

MỘT SỐ KẾT QUẢ CƠ BẢN CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) SAU 4 NĂM TRIỂN KHAI THỰC HIỆN

● PHẠM TUẤN ANH

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. Đây là giải pháp, nhiệm vụ trong triển khai thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, được Đảng, Nhà nước, Chính phủ triển khai thực hiện từ năm 2018. Bài viết phân tích một số kết quả cơ bản của Chương trình OCOP sau 4 năm triển khai thực hiện tại các địa phương.

Từ khóa: mỗi xã một sản phẩm, chương trình OCOP, nông thôn mới, hợp tác xã.

1. Mục tiêu chung của chương trình OCOP

Trọng tâm của Chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và kinh tế tập thể thực hiện. Mục tiêu chung của Chương trình OCOP là:

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh (ưu tiên phát triển hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa) để sản xuất các sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn.

- 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.

- Thông qua việc phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý (hạn chế dân di cư ra thành phố), bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn Việt Nam.

2. Kết quả cơ bản của Chương trình OCOP sau 4 năm triển khai thực hiện

Trên thế giới, Chương trình “Mỗi làng một sản phẩm” (OCOP), đã có ở hơn 40 nước khu vực châu Á, châu Phi, Mỹ La tinh,... mặc dù tên gọi chương trình của các nước không giống nhau hoàn toàn, nhưng mục đích thì như nhau, đó là mỗi địa phương xác định rõ đâu là những sản phẩm lợi thế của mình, để từ đó tập trung đầu tư, phát triển sản phẩm đó. Nhật Bản là nước tiên phong và rất thành công với chiến lược phát triển kinh tế xã hội khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội sinh và gia tăng giá trị, chú trọng đầu tư các nguồn lực, sản phẩm sẵn có tại mỗi địa phương.

Tại Việt Nam, Quảng Ninh là tỉnh đầu tiên trong cả nước triển khai mô hình “Mỗi xã, phường một sản phẩm” từ năm 2013 và đạt được nhiều kết quả tích cực. Và theo các tiêu chí, tiêu chuẩn của Chương trình OCOP hiện nay, Quảng Ninh đã có trên 300 sản phẩm OCOP được xếp hạng. Tiếp nối thành công của Quảng Ninh, nhiều tỉnh thành trong cả nước cũng triển khai thực hiện chương trình. Để chương trình thành công bền vững, cần có một lộ trình, cần có những điều chỉnh phù hợp trong bộ

tiêu chí, cách làm, cách đánh giá, chấm hạng sao sản phẩm,...

Chương trình OCOP không chỉ có ý nghĩa đơn thuần về phát triển sản xuất mà còn có ý nghĩa trong giải quyết nhiều vấn đề quan trọng ở nông thôn như giảm nghèo, giải quyết việc làm, an sinh xã hội, môi trường, phát huy trí tuệ sáng tạo của người dân, hình thành các tổ chức liên kết kinh tế cộng đồng bền vững. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của địa phương thông qua các chương trình phát triển ngành nghề nông thôn, nâng cao giá trị sản phẩm, hàng hóa và kiến thức tiếp cận thị trường.

Với những mục tiêu đó, OCOP trở thành chương trình kinh tế nông thôn trọng tâm gắn liền với xây dựng nông thôn mới, nông thôn kiểu mẫu. Là chương trình phát triển kinh tế ở nông thôn dựa trên thế mạnh, lợi thế, đặc biệt là những sản vật, làng nghề truyền thống của các địa phương, vùng miền trên cả nước. Từ ý nghĩa và giá trị của Chương trình OCOP được chứng minh trong gần 10 năm qua, Đảng, Nhà nước đã quan tâm và đề ra chủ trương phát triển chương trình kinh tế OCOP thống nhất trong toàn quốc. Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018 - 2020 đã được Chính phủ phê duyệt ban hành với nguồn kinh phí thực hiện dự kiến 45.000 tỷ đồng. Chính phủ cũng đã ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân loại sản phẩm OCOP. Các bộ, ngành liên quan và hầu hết các địa phương đã ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật, kế hoạch, hướng dẫn, thông tư,... nhằm triển khai sâu rộng Chương trình OCOP trong những năm qua.

Hưởng ứng Chương trình OCOP, các tỉnh, thành đã thành lập và xây dựng kế hoạch cho phát triển OCOP. Đến năm 2021, chương trình kinh tế OCOP đã được triển khai tại 63 tỉnh thành trong cả nước. Đã có 60/63 tỉnh, thành phố tổ chức đánh giá xếp hạng sản phẩm cho thấy việc nhận thức và ý thức chỉ đạo triển khai Chương trình OCOP ngày càng tích cực. Ngoài những địa phương có chiều sâu như Quảng Ninh, Hà Nội, những địa phương tích cực triển khai nhanh chóng và hiệu quả đều nằm ở khu vực Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ. Điều này cho thấy sự phù hợp của Chương trình OCOP trong phát triển sản xuất, góp phần thúc đẩy xây dựng nông thôn mới ở những khu vực còn khó khăn này.

Cấp tỉnh, thành phố: Tất cả 63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã ban hành Đề án/Kế hoạch

Chương trình OCOP cấp tỉnh, một số tỉnh đã ban hành Chỉ thị của Thường vụ Tỉnh ủy về Chương trình OCOP. Ủy ban nhân dân (UBND) các tỉnh đã hình thành bộ máy triển khai Chương trình, giao nhiệm vụ và huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị từ tỉnh đến huyện, đặc biệt là các sở, ngành có liên quan. 100% các tỉnh, thành phố đã ban hành văn bản bổ sung nhiệm vụ thực hiện Chương trình OCOP cho Ban Chỉ đạo xây dựng nông thôn mới cấp huyện. 50% số tỉnh đã bổ sung nhiệm vụ thực hiện Chương trình OCOP cho Ban chỉ đạo xây dựng nông thôn mới cấp xã và phân công cán bộ phụ trách OCOP cấp xã. Nhiều địa phương đã sử dụng bộ máy của Chương trình Nông thôn mới để triển khai Chương trình OCOP, tạo sự thuận lợi và đồng bộ trong quá trình thực hiện. Đến hết năm 2020, có 25 tỉnh đã giao cho Văn phòng Điều phối nông thôn mới và 38 tỉnh giao cho Chi cục Phát triển Nông thôn là cơ quan thường trực chương trình. Nhiều địa phương đã chủ động xây dựng và ban hành cơ chế, chính sách riêng của tỉnh về nhiều lĩnh vực, như: Phát triển vùng nguyên liệu; Hỗ trợ khoa học công nghệ; Phát triển sản xuất, liên kết chuỗi giá trị; Hỗ trợ xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu;...

Về kết quả phát triển sản phẩm và chủ thể OCOP, giai đoạn 2018 - 2020, đã có 2.961 chủ thể đăng ký tham gia Chương trình với 6.210 sản phẩm. Các chủ thể đã được hỗ trợ nâng cao chất lượng, phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực, đã có 874 sản phẩm được hỗ trợ chuẩn hóa về chất lượng; 792 sản phẩm được hỗ trợ về đăng ký sở hữu trí tuệ; 1.266 sản phẩm được hỗ trợ về bao bì, nhãn mác; 1.098 doanh nghiệp, hợp tác xã được hỗ trợ nâng cao năng lực; 1.552 chủ thể được hỗ trợ xúc tiến thương mại và giới thiệu sản phẩm. Theo kết quả đánh giá, phân hạng cho các sản phẩm, cả nước có 4.759 sản phẩm OCOP được công nhận đạt 3 sao trở lên. Trong đó, đồng bằng sông Hồng dẫn đầu cả nước với 1.759 sản phẩm (chiếm 37,16%), miền núi phía Bắc chiếm 20,56%, tiếp đến là đồng bằng sông Cửu Long với 15%, thấp nhất là vùng Đông Nam Bộ với 88 sản phẩm (chiếm 1,85%). Sản phẩm đạt 3 sao chiếm 62,05%; sản phẩm đạt 4 sao chiếm 36,2% và sản phẩm tiềm năng 5 sao chiếm 1,72%. Hội đồng OCOP quốc gia đang tổ chức đánh giá, phân hạng cho 43 sản phẩm OCOP tiềm năng 5 sao được các địa phương đăng ký.

Về cơ cấu sản phẩm theo nhóm, có 3.789 sản phẩm (chiếm 80%) thuộc nhóm thực phẩm, 8,8%

thuộc nhóm lưu niệm nội thất và trang trí, 6,3% thuộc nhóm đồ uống, còn lại là các sản phẩm khác. Đặc biệt, đã có 35 sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch được công nhận là sản phẩm OCOP. Đã có 2.610 chủ thể có sản phẩm được công nhận OCOP, trong đó: 37,8% là các hợp tác xã, 27,7% là doanh nghiệp vừa và nhỏ, 31,7% là cơ sở/hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác.

Về nguồn lực triển khai, Chương trình huy động 22.845 tỷ đồng (kế hoạch dự kiến 45.000 tỷ đồng), trong đó các tổ chức OCOP huy động nguồn lực và vay tín dụng chiếm trên 93% (tăng 6,6% so với kế hoạch đề ra là 86,6%); ngân sách các cấp (cả nguồn lồng ghép) chiếm 7% (giảm 6,4% so với kế hoạch đề ra là 13,4%).

Một thành công quan trọng nữa của Chương trình OCOP là công tác xúc tiến thương mại được các bộ, ngành, địa phương triển khai rất tích cực và hiệu quả. Bộ Công Thương đã nhanh chóng ban hành quyết định quy chuẩn trung tâm/điểm bán hàng OCOP, giúp cho cả nước có trên 142 trung tâm/điểm bán hàng OCOP. Hội chợ, triển lãm OCOP cấp tỉnh, khu vực với hơn 10.000 gian hàng dần trở thành thương hiệu địa phương và điểm đến của du lịch. Hệ thống bán lẻ hiện đại trong toàn quốc (các trung tâm thương mại lớn như hệ thống Central Retail, Saigon Coop, Mega Market,...) cũng đã tích cực tham gia tiêu thụ các sản phẩm OCOP.

Trong thời gian qua, nhất là trong thời điểm dịch bệnh Covid - 19, sản phẩm OCOP đã được cung ứng rất tốt cho thị trường, có sự tăng trưởng về doanh thu và giá bán. Đây là minh chứng về tiềm năng, hiệu quả của Chương trình OCOP. Sản phẩm OCOP được phát triển đa dạng theo 6 nhóm gồm thực phẩm, đồ uống, thảo dược, vải-may mặc, lưu niệm-nội thất-trang trí, và du lịch, đây không chỉ là sinh kế của người dân mà còn là con đường phát triển kinh tế đa dạng, phát huy lợi thế, tính đặc sắc và văn hóa của mỗi một địa phương từ xã, đến huyện, đến tỉnh. Những hiệu quả bước đầu cho thấy hướng phát triển đúng đắn, phù hợp của Chương trình OCOP trong phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn hiện nay.

Mục tiêu Chương trình OCOP giai đoạn 2021 - 2025 được xác định là:

- Đến năm 2025, phần đầu ít nhất 10.000 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên,

trong đó ít nhất có khoảng 400 - 500 sản phẩm OCOP đạt 5 sao; củng cố và nâng cấp ít nhất 50% sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng.

- Chương trình cũng ưu tiên phát triển các hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa, phần đầu ít nhất có 40% chủ thể OCOP là hợp tác xã và 30% chủ thể OCOP là các doanh nghiệp; có ít nhất 30% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, OCOP xanh gắn với vùng nguyên liệu ổn định, trong đó ưu tiên các sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng; có ít nhất 50% làng nghề truyền thống có sản phẩm OCOP, góp phần bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống của các địa phương;

- Tỷ lệ lao động được đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ phù hợp làm việc tại các chủ thể OCOP đạt tối thiểu 20%; phần đầu có ít nhất 40% chủ thể OCOP là nữ điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh; có ít nhất 50% chủ thể OCOP tham gia vào các kênh bán hàng hiện đại (hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi; sàn giao dịch thương mại điện tử,...); phần đầu mỗi tỉnh, thành phố có 1 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP,...

- Diễn đàn hợp tác quốc tế mỗi làng, xã một sản phẩm được tổ chức ít nhất 1 lần/năm nhằm nâng cao và khẳng định thương hiệu OCOP Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

3. Kết luận

Sau 4 năm thực hiện, Chương trình OCOP đã tạo sự lan tỏa mạnh mẽ, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao thu nhập của người dân nông thôn, trên cơ sở phát huy tiềm năng, thế mạnh về sản vật, ngành nghề nông thôn và dịch vụ du lịch của các địa phương. Trước những thành quả đã đạt được trong giai đoạn vừa qua, Chương trình OCOP không dừng lại ở một chương trình kinh tế của Nhà nước, mà đã trở thành phương thức, cách thức phát triển kinh tế - xã hội ở các khu vực nông thôn nói riêng, trong toàn xã hội nói chung. Chương trình OCOP đã và đang tạo ra những thay đổi tích cực trong sản xuất xã hội khu vực nông thôn. Với những nguồn lực kinh tế - xã hội trị giá hàng chục ngàn tỷ đồng được sử dụng, sức ảnh hưởng và lan tỏa của Chương trình OCOP đã từng bước đi vào hoạt động sản xuất xã hội và đang trở thành giải pháp trọng tâm nhằm thực hiện mục tiêu kinh tế - xã hội trong xây dựng nông thôn mới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2018). *Tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về chương trình mỗi xã một sản phẩm (Chương trình OCOP)*.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2021). *Dự thảo Đề án Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025*.
3. Chính phủ (2020). *Nghị quyết số 01/NQ-CP của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và Dự toán ngân sách nhà nước năm 2021*.
4. Trần Tư Lực (2020). *Xây dựng phát triển chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Quảng Bình: Sách chuyên khảo*. Nxb Đại học Huế.
5. Thu Oanh, Tiến Dũng (2020). *Chương trình Mục tiêu Quốc gia - Xây dựng nông thôn mới; chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP)*. Nxb Tài chính.
6. Cổng thông tin điện tử về Chương trình OCOP. Truy cập tại: <http://ocop.gov.vn>.

Ngày nhận bài: 4/11/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/12/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/12/2021

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM TUẤN ANH

Tổng Công ty Xây dựng Công trình Hàng không ACC

SOME BASIC RESULTS OF THE ONE COMMUNE ONE PRODUCT (OCOP) PROGRAM AFTER FOUR YEARS OF IMPLEMENTATION

● Master. **PHAM TUAN ANH**
ACC Airport Construction Corporation

ABSTRACT:

The One Commune One Product (OCOP) program is a rural economic development program of Vietnam in order to develop internal resources and promote adding values. The OCOP program is one of the most important solutions and tasks under the National Target Programme on New Rural Development which has been implemented by the Communist Party of Vietnam and the Government of Vietnam since 2018. This paper analyzes some basic results of this program after four years of implementation in localities.

Keywords: one commune - one product, OCOP program, new rural development, cooperatives.