

FASEVIE

MỘT GIẢI PHÁP ĐỘC ĐÁO CHO VẤN ĐỀ SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM Ở VIỆT NAM



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Jacques Berger

Arnaud Laillou

Nguyễn Công Khẩn

Chantal Monvois

Bertrand Salvignol

Serge Trèche

Thiết kế và in

Me Co. Ltd.
T+T Design
tntdesignco@hotmail.com



LỜI NÓI ĐẦU

Tình trạng dinh dưỡng trẻ em ở Việt Nam hiện rất đáng lo ngại. Theo số liệu của cuộc điều tra mới nhất trên phạm vi toàn quốc, 37% số trẻ từ 0 đến 5 tuổi bị chậm lớn. Điều này khó có thể chấp nhận không chỉ đối với bản thân các gia đình mà với cả quốc gia vì suy dinh dưỡng ở trẻ em có ảnh hưởng tới quá trình phát triển của các em cho đến tuổi trưởng thành.

Cuốn tài liệu hợp tác Pháp-Việt này viết về một kinh nghiệm điển hình trong công tác nghiên cứu và phát triển: từ năm 1994, có ba cơ quan phối hợp tìm cách giải quyết vấn đề này, đó là Tổ chức Nghiên cứu và Chuyển giao Công nghệ (GRET, một tổ chức đoàn kết quốc tế), Viện Nghiên cứu phát triển (IRD) và Viện Dinh dưỡng quốc gia (VDD, trực thuộc Bộ Y tế).

Kinh nghiệm này được xem là điển hình vì nhiều lý do, nhưng ở đây chỉ xin nhấn mạnh 4 điểm mà tôi cho là cơ bản nhất:

- Trước tiên, chương trình đã huy động được sự tham gia của rất nhiều đối tác Việt Nam và Pháp cùng nhiều mối quan hệ hợp tác song phương và đa phương. Về phía Việt Nam, có các viện nghiên cứu, Bộ Y tế, Hội liên hiệp phụ nữ, chính quyền địa phương, các nhà doanh nghiệp; về phía Pháp có các viện nghiên cứu, các tổ chức đoàn kết quốc tế, các địa phương đối tác của các tỉnh Việt Nam, Bộ Ngoại giao. Điều này có lẽ sẽ không thể thực hiện nếu thiếu các mục tiêu cụ thể và một sự phân công nhiệm vụ rõ ràng - yếu tố then chốt làm nên thành công của công tác lâu dài này. Một hệ thống theo dõi đánh giá hoàn thiện đã cho phép kiểm chứng và kết luận rằng chương trình luôn bám sát các mục tiêu đặt ra ban đầu.
- Chương trình được thực hiện trên cơ sở chẩn đoán và hỗ trợ khoa học ở trình độ cao: hơn hẳn các lĩnh vực khác, trong dinh dưỡng người ta không được phép phạm sai lầm hay ước lượng, phỏng đoán. Vì vậy các chuyên gia dinh dưỡng xuất sắc nhất của IRD và VDD đã được mời để phát minh và thử nghiệm những sản phẩm mà sau này đã được phát triển rộng rãi.
- Chương trình đã tập trung tìm cách triển khai những giải pháp chủ động giải quyết vấn đề suy dinh dưỡng: các giải pháp kỹ thuật đã được xây dựng với sự tham gia của các doanh nghiệp địa phương, phần lớn những sản phẩm mà người dân sử dụng được mua của các nhà sản xuất địa phương, giáo dục dinh dưỡng được thực hiện thông qua các hội phụ nữ, sản phẩm được phân phối nhờ mạng lưới các tổ chức xã hội và kinh tế có sẵn. Cách làm đầy tính thực tiễn này là yếu tố cơ bản quyết định sự thành công khi triển khai dự án: nó khiến người dân gắn bó với chương trình, và ngoài việc giải quyết vấn đề dinh dưỡng, nó còn góp phần tạo sự ấm no cho các vùng nông thôn còn gặp nhiều khó khăn.
- Sau cùng, dù chỉ thử nghiệm tại hai tỉnh nhưng ngay từ đầu, chương trình đã được thiết kế để có thể được nhân rộng ra cả nước. Chương trình được thực hiện trên cơ sở bối cảnh của một địa phương nhưng đã không sa vào tư tưởng cục bộ và luôn rút ra những bài học chung từ những vấn đề rất riêng.

Không chỉ là một thành công về mặt kỹ thuật, một hành động thực sự để giúp đỡ trẻ em, đối tượng chịu thiệt thòi nhất trong số những người có hoàn cảnh khó khăn, chương trình này còn là một khuôn mẫu của sự phát triển. Do vậy, tôi hi vọng rằng câu chuyện về chương trình “Fasevie” được mô tả trong tài liệu này sẽ khơi nguồn cho những thành công mới: có thể là thành công của dự án nhưng chắc chắn là thành công trong việc đem lại lợi ích cho trẻ em. Chúc các bạn tìm được nhiều thông tin bổ ích khi đọc tài liệu này.

Tu cordialement
Antoine Pouillieute

Antoine Pouillieute
Đại sứ Cộng hòa Pháp tại Việt Nam

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM Ở VIỆT NAM: MỘT VẤN ĐỀ SỨC KHOẺ CỘNG ĐỒNG	6
1. TUỔI NHỎ: THỜI KỲ QUYẾT ĐỊNH ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA MỖI CÁ NHÂN	6
2. THỰC TRẠNG ĂN UỐNG TẠI HAI TỈNH: TỶ LỆ SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM Ở MỨC RẤT CAO	7
FASEVIE: MỘT CHƯƠNG TRÌNH PHÒNG CHỐNG SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM TỔNG HỢP	9
1. MỘT TIẾN TRÌNH KHÔNG NGỪNG CHUYỂN BIẾN TRONG SUỐT 10 NĂM QUA	9
2. MỘT CHIẾN LƯỢC ƯU TIÊN PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN ĐỊA PHƯƠNG TỔNG HỢP	9
TỪ CẢI TIẾN KỸ THUẬT ĐẾN PHÁT TRIỂN THỂ CHẾ	11
1. ĐÁP ỨNG MONG ĐỢI VÀ ĐÒI HỎI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG	11
1.1. Hai sản phẩm - Hai cách sử dụng riêng biệt	11
1.2. Giới thiệu sản phẩm: yếu tố then chốt để sản phẩm được chấp nhận	12
1.3. Quản lý và kiểm tra chất lượng, yếu tố đảm bảo tính bền vững	13
2. NHỮNG LỰA CHỌN KỸ THUẬT KHUYẾN KHÍCH PHÁT TRIỂN ĐỊA PHƯƠNG	13
2.1. Chọn những kỹ thuật đơn giản mà địa phương có thể làm chủ	13
2.2. Các cơ sở sản xuất qui mô nhỏ	14
2.3. Ưu tiên giảm giá thành	15
2.4. Fasevie làm việc với cả doanh nghiệp nhà nước lẫn tư nhân	15
2.5. Đào tạo nhân lực	15
3. MỘT CHIẾN LƯỢC NĂNG ĐỘNG VÀ ĐA DẠNG NHÀM THÚC ĐẨY TIÊU THỤ THỨC ĂN BỔ SUNG	16
3.1. Với Hội phụ nữ: tư vấn phù hợp và bán hàng	16
3.2. Căng tin Favilase: nguồn dinh dưỡng cho trẻ nhỏ	17



3.3. Xúc tiến thương mại: hình thức tiếp thị truyền thống	17
3.4. Các chương trình hỗ trợ khẩn cấp - những hợp đồng đầu tiên	17
4. THEO DÕI - ĐÁNH GIÁ, SỰ BẢO ĐẢM CHO MỘT QUY TRÌNH HỢP LÝ	18
4.1. Xây dựng hệ thống theo dõi	18
4.2. Đánh giá ảnh hưởng sinh học của các thức ăn bổ sung	19
4.3. Đánh giá ảnh hưởng của thức ăn bổ sung trong điều kiện thực tế	20
5. MỘT NỖ LỰC ĐỘC ĐÁO TRONG CÔNG TÁC THÔNG TIN TUYÊN TRUYỀN CỦA CÁC THỂ CHẾ	21
BÀI HỌC RÚT RA SAU SÁU NĂM HỢP TÁC	22
1. MỘT SỰ HỢP TÁC HIỆU QUẢ GIỮA CÁC ĐỐI TÁC PHƯƠNG BẮC VÀ PHƯƠNG NAM	22
1.1. Ba đối tác hỗ trợ nhau tạo nên nền tảng cho dự án quốc gia	22
1.2. Đối tác địa phương tại các tỉnh	22
2. CÁC HOẠT ĐỘNG KHÔNG NGỪNG MỞ RỘNG	23
2.1. Sản xuất đều đặn	23
2.2. Doanh số bán tăng đạt mức yêu cầu	23
3. MỘT NGUỒN THU NHẬP CHO NHIỀU NHÓM TÁC NHÂN ĐỊA PHƯƠNG VỚI THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG TRÊN QUY MÔ QUỐC GIA	25
4. NHỮNG THÀNH QUẢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH CÓ THỂ DUY TRÌ LÂU DÀI?	26
4.1. Mạng lưới giáo dục dinh dưỡng vẫn luôn hoạt động	26
4.2. Thức ăn cho trẻ em hiệu quả và được ưa chuộng	26
4.3. Đối tượng khách hàng của các sản phẩm bột mở rộng hơn	26
4.4. Các doanh nghiệp có thể trụ vững	27
5. TẠO KHẢ NĂNG TỰ LẬP CHO CÁC TÁC NHÂN VIỆT NAM, CHUYỂN GIAO CHƯƠNG TRÌNH: TRIỂN VỌNG VÀ TRỞ NGẠI	27
TIẾN TỚI CHUYỂN GIAO CHƯƠNG TRÌNH	28

SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM Ở VIỆT NAM: MỘT VẤN ĐỀ SỨC KHOẺ CỘNG ĐỒNG

1. TUỔI NHỎ: THỜI KỲ QUYẾT ĐỊNH ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA MỖI CÁ NHÂN



Cũng như tại phần lớn các nước đang phát triển, tình trạng thiếu dinh dưỡng ở Việt Nam tác động chủ yếu tới phụ nữ từ tuổi thiếu niên trở lên và trẻ em. Đối với trẻ em, tình trạng chậm lớn và chứng thiếu các nguyên tố vi lượng (vitamin và khoáng chất) là những vấn đề dinh dưỡng đáng lo ngại nhất. Cuộc điều tra trên phạm vi toàn quốc năm 1995 đã chỉ ra rằng chứng thiếu máu không chỉ xảy ra với 60% trẻ em dưới 1 tuổi mà còn rất phổ biến ở toàn bộ người dân Việt Nam.

Tình trạng dinh dưỡng của một nhóm người có thể được đánh giá qua việc sử dụng biện pháp đo người (chiều cao và cân nặng) nhằm tính toán chỉ số dinh dưỡng và mức độ chênh lệch so với nhóm đối chứng. Như vậy đối với trẻ em, có ba chỉ số đã được xác định: chỉ số chiều cao so với tuổi tác cho phép xác định tỉ lệ trẻ bị chậm lớn (phát triển chiều cao kém trẻ cùng tuổi); chỉ số cân nặng so với chiều cao cho phép xác định tỉ lệ trẻ gầy yếu (cân nặng thấp hơn mức trung bình so với chiều cao của mình); chỉ số cân nặng so với tuổi liên quan tới chứng chậm lớn thể hiện tỉ lệ trẻ thiếu cân so với tuổi của chúng. Theo cách nói chung, suy dinh dưỡng mãn tính được dùng để chỉ hiện tượng chậm lớn và suy dinh dưỡng cấp tính để chỉ hiện tượng gầy yếu. Nếu như chứng gầy yếu có thể dễ dàng khắc phục được thì chứng chậm lớn lại tăng theo tuổi của trẻ.

Các chứng thiếu nguyên tố vi lượng được nhắc nhiều nhất trong các tài liệu ở Việt Nam là thiếu i-ốt, vitamin A và sắt. Rất có thể có một số hình thức thiếu chất khác như thiếu kẽm, axit béo thiết yếu hay các nguyên tố vi lượng khác cũng xảy ra nhưng bị coi là kém quan trọng. Hậu quả chính của các chứng này là thiếu máu do thiếu sắt, bệnh khô mắt và mù loà do thiếu vitamin A, bướu cổ và đần độn do thiếu i-ốt. Đây là những dấu hiệu lâm sàng thường biểu hiện ở giai đoạn cuối của các chứng thiếu này, phần nổi của tảng băng trôi. Rất nhiều rối loạn chuyển hoá đã xảy ra trước khi xuất hiện các dấu hiệu này. Trường hợp này được các nhà dinh dưỡng gọi là “suy dinh dưỡng tiềm ẩn” mà những người mắc phải ít khi ý thức được. Việc xác định sớm và đánh giá đúng mức độ nghiêm trọng của các chứng thiếu chất này sẽ giúp ngăn ngừa sự xuất hiện của tổn thương lâm sàng. Muốn vậy, cần sử dụng những chỉ số sinh học mà không phải lúc nào cũng dễ dàng có được vì thường là phải thử máu, điều mà người dân hiếm khi chấp nhận.

Chứng thiếu các nguyên tố vi lượng và chậm lớn ảnh hưởng xấu tới sự phát triển chung của trẻ. Chậm lớn là một trong những nguyên nhân làm biến dạng sự trưởng thành về mặt sinh lý, tâm lý và miễn dịch, làm giảm chiều cao và khả năng lao động của thanh niên, tăng nguy cơ sinh con thiếu cân ở phụ nữ. Thiếu máu do thiếu sắt làm hành vi và quá trình phát triển nhận thức và vận động tâm thần của trẻ bị sai lệch, và giống như trường hợp thiếu i-ốt và kẽm, nó có thể làm trẻ chậm phát triển. Thiếu vitamin A và kẽm có thể làm tăng nguy cơ nhiễm khuẩn, do đó góp phần làm rối loạn phát triển.

Suy dinh dưỡng xuất hiện từ khi trẻ còn rất nhỏ. Các chứng thiếu dinh dưỡng trong quá trình mang thai không chỉ gây ảnh hưởng tới sự phát triển của thai nhi mà còn tới sự phát triển sau này và khả năng dễ bị nhiễm bệnh của trẻ, ngay



cả khi đã trưởng thành. Ở trẻ nhỏ, bệnh thiếu dinh dưỡng thường xuất hiện chủ yếu trong giai đoạn từ vài tháng tuổi đến khoảng hai tuổi. Giai đoạn này trùng với thời điểm trẻ bắt đầu ăn dặm.

Quan hệ giữa thức ăn bổ sung và hiện tượng thiếu dinh dưỡng có thể là trực tiếp hoặc gián tiếp. Nó được coi là trực tiếp khi cơ thể không được cung cấp đủ thức ăn dinh dưỡng. Ở Việt Nam, những thức ăn bổ sung truyền thống, thường là bột gạo chỉ chứa rất ít năng lượng và nguyên tố vi lượng. Các thực phẩm thường dùng để nấu kèm với bột thường có nguồn gốc thực vật với những khoáng chất khó hấp thụ. Trong khi đó thức ăn có nguồn gốc động vật mà khoáng chất dễ được hấp thu hơn thì hiếm khi hoặc không được sử dụng do kinh tế gia đình eo hẹp. Mỗi quan hệ giữa thức ăn bổ sung và hiện tượng thiếu dinh dưỡng là gián tiếp khi thức ăn bổ sung cho sữa mẹ được dùng quá sớm và làm giảm lượng bú sữa mẹ của trẻ, hoặc

khi chất lượng vệ sinh của các sản phẩm bổ sung không được đảm bảo gây tiêu chảy hay nhiễm khuẩn do ký sinh trùng gây ra, hoặc khi thức ăn bổ sung có ảnh hưởng không tốt tới khả năng hấp thụ các chất dinh dưỡng của trẻ.

Để trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ phát triển tối đa, cần đảm bảo những điều kiện phát triển tốt bằng cách một mặt tác động vào môi trường của trẻ (kết hợp bảo vệ trẻ khỏi các bệnh nhiễm trùng chủ yếu bằng cách tiêm phòng với đảm bảo vệ sinh cơ bản và dành cho chúng một tình thương yêu phù hợp), mặt khác tích cực phòng chống nạn suy dinh dưỡng. Để phòng chống suy dinh dưỡng trẻ em, phụ nữ mang thai và đang cho con bú phải giữ gìn vệ sinh thật tốt và dinh dưỡng đầy đủ, trẻ phải được bú sữa mẹ hoàn toàn từ khi sinh ra cho đến khi sáu tháng tuổi, được ăn thức ăn bổ sung có chất lượng vệ sinh và dinh dưỡng tốt ngay khi trẻ được sáu tháng tuổi. Đây là toàn bộ những vấn đề dinh dưỡng mà dự án Fasevie quan tâm.

2. THỰC TRẠNG ĂN UỐNG TẠI HAI TỈNH: TỶ LỆ SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM Ở MỨC RẤT CAO

Để chẩn đoán chính xác thực trạng ăn uống tại hai tỉnh mà chương trình Fasevie tác động, người ta đã tiến hành hai cuộc điều tra tại tỉnh Hà Tĩnh năm 1996 và tỉnh Quảng Nam năm 1998 bằng việc sử dụng bộ câu hỏi và thực hiện cân đo một nhóm đại diện gồm khoảng 800 trẻ dưới 2 tuổi. Mục tiêu chính của hai cuộc điều tra này là làm rõ bối cảnh thực tế và thói quen ăn uống, đánh giá tình trạng dinh dưỡng của trẻ dưới hai tuổi, xác định mối quan hệ giữa thói quen ăn uống và tình trạng dinh dưỡng của trẻ em, và sau cùng là xác định các yếu tố liên quan tới người mẹ và công việc nội trợ có ảnh hưởng tới thói quen ăn uống và tình trạng dinh dưỡng của trẻ nhỏ.

Các cuộc điều tra này đã khẳng định rằng tỉ lệ trẻ dưới hai tuổi bị chậm lớn (28% ở Hà Tĩnh và 32% ở Quảng Nam) và thiếu cân (20% ở Hà Tĩnh và 32% ở Quảng Nam) ở mức cao, và tỉ lệ này tăng nhanh sau khi bắt đầu cho trẻ ăn thức ăn bổ sung đầu tiên. Tại tỉnh Quảng Nam, 49% số trẻ được điều tra bị thiếu máu (nồng độ huyết cầu tố

< 110g/l), hơn 1/3 các bà mẹ bị suy nhược mãn tính (Chỉ số khối cơ thể < 18,5).

Việc cho trẻ bú sữa mẹ ngay sau khi sinh ra không được thực hiện triệt để: có khoảng một nửa số bà mẹ cho trẻ uống một loại chất lỏng không phải sữa mẹ trước khi bú sữa non của mẹ. Ngoài ra, dù hầu hết số trẻ đều được bú sữa mẹ cho đến khi sáu tháng tuổi nhưng chỉ dưới 10% trẻ dưới sáu tháng tuổi được bú sữa mẹ hoàn toàn (không uống nước cũng như ăn thức ăn thô). Hơn 3/4 trẻ chưa đủ sáu tháng tuổi đã ăn thức ăn bổ sung. Tỷ lệ tiếp tục cho con bú sữa mẹ cho đến khi trẻ được 1 tuổi tương đối cao tại cả hai tỉnh (Hà Tĩnh: 90%, Quảng Nam: 77%), nhưng lại rất thấp tại tỉnh Quảng Nam khi trẻ được hai tuổi (<20%). Rất ít trường hợp dùng sữa ngoài, cụ thể là chỉ có 3% số bà mẹ ở Hà Tĩnh và 7% ở Quảng Nam thường xuyên cho con bú sữa ngoài trong năm đầu.

Thông thường, gạo - thành phần chính của thức ăn bổ sung, được chế biến thành 3 món: bột nấu từ bột gạo, cháo ninh từ gạo đun với nước cho tới



khi đủ nhuyễn, cơm giống như cơm mà người lớn thường ăn cùng với thịt, cá hoặc rau. Tuy nhiên, để quấy bột cho con, hơn 1/2 các bà mẹ dùng bột bán sẵn chủ yếu được sản xuất tại Việt Nam. Loại bột này có hàm lượng năng lượng thấp (<80 kcal/100g) và thành phần dinh dưỡng ít khi đạt được mức tốt nhất.

Tuổi cho trẻ ăn bột, cháo và cơm lần lượt là 4, 7 và 11 tháng tuổi. 1/4 số trẻ điều tra chỉ được ăn 2 bữa/ngày và khoảng 6% trẻ chỉ được ăn duy nhất 1 bữa mỗi ngày.

Nghiên cứu những yếu tố quyết định thói quen ăn uống và tình trạng dinh dưỡng của trẻ đã giúp chương trình phát hiện mối liên hệ trực tiếp giữa trình độ học vấn của người mẹ và tình trạng sức khỏe của đứa trẻ. Trái lại, hiện tượng đông con, vóc dáng thấp bé của người mẹ và thiếu cân của trẻ sơ sinh lại cho thấy những nguy cơ về tình trạng dinh dưỡng xấu và/hoặc thói quen ăn uống không phù hợp.

Hai cuộc điều tra này cơ bản chỉ ra rằng thói quen ăn uống thường không hợp lý, từ cách cho con bú, thời điểm bắt đầu cho trẻ ăn thức ăn thô tới việc lựa chọn các thức ăn chuyển tiếp phù hợp với nhu cầu của trẻ.

Những thói quen không phù hợp này là hậu quả của việc các bà mẹ không hiểu biết đầy đủ về vấn đề dinh dưỡng và khả năng tài chính hạn chế để có thể mua thức ăn riêng phù hợp với nhu cầu của trẻ.



FASEVIE: MỘT CHƯƠNG TRÌNH PHÒNG CHỐNG SUY DINH DƯỠNG TRẺ EM TỔNG HỢP

Từ những nhận định trên, các đối tác đã đề ra các mục tiêu của chương trình Fasevie theo hai hợp phần chính:

- tung ra thị trường những thức ăn bổ sung có hàm lượng dinh dưỡng cao, đảm bảo vệ sinh và chất lượng cảm quan (mùi, vị, màu sắc) với giá cả hợp lý,
- triển khai các chiến dịch giáo dục dinh dưỡng.

1. MỘT TIẾN TRÌNH KHÔNG NGỪNG CHUYỂN BIẾN TRONG SUỐT 10 NĂM QUA

Viện Dinh dưỡng Quốc gia Hà Nội (VDD), Tổ chức Nghiên cứu và Chuyển giao Công nghệ (GRET - một tổ chức phi chính phủ), Bộ phận nghiên cứu chất dinh dưỡng, ăn uống và xã hội số 106 của Viện Nghiên cứu phát triển (IRD) và Trung tâm cộng tác dinh dưỡng của Tổ chức Y tế thế giới đã xây dựng một chương trình kết hợp sản xuất bột cho trẻ em và thức ăn bổ sung tại địa phương với giáo dục dinh dưỡng cho các bà mẹ.

Sự phát triển của chương trình được đánh dấu qua ba giai đoạn lớn :

- 1994-1996: xác định và xây dựng chương trình.
- 1997-1999: bước đầu hoàn thiện công nghệ và phương pháp tuyên truyền các giải pháp ăn uống và giáo dục dinh dưỡng.

- 2000-2003: thí điểm chế biến sản phẩm và đa dạng hoá công nghệ.

Các hoạt động này đã được tiến hành tại ba tỉnh Việt Nam là Quảng Nam, Đà Nẵng, Hà Tĩnh và đang bắt đầu được triển khai tại Bắc Kạn, một tỉnh miền núi phía bắc Việt Nam. Để đáp ứng nhu cầu của địa bàn miền núi này, một cơ sở sản xuất đã được thành lập tại Hà Nội. Sau này đây sẽ là trung tâm đào tạo của cả nước.

10 năm qua, chương trình Fasevie đã nhận được hỗ trợ tài chính của nhiều đối tác: Hội đồng vùng Côtes d'Armor và vùng Nord-Pas de Calais trong khuôn khổ các hoạt động hợp tác phân vùng, Bộ Ngoại giao và Ủy ban UNICEF Quốc gia của Pháp, tập đoàn Sanofi, Tổ chức Sight & Life, tập đoàn Hoff-mann Laroche, công ty Gréville.

2. MỘT CHIẾN LƯỢC ƯU TIÊN PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN ĐỊA PHƯƠNG TỔNG HỢP

Khảo sát tình hình địa phương cho phép nắm được những yếu tố cơ bản gây ra tình trạng suy dinh dưỡng và đưa ra một phương pháp phù hợp nhất, với những hạn chế cũng như những thế mạnh của địa phương: thực trạng dinh dưỡng, thói quen ăn uống và cai sữa, nguyên liệu và công nghệ sẵn có, nhu cầu của thị trường, trình độ kỹ thuật tại địa phương, cơ sở hạ tầng có sẵn. Căn cứ vào đặc điểm của bối cảnh, chương trình

xác định thành phần của thức ăn bổ sung có thể thoả mãn nhu cầu dinh dưỡng, phù hợp với tập quán địa phương và tương quan chất lượng/giá chấp nhận được. Số bữa ăn hàng ngày của trẻ sơ sinh, tùy theo cường độ lao động của người mẹ cũng đã được tính tới trong công thức của thức ăn bổ sung. Hàm lượng năng lượng - nhân tố chính của bột cũng được các nhà nghiên cứu dinh dưỡng chú trọng.

Rất nhiều giải pháp đã được đưa ra, từ việc xây dựng một nhà máy sản xuất lớn có qui mô quốc gia tới việc sản xuất theo cộng đồng dân cư ở cấp độ thôn xã, hay tuyên truyền phổ biến cách chế biến thức ăn cho các bà nội trợ. Chiến lược được lựa chọn là thành lập những cơ sở sản xuất và bán sản phẩm với qui mô nhỏ, phân bố rải rác nhằm giảm chi phí vận chuyển và thích nghi với đặc thù của từng vùng: nguyên liệu tại chỗ, thói quen tiêu thụ, thực trạng dinh dưỡng.

Tạo một thị trường hoàn toàn mới mẻ cho một cộng đồng dân cư chưa được hướng dẫn về vấn đề dinh dưỡng đòi hỏi phải triển khai những phương pháp hỗ trợ nhằm thuyết phục khách hàng. Như vậy, ngay từ đầu, việc tung ra thị trường những sản phẩm này phải được tiến hành dựa trên thông tin về các gia đình dưới góc độ y tế cộng đồng, kết hợp với hoạt động tiếp thị.

Cách làm này đã mở đường cho việc thực hiện bốn hoạt động bổ sung

VDD, cơ quan sản xuất thí điểm thức ăn bổ sung, Hà Nội				
Sản xuất bột	Giáo dục dinh dưỡng	Bán bột	Kinh phí	Đối tác địa phương
➤ Hatipharco	Hội phụ nữ huyện Cẩm Xuyên và Kỳ Anh	Mạng lưới phân phối sản phẩm của Hatipharco và Hội phụ nữ	➤ Bộ Ngoại giao ➤ Hội đồng hàng tỉnh vùng Côtes d'Armor ➤ Unicef	➤ Viện Dinh dưỡng ➤ UBND các tỉnh
➤ Công ty TNHH Hương Lan	Hội phụ nữ huyện Hòa Vang	Hội phụ nữ	➤ Bộ Ngoại giao ➤ Vùng Nord-Pas de Calais ➤ Unicef	➤ Hội Phụ nữ các tỉnh ➤ Sở Y tế các tỉnh
➤ Công ty Thực phẩm Tam Kỳ	Hội phụ nữ huyện Thăng Bình và Tiên Phước	Các cửa hàng, trung tâm y tế và Hội phụ nữ	➤ Bộ Ngoại giao ➤ Vùng Nord-Pas de Calais ➤ Unicef	

- * Sản xuất thức ăn bổ sung với giá rẻ từ những nguyên liệu sẵn có tại địa phương, tại những xưởng sản xuất nhỏ của các công ty Việt Nam đang hoạt động trên địa bàn các tỉnh Quảng Nam, Hà Tĩnh và Đà Nẵng và bằng các thiết bị được chế tạo ngay tại địa phương;
- * Thành lập một mạng lưới cộng tác viên phụ trách công tác giáo dục dinh dưỡng và bán hàng tại địa phương;
- * Tận dụng mạng lưới kinh doanh sẵn có để giao hàng cho các cửa hàng bán lẻ sản phẩm ăn uống;
- * Đánh giá hiệu quả sinh học của thức ăn bổ sung mà chương trình cung cấp và ảnh hưởng của chiến lược.

Để đảm bảo tính bền vững của chương trình, Fasevie đã phối hợp chặt chẽ với các tác nhân địa phương trong việc tạo sản phẩm, thử nghiệm thí điểm và chuẩn hoá các phương pháp làm giảm tỉ lệ suy dinh dưỡng trẻ em mà tất cả mọi người đều có thể chấp nhận và tiếp cận được.



TỪ CÁI TIẾN KỸ THUẬT ĐẾN PHÁT TRIỂN THỂ CHẾ

1. ĐÁP ỨNG MONG ĐỢI VÀ ĐÒI HỎI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

1.1. Hai sản phẩm - Hai cách sử dụng riêng biệt

Như đã nêu ở trên, từ khoảng tháng thứ sáu trở đi, nhu cầu về năng lượng và dinh dưỡng của trẻ sơ sinh lớn hơn khả năng đáp ứng của sữa mẹ. Vậy phần thiếu hụt phải được bổ sung bằng những thức ăn đủ năng lượng và dinh dưỡng, phù hợp với khả năng co bóp yếu của dạ dày và sở thích ăn thức ăn đặc hay loãng của trẻ. Vì lẽ đó, các qui trình kỹ thuật đặc biệt đã được áp dụng để đảm bảo thức ăn có những đặc tính như trên, nhất là

đạt được sự dung hòa giữa hàm lượng năng lượng và dinh dưỡng thích hợp với độ đặc vừa phải.

Hai loại thức ăn bổ sung đã được xác định: một loại là bột cho trẻ em đủ dinh dưỡng và chế biến dễ dàng, loại kia là sản phẩm bổ sung thức ăn với giá rẻ hơn, được dùng để cho thêm vào thức ăn truyền thống nhằm nâng cao giá trị dinh dưỡng.

Bột ăn liền cho trẻ em Favilo và Favina

Bột cho trẻ em là một loại thực phẩm dùng dưới dạng nấu chín cho trẻ từ sáu tháng tuổi để bổ sung cho sữa mẹ. Nó được chế biến theo công thức đặc biệt cho phép thỏa mãn toàn bộ nhu cầu dinh dưỡng của trẻ nếu ngoài sữa mẹ, trẻ được ăn thêm 2 - 3 bữa bột mỗi ngày.

Giá trị dinh dưỡng của một bát bột phụ thuộc vào hàm lượng năng lượng của các chất chủ yếu (đơn vị năng lượng chứa trong một khối lượng bột nhất định, thường được thể hiện bằng số kcal/100 ml bột), thành phần dinh dưỡng của bột và khả năng hấp thụ của cơ thể.



Thành phần dinh dưỡng của bột Favina trên 100g bột

Thành phần	Khối lượng	Thành phần	Khối lượng
Prô tê in	> 15g	Axit pantotênic	800 µg
Li-pít	> 6g	Vitamin K1	13 µg
Glu-xít	> 68g	Natri	290 mg
Năng lượng	400 kcal	Kali	500 mg
Vitamin A	400 U.I.	Can-xi	500 mg
Vitamin C	9 mg	Phốt-pho	450 mg
Vitamin B1	200 µg	Ma-nhê	75 mg
Vitamin B2	280 µg	Sắt	15 mg
Nicôtinamit	4000 µg	Kẽm	3,2 mg
Axit Folic	12 µg	Đồng	150 µg
Vitamin B12	0,12 µg	Măng-gan	4 µg

Sản phẩm bổ sung thức ăn Favilase



Sản phẩm bổ sung thức ăn là loại thực phẩm dành cho trẻ từ sáu tháng tuổi trở lên, dùng để cho thêm vào các loại thức ăn truyền thống như cháo nhằm bổ sung cho sữa mẹ. Nó được chế biến theo công thức đặc biệt để bổ sung cả về lượng và chất cho bữa ăn truyền thống và cho phép đáp ứng toàn bộ nhu cầu dinh dưỡng của trẻ, nếu ngoài sữa mẹ, trẻ được ăn thêm 2 - 3 bữa sản phẩm này mỗi ngày.

Trong khuôn khổ chương trình Fasevie, sản phẩm bổ sung thức ăn với tên gọi Favilase chứa một hỗn hợp bột đậu nành và amilaza công nghiệp nhằm làm tăng hàm lượng năng lượng của bột gạo; một hỗn hợp các vitamin và khoáng chất chủ yếu nhằm làm tăng hàm lượng dinh dưỡng của sản phẩm. Favilase được dùng để cho thêm vào bột gạo và phải được đun trong vòng ít nhất mười phút để chất amilaza phát huy tác dụng.

Như vậy phương diện văn hóa xã hội đã được tôn trọng, các bà mẹ không cần mất thêm nhiều thời gian và tiền bạc để nấu cho con mình một món ăn phù hợp. Các yếu tố chủ yếu đã được hội tụ đầy đủ để người dân tiếp nhận thói quen ăn uống này.

1.2. Giới thiệu sản phẩm: yếu tố then chốt để sản phẩm được chấp nhận

Khía cạnh sản phẩm của mặt hàng là một tiêu chí mua hàng quan trọng hơn giá cả. Người mua hàng nào cũng muốn “được hài lòng”. Nếu ta quên điều này thì rất có thể sẽ thất bại. Fasevie luôn luôn ưu tiên bán ra thị trường những sản phẩm kinh tế chứ không phải sản phẩm dành cho người nghèo. Các thử nghiệm đánh giá khả năng chấp nhận nhãn mác sản phẩm đã được tiến hành trên một nhóm người có tính đại diện cho những người tiêu dùng mà sản phẩm hướng tới.

Kinh nghiệm cho thấy bao bì sản phẩm cũng là yếu tố góp phần làm cho sản phẩm được chấp nhận:

- Bao bì cho phép bảo quản tốt sản phẩm ít nhất là sáu tháng trong điều kiện khí hậu ẩm ướt. Như vậy sản phẩm có thể được lưu giữ tại những cửa hàng tạp hoá nhỏ ở làng mà chất lượng không hề bị ảnh hưởng.
- Tiện dụng cho cả doanh nghiệp (dễ đổ đầy và khép miệng túi khi đóng gói sản phẩm) lẫn người tiêu dùng (dễ mở, lấy ra và cất trữ tại nhà) cũng là những tiêu chí chọn lựa quan trọng.
- Tương tự, tính dễ bảo quản, dễ sử dụng và vận chuyển của thành phẩm cũng đã được nghiên cứu để giảm tối đa tổng chi phí đóng gói gồm bao bì, bao bì ngoài (vận chuyển, lưu kho, trang thiết bị đóng gói).





Trên cơ sở dung hòa sở thích của người tiêu dùng và những yêu cầu bảo quản bột, chúng tôi đã sử dụng hộp nhựa dung tích 400g. Để đa dạng hoá hình thức và giảm giá bán lẻ sao cho người nghèo nhất có thể dễ dàng tiếp cận với sản phẩm, năm 2002 chúng tôi đã tạo ra bao bì bằng túi hợp chất nhôm dung tích 250g.

Với sản phẩm bổ sung thức ăn Favilase, bột được đóng trong các túi nhựa gồm nhiều gói nhỏ có trọng lượng 150g.

1.3. Quản lý và kiểm tra chất lượng, yếu tố đảm bảo tính bền vững

Đội ngũ công nhân cũng như các cán bộ của các cơ sở sản xuất đều được tuyên truyền về tầm quan trọng của quản lý chất lượng và đã được đào tạo về công tác này. Một tài liệu hướng dẫn thực hành sản xuất cũng đã được biên soạn và phát cho toàn bộ đội ngũ công nhân: mặc áo bờ-lu, tuân thủ nghiêm ngặt những quy định về vệ sinh

và an toàn khi sản xuất, các biện pháp đơn giản để kiểm tra chất lượng thành phẩm, v.v...

Ngoài ra, một phiên bản đơn giản của hệ thống HACCP (*Hazard Analysis Critical Control point* - hệ thống kiểm tra chất lượng toàn cầu áp dụng cho ngành công nghiệp chế biến nông phẩm) cũng đã được xây dựng để các cơ sở sản xuất có thể tự kiểm tra chất lượng sản phẩm do mình làm ra.

Từ nay, đối tác của chương trình Fasevie - các Sở y tế dự phòng (trực thuộc Bộ Y tế và UBND tỉnh) có thể thường xuyên kiểm tra chất lượng thành phẩm tại các phòng thí nghiệm của mình trước khi bán sản phẩm ra thị trường và thanh tra việc thực hiện các quy định về vệ sinh và an toàn sản xuất.

Cách làm trên thực sự bảo đảm cho sức sống của chương trình Fasevie, và đó cũng là nhân tố cơ bản bảo đảm cho các sản phẩm bột luôn chiếm được niềm tin của khách hàng và củng cố thói quen tiêu dùng.

2. NHỮNG LỰA CHỌN KỸ THUẬT KHUYẾN KHÍCH PHÁT TRIỂN ĐỊA PHƯƠNG

2.1. Chọn những kỹ thuật đơn giản mà địa phương có thể làm chủ

Các qui trình công nghệ được áp dụng trong sản xuất thức ăn bổ sung là làm chín bằng phương pháp ép đun đối với bột ăn liền, và hỗn hợp amilaza để sản xuất những sản phẩm bổ sung thức ăn chỉ cần gia đình đun sôi là được. Hai công nghệ này cho phép phá vỡ những phân tử phức tạp trong thức ăn thành những phân tử đơn giản và dễ hấp thụ. Quá trình làm chín bằng ép đun là quá trình vật lý, trong khi hỗn hợp các amilaza lại là quá trình hoá học.

Qui trình làm chín bằng ép đun đã có ở Việt Nam từ trước dưới dạng một qui trình chế biến nông phẩm. Do vậy một trong những nhiệm vụ

đầu tiên của chương trình Fasevie là cải tiến các trang thiết bị sẵn có để tạo ra những sản phẩm có đặc tính như mong muốn. Tương tự, nhóm kỹ thuật của chương trình cũng đã cố gắng tối ưu hoá hiệu năng của các máy rang hiện có.

Công thức được đưa ra nhờ sử dụng Alicom, một phần mềm hỗ trợ chế biến thức ăn do IRD hoàn thiện. Phần mềm này chứa các thông tin thu thập được từ quá trình nghiên cứu thị trường tiến hành trước đó: đặc điểm của các loại nguyên liệu sẵn có tại địa phương, giá cả cũng như khả năng có thể huy động trong năm nếu được cất trữ trong điều kiện tốt, chất lượng dinh dưỡng của nguyên liệu, khả năng được người tiêu dùng chấp nhận cả về mặt cảm quan lẫn văn hóa (không có thực phẩm bị cấm sử dụng).

2.2. Các cơ sở sản xuất qui mô nhỏ

Các cơ sở sản xuất này có ưu thế nổi bật là dễ vận hành, sửa chữa và bảo dưỡng máy móc dễ dàng ngay tại địa phương, chi phí thấp. Năng lực sản xuất của các đơn vị này được hoạch định theo nhu cầu của thị trường địa phương (nói chung là thị trường toàn tỉnh).

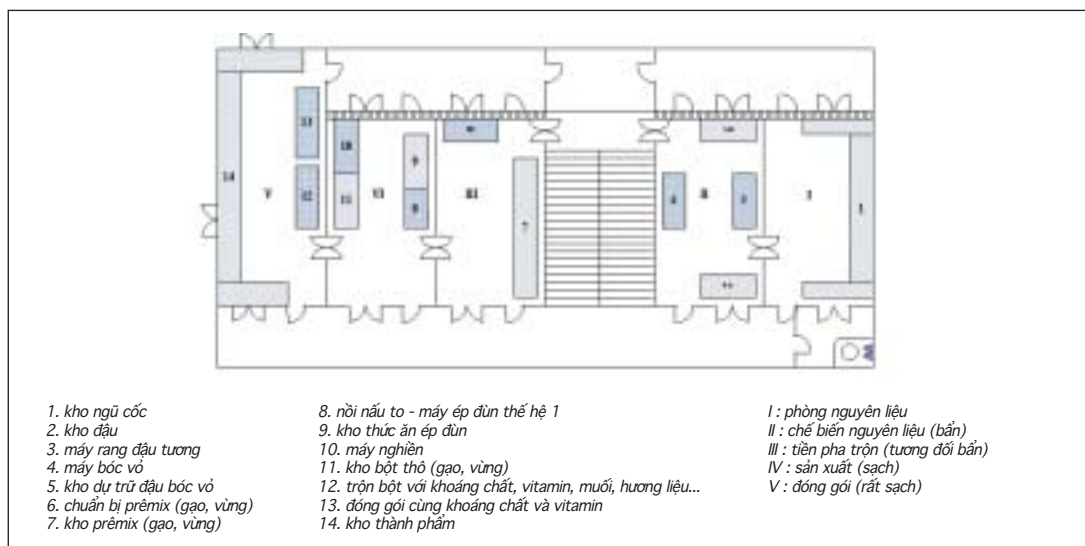
Thông tin cơ bản về một cơ sở sản xuất bột ăn liền cho trẻ

Đầu tư ban đầu: 10.000 USD

Công suất trung bình: 5 - 20 tấn/tháng

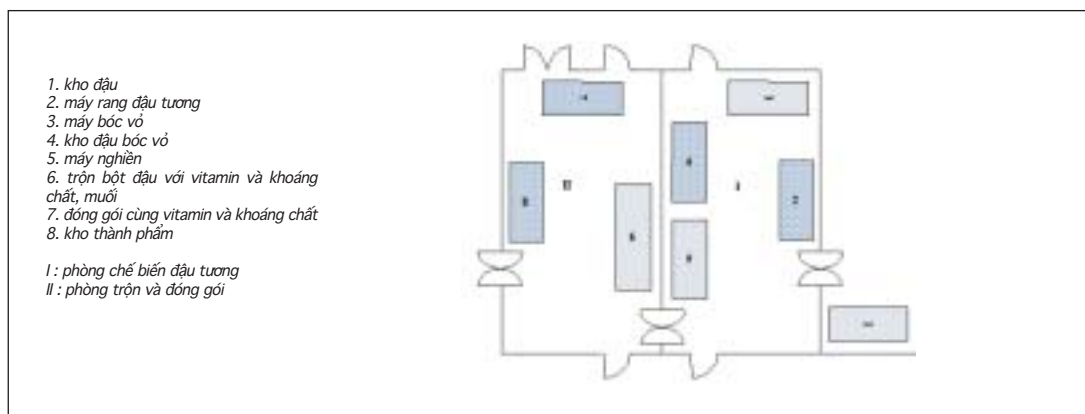
Thời gian xây dựng và lắp đặt: 3 - 6 tháng

Sơ đồ một cơ sở sản xuất bột ăn liền



Sản xuất các sản phẩm bổ sung thức ăn đơn giản và dễ triển khai hơn bột ăn liền. Hơn nữa, việc sản xuất Favilase cũng không đòi hỏi nhiều máy móc thiết bị.

Sơ đồ một cơ sở sản xuất sản phẩm bổ sung thức ăn





Mục tiêu cụ thể của Fasevie về sản xuất

Cơ sở sản xuất đầu tư thấp
Thức ăn rẻ

Với giá bán hiện nay, chi phí ăn cho một đứa trẻ khoảng 1.000 - 3.000 đồng/ngày (1 euro = 17.500 VND) tùy từng loại, Favilase hoặc Favilo. Mức giá này được những người có hoàn cảnh khó khăn nhất cho là có thể chấp nhận được.

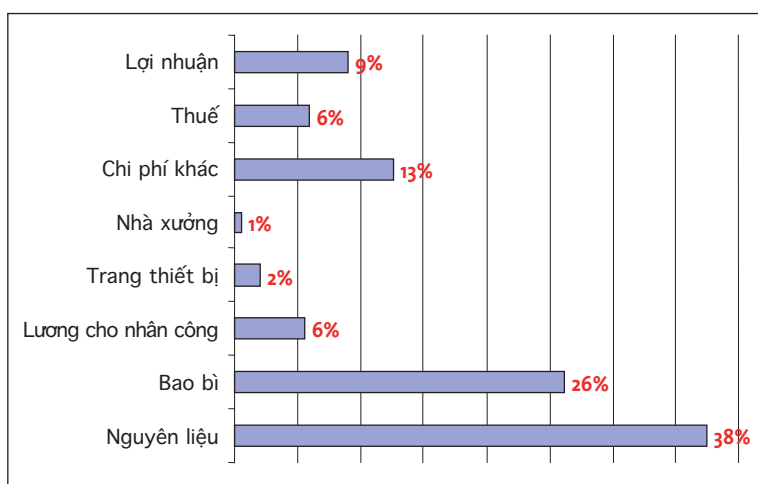
2.3. Ưu tiên giảm giá thành

Để thức ăn cho trẻ có chất lượng dinh dưỡng tốt phù hợp với túi tiền của mọi người, kể cả những người nghèo nhất, cần cố gắng tối ưu hoá tất cả những yếu tố cấu thành chi phí sản xuất: chọn nguyên liệu, công nghệ, bao bì, mạng lưới phân phối sản phẩm.

Êkip thực hiện chương trình luôn quan tâm tới việc hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương cả về phương diện công nghệ lẫn marketing, giúp họ tối ưu hoá mối quan hệ giá/lợi nhuận khi bán sản phẩm. Trên tinh thần đó, kỹ thuật đun chín - ép đùn với chi phí thấp đã được hoàn thiện.

Tương tự như vậy, chương trình cũng đang xây dựng một phương pháp hỗ trợ tổ chức và tối ưu hoá sản xuất vật tư nông nghiệp và hỗ trợ ký kết hợp đồng giữa nhà cung cấp với doanh nghiệp.

Để minh họa, giá bán 400g bột Favilo hay Favina đóng gói trong một loại bao bì chất lượng cao được định ra từ những chi phí sau:



2.4. Fasevie làm việc với cả doanh nghiệp nhà nước lẫn tư nhân

Doanh nghiệp là mắt xích chính trong dây chuyền hoạt động của Fasevie, với vai trò sản xuất và phổ biến các giải pháp thực phẩm tại các địa phương. Vì vậy, Fasevie đã thiết lập quan hệ đối tác dưới nhiều hình thức khác nhau với các doanh nghiệp tại từng tỉnh có triển khai chương trình: doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp nhà nước hoặc nửa công tư hợp doanh.

Với sự năng động và nhạy bén của mình, doanh nghiệp tư nhân đã nhanh chóng đưa sản phẩm vào thị trường. Tuy nhiên, cần tìm ra giải pháp để đáp ứng nguyện vọng chính đáng của họ là nhanh chóng thu hồi vốn đầu tư, bởi tạo lập thị trường là một quá trình diễn ra rất chậm với nhiều trở ngại, trong đó quảng bá sản phẩm đóng vai trò then chốt và phải được tiến hành trong một thời gian dài.

Với doanh nghiệp nhà nước, rủi ro lại nằm ở chỗ thủ tục hành chính rườm rà. Nhưng ngay khi sản phẩm được tung ra thị trường thì tiến độ và tính bền vững của chương trình đã được đảm bảo. Trong trường hợp này, tính kiên nhẫn và mong muốn tạo được uy tín về chất lượng với xã hội là những động cơ chính.

2.5. Đào tạo nhân lực

Đội ngũ công nhân của các cơ sở sản xuất đã được đào tạo về kỹ năng sản xuất, mua nguyên liệu cũng như kiểm tra chất lượng và quảng bá sản phẩm. Nhiều tài liệu phổ biến kinh nghiệm đã được soạn thảo và phát tận tay những đối tượng có liên quan.

3. MỘT CHIẾN LƯỢC NĂNG ĐỘNG VÀ ĐA DẠNG NHẪM THÚC ĐẨY TIÊU THỤ THỨC ĂN BỔ SUNG

Hai hình thức tiếp thị đã được triển khai nhằm đẩy mạnh bán hàng, đó là tiếp thị thương mại đối với nhiều loại các sản phẩm thông qua mạng lưới phân phối hàng nông phẩm đã có, và tiếp thị xã hội, một kiểu bán hàng kèm theo những thông điệp về giáo dục dinh dưỡng thông qua mạng lưới cộng tác viên của Hội liên hiệp phụ nữ. Hệ thống này được phát triển với sự hỗ trợ của Sở Y tế các tỉnh.

3.1. Với Hội phụ nữ: tư vấn phù hợp và bán hàng

Giúp người dân tiếp thu một thông điệp rõ ràng luôn là công việc khó khăn và tốn kém. Việc bán thức ăn bổ sung trực tiếp cho người dân kèm theo những hoạt động tư vấn theo yêu cầu đóng vai trò hết sức quan trọng trong chương trình phòng chống suy dinh dưỡng trẻ em.

Dưới đây là một số yếu tố làm nên thành công của công tác tuyên truyền của Fasevie:

- Phối hợp với Hội phụ nữ: mạng lưới cộng tác viên của Hội phụ nữ có thuận lợi là đã hình thành từ trước, rất năng động trong các hoạt động xã hội và có nhiệm vụ phòng chống suy dinh dưỡng cho trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ (đây là nhiệm vụ quan trọng thứ ba trong năm nhiệm vụ của Hội).
- Đảm bảo cho cộng tác viên cơ sở có thu nhập từ hoạt động bán sản phẩm nhằm khuyến khích các tác nhân địa phương nhiệt tình tham gia và đảm bảo tính bền vững cho chương trình.

Tại mỗi tỉnh thuộc địa bàn tác động của chương trình, nhóm công tác của Fasevie làm việc với cán bộ tập huấn là hội viên Hội liên hiệp phụ nữ, người chịu trách nhiệm đào tạo các cộng tác viên và theo dõi các hoạt động tiếp thị xã hội. Được chương trình trả lương, cán bộ tập huấn hoạt động với tư cách là người giám sát các hoạt động của chương trình.

Tất cả các cộng tác viên cơ sở đều là hội viên chi hội phụ nữ xã. Tất cả các cán bộ nữ của chương

trình phụ trách thông tin tuyên truyền cho các bà mẹ đều là cán bộ Hội phụ nữ các cấp (xã, huyện, tỉnh). Dựa vào hệ thống này, Fasevie đã tổ chức một mạng lưới giáo dục dinh dưỡng giúp mỗi thành viên có thể tìm ra lời giải cho những thắc mắc của chính mình hay của các bà mẹ ngay tại địa phương.

Để tiếp cận được với các bà mẹ có con dưới hai tuổi hay đang mang thai trên sáu tháng, chương trình đã thử nghiệm hai phương pháp: (1) thông qua cộng tác viên cơ sở có nhiệm vụ đi thăm 20 - 30 bà mẹ mỗi tháng, không giới hạn địa bàn; (2) thông qua cộng tác viên cơ sở có nhiệm vụ tuyên truyền giáo dục dinh dưỡng trong thôn nơi mình cư trú. Phương pháp tiếp cận thứ hai tỏ ra hiệu quả hơn vì cộng tác viên này sống tại thôn, biết rõ địa bàn hoạt động và quen biết mọi người dân trong làng. Do vậy, phương pháp tiếp cận “tập trung vào đối tượng” này thuận lợi hơn.

Các chiến dịch giáo dục dinh dưỡng của Fasevie do các cộng tác viên của Hội phụ nữ triển khai trên cơ sở 3 nguyên tắc sau:

- Thông điệp phải đơn giản, phù hợp với độ tuổi của trẻ, được phát tận nhà và có thể tham khảo thêm trong các sách giáo dục dinh dưỡng phát cho bà mẹ.
- Khuyến cáo các bà mẹ cho con bú sữa mẹ hoàn toàn cho đến khi trẻ được sáu tháng tuổi và tư vấn loại thức ăn bổ sung phù hợp cho trẻ sau 6 tháng tuổi.
- Đưa ra các giải pháp cụ thể một cách có hệ thống - sử dụng bột cho trẻ hay sản phẩm bổ dưỡng - và hướng dẫn người mẹ thực hành sử dụng các sản phẩm này.

Ngoài ra, chương trình đã phối hợp với mạng lưới tuyên truyền viên của Hội phụ nữ xây dựng một hệ thống theo dõi thường trực các hoạt động nhằm giám sát sự biến đổi một số chỉ số. Những chỉ số này một mặt giúp các cộng tác viên hiểu được các mục tiêu của chương trình, mặt khác cho phép điều chỉnh hoạt động của các cộng tác viên dựa trên kết quả làm việc của họ.



Điểm mạnh của tiếp thị xã hội

- Phổ biến thông điệp của Fasevie một cách đầy sáng tạo
- Marketing xã hội dựa vào một mạng lưới truyền thống, rất năng động và đã được thừa nhận: Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam
- Thông điệp giáo dục dinh dưỡng dựa trên những nguyên tắc đơn giản
- Thường xuyên theo dõi các hoạt động

3.2. Căng tin Favilase: nguồn dinh dưỡng cho trẻ nhỏ

Các hoạt động quảng bá chương trình Fasevie thông qua mạng lưới cộng tác viên cơ sở gồm hai dạng: quảng bá bột ăn cho trẻ (Favilo hoặc Favina) hoặc quảng bá thức ăn bổ sung (Favilase). Đối với sản phẩm Favilase, do việc chế biến phức tạp hơn nên cần phải hướng dẫn cách chế biến cho người sử dụng. Từ nhận định này, các “căng-tin Favilase” dành cho trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ dưới hai tuổi đã ra đời. Tại đây, các cộng tác viên làm mẫu cho mọi người xem cách sử dụng sản phẩm.

Các căng-tin Favilase đã thực sự trở thành điểm hẹn của các bà mẹ với nhiều chức năng khác nhau: điểm thông tin về dinh dưỡng cho trẻ nhỏ, địa điểm làm mẫu cách sử dụng sản phẩm, điểm ăn uống và sau cùng là điểm sinh hoạt của cộng đồng.



Một căng tin Favilase ở tỉnh Quảng Nam

3.3. Xúc tiến thương mại: hình thức tiếp thị truyền thống

Để tiêu thụ sản phẩm, các doanh nghiệp cũng phải tận dụng mạng lưới phân phối nông phẩm truyền thống với những đại lý hoặc cửa hàng tư nhân bán đồ thực phẩm nằm rải rác trong các thôn, xã.

Vì vậy, song song với việc thành lập mạng lưới “tiếp thị xã hội” đã nêu ở trên, Fasevie đã góp phần tạo ra nhiều công cụ tiếp thị và hỗ trợ cho đội ngũ bán hàng của các doanh nghiệp. Điều đáng chú ý là tại hai tỉnh thí điểm, theo đề nghị của các đối tác địa phương, chương trình Fasevie đã tách riêng hai mạng lưới tiếp thị thương mại và xã hội: đây là hai mạng lưới cạnh tranh với nhau nên không thể cùng tồn tại trong một huyện được. Do vậy, việc bán lẻ được thực hiện tại những huyện không có mạng lưới giáo dục dinh dưỡng.

Hỗ trợ cho hoạt động tiếp thị của các doanh nghiệp được thực hiện theo năm hình thức: pha chế và hoàn thiện sản phẩm nhờ kỹ thuật phân tích theo giác quan; thiết kế nhãn mác bao bì và thử nghiệm khả năng chấp nhận sản phẩm đối với các khách hàng nhắm tới; tập huấn và hỗ trợ cho người bán hàng, giúp họ lập chiến lược kinh doanh (chính sách giá và tiếp thị, lập luận bán hàng, phạm vi và vùng hoạt động của người bán hàng, v.v...); làm tờ rơi, băng-rôn quảng cáo tại nơi bán hàng, phim quảng cáo trên tivi, tặng quà khuyến mại (bát ăn cơm, áo phông...) và sau cùng tiến hành các hoạt động khuyến mại (tổ chức ngày nếm thử sản phẩm tại các Trung tâm y tế dự phòng nhân ngày tiêm phòng cho trẻ, v.v...).

3.4. Các chương trình hỗ trợ khẩn cấp - những hợp đồng đầu tiên

Ngay từ đầu, chương trình Fasevie đã quan tâm tới việc tạo sự khởi đầu thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhất là về mặt kinh tế. Để làm được điều này, chương trình đã tiến hành thăm dò các thị trường ban đầu và ký hợp đồng với các chương trình quốc tế thực hiện cung cấp miễn phí thức ăn bổ sung cho những người dân Việt Nam đặc biệt khó khăn. Các hợp đồng này đã giúp cho các doanh nghiệp có được một khoản tài chính thoả đáng ngay ở giai đoạn đầu, khi chưa tạo được thị trường tiêu dùng.

Chương trình Fasevie cũng đã nghiên cứu hoàn thiện các sản phẩm đặc thù phù hợp với nhu cầu của các chương trình phân phát thực phẩm trong khuôn khổ Chương trình lương thực thế giới (PAM/Liên hiệp quốc), Bác sĩ không biên giới (MSF/Bỉ), Trung tâm bảo vệ bà mẹ trẻ em tỉnh Quảng Nam (Sở Y tế/Quảng Nam), Tầm nhìn thế giới (WVI/Mĩ) và Kế hoạch quốc tế (PI/ Oxfam).

Sau giai đoạn khởi đầu này, các doanh nghiệp sẽ tự mình đàm phán và ký kết hợp đồng với các tổ chức khách hàng trong nước và quốc tế.



Một túi thức ăn bổ sung dành cho các chương trình phân phối thực phẩm miễn phí quốc tế

4. THEO DÕI - ĐÁNH GIÁ, SỰ BẢO ĐẢM CHO MỘT QUY TRÌNH HỢP LÝ

Bốn chỉ số theo dõi hoạt động giáo dục dinh dưỡng

1. Số bà mẹ trong độ tuổi được thăm hỏi ít nhất một lần/tổng số các bà mẹ cùng độ tuổi của huyện (số liệu Sở Y tế)
2. Số bà mẹ trong độ tuổi đã mua ít nhất một hộp (hay một gói)/tổng số bà mẹ trong cùng độ tuổi (số liệu Sở Y tế)
3. Trung bình số hộp bán ra cho mỗi độ tuổi/tổng số hộp bán cho các bà mẹ được thăm hỏi ít nhất một lần trong cùng độ tuổi
4. Trung bình số hộp bán ra cho mỗi độ tuổi/số bà mẹ trong cùng độ tuổi đã mua ít nhất một hộp.

4.1. Xây dựng hệ thống theo dõi



Ngay từ đầu, chương trình Fasevie đã thiết lập được những công cụ theo dõi phù hợp, cho phép đánh giá hiệu quả của các hoạt động khác nhau trong khuôn khổ chương trình. Mục đích ở đây không chỉ là thu thập đầy đủ dữ liệu để tiến hành những phân tích chính xác, mà còn nhằm đảm bảo là các kết quả thu được đáng tin cậy và có thể chuyển giao cho các đối tác Việt Nam, qua đó đảm bảo tính bền vững của tác động.

Các công cụ theo dõi liên quan tới kết quả thực hiện chương trình giáo dục dinh dưỡng (số bà mẹ được thăm, lượng sản phẩm bán ra, thời gian thăm... theo từng độ tuổi); khối lượng sản phẩm của các nhà máy; lượng hàng do các nhà máy và từng loại mạng lưới phân phối tiêu thụ được; mức độ tuân thủ những tiêu chuẩn chất lượng trong dây chuyền sản xuất, chất lượng thành phẩm.

Để chuyển từ giai đoạn thí điểm sang triển khai chương trình Fasevie trên quy mô toàn tỉnh, thậm chí toàn quốc, cần tiến hành đánh giá sơ bộ ảnh hưởng của chương trình. Đánh giá này gồm 2 nghiên cứu.



4.2. Đánh giá ảnh hưởng sinh học của các thức ăn bổ sung

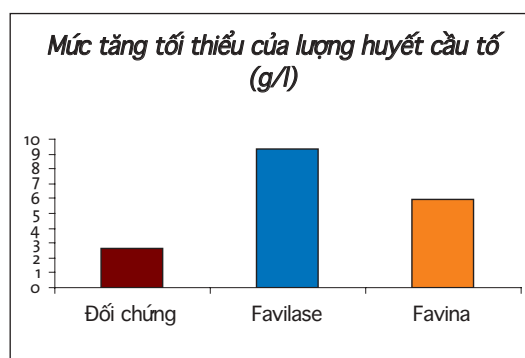
Mục tiêu của nghiên cứu này là đánh giá ảnh hưởng của việc sử dụng thường xuyên và có kiểm soát những thức ăn bổ sung mà chương trình Fasevie khuyến cáo tới công tác phòng sự chậm lớn và chứng thiếu một số nguyên tố vi lượng ở trẻ sơ sinh Việt Nam, đặc biệt là sắt, vitamin A và kẽm.

Nghiên cứu này bắt đầu được thực hiện vào tháng 9 năm 2001 tại 36 thôn của huyện Tam Kỳ, tỉnh Quảng Nam. Người ta bốc thăm để chia các thôn này thành ba nhóm, mỗi nhóm nuôi dưỡng trẻ theo một cách khác nhau. Với nhóm thứ nhất - nhóm đối chứng, trẻ nhỏ vẫn được nuôi theo phương pháp truyền thống. Đối với hai nhóm còn lại, các bà mẹ được khuyến khích đưa trẻ đến căng-tin Favilase của thôn từ khi trẻ được năm tháng tuổi và trong vòng sáu tháng liên tục ít nhất hai lần mỗi ngày; tại đây, trẻ được ăn bột Favina (Nhóm Favina), hoặc bột Favilase (Nhóm Favilase). Ngay khi bắt đầu tiến hành nghiên cứu, tất cả phụ nữ mang thai (những bà mẹ tương lai) đều được giáo dục dinh dưỡng là cho trẻ bú hoàn toàn sữa mẹ ngay từ khi lọt lòng đến khi được

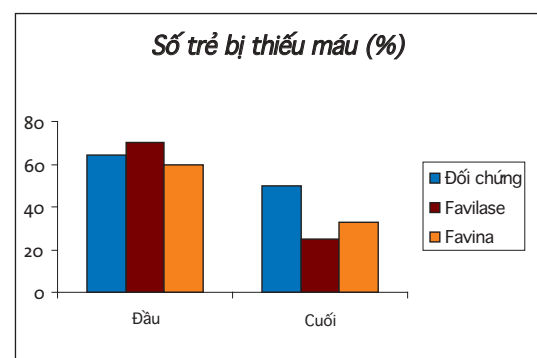
năm tháng tuổi và tiếp tục cho bú sữa mẹ ngay cả khi đã bắt đầu ăn dặm.

413 trẻ đã tham gia nghiên cứu này. Mỗi nhóm có khoảng 145 em, độ tuổi trung bình là 5 tháng rưỡi khi bắt đầu tham gia vào chương trình nghiên cứu. Sử dụng thức ăn và tỉ lệ trẻ đau ốm là hai chỉ tiêu được đánh giá thường xuyên mỗi tuần một lần thông qua việc trả lời câu hỏi. Trẻ được đo chiều cao và cân nặng vào các tháng thứ năm, tám, mười một và mười bảy; được thử máu vào các tháng thứ năm và mười một để đánh giá hàm lượng sắt, kẽm và vitamin A của trẻ. Công tác nghiên cứu thực địa kết thúc vào tháng 6 năm 2003. Hiện tại, mới chỉ có những dữ liệu về chiều cao, cân nặng và nồng độ huyết cầu tố, còn thông tin về lượng sắt, vitamin A và kẽm thì phải chờ thêm ba tháng để tiến hành các phân tích tại phòng thí nghiệm.

Kết quả sơ bộ được giới thiệu ở đây chỉ liên quan tới bệnh thiếu máu (nồng độ huyết cầu tố < 110g/L). Ở 5 tháng tuổi, 64% số trẻ nhỏ bị thiếu máu và có nồng độ huyết cầu tố trung bình là 107,2g/L (SD: 9,7g/L). Tỉ lệ mắc bệnh thiếu máu và nồng độ huyết cầu tố trung bình giữa ba nhóm trẻ chênh nhau không đáng kể.



Sau sáu tháng thực hiện nghiên cứu, nồng độ huyết cầu tố đã tăng lên ở cả ba nhóm trẻ, lượng tăng ở các nhóm Favilase (9,3 + 12, 9g/L) và Favina (5,9 + 9,7g/L) rõ rệt hơn nhiều so với nhóm đối chứng (2,6 + 9,9g/L).



Số trẻ bị thiếu máu chỉ giảm chút ít ở nhóm đối chứng (-10%) nhưng lại giảm một cách rõ rệt ở nhóm Favina (-28%) và nhóm Favilase (-43%). Kết thúc nghiên cứu, hơn 1/2 số trẻ trong nhóm đối chứng vẫn bị thiếu máu, trong khi đó ở hai nhóm kia, tỉ lệ này chỉ là 1/4.

Kết quả sơ bộ này chỉ ra rằng việc sử dụng đều đặn trong vòng sáu tháng thức ăn bổ sung giàu chất dinh dưỡng do Fasevie cung cấp đã làm giảm một cách rõ rệt tỉ lệ trẻ bị thiếu máu và làm tăng nồng độ huyết cầu tố trung bình của trẻ. Một phân tích các số liệu thống kê tỉ mỉ hơn sẽ cho phép đánh giá được mức độ ảnh hưởng của tác động tùy theo việc sử dụng thức ăn bổ sung, và đặc biệt theo khối lượng thức ăn giàu dinh dưỡng.

4.3. Đánh giá ảnh hưởng của thức ăn bổ sung trong điều kiện thực tế

Mục đích của nghiên cứu này là đánh giá hiệu quả của việc phổ biến các chế độ ăn thích hợp cho trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ cũng như việc sử dụng thức ăn bổ sung của chương trình Fasevie trong công tác nâng cao kiến thức về dinh dưỡng cũng như phòng chống chứng chậm lớn và thiếu sắt.

Nghiên cứu này được thực hiện tại hai huyện của tỉnh Quảng Nam: huyện đối chứng Núi Thành (không triển khai bất kỳ một hoạt động đặc biệt nào), và huyện Thăng Bình (có triển khai chương trình Fasevie).

Đánh giá hiệu quả được tiến hành theo hai cuộc điều tra tổng hợp, lần thứ nhất được thực hiện trước khi triển khai dự án Fasevie và lần thứ 2 được tiến hành hai năm sau đó. Tại mỗi huyện, các cuộc điều tra đánh giá những hiểu biết về dinh dưỡng của các bà mẹ, tình trạng dinh dưỡng và tỉ lệ bị thiếu máu của khoảng 400 trẻ từ 0 đến 24 tháng tuổi.

Việc so sánh diễn biến tình trạng dinh dưỡng và các chế độ ăn giữa huyện đối chứng và huyện tham gia chương trình cho phép đánh giá hiệu quả của toàn bộ chiến lược triển khai.

Ngoài ra, trong hai năm này, chương trình cũng tiến hành đánh giá 6 tháng một lần mức độ triển khai chiến lược tại huyện tham gia chương trình. Các câu hỏi điều tra tập trung vào các nội dung như hiểu biết và thái độ đối với chế độ ăn của trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ. Những người được hỏi là một nhóm đối tượng có tính đại diện gồm 150 bà mẹ có con dưới 2 tuổi và 100 phụ nữ trong độ tuổi có thể chăm sóc trẻ nhỏ.

Một phần thông tin thu được là do các cộng tác viên của Hội liên hiệp phụ nữ cung cấp.

Hiện nay, chương trình đang tiến hành phân tích dữ liệu. Theo các kết quả ban đầu, trong vòng 1 năm, 55% các bà mẹ tại huyện Thăng Bình đã được cộng tác viên đến thăm hỏi và 12% các bà mẹ có con từ 6 đến 12 tháng tuổi đã mua sản phẩm Fasevie, chủ yếu là bột ăn liền. Tuy nhiên, số lượng sản phẩm Favina được bán ra còn ít (khoảng 1,2 hộp/bà mẹ/tháng).

Phân tích các dữ liệu thu thập được từ các cuộc điều tra trong quá trình hoạt động tại huyện tham gia chương trình cho thấy kiến thức về dinh dưỡng đã được cải thiện đáng kể sau 6 tháng đối với các bà mẹ có con dưới 2 tuổi và sau 12 tháng đối với phụ nữ trong độ tuổi sinh nở. Tuy nhiên, nếu nhận thức về dinh dưỡng và thói quen cho con bú khi mới sinh đã có những tiến bộ đáng kể, thì chuyển biến trong nhận thức về thói quen tiếp tục cho con bú sau khi sinh và chế độ ăn bổ sung còn nhiều hạn chế.

Việc phân tích các dữ liệu thu thập được từ các cuộc điều tra đánh giá hiệu quả của chương trình chỉ mới bắt đầu. Theo các kết quả sơ bộ, cả hai huyện đều giảm rõ rệt tỉ lệ trẻ chậm phát triển (hơn 5%) và thiếu máu (khoảng 10%); tuy nhiên chỉ có sự phân tích tỉ mỉ có tính đến tác động của nhiều yếu tố liên quan mới có thể cho phép khẳng định mức độ giảm tại huyện triển khai chương trình cao hơn so với huyện đối chứng. Việc so sánh những chuyển biến trong nhận thức về dinh dưỡng của các bà mẹ tại hai huyện trong giai đoạn 2000 - 2003 không cho thấy sự khác biệt đáng kể giữa huyện triển khai chương trình và huyện đối chứng, điều này một lần nữa khẳng định kết quả của các điều tra trong quá trình hoạt động.

Chỉ sau khi nghiên cứu sâu hơn các kết quả điều tra (một nghiên cứu sinh Việt Nam đang thực hiện nghiên cứu này) chúng ta mới khẳng định được những bất cập của hệ thống giáo dục dinh dưỡng hiện tại, và biết được các yếu tố hạn chế việc mua sản phẩm thức ăn bổ sung của Fasevie, qua đó tìm ra biện pháp tăng cường hoặc thay đổi công tác thông tin, giáo dục dinh dưỡng cho các bà mẹ và mạng lưới tiếp thị xã hội. Điều này chắc chắn sẽ cho phép mở rộng thị trường và tăng mức tiêu thụ các loại thức ăn bổ sung cho trẻ em.



5. MỘT NỖ LỰC ĐỘC ĐÁO TRONG CÔNG TÁC THÔNG TIN TUYÊN TRUYỀN CỦA CÁC THỂ CHẾ

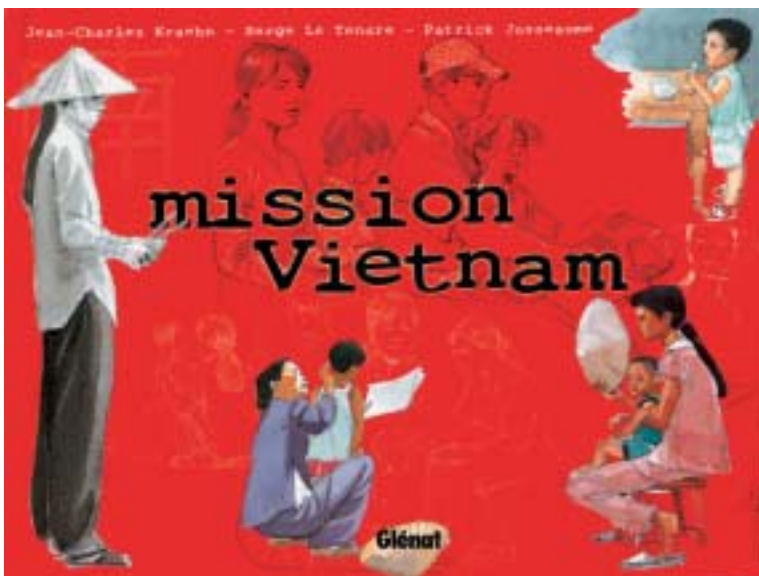
Nhiều tổ chức của Pháp hỗ trợ các nước phương Nam thông qua việc ủng hộ các sáng kiến của một số chính quyền địa phương. Họ hỗ trợ cho các chương trình hoạt động được xây dựng tại địa phương nhằm cải thiện điều kiện sống của người dân, đồng thời tăng cường năng lực của các đối tác địa phương (chính quyền xã, xã hội dân sự...).

Vậy mà, người Pháp hầu như không biết hoặc biết rất ít thông tin chính xác về tình hình, thách thức và các vấn đề phát triển của các nước phương Nam.

Trước tình hình đó, cần phải tổ chức các hoạt động thông tin tuyên truyền về vấn đề phát triển cho người dân Pháp và đặc biệt là thanh niên Pháp - những thành viên tương lai của xã hội dân sự Pháp.

Cuốn nhật ký du hành: “Sứ mệnh Việt Nam” do ba tác giả truyện tranh nổi tiếng thiết kế, viết và thực hiện: Serge Le Tendre (tác giả kịch bản), Jean-Charles Kraehn và Patrick Jusseaume (họa sĩ) giới thiệu các hoạt động được GRET, IRD và VDD triển khai trong khuôn khổ Fasevie - chương trình phòng chống suy dinh dưỡng ở trẻ.

Ba nghệ sĩ Pháp đã đến Việt Nam vào tháng 5 năm 2002 và ở lại đây trong 3 tuần để thu thập những hình ảnh và kịch tính của câu chuyện. Kết quả chuyến đi này là một cuốn sách với nhiều cách nhìn khác nhau về Việt Nam, đôi khi vừa đối lập lại vừa bổ sung cho nhau. Đây là một tác phẩm có sự pha trộn của văn hóa Việt Nam và văn hóa Pháp. Chủ trương khi làm cuốn sách này là để các nghệ sĩ tự do sáng tạo, không trói buộc cảm xúc và sức sáng tạo của họ, để họ có thể mô tả lại trên giấy cuộc hành trình của mình trong một chương trình phòng chống suy dinh dưỡng ở trẻ.



Hình ảnh trong cuốn “Sứ mệnh Việt Nam”

BÀI HỌC RÚT RA SAU SÁU NĂM HỢP TÁC

1. MỘT SỰ HỢP TÁC HIỆU QUẢ GIỮA CÁC ĐỐI TÁC PHƯƠNG BẮC VÀ PHƯƠNG NAM

Sự độc đáo và may mắn của Fasevie là ngay từ đầu, chương trình đã có được sự hợp tác chặt chẽ giữa các đối tác phương Bắc và phương Nam, giữa các đối tác nghiên cứu và phát triển. Thế nhưng, con đường không hề bằng phẳng: đó là khó khăn trong việc phối hợp các kỹ năng, kinh nghiệm và thói quen của hai thế giới - phát triển và đang phát triển - vốn ít hợp tác với nhau trong các chương trình phát triển.

1.1. Ba đối tác bổ trợ nhau tạo nên nền tảng cho dự án quốc gia

GRET tham gia với tư cách là cơ quan chỉ đạo chương trình và điều phối toàn bộ các đối tác hoạt động và tài chính. Với sự hỗ trợ thường xuyên của IRD, GRET quản lý mọi hoạt động nghiên cứu và phát triển. Một trong số các nhiệm vụ của GRET là đảm bảo sự phát triển và chuyển giao công nghệ và kỹ năng phù hợp với hoàn cảnh của địa phương. Tại Việt Nam, GRET hiện quản lý một nhóm 80 người làm việc trong khuôn khổ chương trình Fasevie.

Đơn vị nghiên cứu 106 của IRD đã đóng góp tích cực vào giai đoạn triển khai chương trình, đặc biệt là giai đoạn xây dựng công thức của thức ăn bổ sung và soạn thảo các thông điệp giáo dục dinh dưỡng. Viện cũng đã lập các đề cương nghiên cứu theo dõi đánh giá. Kết quả của những nghiên cứu này sẽ được in thành những ấn phẩm khoa học và sẽ tạo ra độ tin cậy cần thiết cho chương trình Fasevie để từ đó nhân rộng chương trình ra toàn quốc.

Viện Dinh dưỡng quốc gia (VDD) - đối tác thế chế của chương trình, một cơ quan trọng điểm của Bộ Y tế đã rất tích cực tham gia triển khai chương trình. Được Bộ Y tế giao nhiệm vụ phụ trách các chương trình dinh dưỡng, Viện thực sự là một cầu nối quan trọng trong hoạt động của chương trình.

Tại mỗi tỉnh, Fasevie đã mở một văn phòng với nhóm công tác gồm một điều phối viên cơ sở và hai hoặc ba tập huấn viên chủ chốt của Hội phụ nữ tại mỗi huyện có triển khai giáo dục dinh dưỡng. Các văn phòng địa phương thường xuyên liên lạc với văn phòng tại Hà Nội - gồm một nhóm trung tâm hợp tác chặt chẽ với VDD và thực hiện việc chuyển giao năng lực một cách tổng hợp cho tất cả các điểm.

1.2. Đối tác địa phương tại các tỉnh

Ủy ban nhân dân các tỉnh, với đường lối chính sách rộng mở, thường xuyên trợ giúp chương trình bằng cách khuyến khích Hội phụ nữ áp dụng các chiến lược của chương trình, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp nhà nước trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Mạng lưới cộng tác viên của Hội liên hiệp phụ nữ tỉnh và huyện đóng vai trò trụ cột trong việc quảng bá thức ăn bổ sung và giáo dục dinh dưỡng. Bản thân phần lớn các cộng tác viên cũng là những người mẹ nên họ rất quan tâm tới các vấn đề suy dinh dưỡng ở trẻ em, và họ tạo thành một mạng lưới lý tưởng tuyên truyền, phổ biến những thông điệp giáo dục dinh dưỡng cho các bà mẹ khác. Mạng lưới tuyên truyền này trực tiếp liên hệ với các nhà máy sản xuất để mua thức ăn bổ sung với giá rẻ và giúp các bà mẹ nuôi con tốt hơn.

Được trang bị phòng thí nghiệm kiểm tra chất lượng sản phẩm, các Cơ quan Y tế dự phòng tiến hành các kiểm tra cần thiết để đảm bảo chất lượng sản phẩm xuất xưởng. Các cơ quan này cũng đóng vai trò đầu tàu trong việc hỗ trợ chương trình nhờ ảnh hưởng của họ với những người dân sinh sống tại khu vực triển khai chương trình. Ví dụ, các cơ quan này giúp chương trình triển khai các hoạt động quảng bá bột cho trẻ em nhân ngày tiêm chủng hay ngày giáo dục dinh dưỡng.



Các doanh nghiệp cho sử dụng cơ sở hạ tầng vật chất và nguồn nhân lực của mình để sản xuất thức ăn bổ sung. Trực thuộc UBND tỉnh, các doanh nghiệp là một phần không thể thiếu của chương

trình và có quan hệ trực tiếp với các cơ quan y tế dự phòng cùng mạng lưới cộng tác viên của Hội phụ nữ địa phương.

2. CÁC HOẠT ĐỘNG KHÔNG NGỪNG MỞ RỘNG

Để xác định được ảnh hưởng của chiến lược áp dụng, Fasevie đã phát triển một hệ thống theo dõi trên thực địa. Những kết quả ban đầu thu được trong sản xuất tại nhà máy cũng như bán sản phẩm ngoài thị trường đều rất đáng khích lệ.

2.1. Sản xuất đều đặn

Lượng sản phẩm do 3 cơ sở sản xuất kể từ khi triển khai chiến lược Fasevie năm 1997 là 1.154.737 hộp 400g, tức khoảng 462 tấn.

Đặc biệt, khối lượng sản xuất bắt đầu tăng kể từ khi Fasevie triển khai hệ thống theo dõi.

Một phần khối lượng này (14.000 hộp 400g) được dùng trong quá trình Fasevie tiến hành một số điều tra (nghiên cứu hiệu quả, thử phản ứng...). Một phần khác (3.500 hộp) bị huỷ do không đảm bảo chất lượng.

2.2. Doanh số bán tăng đạt mức yêu cầu

Fasevie đã giúp các đối tác xác lập 3 mạng lưới kinh doanh bột cho trẻ em :

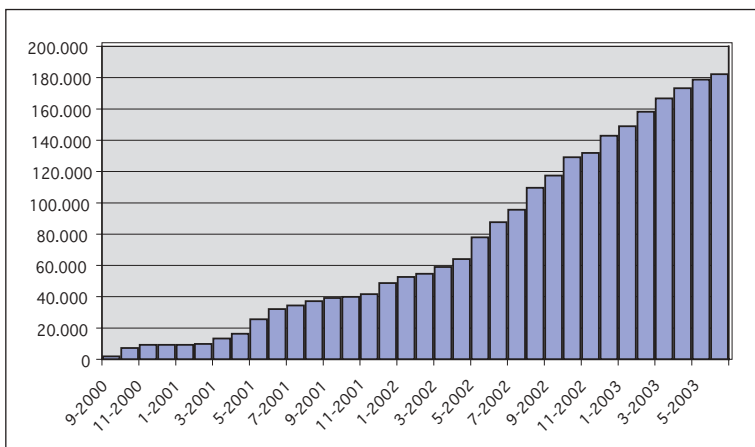
1. Marketing “cổ điển”, hay còn gọi là mạng lưới phân phối nông sản thực phẩm
2. Mạng lưới tiếp thị xã hội của Hội Liên hiệp phụ nữ
3. Hợp đồng không thường xuyên với các chương trình hỗ trợ khẩn cấp

Bán theo hình thức marketing thương mại của các doanh nghiệp

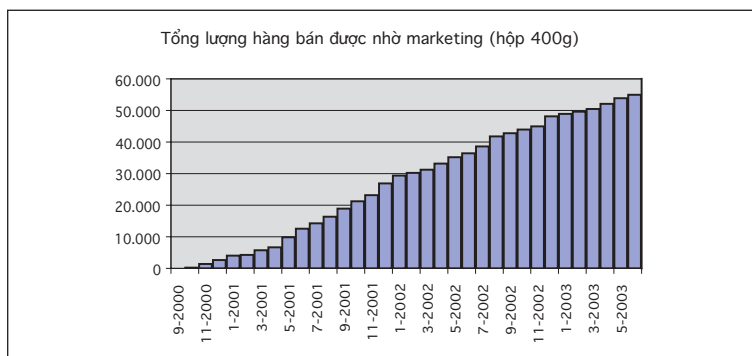
Bên cạnh cách bán hàng đi kèm với giáo dục dinh dưỡng (IEC) của mạng lưới Hội phụ nữ, các doanh nghiệp ở Tam Kỳ và Hà Tĩnh đã phát triển một mạng lưới tiếp thị và phân phối bột của riêng họ trên thị trường nông sản thực phẩm.

Năm 1997, lượng bột mà mạng lưới này bán được là 117.471 hộp 400g, tức khoảng 47 tấn.

Sản lượng của 3 nhà máy trong giai đoạn 9/2000 - 12/2002
(Tổng sản lượng tính theo số hộp có dung tích 400g)



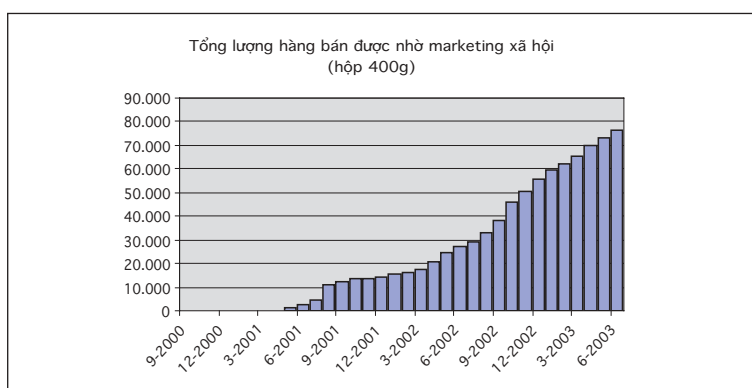
Doanh số bán hàng của mạng lưới trong giai đoạn tháng 9/2000 - tháng 6/2003 được thể hiện trên biểu đồ sau:



Bán theo hình thức marketing xã hội của Hội phụ nữ

Marketing xã hội là hệ thống tiếp thị và bán thức ăn cho trẻ thông qua mạng lưới cộng tác viên của Hội phụ nữ. Lợi thế nổi bật của hệ thống này là sản phẩm được bán cho người mẹ kèm theo các thông điệp và tư vấn hết sức phù hợp với đặc điểm của từng trẻ. Số hộp đã bán từ năm 2000 trên tất cả các huyện là 76.568 hộp 400g.

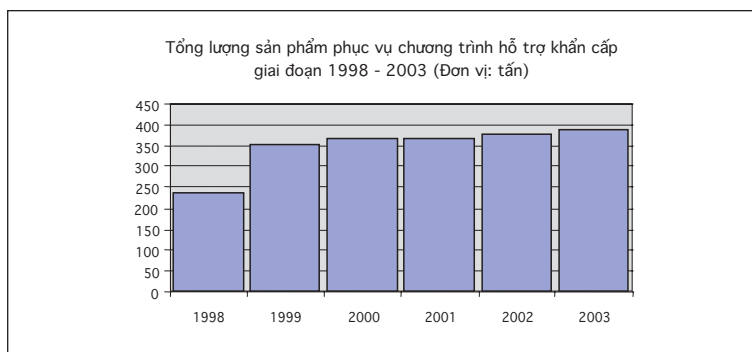
Sự thay đổi doanh số bán theo hình thức marketing xã hội thông qua Hội phụ nữ được thể hiện qua biểu đồ dưới đây:



Đa dạng hoá khách hàng của các nhà máy

Các nhà máy đã ký hợp đồng cung ứng bột cho trẻ em với một số tổ chức phi chính phủ quốc tế như Plan International, Chương trình lương thực thế giới và các thể chế địa phương Việt Nam để phục vụ chương trình phân phối lương thực của họ. Khối lượng sản phẩm mà 3 nhà máy đã bán từ năm 1998 là 389,3 tấn bột.

Sự thay đổi doanh số bán phục vụ chương trình hỗ trợ khẩn cấp được thể hiện qua biểu đồ dưới đây:





3. MỘT NGUỒN THU NHẬP CHO NHIỀU NHÓM TÁC NHÂN ĐỊA PHƯƠNG VỚI THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG TRÊN QUY MÔ QUỐC GIA

Những đối tượng được hưởng lợi từ hoạt động của Fasevie

Hoạt động kinh tế xã hội			Phát triển công nghiệp, nông thôn và kinh tế
10	Nhà cung cấp máy móc thiết bị, bao bì, hương liệu, premix, in ấn...	Đầu vào 	
Thu hoạch từ	150 hộ nông dân trong vòng 5 năm		
300 tấn	Gạo		
80 tấn	Đậu tương		
30 tấn	Vùng		
2	Nhà máy sản xuất	Sản xuất 	
20	Công nhân, kỹ thuật viên		
450 tấn	Bột sản xuất được		
3	Tỉnh	Marketing 	
600	Điểm bán hàng		
7	Huyện	Giáo dục dinh dưỡng 	
1.800	Cộng tác viên		
Đối tượng hưởng lợi			Phát triển xã hội
45.000	Bà mẹ có con dưới 2 tuổi được thăm hỏi, trong đó mỗi tháng có thêm 2000 bà mẹ	Đối tượng khách hàng và trẻ 	

Fasevie đã góp phần tạo ra một hoạt động kinh tế sản xuất thức ăn bổ sung tại ba nhà máy của Việt Nam. Lưu ý là nhà máy ở Đà Nẵng, doanh nghiệp tư nhân duy nhất tham gia chương trình đã ngừng hoạt động năm 2002, nguyên nhân chủ yếu là do nhà máy không thiết lập được quan hệ hợp tác chặt chẽ với ngành y tế của tỉnh.

Với việc duy trì hoạt động lâu dài cho các nhà máy của Tam Kỳ và Hà Tĩnh, Fasevie đã góp phần tạo ra khoảng 20 việc làm cho các kỹ thuật viên, công nhân và người bán hàng. Do sản phẩm được chế biến hoàn toàn từ các nguyên liệu và trang thiết bị của địa phương nên chương trình đã giúp tạo việc làm cho nhiều nhà máy khác như nhà máy cung cấp nguyên liệu nông nghiệp và phi nông nghiệp (bao bì, in ấn...), nhà máy sản

xuất thiết bị, các công ty xây dựng và nâng cấp nhà xưởng.

Từ năm 1998 đến cuối năm 2002, ba nhà máy đã sản xuất được 450 tấn thức ăn bổ sung, tương đương khoảng 15 tỷ đồng. Để đạt được khối lượng sản phẩm này, các nhà máy đã mua 300 tấn gạo, 80 tấn đậu tương, 30 tấn vừng. Chỉ riêng việc mua gạo đã tạo việc làm cho khoảng 150 hộ nông dân (trong đó mỗi hộ có trung bình 315m² đất canh tác, đạt sản lượng 3,8 tấn/ha mỗi vụ, 3 vụ/năm).

Tại 7 huyện có triển khai giáo dục dinh dưỡng, chương trình đã tập huấn được cho 1.800 cộng tác viên; hàng tháng những cộng tác viên này đi thăm hỏi 45.000 bà mẹ có con dưới hai tuổi.

4. NHỮNG THÀNH QUẢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH CÓ THỂ DUY TRÌ LÂU DÀI?

Trong suốt quá trình thực hiện dự án, các định hướng cũng như những lựa chọn mang tính chiến lược đều thể hiện mong muốn đảm bảo tính bền vững cho các hoạt động của chương trình. Đến nay, chúng ta có thể nói gì về điều này?

4.1. Mạng lưới giáo dục dinh dưỡng vẫn luôn hoạt động

Mạng lưới của Hội liên hiệp phụ nữ đã, đang và sẽ tồn tại ngay cả khi chương trình kết thúc: Fasevie đã giúp Hội đa dạng hoá hoạt động thông qua củng cố kỹ năng cho các hội viên, tôn trọng cơ cấu tổ chức và những hạn chế của họ, đảm bảo cho họ có một nguồn thu nhập thoả đáng từ hoạt động giáo dục dinh dưỡng. Những yếu tố này sẽ không mất đi khi chương trình phát triển kết thúc vì Hội liên hiệp phụ nữ đã lĩnh hội được chúng.

4.2. Thức ăn cho trẻ em hiệu quả và được ưa chuộng

Những kết quả đáng khích lệ của các cuộc điều tra đánh giá chắc chắn là một trong những yếu tố chính đảm bảo sự bền vững cho hoạt động: mục tiêu đưa ra thị trường một loại thức ăn có chất lượng dinh dưỡng tốt cho trẻ đang trong thời kỳ ăn dặm đã đạt được, ảnh hưởng của loại thức ăn này

tối trạng thái dinh dưỡng của trẻ có vẻ rất tích cực. Hơn nữa, với công thức chế biến theo mong đợi của thị trường, các thức ăn này được người tiêu dùng ưa chuộng.

4.3. Đối tượng khách hàng của các sản phẩm bột mở rộng hơn

Nhưng từng đó chưa phải tất cả... chi phí sản xuất được giảm thiểu giúp hạ giá bán bột ăn liền, điều này cho phép tăng số hộ có đủ khả năng mua sản phẩm một cách thường xuyên.

Kết quả: trẻ sơ sinh sử dụng đều đặn thức ăn phù

Favina sản xuất tại Quảng Nam được bán ra với giá 12.000 VND/400g, Favilase giá 5.000 VND/150g, tương đương với giá thức ăn từ 3.000 đến 1.000 VND/trẻ/ngày.

Chỉ có 2 đối thủ cạnh tranh tại địa phương cùng sản xuất bột "loại Favina". Giá bán của các sản phẩm này là 18.000 VND/400g và 10.000 VND/250g tương đương với 4.500 và 4.000 VND/trẻ/ngày. Giá bán của sản phẩm cùng loại nhập ngoại cao hơn từ 2 đến 4 lần.



hợp với nhu cầu dinh dưỡng đặc thù, tình trạng suy dinh dưỡng trẻ em giảm đáng kể.

Việc cần làm hiện nay là tiếp cận những đối tượng nghèo nhất, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số ở miền núi, những người đã không thể mua bột Favina, Favilo hay thực phẩm bổ sung Favilase. Để làm được điều đó, Fasevie đã hỗ trợ các đối tác xây dựng một nhà máy sản xuất bột nấu. Đây là loại bột rất phù hợp với đối tượng khách hàng này: chi phí sản xuất rất thấp; cách thức chế biến đảm bảo chất lượng vệ sinh, phù hợp với đối tượng khách hàng có kiến thức về vệ sinh thực phẩm hạn chế. Nhà máy ở Hà Nội chỉ sản xuất loại bột nấu, và hiện nay sản phẩm này đang được thử nghiệm tại tỉnh Bắc Kạn.

4.4. Các doanh nghiệp có thể trụ vững

Trong số các yếu tố chính đảm bảo tính bền vững, quan trọng nhất là doanh nghiệp có thể tiếp tục hoạt động sản xuất một cách độc lập và có lãi khi chương trình hợp tác kết thúc. Đến nay, đội ngũ nhân viên của các doanh nghiệp đã được đào tạo đầy đủ, chất lượng sản phẩm tốt và ổn định, hoạt động sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của Fasevie dường như đã giúp cho doanh nghiệp thu được lợi nhuận thỏa đáng.

Hiện nay, các cơ sở sản xuất bột cho trẻ em đã đạt mức sản xuất đủ để sinh lời. Ngưỡng thu lợi nhuận bắt đầu từ 3.000 hộp 400g bột ăn liền/tháng.

Hơn nữa, mỗi doanh nghiệp đều tự tay quản lý mọi mối liên hệ cần thiết cho sự phát triển của doanh nghiệp mình (nhà cung cấp nguyên liệu, bao bì, trang thiết bị, nhà thiết kế,...).

Doanh nghiệp tư nhân ở Đà Nẵng không thể phát triển một thị trường tiêu thụ lớn ở thành phố này vì những lý do như đã nêu ở phần trước. Tuy nhiên, xưởng sản xuất đặt tại đây hiện vẫn còn hoạt động, và như vậy doanh nghiệp có thể đáp ứng các đơn đặt hàng không thường xuyên của các tổ chức quốc tế nếu mức lợi nhuận thỏa đáng.

Để đảm bảo lợi nhuận lâu dài và giúp các doanh nghiệp này đứng vững trên thị trường, việc đa dạng hóa sản phẩm đã được thực hiện với sự hợp tác của Fasevie: đa dạng hóa sản phẩm bột cho trẻ (nhiều loại bao bì, vị thức ăn khác nhau...).

Trong chiến lược của mình Fasevie cũng dự kiến giúp đỡ các doanh nghiệp tiếp cận thị trường mới để tối ưu hóa công suất máy móc thiết bị: sản xuất thêm các sản phẩm ép như bánh mặn, cháo và mì ăn liền, ngũ cốc ăn sáng...

5. TẠO KHẢ NĂNG TỰ LẬP CHO CÁC TÁC NHÂN VIỆT NAM, CHUYỂN GIAO CHƯƠNG TRÌNH: TRIỂN VỌNG VÀ TRỞ NGẠI

Chương trình đã cố gắng hết sức mình để các đối tác Việt Nam ở trung ương và địa phương có thể tiếp quản tất cả các hoạt động. Dù thế nào, các hoạt động này vẫn sẽ tiếp tục được triển khai, ngay cả khi tất cả nguồn đầu tư tài chính bên ngoài bị cắt dần.

Hơn nữa, nhờ được tập huấn, các tác nhân trung ương và địa phương đang tiếp nhận những công cụ và kỹ năng cơ bản, giúp họ từng bước tự chủ về mặt kỹ thuật và tài chính. Các đối tác chính của chương trình như VDD và Trung ương Hội liên hiệp phụ nữ đóng vai trò then chốt trong

việc thực hiện các bước tiếp theo của dự án. VDD sẽ tiếp tục các hoạt động liên quan đến dinh dưỡng (chiến lược quốc gia, tạo sản phẩm mới...). Mạng lưới của Hội liên hiệp phụ nữ có thể sẽ tiếp tục hoạt động giáo dục dinh dưỡng và tiếp thị xã hội sản phẩm thông qua mạng lưới cộng tác viên có khả năng len lỏi vào từng ngõ ngách của thôn xóm.

Để các kỹ năng này không bị mai một, dự kiến các chuyên gia đã được Fasevie đào tạo sẽ được các cơ quan nhà nước của Việt Nam nhận vào làm việc.

TIẾN TỚI CHUYỂN GIAO CHƯƠNG TRÌNH

Công việc tiến hành ở những giai đoạn trước với sự hợp tác giữa các tác nhân y tế và dinh dưỡng của Pháp và Việt Nam đã cho phép tổng kết được nhiều kỹ năng, kinh nghiệm, tạo nên một “bộ công cụ” được thử nghiệm và được chính thức công nhận, góp phần tích cực và hiệu quả vào công tác giảm tỉ lệ suy dinh dưỡng ở trẻ em trong những bối cảnh khác nhau ở Việt Nam.

Giai đoạn III của Fasevie sắp được triển khai. Giai đoạn này gồm hai mảng hoạt động được thực hiện trong vòng ba năm: củng cố những thành quả đã đạt được tại các tỉnh thí điểm và hỗ trợ cho quá trình tạo khả năng tự lập cho các đối tác cấp tỉnh; chuẩn bị để mô hình Fasevie thích nghi với sự thay đổi quy mô, chuyển giao kỹ năng khoa học và kỹ thuật tích lũy được trong quá trình hợp tác Pháp-Việt.

Giai đoạn này sẽ được đánh giá là thành công nếu các tác nhân y tế và dinh dưỡng ở các tỉnh thí điểm đủ khả năng hoạt động độc lập, những công cụ hữu ích cho việc nhân rộng chương trình ra qui mô cả nước được triển khai, thành tựu khoa học và kỹ thuật được phổ biến thông qua một cuộc hội thảo tổng kết có sự tham gia của các chuyên gia khu vực Châu Á và các tác nhân Việt Nam tại địa bàn, và thông qua việc xuất bản các tài liệu tổng kết kinh nghiệm.



Dự kiến các chuyên gia do Fasevie đào tạo sẽ được các cơ quan Việt Nam nhận vào làm (cán bộ phụ trách sản xuất, tiếp thị, giáo dục dinh dưỡng, đào tạo, đa dạng hóa sản phẩm và chất lượng). Các cơ quan này là Viện Dinh dưỡng, Hội liên hiệp phụ nữ, và các viện công nghệ thực phẩm. Các kỹ sư sẽ được trả lương theo chế độ công chức của Việt Nam.

Về tổng thể, do từ nay Fasevie được đưa vào kế hoạch hành động quốc gia nhằm tăng cường các loại thức ăn nên chương trình sẽ góp phần giúp Bộ Y tế tìm ra những nguồn tài trợ lâu dài để thực hiện chiến lược trên qui mô toàn quốc.

Fasevie sẽ giúp đỡ về mặt thể chế cho các nhà lãnh đạo Việt Nam để củng cố chính sách dinh dưỡng quốc gia.

Sau cùng, GRET, VDD và đại diện Ngân hàng phát triển châu Á (ADB) vẫn đang cùng nhau trao đổi để hoàn thành “Kế hoạch đầu tư quốc gia” (*Country Investment Plan - CIP*) giúp chính phủ Việt Nam được nhận một khoản vay của ADB. Trên thực tế, Fasevie đã thành công trong việc thuyết phục các chuyên gia của ADB rằng đây là một cách làm đầy hiệu quả trong xóa đói giảm nghèo. Nguồn tài chính mà ADB cấp cho Bộ Y tế thông qua VDD có thể giúp chi trả phần lớn các chi phí hoạt động trên thực địa trong bối cảnh hiện nay.



NHỮNG NGƯỜI THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH FASEVIE

GRET (Tổ chức Nghiên cứu và Chuyển giao công nghệ)

Chantal Monvois
Jacques Monvois
Bertrand Salvignol
Eric Fabry
Arnaud Lailou

Ông Phạm Văn Phú

Ông Nguyễn Văn Hoan
Ông Nguyễn Trung Hiếu
Ông Đỗ Mạnh Cường
Ông Nguyễn Văn Hiếu
Ông Đinh Đức Tuấn
Ông Khuông Mạnh Thắng

Ông Nguyễn Văn Sơn

Phụ trách Chương trình của GRET
Phụ trách Chương trình đến tháng 1 năm 2000
Điều phối viên Chương trình từ 6/1997 đến 6/2002
Điều phối viên Chương trình từ 7/2002 đến 9/2003
Nguyên Trợ lý Điều phối viên và Điều phối viên Chương trình (từ tháng 10/2003)
Nghiên cứu sinh - Đại học Y Hà Nội, người điều phối các nghiên cứu đánh giá chương trình
Kỹ sư phụ trách sản xuất
Kỹ sư phụ trách giáo dục dinh dưỡng
Điều phối viên chương trình tại tỉnh Quảng Nam
Điều phối viên chương trình tại tỉnh Đà Nẵng, phụ trách marketing
Điều phối viên chương trình tại tỉnh Hà Tĩnh
Kỹ sư phụ trách sản xuất và điều phối viên chương trình tại tỉnh Bắc Kạn
Phụ trách đào tạo

IRD (Viện Nghiên cứu phát triển)

Serge Trèche

Jacques Berger

Claire Mouquet
Mourad Moursi
Béatrice Sénémaud

Giám đốc Nghiên cứu, Chuyên gia Dinh dưỡng,
Phụ trách Chương trình của IRD
Giám đốc Nghiên cứu, Chuyên gia dinh dưỡng và đại diện của IRD tại Việt Nam
Phụ trách Nghiên cứu
Cán bộ nghiên cứu của dự án
Cán bộ nghiên cứu hợp đồng (1998-1999)

VDD (Viện Dinh dưỡng quốc gia)

Giáo sư Hà Hữu Khôi
Giáo sư Nguyễn Công Khanh
T.S Nguyễn Xuân Ninh
Ông Giáp Văn Hà
Trần Thị Ngọc Hà
Trịnh Bảo Ngọc

Cố vấn của Bộ Y tế, nguyên giám đốc
Giám đốc
Cán bộ nghiên cứu
Kỹ sư, phụ trách đơn vị thí điểm
Sinh viên, thực hiện điều tra tại Hà Tĩnh năm 1996-1997
Sinh viên, thực hiện điều tra tại Hà Tĩnh năm 1998-1999

Tỉnh Quảng Nam

Bà Hồ Thị Thanh Lam
Ông Trần Văn Hoan
Ông Nguyễn Văn Mỹ
Ông Đỗ Văn Ngọc

Bà Phan Thị Yến Nhi

Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân tỉnh
Giám đốc Trung tâm Y tế dự phòng
Công ty Chế biến Thực phẩm và Dịch vụ Quảng Nam
Phụ trách sản xuất của Công ty Chế biến Thực phẩm và Dịch vụ Quảng Nam
Phó Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ tỉnh

Tỉnh Hà Tĩnh

Ông Tăng Nghĩa
Bà Nguyễn Thị Nguyệt
Ông Nguyễn Hồng Phúc
Ông Trần Văn Sỹ
Ông Dương Ngọc Lữ

Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân tỉnh
Phó Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ tỉnh
Giám đốc Công ty Dược phẩm Hatipharco
Phó Giám đốc Sở Y tế
Giám đốc Trung tâm Y tế dự phòng

Đà Nẵng

Ông Nguyễn Hoàng Long
Ông Trần Văn Nhật
Bà Lê Thị Ban
Ông Lê Văn Hà

Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân tỉnh
Giám đốc Trung tâm Y tế Dự phòng
Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ huyện Hoà Vang
Giám đốc Công ty Hương Lan

Và còn rất nhiều người mà chúng tôi không thể nêu hết tên, đặc biệt là các **tập huấn viên, cán bộ Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam** tại cơ sở và các **cộng tác viên của Hội**, những người đã tham gia lắp đặt các trang thiết bị, thiết kế, dịch và soạn thảo các tài liệu phổ biến kiến thức, quản lý và đảm bảo cho dự án được triển khai thuận lợi.

LỜI CẢM ƠN

Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới:

François Geay, Cố vấn kỹ thuật cho Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn của Việt Nam, nguyên Trưởng đại diện của GRET tại Việt Nam.

Damien Thibault, Trưởng đại diện của GRET tại Việt Nam.

Anne Sénemaud, nguyên Tùy viên Hợp tác Phi tập trung tại Đại sứ quán Pháp tại Việt Nam.

Serge Snrech, Phó Tham tán phụ trách hợp tác tại Đại sứ quán Pháp tại Việt Nam.

Jean-Anne Ville, phụ trách Phòng Khai thác của IRD, là người khởi xướng chương trình hợp tác này.

Ban Giám đốc Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp Việt Nam (VASI), **Giáo sư Đào Thế Tuấn**, và Bộ môn Hệ thống Nông nghiệp của VASI, các ông **Đào Thế Anh** và **Vũ Trọng Bình** đã hỗ trợ chương trình với đội ngũ cán bộ giỏi chuyên môn, trong đó có ê-kíp Fasevie, góp phần vào sự thành công của dự án.

Chúng tôi đặc biệt xin cảm ơn các đối tác tài chính đã giúp đỡ chúng tôi thực hiện chương trình này: **Hội đồng tỉnh Côtes d'Armor** trong khuôn khổ chương trình hợp tác phi tập trung với tỉnh Hà Tĩnh, **Hội đồng vùng Nord-Pas de Calais** trong khuôn khổ chương trình hợp tác phi tập trung với các tỉnh Quảng Nam và Đà Nẵng, Phái đoàn hợp tác phi chính phủ của **Bộ Ngoại giao Pháp, Ủy ban của Pháp về Unicef**, và các đại diện của **Unicef** tại Hà Nội.

TÀI LIỆU VỀ HỢP TÁC PHÁP - VIỆT

Hợp tác của Pháp: sự kiện và con số	Số 4 - 2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	Tiếng Anh
-------------------------------------	-------------	------------	------------	-----------

➤ Tài liệu chuyên đề

Hợp tác của Pháp trong lĩnh vực y tế ở Việt Nam	Số 8 - 2002	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	Tiếng Anh
Hoạt động của Pháp trong lĩnh vực phát triển đô thị ở Việt Nam	Số 9 - 2002	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	Tiếng Anh
Hoạt động của Pháp trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực	Số 1 - 2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	
Nước Pháp và tiếng Pháp ở Việt Nam	Số 3 - 2003	Tiếng Pháp		
Hoạt động của các đơn vị hành chính địa phương	Số 5 - 2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	
Hoạt động của Pháp trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn	Số 6 - 2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	

Tài liệu phát hành năm 2004

Hoạt động của Pháp trong quá trình hỗ trợ chuyển đổi kinh tế và chính trị

Hoạt động của Pháp trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học kỹ thuật

Hoạt động của Pháp trong các lĩnh vực môi trường, nước và năng lượng

Hoạt động của Pháp trong lĩnh vực văn hoá

➤ Nghiên cứu

Giáo dục và đào tạo đại học ở Việt Nam (Jacques Hallak)	Số 2 - 2002	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	
Phát triển vùng ven đô ở Hà Nội: những thách thức mới	Số 5 - 2002	Pháp - Việt		
Thành cổ Trung - Việt: một số suy nghĩ về vai trò và vị trí của Hà Nội thời xưa (Philippe Papin)	Số 6 - 2002	Tiếng Pháp		
Việt Nam cần xây dựng chính sách công nghệ theo hướng nào? (Frédérique Sachwald, Thierry Paulmier)				
Nhà ở có thu nhập thấp ở Thành phố Hồ Chí Minh	Số 10 - 2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	Tiếng Anh
Fasevie: một giải pháp độc đáo cho vấn đề suy dinh dưỡng trẻ em ở Việt Nam	Số 1 - 2004	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	
Kỷ yếu hội thảo PAOPA: "Các phương pháp tiếp cận mới phục vụ phát triển nông nghiệp"	2003	Tiếng Pháp	Tiếng Việt	

Phần lớn các tài liệu trên đây có thể truy cập theo địa chỉ:

www.ambafrance-vn.org



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Đại sứ quán Pháp tại Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam
57, Trần Hưng Đạo - Hà Nội - ĐT: 943 77 19 - www.ambafrance-vn.org

AMBAFRANCE