

vào các chương trình, hoạt động của ngành Công Thương nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, cung cấp những thông tin cơ bản về PVTM để doanh nghiệp có thể chủ động ứng phó kịp thời, hiệu quả với các vụ kiện PVTM của nước ngoài.

Xây dựng cơ sở hạ tầng, kỹ thuật, phần mềm phục vụ cho công tác điều tra, áp dụng các biện pháp PVTM. Xây dựng, vận hành cổng thông tin điện tử để cập nhật diễn biến các vụ việc PVTM liên quan đến Việt Nam, tạo điều kiện để các bên liên quan nộp và tiếp cận tài liệu dưới dạng dữ liệu điện tử. Thực hiện trực tuyến việc tiếp nhận hồ sơ, tài liệu, bản trả lời trong quá trình điều tra các vụ việc PVTM.

#### *Về phía các doanh nghiệp:*

Tích cực tìm hiểu và sử dụng các công cụ về PVTM để bảo vệ lợi ích chính đáng của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có quyền yêu cầu điều tra, áp dụng các biện pháp PVTM đối với hàng hóa nhập khẩu có hành vi cạnh tranh không lành mạnh và đệ đơn yêu cầu WTO xem xét khi gặp một vụ kiện mà doanh nghiệp thấy bị thiệt hại.

Doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược xuất khẩu theo hướng đa dạng hóa thị trường, trong đó cân nhắc các rủi ro về PVTM khi xây dựng chiến lược sản xuất, kinh doanh, đặc biệt là xuất khẩu.; Tránh phát triển quá nóng vào một thị trường. Cùng với đó, cần phát triển các chuỗi giá trị, phát triển nguồn nguyên liệu trong nước, nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu và phát triển thương hiệu.

Doanh nghiệp cần trang bị kiến thức cơ bản về pháp luật PVTM, chuẩn bị nguồn lực để đối phó với các nguy cơ bị kiện PVTM; theo dõi thông tin cảnh báo của Bộ Công Thương trong quá trình xuất khẩu sang các nước; tuân thủ chặt chẽ các quy định về chứng nhận xuất xứ, không tiếp tay cho các hành vi gian lận xuất xứ, lẫn tránh biện pháp PVTM. Trong trường hợp doanh nghiệp bị khởi xướng điều tra PVTM, cần xem xét tham gia vụ việc một cách tích cực bằng cách trả lời đầy đủ bản câu hỏi đúng thời hạn, hợp tác với cơ quan điều tra nước ngoài, tránh việc bị cơ quan điều tra nước ngoài sử dụng các dữ liệu sẵn có khi đánh giá, phân tích trong kết luận vụ việc.../.

# Tiếp lửa cho chương trình OCOP

**ThS. Phạm Thị Mỹ Nhung**

*Khoa Lý luận cơ sở, Trường Chính trị tỉnh Đồng Tháp*

**Với những thành công của giai đoạn 2018-2020, Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tiếp tục là chương trình phát triển kinh tế nông thôn trọng tâm được các tỉnh, thành ưu tiên thực hiện trong 2 năm 2021-2022 mặc dù cả nước phải chịu tác động tiêu cực từ dịch bệnh Covid-19. Với mỗi cách làm sáng tạo khác nhau, Chương trình OCOP đã đánh thức các tiềm năng, lợi thế, sản xuất nông nghiệp của các địa phương và đang được tiếp thêm năng lượng bởi Quyết định số 919/QĐ-TTg về phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025 với những chủ trương cụ thể, đổi mới và mạnh mẽ.**

#### **Luồng gió mới thay đổi kinh tế nông thôn**

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) là chương trình phát triển kinh tế khu vực 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. Đây là chương trình được khởi động đầu tiên tại Quảng Ninh từ năm 2013. Từ mô hình rất thành công này, vào tháng 5/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 490/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020 với nhiều mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp được triển khai trên toàn quốc. Chỉ sau 3 năm triển khai, chương trình OCOP đã có sức lan tỏa mạnh mẽ, tính đến cuối năm 2020, cả nước có 63/63 tỉnh thành triển khai, 59/63 tỉnh thành tổ chức đánh giá xếp hạng sản phẩm. Ngoài những địa phương có chiều sâu như tỉnh Quảng Ninh, thành phố Hà Nội thì những địa phương ở khu vực Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ đều rất tích cực triển khai nhanh chóng và hiệu quả, cho thấy sự phù hợp của Chương trình trong phát triển sản xuất, góp phần thúc đẩy xây dựng nông thôn mới ở khu vực còn khó khăn này.

Trong giai đoạn 2018-2020, cả nước có 2.439 tổ chức kinh tế tham gia sản xuất sản phẩm OCOP được xếp hạng, trong đó khu vực kinh tế tư nhân chiếm 59% (27,5% là doanh nghiệp), còn lại là kinh tế tập thể, hợp tác xã chiếm 41%. Theo báo cáo của 59 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, đã đánh giá, công nhận 4.469 sản phẩm, vượt 1,86 lần so với mục tiêu, cho thấy sức sáng tạo và tích cực của nhân dân trong phát triển, đa dạng hóa sản phẩm OCOP. Số sản phẩm đạt 3-4 sao cấp tỉnh chiếm 98,3%.

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; du lịch), không chỉ tạo sinh kế cho 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, tỉnh.

Một trong những điều tạo nên sự thành công quan trọng 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 khoảng 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 2 năm 2021-2022, sự bùng phát và diễn biến phức tạp của dịch bệnh Covid-19 đã khiến

nền kinh tế cả nước chịu ảnh hưởng nặng nề, song Chương trình OCOP vẫn được địa phương ưu tiên thực hiện. Với mỗi cách làm sáng tạo khác nhau, Chương trình OCOP đã và đang tiếp tục đánh thức các tiềm năng, lợi thế, sản xuất nông nghiệp không chỉ ở những vùng thuận lợi, mà ở cả vùng sâu, vùng xa, điển hình là tại các tỉnh miền núi như Bắc Kạn, Cao Bằng và Thái Nguyên.

Tại Bắc Kạn, trong năm 2021, toàn tỉnh có 73 sản phẩm đủ điều kiện tham gia đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP. Kết quả, có 16 sản phẩm được UBND tỉnh công nhận lại đạt sản phẩm OCOP 3 sao; 39 sản phẩm OCOP 3 sao và 01 sản phẩm OCOP 4 sao mới. Đặc biệt, tỉnh có sản phẩm miến dong Tài Hoan của HTX Tài Hoan (Na Ri) được công nhận sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia, giúp Bắc Kạn khẳng định hơn nữa vị trí, định danh về phát triển sản phẩm OCOP trên cả nước. Năm 2022, tỉnh phấn đấu phát triển ít nhất 20 sản phẩm mới, củng cố nâng cao chất lượng, mở rộng quy mô sản xuất sản phẩm OCOP đã được công nhận, tăng khả năng cạnh tranh

trên thị trường. Đồng thời, củng cố 10 sản phẩm có truy xuất nguồn gốc quy trình sản xuất; 06 sản phẩm sản xuất theo chuỗi giá trị; 10 sản phẩm nâng cao chất lượng, mở rộng quy mô sản xuất...

Chương trình OCOP cũng đang từng bước tạo nên những tín hiệu tích cực, trở thành động lực để phát triển kinh tế vùng nông thôn tại tỉnh Thái Nguyên, giúp người dân địa phương nâng cao thu nhập, chất lượng cuộc sống ngày càng được cải thiện. Tính đến tháng 3/2022, toàn tỉnh có trên 200 làng nghề chè truyền thống, tạo nên hàng loạt thương hiệu nổi tiếng của vùng "Tứ đại danh trà": Chè Tân Cương (TP. Thái Nguyên), chè La Bằng (Đại Từ)... Trong năm 2021, Thái Nguyên có 02 sản phẩm đạt 5 sao là Chè Tôm nõn của HTX chè Hào Đạt (xã Tân Cương, TP. Thái Nguyên), miến dong của HTX miến Việt Cường (xã Hoá Thượng, huyện Đồng Hỷ). Đáng nói, Chương trình OCOP đã giúp thúc đẩy nhanh quá trình liên kết, hợp tác giữa người nông dân và các HTX, doanh nghiệp, góp phần nâng cao trách nhiệm của người sản xuất và nhận thức





của người tiêu dùng. Cùng với việc phát triển các sản phẩm OCOP, Thái Nguyên tăng cường phát triển loại hình siêu thị, cửa hàng phân phối sản phẩm cấp xã, huyện, kết nối giao thương với các sàn thương mại điện tử (như: Vở sò, Shopee, Lazada...), đồng thời đẩy mạnh xúc tiến thương mại, kết nối tiêu thụ các sản phẩm bằng việc lồng ghép đưa sản phẩm OCOP tham gia hội chợ, hoạt động triển lãm; trưng bày tại các sự kiện lớn trong nước để các sản phẩm đặc trưng của địa phương ngày một đi xa hơn.

Xác định Chương trình OCOP là một trong những nhiệm vụ chỉ đạo trọng tâm trong xây dựng nông thôn mới, năm 2021, tỉnh Cao Bằng đã bố trí vốn hỗ trợ phát triển các vùng nguyên liệu; tư vấn xây dựng liên kết sản xuất; hỗ trợ nhãn mác bao bì sản phẩm; quảng bá, giới thiệu, tiêu thụ kích cầu sản phẩm OCOP; tập huấn cho các chủ thể về quy trình sản xuất, truy xuất nguồn gốc, xây dựng thương hiệu sản phẩm. Toàn tỉnh Cao Bằng có 34 sản phẩm đăng ký tham gia Chương trình OCOP cấp tỉnh, trong đó,

33 sản phẩm đăng ký lần đầu; 1 sản phẩm 3 sao nâng hạng lên 4 sao. Qua phân tích, đánh giá có 30 sản phẩm thuộc 10 huyện, thành phố đạt OCOP 3 sao cấp tỉnh. Tính đến hết năm 2021, Cao Bằng có 58 sản phẩm được công nhận và xếp hạng đạt sao OCOP cấp tỉnh, trong đó có 3 sản phẩm đạt 4 sao, còn lại là các sản phẩm đạt 3 sao. Đáng mừng là nhiều sản phẩm sau khi được công nhận đã có sức vươn ra thị trường, nâng cao giá trị kinh tế và thu nhập cho các cơ sở sản xuất như: Chiếu trúc, chè tiên Kolia, miến dong, gạo nếp, nấm hương, bún khô... Tỉnh Cao Bằng phấn đấu trung bình mỗi năm đạt 30 sản phẩm OCOP 3 sao cấp tỉnh trở lên.

#### **Tiếp tục đánh thức các tiềm năng, lợi thế địa phương**

Để chương trình OCOP phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của đất nước, những thách thức và cơ hội mới đã được Nghị quyết Đại hội đảng lần thứ XIII của Đảng khẳng định, ngày 01/8/2022, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 919/QĐ-TTg về phê duyệt chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025,

nhằm khơi dậy tiềm năng, lợi thế khu vực nông thôn, nhằm nâng cao thu nhập cho người dân; góp phần tiếp tục cơ cấu lại ngành nông nghiệp gắn với phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ và du lịch nông thôn; thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển bền vững, trên cơ sở tăng cường ứng dụng chuyển đổi số và kinh tế tuần hoàn, bảo tồn các giá trị văn hóa, quản lý tài nguyên, bảo tồn đa dạng sinh học, cảnh quan và môi trường nông thôn, góp phần xây dựng NTM đi vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững.

Trên cơ sở những kết quả đạt được của giai đoạn trước, chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 đặt mục tiêu phấn đấu đến năm 2025, có ít nhất 10.000 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên, trong đó có khoảng 400 - 500 sản phẩm đạt 5 sao. Củng cố và nâng cấp ít nhất 50% sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng; ưu tiên phát triển sản phẩm OCOP gắn với thương hiệu sản phẩm, phát triển dịch vụ du lịch nông thôn. Ưu tiên phát triển các HTX, doanh nghiệp nhỏ và vừa, phấn đấu ít nhất có 40% chủ thể OCOP là hợp tác xã, 30% chủ thể là doanh nghiệp nhỏ và vừa. 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. 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%; phấn đấu có ít nhất 40% chủ thể OCOP là nữ, ít nhất 20% chủ thể OCOP là người dân tộc thiểu số



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...); phấn đấu mỗi tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương có 01 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.

Chương trình yêu cầu các địa phương phát huy tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa, phát huy sáng tạo và sức mạnh cộng đồng trong sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng và phát triển liên kết theo chuỗi giá trị nhằm nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 sẽ phát triển các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ du lịch có nguồn gốc địa phương, có đặc trưng về giá trị văn hóa, lợi thế của địa phương, tập trung vào 6 nhóm, cụ thể: (i) Nhóm thực phẩm, gồm: Nông, thủy sản tươi sống; nông, thủy sản sơ chế, chế biến và các thực phẩm khác. (ii) Nhóm đồ uống, gồm: Đồ uống có cồn; đồ uống không cồn. (iii) Nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, gồm: Sản phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền, mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược, tinh dầu và dược liệu khác. (iv) Nhóm hàng thủ công mỹ nghệ, gồm: Các sản phẩm từ gỗ, sợi tự nhiên, kim loại, gốm sứ, dệt may, thêu ren... làm đồ lưu niệm, đồ trang trí, đồ gia dụng. (v) Nhóm sinh vật cảnh,

gồm: Hoa, cây cảnh, động vật cảnh. (vi) Nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch.

Một điểm nổi bật trong Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 là chú trọng phát triển các loại hình tổ chức kinh tế tham gia, trong đó ưu tiên hỗ trợ một cách thực chất hơn, đặc biệt là các hợp tác xã, doanh nghiệp, phát huy vai trò đầu tàu trong các chuỗi giá trị sản phẩm OCOP.

Chương trình sẽ tập trung vào thực hiện những nội dung và nhiệm vụ trọng tâm như: Tổ chức sản xuất gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng; chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn 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; nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động cho các chủ thể OCOP; quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu; xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP; nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình;... Đặc biệt, trong sự lan tỏa của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và nỗ lực chuyển đổi số quốc gia, Chương trình sẽ tăng cường chuyển đổi số với việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông; xây dựng hồ sơ và quản lý dữ liệu sản phẩm OCOP, số hóa quá trình tiếp nhận hồ sơ, chấm điểm, phân hạng sản phẩm; số hóa sản phẩm và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị sản phẩm OCOP; hướng tới hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về Chương trình OCOP. Cùng với đó, thúc đẩy phát triển thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP thông qua các sàn thương mại điện tử, các kênh bán hàng

trực tuyến (online), bán hàng tương tác trực tiếp (livestream), đặc biệt cho các sản phẩm có quy mô nhỏ, sản phẩm đặc sản vùng miền, địa phương. Triển khai sáng kiến "Mỗi nông dân là một thương nhân" nhằm tối ưu hóa ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, thương mại sản phẩm OCOP.

Để về đích đúng hạn năm 2025, cùng với các giải pháp tuyên truyền, nâng cao nhận thức; xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ; tổ chức bộ máy và đào tạo nguồn nhân lực, huy động nguồn lực, tăng cường vai trò của cộng đồng, tăng cường hợp tác quốc tế..., Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 xác định đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ, đổi mới, hoàn thiện công nghệ chế biến quy mô nhỏ và vừa, đặc biệt là các sản phẩm OCOP đã được 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 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; 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.

Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 như tiếp thêm nguồn năng lượng mới để các địa phương cả nước tiếp tục khơi dậy tiềm năng, lợi thế khu vực nông thôn, nâng cao thu nhập cho người dân; góp phần tiếp tục cơ cấu lại ngành nông nghiệp gắn với phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ và du lịch nông thôn; thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển bền vững./.