

TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN “MỖI XÃ, PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM”: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI THÀNH PHỐ CẨM PHẢ, TỈNH QUẢNG NINH

Phạm Thị Thanh Mai

Tóm tắt

Quảng Ninh là tỉnh đi đầu trong triển khai thực hiện đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP), trong đó thành phố (TP) Cẩm Phả là một trong những địa phương đạt được nhiều kết quả tốt. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai thực hiện đề án, Cẩm Phả vẫn còn bộc lộ một số hạn chế, tồn tại. Dựa trên các tài liệu thứ cấp thu thập được, nghiên cứu đánh giá thực trạng về công tác triển khai thực hiện đề án OCOP tại TP Cẩm Phả từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả triển khai đề án OCOP trên địa bàn thành phố, góp phần phát triển sản phẩm OCOP của tỉnh Quảng Ninh theo hướng gia tăng giá trị, đảm bảo tiêu chuẩn cao của Việt Nam và từng bước chuẩn hóa theo tiêu chuẩn quốc tế, phục vụ xuất khẩu.

Từ khóa: Đề án; triển khai; mỗi xã, phường một sản phẩm; OCOP; Cẩm Phả.

IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM “ONE COMMUNE, ONE PRODUCT”: CASE STUDY IN CAM PHA, QUANG NINH

Abstract

Quang Ninh is the leading province in implementing the program "One Commune One Product" (OCOP), in which Cam Pha city is one of the localities achieving many good results. However, in the process of implementing the program, Cam Pha still reveals some limitations and shortcomings. Based on the collected secondary documents, the study evaluates the current status of the OCOP implementation in Cam Pha, then proposes some solutions to promote and improve the effectiveness of the implementation of OCOP program in this city. The study contributes to the development of OCOP products in Quang Ninh province towards increasing value, ensuring high standards of Vietnam and gradually meeting international standards for exports.

Keywords: Programme; implementation; one commune, one product; OCOP; Cam Pha.

JEL classification: D, D04

1. Đặt vấn đề

“Mỗi xã một sản phẩm” là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị; là giải pháp, nhiệm vụ trong triển khai thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Năm 2012, Chương trình “Mỗi xã, phường một sản phẩm” Quảng Ninh đã được khởi xướng và chính thức triển khai từ năm 2013 theo Quyết định số 2870/QĐ-UBND [1] và đang tiếp tục thực hiện giai đoạn mới theo Quyết định số 2366/QĐ-UBND [2] của UBND tỉnh Quảng Ninh. Bản chất đây là các giải pháp để phát triển kinh tế từ các sản phẩm nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, truyền thống văn hóa, danh thắng các địa phương có tiềm năng, lợi thế vùng, miền nhằm nâng cao thu nhập cho người dân vùng nông thôn, bảo vệ môi trường và giữ gìn ổn định xã hội.

Cẩm Phả là một TP trực thuộc tỉnh Quảng Ninh, có tiềm năng, lợi thế rất lớn trong phát triển các sản phẩm OCOP. Trong thời gian gần đây trên địa bàn thành phố Cẩm Phả, đã có rất nhiều các sản phẩm OCOP đến từ các doanh nghiệp đem lại kết quả cao như các sản phẩm từ nước khoáng thiên nhiên, rượu ba kích, các sản phẩm nông

nghiệp, dược liệu, bánh đa gia truyền... Các sản phẩm OCOP được ghi nhận đã có những kết quả và tác động tích cực đến phát triển kinh tế xã hội của TP. Cẩm Phả, tạo đà phát triển địa phương.

Tuy nhiên trên thực tế trong quá trình triển khai đề án còn gặp nhiều khó khăn, nhiều nơi vẫn chưa đạt được hiệu quả. Nguyên nhân là do kinh tế TP. Cẩm Phả vẫn chủ yếu dựa vào ngành than nên việc phát triển nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, những làng nghề của từng địa phương chưa thật sự được quan tâm và phát triển. Trong khi đó, hiểu biết về sản phẩm, năng lực nghiên cứu và phát triển, áp dụng khoa học và đổi mới của người dân còn hạn chế. Các sản phẩm chưa hấp dẫn về hình thức, thiết kế bao bì, nhãn mác,... phần lớn chưa có tiêu chuẩn chất lượng rõ ràng. Kiến thức và kỹ năng về thị trường, năng lực xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm của địa phương, doanh nghiệp nội sinh còn yếu [3], [4]. Vì vậy, vấn đề nâng cao hiệu quả triển khai đề án OCOP tại TP. Cẩm Phả cần được tiếp tục nghiên cứu và hoàn thiện.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” (One village one product - OVOP được khởi xướng đầu tiên tại Nhật Bản từ thập niên 70 của thế kỷ trước,

nhằm phát huy thế mạnh của mỗi làng và tiếp sức cho sản phẩm trong nước vươn ra toàn cầu. Thực hiện phong trào, mỗi làng, xã ở Nhật Bản đã lựa chọn và tập trung sản xuất một sản phẩm có sức cạnh tranh trên thị trường, để đẩy mạnh sản xuất kinh doanh địa phương. Nhờ đó, nhiều đặc sản của các địa phương vốn có quy mô sản xuất manh mún, nhỏ lẻ đã trở thành thương hiệu lớn, không chỉ nổi tiếng tại Nhật Bản mà còn xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới. Phong trào OVOP trong 40 năm qua đã đạt được thành công lớn, làm thay đổi bộ mặt nông nghiệp Nhật Bản, tạo ra lượng lớn công ăn việc làm cho người lao động, giúp làm tăng giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm trong nước, từ đó tăng đáng kể thu nhập cho người dân nông thôn. Đến nay, phong trào OVOP của Nhật Bản đã lan tỏa sang nhiều quốc gia trên thế giới như Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Trung Quốc [5]... Sau khi nghiên cứu phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” của Nhật Bản, năm 2013 tỉnh Quảng Ninh đã triển khai OCOP và đưa thành chương trình kinh tế trọng điểm của địa phương.

Ở một số địa phương khác, đến nay đã có một số công trình nghiên cứu liên quan đến công tác triển khai đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm” như: Nghiên cứu của Đặng Huyền Trang [6] về công tác triển khai Chương trình OCOP tại tỉnh Sơn La còn gặp nhiều khó khăn như: các cấp, ngành chưa có nhiều kinh nghiệm trong tổ chức triển khai thực hiện; quá trình triển khai còn nhiều lúng túng; các doanh nghiệp chưa có tầm nhìn chiến lược trong xây dựng thương hiệu sản phẩm ..., từ đó đề xuất các giải pháp, chương trình hành động, chính sách hỗ trợ phát triển các sản phẩm mang tính đặc thù, có lợi thế của tỉnh Sơn La. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Thùy Chinh [4] đã đánh giá thực trạng triển khai đề án OCOP tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2013-2016; Xác định các sản phẩm làng xã có lợi thế cạnh tranh và đề xuất

ngành hàng ưu tiên phát triển của Quảng Ninh; Phân tích hệ thống tổ chức, và chính sách nhằm hỗ trợ phát triển các hình thức tổ chức sản xuất và thương mại hóa sản phẩm truyền thống tại các cộng đồng từ đó đề ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả việc triển khai đề án OCOP tỉnh Quảng Ninh cho giai đoạn tiếp theo.

3. Phương pháp nghiên cứu

Thông tin thứ cấp trong nghiên cứu được thu thập từ: các tài liệu, công trình nghiên cứu khoa học đã công bố, các ấn phẩm được xuất bản liên quan đến vấn đề nghiên cứu; Các văn bản, chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về triển khai đề án OCOP và các văn bản có tính pháp quy hướng dẫn cụ thể hóa quy trình đánh giá sản phẩm OCOP; Các văn bản, chính sách, báo cáo có liên quan đến phát triển các ngành nghề truyền thống của TP. Cẩm Phả và của tỉnh Quảng Ninh và chuỗi giá trị sản phẩm truyền thống của một số nước trên thế giới như Nhật Bản, Thái Lan, và một số địa phương đã triển khai chương trình OCOP... Nghiên cứu sử dụng phương pháp so sánh, thống kê mô tả kết hợp với phần mềm và các công cụ máy tính nhằm phân tích thực trạng công tác triển khai đề án “Mỗi xã, một sản phẩm” trên địa bàn TP. Cẩm Phả, tỉnh Quảng Ninh.

4. Thực trạng triển khai đề án ocop tại thành phố Cẩm Phả

4.1. Công tác ban hành các văn bản, chính sách liên quan đến triển khai đề án

Để thực hiện Đề án, TP đã thành lập Ban điều hành và xây dựng Kế hoạch để triển khai kế hoạch đến toàn thể hệ thống chính trị từ TP đến xã, phường và giúp toàn nhân dân hiểu, biết về Chương trình OCOP và chung tay tham gia thực hiện. Để nhằm cụ thể hóa chương trình định hướng phát triển đề án, UBND TP đã ban hành các loại văn bản, chính sách liên quan và được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 1: Số lượng văn bản, chính sách đã được ban hành liên quan đến triển khai OCOP

Năm	2017	2018	2019
Văn bản, chính sách của tỉnh Quảng Ninh	7	21	35
Văn bản, chính sách của TP. Cẩm Phả	5	16	31
Tổng số	12	37	66

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Như vậy, trong giai đoạn 2017-2019 TP. Cẩm Phả và tỉnh Quảng Ninh đã ban hành nhiều văn bản, số lượng tăng dần qua các năm. Các văn bản đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của đề án, cũng như thể hiện sự quan tâm của chính quyền tới việc thực hiện đề án. Các sản phẩm OCOP của Cẩm Phả luôn được đầu tư và phát triển, trên cơ sở có sự hỗ trợ, hướng dẫn các tổ chức, cá nhân sản xuất và phát

triển sản phẩm theo Bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP của tỉnh Quảng Ninh.

4.2. Công tác tuyên truyền, tập huấn thực hiện đề án

UBND TP đã chỉ đạo việc tăng cường công tác tuyên truyền về Chu trình OCOP với nhiều hình thức đảm bảo phù hợp, hiệu quả như: Tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động truyền thông tại cộng

đồng dân cư thông qua hệ thống phát thanh, khẩu hiệu, băng rôn, tờ rơi, áp phích. Tuyên truyền qua các hội nghị, tư vấn, nói chuyện chuyên đề hoặc lồng ghép nội dung về Chu trình OCOP, tư vấn

trực tiếp cho các đơn vị tham gia chương trình OCOP trên địa bàn TP... về các văn bản chỉ đạo của tỉnh và TP.

Bảng 2: Tình hình tuyên truyền, tập huấn về triển khai đề án OCOP tại thành phố Cẩm Phả giai đoạn 2017-2019

Năm	2017	2018	2019	2018/2017		2019/2018	
				+, -	%	+, -	%
Số tin bài tuyên truyền trên trang web, ấn phẩm	87	102	115	15	17,24	13	12,75
Số phóng sự tuyên truyền	5	9	13	4	80,00	4	44,44
Số buổi phát tin, tuyên truyền trên truyền thanh-truyền hình TP	12	19	25	7	58,33	6	31,58
Số lượt phát trên loa truyền thanh	85	105	180	20	23,53	75	71,43
Kinh phí tuyên truyền liên quan đến OCOP (triệu đồng)	30	60	100	30	100,00	40	66,67
Số lớp tập huấn liên quan đến OCOP	3	7	13	4	133,33	6	85,71
Số lượt người được tập huấn liên quan đến OCOP	50	200	430	150	300,00	230	115,00
Kinh phí tập huấn liên quan đến OCOP (triệu đồng)	20	50	80	30	150,00	30	60,00

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Các chỉ tiêu về số lớp tập huấn, số lượt người được tập huấn được tập huấn về OCOP có sự gia tăng nhanh chóng. Đi kèm với đó là kinh phí tập huấn, tuyên truyền đều có sự gia tăng qua các năm.

Việc tuyên truyền, quảng bá sản phẩm OCOP còn được Ban chỉ đạo OCOP TP thực hiện hiệu quả thông qua việc tạo điều kiện thuận lợi cho tổ chức kinh tế giới thiệu, đưa sản phẩm tới người tiêu dùng, mở rộng thị trường thông qua các hội chợ OCOP, hội chợ thường niên do tỉnh tổ chức, các lễ hội, tuần kết nối tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài tỉnh...

Tuy nhiên, đến nay nhận thức của nhiều cán bộ, người dân Cẩm Phả về chương trình OCOP

vẫn còn hạn chế, tư tưởng sản xuất còn manh mún dẫn đến việc triển khai thực hiện đề án còn gặp nhiều khó khăn.

4.3. Công tác hỗ trợ kinh phí triển khai đề án

Hiện nay nguồn vốn tự có của các đơn vị sản xuất và các hộ gia đình còn hạn chế. Chủ yếu các đơn vị sản xuất về các sản phẩm truyền thống nên doanh thu và lợi nhuận không nhiều, vốn để tái đầu tư, mở rộng sản xuất kinh doanh còn thấp. Tuy nhiên, 100% các đơn vị và hộ kinh doanh đều được tiếp cận các chính sách về các khoản vay. Kinh phí dành cho đề án thể hiện cụ thể trong bảng dưới.

Bảng 3: Kinh phí triển khai đề án OCOP tại TP. Cẩm Phả giai đoạn 2017-2019

DVT: triệu đồng

STT	Nguồn kinh phí	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
I	Kinh phí hỗ trợ của Nhà nước			
1	Ngân sách tỉnh	300	300	300
2	Ngân sách huyện	731,54	253,15	360,40
II	Kinh phí đầu tư của tổ chức			
1	Kinh phí tự có	6.000	8.000	10.000
2	Vay vốn tín dụng	5.000	16.000	20.000
III	Nguồn vốn huy động khác			
	Tổng cộng	12.031,54	24.553,15	30.660,40

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Kinh phí hỗ trợ của ngân sách tỉnh ổn định qua các năm, tuy nhiên, kinh phí đầu tư của các tổ chức kinh tế, đặc biệt là vốn vay tín dụng có sự gia tăng đáng kể. Xác định rõ chương trình OCOP là nhiệm vụ trọng tâm trong xây dựng nông thôn

mới, phát huy thế mạnh địa phương, thúc đẩy kinh tế - xã hội, Cẩm Phả đã ưu tiên bố trí nguồn vốn hỗ trợ phát triển các sản phẩm OCOP, hình thành vùng sản xuất tập trung, ứng dụng khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu.

Tuy nhiên, nhiều hộ gia đình, doanh nghiệp trên địa bàn vẫn còn có tư tưởng trông chờ, ỉ lại vào các cơ quan chính quyền, chưa chủ động trong việc tìm kiếm nguồn vốn để đầu tư mở rộng sản xuất, kinh doanh.

Bảng 4: Tình hình đăng ký ý tưởng sản phẩm, phương án được xét duyệt tham gia đề án OCOP và phương án được triển khai tại TP. Cẩm Phả giai đoạn 2017-2019

ĐVT: Sản phẩm

DVT: Sản phẩm

Năm	2017	2018	2019	2018/2017		2019/2018	
				+, -	%	+, -	%
Đăng ký ý tưởng sản phẩm tham gia đề án							
Doanh nghiệp	35	42	71	7	20,00	29	69,05
Hộ kinh doanh	24	31	52	7	29,17	21	67,74
Phương án sản phẩm được xét duyệt tham gia đề án							
Doanh nghiệp	34	39	68	5	14,71	29	14,71
Hộ kinh doanh	19	28	47	9	47,37	19	47,37
Sản phẩm kinh doanh được triển khai							
Doanh nghiệp	22	26	60	4	18,18	34	130,77
Hộ kinh doanh	16	24	42	8	50,00	18	75,00

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Chu trình OCOP được triển khai thực hiện thường niên theo 06 bước đảm bảo nguyên tắc: Nhà nước hỗ trợ, hướng dẫn, các cơ sở sản xuất đề xuất trực tiếp theo nhu cầu và khả năng thực tế. Trong năm 2017 có 35 sản phẩm của các doanh nghiệp đăng ký ý tưởng tham gia đề án, đến năm 2019 là 71 doanh nghiệp. Đối với hộ kinh doanh năm 2017 có 24 sản phẩm của các hộ đến năm 2019 là 52 hộ.

Các ý tưởng sản phẩm của các doanh nghiệp, hộ kinh doanh đăng ký tham gia phải qua quá trình xét duyệt để được tiếp nhận tham gia vào đề án OCOP. Các sản phẩm được tiếp nhận phương án sản xuất, kinh doanh tham gia OCOP phải đạt yêu cầu mới được triển khai. Trong năm 2017 còn 27 sản phẩm, năm 2019 tăng lên là 60 sản phẩm của các doanh nghiệp được triển khai phương án sản xuất, kinh doanh với tốc độ phát triển bình quân là 65.14%. Đối với các sản phẩm của hộ gia đình năm 2017 là 16 sản phẩm, đến năm 2019 tăng lên là 42 sản phẩm triển khai phương án sản xuất kinh doanh. Như vậy, trong giai đoạn 2017-2019 các sản phẩm được triển khai thực hiện tăng qua từng năm, điều này cũng đã khẳng định OCOP có sức hấp dẫn với các doanh nghiệp và hộ kinh doanh.

4.5. Công tác triển khai áp dụng khoa học, công nghệ và liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm OCOP

Theo báo cáo của UBND TP Cẩm Phả, đến nay 100% sản phẩm OCOP trên địa bàn đã thực hiện công bố sản phẩm theo quy chuẩn Việt Nam, 100% cơ sở sản xuất ký cam kết sản xuất theo tiêu

4.4. Công tác phê duyệt ý tưởng sản phẩm đăng ký tham gia và triển khai sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP

Tình hình đăng ký ý tưởng tham gia đề án OCOP trong giai đoạn 2017-2019 tại TP. Cẩm Phả được thể hiện qua bảng dưới đây:

chuẩn chất lượng hàng hóa quy định, 100% sản phẩm được dán tem điện tử.

Các đơn vị đã xây dựng các đại lý, điểm bán hàng, chủ động liên kết với các đơn vị, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh để tiêu thụ sản phẩm. Lượng khách đến hội chợ tham quan và mua sắm rất đông cho thấy sức lan tỏa của hội chợ OCOP rất tốt, đã thu hút được sự quan tâm chú ý không chỉ người dân trong tỉnh, TP và còn nhiều khách du lịch. Đây là một kênh quan trọng trong quảng bá sản phẩm OCOP của TP. Cẩm Phả và của tỉnh Quảng Ninh, góp phần tiêu thụ nông sản trên địa bàn, kết nối các vùng sản xuất.

Tuy nhiên, việc ứng dụng khoa học, công nghệ, quy trình tiên tiến vào sản xuất chế biến còn hạn chế; sản phẩm cung cấp ra thị trường còn hạn chế về chủng loại, số lượng. Đến nay vùng nguyên liệu phục vụ cho sản xuất, chế biến của địa phương còn chưa ổn định, cơ sở sản xuất còn nhỏ lẻ, manh mún; các mối liên kết trong sản xuất còn lỏng lẻo, quy mô, phạm vi liên kết còn ở dạng mô hình... Chưa có sự kết nối giữa các trung tâm bán hàng OCOP của các địa phương trong Tỉnh dẫn đến kết nối cung cầu các đơn vị còn hạn chế; Việc hình thành chuỗi từ sản xuất, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ sản phẩm OCOP trên địa bàn còn ít; Một số cơ sở sản xuất chưa ý thức đầy đủ việc tuân thủ các quy định về đăng ký thương hiệu, nhãn mác dẫn đến dẫn đến nguy cơ mất thương hiệu sản phẩm, gây hoang mang cho người tiêu dùng; các đơn vị sản xuất còn chưa chủ động trong việc mở rộng sản xuất, cải tiến mẫu mã sản phẩm và xúc tiến thương mại;

4.6. Kết quả thực hiện triển khai đề án

Sau quá trình triển khai đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm” giai đoạn 2017-2019,

thành phố Cẩm Phả đã đạt được một số thành tựu đáng lưu ý được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 5: Số sản phẩm được công nhận là sản phẩm OCOP của TP. Cẩm Phả

Năm	2017	2018	2019	2018-2017	2019-2018
Số sản phẩm được công nhận mới	12	3	8	-9	5
Số sản phẩm được xếp hạng 3 sao	2	1	4	-1	3
Số sản phẩm được xếp hạng 4 sao	10	1	4	-9	3
Số sản phẩm được xếp hạng 5 sao	0	1	0	1	-1
Số doanh nghiệp, hộ tham gia chương trình OCOP	4	6	10	2	4
Phường Cẩm Thủy	1	2	4	1	2
Phường Cẩm Phú	1	1	2	0	1
Phường Cửa Ông	1	1	2	0	1
Phường Quang Hanh	1	2	2	1	0

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Sự phát triển của các sản phẩm OCOP qua từng năm được tăng lên, ngoài các doanh nghiệp tham gia vào chương trình, đến năm 2017 tổng số hộ tham gia OCOP là 4 hộ, đến năm 2019 đã tăng lên 10 hộ với tốc độ phát triển bình quân là 58,11%. Trong đó, Phường Cẩm Thủy năm 2017 có 01 hộ tham gia, đến năm 2019 tăng lên là 4 hộ,

tốc độ phát triển bình quân là 100%. Phường Cẩm Phú, Phường Cửa Ông và Phường Quang Hanh đến năm 2017 có 1 hộ tham gia, đến năm 2019 tăng lên là 2 hộ; với tốc độ phát triển bình quân là 41,42%. Danh mục các sản phẩm OCOP của Cẩm Phả cụ thể như sau:

Bảng 6: Danh mục các sản phẩm OCOP của Cẩm Phả giai đoạn 2016 -2019

TT	Tên sản phẩm	Số sao đạt được			Năm công nhận			
		5 sao	4 sao	3 sao	2016	2017	2018	2019
1	Rượu ba kích đặc sản Quảng Ninh		x					x
2	Nước uống đóng chai Quang Hanh		x					x
3	Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh Khatisa		x					x
4	Nước khoáng chanh muối Fresh Quang Hanh		x			x		
5	Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh Fresh (không ga)		x					x
6	TPCN viên giải rượu-giải độc gan Đông Bắc		x		x			
7	TPCN - Trà tiểu đường Đông Bắc		x		x			
8	TPCN - Trà bổ gan, giải độc gan Đông Bắc		x		x			
9	TPCN - Viên tiểu đường Đông Bắc		x		x			
10	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe giáo cổ lam Đông Bắc		x			x		
11	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe-Viên chè vàng ĐB		x			x		
12	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe - Trà vàng ĐB		x			x		
13	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe-Trà dược thảo giáo cổ lam ĐB		x			x		
14	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe-Trà dược thảo Diệp hạ châu ĐB		x			x		
15	Trứng gà tươi (Fresk chicken eggs)			x		x		
16	Thịt lợn hướng nạc nguồn gốc từ Châu Âu			x		x		
17	Bánh đa gia truyền Tuấn Anh			x			x	

Bảng 6: Danh mục các sản phẩm OCOP của Cẩm Phả giai đoạn 2016 -2019

TT	Tên sản phẩm	Số sao đạt được			Năm công nhận			
		5 sao	4 sao	3 sao	2016	2017	2018	2019
18	Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh bổ sung ga hương vị chanh muối - Pleasing		x				x	
19	Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh bổ sung ga (đóng chai Pet)	x					x	
20	Mắm chắt Lục Gia			x				x
21	Dầu lạc Hàng Văn Quý			x				x
22	Dầu Vừng Hàng Văn Quý			x				x
23	Dầu đậu nành Hàng Văn Quý			x				x
Tổng cộng		1	15	7	4	8	3	8

Nguồn: Ủy Ban Nhân dân thành phố Cẩm Phả - Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019

Đến nay, phần lớn các sản phẩm OCOP Cẩm Phả đều tuân thủ nghiêm điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm, nhãn mác rõ ràng, đầy đủ, đảm bảo theo quy định và được công bố hợp quy. Với những ưu thế riêng của mình, các sản phẩm OCOP Cẩm Phả đều đã và đang tạo được hiệu ứng tích

cực. Cẩm Phả là một trong số ít các địa phương có các sản phẩm OCOP có địa bàn tiêu thụ rộng khắp, tạo được chỗ đứng vững trên thị trường. Kết quả sản xuất, kinh doanh một số sản phẩm OCOP điển hình của Cẩm Phả như sau:

Bảng 7: Kết quả sản xuất một số sản phẩm trước và sau khi tham gia OCOP

DVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Chưa tham gia OCOP			Khi tham gia OCOP		
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sản phẩm Rượu Ba Kích						
Doanh thu	4.530	4.860	8.321	12.111	14.461	15.951
Chi phí	4.390	4.723	8.009	11.455	13.838	15.171
Lợi nhuận	140	137	312	455	623	780
Sản phẩm Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh bổ sung ga						
Doanh thu	48.500	53.900	62.330	83.622	94.723	110.340
Chi phí	47.950	53.300	61.607	82.560	92.871	107.960
Lợi nhuận	550	600	723	1.062	1.852	2.380

Nguồn: Công ty CP Xây dựng và sản xuất Bia - Rượu - Nước Giải khát - Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2014-2019,

Sản phẩm Rượu Ba Kích là một trong những sản phẩm OCOP của Công ty CP Xây dựng và sản xuất Bia - Rượu - Nước Giải Khát tỉnh Quảng Ninh. Ngay từ lúc đăng ký sản phẩm OCOP vào năm 2016, sản phẩm đã được công nhận và đánh giá sản phẩm chất lượng 4 sao. Sau khi được công nhận sản phẩm OCOP, doanh thu của công ty giai đoạn 2016-2019 tăng đều hằng năm với tốc độ phát triển bình quân là 138,45% tăng hơn so với khi công ty chưa tham gia vào OCOP (111,6%) là 26,85% [7].

Với sản phẩm Nước khoáng chanh muối của Công ty TNHH MTV nước khoáng Công đoàn Quang Hanh, khi chưa gia nhập OCOP lượng doanh thu của công ty khá là thấp vì lượng hàng hóa sản xuất không nhiều vì chưa có thị trường và thương hiệu, nhưng khi bắt đầu tham gia chương trình OCOP và khi được gắn tem là sản phẩm OCOP thì doanh thu tăng lên đáng kể với tốc độ phát triển bình quân là 133,05% giai đoạn 2016-

2019 tăng hơn so với khi công ty chưa tham gia vào OCOP (105,42%) là 27,63%. Lợi nhuận của công ty tăng lên nhanh chóng, từ 600 triệu đồng năm 2015 lên 2.380 triệu đồng năm 2019 [8].

Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất và chế biến sản phẩm còn yếu trong khâu đánh giá thị trường, xây dựng kế hoạch sản xuất, quảng bá tiếp thị giới thiệu sản phẩm, chưa có chiến lược kinh doanh rõ ràng; sản phẩm OCOP của thành phố chưa tương xứng với tiềm năng lợi thế; số lượng và chất lượng sản phẩm còn ở tầm địa phương, chưa có thương hiệu đối với thị trường trong và ngoài nước, tính cạnh tranh yếu, sản lượng tiêu thụ ít, nhỏ lẻ. Một số sản phẩm mẫu mã chưa phong phú; các tổ chức, cá nhân tham gia sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP có quy mô sản xuất nhỏ, vốn ít, khả năng mở rộng sản xuất lớn còn hạn chế; việc nâng cấp chất lượng và ghi nhãn mác hàng hóa của các tổ chức còn chậm và uy tín đối với thị trường tiêu thụ sản phẩm OCOP chưa cao.

5. Một số giải pháp đẩy mạnh triển khai đề án OCOP tại thành phố Cẩm Phả

5.1. Nâng cao hiệu quả truyền thông, xúc tiến quảng bá các sản phẩm OCOP

Cần tăng cường công tác truyền thông qua phát thanh, truyền hình và các Website thông qua việc tăng thời lượng phát sóng các chương trình truyền hình các đề tài phóng sự về chương trình và các sản phẩm OCOP. Cập nhật các thông tin, sự kiện liên tục hơn, nhất là trên website ocop.com.vn của Chương trình để nâng cao nhận thức, sự hiểu biết của cấp ủy Đảng, Chính quyền về Chương trình OCOP một cách cụ thể: về lợi ích, nguyên tắc, chu trình, các bước triển khai, trên cơ sở đó chỉ đạo sát sao các cơ quan chuyên môn, doanh nghiệp, HTX tham gia chương trình. Sử dụng các ấn phẩm tài liệu, vừa để quảng bá du lịch Cẩm Phả, vừa để giới thiệu các sản phẩm OCOP. Xây dựng những biển quảng cáo, cô đọng thông tin chương trình tại các khu vực trong TP nhằm quảng bá hình ảnh chương trình cho nhiều đối tượng. Nhân rộng các mô hình, các gương sản xuất giỏi ra các địa phương trong TP. Tổ chức các chương trình cuộc thi về sản phẩm OCOP, nâng cao hiệu quả thi đua lao động sản xuất giữa các địa phương trong TP.

Tăng cường công tác xúc tiến thương mại trong tỉnh và các địa phương trong cả nước. Thường xuyên tổ chức và tham gia các chương trình hội chợ, triển lãm quảng bá các sản phẩm OCOP, đưa các sản phẩm OCOP gần hơn ra thị trường tới tay người tiêu dùng. Chủ động đăng ký đưa các sản OCOP của Cẩm Phả đi tham dự các hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước nhằm quảng bá các sản phẩm truyền thống trong thành phố cũng như trong tỉnh. Các gian hàng, sản phẩm tham gia hội chợ phải đạt đủ yêu cầu, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm OCOP đề ra. Liên kết tổ chức các Hội chợ vùng, khu vực và hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tham gia trao đổi hàng hóa, chia sẻ thông tin kinh doanh và xúc tiến thương mại, hội thảo trao đổi chia sẻ kinh nghiệm trong sản xuất.

5.2. Thúc đẩy chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm

Tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa địa phương có sản phẩm OCOP với các doanh nghiệp du lịch đặc biệt là doanh nghiệp lữ hành trong việc xây dựng thị trường sản phẩm, xúc tiến quảng bá, ký kết các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm...; Tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý với các văn bản dưới luật để cụ thể hóa các quy định và các giải pháp khuyến khích các nhà trong liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản. Tập trung nâng cao nhận thức

của đội ngũ cán bộ, người nông dân và doanh nghiệp tham gia liên kết; tập trung nguồn lực đầu tư, hỗ trợ tháo gỡ kịp thời các khó khăn, vướng mắc. Tăng cường công tác khuyến nông và đào tạo đối với nhóm sản xuất nhưng không chỉ dừng lại ở kỹ năng, kỹ thuật sản xuất mà cần mở rộng ra các kỹ năng phối hợp tiêu thụ sản phẩm. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng phục vụ việc liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản, ví dụ hệ thống kho bãi, đường xá, thủy lợi, chợ...; phát triển đa dạng các loại hình hạ tầng thương mại phục vụ hoạt động kinh doanh hàng nông sản. Tổ chức tuyên truyền về chủ trương chính sách của Nhà nước và địa phương đối với việc sản xuất nông nghiệp, định hướng sản xuất sản phẩm hàng hóa tập trung, các mô hình điển hình tiên tiến trong sản xuất kinh doanh, các chính sách liên quan đến tiêu thụ sản phẩm, chính sách khuyến khích doanh nghiệp, hộ nông dân ký hợp đồng sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và cung ứng vật tư sản xuất nhằm thực hiện sản xuất - tiêu thụ ổn định và bền vững. Xây dựng hệ thống thông tin minh bạch và dự báo về sản xuất, tiêu thụ nông sản ở địa phương để các chủ thể tiếp thu và chấp hành các khuyến cáo một cách kịp thời, mạnh mẽ hơn.

Tăng cường kiểm soát nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời xây dựng thương hiệu quảng bá sản phẩm và xúc tiến thương mại. Liên kết với doanh nghiệp cung ứng vật tư đầu vào để hỗ trợ sản xuất đồng thời đầu tư hỗ trợ tài chính, kỹ thuật cho người sản xuất phát triển mở rộng vùng nguyên liệu. Khuyến khích, khen thưởng các Doanh nghiệp, Hợp tác xã, Hộ nông dân thực hiện tốt công tác tiêu thụ sản phẩm theo hợp đồng; Thẻ chế hóa các mô hình liên kết thành quy định trách nhiệm bắt buộc đối với thương nhân; Xây dựng các mô hình liên kết ở mức quy mô phù hợp, có lộ trình để đảm bảo tính khả thi, sau đó phát huy tác dụng lan tỏa.

5.3 Tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP

Tập trung nghiên cứu và áp dụng các thành tựu tiên bộ KHCN để phát triển các sản phẩm theo hướng áp dụng công nghệ cao về giống và thuật canh tác, kỹ thuật chăn nuôi, đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản nhằm tăng năng suất, chất lượng, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, nâng cao giá trị sản phẩm. Áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất những sản phẩm tiêu thủ công nghiệp, nâng cao chất lượng mà không mất đi những giá trị truyền thống. Ban hành quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận cho sản phẩm. Trong đó, đặc biệt quan tâm kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ các quy trình sản xuất các sản phẩm. Khi triển khai thực hiện việc

xét và cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu phải thực hiện nghiêm ngặt, không chạy theo số lượng, nhất là đối với các cơ sở chưa đảm bảo quy trình, chất lượng sản phẩm chưa đạt yêu cầu.

5.4 Nâng cao hiệu quả tập huấn cho cán bộ triển khai và người lao động

Tổ chức tập huấn cho cán bộ các phòng chuyên môn các huyện, thị xã, thành phố, học tập mô hình phát triển của các tỉnh bạn trong cả nước và các nước trên thế giới, từ đó nâng cao được trình độ, kiến thức để áp dụng phổ biến tại địa phương; thành lập các Đoàn kiểm tra khảo sát đánh giá chất lượng sản phẩm tham gia chương trình OCOP. Các doanh nghiệp cần thường xuyên tổ chức các buổi tập huấn tư vấn sản xuất kinh doanh sản phẩm tại địa phương. Tập huấn, tư vấn chuyên giao công nghệ đến các doanh nghiệp sản xuất và người lao động để nâng cao kiến thức, trình độ cho người sản xuất. Tổ chức đào tạo lớp CEO cho các chủ doanh nghiệp, HTX.

6. Kết luận

Các sản phẩm tham gia OCOP của TP Cẩm Phả từng bước được chuyên nghiệp, chuẩn hóa và

đạt kết quả cao tại các kỳ đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp tỉnh, được người tiêu dùng tin tưởng, sử dụng và tạo dư luận xã hội tốt trong nhân dân. Nghiên cứu đã đánh giá tổng quan thực trạng triển khai đề án “Mỗi xã, phường một sản phẩm” trên địa bàn TP Cẩm Phả về công tác ban hành các văn bản, chính sách liên quan đến triển khai đề án, công tác tuyên truyền, tập huấn, hỗ trợ kinh phí, phê duyệt ý tưởng sản phẩm đăng ký tham gia và triển khai triển khai áp dụng khoa học, công nghệ và liên kết trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm OCOP; sự phát triển của các sản phẩm OCOP giai đoạn 2017 – 2019, so sánh kết quả sản xuất kinh doanh của một số sản phẩm tiêu biểu với trước khi được công nhận là sản phẩm OCOP (2014-2015). Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh triển khai thực hiện đề án OCOP tại TP. Cẩm Phả về nâng cao hiệu quả truyền thông, xúc tiến quảng bá các sản phẩm OCOP; thúc đẩy chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm; tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP và nâng cao hiệu quả tập huấn cho cán bộ triển khai và người lao động.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Công ty CP Xây dựng và sản xuất Bia - Rượu - Nước Giải khát. *Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2014 – 2019*.
- [2]. Công ty TNHH MTV nước khoáng Công đoàn Quang Hanh. *Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2014 – 2019*.
- [3]. Nguyễn Thị Thùy Chinh. (2016). Đánh giá thực trạng triển khai đề án mỗi xã, phường một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh, *Luận văn thạc sĩ*.
- [4]. Đặng Huyền Trang. (2020). Đánh giá Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tỉnh Sơn La, *Tạp chí Công thương tháng 7/2020*.
- [5]. UBND tỉnh Quảng Ninh. (2013). Quyết định số 2870/QĐ-UBND ngày 22/10/2013 của UBND tỉnh Quảng Ninh về việc phê duyệt Đề án “Tỉnh Quảng Ninh - Mỗi xã, phường một sản phẩm”, giai đoạn 2013 – 2016.
- [6]. UBND tỉnh Quảng Ninh. (2017). Quyết định số 2366/QĐ-UBND ngày 21/06/2017 của UBND tỉnh Quảng Ninh về việc phê duyệt Đề án Chương trình “Mỗi xã, phường một sản phẩm tỉnh Quảng Ninh”, giai đoạn 2017 – 2020;
- [7]. UBND TP. Cẩm Phả. (2016-2019). Báo cáo kết quả triển khai đề án OCOP năm 2016- 2019;
- [8]. Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương. (2019). Tài liệu Lớp Đào tạo triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP).

Thông tin tác giả:

1. Phạm Thị Thanh Mai

- Đơn vị công tác: Khoa Quản trị Kinh doanh - Trường ĐH Kinh tế & QTKD
Thái Nguyên
- Địa chỉ email: maiptt.tueba@gmail.com

Ngày nhận bài: 21/08/2020

Ngày nhận bản sửa: 25/9/2020

Ngày duyệt đăng: 30/9/2020