

ỨNG DỤNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CÁC SẢN PHẨM OCOP

Nguyễn Văn Lam, Lê Thành Phương, Nguyễn Đắc Bình Minh

Viện Nghiên cứu và Phát triển Vùng, Bộ Khoa học và Công nghệ

Kể từ khi triển khai, Chương trình OCOP¹ đã thực sự khơi dậy được tiềm năng, thế mạnh của các địa phương thông qua việc phát huy giá trị của các sản phẩm nông sản, dược liệu... đóng góp đáng kể vào việc nâng cao đời sống kinh tế cho người dân. Trong việc xây dựng và phát triển các sản phẩm OCOP có đóng góp không nhỏ của ngành khoa học và công nghệ (KH&CN). Thông qua việc thực hiện nhiệm vụ “Nghiên cứu thực trạng và giải pháp duy trì, phát triển bền vững các sản phẩm OCOP tại vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ”, nhóm nghiên cứu thuộc Viện Nghiên cứu và Phát triển Vùng (Bộ KH&CN) đã đánh giá thực trạng sản phẩm OCOP của vùng nghiên cứu, từ đó đề xuất giải pháp để phát triển bền vững các sản phẩm này.

Sản phẩm OCOP và vai trò của KH&CN

Việt Nam có nhiều sản phẩm truyền thống lâu đời tập trung chủ yếu tại khu vực nông thôn. Mỗi vùng miền lại có các sản phẩm đặc trưng riêng, nếu được khai thác tốt sẽ phát huy tối đa những lợi ích về kinh tế, đóng góp đáng kể cho phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Đây chính là tiền đề cho việc xây dựng và thực hiện Chương trình OCOP. Tính đến 12/2022, cả nước đã có 8.689 sản phẩm OCOP được đánh giá, phân hạng đạt 3 sao trở lên, phân bố ở cả 63 tỉnh/thành phố. Nhiều sản phẩm OCOP không chỉ nổi danh trong nước mà còn được thị trường quốc tế ưa chuộng như: chè Shan Tuyết Hoàng Su Phì (Hà Giang), chè Tân Cương (Thái Nguyên), cà phê (Sơn La), lúa gạo (Sóc Trăng, An Giang)...

*Theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 7/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020, được gọi tắt là Chương trình OCOP.

Trong quá trình xây dựng và phát triển các sản phẩm OCOP có sự đóng góp không nhỏ của ngành KH&CN. Nhiều nhiệm vụ nghiên cứu, ứng dụng KH&CN thúc đẩy phát triển các sản phẩm OCOP, góp phần phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp tại khu vực nông thôn, ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp KH&CN, hình thành các hợp tác xã kiểu mới, phát triển hộ kinh doanh... đã được triển khai. Thực tế cho thấy, nhờ áp dụng tốt KH&CN mà một số sản phẩm tiềm năng đã được “đánh thức” và trở thành vùng sản xuất hàng hóa quy mô lớn, tạo cơ sở hình thành các doanh nghiệp nông nghiệp, hợp tác xã kiểu mới, sản xuất kinh doanh hiệu quả, mang lại nguồn thu đáng kể cho người dân và địa phương. Ví dụ như các sản phẩm: vịt biển Đông Xuyên (Thái Bình), thanh long ruột đỏ (Vĩnh Phúc), trà hoa vàng Tam Đảo (Vĩnh Phúc), cam Vinh (Nghệ An)...

Cùng với chương trình OCOP, giai đoạn 2018-2020, Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ KH&CN đã hỗ trợ nông dân quản lý và phát triển tài sản trí tuệ cho đặc sản của địa phương dưới các hình thức chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu tập thể; bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và nâng cao giá trị các nông sản gắn với địa danh. Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp 517 đơn nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý liên quan đến các ngành nghề nông nghiệp nông thôn, trong đó có 337 nhãn hiệu tập thể; 165 nhãn hiệu chứng nhận và 15 chỉ dẫn địa lý hình thành các sản phẩm OCOP.

Ngày 1/8/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025. Trong đó, vai trò của KH&CN được xác định ở các khâu: hỗ trợ hoàn thiện công nghệ chế biến quy mô nhỏ và vừa, đặc biệt là các sản phẩm OCOP đã được



Cam Vinh ở Nghĩa Đàn, Nghệ An được phân hạng OCOP 3 sao.

công nhận đạt sao; tăng cường chuyển giao ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong sản xuất, kết nối thị trường, truy xuất nguồn gốc, đặc biệt là ứng dụng công nghệ thông tin, khoa học xã hội và nhân văn trong phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch nông thôn, bảo tồn giá trị văn hóa bản địa; hỗ trợ rà soát, xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn cho sản phẩm OCOP đáp ứng các quy

định của thị trường trong nước và xuất khẩu, xây dựng nhóm tiêu chuẩn kỹ thuật phục vụ sản xuất và hoạt động giám sát, đánh giá sản phẩm OCOP; thúc đẩy áp dụng các giải pháp về bảo hộ và khai thác hiệu quả giá trị tài sản trí tuệ (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận) cho sản phẩm OCOP, đặc biệt là các sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

Thực trạng phát triển các sản phẩm OCOP khu vực Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ

Với ưu thế về điều kiện tự nhiên thuận lợi cho phát triển nông nghiệp, du lịch, vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ hiện đang có số sản phẩm OCOP cao nhất cả nước. Nhằm đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp duy trì, phát triển bền vững các sản phẩm OCOP, Viện Nghiên cứu và Phát triển Vùng đã triển khai thực hiện nhiệm vụ “Nghiên cứu thực trạng và giải pháp duy trì, phát triển bền vững các sản phẩm OCOP tại vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ”. Trong đó, đại diện cho vùng Đồng bằng sông Hồng là các tỉnh: Vĩnh Phúc, Nam Định, Thái Bình. Đại diện cho vùng Bắc Trung Bộ là các tỉnh: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh.

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, giai đoạn 2018-2022, 6 tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng và Bắc Trung Bộ đã công nhận được 1.126 sản phẩm OCOP, trong đó 962 sản phẩm đạt hạng 3 sao, 163 sản phẩm đạt 4 sao, chỉ có 1 sản phẩm đạt 5 sao (bảng 1). Tính đến hết năm 2022, ba tỉnh nghiên cứu tại vùng Đồng bằng sông Hồng có 64 mô hình trong lĩnh vực trồng trọt, 23 mô hình trong lĩnh vực chăn nuôi, 31 mô hình trong lĩnh vực được liệt kê. Vùng Bắc Trung Bộ có 108 mô hình trong lĩnh vực trồng trọt, 50 mô hình trong lĩnh vực chăn nuôi, 43 mô hình trong lĩnh vực được liệt kê.

Bảng 1. Số lượng và phân hạng sản phẩm OCOP vùng nghiên cứu.

Vùng	Tỉnh	Tổng số sản phẩm giai đoạn 2018-2022 (sản phẩm)	Phân hạng		
			3 sao	4 sao	5 sao
Đồng bằng sông Hồng	Thái Bình	54	31	23	0
	Nam Định	343	290	53	0
	Vĩnh Phúc	98	82	16	0
Vùng Bắc Trung Bộ	Thanh Hóa	197	152	44	1
	Nghệ An	185	172	13	0
	Hà Tĩnh	249	235	14	0
Tổng cộng		1.126	962	163	1

Ở cả 2 khu vực, các sản phẩm OCOP trong lĩnh vực trồng trọt, được liệu được duy trì tốt về nguồn nguyên liệu, nhưng giá trị gia tăng chỉ duy trì tốt ở khâu sơ chế, còn các tiêu chí khác như: ứng dụng công nghệ chỉ ở mức độ trung bình. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối duy trì tốt ở quy mô nhỏ và trung bình; ở quy mô lớn và đáp ứng nhu cầu xuất khẩu chỉ ở mức trung bình và yếu. Vấn đề liên kết sản xuất được duy trì ở mức độ trung bình, trong đó chủ yếu là liên kết giữa nhà sản xuất với các kênh phân phối chưa có liên kết giữa các tổ chức sản xuất với nhau. Về bảo vệ môi trường, tiêu chí quan tâm, có đánh giá được duy trì ở mức tốt, các tiêu chí còn lại được duy trì ở mức trung bình.

Loại hình sản xuất kinh doanh các sản phẩm OCOP tại các vùng nghiên cứu có: doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và hộ cá thể. Trong đó, các tỉnh nghiên cứu ở vùng đồng bằng sông Hồng không có loại hình tổ hợp tác, vùng Bắc Trung Bộ có đủ 4 loại hình kinh doanh. Đặc biệt, quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh của các chủ sở hữu, sản

xuất, kinh doanh các sản phẩm OCOP hầu hết thuộc loại vừa và nhỏ, thậm chí siêu nhỏ, chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp lớn. Do đó, nguồn lực tài chính đầu tư cho việc phát triển các sản phẩm OCOP khá hạn chế, ảnh hưởng lớn tới chiến lược kinh doanh dài hạn cũng như hiệu quả hoạt động của các chủ thể.

Về khía cạnh KH&CN, số lượng nhiệm vụ dành trực tiếp cho các sản phẩm OCOP hầu như chưa có, mà chủ yếu là gián tiếp. Các địa phương cũng chưa ban hành những chính sách đồng bộ gắn kết các nhiệm vụ KH&CN với phát triển sản phẩm OCOP. Các vấn đề như bảo vệ nhãn hiệu, thương hiệu đã đăng ký cũng chưa được quan tâm, khiến nạn hàng giả, hàng nhái ngày càng nhiều, ảnh hưởng tới uy tín của các sản phẩm OCOP. Việc áp dụng công nghệ vào quảng bá, giới thiệu sản phẩm còn yếu...

Một số giải pháp đề xuất

Có thể khẳng định, các sản phẩm OCOP đã giúp chuyển biến mạnh tư duy của người nông dân từ sản xuất thuần túy sang tư duy về kinh tế sản xuất. Sản phẩm

OCOP của các chủ thể được cải thiện về chất lượng, tiêu chuẩn, hệ thống nhận diện, đáp ứng yêu cầu của thị trường. Vai trò của KH&CN trong xây dựng và phát triển sản phẩm OCOP ngày một rõ nét. Trong thời gian tới, để khắc phục các hạn chế, nâng cao hơn nữa giá trị của các sản phẩm OCOP, cần thực hiện một số giải pháp đồng bộ gồm:

Liên kết sản xuất - tiêu thụ sản phẩm OCOP

Việc sản xuất nhỏ lẻ, riêng rẽ dẫn đến tình trạng nguyên liệu không đồng nhất về chất lượng, vì vậy các địa phương có sản phẩm OCOP cần liên kết các nông hộ tạo ra vùng nguyên liệu theo tiêu chí OCOP, đảm bảo cung cấp thường xuyên và đều đặn cho cơ sở chế biến. Đồng thời, cần xây dựng bộ tiêu chuẩn cụ thể để áp dụng đồng nhất đối với các chủ thể sản xuất ở quy mô nhỏ; hỗ trợ giống, vật tư tiêu hao, đưa ra ràng buộc đầu vào, ứng trước tài chính, cung cấp tín dụng... cho người nông dân; tổ chức tập huấn nâng cao năng lực sản xuất cho nông dân theo tiêu chuẩn và giám sát quá trình sản xuất.

Bên cạnh đó, các hợp tác xã, các chủ thể cần liên kết tổ chức sản xuất các sản phẩm OCOP để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm; giảm chi phí đầu vào, nâng cao khả năng cạnh tranh cho sản phẩm OCOP. Các chủ thể sở hữu cùng loại sản phẩm có thể góp vốn đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cấp dây chuyền sản xuất, tăng cường ứng dụng kỹ thuật mới vào sản xuất. Chính



Sản phẩm OCOP trà hoa vàng Tam Đảo (Vĩnh Phúc).

quyền địa phương cần hỗ trợ phát triển các mô hình sản xuất sản phẩm OCOP gắn với khai thác giá trị tài nguyên bản địa (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, văn hóa...), sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, hữu cơ, sinh thái, HACCP (hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn), GMP (thực hành sản xuất tốt)...; phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái đa giá trị, phát triển mới các sản phẩm xung quanh hệ sinh thái lõi là sản phẩm OCOP; hỗ trợ người dân nâng cao năng lực trong quản trị và điều hành sản xuất, áp dụng công nghệ thông tin, công nghệ số trong quản lý và tổ chức sản xuất; hỗ trợ các chủ thể hoàn thiện thủ tục đưa sản phẩm OCOP vào hệ thống siêu thị, các kênh tiêu thụ theo con đường chính ngạch, hợp pháp.

Các chủ thể sở hữu sản phẩm OCOP cần xác định rõ chiến lược phát triển sản phẩm, xây dựng

thương hiệu sản phẩm, phân khúc thị trường, khách hàng để đầu tư có trọng điểm; chủ động hợp tác và tham gia các hội chợ triển lãm, chương trình quảng bá, kết nối tiêu thụ; thực hiện chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số trong quảng bá và xúc tiến thương mại, tiếp thị trực tuyến (website bán hàng đa kênh, fanpage, kênh youtube, gian hàng thương mại điện tử...). Đối với thị trường quốc tế, cần xác định rõ thị trường mục tiêu, thị hiếu, xu hướng khách hàng, để có kế hoạch và lộ trình chuẩn bị chu đáo, bài bản.

Nâng cao năng lực tiếp nhận KH&CN

Đầu tiên, cần xây dựng và phát triển năng lực đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các sản phẩm OCOP. Bên cạnh đó, chú trọng đầu tư phát triển năng lực KH&CN của các viện nghiên cứu, trường đại học; các tổ chức hỗ trợ (tổ chức

cung cấp thông tin KH&CN, tổ chức trung gian môi giới chuyển giao công nghệ, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, sở hữu trí tuệ).

Trong hoạt động đầu tư cho khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo cần xây dựng các chương trình KH&CN phục vụ phát triển sản phẩm OCOP. Huy động và phát huy tối đa các nguồn lực từ ngân sách nhà nước, doanh nghiệp, khu vực tư nhân, cộng đồng và nguồn vốn nước ngoài cho hoạt động nghiên cứu, ứng dụng, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp, chuyển giao công nghệ phục vụ phát triển sản phẩm OCOP.

Cuối cùng, cần xây dựng chính sách thúc đẩy việc xã hội hóa thực hiện nhiệm vụ KH&CN phục vụ phát triển các sản phẩm OCOP; hỗ trợ, tạo điều kiện để các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế tham gia nghiên cứu, hoàn thiện công nghệ và chuyển giao công nghệ mới, mua công nghệ trong hoặc ngoài nước để phục vụ sản xuất các sản phẩm OCOP. Đối với các sản phẩm OCOP trong lĩnh vực trồng trọt, chăn nuôi và dược liệu (những lĩnh vực có sản phẩm OCOP chiếm tỷ lệ lớn) cần phát triển theo chiều sâu, trong đó tăng cường ứng dụng KH&CN vào sản xuất nhằm nâng cao năng suất, chất lượng; ổn định các tiêu chí của sản phẩm để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.