

Doanh nghiệp sản xuất sản phẩm hữu cơ sạch: Tạo dựng 3 niềm tin

10:15 03/10/2018

Vấn đề thật - giả lẫn lộn luôn khiến các DN chân chính phải “đau đầu”, đôi khi còn bị “tai bay vạ gió”! Và theo ông Nguyễn Kim Tuấn, thành viên HĐQT Tập đoàn NTEA Việt Nam, câu chuyện niềm tin ở đây đóng vai trò đặc biệt quan trọng.



Ông Nguyễn Kim Tuấn, thành viên HĐQT Tập đoàn NTEA Việt Nam

Bắt đầu sản xuất chè hữu cơ từ năm 2012, nhưng tại thời điểm đó, Việt Nam chưa có một tiêu chuẩn cụ thể nào về nông nghiệp hữu cơ. Việc này, có ảnh hưởng đến quá trình phát triển sản phẩm chè sạch của tập đoàn không?

Đó là giai đoạn khó khăn nhất đối với NTEA. Để bắt tay vào sản xuất, chúng tôi đã phải tự mày mò tìm kiếm các bộ tiêu chí, tiêu chuẩn trong nước, thậm chí phải ra nước ngoài sưu tầm tài liệu và học hỏi kinh nghiệm của các nước. Qua thực tế, tôi nhận thấy, có tiêu chuẩn là một việc, nhưng áp dụng được lại là việc khác. Khi đưa những tiêu chuẩn từ nước ngoài về Việt Nam, thì gần như không thể triển khai, từ cơ sở hạ tầng, con người, kỹ thuật... đều rất khó thích ứng.

Và từ chuyến đi Israel đã mở ra cho tôi nhiều điều thú vị và ấn tượng. Đất nước này, có tới 2/3 lãnh thổ là sa mạc, nhưng nền nông nghiệp sạch của họ lại phát triển hàng đầu thế giới. Lúc này, tôi mới hiểu, bản chất của hữu cơ là trong quá trình sản xuất, trồng trọt hay chăn nuôi, để tạo ra sản phẩm hữu cơ phải tuân thủ theo một quy trình tự nhiên, nhưng có sự kiểm soát.

Hiện nay, có nhiều cơ sở sản xuất tự gắn mác hữu cơ lên sản phẩm của mình một cách “vô tội vạ”, họ không theo một quy trình nào và cũng ít bị kiểm soát. Với những trường hợp như vậy, sẽ ảnh hưởng như thế nào đến các DN sản xuất sản phẩm hữu cơ chân chính?

Vấn đề thật - giả lẫn lộn luôn khiến các DN chân chính phải “đau đầu”, đôi khi còn bị “tai bay vạ gió”, thậm chí là tai tiếng. Khi luồng thông tin dù tốt hay xấu, nếu chỉ được nhắc 1 lần thì dễ “minh oan”, nhưng nếu “tranh luận” nhiều lần thì khi đó, hàng thật hay giả bắt đầu có vấn đề.

Và câu chuyện ở đây là niềm tin - có yếu tố đặc biệt quan trọng. DN sản xuất sản phẩm hữu cơ sạch, cần phải củng cố được 3 niềm tin: Niềm tin với người sản xuất; niềm tin với người tiêu dùng và niềm tin với các cơ quan chức năng.

Hiện nay, một sản phẩm sạch hay bẩn, tốt hay xấu đang bị mất niềm tin một cách trầm trọng. Đơn cử, trong các siêu thị có bày bán sản phẩm dán mác hữu cơ, người hiểu về sản phẩm đó thì sẽ sẵn sàng mua dùng, người không hiểu thì đánh giá, không biết sản phẩm đó có đúng là hữu cơ hay không, nhưng giá đắt hơn các sản phẩm thông thường khác.

Vậy theo ông, người tiêu dùng nên đặt niềm tin vào những sản phẩm hữu cơ ở điểm nào?

Người tiêu dùng nên đặt niềm tin vào thương hiệu của DN sản xuất sản phẩm hữu cơ sạch. Bởi lẽ, một DN chân chính, muốn giữ được thương hiệu của mình thì sẽ không thể đưa đến khách hàng một sản phẩm giả dối. Uy tín - đồng nghĩa với sự tồn vong của DN và cũng không dễ dàng gì DN có thể mua được thương hiệu trong ngày một ngày hai.

Trân trọng cảm ơn ông!

