

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP TẠI HUYỆN MAI SƠN TỈNH SƠN LA

Phạm Thị Hồng¹, Nguyễn Như Quỳnh²

Tóm tắt

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị nhằm phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp và dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương. Trong những năm qua, việc phát triển sản phẩm OCOP luôn là một trong những nhiệm vụ trọng tâm nhằm tạo bước đột phá trong phát triển sản xuất, xây dựng nông thôn mới trên địa bàn huyện Mai Châu, tỉnh Sơn La. Qua nghiên cứu số liệu thứ cấp, bằng phương pháp thống kê mô tả, thống kê so sánh, phân tích SWOT, nghiên cứu đã cho thấy, trong hai năm gần đây (2019-2020) số sản phẩm đăng ký dự thi OCOP của huyện vẫn còn ít, sản phẩm đa phần ở dạng thô, chưa chế biến sâu, mẫu mã sản phẩm chưa phong phú và chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của địa phương. Trên cơ sở phân tích thực trạng kết hợp với chiến lược, mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh, của Huyện, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển sản phẩm OCOP của huyện Mai Châu, tỉnh Sơn La, góp phần khai thác hiệu quả các tiềm năng, thế mạnh, phát triển kinh tế - xã hội bền vững hơn và nâng cao đời sống người dân tại địa phương.

Từ khóa: Phát triển sản phẩm, sản phẩm OCOP, Chương trình mỗi xã phường một sản phẩm, Mai Châu, Sơn La.

SOLUTION TO OCOP PRODUCT DEVELOPMENT IN MAI SON DISTRICT SON LA PROVINCE

Abstract

The One Commune One Product Program (OCOP) is an economic development program in rural areas towards developing internal resources and adding values, in order to develop agricultural and non-agricultural products and services that are advantageous in each locality. In the past years, the development of OCOP products has always been one of the key tasks to create a breakthrough in production development and new rural construction in Mai Chau district, Son La province. Based on secondary data, using descriptive statistics, comparative statistics, and SWOT analysis, the study showed that in two years (2019-2020), the number of products registered in the district's OCOP competition was still low. Products are few, most of them are in raw forms without processing, product designs are undiversified and not commensurate with the development potential of the locality. On the basis of analyzing the current situation, the study proposes a number of solutions to develop OCOP products of Mai Chau district, Son La province, contributing to socio-economic development and improving people's living standards in the locality.

KEYWORDS: Product development, OCOP product, The One Commune One Product Program, Mai Chau, Son La.

JEL classification: O; O1; O13.

1. Giới thiệu

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (tiếng Anh là One Commune One Product, viết tắt là OCOP) 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, là nhiệm vụ trọng tâm triển khai thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Mục tiêu của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Sơn La gắn phát triển nông thôn với đô thị, là giải pháp, nhiệm vụ trọng tâm trong triển khai thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Trọng tâm của Chương trình OCOP – Sơn La là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế của

tỉnh theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và thành phần kinh tế tập thể (hợp tác xã, tổ hợp tác) thực hiện. Các sản phẩm tạo ra từ chương trình có sự khác biệt, mang đặc thù gắn với những nét truyền thống, văn hóa, điều kiện tự nhiên riêng của Sơn La để dành được ưu thế khi tiêu thụ trên thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu.

Trong những năm gần đây đề tài nghiên cứu về sản phẩm OCOP được nhiều tác giả quan tâm nghiên cứu. Tác giả Nguyễn Thị Thuý Chinh (2016) [1] thông qua việc phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của tỉnh Quảng Ninh trong phát triển và thương mại hoá các sản phẩm truyền thống và thực trạng triển khai đề án trên địa bàn, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả việc triển khai đề án; Bài báo

của tác giả Nguyễn Văn Công (2020) [2] đã đưa ra được nhiều kết quả tích cực, nhất là về mặt nhận thức của xã hội và cấp ủy, chính quyền các cấp và cộng đồng doanh nghiệp, hợp tác xã về vị trí của Chương trình OCOP trong phát triển kinh tế nông thôn. Thông qua việc tham gia Chương trình các chủ thể sản xuất đã hiểu rõ được lợi ích của Chương trình, giúp chủ thể hoàn thiện sản phẩm hơn nhằm đáp ứng các yêu cầu của thị trường, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân và thực hiện hiệu quả nhóm tiêu chí “Kinh tế và tổ chức sản xuất” trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới. Chương trình nhận được sự hưởng ứng cao của các chủ thể sản xuất. Các sản phẩm OCOP được xếp hạng đã có bước tiến về chất lượng, đa dạng về mẫu mã, bao bì, đảm bảo điều kiện, quy định về tem, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Bên cạnh đó, đã có nhiều nghiên cứu tập trung phân tích, đánh giá Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” như tác giả Đặng Huyền Trang (2021) [5] đã cho biết thực trạng về Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Sơn La. Nghiên cứu tìm hiểu về những kết quả đạt được của chương trình hành động, chính sách hỗ trợ, kết quả đạt được về hỗ trợ phát triển các sản phẩm mang tính đặc thù, có lợi thế của tỉnh Sơn La. Mặt khác nghiên cứu cũng tìm hiểu những hạn chế còn tồn tại để có các giải pháp tháo gỡ. Tỉnh Sơn La đã phê duyệt đề án thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn tỉnh và ban hành các chính sách kèm theo để hướng dẫn, hỗ trợ thực hiện.

Năm 2019, là năm đầu tiên huyện Mai Sơn có sản phẩm dự thi OCOP. Căn cứ báo cáo của các chủ thể sản phẩm, Hội đồng tư vấn, đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP huyện Mai Sơn năm 2019 và năm 2020 đã thảo luận, đánh giá từng sản phẩm theo các nội dung chấm điểm về: tổ chức sản xuất, phát triển sản phẩm, sức mạnh cộng đồng, khả năng tiếp thị, câu chuyện sản phẩm, chỉ tiêu cảm quan, tính độc đáo, công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ, đảm bảo chất lượng sản phẩm và cơ hội thị trường toàn cầu. Kết quả qua đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP huyện Mai Sơn năm 2019 có một sản phẩm đạt hạng 3 sao cấp tỉnh. Năm 2020 có 4 sản phẩm gồm Năm Linh Chi; Ông hút tre; thanh long sây dèo; Ngọc trai đạt hạng 4 sao, sản phẩm Hạt sa chi đạt hạng

3 sao. Các sản phẩm được đánh giá xếp hạng có nhiều cải tiến về chất lượng, đa dạng về mẫu mã, bao bì, bảo đảm điều kiện, quy định về tem, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc sản phẩm [4]. Tính đến nay, toàn huyện có gần 200 loại sản phẩm nông sản các loại, trong đó có khoảng 20 sản phẩm lợi thế có giá trị kinh tế và có thể phát triển thành các sản phẩm OCOP giai đoạn 2021- 2025. Tuy nhiên, kết quả đạt hạng sản phẩm OCOP huyện Mai Sơn trong hai năm qua cho thấy số sản phẩm đăng ký dự thi OCOP của huyện vẫn còn ít, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của địa phương. Do vậy, bài viết: “Giải pháp phát triển sản phẩm OCOP tại huyện Mai Sơn, tỉnh Sơn La” sẽ làm rõ những vấn đề này và đề xuất một số giải pháp khả thi nhằm phát triển hơn nữa sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập thông tin: Để nghiên cứu sản phẩm OCOP, tác giả thu thập, tổng hợp một số công trình khoa học và tài liệu được đăng tải trên các tạp chí và mạng Internet. Tác giả thu thập những số liệu liên quan đến sản xuất nguyên liệu, sản xuất thành phẩm và thương mại các sản phẩm truyền thống trên địa bàn huyện Mai Sơn, tỉnh Sơn La. Tác giả tổng hợp văn bản chính sách có liên quan đến phát triển các ngành nghề truyền thống của tỉnh nói riêng và của cả nước nói chung.

Phương pháp phân tích thông tin: Nghiên cứu sử dụng các phương pháp phân tích thông tin như: Phương pháp SWOT, phương pháp so sánh, phương pháp thống kê, phương pháp phân tích tổng hợp ... để thấy được thực trạng phát triển sản phẩm tại huyện Mai Sơn, từ đó đưa ra những giải pháp phát triển sản phẩm OCOP.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đánh giá thực trạng sản phẩm của huyện Mai Sơn theo bộ tiêu chí chương trình OCOP

3.1.1. Các nhóm sản phẩm lợi thế của huyện Mai Sơn

Trên địa bàn huyện có 21 xã và 01 thị trấn, theo thống kê có khoảng 19 sản phẩm lợi thế, thống kê 06 nhóm sản phẩm khu vực nông thôn theo Chương trình OCOP, gồm nhóm Thực phẩm có 13 sản phẩm; nhóm đồ uống có 03 sản phẩm; nhóm Thảo dược có 01 sản phẩm; nhóm thủ công mỹ nghệ, trang trí có 01 sản phẩm; nhóm du lịch cộng đồng và điểm du lịch có 01 sản phẩm.

Bảng 1: Số lượng sản phẩm lợi thế phân theo nhóm ngành hàng vùng nông thôn năm 2021

TT	Nhóm ngành hàng	Số lượng (sản phẩm)	Tỷ lệ (%)
1	Thực phẩm	13	68,4
2	Đồ uống	03	15,8
3	Thảo dược	01	5,3
4	Vải và may mặc	0	0,0
5	Thủ công mỹ nghệ, trang trí	01	5,3
6	Dịch vụ du lịch cộng đồng	01	5,3
	Tổng	19	100,0

Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát và Báo cáo của các xã/thị trấn

Bảng 2: Số lượng các chủ thể sản xuất sản phẩm thuộc các ngành hàng có lợi thế vùng nông thôn

TT	Loại hình	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ phần	0	0
2	Công ty TNHH	1	5,3
3	Hợp tác xã	17	89,5
4	Tổ hợp tác	1	5,3
5	Doanh nghiệp tư nhân	0	0
6	Hộ SX-KD	0	0
	Tổng	19	100

Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát và Báo cáo của các xã/thị trấn

Sản phẩm tại cộng đồng đa dạng, song phần lớn khó tiêu thụ hoặc chưa được thương mại hóa trong và ngoài tỉnh, số lượng sản phẩm đạt chứng nhận đủ tiêu chuẩn còn hạn chế (có 06/19 sản phẩm có đăng ký/công bố tiêu chuẩn chất lượng, chiếm 31,6%; có 07/19 sản phẩm đăng ký nhãn hiệu chiếm 36,8% tổng số sản phẩm hiện có).

3.1.2. Đánh giá sản phẩm của huyện Mai Sơn theo bộ tiêu chí chương trình OCOP

Nhóm tiêu chí Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng

- Nguồn nguyên liệu: Tất cả 19 sản phẩm đều đạt tiêu chí này do có sử dụng 100% nguyên liệu có nguồn gốc trong nước, trong đó có một số sản phẩm sử dụng nguồn nguyên liệu trong nội huyện như: Chấm đen Nà Ốt; Rượu Y Dí Chiềng Nơ; Quà quê Khẩu tắt (Bánh gạo nếp); Thúi ố (Tương thối)...;

- Gia tăng giá trị: Đa số các sản phẩm nông sản, thực phẩm chế biến trên địa bàn huyện có mức độ gia tăng giá trị sản phẩm thấp, cơ bản các sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm nông nghiệp mới chỉ dừng lại ở việc nuôi, trồng bán giống, bán nguyên con hoặc tươi sống mà chưa qua xử lý sơ chế, đóng gói; các sản phẩm về rau nhìn chung chưa có bao bì nhãn mác hoặc thông tin nhãn mác... Các thực phẩm chế biến thì bao bì, nhãn mác đơn giản, chưa có đăng ký bảo hộ độc quyền.

- Năng lực sản xuất để phân phối: sản phẩm từ các chuỗi liên kết tham gia chương trình OCOP chưa nhiều. Trong nhóm các chuỗi liên kết của huyện duy nhất chỉ có 01 sản phẩm tham gia chương trình OCOP và được đánh giá phân hạng đó là: Thanh long sấy dẻo đạt 4 sao.

- Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất: đảm bảo các yêu cầu về bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật

Nhóm tiêu chí Khả năng tiếp thị:

- Khu vực phân phối chính: Sản phẩm chủ yếu được phân phối trong huyện và các huyện lân cận.

- Tổ chức phân phối: Hầu hết chủ thể vừa là người sản xuất vừa là người chịu trách nhiệm phân phối. Các đơn vị hầu hết chưa có bộ phận phòng kinh doanh quản lý phân phối và chưa áp dụng công nghệ 4.0 trong quản lý dẫn đến quy mô phân phối tiêu thụ sản phẩm còn nhiều hạn chế.

- Quảng bá sản phẩm: Hoạt động quảng bá sản phẩm của các chủ thể chưa thường xuyên, hình thức quảng bá đơn điệu, chưa tiếp cận các phương thức quảng bá mới, hiệu quả. Mới có 3/19 chủ thể được khảo sát có website; 6/19 chủ thể sử dụng facebook, zalo và tham gia hệ thống bán hàng trực tuyến trên mạng. Việc tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại của chủ thể còn ít, mới chỉ tham gia một số hội chợ trên địa bàn thành phố và huyện nhưng hiệu quả không cao; chưa/không có nhiều hoạt động xúc tiến thương mại ra ngoài tỉnh và quốc tế.

Nhóm tiêu chí Chất lượng sản phẩm:

- Tính độc đáo của sản phẩm: Các sản phẩm OCOP dự kiến của huyện Mai Sơn đều là những sản phẩm đặc trưng của địa phương. Tuy nhiên, các sản phẩm này tính độc đáo/duy nhất chưa cao, chưa có sự khác biệt nhiều với những sản phẩm cùng chủng loại của địa phương khác.

- Công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn thực phẩm: 15/35 chủ thể (hợp tác xã, doanh nghiệp và các cơ sở có đăng ký kinh doanh) đã thực hiện công bố chất lượng sản phẩm.

- Cơ hội thị trường toàn cầu: các sản phẩm tham gia chương trình OCOP dự kiến của huyện đang ở quy mô sản xuất vừa và nhỏ, chất lượng

chưa cao nên cơ hội xuất khẩu thấp. Hiện chỉ có một sản phẩm được xuất khẩu sang thị trường quốc tế là: Quế điều thuộc Đào Thịnh, trong khi đó tiềm năng xuất khẩu của huyện còn nhiều sản phẩm khác nữa song chưa được khai thác.

3.2. Kết quả phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện Mai Sơn, tỉnh Sơn La

Năm 2019 có 01 hợp tác xã tổ chức sản xuất 01 sản phẩm lợi thế thuộc nhóm thực phẩm là

Bảng 3: Tổng hợp danh sách sản phẩm OCOP đã được đánh giá, phân hạng và công nhận sản phẩm OCOP giai đoạn 2019 -2020

STT	Tên sản phẩm OCOP	Năm công nhận sản phẩm OCOP	Số sao OCOP đạt được	Chủ thể sản phẩm OCOP	Địa chỉ
1	Long nhãn	2019	3 sao	HTX Dịch vụ nông nghiệp nhãn chín muộn	Xã Chiềng Mung
2	Nấm Linh chi	2020	4 sao	Công ty TNHH Mạnh Thắng	Bản 428, xã Hát Lót
3	Ngọc Trai	2020	4 sao	Công ty TNHH 1 thành viên Queen Pearl	Tiểu khu 17 Thị trấn Hát Lót
4	Ông hút bằng Tre	2020	4 sao	Công ty TNHH khai thác và xây dựng Bình Minh	Tiểu khu 02 Thị trấn Hát Lót
5	Thanh long sấy dẻo	2020	4 sao	HTX Ngọc Hoàng	Tiểu khu 07 Xã Nà Bó huyện Mai Sơn.
6	Hạt Sa Chi	2020	3 sao	HTX Quang Vinh	Bản Púng xã Chiềng Ve

Nguồn: Phòng Nông nghiệp & phát triển nông thôn huyện Mai Sơn

Thực hiện Kế hoạch số 42/KH-UBND ngày 28/02/2018 của UBND tỉnh Sơn La về việc xây dựng đề án “Chương trình mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018 – 2020, định hướng đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Sơn La. UBND huyện Mai Sơn đã ban hành Kế hoạch số 70/KH-UBND ngày 05/3/2019 của UBND huyện về triển khai chương trình OCOP huyện Mai Sơn giai đoạn 2019 – 2020, định hướng đến năm 2030, đã thực hiện khảo sát, đánh giá đối với 19 sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có thể đủ điều kiện tham gia chương trình OCOP trên địa bàn 20 xã và 01 thị trấn của Huyện.

Trong 19 sản phẩm (nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ) được khảo sát, đánh giá thuộc 6/6 nhóm ngành hàng sản phẩm OCOP (thực phẩm; đồ uống; thảo dược, vải và may mặc; lưu niệm - nội thất- trang trí; dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng). Trong đó: Nhóm ngành hàng thực phẩm có 13 sản phẩm (chiếm tỷ lệ 68,4%); Nhóm đồ uống có 03 sản phẩm (chiếm 15,8%); Nhóm ngành thảo dược có 01 sản phẩm (chiếm 5,3%); Nhóm thủ công - mỹ nghệ - trang trí có 01 sản phẩm (chiếm 5,3%); Vải, may mặc không có sản phẩm; Nhóm dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng với 01 sản phẩm (chiếm 5,3%) [4].

Nội dung của Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm dựa trên Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007 và

Long nhãn sấy được phân hạng 3 sao cấp tỉnh; năm 2020 có 03 doanh nghiệp, 02 hợp tác xã tổ chức sản xuất 05 sản phẩm thuộc nhóm thực phẩm có 03 sản phẩm (Nấm linh chi, Thanh long sấy dẻo được phân hạng 4 sao; hạt Sachi rang sấy được phân hạng 3 sao), nhóm Lưu niệm - nội thất - trang trí có 02 sản phẩm (Ngọc Trai và Ông Hút tre được phân hạng 4 sao).

sửa đổi, bổ sung, hợp nhất năm 2018; các bộ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN), Quy chuẩn quốc gia (QCVN) tương ứng với từng nhóm sản phẩm theo bộ tiêu chí của Chương để phù hợp với đặc tính của từng nhóm. Tuy nhiên, về kết cấu chung, nội dung chính của các Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm đều bao gồm các nội dung sau: (1) Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng; (2) Khả năng tiếp thị; (3) Chất lượng sản phẩm.

Trong giai đoạn 2021 - 2025, mục tiêu được đặt ra là toàn huyện có ít nhất 48 sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên, trong đó có ít nhất một sản phẩm đạt 5 sao; có từ 3-5 sản phẩm OCOP của huyện xuất khẩu ra nước ngoài. Để đảm bảo mỗi xã trên địa bàn huyện có ít nhất một sản phẩm được đánh giá xếp hạng từ 3 sao trở lên cần củng cố các sản phẩm đã được đánh giá xếp hạng và phát triển mới các sản phẩm OCOP. Nâng cấp ít nhất 30% sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng; Có ít nhất 20% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị theo hướng gắn với vùng nguyên liệu ổn định, trong đó ưu tiên các sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng.

3.3. Đánh giá chung

3.3.1. Kết quả đạt được

Sau khi tổ chức thực hiện Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm”, giai đoạn 2013 - 2020, huyện Mai Sơn đã đạt được những kết quả bước đầu thể

hiện ở các nội dung sau: (1) Công tác chỉ đạo, tổ chức thực hiện từ huyện đến xã, thị trấn được quan tâm triển khai thực hiện; (2) Chủ động tổ chức hướng dẫn thực hiện Bộ công cụ quản lý Chương trình OCOP phù hợp, sát với thực tiễn sản xuất của địa phương; (3) Các tổ chức kinh tế (doanh nghiệp vừa và nhỏ, HTX, tổ hợp tác, trang trại, hộ sản xuất) được quan tâm phát triển theo hướng nâng cao giá trị sản phẩm và phát triển sản xuất theo chuỗi giá trị góp phần hình thành hệ thống tổ chức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm trong khu vực nông nghiệp và nông thôn; (4) Sản phẩm được phát triển từ thấp đến cao và từng bước được hoàn thiện, đảm bảo tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, mẫu mã, được người tiêu dùng đón nhận....

Các sản phẩm được phát triển chủ yếu theo 2 hướng: (1) Phát triển/nâng cấp các sản phẩm đã có (chủ yếu là các sản phẩm truyền thống), (2) phát triển từ các ý tưởng sản phẩm mới theo hướng khai thác, phát huy thế mạnh của các địa phương: hết năm 2021, huyện có 37 sản phẩm tham gia các hội chợ OCOP do tỉnh tổ chức, trong đó có 21 sản phẩm đạt tiêu chuẩn sản phẩm OCOP đạt từ 3 - 4 sao cấp tỉnh. Các sản phẩm đều có bao bì nhãn mác đẹp, kiểu dáng công nghiệp, sản phẩm chủ yếu thuộc nhóm thực phẩm - ẩm thực, đồ uống đều được cấp giấy chứng nhận cơ sở sản xuất đảm bảo an toàn thực phẩm.

3.3.2. Hạn chế, nguyên nhân

Chương trình OCOP là một chương trình mới, việc triển khai Chương trình OCOP ở một số địa phương trên địa bàn huyện còn gặp nhiều khó khăn do không bố trí được nhân lực. Phần lớn các cán bộ được giao kiêm nhiệm nhiều công việc khác nhau ngoài Chương trình OCOP. Cán bộ được bố trí không đủ thời gian thực hiện, chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của nhân lực trong triển khai Chương trình. Trình độ quản lý, nghiệp vụ của cán bộ cấp huyện (cấp hướng dẫn, thực hành), cấp xã (cấp triển khai, phối hợp, thực hành) còn gặp khó khăn trong việc thẩm định các dự án, phương án kinh doanh của các chủ thể tham gia.

Quá trình triển khai chưa thật sự đồng bộ từ Trung ương đến địa phương; cơ chế, chính sách hỗ trợ được thực hiện lồng ghép từ nhiều chính sách đã được ban hành, tuy khá đầy đủ, nhưng lại thiếu đồng bộ, luôn thay đổi, chưa được xác định rõ ràng,

dẫn đến sự lúng túng và khó khăn cho các địa phương.

Sản phẩm tham gia Chương trình đa phần là sản phẩm chủ lực của các địa phương, chủ yếu là sản phẩm thực phẩm tươi, chưa qua chế biến (chưa gia tăng giá trị). Các sản phẩm này chủ yếu là do các hộ gia đình, HTX, THT sản xuất với quy mô nhỏ lẻ, tính liên kết thấp; chưa chủ động trong phân phối và tiếp thị sản phẩm, có phần hạn chế trong xây dựng ý tưởng sản phẩm, phương án kinh doanh,... Sản phẩm tuy là chủ lực nhưng vẫn chưa đạt được một số yêu cầu theo tiêu chí sản phẩm đạt OCOP.

Sản phẩm OCOP của huyện còn ở mức độ 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. Hầu hết các 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.

Số lượng chủ thể tham gia vẫn còn e dè và hạn chế do biểu mẫu, hồ sơ tham gia đánh giá quá nhiều và quá khó đối với các chủ thể sản xuất. Bộ tiêu chí đánh giá phân hạng sản phẩm theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ còn nhiều điểm chưa phù hợp với một số sản phẩm của địa phương.

Việc bố trí quỹ đất sạch và thu hút đầu tư từ các thành phần kinh tế đầu tư cơ sở sản xuất, chế biến, Trung tâm OCOP cấp huyện hiện tại đang dừng hoạt động; Chưa có sự kết nối giữa các trung tâm bán hàng OCOP của các địa phương trong tỉnh dẫn đến các trung tâm hoạt động cầm chừng do thiếu nguồn cung.

Việc hình thành chuỗi từ sản xuất, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ sản phẩm OCOP trên địa bàn còn ít; 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.

3.4. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của huyện Mai Sơn tỉnh Sơn La trong phát triển các sản phẩm OCOP.

Các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ, thách thức trong việc triển khai Chương trình OCOP tại Mai Sơn được trình bày ở bảng 4.

Bảng 4: Phân tích SWOT triển khai Chương trình OCOP Mai Sơn, Sơn La

ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM YẾU
- Mai Sơn có nhiều lợi thế về khí hậu, thổ nhưỡng để phát triển nông, lâm nghiệp theo hướng sản xuất nông sản đặc sản, có giá trị thương phẩm cao và thương hiệu riêng đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu. Điển hình như: vùng trồng thanh long đạt gần 800 ha, tập trung tại các xã Nà Bó, xã Chiềng Chăn, Chiềng Sung; Vùng trồng cây ăn quả có giá trị kinh tế cao, trọng tâm là cây ăn quả có múi tập trung tại các xã: Chiềng Ban, Chiềng Mai, Chiềng Mung, Nà Ót, Chiềng Ve, Mường Bằng, Mường Bon, xã Hát Lót; Vùng trồng cây dược liệu (Sơn Tra, nghệ, Sachi và một số cây dược liệu có giá trị khác), tập trung tại các xã Phiêng Cầm, Phiêng Pắn, Mường Chanh, Chiềng Chung ...; - Mai Sơn có 6 dân tộc anh em sinh sống. Mỗi dân tộc đều có nét văn hóa đặc trưng, đa dạng. Các dân tộc còn gìn giữ những phong tục, tập quán xưa một cách nguyên vẹn, tạo ra nhiều nét độc đáo, mới lạ như: dân tộc Thái, dân tộc Mường, dân tộc Mông, dân tộc Xinh Mun, dân tộc Khơ mú, dân tộc kinh.... Đây là tiềm năng lớn để Mai Sơn phát triển du lịch cộng đồng. - Có nhiều tiềm năng về du lịch, đặc biệt là du lịch trải nghiệm, khám phá tự nhiên, điển hình như: du lịch Hồ Tiên Phong, Khu du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng xã Phiêng Cầm, quần thể di tích lịch sử Tượng đài thanh niên xung phong ngã ba Cò Nòi... Đây là điều kiện thuận lợi cho bán hàng và dịch vụ tại chỗ, xuất khẩu tại chỗ. - Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới được triển khai tích cực cùng với chương trình phát triển kinh tế - xã hội của huyện. - Đến hết năm 2020 trên địa bàn huyện có: 1 doanh nghiệp; 17 Hợp tác xã; 1 tổ hợp tác; 85 hộ kinh doanh; có 02 làng nghề đó là: Làng nghề mây che đan chất lượng cao xã Phiêng Pắn; Làng nghề gốm sứ Mường Chanh, làng nghề rèn dao mèo xã Chiềng Kheo, làng nghề dệt thổ cẩm xã Nà Ót. Đây là nền tảng tốt cho phát triển chương trình OCOP trên địa bàn huyện.	- Địa hình của huyện chủ yếu là đồi, núi chia cắt, dân số ít, phân bố rải rác nên chi phí đầu tư hạ tầng lớn; nguồn nhân lực hạn chế cả về số lượng và chất lượng, chưa đáp ứng nhu cầu phát triển. - Quy mô nền kinh tế còn nhỏ bé, khả năng tiêu dùng thấp; năng lực cạnh tranh của địa phương, của doanh nghiệp còn yếu; chuyển dịch cơ cấu kinh tế chậm, sản xuất nông nghiệp hàng hóa chưa mạnh. - Tâm lý trông chờ vào các nguồn hỗ trợ Nhà nước của cộng đồng vẫn còn. - Thói quen phát triển “từ trên xuống” (theo hướng phát triển nông thôn ngoại sinh) vẫn còn tồn tại. - Hiểu biết về sản phẩm, năng lực nghiên cứu và phát triển còn yếu dẫn đến tình trạng các sản phẩm truyền thống mới ở dạng thô sơ, chưa hoàn thiện (chưa có bao bì, nhãn mác, chưa có tiêu chuẩn chất lượng,...), chưa chế biến sâu, chưa đa dạng hóa theo để đáp ứng nhu cầu thị trường. - Kiến thức và kỹ năng về thị trường của cộng đồng và đội ngũ cán bộ địa phương còn hạn chế dẫn đến việc người dân sản xuất và bán các sản phẩm không theo nhu cầu của thị trường; thiết kế bao bì, nhãn mác không theo thị hiếu của người tiêu dùng, v.v.... - Năng lực xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm của địa phương, doanh nghiệp còn yếu. Sản phẩm chủ yếu được tiêu thụ tại chỗ. Các phương tiện quảng bá như website, mạng xã hội, các trang bán hàng online, v.v... chưa được sử dụng nhiều. - Đến nay huyện chưa có cổng thông tin thương mại điện tử của huyện hoặc có nội dung thành phần về thông tin thương mại điện tử trên Cổng thông tin điện tử của huyện. - Tập quán sản xuất lạc hậu, phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên vẫn được duy trì ở một số địa phương trên địa bàn huyện. - Tâm lý ngại thay đổi cũng như sức ì từ nền văn hóa, tập quán của cộng đồng còn lớn. - Nằm xa các trung tâm kinh tế lớn của đất nước làm cho phí vận tải, đi lại của người dân, doanh nghiệp cao làm giảm sức cạnh tranh của các sản phẩm do cộng đồng trên địa bàn huyện sản xuất ra còn thấp.
CƠ HỘI	NGUY CƠ, THÁCH THỨC
Việt Nam là đất nước nông nghiệp, với văn hóa vùng miền đa dạng, mỗi vùng miền có vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, khí hậu khác biệt với những sản phẩm truyền thống, đặc trưng, lợi thế độc đáo khác nhau, hấp dẫn đối với các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Vì thế, cơ hội cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất chế biến sản phẩm nông nghiệp rất lớn, ngoài ra trước vấn nạn thực phẩm bẩn đang hoành hành, nông sản sạch, có	- Thu nhập của người dân còn thấp và tư duy sản xuất chưa cao, khiến việc nâng cao nhận thức cho cộng đồng về giá trị của sản phẩm nông nghiệp có chất lượng cao gặp không ít khó khăn, dẫn đến có sự thay đổi đáng kể về tập quán canh tác, nhưng vẫn rất chậm chạp. - Thiếu những chính sách cụ thể để hỗ trợ cho các doanh nghiệp, hợp tác xã như: Hỗ trợ vốn để đầu tư cho sản xuất; quỹ đất đủ lớn để tạo vùng nguyên

nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, chất lượng đảm bảo đang trở thành nhu cầu bức thiết, lượng tiêu thụ đang ngày càng gia tăng, trong khi cung chưa đủ cầu. Cơ hội xuất khẩu nông sản sạch, an toàn, nông sản hữu cơ ra thị trường thế giới còn nhiều tiềm năng do nhu cầu thực phẩm sạch, thực phẩm hữu cơ trên thị trường thế giới đang tăng lên, mở ra cơ hội xuất khẩu tốt cho các tổ chức kinh tế trong nước.

Bên cạnh nguồn vốn hỗ trợ để phát triển sản phẩm OCOP của nhà nước thì nguồn vốn từ các nhà đầu tư nước ngoài tìm đến sản phẩm nông nghiệp nước ta có xu hướng gia tăng. Hiện tại, nhiều doanh nghiệp Nhật Bản, Hàn Quốc... đang có kế hoạch đầu tư vào nông nghiệp Việt Nam, mang đến cơ hội cho doanh nghiệp Việt trong lĩnh vực này. Nguồn nhân lực được đào tạo chuyên môn tại các trường đại học đáp ứng nhu cầu cho sản xuất rất dồi dào, các trung tâm đào tạo áp dụng tiến bộ, thiết kế sáng tạo sản phẩm OCOP đang hình thành và phát triển.

Quốc hội đã phê duyệt Nghị quyết số 120/2020/QH14 ngày 19/6/2020 về chủ trương đầu tư Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030 sẽ là động lực để vùng sâu, vùng xa của huyện Mai Sơn, tỉnh Sơn La có cơ hội phát triển.

Sự phát triển của KHCN, đặc biệt là sự phát triển của công nghệ thông tin, công nghệ sinh học và các mạng xã hội cho phép phát triển sản phẩm OCOP có chất lượng cao và phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm OCOP.

liệu phục vụ cho sản xuất và xây dựng nhà xưởng. Thiếu hạ tầng kết nối, hạ tầng thông tin trong nông nghiệp nông thôn, do đó chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực chế biến kinh doanh sản phẩm phẩm từ nông nghiệp.

- Tổ chức quảng bá, truyền thông sản phẩm chưa được tổ chức bài bản, quy mô, rộng khắp, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tham gia xúc tiến thương mại tại các hội chợ trong và ngoài nước để tìm kiếm thị trường còn gặp nhiều khó khăn và chưa thật sự hấp dẫn đối với doanh nghiệp, dẫn đến sản phẩm nông nghiệp của chúng ta chưa tìm được thị trường ổn định và bền vững.

- Sản xuất hàng hóa không đảm bảo chất lượng, đặc biệt là yêu cầu về vệ sinh ATTP; làm hàng giả, hàng nhái, v.v... gây mất lòng tin của người tiêu dùng.

- Cạnh tranh hàng hoá từ các địa phương khác và hàng nhập ngoại (Trung Quốc, Thái Lan, Nhật Bản...) bán với số lượng lớn, mẫu mã, hình thức đẹp, giá cả phải chăng.

- Số lượng và chất lượng nguồn nhân lực khu vực nông thôn của huyện còn thấp, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển.

- Kết cấu hạ tầng yếu kém chưa đáp ứng được yêu cầu phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, chi phí vận tải cao đội giá thành sản phẩm, mất khả năng cạnh tranh.

- Tình trạng tàn phá môi trường và bóc lột tài nguyên để phát triển sản xuất vẫn còn tồn tại.

- Thiếu các nguồn lực phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm trong và sau quá trình triển khai Chương trình OCOP như: Con người, các dịch vụ thiết kế, in ấn, bao bì, nguyên, nhiên vật liệu....

3.5. Một số giải pháp phát triển sản phẩm OCOP tại huyện Mai Sơn, tỉnh Sơn La

(i) Tiếp tục hoàn thiện Bộ máy vận hành OCOP ở các cấp từ huyện đến xã, thị trấn theo hướng: tiếp tục kế thừa, kiện toàn trên cơ sở bộ máy đã được xây dựng giai đoạn 2019-2020; đảm bảo đồng bộ, thống nhất về vị trí, chức năng, nhiệm vụ; đảm bảo chuyên trách, chuyên nghiệp và ổn định nhưng không làm phát sinh tổng biên chế đã giao cho các đơn vị được giao nhiệm vụ thực hiện Đề án; Điều chỉnh, bổ sung nhiệm vụ triển khai Đề án OCOP để phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương, gắn với Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

(ii) Khuyến khích tổ chức, cá nhân tham gia Đề án ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ cao, công nghệ mới, tiên tiến hiện đại trong sản xuất, bảo quản, chế biến đối với sản phẩm OCOP, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm

OCOP, như: Tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt (GMP), tiêu chuẩn quy trình làm vệ sinh và thủ tục kiểm soát vệ sinh (SSOP), tiêu chuẩn hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm giới hạn (HACCP), quy trình quản lý chất lượng (ISO)...

(iii) Có chính sách để ưu tiên vốn, đất đai, hỗ trợ thúc đẩy việc ứng dụng KHCN để phát triển sản xuất ở các chủ thể OCOP. Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh trên địa bàn huyện cần tranh thủ tận dụng được các hỗ trợ của huyện, tỉnh trong phát triển thương hiệu, quản bá sản phẩm.

(iv) Nâng cao chất lượng, nâng hạng các sản phẩm OCOP, để khuyến khích các cá nhân, tổ chức tham gia chương trình OCOP, huyện Mai Sơn tiếp tục hướng dẫn các địa phương, người dân đổi mới phương thức sản xuất gắn với nâng cao giá trị sản phẩm.

(v) Tổ chức Hội nghị đối tác OCOP, xây dựng "Mạng lưới Đối tác OCOP Mai Sơn" với sự

tham gia của các tổ chức OCOP (chia sẻ thông tin, gặp gỡ, đàm phán, ký kết thỏa thuận, hợp đồng,...) nhằm liên kết các chủ thể thực hiện chương trình với các doanh nghiệp trong và ngoài nước; hình thành các mô hình liên kết theo chuỗi giá trị gắn với chuẩn hóa vùng trồng đối với các sản phẩm nông nghiệp chủ lực của huyện, qua đó, hỗ trợ một phần kinh phí để các doanh nghiệp, hợp tác xã đầu tư máy móc, trang thiết bị nhằm tạo ra chuỗi sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao.

(vi) Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ trong công tác quản lý. Xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm OCOP; Đưa sản phẩm OCOP lên sàn giao dịch điện tử nhằm tăng cường kết nối cung cầu; phát sóng trên truyền hình, đăng trên các trang báo, tạp chí, cổng thông tin điện tử của Huyện và tỉnh; thường xuyên cập nhật thông tin sản phẩm OCOP trên hệ thống truy xuất nguồn gốc nông lâm, thủy sản, thực phẩm huyện để quảng bá, kết nối cung cầu. Lựa chọn, tham gia phân phối sản phẩm OCOP trên các trang mạng giới thiệu và bán sản phẩm nông sản, sản phẩm đặc sản hiện có, gồm: Các trang facebook (Đặc sản vùng miền, Chợ Đặc sản...), các trang bán hàng online (Lazada.vn, Shopee.vn, Sendo.vn, tiki. Voso.vn...) hoặc tổ chức, cá nhân tự xây dựng trang website để giới thiệu và bán hàng.

4. Kết luận

Bài viết đã đánh giá thực trạng phát triển sản xuất sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện Mai Sơn

tỉnh Sơn La; phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ trong phát triển sản phẩm OCOP, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện Mai Sơn tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021- 2025. Trong thời gian tới, cùng với việc nâng cao chất lượng, nâng hạng các sản phẩm OCOP, để khuyến khích các cá nhân, tổ chức tham gia chương trình OCOP, huyện Mai Sơn tiếp tục hướng dẫn các địa phương, người dân đổi mới phương thức sản xuất gắn với nâng cao giá trị sản phẩm; trong đó, chú trọng các sản phẩm nổi trội, thế mạnh và có tiềm năng của địa phương. Đồng thời, có chính sách để ưu tiên vốn, đất đai, hỗ trợ thúc đẩy việc ứng dụng KHCN để phát triển sản xuất ở các chủ thể OCOP. Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh trên địa bàn huyện cần tranh thủ tận dụng được các hỗ trợ của huyện, tỉnh trong phát triển thương hiệu, quản bá sản phẩm. Tập trung các giải pháp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, thúc đẩy chế biến, chế biến sâu, liên kết và gắn với vùng nguyên liệu địa phương để hình thành các chuỗi giá trị hoàn chỉnh, sản phẩm OCOP đặc sắc, có giá trị cao. Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, quảng bá một cách bài bản, đồng bộ và thường xuyên, tăng cường quản lý giám sát sản phẩm OCOP, xây dựng thương hiệu OCOP làm cơ sở để đẩy mạnh thị trường và tiếp cận thị trường quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Thị Thuỳ 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 sỹ*, Trường ĐH Kinh tế và Quản trị kinh doanh, ĐH Thái Nguyên.
- [2]. Nguyễn Văn Công. (2020). Hoàn thiện công tác tổ chức thực hiện chương trình “mỗi xã, phường một sản phẩm – OCOP. *Luận văn Thạc sỹ*, Trường ĐH Lâm Nghiệp.
- [3]. Cục thống kê tỉnh Sơn La. (2018, 2019, 2020). *Niên giám thống kê tỉnh Sơn La năm 2018, 2019, 2020*.
- [4]. Phòng Nông nghiệp & phát triển nông thôn huyện Mai Sơn. (2021). *Phụ lục “Danh sách các nhóm sản phẩm tham gia đề án OCOP huyện Mai Sơn giai đoạn 2021 - 2025”*.
- [5]. Đặng Huyền Trang. (2021). Đánh giá Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tỉnh Sơn La. *Tạp chí công thương*.
- [6]. Võ Hồng Tú. (2020). *Nghiên cứu thực trạng sản xuất, tiêu thụ và tiềm năng thị trường cho một số mặt hàng OCOP chủ lực của tỉnh Hậu Giang*. Sở KHCN tỉnh Hậu Giang.

Thông tin tác giả:

1. Phạm Thị Hồng

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh
- Địa chỉ email: phamhongtn@gmail.com

2. Nguyễn Như Quỳnh

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh

Ngày nhận bài: 04/3/2022

Ngày nhận bản sửa: 13/5/2022

Ngày duyệt đăng: 27/5/2022