

Đi tìm thương hiệu GẠO THÁI BÌNH

(Tiếp theo và hết)

KỶ 5: MUỘN CÒN HƠN KHÔNG

Sau hơn 30 năm đổi mới và phát triển, đến nay người dân cả nước nói chung, Thái Bình nói riêng cơ bản đã được “ăn no, mặc ấm”, giờ đây nhu cầu cần “ăn ngon, mặc đẹp”. Ông Trần Mạnh Báo, Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc Thái Bình Seed chia sẻ: Khi lương thực đã bảo đảm thì nhu cầu của người dân là ăn ngon, do đó công việc của chúng tôi là phải tạo ra sản phẩm lúa, gạo có chất lượng cao và có thương hiệu. Có như vậy thì doanh nghiệp mới tồn tại, phát triển, đồng thời cũng là tâm nguyện của tôi với tình và bà con nông dân là xây dựng thành công thương hiệu gạo cho Thái Bình.



Công ty Cổ phần Tổng công ty Giống cây trồng Thái Bình chọn tạo và sản xuất giống lúa chất lượng cao làm tiền đề để xây dựng thương hiệu gạo.

Hạt gạo làng ta

Dành cả cuộc đời với cánh đồng, ruộng lúa với mong ước nghiên cứu, chọn tạo ra những giống lúa cho năng suất cao để góp phần giúp nông dân có “cửa ăn, cửa để”. Khi đã thành công về xây dựng thương hiệu giống lúa, ông Trần Mạnh Báo lại nghiên cứu, chọn tạo, đi tìm giống lúa để xây dựng thương hiệu gạo cho Thái Bình. Muốn có thương hiệu trước hết phải có chất lượng sản phẩm tốt, trong khi đó Thái Bình Seed đã có nhiều giống lúa bản quyền chất lượng cao, song vẫn chưa đủ yếu tố để cho ra sản phẩm tốt đến tay người tiêu dùng. Vì vậy, năm 2014 Thái Bình Seed đã đầu tư nhà máy chế biến gạo trị giá 5,5 triệu USD, với công suất 40.000 tấn gạo/năm. Đây là một trong những nhà máy chế biến gạo chất lượng cao, hiện đại

nhất Việt Nam. Với gần 14 năm đi tìm giống lúa để xây dựng thương hiệu gạo, cuối cùng ông Báo cùng cộng sự đã nghiên cứu, chọn tạo thành công giống lúa để đưa vào sản xuất tạo ra thương hiệu gạo Niêu vàng (ra mắt thương hiệu Niêu vàng đầu năm 2017). Như vậy, với quy trình sản xuất khép kín từ khâu chọn tạo giống đến liên kết sản xuất với bà con nông dân và thu mua sản phẩm để chế biến, đóng gói thành phẩm và bán đến tay người tiêu dùng, gạo Niêu vàng đã đáp ứng được yêu cầu của khách hàng trong và ngoài nước. Điều đặc biệt của gạo Niêu vàng là vẫn giữ nguyên hương vị của “hạt gạo làng ta” do những nông dân gieo cấy, không có hóa chất bảo quản, chống mốc, chống nấm, tẩy trắng, không tồn dư thuốc bảo vệ thực vật mà hoàn toàn



tự nhiên với hương thơm nhẹ, cơm đậm đà, trắng trong, dẻo, hàm lượng dinh dưỡng cao. Bên cạnh đó, Thái Bình Seed còn có sản phẩm gạo nếp A Sào, chỉ nghe tên người tiêu dùng đã liên tưởng tới một vùng đất (làng A Sào, xã An Thái, huyện Quỳnh Phụ) với bao đầu tích lịch sử oai hùng về Hưng Đạo Đại Vương Trần Quốc Tuấn. Những ai đã

từng sống ở nông thôn xưa kia thì những ký ức về một nhà nấu xôi cả làng đều biết vì mùi thơm tỏa ra. Ngày nay, gạo A Sào do Thái Bình Seed chọn tạo và phát triển từ nguồn giống nếp A Sào trước kia vẫn giữ được hương thơm của “hạt gạo làng ta”, với hạt gạo nhỏ, tròn, trắng sữa có vị ngọt, dẻo, ăn một lần sẽ nhớ mãi. Ông Trần Mạnh Báo chia



Công ty TNHH Hưng Cúc tích tụ ruộng đất gieo cấy lúa theo quy trình VietGAP ở Thanh Tân (Kiến Xương).

sẽ: Để xây dựng thương hiệu gạo, Thái Bình Seed đã liên kết với các địa phương chọn những vùng đất giàu dinh dưỡng, môi trường trong sạch để gieo cấy các giống lúa bản quyền và bảo đảm quy trình khép kín đến tay người tiêu dùng nên gạo đáp ứng được các yêu cầu khắt khe về chất lượng, hương vị, màu sắc...

Chung tay xây dựng, giữ vững thương hiệu gạo

Là tỉnh đầu tiên ở miền Bắc đạt 5 tấn/ha (năm 1966) và là một trong những tỉnh trong cả nước luôn dẫn đầu về năng suất lúa nhưng thương hiệu gạo lại đi sau một số tỉnh. Không phải gạo của Thái Bình không ngon mà do nhiều nguyên nhân nên thương hiệu gạo chưa đủ mạnh để vươn ra thị trường lớn (nguyên nhân đã nêu ở kỳ 2, kỳ 3). Tuy nhiên, xây dựng thương hiệu gạo Thái Bình muộn hơn không, và điều này không chỉ có Thái Bình Seed đã nỗ lực thực hiện gần 14 năm qua mà các cấp, ngành, địa phương cũng đã có những động thái tích cực để xây dựng thương hiệu gạo cho tỉnh. Với thành công bước đầu của Thái Bình Seed về thương hiệu gạo Niêu vàng đã phần nào khẳng định muốn có thương hiệu cần phải chung tay xây dựng và giữ được thương hiệu là nhiệm vụ của các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, HTXNN, bà con nông dân.

Ông Phạm Văn Vang, Trưởng phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Tiên Hải cho biết: Nhiều năm qua, Tiên Hải là một trong những địa phương đi đầu trong quy hoạch vùng sản xuất lúa hàng hóa, các giống lúa chất lượng cao được đưa vào gieo cấy trên diện rộng (từ năm 2010 đến nay, lúa chất lượng cao chiếm trên 50% diện tích gieo cấy của huyện). Đặc biệt, gạo Bắc thơm 7, T10 và một số giống lúa Nhật được gieo cấy trên đồng ruộng Tiên Hải rất hợp với thổ nhưỡng nên có chất lượng gạo ngon, thơm đặc trưng khác hẳn với một số nơi gieo cấy cùng giống nên được nhiều người tiêu dùng biết

đến. Để xây dựng được thương hiệu gạo, trước hết phải xác định với các địa phương chọn những vùng đất giàu dinh dưỡng, môi trường trong sạch để gieo cấy, quy vùng sản xuất quy mô lớn và phải liên kết với doanh nghiệp để bảo đảm quy trình sản xuất khép kín. Toàn huyện Tiên Hải hiện có 28 cánh đồng mẫu với diện tích khoảng 1.800ha có liên kết với doanh nghiệp để sản xuất. Tuy nhiên, có nhiều nguyên nhân khác nhau nên huyện chưa xây dựng được thương hiệu gạo. Tiên Hải đang nỗ lực phấn đấu sớm xây dựng được thương hiệu gạo trên cơ sở có sự vào cuộc tích cực của các cấp, ngành, doanh nghiệp, bà con nông dân.

Đồng Hưng là một trong những huyện luôn dẫn đầu tỉnh về chuyển đổi cơ cấu giống và năng suất lúa, đồng thời có cơ chế để khuyến khích nông dân liên kết sản xuất với doanh nghiệp nhằm từng bước xây dựng thương hiệu gạo. Ông Đỗ Tiến Lâm, Phó Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Đông Hưng cho biết: Những mùa vụ gần đây, Đông Hưng xây dựng cơ chế hỗ trợ 50% tiền giống lúa cho các hộ nông dân tham gia liên kết sản xuất với các công ty. Diện tích lúa có bao tiêu sản phẩm đạt gần 1.500ha/vụ, chủ yếu là giống lúa chất lượng cao như Bắc thơm 7, T10, lúa Nhật. Không chỉ tăng giá trị sản xuất từ 1,3 - 1,5 lần so với cây tự doanh nghiệp, HTXNN, bà con nông dân còn được tiếp cận với khoa học kỹ thuật mới. Hiện nay, Đông Hưng đã tích tụ đất, quy vùng sản xuất tập trung ở 9 xã với diện tích gần 800ha. Để xây dựng thương hiệu gạo, Đông Hưng đang nỗ lực chọn giống lúa chất lượng, phù hợp với thổ nhưỡng, thị hiếu người tiêu dùng, hướng tới sản xuất gạo hữu cơ, VietGAP.

Hiện nay, tỉnh đang có những giải pháp dài hơi để tích tụ ruộng đất, thu hút các doanh nghiệp, tập đoàn lớn đầu tư vào sản xuất nông nghiệp công nghệ cao. Đây là thuận lợi lớn đối với các tập thể, doanh nghiệp, cá nhân có nhu cầu thuê ruộng sản xuất quy mô lớn để xây dựng thương hiệu gạo cho Thái

Bình. Ông Lý Thái Hưng, Giám đốc Công ty TNHH Hưng Cúc cho biết: Để xây dựng thương hiệu gạo của tỉnh, doanh nghiệp phải có ruộng để sản xuất lúa quy mô lớn, thực hiện đồng bộ các giải pháp thì mới thành công. Hiện nay, chủ trương tích tụ ruộng đất của tỉnh rất đúng, phù hợp để doanh nghiệp đầu tư sản xuất nông nghiệp theo hướng bền vững. Những năm gần đây, Hưng Cúc đã làm việc với một số địa phương và bà con nông dân để thuê ruộng với quy mô lớn sản xuất gạo sạch, tiến tới là gạo hữu cơ, từ đó xây dựng thương hiệu gạo cho tỉnh... Theo ông Phạm Văn Hợp, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến thương mại: Để xây dựng thương hiệu gạo Thái Bình, trước hết phải tổ chức sản xuất lúa có sự gắn kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp, HTX và nông dân. Doanh nghiệp đặt hàng, đầu tư sản xuất và chia sẻ lợi nhuận với nông dân; doanh nghiệp phải có lực lượng cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, giám sát nông dân sản xuất theo đúng quy trình, quy định bảo đảm chất lượng sản phẩm và có thể truy xuất được nguồn gốc của từng lô gạo; lựa chọn giống lúa chủ lực phù hợp với thổ nhưỡng của địa phương, có chất lượng ổn định để đăng ký nhãn hiệu sản phẩm và có chiến lược tuyên truyền, quảng bá sâu rộng đến người tiêu dùng...

Các yếu tố để xây dựng thương hiệu gạo cho Thái Bình đã có bản hội tụ đó: có giống lúa chất lượng cao; tỉnh khuyến khích tích tụ ruộng đất, mời gọi các doanh nghiệp, tập đoàn đầu tư sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, một số doanh nghiệp có nhà máy chế biến gạo hiện đại như Thái Bình Seed, Công ty TNHH Hưng Cúc... Đặc biệt, Thái Bình Seed đã ra mắt thương hiệu gạo Niêu vàng được người tiêu dùng đánh giá cao. Vì vậy, nhiệm vụ đặt ra hiện nay là cần sự chung tay của các cấp, các ngành, địa phương, doanh nghiệp và bà con nông dân để tiếp tục xây dựng thương hiệu gạo, giữ vững thương hiệu gạo hiện có.

NGUYỄN BÌNH - LƯU NGÀN

Sau khi nghỉ công tác, CCB Phạm Bá Quận, thôn An Tiêm 3 (Thụy Dân) tích cực tham gia và thực hiện tốt các phong trào thi đua do hội CCB các cấp phát động, trong đó có phong trào phát triển kinh tế. Năm 2006, ông khởi nghiệp với xưởng may chuyên gia công các sản phẩm như ba lô, túi xách, quần áo phục vụ tang lễ để xuất khẩu sang Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan. Ông Quận cho biết: Trong làm ăn thì không tránh khỏi những lúc khó khăn nhưng nghị lực và ý chí của người lính đã giúp tôi vượt qua những khó khăn, thử thách trên thương trường để duy trì hoạt động sản xuất tại xưởng may. Khi sản xuất phát triển tôi quyết định thành lập Công ty May xuất nhập khẩu thương mại Quyết Tiến, đồng thời mở rộng nhà xưởng, phát triển mạng lưới lao động vệ tinh ở các huyện Thái Thụy, Quỳnh Phụ, Đông Hưng. Hiện nay, Công ty tạo việc làm cho 30 lao động tại chỗ, 120 lao động vệ tinh với mức lương trung bình từ 3 - 5 triệu đồng/người/tháng.

Công ty của ông Quận là 1 trong 58 doanh nghiệp và 57 trang trại, 164 gia trại, 86 đầm nuôi trồng thủy sản mà hội viên CCB các cấp đang làm chủ.

CỰU CHIẾN BINH HUYỆN THÁI THỤY

Làm kinh tế giỏi

Nếu như năm 2012 tỷ lệ hộ hội viên nghèo của Hội Cựu chiến binh (CCB) huyện Thái Thụy là gần 2%, hộ cận nghèo hơn 1% thì đến nay tỷ lệ hộ nghèo giảm còn 0,49%, hộ cận nghèo còn 0,65%. Kết quả trên thể hiện ý chí tự lực, sáng tạo, hăng hái của hội viên trong lao động, sản xuất, kinh doanh.

Thời gian qua, để giúp hội viên có vốn đầu tư phát triển sản xuất, các cấp hội CCB huyện Thái Thụy đã liên kết tạo nguồn vốn bằng nhiều hình thức. Trong đó, thành lập 73 tổ tiết kiệm cho hội viên vay vốn, tín chấp Ngân hàng Chính sách xã hội vay 50 tỷ đồng cho 1.239 hội viên vay đầu tư phát triển sản xuất. Ngoài ra, từ năm 2012 - 2017, các cấp hội đã phối hợp với các đơn vị tổ chức 75 buổi tập huấn chuyển giao kỹ thuật nuôi trồng thủy sản, chăn nuôi, trồng trọt cho 8.280 hội viên; tổ chức 240 buổi tiếp thu nghiệp vụ cho 8.820 lượt thành viên các tổ tiết kiệm và vay vốn. Từ nguồn vốn được vay cùng với tiếp thu khoa học kỹ thuật áp dụng vào

sản xuất đã giúp nhiều hội viên phát triển ngành nghề tiểu thủ công nghiệp, duy trì làng nghề truyền thống, đưa nhiều giống cây trồng, vật nuôi có giá trị kinh tế cao vào sản xuất, từ đó làm giàu cho gia đình và tạo thêm việc làm cho nhiều lao động địa phương. Tổng kết phong trào CCB làm kinh tế giỏi, giảm nghèo bền vững giai đoạn 2011 - 2015, toàn huyện có 97 hội viên được công nhận CCB sản xuất, kinh doanh giỏi, trong đó 5 hội viên được Trung ương Hội CCB Việt Nam công nhận, 7 hội viên Hội CCB tỉnh công nhận.

Theo ông Lưu Tiến Chúc, Chủ tịch Hội CCB huyện Thái Thụy: Từ những kết quả trong phong trào CCB tham gia phát

triển kinh tế đã khẳng định vai trò, vị trí của những người lính trên mặt trận mới, ở hoàn cảnh nào cũng luôn năng động, sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, góp phần phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Phát huy bản chất, truyền thống Bộ đội Cụ Hồ, nhiệm kỳ 2017 - 2022, Hội CCB huyện Thái Thụy tiếp tục nêu cao tinh thần tự lực, tự cường tham gia phát triển kinh tế - xã hội, giúp nhau giảm nghèo bền vững. Theo đó, phần đầu mỗi năm giảm 0,2% tỷ lệ hộ CCB nghèo theo tiêu chí mới, huy động các nguồn lực tiếp tục xóa nhà dột nát, xây dựng nhà mới cho hội viên...

Để đạt được kết quả trên, thời gian tới, các cấp hội CCB

huyện Thái Thụy sẽ chủ động tiếp xúc với chính quyền các cấp tạo thuận lợi về vốn, mặt bằng, cơ chế, chính sách để CCB là chủ doanh nghiệp, trang trại, cơ sở sản xuất, kinh doanh có điều

kiện mở rộng ngành nghề, tiếp thu, ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Ngoài ra, các cấp hội tích cực tuyên truyền, vận động hội viên thực hiện chủ trương tích tụ ruộng đất theo

chỉ đạo của tỉnh, huyện; chỉ đạo các tổ tiết kiệm do CCB làm tổ trưởng hướng dẫn hội viên sử dụng vốn vay có hiệu quả.

TRẦN TUẤN



Hội viên Hội Cựu chiến binh huyện Thái Thụy làm giàu từ mô hình trồng thanh long.