CURRENT SITUATION ASSESSMENT OF SOME POTENTIAL PRODUCTS PARTICIPATING IN THE ONE COMMUNE ONE PRODUCT PROGRAM IN CHI LINH CITY, HAI DUONG PROVINCE

Bui Xuan Hong*, Ha Quang Trung
TNU - University of Agriculture and Forestry

ARTICLE INFO

Received: 13/10/2021
Revised: 04/11/2021
Published: 04/11/2021

KEYWORDS

One commune one product (OCOP) program
Chi Linh city
Potential products
Assessment
Classification

ABSTRACT

The research was conducted to determine some potential products participating in the OCOP program in Chi Linh city, Hai Duong province. The collected information about the product is analyzed and evaluated according to the criteria of the OCOP program based on three parts: (1) The evaluation criteria of the product and the strength of the community; (2) Evaluation criteria for marketability; (3) Evaluation criteria for product quality. Research results point out the existing and limited aspects of the products. For the evaluation criteria of products and community strength, 61% of products scored 18 points or higher than that. For the evaluation criteria of marketability, 38.46% of products achieved 13 points or higher points. For the evaluation criteria of product quality, the score is quite low. In details, no product has reached to 50% of the score of these criteria. The research results are the basis for making appropriate policies and solutions to develop OCOP products in Chi Linh city, Hai Duong province.

ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG MỘT SỐ SẢN PHẨM TIỀM NĂNG THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP THÀNH PHỐ CHÍ LINH, TỈNH HẢI DƯƠNG

Bùi Xuân Hồng*, Hà Quang Trung
Trường Đại học Nông Lâm - ĐH Thái Nguyên

THÔNG TIN BÀI BÁO

Ngày nhận bài: 13/10/2021
Ngày hoàn thiện: 04/11/2021
Ngày đăng: 04/11/2021

TỪ KHÓA

Chương trình mỗi xã một sản phẩm
Thành phố Chí Linh
Sản phẩm tiềm năng
Đánh giá
Phân loại

TÓM TẮT

Nghiên cứu đánh giá một số sản phẩm tiềm năng tham gia Chương trình OCOP thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương. Các thông tin thu thập về sản phẩm được phân tích, đánh giá theo các tiêu chí của Chương trình OCOP dựa trên ba phần: (1) Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng; (2) Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị; (3) Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm. Kết quả nghiên cứu chỉ ra những mặt tồn tại, hạn chế của các sản phẩm. Đối với các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng có 61% sản phẩm đạt từ 18 điểm trở lên. Đối với tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị có 38,46% sản phẩm đạt từ 13 điểm trở lên. Đối với tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm thì số điểm khá thấp, chưa có sản phẩm nào đạt 50% số điểm của tiêu chí này. Kết quả nghiên cứu là căn cứ để đưa ra những chính sách, giải pháp phù hợp để phát triển các sản phẩm OCOP thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

DOI: https://doi.org/10.34238/tnu-jst.5154

* Corresponding author. *Email: buixuanhong@tuaf.edu.vn*

1. Giới thiệu

Việt Nam là một quốc gia nông nghiệp, với 70% dân số sản xuất nông nghiệp. Trong suốt chiều dài lịch sử, ngành Nông nghiệp luôn là ngành đóng góp tích cực nhất trong phát triển kinh tế tại địa phương và góp phần xây dựng Nông thôn mới. Hiện nay trên thế giới việc áp dụng khoa học công nghệ trong sản xuất Nông nghiệp rất phổ biến và phát triển, nhưng ở Việt Nam việc áp dụng khoa học công nghệ cho ngành Nông nghiệp còn nhiều hạn chế, sản xuất Nông nghiệp ở nước ta kém hiệu quả, những sản phẩm nông nghiệp chưa đủ sức cạnh tranh với các sản phẩm hàng hóa ngoại nhập trên thị trường [1]. Chính vì điều đó, chính phủ cần có một chương trình để phát triển kinh tế địa phương thông qua việc hỗ trợ phát triển các ngành nghề có tính chiều sâu nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa Việt Nam để tăng tính cạnh tranh trên thị trường.

Khái niệm "Mỗi làng một sản phẩm" (OVOP) đầu tiên bắt đầu ở tỉnh Oita Nhật Bản vào năm 1979 bởi ông Morihika Hiramstu tỉnh trưởng của tỉnh Oita, một ý tưởng chính sách phát triển khu vực được ra đời. Phong trào OVOP đã truyền cảm hứng cho các cộng đồng tại tỉnh Oita về việc tập trung sản xuất hàng hóa và nâng cao giá trị sản phẩm tiềm năng của địa phương [2]-[5]. Phong trào OVOP là một mô hình thành công cho sự phát triển các sản phẩm địa phương của tỉnh Oita và các vùng khác của Nhật Bản. Mô hình Oita OVOP được phát triển từ các "phong trào" do địa phương lãnh đạo, nhằm mục đích "phục hồi cộng đồng từ từ, lâu dài và nội tại, được theo đuổi thông qua việc xây dựng các nhà lãnh đạo địa phương" [6].

Học tập từ phong trào OVOP được khởi xướng vào năm 1979 của Nhật Bản, Chương trình "One Tambon One Product" (OTOP) của Thái Lan năm 2001, Chính phủ Việt Nam đã từng bước triển khai thành Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) tại Việt Nam.

Dựa trên những thành công của phong trào OVOP tại Nhật Bản và Chương trình OTOP tại Thái Lan, Chính phủ Việt Nam đã xây dựng hành lang pháp lý cho Chương trình OCOP và ban hành các chính sách cho Chương trình OCOP như Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 05 năm 2018; Quyết định số 01/QĐ-BCDDTWW của Ban chỉ đạo Trung ương các Chương trình MTQG giai đoạn 2016-2020; Quyết định 1048/QĐ-TTg vào ngày 21 tháng 8 năm 20219; Quyết định 781/QĐ-TTg vào ngày 8 tháng 6 năm 2020 [7]-[10].

Hải Dương là một trong 63 tỉnh thành thực hiện Chương trình OCOP của Quốc gia. Ngày 23 tháng 4 năm 2019, tỉnh Hải Dương ra Quyết định số 1438/QĐ-UBND phê duyệt đề án "Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Hải Dương giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2030". Để thực hiện Chương trình OCOP của tỉnh, thành phố Chí Linh cũng đã triển khai theo Quyết định số 1438/QĐ-UBND của tỉnh cho Chương trình OCOP. Thành phố Chí Linh cũng như các thị xã, huyện khác của tỉnh Hải Dương, các sản phẩm nông sản hiện nay trong tình trạng kém về chất lượng, sức cạnh tranh trên thị trường không cao, bao bì nhãn mác đang còn hạn chế và sản xuất kém hiệu quả, cho nên việc triển khai Chương trình OCOP là hết sức cần thiết.

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm khảo sát tình trạng các sản phẩm OCOP của thành phố Chí Linh, tìm ra những điểm hạn chế còn tồn tại của các sản phẩm tiềm năng trước khi tham gia Chương trình OCOP. Nghiên cứu góp phần đề xuất cho ban lãnh đạo thành phố Chí Linh có những định hướng và có hành lang chính sách hỗ trợ cho các chủ thể nhằm phát triển kinh tế xã hội, tăng mối liên kết trong sản xuất của các hộ sản xuất kinh doanh, Hợp tác xã và các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn thành phố Chí Linh.

2. Địa bàn, thời gian và phương pháp nghiên cứu

2.1. Địa bàn và thời gian nghiên cứu

2.1.1. Địa bàn nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành tại thành phố Chí Linh nằm ở phía Bắc tỉnh Hải Dương. Thành phố Chí Linh có tổng diện tích 282,917 km^2, nằm trong vùng tam giác kinh tế trọng điểm Hà Nội-Hải Phòng-Quảng Ninh; là vùng đất có vị trí chiến lược về quốc phòng và an ninh. Thành phố Chí Linh có 19 đơn vị hành chính cấp xã gồm 14 phường: Phả Lại, Văn An, Chí Minh, Sao

Đỏ, Thái Học, Cộng Hòa, Hoàng Tân, Bến Tắm, An Lạc, Đồng Lạc, Hoàng Tiến, Văn Đức, Tân Dân, Cổ Thành và 05 xã: Bắc An, Hoàng Hoa Thám, Hưng Đạo, Lê Lợi, Nhân Huệ. Nông - lâm - thủy sản của thành phố Chí Linh năm 2018 đạt 2.109 tỷ đồng; trong đó giá trị nông nghiệp đạt 1.858,92 tỷ đồng; giá trị lâm nghiệp đạt 16,96 tỷ đồng; giá trị sản xuất chăn nuôi, thủy sản đạt 232,18 tỷ đồng. Giá trị thu nhập trên 1 ha đất trồng trọt và nuôi trồng thủy sản đạt 157 triệu đồng/ha. Tổng diện tích cây ăn quả 6.783 ha. Chăn nuôi, thủy sản đã có nhiều mô hình chăn nuôi trang trại theo hướng bán công nghiệp tạo ra hàng hóa lớn, có chất lượng cao. Tổng sản lượng nuôi trồng thủy sản năm 2018 đạt 7.214 tấn [11]. Chính vì ngành Nông nghiệp góp phần rất lớn đối với kinh tế thành phố Chí Linh nên sản phẩm nông nghiệp đang được Ban lãnh đạo thành phố quan tâm và đưa vào chính sách hỗ trợ.

2.1.2. Thời gian nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện từ tháng 7/2020 đến 11/2020.

2.2. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu đã đánh giá thực trạng các sản phẩm có tiềm năng tham gia đánh giá và phân hạng OCOP năm 2020-2021 trên địa bàn thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương. Tên sản phẩm và chủ thể được thể hiện cụ thể trong bảng 1.

Bảng 1. *Danh sách các chủ thể và sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP năm 2020-2021 thành phố Chí Linh*

TT	Tên sản phẩm	Tên chủ thể	Địa chỉ của chủ thể
1	Mật ong đặc sản Chí Linh	Công ty cổ phần ong mật Việt Ý	Phường Cộng Hòa, thành phố Chí Linh
2	Sữa ong chúa	Công ty cổ phần ong mật Việt Ý	Phường Cộng Hòa, thành phố Chí Linh
3	Tổ sáp ong đặc biệt	Công ty cổ phần ong mật Việt Ý	Phường Cộng Hòa, thành phố Chí Linh
4	Mật ong Việt Ý	Công ty cổ phần ong mật Việt Ý	Phường Cộng Hòa, thành phố Chí Linh
5	Phấn hoa ong	Công ty cổ phần ong mật Việt Ý	Phường Cộng Hòa, thành phố Chí Linh
6	Gà đồi Chí Linh	Công ty cổ phần chế biến thực phẩm VIWAYS	Phường Chí Linh, thành phố Chí Linh
7	Nhãn Hoàng Tiến	HTX* Nông nghiệp Hoàng Tiến	Phường Hoàng Tiến, thành phố Chí Linh
8	Na Hoàng Tiến	HTX Nông nghiệp Hoàng Tiến	Phường Hoàng Tiến, thành phố Chí Linh
9	Na Bến Tắm	HTX dịch vụ Nông nghiệp Bến Tắm	Phường Bến Tắm, thành phố Chí Linh
10	Gạo nếp cái hoa vàng Văn An	HTX dịch vụ Nông nghiệp Văn An	Phường Văn An, thành phố Chí Linh
11	Gạo nếp cái hoa vàng An Lạc	HTX Nông nghiệp An Lạc	Phường An Lạc, thành phố Chí Linh
12	Cam Côn Sơn	Hộ kinh doanh Trịnh Thị Cúc	Phường Cộng Hòa, Thành phố Chí Linh
13	Cà rốt tươi Nhân Huệ	HTX dịch vụ Nông nghiệp Nhân Huệ	Phường Nhân Huệ, thành phố Chí Linh

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả năm 2020)

*Chú thích: * Hợp tác xã*

2.3. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1. Phương pháp thu thập thông tin

Phương pháp thu thập thông tin của cơ sở và các sản phẩm của chủ thể thông qua khảo sát và phỏng vấn trực tiếp tại cơ sở sản xuất.

2.3.2. Phương pháp phân tích số liệu

Phương pháp thống kê và phân tích theo các nhóm tiêu chí theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ gồm 3 phần: (1) Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (35 điểm); (2) Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm); (3) Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (40 điểm).

Phương pháp thống kê mô tả: Nghiên cứu sử dụng phân tích biểu đồ, đồ thị để mô tả thang điểm của các sản phẩm tại thời điểm khảo sát so với thang điểm của Chương trình OCOP.

3. Kết quả và thảo luận

Quyết định 1048/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ Ban hành về bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm vào ngày 21 tháng 8 năm 2019 và Quyết định 781/QĐ-TTg vào ngày 8 tháng 6 năm 2020 bổ sung cho Quyết định 1048/QĐ-TTg là 2 cơ sở để hội đồng các cấp tổ chức chấm, đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP.

3.1. Thực trạng chung của các sản phẩm của thành phố Chí Linh

3.1.1. Nhóm tiêu chí sản phẩm và sức mạnh cộng đồng

Nhóm sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng là nhóm tiêu chí quan trọng chiếm 35% tổng số điểm đánh giá mỗi sản phẩm. Mặc dù là nhóm tiêu chí quan trọng, nhưng kết quả qua quá trình khảo sát cho thấy một số sản phẩm của thành phố Chí Linh còn nhiều tồn tại và khó khăn.

a) Nguồn nguyên liệu

Nguồn nguyên liệu là tiêu chí đầu tiên để xem xét một sản phẩm OCOP, muốn phát triển thành sản phẩm OCOP thì sản phẩm đó phải sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh ít nhất 50%. Nghiên cứu cho thấy các sản phẩm OCOP dự kiến của thành phố Chí Linh đều sử dụng nguồn nguyên liệu của địa phương. Tuy nhiên, các chủ thể chưa có hồ sơ để chứng minh nguồn gốc nguyên liệu.

b) Giá trị gia tăng

Mục tiêu của sản phẩm OCOP là sản phẩm có giá trị gia tăng, vì vậy việc hoàn thiện sản phẩm và chế biến sâu để đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm là rất quan trọng. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Mức độ giá trị gia tăng các sản phẩm khá thấp, tại thời điểm khảo sát các sản phẩm như gạo nếp cái hoa vàng của hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp Văn An, gạo nếp cái hoa vàng của hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp phường An Lạc, cà rốt tươi Nhân Huệ của hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp Nhân Huệ, na Hoàng Tiến, nhãn Hoàng Tiến của hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp Hoàng Tiến, na Bến Tắm của hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp Bến Tắm chỉ sơ chế đơn giản, bao bì chưa hoàn thiện nên giá trị gia tăng của sản phẩm chưa cao.

c) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất

Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất là một trong các tiêu chí bắt buộc đối với các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh. Kết quả điều tra cho thấy, các chủ thể đã quan tâm đến bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất, nhưng chưa có giấy tờ minh chứng cụ thể tại thời điểm khảo sát. Chỉ có sản phẩm gà đồi Chí Linh của công ty cổ phần chế biến thực phẩm VIWAYS là cơ sở duy nhất đã có đề án bảo vệ môi trường và được ủy ban nhân dân thành phố Chí Linh phê duyệt.

d) Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong sản xuất

Hầu hết các sản phẩm có tiềm năng tham gia, đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP của thành phố Chí Linh đều sử dụng năng lượng và công nghệ thân thiện bền vững trong quá trình sản xuất. 100% năng lượng điện được sử dụng trong quá trình sản xuất và tạo ra các sản phẩm.

e) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm

Nguồn gốc ý tưởng tạo ra sản phẩm là một trong những yếu cốt lõi của Chương trình OCOP. Ý tưởng tạo ra sản phẩm được khuyến khích gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương. Qua quá trình khảo sát và kết quả nghiên cứu cho thấy, các sản phẩm được tạo ra đều xuất phát từ nguyên liệu thế mạnh và mang tính lịch sử truyền thống của địa phương.

g) Tính hoàn thiện, phong cách của bao bì

Trong số 13 sản phẩm có tiềm năng, chỉ có sản phẩm gà đồi Chí Linh của công ty cổ phần chế biến thực phẩm VIWAYS, sản phẩm mật ong đặc sản Chí Linh, sữa ong chúa, tổ sáp ong đặc biệt, mật ong Việt Ý và phấn hoa ong của công ty cổ phần ong mật Việt Ý đã có bao bì và các thông tin trên bao bì đầy đủ, các sản phẩm còn lại chưa có bao bì.

h) Loại hình tổ chức sản xuất-kinh doanh

Trong 8 chủ thể có các sản phẩm tiềm năng của thành phố, thì có 2 (25%) chủ thể là công ty cổ phần, 5 (62,5%) chủ thể là hợp tác xã và có 1 (12,5%) chủ thể là hộ sản xuất kinh doanh.

i) Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành

Khi đánh giá các sản phẩm OCOP, đối với các công ty, hợp tác xã đòi hỏi phải có sự tham gia của người địa phương trong quản lý điều hành. Đối với hộ sản xuất kinh doanh thì chủ hộ phải là người địa phương. Thực tế cho thấy 8 chủ thể đều sử dụng hầu hết lực lượng quản lý là người địa phương.

j) Sử dụng lao động địa phương

Trong bộ tiêu chí đánh giá, tiêu chí sử dụng lao động phải đạt ít nhất 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động lớn hơn hoặc bằng mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn NTM của địa phương tại thời điểm đánh giá. Kết quả khảo sát cho thấy 100% các chủ thể đều sử dụng nguồn lao động là người địa phương. Tuy nhiên 100% các chủ thể chưa có đầy đủ minh chứng như giấy xác nhận sử dụng lao động của địa phương của UBND phường hoặc xã. Để tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP các chủ thể cần hoàn thiện hơn về minh chứng.

k) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh

Theo tiêu chí chấm điểm cho sản phẩm OCOP kết quả kinh doanh năm trước trừ đi kết quả kinh doanh năm liền kề mà lớn hơn hoặc bằng 10% lợi nhuận năm trước thì được điểm tối đa. Kết quả khảo sát cho thấy báo cáo tài chính, báo cáo riêng cho từng sản phẩm của các chủ thể, cơ bản đã có báo cáo tài chính và minh chứng được.

l) Kế toán

Tiêu chí kế toán là một trong những tiêu chí được xem là quan trọng đối với mỗi hình thức kinh doanh. Qua quá trình khảo sát 8 chủ thể đã có kế toán, hoạt động thường xuyên, nhưng chưa đưa ra được minh chứng cụ thể theo yêu cầu bộ hồ sơ tham gia OCOP.

3.1.2. Nhóm tiêu chí về khả năng tiếp thị

a) Khu vực phân phối chính

Khu vực phân phối là chỉ tiêu đánh giá khả năng kinh doanh của mỗi chủ thể, nó là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá mức độ thị trường của sản phẩm. Qua kết quả khảo sát và phân tích cho thấy, hiện nay thị trường phân phối của 13 sản phẩm rất tốt, có thị trường phân phối chính trong và ngoài tỉnh, một số sản phẩm đã có chuỗi cung ứng như sản phẩm gà đồi Chí Linh của công ty cổ phần chế biến thực phẩm VIWAYS. Một số thị trường chính của 13 sản phẩm cơ bản ở Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Bắc Giang… Tuy nhiên, đối với chủ thể là hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh tuy đã có thị trường phân phối nhưng chưa có minh chứng bằng hợp đồng cụ thể.

b) Tổ chức phân phối

Bộ phận tổ chức kinh doanh, phân phối hầu hết các chủ thể là công ty đều có bộ phận và người phụ trách. Chủ thể là hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh thì đã có tổ chức phân phối.

c) Quảng bá sản phẩm

Qua kết quả khảo sát, đánh giá cho thấy hoạt động quảng bá các sản phẩm của các chủ thể như gà đồi Chí Linh, mật ong của công ty Việt Ý xúc tiến thương mại rất tốt qua website, hội chợ triển lãm, các kênh thông tin công cộng như Facebook, Zalo.... còn các chủ thể còn lại quảng bá sản phẩm còn hạn chế, chỉ qua truyền miệng, thương lái và người quen nên chưa đạt được hiệu quả cao.

d) Câu chuyện sản phẩm

Các sản phẩm của thành phố Chí Linh cơ bản đều có câu chuyện sản phẩm, có câu chuyện riêng. Tuy nhiên, các câu chuyện sản phẩm chưa được mã hóa trên tờ rơi hoặc website và video clip.

3.1.3. Nhóm tiêu chí chất lượng sản phẩm

a) Chỉ tiêu cảm quan

Chỉ tiêu cảm quan được đánh giá dựa trên các tiêu chí như: Hình thức, thể chất, màu sắc, mùi vị... Kết quả nghiên cứu cho thấy các sản phẩm gà đồi Chí Linh, mật ong đặc sản Chí Linh, sữa ong chúa, tổ sáp ong đặc biệt, mật ong Việt Ý, phấn hoa ong và cam Côn Sơn có hình thức tốt. Sản phẩm còn lại là chưa có bao bì.

b) Công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn thực phẩm

Chỉ tiêu công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn thực phẩm còn nhiều tồn tại, đòi hỏi chủ thể cần khắc phục. Kết quả nghiên cứu cho thấy tại thời điểm thực tế chỉ có sản phẩm của công ty mật ong Việt Ý là có bản tự công bố chất lượng sản phẩm đạt chỉ tiêu an toàn thực phẩm. Còn lại các sản phẩm khác chưa có, hoặc có nhưng hết hạn, các chủ thể cần bổ sung về chỉ tiêu này.

c) Đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm

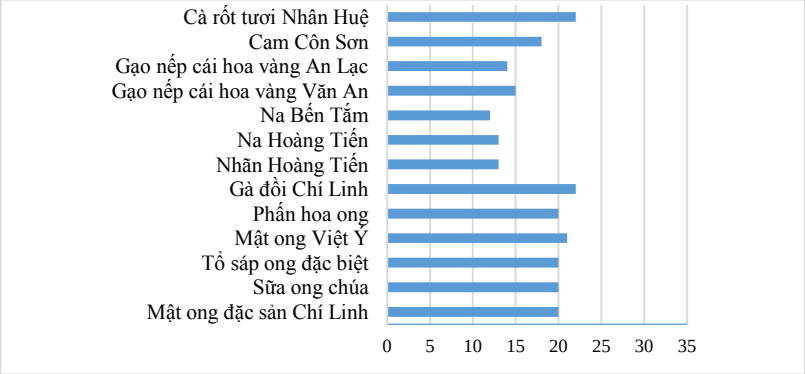
Đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm là chỉ tiêu bắt buộc đối với các sản phẩm tham gia đánh giá sản phẩm OCOP. Kết quả nghiên cứu cho thấy chỉ có sản phẩm mật ong của công ty Việt Ý và gà đồi Chí Linh là đáp ứng được; còn lại hầu hết các sản phẩm chưa có hệ thống hồ sơ, minh chứng về chỉ tiêu này.

d) Cơ hội thị trường toàn cầu

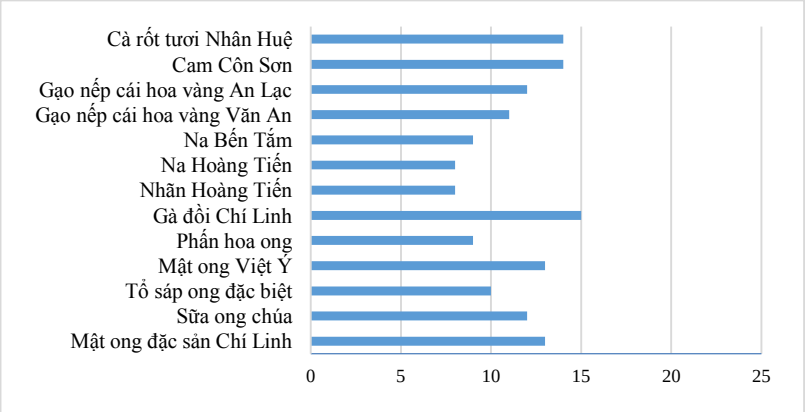
Để đánh giá cơ hội thị trường toàn cầu thì sản phẩm phải có khả năng xuất khẩu đến thị trường khu vực, thị trường ngoài khu vực, thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, EU, Nhật…). Kết quả nghiên cứu cho thấy, các sản phẩm đang ở quy mô trung bình, vừa và nhỏ. Chất lượng sản phẩm chưa cao, chế biến chưa sâu nên cơ hội xuất khẩu ra thị trường ngoài Việt Nam rất thấp.

3.1.4. Kết quả đánh giá 13 bộ hồ sơ sản phẩm

Kết quả từ hình 1 cho ta thấy mức điểm mà các sản phẩm đạt được trong tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng tốt, có 61% các sản phẩm đạt từ 18/35 điểm trở lên cho tiêu chí này.



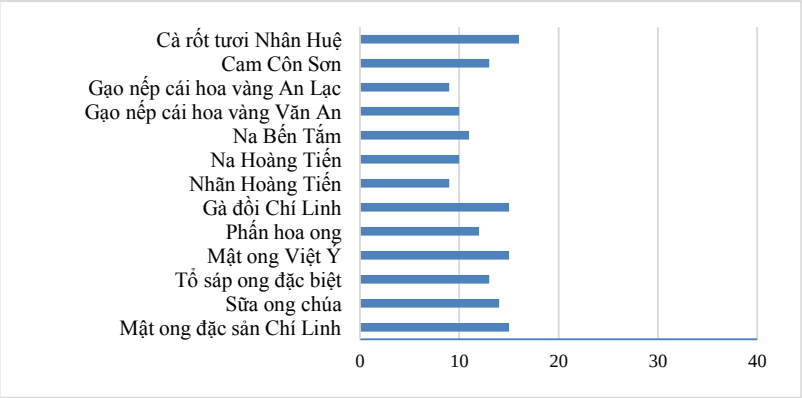
Hình 1. *Mức điểm của các sản phẩm trong tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng*



Hình 2. *Mức điểm của các sản phẩm trong tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị*

Kết quả từ hình 2 cho thấy mức điểm mà các sản phẩm đạt được trong tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị chỉ có 5 sản phẩm có số điểm 13/25 điểm chiếm 38,46%. Còn 8 sản phẩm còn lại chiếm 61,54% là dưới 13 điểm.

Kết quả từ hình 3 cho thấy mức điểm mà các sản phẩm đạt được trong tiêu chí đánh giá chất lượng sản phẩm rất thấp, 13 sản phẩm chưa đạt được 50% số điểm của tiêu chí này. Từ đây cho thấy về tiêu chí đánh chất lượng sản phẩm của các sản phẩm tiềm năng đang rất yếu.



Hình 3. *Mức điểm của các sản phẩm trong tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm*

Bên cạnh đó, qua kết quả nghiên cứu từ bảng 2 cho thấy, có 2/13 (15,38%) sản phẩm nằm trong thang điểm từ 50-69 điểm, đạt 3 sao. Có 11/13 (86,62%) sản phẩm nằm trong thang điểm từ 30-49 điểm, đạt 2 sao. Số điểm cho tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng khá đồng đều và đạt số điểm cao. Số điểm cho 2 tiêu chí gồm tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị và tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm giữa các sản phẩm không đồng đều và điểm khá thấp.

Bảng 2. *Kết quả đánh giá 13 bộ hồ sơ sản phẩm theo tiêu chí OCOP*

TT	Sản phẩm	Tổng điểm	Kết quả đánh giá sau khi khảo sát
1	Mật ong đặc sản Chí Linh	48	2 sao
2	Sữa ong chúa	46	2 sao
3	Tổ sáp ong đặc biệt	43	2 sao
4	Mật ong Việt Ý	49	2 sao
5	Phấn hoa ong	41	2 sao
6	Gà đồi Chí Linh	52	3 sao
7	Nhãn Hoàng Tiến	30	2 sao
8	Na Hoàng Tiến	31	2 sao
9	Na Bến Tắm	32	2 sao
10	Gạo nếp cái hoa vàng Văn An	36	2 sao
11	Gạo nếp cái hoa vàng An Lạc	35	2 sao
12	Cam Côn Sơn	45	2 sao
13	Cà rốt tươi Nhân Huệ	52	3 sao

(Nguồn: Tổng hợp nhóm tác giả năm 2020)

3.2. Những tồn tại của sản phẩm

Qua quá trình nghiên cứu cho thấy các chủ thể có sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP thành phố Chí Linh đều bắt nguồn từ thế mạnh của địa phương. Tuy nhiên sản phẩm còn tồn tại một số vấn đề như: Thiếu hợp đồng mua bán nguyên liệu, hợp đồng đầu ra, hợp đồng lao động, một số chủ thể thiếu kế hoạch/đề án bảo vệ môi trường, một số sản phẩm chưa có bao bì nhãn mác và quảng bá sản phẩm cơ bản đang khá nghèo nàn, đa số các chủ thể chưa có website thương mại của mình.

3.3. Một số đề xuất với cơ quan quản lý và chủ thể

Đối với cơ quan quản lý cấp thành phố, cấp tỉnh cần có các chính sách kịp thời hỗ trợ về tài chính, pháp lý cho các chủ thể hoàn thiện một số nội dung như: Thiết kế bao bì, nhãn mác sản phẩm; kinh phí phân tích các chỉ tiêu ATTP; xác nhận sử dụng lao động và nguyên liệu địa phương; hỗ trợ thiết kế website và xúc tiến thương mại.

Đối với các chủ thể có sản phẩm tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cần bổ sung hoàn thiện một số nội dung như sau: Bổ sung thêm các tài liệu hồ sơ minh chứng về các đại lý phân phối; Tăng cường, tập trung phát triển sản phẩm về chất lượng và bao bì; Có các hợp đồng liên kết đầu vào và đầu ra; Tăng cường xúc tiến thương mại qua nhiều hình thức quảng bá; Cần viết câu chuyện sản phẩm và câu chuyện sản phẩm phải được mã hóa trên tờ rơi, website hoặc các video clip.

4. Kết luận

Các sản phẩm tiềm năng của thành phố Chí Linh qua nghiên cứu là những sản phẩm phát triển dựa trên thế mạnh của địa phương, sản phẩm có tiềm năng phát triển và tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP của thành phố Chí Linh và tỉnh Hải Dương năm 2020-2021. Một số sản phẩm đã chế biến sâu và có tiềm lực phát triển rất tốt. Bên cạnh đó có một số sản phẩm cần được tập trung phát triển sản phẩm sâu hơn và hoàn thiện bao bì tốt hơn. Các sản phẩm có quy mô sản xuất tương đối so với trong tỉnh và các tỉnh thành lân cận, nên có cơ hội tiếp cận các thị trường trong nước rất lớn, còn đối với thị trường ngoài nước thì chưa đủ quy mô. Các sản phẩm có tiềm năng trở thành sản phẩm thương hiệu của tỉnh Hải Dương. Tuy nhiên để đạt được kết quả phân hạng sao OCOP cao cần được phát triển và hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

[1] T. T. C. Nguyen, "Current situtation assement of implementing the One commune, One product (OCOP) in Quang Ninh Provice," (in Vietnamsese), Master thesis, Thai Nguyen University of economic and business administration, Thai Nguyen University, 2016.

[2] K. Iguta, *The problem of the regianal revitalization in Asia and One Village One Product-adatability of Oita model to Asian countries*, Insitute of development Economies (IDE), Chiba, Japan, 2006.

[3] K. Kurokawa, "Effectiveness and limitations of the One Village One Product (OVOP) approach as a gomernment-led development policy: Evidence from Thai One Tambon One Product (OTOP)," *Stud. Reg. Sci.*, vol. 39, pp. 977-989, 2009.

[4] P. Tanwathana, "Human Development as Social Capital for Community Development: A Chronology Study of Rural Community Development in Oita Prefecture, Japan," *Japanese studies Journal*, vol. 26, pp. 119-141, 2010.

[5] J. Knight, "Rural revitalization in Japan: Spirit of the village and taste of the country," *Asian Suru*, vol. 34, pp. 634-646, 1994.

[6] Y. Claymone and W. Jaiborisudhi, "A study on one Village one products (OVOP) in Japan and Thailand as an alternative of community development in Indonesia," *The Intenational Journal of East Asian Studies*, vol. 16, no. 1, pp. 51-62, 2011.

[7] T. B. H. Dang, X. H. Bui, and T. M. Doan, "Stituation of some potential products for participation in the clasification of OCOP products in Cao Bang Province," *Journal of Vietnam Agricultural science and technology – Vietnam Academy of Agricultural Sciences*, vol. 01 (special thematic), pp. 138-144, 2020.

[8] Prime Minister, "Decision No.490/QD-TTg May 7, 2018 of the Prime Minister approving the One Commune One Product Program from 2018-2020," 2018. [Online]. Available: http://nongthonmoi.gov.vn/VanBan/Pages/490-qd-ttg.aspx. [Accessed April 27, 2021].

[9] Prime Minister, "Decision No.1048/QD-TTg August 21, 2019 promulgating a set of criteria for product evaluation and classification OCOP program," 2019. [Online]. Available: http://ocop.gov.vn/quyet-dinh-so-1048-qd-ttg-ngay-21-8-2019-ve-viec-ban-hanh-bo.html. [Accessed April 27, 2021].

[10] Prime Minister, "Decision No.781/QD-TTg June 8, 2020, Amendments and supplements some appendixs to Decision No.1048/QD-TTg August, 21, 2019," 2020. [Online]. Available: https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/quyet-dinh-781-qd-ttg-2020-sua-doi-quyet-dinh-1048-qd-ttg-tieu-chi-danh-gia-san-pham-444441.aspx?v=d. [Accessed April 27, 2021].

[11] Web portal of Chi Linh City, "Generality of the Chi Linh City," 2021. [Online]. Available: https://chilinh.haiduong.gov.vn/ViewDetail/HqgUJo3SJ0o@/t%E1%BB%95ng-quan-v%E1%BB%81-th%C3%A0nh-ph%E1%BB%91-ch%C3%AD-linh.html. [Accessed April 27, 2021].