

VIỆT NAM

Cơ quan Hợp tác Phát triển Thụy Sĩ (SDC)

CHƯƠNG TRÌNH TĂNG CƯỜNG KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CHO NGƯỜI NGHÈO NÔNG THÔN THÔNG QUA PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ



Tăng cường khả năng tiếp cận đối với công nghệ mới, tín dụng và các thị trường quốc tế, khu vực và địa phương đã cho phép người nghèo chuyển từ sản xuất tự cung tự cấp sang có được thu nhập từ những sản phẩm nông nghiệp và trồng cây gây rừng, cũng như có được những việc làm phi nông nghiệp. Tiềm năng để người nghèo đặc biệt là phụ nữ và dân tộc thiểu số, tham gia vào thị trường với vai trò là người sản xuất, chế biến, công nhân và người tiêu dùng, là rất lớn. Nỗ lực tiếp cận thị trường của người nghèo thường bị cản trở bởi thiếu thông tin và thiếu liên kết giữa các chủ thể khác nhau trong chuỗi giá trị, cũng như chưa có chiến lược phát triển thị trường, thiếu dịch vụ phát triển kinh doanh và môi trường kinh doanh thuận lợi.

MỤC TIÊU

Mục tiêu tổng thể của MARP là giảm nghèo cho các hộ nghèo, đặc biệt là những hộ thuộc dân tộc thiểu số, thông qua tạo thu nhập và việc làm trong những chuỗi giá trị nông nghiệp được lựa chọn mà người nghèo có thể tham gia.

CÁCH TIẾP CẬN

1. Tăng cường khả năng tiếp cận thị trường và sự tham gia của người nghèo nông thôn vào những chuỗi giá trị nông nghiệp được lựa chọn. Trong quá trình lựa chọn cạnh tranh gồm hai giai đoạn, nhóm chuyên gia đã lựa chọn năm dự án để tài trợ từ 39 ý tưởng dự án. Năm dự án được lựa chọn đều có mục tiêu tạo ra những thay đổi lớn trong chín chuỗi giá trị bằng cách giải quyết những nút thắt và vấn đề trong chuỗi:

- Phát triển Chuỗi Giá trị Chè Chất lượng Cao để Giảm nghèo cho người Dân tộc Thiểu số tại miền Bắc Việt Nam, Lào và Mi-an-ma: Chè Shan 2013 -2016
Tổ chức Helvetas Swiss Intercooperation

Cơ quan Hợp tác Phát triển Thụy Sĩ đề xướng “Chương trình Tăng cường Khả năng Tiếp cận Thị trường cho Người nghèo Nông thôn thông qua Phát triển Chuỗi Giá trị” (gọi tắt là MARP) vào cuối năm 2012. MARP hỗ trợ các dự án và tổ chức giúp người nghèo nông thôn tham gia vào những chuỗi giá trị nông nghiệp được lựa chọn và qua đó tăng thu nhập. MARP hoạt động tại Việt Nam, Lào và Mi-an-ma.

BỐI CẢNH

Việt Nam đã đạt được những thành tựu xuất sắc về giảm nghèo trong 20 năm qua. Tỷ lệ nghèo giảm từ 54% năm 1993 xuống còn 14% trong mức tổng dân số hiện tại khoảng 90 triệu người. Mặc dù vậy, vẫn còn gần 12 triệu người nghèo làm nông ở vùng nông thôn Việt Nam. Mức nghèo tuyệt đối khác nhau đáng kể giữa các vùng trong cả nước, giữa thành thị và nông thôn. Tỷ lệ nghèo đói vẫn ở mức cao ở vùng núi cao (tới mức 40%) và thậm chí còn cao hơn đối với các nhóm dân tộc thiểu số (tới mức 50%).

• Phát triển Chuỗi Giá trị Mây/Lùng cho Phụ nữ và Người Dân tộc Thiếu số Nghèo
Tổ chức Oxfam Hồng Kông

• Cải thiện sinh kế cho Phụ nữ Dân tộc Thiếu số thông qua việc Phát triển Bền vững Chuỗi Giá trị Dâu Tằm tơ và Dệt vải
Hiệp hội Thủ công Mỹ nghệ Việt Nam (VIETCRAFT)/ Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề Nông thôn Việt Nam (VIRI)

• Phát triển Chuỗi Giá trị Rong Đỏ (Red Algae) Chất lượng Cao để Giảm nghèo tại Việt Nam
Tổ chức MCNV và Công ty Capital Seaweed

• Gia vị Cuộc sống: Thúc đẩy Ngành Gia vị để Xóa đói Giảm nghèo cho Cộng đồng Dân tộc Thiếu số các tỉnh Miền núi phía Bắc Việt Nam
SNV Tổ chức Phát triển Hà Lan

2. Kiến thức và kinh nghiệm can thiệp vào chuỗi giá trị được xây dựng và phổ biến tại địa phương, quốc gia và trong một số trường hợp đặc biệt tại vùng Mê Kông. Những mô hình và giải pháp thành công đối với những chuỗi giá trị của MARP và những phương pháp áp dụng sẽ được phổ biến tới mạng lưới các bên liên quan để thúc đẩy áp dụng rộng rãi hơn những kinh nghiệm của MARP và kinh nghiệm khác. Trong các hội thảo hàng năm, thông qua tóm lược chính sách, nghiên cứu, các ấn phẩm và truyền thông, những kiến thức và kinh nghiệm từ việc cải thiện chuỗi giá trị để giảm nghèo sẽ được ghi chép, chia sẻ và tranh luận giữa các chủ thể và doanh nghiệp đang làm việc trong lĩnh vực nâng cao hiệu quả thị trường cho người nghèo (M4P). Các kinh nghiệm và kiến thức được kỳ vọng nhân rộng và mở rộng tại cấp địa phương, quốc gia và vùng cũng như tạo thêm kiến thức cho chiến lược can thiệp tổng thể của SDC.

NHÓM MỤC TIÊU

Nhóm mục tiêu của MARP là những hộ gia đình nghèo nông thôn và dân tộc thiểu số, cả nam và nữ tham gia vào chuỗi giá trị, bao gồm người thu mua, sơ chế, thương mại, doanh nghiệp và những tổ chức chính phủ kể cả các viện nghiên cứu. Những hoạt động kinh tế của phụ nữ được ưu tiên một cách chiến lược. MARP về tổng thể tác động trực tiếp đến 10 tỉnh tại miền Trung và miền Bắc Việt Nam, một tỉnh tại Lào và một huyện tại Mi-an-ma.

KẾT QUẢ MONG ĐỢI

MARP sẽ cải thiện thu nhập của ít nhất 10.000 hộ nghèo - đặc biệt là phụ nữ nghèo và dân tộc thiểu số nông thôn - và tạo ra hơn 1.000 việc làm mới hoặc tương đương. MARP cũng kỳ vọng sẽ giúp 3.000 hộ gia đình thoát khỏi nghèo đói. Những mô hình và kinh nghiệm thành công về can thiệp vào chuỗi giá trị sẽ được chia sẻ rộng rãi và trao đổi tại các cấp địa phương, quốc gia và trong những trường hợp đặc biệt ở vùng Mê Kông để thúc đẩy nhân rộng và mang lại thêm thu nhập và việc làm nhiều hơn nữa cho người nghèo.

LIÊN HỆ

Chương trình Tăng cường Khả năng Tiếp cận Thị trường cho Người nghèo Nông thôn thông qua Phát triển Chuỗi giá trị (MARP)

Cơ quan Hợp tác Phát triển Thụy Sĩ SDC

Văn phòng Hợp tác Thụy Sĩ tại Việt Nam (SDC / SECO)

Phone: +84 (4) 39 34 66 27

Email: hanoi@eda.admin.ch



Thông tin chính về Chương trình:

Tên Chương trình	Ngân sách	Các đối tác	Các tỉnh thuộc Chương trình
Chương trình Tăng cường Khả năng Tiếp cận Thị trường cho Người nghèo Nông thôn thông qua Phát triển Chuỗi Giá trị (MARP)	(10/2012-06/2016) CHF 4.950.000	Helvetas Swiss Intercooperation, Oxfam Hồng Kông, VIETCRAFT/ VIRI, MCNV, Capital Seaweed, SNV	Việt Nam: Nghệ An, Lào Cai, Hà Giang, Lai Châu, Hòa Bình, Thanh Hóa, Yên Bái, Lạng Sơn, Ninh Thuận, Khánh Hòa. Lào: Phong-sa-lỳ Mi-an-ma: huyện Keng Tung, tỉnh Shan