

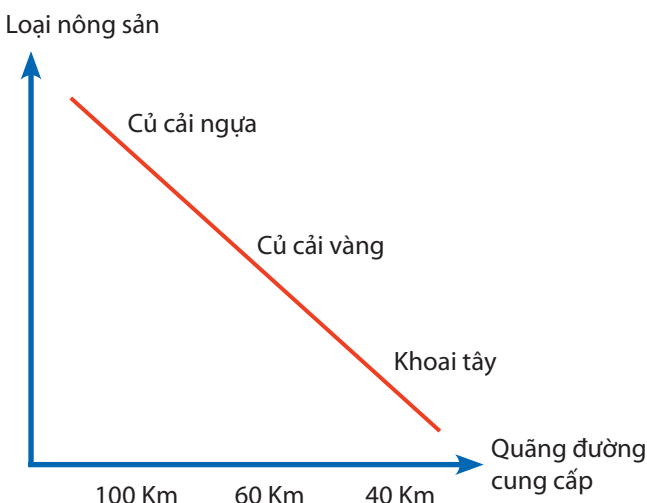
Giải pháp cung cấp thực phẩm an toàn

✧ PHƯƠNG LAN

Khi niềm tin được bảo đảm bằng minh bạch trong hoạt động, giải pháp đưa thực phẩm tươi ngon và an toàn đến với mọi nhà sẽ gặt hái thành công.

Willem&Drees (W&D), một công ty tư nhân chuyên cung ứng các loại thực phẩm ở Hà Lan đã có mục tiêu khởi nghiệp khá thú vị là tuy kinh doanh nhưng lại coi lợi nhuận là thứ yếu, quan trọng là làm cách nào để mọi người có nguồn thực phẩm an toàn, tươi ngon và tạo ra hệ thống cung ứng thực phẩm giảm phát thải khí nhà kính. W&D đã tiến hành đồng thời nhiều giải pháp, trong đó, chủ yếu là cung cấp thực phẩm theo quãng đường ngắn nhất.

Khởi đầu vào tháng 6/2009, W&D cung cấp các loại thực phẩm với tinh thần phục vụ khá đặc biệt là phải đảm bảo “quãng đường cung cấp ngắn nhất” để sản phẩm tươi ngon từ các nông trại đến trực tiếp người dùng. Thời gian đầu, W&D cung cấp nông sản được trồng tại địa phương gồm rau, trái và khoai tây tới các điểm bán hàng ở Amersfoort (một thị trấn ở trung tâm của Hà Lan). Hiện nay W&D đã phát triển ra năm khu vực (gồm Utrecht-Amersfoort, Amsterdam-Haarlem, Nijmegen-Arnhem, Deventer-Zwolle và Rotterdam-The Hague), với hơn 200 điểm bán hàng. W&D đã tạo giá trị cho thương hiệu bằng việc cung cấp cho người tiêu dùng khả năng mua được sản phẩm tươi ngon theo mùa với giá thấp. Giải pháp của W&D bao gồm:



Biểu đồ xác định quãng đường cung cấp cho sản phẩm.



- Đảm bảo thực phẩm tươi ngon bằng quãng đường cung cấp ngắn nhất theo từng loại nông sản. Ban đầu, khoảng cách từ nông trại đến nơi tiêu thụ được giới hạn trong bán kính 40 km. Tuy nhiên, hoạt động ngày càng mở rộng về chủng loại sản phẩm cũng như địa chỉ sản xuất và tiêu thụ, nên việc giữ khoảng cách 40 km từ nơi trồng đến nơi tiêu thụ gặp khó khăn, nhất là đối với các loại không được trồng phổ biến như củ cải ngựa (horse radish). W&D đã mở rộng phạm vi và xác định giới hạn khoảng cách cho từng loại nông sản để đảm bảo tươi ngon bằng “biểu đồ xác định quãng đường cho sản phẩm”, đồng thời một phần mềm được ứng dụng để thực hiện vấn đề này. Việc xác định quãng đường cho từng sản phẩm được tuân thủ nghiêm ngặt.

- Cung cấp nhiều phương thức mua hàng theo sở thích. Khách hàng có thể mua sản phẩm của W&D tại cửa hàng, siêu thị hay mua trực tuyến,... miễn thuận tiện. W&D tập trung bán các nông sản theo mùa. Tại các siêu thị, W&D có khu vực riêng dành cho rau và trái cây tươi, những nông sản được đặt vào sọt bằng gỗ theo từng thương hiệu để thu hút sự chú ý của khách hàng, phản ứng thường thấy từ khách hàng là họ luôn bị lôi cuốn và quyết định mua dùng thử.

- Thông tin về nguồn gốc rõ ràng, sản phẩm được bao gói tại nông trại, dán nhãn tại trung tâm điều phối của W&D. Nhãn chứa các thông tin như: nguồn gốc sản phẩm và tên nông trại, đôi khi có thêm hình ảnh nơi sản xuất. W&D nỗ lực để cung cấp chính xác cho người tiêu dùng về nguồn gốc sản phẩm, uy tín của nhà sản xuất bằng việc đưa lên website thông tin chi tiết của từng sản phẩm kèm theo giá bán và hình ảnh người/nơi làm ra sản phẩm; mỗi tuần, trên website sẽ có một câu chuyện hay một đoạn phim về nơi trồng các sản phẩm tiêu biểu. Thông qua các phương tiện truyền thông khác nhau, W&D cố gắng thu nhỏ khoảng cách giữa người tiêu dùng và nhà sản xuất, đây là việc làm vô cùng cần thiết bởi điều này không thể đến một cách tự nhiên.

Đổi mới sáng tạo

└ Mô hình đổi mới



- Nông sản do W&D cung cấp có giá thấp hơn thị trường, nhưng không áp đặt giá và trên cơ sở thỏa thuận với nông dân. Nông dân trực tiếp tham gia và có trách nhiệm trong việc xác định giá cho sản phẩm của họ trên thị trường.

- Phát triển kết nối nông sản địa phương vào hệ thống cung ứng: chủng loại sản phẩm trong chuỗi cung ứng của W&D được mở rộng một cách ngoạn mục kể từ khi thành lập công ty đến nay. W&D giờ cung cấp một sản phẩm với nhiều chủng loại khác nhau, thí dụ như củ cải đường có đến 6 loại, hoặc cung cấp "rổ hàng" đặc biệt theo mùa với nhiều loại nông sản.

- Phát triển các mối liên kết từ cả hai phía cung và cầu. Tạo liên kết để các cửa hàng tin tưởng vào nông dân và sản phẩm, xem các sản phẩm của nông dân quan trọng như sản phẩm của chính họ. W&D liên kết gần 130 nông dân cung ứng sản phẩm, và hầu hết họ giao sản phẩm theo mùa vụ trong năm (ví dụ, nông dân trồng anh đào chỉ cung cấp sản phẩm 3 tháng/năm). Không có ai độc quyền cung cấp cho W&D và cũng không nông dân nào muốn phụ thuộc W&D. Cộng tác với W&D, nông dân chủ động chọn lựa vụ mùa, cũng như có nhiều cơ hội ứng dụng kỹ thuật tiên tiến, thực hiện các ý tưởng sáng tạo.

- Tác động thúc đẩy đổi mới sản xuất nông sản đến từ cả hai phía: nông dân và W&D. Nông dân tạo được sản phẩm mới, đặc sắc sẽ gửi đến W&D để chào bán ra thị trường. Còn W&D, qua quan sát và nhận biết nhu cầu thị trường về một sản phẩm mới nào đó, họ sẽ đề nghị một hay nhiều nông trại thử nghiệm nhân giống hoặc gieo trồng. Quá trình này nông dân phải tự thực hiện,

không có bất kỳ sự hỗ trợ nào từ W&D. Như vậy, điểm đặc thù nông dân cần có khi liên kết với R&D là khả năng sáng tạo và tìm tòi những cách thức khác nhau để trồng trọt và kinh doanh.

Phát triển chậm nhưng chắc, ban đầu W&D hoạt động giới hạn trong phạm vi 40 km, năm 2013 phát triển phạm vi cung ứng trên toàn lãnh thổ, năm 2014 đã hệ thống hóa và phân loại sản phẩm cung ứng theo từng vùng. Tất cả các loại sản phẩm từ nơi sản xuất đều tập trung về trung tâm điều phối của W&D trước khi được phân phối. Điều lưu ý là W&D không có chứng nhận hay nhãn hiệu nào. Doanh nghiệp hoạt động chỉ dựa trên lòng tin, và lòng tin chỉ được giữ vững khi mọi hoạt động đều minh bạch. Niềm tin đó có từ sự hợp tác mật thiết với nông dân và thông tin nguồn gốc sản phẩm rõ ràng với khách hàng. Nói cách khác, W&D đã tìm ra cách liên kết nông sản địa phương với người tiêu dùng bằng một phương thức độc đáo, đó là lòng tin và sự minh bạch.

Hầu hết nông sản W&D cung ứng được sản xuất với quy mô nhỏ, nông dân cùng chia sẻ với W&D về trách nhiệm cũng như thành quả. Cách làm của W&D tạo sự chú ý của thị trường đến nông sản của địa phương; làm cho nông dân có trách nhiệm và cảm thấy tự hào với sản phẩm của mình, luôn cố gắng để sản xuất rau/trái ngon, an toàn và độc đáo. Đồng thời, do rút ngắn quãng đường vận chuyển và cải thiện vòng đời của nông sản nên giảm được phát thải khí nhà kính.

Khởi đầu hoạt động từ năm 2009 không lợi nhuận, nhưng W&D đã hoạt động tốt và đến nay đang phát triển theo cấp số nhân. □