

PHÁT TRIỂN CHUỖI SẢN PHẨM TỎI TÍA BA ĐỒN: TỪ Ý TƯỞNG KHOA HỌC ĐẾN THỰC TIỄN KHỞI NGHIỆP

LÝ THỊ THU HOÀI¹; TRẦN VIỆT DŨNG²; LÝ THỊ CẨM NHUNG²;
NGUYỄN TIẾN ĐẠT³; NGUYỄN TÙNG NAM⁴

¹Trường Đại học Quảng Bình; ²Bệnh viện Hữu nghị Việt Nam - Cuba Đồng Hới

³Đảng ủy xã Trường Sơn; ⁴Công ty TNHH Tư vấn đầu tư Quang Minh Inco

1. Đặt vấn đề

Trồng tỏi lấy củ là nghề truyền thống lâu đời của người dân ở các xã vùng Nam Quảng Trạch, sau là thị xã Ba Đồn, đặc biệt là tại xã Quảng Minh, tỉnh Quảng Bình (cũ). Với đặc điểm củ chắc, thơm nồng, vị cay đặc trưng, tỏi tía Ba Đồn được người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng, giá trị. Năm 2017, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Quảng Bình (cũ) phối hợp với UBND thị xã Ba Đồn (cũ) triển khai mô hình “Xây dựng thương hiệu tỏi tía Ba Đồn” [1]. Nhận thấy tiềm năng và giá trị của giống tỏi tía, những năm gần đây, người dân thôn Cồn Nấm, xã Quảng Minh (cũ) đã mạnh dạn chuyển đổi đất trồng lúa sang canh tác tỏi, từng bước đưa tỏi tía trở thành cây trồng chủ lực trong phát triển kinh tế địa phương [2].

Tỏi là một loại thực phẩm có giá trị dinh dưỡng và dược tính cao, là một loại gia vị phổ biến, đồng thời cũng là một vị thuốc quý trong y học cổ truyền và hiện đại. Theo nhiều tài liệu, thành phần allicin trong tỏi có khả năng kháng khuẩn, kháng virus, hỗ trợ tăng cường miễn dịch và giảm nguy cơ mắc cúm, cảm lạnh [3, 4]. Ngoài ra, các nghiên cứu cũng cho thấy tỏi còn có tác dụng hạ huyết áp, điều hòa cholesterol, làm giãn mạch và cải thiện lưu thông máu, có thể làm giảm mức cholesterol xấu (LDL) và tăng cholesterol tốt (HDL), từ đó phòng ngừa các bệnh tim mạch [5]. Các hợp chất lưu huỳnh trong tỏi giúp giảm viêm và chống lại các gốc tự



Hình 1. Các sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn của Hộ kinh doanh Thu Hoài Lab

do - nguyên nhân gây lão hóa và nhiều bệnh mạn tính. Tỏi có thể kích thích tiết dịch vị, thúc đẩy quá trình tiêu hóa và hạn chế đầy bụng, chướng hơi; tỏi còn có khả năng tiêu diệt nhiều loại vi khuẩn và nấm, kể cả những vi khuẩn kháng thuốc [6, 7]. Tuy nhiên, nhược điểm của tỏi tươi là có mùi nồng và vị cay, gây khó chịu khi sử dụng, đặc biệt với trẻ nhỏ.

Xuất phát từ những trở ngại về một sản phẩm dễ sử dụng, hạn chế được nhược điểm về mùi khó chịu của tỏi song vẫn giữ nguyên giá trị dược liệu, đồng thời tiện dụng cho cuộc sống bận rộn ngày nay. Từ năm 2020, nhóm nghiên cứu đã bắt đầu chế biến thử nghiệm sản phẩm mật ong tỏi lên men dạng siro với gần 300 người dùng trải nghiệm với mục đích tăng cường miễn dịch, giảm ho, tiêu đờm và hỗ trợ giảm triệu chứng giữa mùa Covid-19... Đa số

người dùng đánh giá vị dễ uống và có hiệu quả đối với các triệu chứng cảm, ho, khan cổ, rát họng. Sản phẩm dạng nguyên tếp tỏi sau khi đã lên men cũng ít mùi, vị bùi, dễ ăn. Đặc biệt, nhiều trẻ nhỏ uống dễ dàng, thậm chí là yêu thích mùi vị của sản phẩm. Sự phản hồi tích cực từ người dùng đã tạo động lực cho nhóm tiếp tục nghiên cứu, phát triển.

Sau 5 năm nghiên cứu và phát triển, đến nay, nhóm nghiên cứu đã hoàn thiện bộ sản phẩm gồm: siro tỏi tía Ba Đồn (dành cho phân khúc khách hàng dưới 6 tuổi và phân khúc khách hàng từ 6 tuổi trở lên), sản phẩm tỏi lên men sấy dẻo (nguyên tếp) và bột tỏi (nguyên

chất). Nội dung bài viết này tập trung giới thiệu về mô hình phát triển sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn trong 5 năm qua.

2. Mô hình phát triển chuỗi sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn

Con đường từ hình thành ý tưởng đến hoàn thiện sản phẩm trải qua nhiều giai đoạn, cần sự hỗ trợ, kết nối của nhiều chuyên gia, cơ sở nghiên cứu, cơ quan quản lý và cộng đồng tiêu dùng. Sau 5 năm, vượt qua những khó khăn, thử thách, nhóm nghiên cứu chia sẻ quy trình phát triển mô hình chuỗi sản phẩm tỏi tía Ba Đồn như sau:

Hình 2. Sơ đồ mô hình khởi nghiệp của Hộ kinh doanh Thu Hoài Lab



- Giai đoạn 1: Từ ý tưởng đến hình thành sản phẩm thử nghiệm.

Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn cuộc sống, nhóm thực hiện đã hình thành ý tưởng làm thế nào để chế biến củ tỏi thành những sản phẩm dễ sử dụng, hạn chế mùi, song vẫn giữ và nâng cao giá trị dược tính của tỏi đến với người dùng, đặc biệt cho trẻ nhỏ và người có hệ tiêu hóa nhạy cảm.

Sản phẩm siro mật ong tỏi lên men được

chế biến theo phương pháp tự nhiên, ra đời trong giai đoạn cao điểm của đại dịch Covid-19 và nhanh chóng nhận được sự quan tâm từ cộng đồng; những phản hồi tốt về hiệu quả khi hỗ trợ các triệu chứng ho, cảm, khan cổ,... Từ đó, nhóm thực hiện có động lực tiếp tục phát triển số lượng, nghiên cứu kỹ hơn các quy trình, công thức và điều kiện lên men, các phương pháp lên men để có được quy trình tối ưu cho sản phẩm đầu tiên. Giai đoạn này tập trung vào thử

nghiệm công thức, tối ưu quy trình và đánh giá hiệu quả thực tế thông qua khảo sát người dùng.

- Giai đoạn 2: Hoàn thiện sản phẩm và công bố sản phẩm; Quảng bá và xây dựng thương hiệu.

Đây là giai đoạn phát triển trên rất nhiều kênh, liên kết với nhiều chuyên gia, doanh nghiệp để nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời từng bước thương mại hóa sản phẩm và phát triển các kênh bán hàng, cụ thể:

+ Phát triển chất lượng: Sản phẩm được giới thiệu đến các chuyên gia trong lĩnh vực hóa học, sinh học, dinh dưỡng và y học để lấy ý kiến phản biện, chỉnh sửa quy trình sản xuất và từng bước cải tiến công thức, hoàn thiện quy trình để cho ra mắt những sản phẩm chất lượng tốt nhất.

+ Phát triển nhãn hiệu sản phẩm: Song song với phát triển về chất lượng, đã liên kết với các doanh nghiệp, hợp tác xã nhằm học tập kinh nghiệm về sản xuất và thương mại hóa sản phẩm. Từ những nhãn đen trắng ban đầu, nay sản phẩm được thiết kế bao bì chuyên nghiệp, thông tin đầy đủ hơn. Các sản phẩm được nghiên cứu thiết kế nhỏ gọn phù hợp với định hướng trở thành đặc sản - quà tặng của tỉnh nhà, hướng đến thị trường du lịch.

+ Phát triển cơ sở vật chất: Từ sản xuất thử nghiệm thủ công, nhóm nghiên cứu mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư xây xưởng, mua máy móc thiết bị hỗ trợ sản xuất (máy bóc tỏi, máy cắt, máy sấy) và phòng trưng bày, giới thiệu sản phẩm.

+ Kiểm nghiệm và công bố sản phẩm: Sản phẩm được kiểm nghiệm và đáp ứng các tiêu chuẩn theo quy định hiện hành trước khi đăng ký lưu hành trên thị trường đến tay người tiêu dùng.

+ Phát triển các kênh bán hàng, quảng bá sản phẩm: Là nhóm khởi nghiệp với số vốn ít ỏi, tự xoay vòng tiền vốn, nhóm tập trung phát triển các kênh bán hàng online là chủ yếu. Xuất phát ban đầu là sử dụng facebook, zalo cá nhân để tương tác, giới thiệu sản phẩm. Sau khi sản phẩm đã được khẳng định về chất lượng và dần hoàn thiện nhãn mác, nhóm bắt đầu lập



Hình 3. Sản phẩm siro tỏi tía Ba Đồn của Hộ kinh doanh Thu Hoài Lab

fanpage để phát triển kênh riêng cho sản phẩm và từng bước xây dựng các kênh bán hàng trên shopee, tiktok. Trong thời gian tới, nhóm sẽ tiếp tục phát triển các đại lý và đặc biệt là liên kết, hợp tác với các đơn vị du lịch, các siêu thị và cửa hàng đặc sản của tỉnh để đưa sản phẩm tiếp cận đến nhiều người sử dụng hơn.

- Giai đoạn 3: Phát triển chuỗi sản phẩm.

Thực chất giai đoạn này cũng được phát triển song song trong quá trình phát triển giai đoạn 2. Với mục tiêu sử dụng tối đa nguồn nguyên liệu, mở rộng phân khúc và sức mua từ người tiêu dùng thì phải đa dạng hóa sản phẩm. Từ đó, nhóm nghiên cứu đã phát triển song song cùng với sản phẩm siro mật ong tỏi lên men là các sản phẩm tỏi lên men sấy dẻo (tỏi đen nguyên tép), bột tỏi và định hướng phát triển thêm một số sản phẩm như phân bón, viên nén từ vỏ tỏi,...

3. Bài học kinh nghiệm

Từ con đường hình thành và phát triển chuỗi sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn của nhóm, tới thời điểm hiện tại, nhóm thực hiện rút ra một số bài học kinh nghiệm trong quá trình nghiên cứu khoa học, khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, kinh nghiệm đi từ nghiên cứu đến thực tiễn như sau:

Thứ nhất, ý tưởng nghiên cứu khoa học, khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo phải xuất phát từ

cuộc sống và phục vụ cuộc sống. Từ nhu cầu thực tiễn, mạnh dạn dám nghĩ, dám làm, dám thử nghiệm bằng kiến thức và đam mê để hình thành nên sản phẩm bước đầu.

Thứ hai, trên con đường phát triển và hoàn thiện sản phẩm cần có sự kết nối, hợp tác để có sự đóng góp ý kiến toàn diện về chất lượng, hình thức, con đường kinh doanh và thương mại hóa sản phẩm. Do đó, cần thiết và nêu cao sự kết nối “Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp - Nhà nông” trong đào tạo và nghiên cứu khoa học, hỗ trợ khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo.

Thứ ba, tìm kiếm nhà tài trợ tài chính hỗ trợ nghiên cứu, phát triển sản phẩm và đổi mới sáng tạo, đầu tư vốn ban đầu. Để nghiên cứu khoa học có chất lượng, kết quả đáp ứng độ tin cậy thì sau những ý tưởng và thử nghiệm thủ công ban đầu, cần thiết có sự hỗ trợ tài chính từ các cơ quan, các nhà đầu tư và doanh nghiệp để phân tích, kiểm nghiệm, đối chứng các mẫu nhằm lựa chọn quy trình sản phẩm tối ưu nhất đưa vào sản xuất mở rộng. Quá trình sản xuất nhân rộng mô hình, công nghiệp hóa, thiết lập dây chuyền tự động hóa tạo ra được sự đột phá trong chuyển giao công nghệ, chuyển kết quả nghiên cứu và sản xuất cũng là một quá trình cần vốn đầu tư ban đầu rất lớn và cần thiết có sự quan tâm, đầu tư của các cơ quan, ban ngành liên quan.

Tài liệu tham khảo:

1. Thùy Trang, *Xây dựng thương hiệu tỏi tía Ba Đồn*, Tạp chí Thông tin Khoa học và Công nghệ Quảng Bình, số 1, 2019.
2. <https://badontv.vn/kinh-te/tang-thu-nhap-tu-cay-toi-tia-6391.html>.
3. Jafari, Fatemeh et al (2023), *Therapeutic effects of garlic (Allium sativum) on female reproductive system: A systematic review*, Heliyon, Volume 9, Issue 12, e22555.
4. Gebreyohannes, G., & Gebreyohannes, M. (2013), *Medicinal values of garlic: A review*. International Journal of Medicine and Medical Sciences, 5(9), 401-408.
5. Verma, T., Aggarwal, A., Dey, P., Chauhan, A. K., Rashid, S., Chen, K. T., & Sharma, R. (2023), *Medicinal and therapeutic properties of garlic, garlic essential oil, and garlic-based snack food: An updated review*. Frontiers in nutrition, 10, 1120377.
6. Tesfaye, K., Kassahun, T., Girma, B., Meressa, A., Sisay, B., & Tessema, S. (2021), *Medicinal Values of Garlic () in Non*.
7. Mondal, A., Banerjee, S., Bose, S., Mazumder, S., Haber, R. A., Farzaei, M. H., & Bishayee, A. (2022), *Garlic constituents for cancer prevention and therapy: From phytochemistry to novel formulations*. Pharmacological research, 175, 105837.



Hình 4. Một số sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn của Hộ kinh doanh Thu Hoài Lab

4. Kết luận

Sau 5 năm nghiên cứu và phát triển, mô hình phát triển chuỗi sản phẩm từ tỏi tía Ba Đồn vẫn đang trên con đường hoàn thiện và từng bước thương mại hóa sản phẩm. Con đường thương mại hóa và đưa sản phẩm vào chuỗi cung ứng thị trường gặp nhiều khó khăn, nhưng với sự kiên trì, đam mê và tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm, nhãn hiệu, sản phẩm sẽ sớm được khẳng định trên thị trường trong nước. Qua quá trình phát triển, nhóm thực hiện cũng rút ra được những bài học kinh nghiệm trong kết nối và chuyển giao công nghệ, đưa kết quả nghiên cứu khoa học vào thực tiễn sản xuất, nhân rộng mô hình. Sự kết nối hỗ trợ giữa “Nhà khoa học, Nhà doanh nghiệp và Nhà nông” là yếu tố quan trọng trong quá trình phát triển, nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo ■