

THẢO LUẬN VỀ MỘT SỐ KẾT QUẢ NỔI BẬT THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) Ở VIỆT NAM VÀ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

Đồng Văn Đạt

Tóm tắt

Bài viết được tác giả sử dụng phương pháp thu thập và phân tích thông tin thứ cấp từ Bộ Nông nghiệp Phát triển nông thôn; Văn phòng điều phối Nông thôn mới Trung ương cung cấp. Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020, Việt Nam nói chung, tỉnh Thái Nguyên nói riêng đã đạt được những thành tích nổi bật về số sản phẩm đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên, đạt 3.500 sản phẩm, tỉnh Thái Nguyên có 76 sản phẩm; Chương trình OCOP thúc đẩy các địa phương phát huy lợi thế về các nguồn lực tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, khối lượng lớn thúc đẩy kinh tế nông thôn. Bên cạnh những kết quả bước đầu, Chương trình OCOP cũng có một số hạn chế: Một số địa phương lúng túng trong cách làm; nhiều chủ thể chưa hiểu rõ về định hướng, yêu cầu của Chương trình, các quy định pháp luật trong sản xuất, phân phối sản phẩm. Một số khuyến nghị chính sách: Quy hoạch và phát triển vùng nguyên liệu; áp dụng khoa học công nghệ; nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ trực tiếp hướng dẫn Chương trình OCOP cho chủ thể; tổ chức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm; xây dựng và hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP.

Từ khóa: Chương trình OCOP, Quyết định 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018, chủ thể OCOP, Việt Nam, Thái Nguyên, Báo cáo số 39/BC-VPĐP.

DISCUSSION ON SOME OUTSTANDING RESULTS OF IMPLEMENTATION OF THE ONE COMMUNE ONE PRODUCT PROGRAM (OCOP) IN VIETNAM AND IN THAI NGUYEN PROVINCE

Abstract

The article collects and analyzes secondary information from the Ministry of Agriculture and Rural Development, Central New Rural Coordination Office, etc. The one commune one product program in the period of 2018-2020 in Vietnam in general, and Thai Nguyen province in particular has achieved outstanding achievements in terms of the number of products with 3,500 products meeting the standards of 3 stars or more. In which, Thai Nguyen province has 76 products. The OCOP program encourages localities to take advantages of the resources to create high-value, high-volume products to promote the rural economy. In addition to the initial results, the OCOP Program also has a number of limitations: Some localities are confused in how to do it; many entities do not fully understand the orientation and requirements of the Program, and legal regulations in production and distribution of products. Some policy recommendations are: Planning and developing raw material areas, applying science and technology, capacity building for the staff directly instructing the OCOP program, organizing production and sale of products, completing the OCOP product management and monitoring system.

Keywords: OCOP program; Decision No. 490/QĐ-TTg dated May 7, 2018, OCOP entity, Vietnam, Thai Nguyen, Report No. 39/BC-VPĐP.

JEL classification: O, O13.

1. Đặt vấn đề

Xuất phát từ phong trào “Mỗi xã một sản phẩm” được hình thành từ làng Oyama, tỉnh Oita, Nhật Bản, vào năm 1961. Khi đó, người dân làng này chỉ biết trồng lúa để làm lương thực. Ông Yamada Harumi đã vận động các hộ gia đình ở địa phương chuyển sang trồng mận và hạt dẻ, loại cây phù hợp với thổ nhưỡng, khí hậu nơi đây. Kết quả, mận và hạt dẻ đã trở thành đặc sản, giúp làng được biết đến và mang về giá trị cao hơn gạo đến 40%. Thống đốc Morihiro Hiramatsu chính thức mở đầu cho chính sách về “Mỗi làng một sản phẩm” (One village, One product - OVOP) bằng việc đối thoại với các thị trưởng ở quận Oita vào năm 1979. Ông ấy đã nói rằng: Hãy khám phá, phát triển và phổ biến rộng rãi cho mọi người biết sản

phẩm đặc trưng nhất của làng, xã nơi các bạn sinh sống [2, tr.80]. Thái Lan, đất nước đã thực hiện được 20 năm nay, Chương trình OCOP cần được thực hiện như là một phần và kéo dài cùng thời gian của Chương trình xây dựng nông thôn mới và gắn với phong trào khởi nghiệp quốc gia và các địa phương. Khác với Nhật Bản, tại Thái Lan mô hình OTOP (One Town One Product, hoặc One Tambon One Product), có nghĩa là mỗi thị trấn hay mỗi địa phương một sản phẩm, triển khai từ trên xuống dưới, nghĩa là Chính phủ đóng vai trò quan trọng từ ý tưởng phát triển sản phẩm, đào tạo kiến thức, công nghệ, hỗ trợ tài chính cho đến tiếp thị thông qua các hội chợ, quảng bá xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

Tới thời điểm hiện nay, có nhiều quốc gia trên thế giới đã và đang thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, có tên gọi khác nhau (OCOP, OVOP hay OTOP,...) có cách làm khác nhau, nhưng điểm chung là phát huy nội lực để phát triển các sản phẩm, ngành nghề có thể mạnh, tạo ra giá trị gia tăng cao ở khu vực nông thôn. Tên gọi mỗi xã một sản phẩm không bị giới hạn trong phạm vi đơn vị hành chính cấp xã mà được hiểu rộng rãi hơn là cấp huyện, thị...

Ở Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2018 – 2020 vào ngày 07/05/2018, Chương trình OCOP nhanh chóng trở thành một phong trào được nhiều tỉnh triển khai. *Chương trình OCOP có vai trò quan trọng, "hạt nhân" tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao, khối lượng lớn thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn* [7]. Sau ba năm thực hiện, Chương trình OCOP ở Việt Nam nói chung và tỉnh Thái Nguyên nói riêng đạt được một số kết quả. Bên cạnh đó, Chương trình OCOP còn có một số vấn đề cần giải quyết, thực sự coi nó là “hạt nhân” thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn.

2. Kết quả Chương trình OCOP tại Việt Nam và Thái nguyên

2.1. Kết quả thực hiện Chương trình OCOP tại Việt Nam

Sau hơn 2 năm thực hiện Quyết định 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng

Bảng 1: Kết quả thực hiện Chương trình OCOP của Việt Nam (tính đến cuối năm 2020)

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Kết quả
1. Tỉnh/thành phố ban hành quyết định phê duyệt đề án, kế hoạch triển khai chương trình OCOP cấp tỉnh	Tỉnh/thành phố	63
2. Tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương tổ chức đánh giá, phân hạng cho các sản phẩm	Tỉnh/thành phố	54
3. Số cán bộ cơ sở, chủ thể và chuyên gia tư vấn được tập huấn tập trung	Lượt người	33.000
4. Số lượng sản phẩm OCOP được công nhận đạt 3 sao trở lên	Sản phẩm	3.500
Trong đó: sản phẩm đạt 3 sao	Sản phẩm	2.261
Sản phẩm đạt 4 sao	Sản phẩm	1.164
Sản phẩm tiềm năng đạt 5 sao	Sản phẩm	75
5. Số chủ thể có sản phẩm được công nhận OCOP	Chủ thể	1.945
Trong đó: Chủ thể là hợp tác xã	Chủ thể	749
Chủ thể là doanh nghiệp	Chủ thể	549
Chủ thể là cơ sở sản xuất	Chủ thể	604
Chủ thể là các tổ hợp tác	Chủ thể	43

Nguồn: Kỳ yếu các mô hình khởi nghiệp gắn với Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2020

Chương trình OCOP đã góp phần tạo việc làm cho lao động, thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn, đặc biệt là phát huy vai trò của phụ nữ và đồng bào dân tộc thiểu số. Điển hình như, các chủ thể OCOP của tỉnh Quảng Ninh đã tạo việc làm cho trên 3.800 lao động trực tiếp; các chủ thể OCOP của tỉnh Hà Tĩnh tạo việc làm và thu nhập ổn định cho 2.196 lao động... Chủ thể OCOP là nữ chiếm 39%, cao hơn tỷ lệ nữ giữ vai trò điều hành các doanh nghiệp của Việt Nam (25%), đặc biệt là ở khu vực miền núi như: Bắc

Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020, nước ta đạt được những thành tích đáng tự hào về số lượng tỉnh, thành tham gia. Tới cuối năm 2020, Việt Nam có 63/63 tỉnh, thành (100%) ban hành quyết định phê duyệt đề án, kế hoạch triển khai chương trình OCOP cấp tỉnh; số chủ thể là hợp tác xã (HTX) và tổ hợp tác chiếm tỉ trọng lớn (40,72% trong tổng số chủ thể tham gia), tạo ra một số lượng lớn sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên là 3.500 sản phẩm, chủ yếu là sản phẩm đạt 3 sao 2.261/3.500 (đạt tỷ lệ 64,60%).

Theo “Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2021 -2025” do Bộ Nông nghiệp Phát triển Nông thôn công bố vào tháng 4/2021, các địa phương đã tổ chức 66 hội chợ về sản phẩm OCOP (cấp tỉnh, huyện) với trên 10.000 gian hàng; 142 trung tâm/điểm bán sản phẩm OCOP của 23 tỉnh được xây dựng và đưa vào hoạt động; 1.016 hợp đồng/bản ghi nhớ hợp tác giữa các chủ thể OCOP và đơn vị thương mại được ký kết, trong đó 354 chủ thể có sản phẩm được phân phối ổn định trong các hệ thống siêu thị. Chương trình đã hình thành được 393 chuỗi giá trị OCOP hoạt động hiệu quả với vai trò tích cực của HTX và doanh nghiệp (66,4% chủ thể OCOP ở miền núi phía Bắc là hợp tác HTX, 54,2% chủ thể OCOP ở Đông Nam Bộ là doanh nghiệp...[3].

Trung Bộ với 50,6%, Tây Nguyên là 45,2% và miền núi phía Bắc là 43,4% [3].

Sản phẩm OCOP đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm; có mẫu mã, bao bì đa dạng và thân thiện với môi trường, phù hợp yêu cầu của thị trường. Nhiều sản phẩm OCOP được đổi mới, sáng tạo để nâng cao chất lượng, đã tiếp cận thị trường xuất khẩu (như: miến dong Tài Hoan của tỉnh Bắc Kạn, cà phê Bích

Thao của tỉnh Sơn La, đường thốt nốt Palmania của tỉnh An Giang...) [3].

Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP đã gia tăng giá trị, góp phần giúp các chủ thể tăng quy mô sản xuất và doanh thu. Kết quả đánh giá của các địa phương cho thấy: 60,7% chủ thể OCOP đạt từ 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 17,6%/năm, giá bán các sản phẩm sau khi được chính thức công nhận OCOP tăng bình quân 12,2% [7].

Chương trình OCOP góp phần bảo tồn và phát huy các làng nghề truyền thống, giá trị văn hóa để phát triển kinh tế nông thôn (khoảng 5.400 làng nghề, trong đó gần 2.000 làng nghề truyền thống) [3].

Trong giai đoạn 2018-2020, cả nước đã huy động được 22.845 tỷ đồng triển khai Chương trình OCOP, trong đó: Ngân sách Nhà nước hỗ trợ trực tiếp là 608,5 tỷ đồng, chiếm 2,7% (*Ngân sách Trung ương chiếm 1,8%, ngân sách địa phương là 0,9%*); Vốn tín dụng chiếm 76,6%; Vốn lồng ghép từ các chương trình, dự án khác chiếm 3,9%... Đặc biệt, nguồn vốn của các chủ thể tham gia triển khai chương trình chiếm 16,5% [3].

Về xây dựng mạng lưới OCOP, Bộ Nông nghiệp và PTNT đã phối hợp với các đơn vị liên quan thúc đẩy phát triển mạng lưới kết nối các quốc gia triển khai phong trào mỗi làng, mỗi xã một sản phẩm iOCOP (ngày 17/4, tại Tp. Hồ Chí Minh, trong khuôn khổ Diễn đàn quốc tế kết nối toàn cầu mỗi xã một sản phẩm, mạng lưới liên kết hợp tác toàn cầu mỗi xã một sản phẩm (iOCOP) đã chính thức ra mắt với 15 thành viên đầu tiên gồm: Việt Nam, Lào, Kenya, Australia, Nhật Bản, Columbia, Thái Lan, Pakistan, Afghanistan, Ấn Độ, Senegal, Mexico, Chile, Madagasca và Campuchia) [1]; phối hợp với Bộ Ngoại giao thúc đẩy, đề xuất sáng kiến “*Phát triển sản phẩm ngành nghề nông thôn theo mô hình mỗi xã, mỗi làng một sản phẩm trong khối ASEAN*”, sáng kiến đã được Hội nghị cấp cao ASEAN 2020 chấp thuận và đưa vào kế hoạch triển khai từ năm 2021 [3].

Quá trình triển khai Chương trình OCOP của Việt Nam đã bước đầu đạt được kết quả đáng khích lệ, khơi dậy và khai thác tiềm năng của địa phương bao gồm nguồn lực tự nhiên, thế mạnh vùng miền, đặc sản địa phương. Đặc biệt các sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ đạt tiêu chuẩn của Chương trình mang lại giá trị kinh tế cao cho các chủ thể, tạo mối liên kết chuỗi giá trị được mở rộng, phát triển, vững chắc. Các tỉnh có kết quả thực hiện Chương trình OCOP được kể đến: Quảng Ninh, triển khai Chương trình từ năm 2013, từ chỗ có 48 sản phẩm ban đầu, đến hết năm 2020 toàn tỉnh đã có 236 sản phẩm đạt từ ba đến năm sao; tỉnh Bắc Kạn triển khai Chương trình OCOP muộn hơn Quảng Ninh 5 năm, song lại

được xem là địa phương thực hiện khá thành công. Tỉnh Bắc Kạn có 107 sản phẩm OCOP, bao gồm 99 sản phẩm đạt ba sao và tám sản phẩm đạt bốn sao. Đặc biệt các sản phẩm chế biến sâu như: Trịnh Năng Gừng, Trịnh Năng Curcumin, Vicumax - Nano curcumin và 15 sản phẩm tham gia Chương trình OCOP sản xuất theo chuỗi giá trị [4].

Bên cạnh những thành tích của Chương trình OCOP của Việt Nam, vẫn còn một số điểm cần khắc phục:

Theo ý kiến của Phó Thủ tướng Chính phủ Trịnh Đình Dũng phát biểu tại Hội nghị toàn quốc tổng kết Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2018-2020 cho rằng: *Chương trình OCOP vẫn bộc lộ hạn chế, trước hết sự vào cuộc của một số địa phương còn chậm, một số địa phương có biểu hiện "chạy theo phong trào" thành tích. Đây là điều cần chấn chỉnh vì chưa đi vào thực chất, dựa vào lợi thế đặc trưng văn hoá, dân tộc. Chưa thực sự quan tâm đến giải pháp hỗ trợ cụ thể cho chương trình OCOP* [7].

Theo đánh giá Bộ Nông nghiệp Phát triển Nông thôn: Chương trình OCOP là một chương trình mới, liên quan đến nhiều lĩnh vực, đặc biệt là yêu cầu khơi dậy tiềm năng, lợi thế của các địa phương để phát triển kinh tế nông thôn, do đó giai đoạn đầu triển khai, một số địa phương còn nhiều lúng túng trong cách làm, xác định lợi thế, tiềm năng và chủ thể sản xuất, mới chỉ tập trung vào hoàn thiện các sản phẩm đã có, chưa quan tâm phát triển sản phẩm mới gắn với vùng nguyên liệu, đặc biệt là các làng nghề truyền thống; nguồn lực triển khai Chương trình còn hạn chế, chủ yếu là lồng ghép, trong khi một số cơ chế hỗ trợ chưa được cụ thể hóa, chưa chú trọng đến phát triển chuỗi giá trị, vùng nguyên liệu và cơ sở chế biến,... dẫn đến những khó khăn trong quá trình triển khai ở một số địa phương; Nhiều chủ thể chưa hiểu rõ về định hướng, yêu cầu của Chương trình, đặc biệt là các quy định của pháp luật trong sản xuất và phân phối sản phẩm, do đó còn nhầm lẫn giữa chất lượng sản phẩm với bao bì và nhãn mác [3].

2.2. Kết quả Chương trình OCOP tại Thái Nguyên Công tác chỉ đạo

Tỉnh uỷ, Hội đồng Nhân dân (HĐND) tỉnh Thái Nguyên đã ban hành các Nghị quyết hỗ trợ và phát triển nông nghiệp nói chung và sản phẩm OCOP nói riêng (Nghị quyết số 10/NQ-TU ngày 21/10/2019 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển nông nghiệp tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025 và định hướng đến năm 2030; Nghị quyết số 05/2019/NQ-HĐND ngày 23/7/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh Thái Nguyên về quy định chính sách khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp,

nông thôn tỉnh Thái Nguyên; Nghị quyết số 33/2019/NQ-HĐND ngày 23/7/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh Thái Nguyên về thông qua đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019 – 2025); Ủy ban Nhân dân tỉnh Thái Nguyên ban hành Quyết định số 3485/QĐ-UBND về Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019 – 2025 [8].

Hoạt động triển khai

Hình thức tổ chức sản xuất sản phẩm theo Chương trình OCOP đã có những sự thay đổi, đòi hỏi liên kết như một tất yếu khách quan. Các chủ thể sản xuất theo mô hình các hợp tác xã, với quy mô sản xuất ngày càng tăng; vùng nguyên liệu chuẩn hóa về quy trình chăm sóc, đạt tiêu chuẩn quốc gia và hướng tới xuất khẩu (như: VietGap, hữu cơ, an toàn sinh học,...) tạo chuỗi giá trị khép kín, từ sản xuất nguyên liệu, thu hoạch, bảo quản, chế biến, đóng gói, quảng bá thương hiệu, tiêu thụ sản phẩm và quản trị quan hệ với khách hàng. Các hợp tác xã sản xuất chè tiêu biểu: Các hợp tác xã chè Hảo Đạt; Sơn Dung; Tâm trà thái, HTX chè Trung du Tân Cương; Thái Minh; Tân Hương,... Trong đó, Hợp tác xã Tâm Trà Thái, xã Tân Cương, thành phố Thái Nguyên và Tân Cương sử dụng mô hình trồng, sản xuất trà sạch, an toàn theo tiêu chuẩn VietGap và tiêu chuẩn UTZ (Tiêu chuẩn về sản xuất các sản phẩm nông

sản tốt trên quy mô toàn cầu của Tổ chức Solidaridad - Hà Lan) [5; 6].

Do có sự chỉ đạo tích cực của UBND, các cơ quan chức năng và sự tham gia của các chủ thể vào Chương trình OCOP của tỉnh Thái Nguyên, sau 2 năm thực hiện, Chương trình đã đạt được một số thành tích sau:

Kết quả thực hiện Chương trình

Với thế mạnh về điều kiện tự nhiên, kinh nghiệm sản xuất, Thái Nguyên có 76 sản phẩm đạt 3-4 sao, có đến 37 sản phẩm từ cây chè. Tác động tích cực của Chương trình OCOP: Trở thành động lực để phát triển kinh tế vùng nông thôn, duy trì, phát huy thế mạnh sản phẩm của địa phương, tạo ra những sản phẩm chất lượng cao, liên kết theo chuỗi giá trị gắn với tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường, người tiêu dùng tin tưởng vào nguồn gốc, chất lượng sản phẩm; duy trì, tôn vinh những nghệ nhân gắn với các sản phẩm chè tại địa phương; tạo ra nhiều việc làm, góp nâng cao thu nhập cho người dân, phục vụ hiệu quả cho chương trình Mục tiêu quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới. Giá trị kinh tế của các sản phẩm được nâng lên từ 20% trở lên nhờ đạt tiêu chí OCOP và công tác xúc tiến thương mại. Doanh số bán hàng của các đơn vị có sản phẩm đạt 3 sao, 4 sao tăng từ 20% - 50% [8].

Bảng 2: Kết quả công tác triển khai, thực hiện Chương trình OCOP của tỉnh Thái Nguyên (tính đến cuối năm 2020)

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Kết quả
1. Tuyên truyền, tập huấn	Lớp	72
Trong đó, lớp đào tạo riêng cho OCOP	Lớp	29
Lớp tập huấn lồng ghép	Lớp	43
Số lượng người tham gia	Lượt	3.600
2. Tuyên truyền về Chương trình OCOP (phóng sự, phim tài liệu, chuyên đề,...trên VTV1, VTV2, VTV16; Cổng thông tin điện tử Thái Nguyên,...)	Tin/bài	20
3. Xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm (tại tỉnh)	Lần	4
4. Tư vấn và hỗ trợ phát triển, đăng ký xác lập, bảo hộ, thực thi quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến sản phẩm OCOP	Đơn vị	50
5. Kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm từ 3-4 sao	Sản phẩm	76
6. Doanh số tăng thêm của chủ thể đạt từ 3 sao, 4 sao	%	20%-50%
7. Giá trị tăng thêm sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP	%	>20%

Nguồn: Báo cáo số 39/BC-VPĐ.

Bên cạnh những thành tích đã đạt được, theo Báo cáo số 39/BC-VPĐP, Chương trình OCOP của tỉnh Thái Nguyên vẫn còn một số hạn chế:

Một số địa phương, đơn vị chưa nhận thức đầy đủ về ý nghĩa, vai trò của Chương trình OCOP với phát triển kinh tế của địa phương, chưa tích cực trong triển khai thực hiện Chương trình nên số lượng các chủ thể tham gia chu trình OCOP và sản phẩm OCOP đạt 3 sao, 4 sao ở một số huyện còn thấp: Phú Bình, 01 sản phẩm; Định Hóa, 01 sản phẩm; Phú Lương, 02 sản phẩm,...

Cán bộ làm công tác thực hiện Chương trình

OCOP các cấp chưa có kinh nghiệm; kiến thức về Chương trình còn hạn chế, dẫn đến sự lúng túng trong công tác hướng dẫn các tổ chức, cá nhân trên địa bàn tham gia, triển khai thực hiện Chu trình OCOP và lập hồ sơ ở cấp huyện, cấp xã còn hạn chế.

Quy mô sản xuất của một số đơn vị, chủ thể tham gia chu trình OCOP chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường, một số sản phẩm chủ lực của địa phương chưa xây dựng được thương hiệu; sản phẩm tiêu thụ chủ yếu ở dạng thô, giá trị sản phẩm chưa cao. Trình độ quản lý, xây dựng kế hoạch sản xuất của nhiều chủ thể còn yếu, chưa thực sự

chú trọng khâu quảng bá xúc tiến thương mại cho các sản phẩm.

3. Bàn luận về các kết quả thực hiện chương trình OCOP ở Việt Nam, tỉnh Thái Nguyên và một số khuyến nghị chính sách

3.1. Các ý kiến bàn luận

Thực hiện Chương trình OCOP ở Việt Nam nói chung, tỉnh Thái Nguyên nói riêng là một nhiệm vụ quan trọng, góp phần khai thác lợi thế các nguồn lực của địa phương, tạo ra các sản phẩm hàng hóa mang tính đặc trưng vùng, miền; Chương trình OCOP thúc đẩy các ngành nghề truyền thống địa phương, giải quyết việc làm; tạo liên kết chuỗi giá trị... đóng vai trò là hạt nhân tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao, khối lượng lớn thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn. Tuy nhiên, vẫn còn một số điểm cần khắc phục, do Chương trình OCOP là một chương trình mới được triển khai, liên quan nhiều lĩnh vực, nhiều địa phương còn lúng túng trong cách làm; nguồn lực cho Chương trình còn hạn chế...vv.

Sau 3 năm thực hiện Chương trình OCOP, kết quả thực hiện Chương trình OCOP tại Việt Nam nói chung, tỉnh Thái Nguyên nói riêng đã đạt được nhiều thành tích nổi bật:

Thứ nhất, Các địa phương đã khai thác, phát huy thế mạnh của địa phương, sản xuất ra 3.500 sản phẩm, tỉnh Thái Nguyên có 76 sản phẩm OCOP được công nhận đạt tiêu chuẩn đạt từ 3 sao trở lên.

Thứ hai, Chương trình đã hình thành được 393 chuỗi giá trị OCOP hoạt động hiệu quả với vai trò tích cực của HTX và doanh nghiệp.

Thứ ba, Chương trình OCOP đã góp phần tạo việc làm cho lao động, thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn, đặc biệt là phát huy vai trò của phụ nữ và đồng bào dân tộc thiểu số.

Thứ tư, Sản phẩm OCOP đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm. Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP đã gia tăng giá trị, góp phần giúp các chủ thể tăng quy mô sản xuất và doanh thu. Đối với tỉnh Thái Nguyên, giá trị kinh tế của các sản phẩm được nâng lên từ 20% trở lên nhờ đạt tiêu chí OCOP và công tác xúc tiến thương mại. Doanh số bán hàng của các đơn vị có sản phẩm đạt 3 sao, 4 sao tăng từ 20% - 50%.

Thứ năm, Chương trình OCOP góp phần bảo tồn và phát huy các làng nghề truyền thống, giá trị văn hóa để phát triển kinh tế nông thôn.

Một số điểm hạn chế cần khắc phục

Thứ nhất, Chương trình OCOP là một chương trình mới, liên quan đến nhiều lĩnh vực, đặc biệt là yêu cầu khơi dậy tiềm năng, lợi thế của các địa phương để phát triển kinh tế nông thôn, do đó giai đoạn đầu triển khai, một số địa phương còn

nhiều lúng túng trong cách làm. Nhiều chủ thể mới tập trung vào hoàn thiện sản phẩm đã có, chưa quan tâm tới phát triển sản phẩm mới trên cơ sở phát huy nguồn nguyên liệu tại chỗ.

Thứ hai, Nguồn lực hạn chế, ảnh hưởng tới áp dụng khoa học công nghệ, hoạt động chế biến sản phẩm, gây khó khăn thực hiện chuỗi liên kết giá trị.

Thứ ba, các chủ thể, các cơ quan liên quan ở các địa phương có các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP từ 3 sao trở lên, cần chú ý quy định của pháp luật trong quản lý, giám sát sản xuất, phân phối sản phẩm.

Thứ tư, ở tỉnh Thái Nguyên, một số địa phương, đơn vị chưa nhận thức đầy đủ về ý nghĩa, vai trò của Chương trình OCOP với phát triển kinh tế của địa phương; cán bộ làm công tác thực hiện Chương trình OCOP các cấp chưa có kinh nghiệm; kiến thức về Chương trình còn hạn chế; Quy mô Cán bộ làm công tác thực hiện Chương trình OCOP các cấp chưa có kinh nghiệm; kiến thức về Chương trình còn hạn chế; Quy mô sản xuất của một số đơn vị, chủ thể tham gia chuỗi OCOP còn nhỏ, sản phẩm chủ yếu dưới dạng thô, chưa xây dựng được thương hiệu.

3.2. Khuyến nghị chính sách

3.2.1. Khuyến nghị chính sách phạm vi quốc gia, giai đoạn 2021 -2025

Một là, tổ chức sản xuất gắn với quy hoạch và phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng tại địa phương. Mỗi địa phương phải đánh giá đúng đắn thế mạnh điều kiện tự nhiên của vùng, tổ chức sản xuất theo mối liên kết với sự tham gia của tổ chức kinh tế HTX, doanh nghiệp. Cần nói thêm rằng: Chương trình mỗi xã một sản phẩm không có nghĩa bị giới hạn bởi đơn vị hành chính cấp xã, mà là phát huy lợi thế nguồn lực của vùng (chè Thái Nguyên; cà phê Tây Nguyên, các sản phẩm chế biến sâu như: Trịnăng Gừng, Trịnăng Curcumin, Vicumax - Nano curcumin của tỉnh Bắc Kạn; các sản phẩm được liệu tỉnh Hà Giang...)

Hai là, tập trung nguồn lực, áp dụng khoa học- công nghệ chuẩn hóa và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường. Chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương. Phát triển sản phẩm OCOP theo 6 nhóm sản phẩm, ưu tiên các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ đặc sắc, truyền thống và có lợi thế ở mỗi địa phương, theo hướng phát huy nội lực.

Ba là, Xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP

Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP thường niên, tăng cường áp dụng công nghệ, đơn giản hóa các hồ sơ, thủ tục trong tổ chức

đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

Xây dựng và triển khai hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia quản lý và giám sát sản phẩm OCOP đồng bộ và thống nhất nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả trong quản lý, giám sát, thúc đẩy kết nối cung – cầu sản phẩm.

Đẩy mạnh hoạt động kiểm tra, giám sát việc áp dụng chính sách, quy định về đánh giá, phân hạng sản phẩm ở các địa phương, duy trì điều kiện và chất lượng sản phẩm của các chủ thể, sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, công nhận.

Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung – cầu cho sản phẩm OCOP thông qua các hoạt động hội chợ sản phẩm OCOP thường niên, các hoạt động năm du lịch quốc gia tại các địa phương. Các sản phẩm OCOP được liên kết tiêu thụ tại các khu vực du lịch, hệ thống nhà hàng cao cấp, các siêu thị,...

3.2.2. Một số giải pháp Chương trình OCOP tại Thái Nguyên, giai đoạn 2021- 2025

Thứ nhất, công tác tuyên truyền, tập huấn nhận thức ý nghĩa, vai trò của Chương trình OCOP với phát triển kinh tế của địa phương tới cán bộ trực tiếp triển khai, thực hiện Chương trình. Tập huấn cho chủ thể tham gia Chương trình hiểu rõ chu trình, nội dung và cách thức tham gia Chương trình OCOP, lợi ích khi tham gia Chương trình OCOP, và cách thức hoàn thiện nhiều thủ tục như các mẫu xét nghiệm, các chứng nhận chất lượng sản phẩm,

thực hiện kế hoạch bảo vệ môi trường; tránh việc chỉ tập trung vào khâu hoàn thiện hồ sơ mà thiếu quan tâm cải thiện chất lượng sản phẩm.

Thứ hai, hỗ trợ các hoạt động: Đăng ký ý tưởng sản phẩm mới, các hoạt động quảng bá, giới thiệu, xúc tiến thương mại sản phẩm đã có; phát triển các sản phẩm chế biến sâu, công nghệ cao, quy mô lớn, tính cộng đồng cao, giá trị gia tăng lớn, sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, hữu cơ,... đảm bảo quy chuẩn chất lượng sản phẩm, thuộc các ngành: ngành thực phẩm; hỗ trợ, tư vấn hình thành các chủ thể HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp,... nhất là các huyện có số lượng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP còn ít.

Thứ ba, chỉ đạo các xã, phường, thị trấn hướng dẫn, các chủ thể tham gia chu trình OCOP đăng ký ý tưởng sản phẩm mới và sản phẩm đã có với hệ thống quản lý Chương trình OCOP cấp xã, cấp huyện. Khuyến khích, ưu tiên hỗ trợ (nhóm: thực phẩm tươi sống, thực phẩm chế biến, gia vị); ngành đồ uống (nhóm đồ uống không cồn); ngành thảo dược; ngành dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng.

Thứ tư, tăng cường công tác quản lý việc sử dụng nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm OCOP theo Quyết định số 1162/QĐ-VPĐP-OCOP ngày 17/9/2020 của Văn phòng điều phối nông thôn mới Trung ương về Ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm OCOP Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Xuân Anh. (17/04/2019). *Ra mắt mạng lưới liên kết hợp tác toàn cầu iOCOP*. Ban biên tập Kinh tế, Thông tấn xã Việt Nam. Truy cập ngày 11/05/2021.
- [2]. Ban chỉ đạo Trung ương các Chương trình mục tiêu Quốc gia, Văn phòng điều phối Nông thôn mới Trung ương. *Kỷ yếu các mô hình khởi nghiệp gắn với Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2020*.
- [3]. Bộ Nông nghiệp Phát triển Nông thôn (2021), *Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2021 -2025*.
- [4]. Sơn Hà. (12/01/2021). *Hiệu quả từ chương trình OCOP ở các tỉnh Miền Bắc*. Nhân Dân. Truy cập ngày 24/5/2021, từ <https://nhandan.com.vn/tin-tuc-kinh-te/hieu-qua-tu-chuong-trinh-ocop-o-cac-tinh-mien-bac-631476/>
- [5]. Mananya - Bảo Hường. (21/10/2019). *OCOP - Nhìn từ cách làm của Thái Lan*. Cổng thông tin điện tử Chương trình mục tiêu Quốc gia về xây dựng nông thôn mới. Truy cập 10/5/2021, từ <http://nongthonmoi.gov.vn/Pages/bai-du-thi-ocop--nhin-tu-cach-lam-cua-thai-lan.aspx>
- [6]. Thế Toàn. (13/11/2020). *Nâng cao giá trị chế từ Chương trình OCOP*. Đài Phát thanh – Truyền hình Thái Nguyên. Truy cập 10/5/2021.
- [7]. Thanh Trà. (24/3/2021), *Sản phẩm OCOP khẳng định vị thế trên thị trường*. Nhân Dân. Truy cập 10/5/2021, từ <https://nhandan.com.vn/tin-tuc-kinh-te/san-pham-ocop-khang-dinh-vi-the-tren-thi-truong-639536/>
- [8]. Văn phòng Điều phối Chương trình Mục tiêu Quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới, tỉnh Thái Nguyên, 2020. *Báo cáo số 39/BC-VPĐP*.

Thông tin tác giả:

Đồng Văn Đạt

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & QTKD
- Địa chỉ email: dongvandat@gmail.com

Ngày nhận bài: 02/04/2021

Ngày nhận bản sửa: 25/05/2021

Ngày duyệt đăng: 30/05/2021