

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ KHU VỰC NÔNG THÔN Ở TỈNH QUẢNG BÌNH

Trần Tự Lực¹

TÓM TẮT

Quảng Bình là địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng nói sinh. Tuy nhiên, khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình với dân số chiếm trên 80% dân số toàn tỉnh, có thu nhập chưa cao, đời sống còn nhiều khó khăn; diện tích đất nông nghiệp ngày càng thu hẹp, giá lao động và vật tư tăng làm giá thành sản xuất nông nghiệp ngày càng tăng; chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn chậm, ngành nghề phi nông nghiệp tăng trưởng chưa cao; chưa khai thác hết tiềm năng, điều kiện phát triển khu vực nông thôn. Trên cơ sở đó, bài viết tổng quát kinh nghiệm các nước trên thế giới, các địa phương trong nước về phát triển kinh tế nông thôn theo định hướng chương trình OCOP (One Commune One Product - Mỗi xã một sản phẩm); thực trạng kết quả phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình trong những năm qua; đánh giá sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương ở tỉnh Quảng Bình theo tiêu chuẩn sản phẩm OCOP; phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức ra chiến lược phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình nhằm mục tiêu phát triển kinh tế khu vực nông thôn, cơ cấu lại sản xuất nông nghiệp, đồng thời thực hiện hiệu quả mục tiêu xây dựng nông thôn mới.

Từ khóa: Nông thôn Quảng Bình, kinh tế nông thôn, cơ cấu kinh tế nông thôn, sản phẩm nguồn gốc địa phương.

1. BẬT VẤN BÉ

Quảng Bình nằm ở khu vực Bắc Trung bộ, là đầu mối giao thông và có vị trí quan trọng trong tuyến đường huyết mạch của hành lang kinh tế Đông Tây tạo điều kiện thuận lợi mở rộng hợp tác kinh tế trong khu vực, giao thông hàng hóa, vận tải quốc tế thúc đẩy phát triển nông nghiệp, thương mại, dịch vụ và du lịch. Là địa phương có hệ thống tài nguyên thiên nhiên phong phú thuận lợi trong sản xuất vật liệu, cung cấp vật tư, nguyên liệu cho các ngành sản xuất. Đặc biệt có hệ thống tài nguyên du lịch với nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp, thắng cảnh nổi tiếng như: Đèo Ngang, cửa biển Nhật Lệ, phá Hạc Hải, Cổng Trời... và di sản thiên nhiên thế giới Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng. Đồng thời là vùng đất văn vật, có di chỉ văn hoá Bầu Tró, các di chỉ thuộc nền văn hoá Hoà Bình và Đông Sơn, nhiều di tích lịch sử như: Quảng Bình Quan, Luy Thủy, Rao Sen,... nhiều địa danh nổi tiếng như: Cụ Năm, Cảnh Dương, đường Hồ Chí Minh,... Trong quá trình lịch sử, đã hình thành nhiều làng văn hoá nổi tiếng và được truyền tụng từ đời này sang đời khác như “Bát danh hương”, “Sơn - Hà - Cảnh - Thổ - Văn - Võ - Cổ -

Kim”. Đây là những điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch thăm quan, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá tự nhiên, du lịch mạo hiểm, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa - tâm linh.

Với những điều kiện trên đã tạo cho tỉnh Quảng Bình có nhiều sản vật và sản phẩm truyền thống như: Khoai dẻo, mật ong, nước mắm, mực khô, bánh tráng, nón lá, rơm,.... Nhiều tour, tuyến điểm và loại hình du lịch mở ra thu hút hàng nghìn lượt khách du lịch, đã kéo theo sự tăng trưởng hệ thống khách sạn, nhà hàng và các dịch vụ vui chơi giải trí. Tuy nhiên, tình hình nông thôn Quảng Bình còn nhiều khó khăn, diện tích đất nông nghiệp ngày càng thu hẹp, giá lao động và vật tư tăng làm giá thành sản xuất nông nghiệp ngày càng tăng; chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn chậm, ngành nghề phi nông nghiệp tăng trưởng chưa cao; tốc độ tăng trưởng của kinh tế đô thị và lĩnh vực công nghiệp chưa thực sự kết nối tới với kinh tế, xã hội nông thôn một cách hài hòa; tình trạng lao động nông thôn ra thành phố tìm việc cao, làm mất cân đối lao động khu vực nông thôn; chưa khai thác hết tiềm năng, điều kiện phát triển khu vực nông thôn.

Xuất phát từ đó, một trong những vấn đề quan trọng là nghiên cứu chiến lược phát triển sản phẩm

¹ Trường Đại học Quảng Bình

OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình để nâng cao thu nhập cho dân cư nông thôn nhằm thực hiện tốt và có hiệu quả tinh thần, chủ trương quốc gia khởi nghiệp, đảm bảo có sự khởi nghiệp của cả đội ngũ nông dân đồng hành hiện nay với sự tổ chức khoa học có sự chỉ đạo, hỗ trợ, dẫn dắt của Nhà nước để họ thực sự làm chủ, phát huy sự chủ động, sáng tạo trong phát triển kinh tế từ những lợi thế của mỗi địa phương.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- *Phương pháp thu thập số liệu:* Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phiếu điều tra, khảo sát trực tiếp tại 159 xã phường về thực trạng sản xuất sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương. Số liệu thứ cấp tiến hành tập hợp và hệ thống hóa tài liệu liên quan đến chương trình mỗi xã, phường một sản phẩm; báo cáo tổng kết tình hình thực hiện nông nghiệp, nông dân, nông thôn tỉnh Quảng Bình và đặc điểm, điều kiện tình hình phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Bình đến năm 2018.

- *Phương pháp chuyên gia:* Thu thập ý kiến của 30 chuyên gia là các nhà khoa học, các nhà quản lý nhà nước như phòng nông nghiệp các huyện; các Sở, Ban ngành; lãnh đạo chính quyền địa phương cấp huyện, xã có am hiểu sâu sắc về thực trạng phát triển sản phẩm có nguồn gốc, lợi thế địa phương trên địa bàn nhằm mục đích làm sáng tỏ các vấn đề có tính chất kinh tế, kỹ thuật phức tạp, đồng thời trắc nghiệm lại các tính toán và những nhận định làm căn cứ cho việc đưa ra các kết luận có tính khoa học và thực tiễn về chiến lược phát triển sản phẩm OCOP.

- *Phân tích SWOT:* Dựa vào số liệu thu thập tiến hành phân tích, xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn ở tỉnh Quảng Bình.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Sản phẩm OCOP (One Commune One Product - Mỗi xã một sản phẩm)

Khái niệm: Sản phẩm OCOP bao gồm sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ địa phương, hoặc được thuần hóa, đặc biệt là đặc sản vùng, miền, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về điều kiện sinh thái, nguồn gen, trí thức và công nghệ địa phương. Sản phẩm OCOP lấy chủ thể kinh tế tư

nhân và kinh tế tập thể làm nòng cốt, cụ thể là các hợp tác xã, các doanh nghiệp nhỏ và vừa làm nòng cốt cùng với tổ hợp tác, hộ sản xuất [1].

- *Các nhóm sản phẩm OCOP:* Sản phẩm OCOP được chia thành 6 nhóm [1]:

(a) *Nhóm thực phẩm (Food):* Bao gồm nông sản sản phẩm tươi sống như rau, quả tươi (rau, xoài, dưa, bưởi, chuối, quả có múi...); mật ong; sản phẩm thô và sơ chế (dùng để chế biến các sản phẩm như cá đông lạnh, xúc xích, thịt hun khói... gạo, thịt tươi, thủy sản tươi); thực phẩm tiện lợi, gồm đồ ăn nhanh, tương, tương ớt, nước mắm,... chế biến từ rau, quả, thịt, trứng, sữa, thủy sản, gạo và ngũ cốc.

(b) *Nhóm đồ uống (Drink):* Là các sản phẩm bao gồm đồ uống có cồn như rượu ngâm ủ, rượu chưng cất, rượu vang... và đồ uống không cồn như nước trái cây, bột quả, bột gừng, trà, trà thảo dược, sữa đậu nành, sản phẩm lên men...

(c) *Nhóm thảo dược (Herbal):* Là bao gồm các sản phẩm có thành phần từ thảo dược như thuốc y học cổ truyền, thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, mỹ phẩm từ thảo dược, chế phẩm xua đuổi, diệt côn trùng...

(d) *Vải và may mặc (Fabric):* Gồm các sản phẩm làm từ bông, sợi.

(e) *Nhóm lưu niệm - nội thất - trang trí (Decor):* Nhóm lưu niệm - nội thất - trang trí là bao gồm các sản phẩm từ gỗ, sợi, mây tre, kim loại, gốm, sứ, dệt may,... làm đồ lưu niệm, đồ gia dụng, đồ dùng nhà bếp, đồ nội thất, trang trí các tòa nhà...

(f) *Nhóm dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng (Service):* Gồm các sản phẩm dịch vụ phục vụ tham quan, du lịch, giải trí, học tập, nghiên cứu...

3.2. Kinh nghiệm phát triển kinh tế khu vực nông thôn ở trên thế giới, trong nước và bài học cho tỉnh Quảng Bình

3.2.1. Kinh nghiệm trên thế giới

Trên thế giới, để giải quyết vấn đề nông thôn, nhiều quốc gia đã sử dụng nhiều giải pháp, nhiều chương trình hỗ trợ để tháo gỡ khó khăn, trong đó chương trình phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn theo hướng nội sinh, chú trọng các nguồn lực sẵn có (đất đai, tài nguyên, điều kiện địa lý, công nghệ truyền thống, lòng tự hào, khả năng sáng tạo,...) làm động lực phát triển là thành công nhất. Điển hình là phong trào "Mỗi làng một sản phẩm"

của Nhật Bản từ cuối những năm 1970, chương trình “Mỗi cộng đồng một sản phẩm” của Thái Lan từ năm 2000 và hiện nay đã có trên 50 quốc gia và vùng lãnh thổ triển khai chương trình này, như: Mỹ, Hàn Quốc, Đài Loan, Philippin, Malaysia,... Kinh nghiệm phát triển chương trình này như sau [7]:

+ Các địa phương tùy theo điều kiện và hoàn cảnh lịch sử của mình lựa chọn ra những sản phẩm độc đáo, mang đậm nét đặc trưng, có tiềm năng tiếp cận thị trường để phát triển.

+ Các địa phương tìm ra những nguồn lực chưa được sử dụng hoặc sử dụng chưa hiệu quả, sau đó sắp xếp lại nguồn lực một cách hợp lý và linh hoạt nhằm đem lại những kết quả và sản phẩm tốt hơn.

+ Thực hiện theo ba nguyên tắc cơ bản: Hành động địa phương hướng đến toàn cầu; tự lực, tự tin và sáng tạo; và phát triển nguồn nhân lực.

+ Người dân là chủ thể thực hiện, còn chính quyền đóng vai trò hỗ trợ kỹ thuật, quảng bá, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm, xây dựng cơ sở vật chất hạ tầng, trợ giúp tài chính và đào tạo nguồn nhân lực.

+ Xây dựng và thực hiện các mô hình, dự án lồng ghép thúc đẩy phát triển chương trình.

+ Triển khai chương trình theo chu trình thường niên, trong đó có việc tổ chức thi sản phẩm hằng năm, từ mỗi địa phương lên cấp tỉnh và toàn quốc.

+ Hình thành bộ máy gọn nhẹ, trong đó có sự tham gia của chính quyền các cấp nhằm hỗ trợ cộng đồng phát triển và thương mại hóa thành công sản phẩm của mình.

3.2.2. Kinh nghiệm ở Việt Nam

Xác định vấn đề phát triển nông nghiệp, nông thôn là một nhiệm vụ rất quan trọng, có ý nghĩa quyết định nên trong những năm qua, nước ta đã chủ trương phát triển kinh tế xã hội khu vực nông thôn theo hướng nổi sinh với nhiều chương trình như [7]:

+ Chương trình mỗi làng, một nghề, giai đoạn 2006 – 2015: Chương trình đã triển khai các mô hình, câu lạc bộ như: Mô hình OVOP - One Village One Product (Mỗi làng xã một sản phẩm) với sự hỗ trợ của Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA), câu lạc bộ OVOP Hà Nội,... Chương trình đã tạo ra những sản phẩm như: Sơn mài, chạm khắc gỗ, đá, đúc đồng với mẫu mã rất tiến; chương trình đã khảo sát thực trạng làng nghề tại các địa phương và đề xuất giải

pháp hỗ trợ cho làng nghề như: Đào tạo (thiết kế, xây dựng thương hiệu,...), xúc tiến thương mại (tham gia hội chợ, kết nối phân phối)...; đã xây dựng Bộ tiêu chí cho các sản phẩm OVOP và “Khung chính sách hỗ trợ” gắn liền với thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới. Tuy nhiên, việc phát triển chương trình OVOP tại các địa phương còn nhiều hạn chế, mới chủ yếu tập trung vào nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống tại các làng nghề, chưa thúc đẩy trở thành phong trào có sức ảnh hưởng lan tỏa đến công đồng dân cư, đặc biệt là khu vực nông thôn.

+ Chương trình “Mỗi xã, phường một sản phẩm tỉnh Quảng Ninh – One Commune One Product (OCOP)”: Quảng Ninh là tỉnh tiên phong triển khai chương trình OCOP với mục tiêu phát triển các tổ chức sản xuất kinh doanh sản phẩm có lợi thế địa phương; thực hiện có hiệu quả nhóm tiêu chí “Kinh tế và hình thức tổ chức sản xuất”; tăng thu nhập cho nhân dân. So với đề án Mỗi làng một nghề, Chương trình OCOP Quảng Ninh có sự khác biệt quan trọng là: Lần đầu tiên được triển khai theo cách có hệ thống, với sự tham gia của cả hệ thống chính trị, lấy trọng tâm là chu trình OCOP thường niên; trung tâm là sản phẩm, không chỉ giới hạn ở thủ công mỹ nghệ mà được mở rộng thành 5 ngành hàng sản phẩm và dịch vụ. Kinh nghiệm phát triển chương trình: Xây dựng được hệ thống tổ chức Chương trình OCOP 3 cấp (tỉnh, huyện và xã); hình thành bộ công cụ quản lý chương trình, gồm chu trình thực hiện hàng năm và bộ tiêu chí đánh giá phân hạng sản phẩm; xây dựng hệ thống tư vấn, hỗ trợ phát triển SMEs (Các doanh nghiệp vừa và nhỏ), HTX (Hợp tác xã) và sản phẩm OCOP; hình thành hệ thống hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm tại địa phương, trong nước và quốc tế; tổ chức truyền thông, quảng bá về chương trình; phát triển các tổ chức kinh tế, phát triển sản phẩm và xây dựng quy hoạch vùng sản xuất tập trung cấp tỉnh, huyện, xã; đầu tư, khai thác có hệ thống tiềm năng, lợi thế của mỗi địa phương (làng, xã).

3.2.3. Kinh nghiệm cho tỉnh Quảng Bình phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn

Trên cơ sở kinh nghiệm trên thế giới và các địa phương trong nước, bài học kinh nghiệm cho tỉnh Quảng Bình phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn như sau:

+ Cần nhận thức sớm, đúng đắn về phát triển kinh tế xã hội khu vực nông thôn theo hướng nội sinh, phát triển sản phẩm có nguồn gốc và lợi thế địa phương từ đó vào cuộc quyết liệt của cả hệ thống chính trị từ tỉnh đến cơ sở từ đó đưa vào các nghị quyết của các cấp ủy Đảng.

+ Vai trò của Nhà nước rất quan trọng trong chi đạo, điều hành. Xây dựng được bộ máy tổ chức; trao nhiệm vụ, quyền hạn phù hợp cho đội ngũ cán bộ triển khai thực hiện. Người đứng đầu phải trong bộ máy Nhà nước có đủ thẩm quyền để điều hành và quyết định công việc.

+ Triển khai thực hiện phát triển sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương là không thể nóng vội, phải bền bỉ và thực hiện liên tục theo chu trình để thúc đẩy sự sáng tạo liên tục của người dân.

+ Xây dựng được hệ thống chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, hợp tác xã, hỗ trợ phát triển sản phẩm trên nền tảng hỗ trợ phát triển nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, công tác hướng dẫn lập và quản lý các dự án đầu tư, các dự án sản xuất.

+ Đánh giá và lựa chọn đúng sản phẩm lợi thế của địa phương; ban hành các chính sách riêng phù hợp với từng địa phương; xây dựng bộ quy chuẩn hướng dẫn người tham gia cách thức thực hiện.

+ Trong quá trình lãnh đạo và triển khai chương trình phải nhiệt tình, tâm huyết. Tinh thần đồng chí của chương trình phải được tổ chức chặt chẽ và được trao nhiệm vụ, quyền hạn phù hợp để thực hiện.

+ Chú trọng thi trường và hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm, cùng với thiết kế sản phẩm, mẫu mã bao bì, đóng gói sản phẩm. Nghiên cứu, xây dựng được thương hiệu (hình ảnh nhãn hiệu chương trình, bảo hộ sở hữu trí tuệ, quản lý sử dụng). Đồng thời, thực hiện tốt công tác tuyên truyền, thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng về chương trình phát triển sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương.

3.3. Thực trạng phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình

3.3.1. Kết quả phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình

Quảng Bình là tỉnh xuất phát điểm thấp trong triển khai thực hiện chương trình nông thôn mới với bình quân 3,6 tiêu chí/xã, sau 7 năm triển khai thực

hiện số tiêu chí đạt được bình quân/xã tăng lên 14,6 tiêu chí/xã, cao hơn bình quân chung cả nước. Kết cấu hạ tầng phục vụ nông nghiệp, nông thôn theo hướng hiện đại được quan tâm đầu tư, bộ mặt nông thôn có nhiều khởi sắc, ngày càng quang trang, văn minh hơn. Cơ sở hạ tầng thiết yếu được cải thiện nhanh; hệ thống chính trị cơ sở tiếp tục được củng cố; an ninh trật tự được giữ vững. Nông nghiệp tiếp tục phát triển ổn định, giá trị sản xuất ngày càng tăng, chuyển mạnh từ sản xuất số lượng sang chất lượng, hiệu quả, có giá trị gia tăng cao. Nhiều tiến bộ kỹ thuật, công nghệ mới có hiệu quả đã được nhân rộng vào sản xuất, hướng tới nền nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ, công nghệ cao, thân thiện với môi trường. Từng bước chuyển từ sản xuất cá thể nhỏ lẻ sang mô hình sản xuất hợp tác, liên doanh, liên kết, tập trung, quy mô lớn gắn với chế biến, tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị. Đến năm 2017 toàn tỉnh có 143 HTX (Hợp tác xã) nông lâm nghiệp và thủy sản, tỷ lệ chuyển đổi HTX nông nghiệp theo Luật HTX 2012 đạt 85,9% (có 110 HTX đã chuyển đổi trong tổng số 128 phải chuyển đổi và 33 HTX thành lập mới), cao hơn bình quân chung cả nước 4,5%. Về tiêu thụ công nghiệp, thương mại dịch vụ, hiện nay Quảng Bình có 65 HTX đang hoạt động với 4.167 thành viên, 951 lao động. Đời sống vật chất và tinh thần được cải thiện, thu nhập của đại bộ phận dân cư nông thôn tiếp tục được nâng lên, kể cả hộ dân ở vùng huyện nghèo, vùng đặc biệt khó khăn, góp phần quan trọng giữ vững ổn định xã hội. Thu nhập bình quân của người dân nông thôn năm 2017 đạt 24,84 triệu đồng/năm; cơ cấu thu nhập của các hộ nông thôn thay đổi, hộ có nguồn thu nhập chính từ nông, lâm, thủy sản chuyển dịch theo hướng tỷ trọng giảm, còn 46,54%; người thu nhập chính từ công nghiệp, xây dựng, dịch vụ tăng lên 53,46%. Tỷ lệ hộ nghèo giảm nhanh, đến năm 2017 tỷ lệ hộ nghèo toàn tỉnh là 9,48%; tỷ lệ hộ cận nghèo giảm còn 12,03%. Công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn được chú trọng, toàn tỉnh có 26 cơ sở dạy nghề, bình quân mỗi năm đào tạo nghề khoảng 13.000 - 14.000 người. Đến năm 2017 có 23.301 lao động nông thôn được hỗ trợ đào tạo nghề; trong đó, lao động thuộc dân tộc thiểu số là 480 người, lao động thuộc hộ nghèo và hộ cận nghèo là 7.271 người, lao động nông thôn khác là 15.550 người. Tỷ lệ lao động nông thôn qua đào tạo nghề đạt 41,3%, tỷ lệ lao động có việc làm sau đào tạo trên 80%. Chủ trương và quan tâm đến công tác giải quyết việc làm tại chỗ và xuất khẩu lao động. Đến

năm 2017 có 414.000 lao động đang làm việc ở nông thôn, trong đó lao động nông nghiệp là 273.000 người, chiếm 66%, xuất khẩu lao động đạt 2.500 người/năm, tạo việc làm mới từ 1.600 - 3.000 người/năm [5].

Bên cạnh những kết quả đạt được, Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới vẫn tồn tại các hạn chế: Tốc độ làng trường nông nghiệp còn chậm, phát triển nông nghiệp chủ yếu theo số lượng, công tác vệ sinh an toàn thực phẩm và vệ sinh môi trường vẫn là vấn đề bức xúc trong xã hội. Thu nhập và đời sống của đại bộ phận dân cư nông thôn còn thấp; xóa đói giảm nghèo chưa đạt sự bền vững; lao động có tay nghề cao còn thiếu, lao động chưa qua đào tạo còn nhiều, chủ yếu trường thành từ truyền nghề và tự phát; trình độ tay nghề của lao động sau đào tạo chưa cao, việc làm thiếu ổn định. Phát triển sản xuất, phần lớn tập trung cho xây dựng cơ sở hạ tầng, kinh tế hợp tác chưa thực sự phát huy hiệu quả, số HTX yếu chậm chuyển đổi còn nhiều, đời sống xã viên còn thấp. Ngành nghề nông thôn phát triển còn tự phát, quy mô nhỏ, sử dụng công nghệ, thiết bị máy móc lạc hậu; phát triển chưa tương xứng với tiềm năng của địa phương; việc đăng ký nhãn hiệu, cải tiến chất lượng sản phẩm, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và quảng bá sản phẩm chưa được chú trọng [5].

3.3.2. *Đánh giá sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương ở tỉnh Quảng Bình theo tiêu chuẩn sản phẩm OCOP*

Bảng 1. Thực trạng số lượng sản phẩm phân theo nhóm

TT	Nhóm sản phẩm	Số lượng sản phẩm	Tỷ lệ (%)
1	Thực phẩm	111	58,7
2	Đồ uống	18	9,5
3	Dược liệu	13	6,9
4	Vải và may mặc	0	0
5	Lưu niệm nội thất - trang trí	28	14,8
6	Dịch vụ du lịch	19	10,1
Tổng cộng		189	100

Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2018

Kết quả khảo sát tại 159 xã, phường và thị trấn tỉnh Quảng Bình về sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương thể hiện qua bảng 1 cho thấy, toàn tỉnh hiện nay có 189 sản phẩm, phân theo 5/6 nhóm sản

phẩm OCOP. Trong đó, nhóm sản phẩm thực phẩm chiếm tỷ lệ cao nhất 58,7%, nhóm dược liệu có số lượng sản phẩm ít nhất, chiếm 6,9%. Trong 189 sản phẩm sản xuất, chỉ có 23 sản phẩm có đăng ký công bố chất lượng, 16 sản phẩm có đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ. Quy mô sản xuất có nhiều cấp độ từ quy mô sản xuất lớn, đã được đăng ký chất lượng và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, đến quy mô nhỏ lẻ, manh mún, chủ yếu sản xuất và kinh doanh nhằm phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng trên địa bàn [6].

Về chủ thể sản xuất thể hiện qua bảng 2, toàn tỉnh có 162 tổ chức và cá nhân đang sản xuất sản phẩm thuộc ngành hàng có lợi thế địa phương, trong đó có 28 hợp tác xã, 15 doanh nghiệp tư nhân, 15 THT (Tổ hợp tác), 6 làng nghề kinh doanh và còn lại là các hộ sản xuất. Tổng nguồn vốn huy động sản xuất của các chủ thể sản xuất: 623.907 triệu đồng trong đó vốn vay ngân hàng là chủ yếu. Về trình độ công nghệ, có 02 chủ thể sản xuất có trình độ công nghệ tự động hóa, 15 chủ thể có trình độ cơ khí, 40 chủ thể có trình độ thủ công. Tổng số lao động tham gia sản xuất tại các chủ thể sản xuất 4.420 người; trong đó, trình độ đại học/cao đẳng 130 người, nghề nhân 25 người, có chứng chỉ nghề 390 người, lao động phổ thông 3.875 người; thu nhập bình quân của lao động 3,8 triệu đồng/người/tháng [6].

Bảng 2. Số lượng các chủ thể sản xuất theo loại hình thuộc nhóm sản phẩm lợi thế của địa phương

TT	Loại hình	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Hợp tác xã	28	17,3
2	Tổ hợp tác	15	9,3
3	Doanh nghiệp tư nhân	15	9,3
4	Làng nghề kinh doanh	06	3,7
5	Hộ sản xuất - kinh doanh	98	60,4
Tổng		162	100

Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2018

Để đánh giá các sản phẩm trên có bao nhiêu sản phẩm có khả năng đạt tiêu chuẩn sản phẩm OCOP. Kết quả tham chiếu bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP ban hành theo Quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 7/5/2018 cho thấy, trong 189 sản phẩm có 58 sản

phẩm khả năng đạt tiêu chuẩn sản phẩm OCOP. Trong đó, có 26 sản phẩm đạt từ 2 - 3 sao và 32 sản phẩm đạt 1 sao.

Trong 26 sản phẩm khả năng đạt tiêu chuẩn 2 - 3, nhóm thực phẩm có 15 sản phẩm như: Khoai dẻo, mặt ong, gạo sạch, nước mắm, tiêu, rau sạch, thỏ, nấm ăn, hải sản khô, mực một nắng, bánh, dầu lạc, hải sản, muối tre; nhóm đồ uống có 2 sản phẩm: Rượu chưng cất (Tuy Lộc, Vô Xá, Vạn Lộc), nước khoáng bang; nhóm thảo dược có 2 sản phẩm: Tinh bột nghệ, tinh dầu sả; nhóm lưu niệm - nội thất - trang trí có 4 sản phẩm như: Máy xiên, máy tre đan, trầm hương mỹ nghệ, nón lá; nhóm dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng có 3 dịch vụ như: Farmstay, homestay, tham quan bằng xe điện. Các sản phẩm này chủ yếu tập trung ở các địa phương có thế mạnh về điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật và yếu tố con người như: Thành phố Đồng Hới, thị xã Ba Đồn, các huyện Lệ Thủy, Bố Trạch, Quảng Trạch.

Xét theo thành phần tiêu chí đánh giá xếp hạng sản phẩm, các sản phẩm đạt tiêu chuẩn 2 - 3 sao chủ yếu đáp ứng tiêu chí về sức mạnh công đồng. Trong đó, các sản phẩm đều sử dụng nguồn nguyên liệu thô từ địa phương; có bao bì, nhãn mác; được sản xuất theo mô hình sản xuất HTX hoặc THT và sử dụng nguồn lao động là người dân địa phương. Tuy nhiên, tiêu chí bao bì nhãn mác mới dừng ở mức có đầy đủ các yếu tố, chưa có sự sáng tạo, nét đặc trưng riêng biệt, chưa hiện thị các tiêu chuẩn và chưa phù hợp với tiêu chuẩn thương mại quốc tế. Đối với tiêu chí khả năng tiếp thị, các sản phẩm chỉ đạt số điểm ở mức thấp do tiêu chí này do chưa có câu chuyện về sản phẩm, công tác tiếp thị sản phẩm chủ yếu mới thực hiện tại địa phương, chưa có biện pháp thâm nhập vào các thị trường trong và ngoài nước, hệ thống phân phối nhỏ lẻ, chủ yếu dựa vào thương lái, các hoạt động quảng bá sản phẩm, xúc tiến thương mại diễn ra chưa thường xuyên. Đối với tiêu chí chất lượng sản phẩm, các sản phẩm đạt trên 60% số điểm của tiêu chí này do các chủ thể sản xuất đã có sự quan tâm, chủ động đăng ký chất lượng sản phẩm, thuê các đối tác đánh giá chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn như VietGAP, được chứng nhận từ các cơ quan có thẩm quyền hoặc đạt tiêu chuẩn công nghiệp theo luật định...

Trong 32 sản phẩm khả năng đạt tiêu chuẩn 1 sao, nhóm thực phẩm có 21 sản phẩm như: Bánh mè xát, bánh ướt, bún, bột bánh canh, cá lống, hàu, lạc,

mè xùng, mướp đắng, nem chả, ôi, ớt, thịt gà, thịt lợn rừng, thịt lợn...; nhóm đồ uống có 1 sản phẩm: rượu tỏi đen; nhóm dược liệu có 3 sản phẩm như: Cà gai leo, tinh dầu trầm, tinh bột sắn dây; nhóm lưu niệm - nội thất - trang trí có 3 sản phẩm như: Chiếu đan, chổi dót, sản phẩm rèn đúc và nhóm dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng có 4 dịch vụ như: Homestay, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ bán hàng lưu niệm. Các sản phẩm này chủ yếu tập trung vào các địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi như: Thành phố Đồng Hới, thị xã Ba Đồn và các huyện: Bố Trạch, Quảng Trạch, Quảng Ninh, Lệ Thủy.

Xét theo thành phần tiêu chí đánh giá xếp hạng sản phẩm, các sản phẩm đạt tiêu chuẩn 1 sao chủ yếu đáp ứng tiêu chí về sức mạnh cộng đồng. Trong đó, đạt điểm cao do quá trình sản xuất sử dụng nguồn nguyên liệu từ địa phương, có sự gia tăng giá trị, bảo vệ môi trường, tiềm năng sản xuất hàng loạt, nguồn gốc ý tưởng dựa trên sản phẩm truyền thống, loại hình tổ chức sản xuất là hộ gia đình, THT và HTX. Tuy nhiên, các tiêu chí về tính hoàn thiện của bao bì, phong cách của bao bì đạt mức điểm thấp nhất do hầu hết sản phẩm sử dụng bao bì truyền thống, không phát triển thêm hoặc không có bao bì, chỉ để trong túi/ chai hoặc đóng gói thông thường. Đối với tiêu chí khả năng tiếp thị, các sản phẩm này chỉ đạt số điểm thấp nhất của tiêu chí này do chưa có câu chuyện về sản phẩm, khu vực phân phối chính là thị trường địa phương, chỉ bán tại nơi sản xuất, chưa có biện pháp thâm nhập vào các thị trường trong nước, chưa thực hiện các hoạt động quảng bá sản phẩm, xúc tiến thương mại sản phẩm. Đối với tiêu chí chất lượng sản phẩm, các sản phẩm này chỉ đạt khoảng 30 - 40% số điểm của tiêu chí này do các chủ thể sản xuất chưa có sự quan tâm, chủ động đăng ký chất lượng sản phẩm, hay thuê các đối tác đánh giá chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn như VietGAP,...

Nhìn chung, các sản phẩm có nguồn gốc, lợi thế địa phương ở tỉnh Quảng Bình đạt sản phẩm OCOP ở tiêu chí về sức mạnh cộng đồng, có mức điểm đạt thấp đối với các tiêu chí tổ chức sản xuất, phát triển sản phẩm. Đối với tiêu chí khả năng tiếp thị sản phẩm, thì hầu hết các sản phẩm đều không đạt điểm cao trong khung tiêu chí này. Đối với tiêu chí chất lượng sản phẩm, mức điểm đạt trong khung tiêu chí này thấp nhất do công tác đăng ký chất lượng sản phẩm còn gặp nhiều khó khăn, các sản phẩm sản xuất chưa có cơ hội tiếp thị toàn cầu [6].

Từ thực tiễn phân tích trên cho thấy, tỉnh Quảng Bình có số lượng sản phẩm sản xuất đa dạng và phong phú nhưng số lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn sản phẩm OCOP còn thấp, những sản phẩm đạt tiêu chuẩn có mức điểm đạt theo các tiêu chí chưa cao, chưa có sản phẩm đạt tiêu chuẩn 5 sao.

3.4. Chiến lược phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn ở tỉnh Quảng Bình

3.4.1. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, nguy cơ và thách thức phát triển sản phẩm OCOP ở tỉnh Quảng Bình [6].

(a) Điểm mạnh

- Vị trí địa lý nằm ở trung điểm đất nước, là đầu mối giao thông và có vị trí quan trọng trong tuyến đường huyết mạch của hành lang kinh tế Đông Tây tạo điều kiện thuận lợi mở rộng hợp tác kinh tế trong khu vực, giao thông hàng hóa, vận tải quốc tế thúc đẩy phát triển nông nghiệp, thương mại, dịch vụ và du lịch.

- Có tài nguyên thiên nhiên phong phú, thuận lợi trong sản xuất vật liệu, cung cấp vật tư, nguyên liệu cho các ngành sản xuất. Đặc biệt trong phát triển ngành nông nghiệp đa dạng về cơ cấu cây trồng, vật nuôi.

- Có tiềm năng phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch tham quan, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá tự nhiên, du lịch mạo hiểm, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa – tâm linh, đã thu hút nhiều lượt khách trong nước và quốc tế (hơn 3,3 triệu lượt khách du lịch đến Quảng Bình năm 2017).

- Đa dạng về văn hóa, có nhiều sản vật địa phương và sản phẩm truyền thống theo các vùng miền (có 189 sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương).

- Nền kinh tế Quảng Bình đạt được nhiều thành tựu nổi bật; chính quyền địa phương có chủ trương, chính sách kịp thời khuyến khích đầu tư phát triển kinh tế, hỗ trợ sản xuất kinh doanh; chương trình xây dựng NTM được triển khai tích cực.

Tỉnh có phong trào thanh niên khởi nghiệp, phụ nữ khởi nghiệp, sáng tạo. Đây là một chương trình kết nối cộng đồng, tạo cơ hội, môi trường thuận lợi cho thanh niên tiếp cận học tập, phát triển năng lực, thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh

- Có hệ thống các làng nghề truyền thống gắn với văn hóa, hoạt động sản xuất, kinh doanh và sinh hoạt của cộng đồng các dân tộc

- Mô hình sản xuất theo hướng hợp tác, liên doanh, liên kết, tập trung, quy mô lớn gắn với chế biến, tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị ngày càng tăng.

(b) Điểm yếu

- Cơ sở hạ tầng giao thông, vật chất kỹ thuật phục vụ sản xuất còn hạn chế, điều kiện đi lại khó khăn.

- Nhận thức của nhiều người về vai trò sản xuất sản phẩm có nguồn gốc, lợi thế địa phương chưa cao. Người dân chưa chủ động trong đầu tư sản xuất kinh doanh, còn tâm lý trông chờ vào các nguồn hỗ trợ của Nhà nước. Nhà nước chưa có nhiều biện pháp nâng cao nhận thức và giải quyết các vấn đề thực tiễn của cộng đồng.

- Công tác tổ chức sản xuất chủ yếu theo hướng tự phát, phong trào, chưa có sự hợp tác, liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân trong hệ thống sản xuất kinh doanh. Đối với các sản phẩm khai thác từ nguồn lợi tự nhiên, chưa quan tâm đến việc bảo tồn và phát triển nguồn cung ứng.

- Năng lực nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm; xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm của địa phương, doanh nghiệp còn yếu. Kiến thức về xây dựng và phát triển thương hiệu còn hạn chế.

- Các sản phẩm truyền thống sản xuất ra chủ yếu dưới dạng sản phẩm thô; chưa đầu tư gia tăng giá trị sản phẩm; nhiều sản phẩm sản xuất chưa đăng ký nhãn mác và bảo hộ nhãn hiệu; những sản phẩm có nhãn mác in ấn còn sơ sài, bao bì không đảm bảo, dễ bị làm giả, làm nhái.

- Công nghệ, máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất còn thô sơ, đơn giản, quy trình sản xuất thủ công. Tập quán sản xuất lạc hậu, phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên. Tâm lý ngại thay đổi, bàng lờng với quy mô, năng lực hiện tại.

- Thiếu ngành công nghiệp phụ trợ cho phát triển nông nghiệp, nhất là nông nghiệp công nghệ cao.

- Khả năng chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng của lực lượng chức năng thực thi pháp luật chưa cao; hành lang pháp lý còn nhiều bất cập và các doanh nghiệp sản xuất chưa chủ động, tích cực.

(c) Cơ hội

- Toàn cầu hóa tạo điều kiện áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất, thu hút vốn đầu tư và đào tạo nguồn nhân lực.

- Sự bùng nổ trong cách mạng công nghiệp 4.0 tạo nhiều cơ hội, điều kiện thúc đẩy hiện đại hóa, thương mại hóa các sản phẩm truyền thống.

- Chủ trương và chiến lược hỗ trợ phát triển nông thôn, tái cơ cấu nền kinh tế của chính quyền địa phương ngày càng quyết liệt, rõ ràng và thực tế.

- Sự chuyển dịch các nguồn lực hỗ trợ của các chương trình nhà nước (đặc biệt là Chương trình Mục tiêu Quốc gia Xây dựng nông thôn mới) từ cơ sở hạ tầng sang hỗ trợ phát triển sản xuất.

- Nền kinh tế đang hồi phục sau chu kỳ khủng hoảng tạo ra nhu cầu tiêu thụ mạnh, đặc biệt là các sản phẩm truyền thống, có tính chất địa phương.

- Có sự xuất hiện, tham gia và hỗ trợ của nhiều dự án khởi nghiệp, phát triển nông thôn.

- Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, có sự đầu tư, phát triển mạnh kéo theo nhu cầu về tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ địa phương ngày càng tăng cao.

- Người dân ngày càng có tâm lý sử dụng sản phẩm có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng và nhu cầu sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương ngày càng tăng.

(d) Nguy cơ và thách thức

- Tình hình thời tiết, khí hậu tỉnh Quảng Bình có nhiều biến đổi phức tạp, sự gia tăng thiên tai và dịch bệnh, sự thay đổi của khí quyển với hiệu ứng nhà kính gây nhiều khó khăn và rủi ro cho sản xuất kinh doanh.

- Đầu tư sản xuất, khai thác tài nguyên, nguồn lợi tự nhiên chủ yếu chú trọng lợi ích trước mắt, chưa quan tâm lợi ích lâu dài, thiếu bền vững.

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

- Cạnh tranh của 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 rẻ.

- Người tiêu dùng chưa được trang bị nhiều kiến thức, thông tin về phân biệt hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng và có tâm lý e ngại kiện cáo khi mua phải sản phẩm giả, kém chất lượng.

3.4.2. Chiến lược phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình [6].**(a) Phát huy điểm mạnh nhằm khắc phục các điểm yếu và tận dụng các cơ hội**

- Thực hiện có hiệu quả các chính sách của Nhà nước đã ban hành như chính sách "Doanh nghiệp hợp đồng với nông dân tiêu thụ sản phẩm", "ưu đãi về đất đai cho các doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất nông nghiệp"; "chính sách tín dụng ưu đãi" và chính sách đào tạo nghề cho khu vực nông thôn, ..

- Thực hiện lồng ghép các nguồn vốn của các chương trình, mục tiêu quốc gia, các chương trình, dự án hỗ trợ có mục tiêu thực hiện đề án. Phân bổ các nguồn tài chính hợp lý cho đề án, ưu tiên các ngành mũi nhọn như phát triển du lịch, khai thác thủy hải sản.... Đồng thời, khuyến khích, tạo điều kiện cộng đồng phát huy tối đa nguồn lực và các doanh nghiệp đầu tư sản xuất theo hướng liên kết "4 nhà".

- Hỗ trợ doanh nghiệp, người sản xuất đầu tư công nghệ trong sản xuất, khai thác và chế biến, mở các lớp đào tạo tập huấn cho cộng đồng.

- Xây dựng cơ chế khuyến khích đột phá nhằm lôi kéo sự tham gia của các chuyên gia và nhà khoa học trong việc đào tạo cộng đồng về phát triển và thương mại hoá các sản vật, sản phẩm địa phương. Khuyến khích áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật công nghệ vào sản xuất.

- Xây dựng và gắn kết các hoạt động du lịch với phát triển nông thôn, đặc biệt là các hoạt động lễ hội, du lịch trải nghiệm, khám phá văn hóa, tập quán của người dân địa phương nhằm tối ưu hóa các hoạt động quảng bá và bán sản phẩm.

- Gắn kết chương trình thanh niên khởi nghiệp, phụ nữ khởi nghiệp, sáng tạo vào đề án.

- Xây dựng dự án phát huy thế mạnh địa phương, đề xuất phối hợp/hỗ trợ nguồn lực từ Chính phủ.

- Xây dựng hệ thống hỗ trợ phát triển sản phẩm truyền thống một cách đồng bộ từ quản lý sản xuất đến phát triển thương hiệu theo hướng từ dưới lên kết hợp với từ trên xuống, trong đó mấu chốt là từ dưới lên.

- Tạo mối liên kết giữa các hộ sản xuất thành các HTX, doanh nghiệp sản xuất để mở rộng quy mô và hỗ trợ sản xuất.

- Nâng cao hiểu biết về thị trường cho đội ngũ cán bộ trong hệ thống phát triển nông nghiệp, nông thôn.

- Hỗ trợ cộng đồng một cách có hệ thống trong việc nâng cấp sản phẩm, thiết kế mẫu mã sản phẩm, tiêu chuẩn sản phẩm, quản trị kinh doanh.

- Hỗ trợ cộng đồng xúc tiến sản phẩm liên kết với các chương trình phát triển du lịch của tỉnh.

(b) Phát huy điểm mạnh nhằm khắc phục điểm yếu để hạn chế nguy cơ thách thức

- Khuyến cáo cho cộng đồng về các loại rủi ro thường gặp trong quá trình sản xuất kinh doanh, các biện pháp cần thiết để phòng và giảm thiểu các loại rủi ro này.

- Phát triển hệ thống thông tin thị trường và dự báo, từng bước kiểm soát hệ thống quản lý thị trường của tỉnh nhằm nâng cao tính công bằng trong phát triển, kinh doanh hàng hoá.

- Hỗ trợ cộng đồng xây dựng nhãn hiệu hàng hoá, hệ thống nhận diện thương hiệu và quảng bá thương hiệu của sản phẩm, chỉ dẫn địa lý. Đặc biệt nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Nghiên cứu, phát triển các sản phẩm trên nền tảng các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, xây dựng và gắn câu chuyện sản phẩm từ các giá trị văn hóa này nhằm gia tăng giá trị cho sản phẩm.

- Xây dựng hệ thống các chỉ tiêu chất lượng nhằm đánh giá và đảm bảo chất lượng sản phẩm.

- Khuyến khích và hỗ trợ cộng đồng đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật công nghệ vào sản xuất kinh doanh. Đặc biệt, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong các dự án khởi nghiệp, gắn kết chương trình phụ nữ khởi nghiệp.

- Tuyên truyền, khuyến khích, động viên nâng cao nhân thức và lòng tin cho cộng đồng mạnh dạn đầu tư mở rộng quy mô sản xuất; sử dụng có hiệu quả vốn đầu tư, hạn chế tình trạng sử dụng vốn không đúng mục đích; tạo dựng cách thức làm ăn độc lập, nâng cao năng lực cạnh tranh.

4. KẾT LUẬN

Phát triển sản phẩm OCOP là chiến lược quan trọng nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn tỉnh Quảng Bình, thúc đẩy phát triển sản xuất hàng hóa nông nghiệp, phát triển tiểu thủ công nghiệp, dịch vụ, du lịch từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh sản phẩm và thu nhập cho cộng đồng; hình thành và phát triển các tổ chức kinh tế dưới dạng các HTX, SMEs, tổ hợp tác sản xuất, hộ gia đình đăng ký kinh

doanh, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển HTX và địa phương, quốc gia khởi nghiệp. Trên cơ sở đó, bài viết tổng quát kinh nghiệm các nước trên thế giới, các địa phương trong nước về phát triển kinh tế nông thôn theo định hướng chương trình OCOP; thực trạng kết quả phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình trong những năm qua; đánh giá sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương ở tỉnh Quảng Bình theo tiêu chuẩn sản phẩm OCOP; phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và đề ra chiến lược phát triển sản phẩm OCOP trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn tỉnh Quảng Bình. Đây là cơ sở quan trọng để chính quyền địa phương, các tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư đề ra các giải pháp cụ thể phát triển sản xuất và kinh doanh các sản phẩm có nguồn gốc lợi thế địa phương theo hướng sản phẩm OCOP; tạo ra nhiều công ăn việc làm khu vực nông thôn, góp phần phục hồi và phát triển một số sản phẩm truyền thống đang bị mai một, khơi dậy niềm tự hào của người dân mỗi vùng quê giúp họ tự tin, sáng tạo và yêu quê hương; tạo ra sự hấp dẫn của khu vực nông thôn, thu hút lao động và nguồn vốn đầu tư về khu vực này giúp cho xây dựng nông thôn mới phát triển bền vững.

TAI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ NN&PTNT (2017). *Quyết định số 2277/QĐ-BNN-VPĐP ngày 5/06/2017 của Bộ Nông nghiệp và PTNT phê duyệt đề cương Đề án "Chương trình quốc gia mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2017-2020, định hướng 2030 và bộ công cụ điều tra, khảo sát*, 2018.
2. Thủ tướng Chính phủ (2018). *Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 7/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020*, 2018.
3. UBND tỉnh Quảng Bình (2009). *Quyết định số 2346/QĐ-UBND phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành nghề nông thôn tỉnh Quảng Bình đến năm 2020*, ngày 01/9/2009.
4. UBND tỉnh Quảng Bình (2014). *Quyết định số 1484/QĐ-UBND ban hành Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững giai đoạn 2014 - 2020*, ngày 10/6/2014.
5. UBND tỉnh Quảng Bình (2018). *Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 5/8/2008 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng*

(*khóa X*) về nông nghiệp, nông dân, nông thôn, định hướng đến năm 2030, tháng 11 năm 2018, tháng 5 năm 2018.

6. UBND tỉnh Quảng Bình (2018). *Đề án mỗi xã một sản phẩm tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2018 - 2020*,

7. UBND tỉnh Quảng Ninh (2013). *Đề án tỉnh Quảng Ninh - Mỗi xã, phường một sản phẩm, giai đoạn 2013 - 2016*, tháng 10 năm 2013.

ECONOMIC - SOCIO DEVELOPMENT OF RURAL AREA IN QUANG BINH PROVINCE WITH ENDOGENOUS ORIENTATION

Tran Tu Luc

Summary

Quang Binh has many favorable conditions for economic development in rural areas towards endogenous. However, rural areas in Quang Binh which accounting for over 80% of the province's population, have low income and life condition; The area of agricultural land is becoming narrower and the price of labor and materials are increasing, leading to the increase of cost of agricultural production, slow economic restructuring in rural areas; jobs in non-agricultural have not grown well; not yet fully exploit accordance with its potential and conditions. On that basis, the study reviews experiences on developing rural economic according to OCOP program (One Commune One Product) in other countries and in Vietnam; reality of rural development results in Quang Binh province in recent years; evaluating advantages of locally-sourced products according to OCOP standards; analyze strengths, weaknesses and opportunities in order to propose OCOP product development strategies to develop rural economic, restructuring agriculture and effectively implementing of new rural construction movement.

Keywords: *Rural area of Quang Binh, rural economy, structure of rural economy, locally sourced products.*

Người phản biện: TS. Dương Ngọc Thi

Ngày nhận bài: 11/12/2018

Ngày thông qua phản biện: 11/01/2019

Ngày duyệt đăng: 18/01/2019