉ duy trì tối đa một đơn vị trung gian trong chuỗi cung ứng, nhằm kết nối giữa người sản xuất với người tiêu dùng. Quy trình xây dựng và vận hành chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm nông nghiệp tại Pháp hiện nay bao gồm các giai đoạn sau:

Giai đoạn tiền khởi động - xây dựng ý tưởng chuỗi cung ứng ngắn. Với ý tưởng giúp người sản xuất có cơ hội giới thiệu sản phẩm trực tiếp đến người tiêu dùng, bán các sản phẩm mang đặc trưng văn hóa địa phương, gắn kết với các chương trình truyền thông xây dựng hình ảnh,... chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm nông nghiệp địa phương kết nối các hộ nông dân sản xuất và bán sản phẩm tại các cửa hàng và siêu thị của vùng.

Giai đoạn khởi nghiệp - xây dựng các bộ quy tắc, quản lý vận hành chuỗi. Các hộ nông dân sản xuất nhỏ tham gia chuỗi cung ứng ngắn, với cam kết tuân thủ các quy định như: (1) Các sản phẩm tham gia chuỗi phải là các sản phẩm nông nghiệp của vùng; (2) Các sản phẩm của chuỗi được bán tại các cửa hàng của vùng. Khoảng cách từ các

trang trại sản xuất đến điểm bán hàng từ 20km-50km; (3) Các hộ nông dân được chủ động các hoạt động sản xuất của mình; (4) Đơn vị quản lý chuỗi chịu trách nhiệm lập ra quy trình về tổ chức và vận hành chuỗi; (5) Thiết lập website quản lý bán hàng, theo đó các sản phẩm được quản lý theo mã vạch tương ứng với các hộ nông dân tham gia sản xuất; (6) Theo quy định của chuỗi, các sản phẩm được nhập từ các nhà sản xuất khác nhau song mức giá đều được thống nhất, ghi cùng mức giá trên mỗi sản phẩm. Điều này tránh được sự cạnh tranh không cần thiết giữa các hộ sản xuất; (7) Các hộ nông dân chịu trách nhiệm phân phối sản phẩm của mình đến các cửa hàng của chuỗi; (8) Mức phí áp dụng trong từng thời điểm đối với các sản phẩm được chiết khấu tính trên doanh thu bán sản phẩm.

Giai đoạn trưởng thành - đánh giá những thành công, hạn chế của chuỗi cung ứng. Định kỳ họp đánh giá những thành công, hạn chế và đưa ra những điều chỉnh về nguyên tắc hoạt động của chuỗi được định kỳ tổ chức trong khoảng thời gian từ 4 đến 6 tuần. Tham gia họp định kỳ bao gồm 3 nhóm là truyền thông, quản lý lao động và việc làm, nhóm giám sát và kiểm tra chất lượng sản phẩm.

Như vậy, sau một thời gian áp dụng chuỗi cung ứng ngắn đối với hàng nông sản, đã mang lại một số kết quả, đó là:

*Thứ nhất*, khung khổ luật về chuỗi cung ứng ngắn hàng nông sản, thực phẩm được hoàn thiện, làm cơ sở để các cơ quan chức năng tổ chức tập huấn, hỗ trợ các hợp tác xã, hộ nông dân nhỏ sản xuất các sản phẩm đáp ứng cho chuỗi cung ứng ngắn. Chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm địa phương trở thành một trong những ưu tiên của Chính phủ Pháp trong việc thực hiện Chương trình phát triển nông thôn giai đoạn 2014-2020.

*Thứ hai*, với việc thông qua đạo luật cho phép bán sản phẩm trực tiếp của người nông dân đến người tiêu dùng thông qua chuỗi cung ứng ngắn đã đưa Pháp trở thành quốc gia đầu tiên trong EU có số lượng các hộ nông dân tham gia chuỗi cung ứng ngắn cao nhất. Sự bùng nổ chuỗi cung ứng ngắn ở Pháp được minh chứng qua các số liệu cụ thể. Nếu như trong năm 2005, trong tổng số 527.000 trang trại đã có 88.600 trang trại (tương ứng 16,8%) đã áp

dụng hình thức bán hàng trực tiếp (Moya, 2013), thì đến năm 2014, mặc dù số lượng trang trại giảm xuống còn 490.000 trang trại (do xu hướng hợp nhất, mở rộng quy mô trang trại), song tỷ lệ trang trại tham gia bán sản phẩm trực tiếp lại tăng lên 18,38% (tương ứng 88.200 trang trại) (Magali & Geofroy, 2016). Năm 2016, khảo sát của Eurobarometer cũng cho thấy, tỷ lệ các trang trại tham gia bán hàng trực tiếp đã tăng lên 21% (Moya, 2013). Trong những năm gần đây, phương thức bán hàng theo chuỗi cung ứng ngày càng được phát triển rộng trong các thành phố lớn, như mô hình bán cà phê tại Paris, hiện đã có hơn 400 hộ nông dân vùng ngoại ô cung cấp trực tiếp các sản phẩm cho chuỗi (Loredana, 2019).

## **2.2. Kinh nghiệm phát triển chuỗi rau sạch hàng đầu ở Thái Lan**

Người tiêu dùng Thái Lan đang chi tiêu ngày càng tăng trong thu nhập của họ cho trái cây và rau quả, tỷ lệ này đã tăng từ 19% năm 1985 lên 24% năm 1993 (Itharattana, 1996).

Theo Jan & Dave (2002), tại Thái Lan hầu hết các sản phẩm được bán trong các cửa hàng ở chợ truyền thống, trong đường phố và trong môi trường được gọi là chợ “ẩm ướt”. Nhìn chung, 5% doanh số bán hàng được thực hiện thông qua các siêu thị, mặc dù điều này tỷ trọng đã đạt 50% ở thủ đô Bangkok. Trong những năm gần đây, các nhà bán lẻ quốc tế như 7-Eleven, Royal Ahold, Makro,... đã thành lập một cửa hàng đặc biệt để phục vụ các tập đoàn đô thị của Thái Lan. Năm 1996, Royal Ahold thành lập liên doanh với tập đoàn bán lẻ Trung ương Thái Lan và bắt đầu hoạt động nhiều hơn với hơn 30 siêu thị TOPS (TOPs - Top choice for fresh, organic foods & imported products - Lựa chọn hàng đầu cho thực phẩm tươi, hữu cơ & sản phẩm nhập khẩu). Từ khi bắt đầu, TOPS tự phát triển như một chuỗi siêu thị thực phẩm tươi sống, chất lượng. Năm 1998, TOPS bắt đầu một dự án chuỗi cung ứng nhằm cung cấp cho người Thái Lan sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, an toàn, sản phẩm tươi, có sẵn, đáng tin cậy với giá cả phải chăng.

Cho đến nay, chuỗi cung ứng TOPS đã tập trung vào việc ủy quyền các hoạt động giá trị gia tăng và lựa chọn nhà cung cấp ưu tiên. Vì khi bắt đầu dự án, không có nhà cung cấp hàng tươi sống nào thực hiện các chức năng giá trị gia tăng cần thiết, dự án

quyết định xây dựng một trung tâm phân phối mới cũng sẽ thực hiện chức năng hiệu quả như kiểm tra chất lượng, rửa, đóng gói và chế biến.

Tiêu chuẩn TOPS đã được hầu hết các công ty lớn trong ngành Bán lẻ Thái Lan chấp nhận. Các chủ sở hữu nhỏ tham gia vào mạng lưới nhà cung cấp TOPS theo 2 cách thức: *Thứ nhất*, thông qua mạng lưới nông dân theo hợp đồng và người mua là những người cung cấp ưu tiên. *Thứ hai*, thông qua hiện tượng của các hiệp hội nông dân phi chính thức. Trong các hiệp hội này, những người trồng trọt chuyên nghiệp trong một gia đình hoặc làng cùng hợp lực và trao đổi kinh nghiệm và kiến thức canh tác. Những nhóm này dường như đáp ứng tất cả các điều kiện tiên quyết để phát triển thành các hiệp hội người trồng trọt chính thức và tham gia vào các mối quan hệ kinh doanh trực tiếp lâu dài với các nhà bán lẻ.

## **2.3. Kinh nghiệm phát triển chuỗi cung ứng thực phẩm và đồ uống của Scotland**

Chuỗi cung ứng thực phẩm và đồ uống đại diện cho một phần chính của nền kinh tế Scotland, chiếm gần 20% tổng số GVA của Scotland và sử dụng 360.000 người trên khắp Scotland. Do đó, không có gì ngạc nhiên khi vấn đề bền vững đã được đề cập trong chính sách thực phẩm và đồ uống của Scotland - Mục tiêu đầu tiên của Scotland.

Chính sách Thực phẩm và Đồ uống quốc gia nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững của Scotland bằng cách đảm bảo rằng sự tập trung của Chính phủ Scotland liên quan đến thực phẩm và đồ uống, nhằm giải quyết vấn đề chất lượng, sức khỏe và phúc lợi và tính bền vững về môi trường, đồng thời công nhận nhu cầu tiếp cận và khả năng chi trả (Chính phủ Scotland, 2008).

Các trường hợp được chọn bởi vì chúng: đại diện cho một yếu tố quan trọng của nền kinh tế nông sản thực phẩm Scotland, thể hiện mối quan hệ chuỗi cung ứng lâu dài rõ ràng hoặc thể hiện các vấn đề về tính bền vững của chuỗi nông sản thực phẩm cụ thể.

*Trường hợp 1 - Chuỗi liên kết thịt heo ASDA:* Chuỗi này sự tham gia của 85 nông dân chăn nuôi lợn ở Đông Bắc Scotland và hợp tác tiếp thị Các nhà sản xuất lợn Scotland (SPP) của họ. SPP cung cấp một số nhà chế biến giết mổ, trong đó lớn nhất là Vion-Halls (Vion Food Scotland Ltd) tại

Broxburn, gần Edinburgh. Trong số những con lợn do SPP ký gửi cho Vion-Halls, 3.000 con lợn mỗi tuần được cung cấp cho ASDA theo hợp đồng luân chuyển 12 tháng như một phần của thỏa thuận duy nhất được gọi là ASDA PorkLink. Chuỗi PorkLink, bắt đầu vào tháng 6/2009, nhằm mục đích tăng cường liên kết với nông dân bằng cách tạo ra một số lợi ích. Chúng bao gồm giá được liên kết với Giá lợn chết trung bình (DAPP), tiền thưởng cho lợn cấp Q và thanh toán nhanh chóng trong vòng 7 ngày. Kế hoạch này cũng khuyến khích các cuộc họp nhóm người sản xuất thường xuyên, nhằm khuyến khích sự nhất quán của nguồn cung, ổn định tài chính hơn trong ngành chăn nuôi lợn và cải thiện chất lượng.

*Trường hợp 2 - Chuỗi thịt bò Tesco McIntosh Donald Scotch:* Nhà máy giết mổ và chế biến thịt bò và thịt cừu McIntosh Donald (Vion Food UK) gần Aberdeen là một trong những nhà máy lớn nhất Scotland. Nhà máy thu mua gia súc từ khoảng 1.500 người chăn nuôi từ khắp Scotland, tất cả đều hoạt động theo tiêu chuẩn của Chương trình đảm bảo chất lượng thịt của Scotland. Khoảng 75.000 con bò thịt được thu mua hàng năm được cung cấp thông qua các thành viên của Câu lạc bộ các nhà sản xuất thịt bò. Nhà máy là một địa điểm cung cấp riêng cho Tesco với nhiều nhà bán lẻ chiếm khoảng 2/3 sản lượng hàng thông qua. Nhiều loại thịt bò đóng gói được cung cấp cho Tesco, tất cả đều mang nhãn hiệu Scotch Beef PGI (Chỉ dẫn Địa lý được Bảo vệ) và nhãn hiệu riêng của Tesco. Nhà máy hoạt động theo tiêu chuẩn cao của các khách hàng lớn nhất và Hiệp hội Bán lẻ Anh Quốc.

Thông tin được cung cấp về các yêu cầu và sự phát triển của thị trường, cùng các lộ trình để cải thiện hoạt động của doanh nghiệp. McIntosh Donald điều hành một hệ thống thông tin trực tuyến dành cho các nhà sản xuất có tên Qboxanalysis. Điều này cung cấp cho nông dân thông tin so sánh về hiệu suất vật nuôi của họ cho đến khi giết mổ. Và cho phép McIntosh Donald tiếp cận chủ động đối với các nhà cung cấp nông dân để giúp họ đạt được hiệu quả tốt hơn và giảm chi phí trang trại, cũng như sản xuất vỏ xe phù hợp hơn với nhu cầu thị trường.

*Trường hợp 3 - Trứng Cackleberry và Chuỗi Waitrose:* Cackleberry Ltd., được thành lập vào

năm 2006 bởi 3 nông dân ở biên giới Scotland, với mục đích cung cấp trứng hữu cơ miễn phí cho nhà bán lẻ Waitrose. Hai trong số những nông dân đang tìm cách đa dạng hóa các hoạt động chăn nuôi hiện có của họ, trong khi người thứ ba đã là một nhà sản xuất trứng hữu cơ đã được thành lập. Ba nhà sản xuất có đàn gà mái đuôi đen Colombia (lai giữa Rhode Island Red và Light Sussex), chúng sản xuất khoảng 43.000 quả trứng hữu cơ nuôi thả tự do cho Waitrose mỗi tuần. Trứng được cung cấp theo hợp đồng cho Stonegate - nhà đóng gói và phân phối trứng quốc gia hoạt động với hơn 250 nhà sản xuất trứng; cung cấp cho các nhà bán lẻ thực phẩm lớn của Vương quốc Anh - và đưa vào hệ thống phân phối Waitrose để cung cấp cho các cửa hàng ở Scotland của Waitrose. Stonegate cung cấp dữ liệu hiệu suất toàn diện của doanh nghiệp được thảo luận với các nhà sản xuất thông qua một nhóm liên lạc của nhà sản xuất.

*Trường hợp 4 - Chuỗi cà rốt hữu cơ Tio - Tesco:* Đây là Organics Ltd (Tio) được thành lập vào năm 1998 với mục đích tiếp thị và phân phối các loại cây trồng hữu cơ cho nhiều nhà bán lẻ Tesco, ban đầu thông qua một nhà đóng gói Tesco hiện tại nhưng sau đó trực tiếp thông qua các cơ sở đóng gói của riêng mình. Tio có trụ sở tại Moray, chuyên về rau củ, khoai tây và lúa mạch hữu cơ, đồng thời trở thành nhà cung cấp cà rốt hữu cơ chuyên dụng duy nhất cho Tesco dưới thương hiệu của nhà bán lẻ. Trang trại Mid Coull, cùng với một trang trại độc lập có tên A&A Carrot ở Aberdeenshire, là hai nhà cung cấp lớn nhất, chiếm hơn 30% lượng tiêu thụ của Tio. Tio cung cấp 8.500 tấn sản phẩm hữu cơ mỗi năm và doanh số của Tesco chiếm 75% doanh thu của Tio. Các mục tiêu do Tesco đặt ra, yêu cầu tất cả nông dân cung cấp phải đạt được các tiêu chuẩn của Tesco Natures Choice, tiêu chuẩn này cũng bao gồm hoạt động môi trường.

*Trường hợp 5 - Chuỗi Tesco trái cây mềm Angus:* Angus Soft Fruit Ltd (ASF) cùng với mạng lưới chuyên dụng gồm 24 người trồng trọt ở Scotland, được gọi là Angus Growers, tạo thành một nhóm sản xuất và tiếp thị, là một trong những nhà cung cấp hàng đầu về dâu tây, quả mâm xôi, quả việt quất và quả mâm xôi cho nhiều nhà bán lẻ ở Vương quốc Anh, bao gồm Tesco. ASF có thị phần vượt quá 15% trái cây mềm được bán ở Anh,

điều này mang lại cho nó vị trí đầu tiên trong số các nhà cung cấp trái cây mềm của Scotland. Ngoài việc đóng gói theo nhãn của các nhà bán lẻ, ASF đã phát triển nhãn hiệu cao cấp của riêng mình, Good Nature Fruit (GNF), không có dư lượng thuốc trừ sâu và được cung cấp cho Tesco, Asda, The Co-op và Sainsbury. Để đảm bảo nguồn cung quanh năm, ASF được cung cấp bởi 35 người trồng có cùng chí hướng ở Hà Lan, Tây Ban Nha, Maroc, Trung Đông và Nam Mỹ. ASF phối hợp với Angus Growers đã đầu tư rất nhiều vào đổi mới và tính bền vững, nhằm tạo sự khác biệt cho các sản phẩm của mình và nâng cao hiệu quả. Kết quả là nó đã phát triển thành công cả một giống dâu tây cao cấp có tên là AVA, độc quyền của ASF và một hệ thống sản xuất được cấp bằng sáng chế, được gọi là SEATON System.

### 3. Một số bài học kinh nghiệm cho phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn tại Việt Nam

*Một là*, đẩy mạnh công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân trong sản xuất, chế biến, kinh doanh và sử dụng nông sản an toàn. Đây là nền tảng cho hoạt động sản xuất nâng cao chất lượng, phẩm cấp an toàn cho sản phẩm hàng hóa vừa đảm bảo tiêu chuẩn theo quy định, vừa đáp ứng yêu cầu ngặt nghèo của người tiêu dùng.

*Hai là*, lựa chọn và ứng dụng một cách hiệu quả các quy trình sản xuất và công nghệ, phù hợp các quy trình sản xuất tiến bộ, như: VietGAP, GlobalGAP,... vào sản xuất nông sản an toàn.

*Ba là*, tăng cường mối quan hệ mật thiết giữa các tác nhân sơ chế, chế biến, người vận chuyển

nông sản, người bán buôn/bán lẻ và khách hàng. Các tác nhân này ngoài quan hệ tương tác qua lại còn có quan hệ chia sẻ lợi ích

*Bốn là*, chú trọng đầu tư xây dựng thương hiệu sản phẩm và chỉ dẫn địa lý cho nông sản an toàn. Cùng với chương trình nông thôn mới nâng cao, xây dựng sản phẩm gắn với mô hình mỗi làng một sản phẩm (OCOP) tận dụng tiềm năng sẵn có của từng vùng.

*Năm là*, hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến khích, phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn.

### 4. Kết luận

Chuỗi cung ứng nông sản an toàn bao gồm các tác nhân chế biến, kho chứa và bảo quản, vận chuyển và cung ứng, bán buôn/bán lẻ, tiếp cận thị trường và khách hàng. Phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn là hoạt động mở rộng quy mô, nâng cao năng lực của các tác nhân trong chuỗi, tăng cường mối liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân liên quan đến việc cung cấp, sản xuất và phân phối nông sản an toàn hoàn chỉnh. Bắt đầu từ nhà cung cấp các đầu vào phục vụ sản xuất nông sản an toàn đến nhà sản xuất và nhà phân phối nông sản an toàn để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Phát triển chuỗi cung ứng nông sản an toàn trên thế giới cho thấy các chuỗi đều có sự liên kết chặt chẽ với nhau, từ nhà cung ứng đầu vào cho sản xuất đến các chủ sản xuất liên kết với nhau đến các trung gian vận chuyển sản phẩm hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi cung ứng nông sản an toàn là xu hướng và tất yếu trong xã hội hiện đại ngày nay ■

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:

### Tiếng Việt

1. Bùi Việt Hưng (2020). Xây dựng chuỗi cung ứng ngắn sản phẩm nông sản: Những kinh nghiệm của Cộng hòa Pháp. Truy cập tại <http://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/816718/xay-dung-chuoi-cung-ung-ngan-san-phan-nong-san--nhung-kinh-nghiem-cua-cong-hoa-phap.aspx>

### Tiếng Anh

2. Chopra Sunil and Peter Meindl (2001). *Supply chain management: strategy, planning and operation*. USA: Upper Saddle River NJ: Prentice Hall c.1.

3. European Commission (2013). *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU, A State of Play of their Socio - Economic Characteristics*. Luxembourg (Luxembourg): Publications Office of the European Union.

4. Hsiao, H.I van der Vorst, J.G & Omta, S.W.F. (2006). Logistic outsourcing in food supply chain network: Theory and practices. [Online] Available at [https://www.researchgate.net/publication/40111908\\_Logistics\\_outsourcing\\_in\\_food\\_supply\\_chain\\_networks\\_Theory\\_and\\_practices](https://www.researchgate.net/publication/40111908_Logistics_outsourcing_in_food_supply_chain_networks_Theory_and_practices)
5. Hugos, M. H/ (2011). *Essentials of supply chain management, 3th edition*. USA: Wiley Press.
6. Loredana Pianta. (2019). Short food supply chains: setting another place at the table. [Online] Available at <http://www.youris.com/bioeconomy/food/short-food-supply-chains-setting-another-place-at-the-table.kl>
7. Magali Aubert, Geoffroy Enjolras. (2016). Which stability for marketing channels? The case of short food supply chains in French agriculture. [Online] Available at <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01404562/document>.
8. Nhung Tran, Bailey, C., Wilson, N & Phillips, M. (2013). Governance of global value chains in response to food safety and certification standards: the case of shrimp from Viet Nam. *World Development*, 45, 325-336.
9. Regulation (EU). (2013). *No 1305/2013 of the European Parliament and of the council*.

**Ngày nhận bài: 6/11/2021**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/12/2021**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 16/12/2021**

*Thông tin tác giả:*

**1. ĐINH HỒNG THÁI**

**Chủ tịch Hội Nông dân tỉnh Ninh Bình**

**2. QUYÊN ĐÌNH HÀ**

**Học viện Nông nghiệp Việt Nam**

## **EXPERIENCE IN DEVELOPING SAFE AGRICULTURAL PRODUCT CHAINS IN THE WORLD AND LESSONS LEARNT FOR VIETNAM**

● **DINH HONG THAI**<sup>1</sup>

● **QUYEN DINH HA**<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Chairman, Vietnam Farmers Union in Ninh Binh Province

<sup>2</sup> Vietnam National University of Agriculture

### **ABSTRACT:**

The development of safe agricultural products supply chain in France show that short supply chains are prioritized in development policies. Experience from Thailand show that the TOPs model is the best solution for fresh, organic and imported food products. Meanwhile, Scotland focuses on developing food and beverage supply chains. This paper presents experience in developing safe agricultural product chains in the world and lessons learnt for Vietnam.

**Keywords:** supply chain, safe agricultural products, TOPs model, fresh food, organic food.