



Original Article

## One Commune One Product (OCOP) Program in Hung Yen Province: Current Situation and Solution

Nguyen Thi Kim Oanh\*, Doan Thi Ngoc Thuy,  
Nguyen Thi Thu Trang, Le Thi Kim Oanh

*Vietnam National University of Agriculture, Trau Quy, Gia Lam, Hanoi, Vietnam*

Received 25 September 2023

Revised 15 March 2024; Accepted 25 March 2024

**Abstract:** This study aims to analyze and evaluate the implementation result of the OCOP program in Hung Yen province in the period from 2019 to 2021, based on secondary data sources from relevant documents, reports and survey results of 50 OCOP owners. The results show that the implementation of the OCOP program in Hung Yen province has achieved many positive effects with 140 OCOP products recognized with 3-star and 4-star ratings and 50 OCOP owners participating in the rating evaluation. The OCOP products have improved in the quality with a wide range of products. However, there are some difficulties in implementing the program in Hung Yen as OCOP owners and some localities are still struggling. Moreover, OCOP products are mainly rated with 3 stars that are not commensurate with the potential and strengths of the province's key products. Local government needs to promulgate policies to support and promote the OCOP program in the future.

**Keywords:** OCOP program, One commune one product, New countryside, Hung Yen province.

\* Corresponding author.

*E-mail address:* [kimoanh.vcu@gmail.com](mailto:kimoanh.vcu@gmail.com)/[ntkoanh@vnua.edu.vn](mailto:ntkoanh@vnua.edu.vn)

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4437>

# Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tỉnh Hưng Yên: thực trạng và giải pháp

Nguyễn Thị Kim Oanh\*, Đoàn Thị Ngọc Thuý,  
Nguyễn Thị Thu Trang, Lê Thị Kim Oanh

Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Trâu Quỳ, Gia Lâm, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 25 tháng 9 năm 2023

Chỉnh sửa ngày 15 tháng 3 năm 2024; Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 3 năm 2024

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này nhằm phân tích, đánh giá kết quả triển khai chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) của tỉnh Hưng Yên trong giai đoạn 2019-2021 dựa trên các nguồn dữ liệu thứ cấp được tổng hợp từ các tài liệu, báo cáo liên quan và kết quả khảo sát 50 chủ thể OCOP. Kết quả triển khai chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên đã đạt được một số kết quả tích cực với 140 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao, 4 sao và 50 chủ thể sản phẩm OCOP tham gia đánh giá xếp hạng. Các sản phẩm OCOP được đánh giá, xếp hạng đã có bước tiến về chất lượng, mẫu mã. Tuy nhiên chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên còn nhiều khó khăn khi một số địa phương, cơ sở còn lúng túng, gặp nhiều khó khăn khi thực hiện chương trình, các sản phẩm OCOP chủ yếu được xếp hạng 3 sao, chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh các sản phẩm chủ lực của tỉnh. Tỉnh Hưng Yên cần tiếp tục thực hiện các giải pháp đẩy mạnh Chương trình OCOP một cách hiệu quả trong thời gian tới.

**Từ khóa:** Chương trình OCOP, Mỗi xã một sản phẩm, Nông thôn mới, Hưng Yên.

## 1. Mở đầu

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị. Theo đó, trọng tâm của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể thực hiện (OCOP, 2020) [1]. Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong giai đoạn từ 2018-2021, chương trình đã thu được những thành tựu đáng ghi nhận với 5.401 sản phẩm OCOP được công nhận đạt 3 sao trở lên, 9.244 chủ thể có sản phẩm OCOP được công nhận (Viện nghiên cứu thị trường và thể chế nông nghiệp, 2022) [2]. Chương trình triển khai đã có tác động tích cực đến phát triển

kinh tế - xã hội, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, góp phần tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân nông thôn.

Hưng Yên là một trong bảy tỉnh, thành phố thuộc vùng Kinh tế trọng điểm Bắc bộ, tiếp giáp với Thủ đô Hà Nội, có vị trí địa lý thuận lợi phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hoá. Thực hiện Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt “Chương trình Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018-2020 [3], tỉnh Hưng Yên đã từng bước xây dựng phát triển sáu nhóm sản phẩm chủ lực tham gia chương trình OCOP. Sau ba năm triển khai, chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên đã có nhiều chuyển biến tích cực và bước đầu đã đạt được những kết quả đáng khích lệ, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý,

\* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: kimoanh.vcu@gmail.com/ntkoanh@vnua.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4437>

bảo vệ môi trường, phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn bền vững. Đến hết năm 2021, tỉnh Hưng Yên đã đánh giá xếp hạng 140 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên, với 50 chủ thể OCOP tham gia đánh giá xếp hạng sản phẩm (Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng Yên, 2021) [4]. Bên cạnh những kết quả nổi bật và tác động tích cực, chương trình OCOP trong giai đoạn vừa qua cũng bộc lộ một số hạn chế. Trong giai đoạn đầu chương trình mới chỉ phát triển tập trung về số lượng, chưa chú trọng vào thực chất, gắn với lợi thế bản địa; chưa chú trọng vào các giải pháp hỗ trợ chủ thể nâng cao chất lượng, hoàn thiện sản phẩm; việc tiêu thụ sản phẩm OCOP còn gặp nhiều khó khăn. Xuất phát từ thực tế đó, nghiên cứu này tập trung phân tích, đánh giá kết quả triển khai chương trình OCOP của tỉnh Hưng Yên trong giai đoạn 2019-2021, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên trong giai đoạn tới.

## 2. Tổng quan chương trình OCOP tại Việt Nam

### 2.1. Lịch sử phát triển chương trình OCOP

Hiện nay, chương trình “Một làng một sản phẩm” (One Village One Product) đã giành được sự quan tâm của các nhà hoạch định chính sách từ nhiều quốc gia trên thế giới. Sáng kiến này bắt đầu ra đời tại tỉnh Oita, Nhật Bản vào năm 1961 và chính thức phát động vào những năm 1980s [5, 6] và sau đó được mở rộng sang nhiều quốc gia với nhiều tên gọi khác nhau như OTOP - “One Tambon, One Product” tại Thái Lan; SDSI - “Satu Daerah, Satu Industry” tại Malaysia hay “One Paris, One Product” ở Hoa Kỳ [7]. Đến nay đã có trên 140 quốc gia triển khai chương trình này nhằm phát triển các sản phẩm, dịch vụ gắn với đơn vị làng, xã, từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương [7].

Ở Việt Nam, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã triển khai thí điểm mô hình “Một làng một nghề” từ năm 2008 ở một số địa phương như Hà Nội, Bắc Ninh, Nam Định, Thừa Thiên Huế, An Giang và đạt được một số kết quả quan trọng [7]. Đến năm 2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg

ngày 07/5/2018, phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020 nhằm phát huy tiềm năng, lợi thế của các sản phẩm ngành nghề nông thôn, từ đó đẩy mạnh phát triển sản xuất, liên kết chuỗi giá trị nhằm nâng cao thu nhập, đời sống của người dân gắn với xây dựng nông thôn mới.

### 2.2. Chu trình triển khai OCOP hằng năm



Hình 1. Chu trình OCOP hằng năm tại Việt Nam  
Nguồn [7].

Chu trình OCOP hàng năm được thể hiện theo Hình 1. Theo đó, chương trình OCOP được thực hiện theo 6 bước, bao gồm: i) Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP; ii) Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm; iii) Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh; iv) Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh; v) Đánh giá và xếp hạng sản phẩm; và vi) Xúc tiến thương mại.

Theo chu trình này, các sản phẩm sẽ được các chủ thể đề xuất, trên cơ sở đó nhà nước hỗ trợ một cách toàn diện, dựa trên các nguồn lực sẵn có. Các sản phẩm tham gia chương trình sẽ được đánh giá, phân hạng và được hỗ trợ xúc tiến thương mại với các sản phẩm được công nhận sản phẩm OCOP.

### 2.3. Tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP

*Tiêu chí đánh giá:* sản phẩm OCOP được đánh giá dựa trên Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng, ban hành tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 về Bộ tiêu chí đánh giá, phân

hạng sản phẩm OCOP [8] và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 về sửa đổi, bổ sung Quyết định số 1048/QĐ-TTg [9]. Bao gồm 3 phần: i) Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức

manh cộng đồng; ii) Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị; và iii) Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (Bảng 1).

Bảng 1. Tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

Tiêu chí	Số điểm	Nội dung
Tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng.	35 điểm	- Tổ chức sản xuất; - Phát triển sản phẩm; - Sức mạnh cộng đồng;
Tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị.	25 điểm	- Tiếp thị; - Câu chuyện về sản phẩm.
Tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm.	40 điểm	- Chỉ tiêu cảm quan, dinh dưỡng, tính độc đáo của sản phẩm; - Tiêu chuẩn sản phẩm; - Khả năng xuất khẩu, phân phối tại thị trường quốc tế.

Nguồn [7].

Bảng 2. Đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP

Xếp hạng	Mức điểm	Ghi chú
1 sao	< 30 điểm	Sản phẩm khởi điểm tham gia Chương trình OCOP, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao.
2 sao	30-49 điểm	Sản phẩm đã hình thành ở địa phương nhưng cần tiếp tục hỗ trợ nâng cấp để đạt đầy đủ tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 3 sao.
3 sao	50-69 điểm	Sản phẩm đã đạt tiêu chuẩn, có thương hiệu và có thể nâng cấp lên hạng 4 sao.
4 sao	70-89 điểm	Sản phẩm đạt tiêu chuẩn, đã có thương hiệu, có thể nâng cấp để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế.
5 sao	90-100 điểm	Sản phẩm đặc sắc, chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

Nguồn [7].

Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn sẽ được cấp giấy chứng nhận sản phẩm OCOP (đạt từ 3 đến 5 sao) có giá trị trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Thông tin thứ cấp trong nghiên cứu được thu thập từ hệ thống các văn bản, chính sách liên quan đến chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên từ cấp trung ương, cấp tỉnh, cấp huyện và các báo cáo của UBND tỉnh Hưng Yên, các sở, ban,

ngành về kết quả triển khai chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2019-2021.

Thông tin sơ cấp trong nghiên cứu được thu thập thông qua tọa đàm, phỏng vấn sâu với cán bộ quản lý nhà nước thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Hưng Yên, và cán bộ phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn các huyện. Ngoài ra, nghiên cứu thu thập thông tin thông qua điều tra khảo sát 50 chủ thể OCOP để tìm hiểu về phát triển sản phẩm OCOP của các chủ thể, cũng như những kinh nghiệm, khó khăn trong phát triển sản phẩm OCOP của các chủ thể.

Nghiên cứu sử dụng các phương pháp như thống kê mô tả, so sánh, tổng hợp để phân tích số liệu, tài liệu liên quan đến thực trạng triển khai chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Công tác hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể tham gia Chương trình

Trong giai đoạn 2019-2021, tỉnh Hưng Yên đã hỗ trợ 50 chủ thể sản xuất lập hồ sơ đăng ký 140 sản phẩm tham gia đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP, trong đó các chủ thể tập trung chủ yếu trên địa bàn thành phố Hưng Yên, huyện Phù Cừ, huyện Khoái Châu.

Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng Yên đã tổ chức nhiều hội nghị triển khai, đào tạo, tập huấn về Chương trình OCOP cho các sở, ban, ngành, Ủy ban nhân dân các huyện, xã, phường, thị trấn, các chủ thể sản xuất tiêu biểu trong tỉnh để hiểu rõ nội dung chương trình và cách thức triển khai thực hiện hiệu quả Chương trình OCOP. Theo đó, tỉnh Hưng Yên đã tổ chức tập huấn cho trên 3.000 lượt cán bộ cấp huyện, xã, chủ thể về Chương trình; phát hành 2.970 cuốn sổ tay giới thiệu, hướng dẫn về Chương trình OCOP, trên 2.160 sổ tay hướng dẫn liên kết gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

#### *Công tác hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP*

Các sở, ngành, Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố trên địa bàn tỉnh Hưng Yên đã đẩy mạnh công tác xây dựng quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm, nông sản chủ lực nhằm phát triển các sản phẩm OCOP của tỉnh. Tính đến 30/9/2023, Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp văn bằng bảo hộ cho các sản phẩm của tỉnh Hưng Yên, bao gồm 12 nhãn hiệu chứng nhận như Vải trứng Hưng Yên, Sen Hưng Yên; 18 nhãn hiệu tập thể như Tương Bần, Hương Xạ Thôn Cao; 1 chỉ dẫn địa lý (Nhãn lồng Hưng Yên). Các sản phẩm tham gia thực hiện Chương trình OCOP đến nay cũng có sự đa dạng về mẫu mã, bao bì, tem mác, chất

lượng sản phẩm đáp ứng thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu.

### 4.2. Kết quả đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên

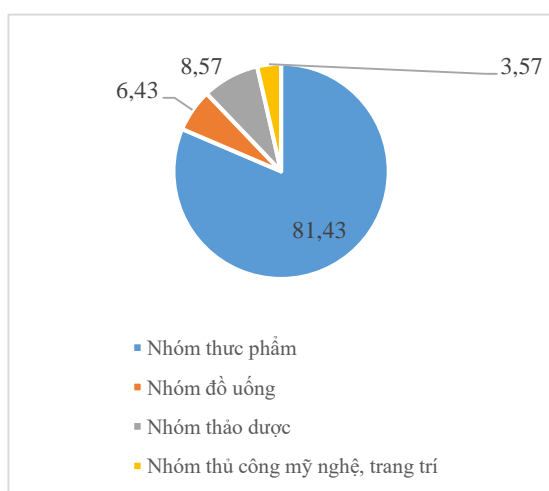
#### 4.2.1. Kết quả theo địa bàn

Nhìn chung số lượng sản phẩm OCOP của tỉnh có sự tăng lên mạnh trong giai đoạn 2019-2021. Đến hết năm 2021, toàn tỉnh có 140 sản phẩm của 50 chủ thể được xếp hạng, công nhận, tăng 116 sản phẩm so với năm 2019 (Bảng 3). Sản phẩm đạt OCOP 3 sao hiện đang chiếm tỷ trọng cao nhất với 82,14%. Các sản phẩm OCOP được đánh giá, xếp hạng đã có bước tiến về chất lượng, mẫu mã, bao bì, bảo đảm điều kiện, quy định về tem, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Các địa phương nhiều sản phẩm được công nhận OCOP bao gồm Huyện Kim Động (16%), Thành phố Hưng Yên (16%), Huyện Khoái Châu (15,7%). Đây là các địa phương có các sản phẩm truyền thống nổi tiếng lâu đời như Gà Đông tảo (Huyện Khoái Châu), nhãn lồng (Thành phố Hưng Yên),... Đây cũng là nơi nhiều làng nghề phát triển, nên có điều kiện bứt phá bước đầu khi được công nhận OCOP. Các huyện như Ân Thi (3,6%), Yên Mỹ (6,4%), Tiên Lữ (6,4%) có ít các sản phẩm OCOP được công nhận là do một phần các huyện này chủ yếu phát triển các khu công nghiệp. Diện tích đất nông nghiệp, làng nghề còn rất ít. Người dân đa số sinh sống bằng việc đi làm tại các khu công nghiệp gần nhà.

#### 4.2.2. Kết quả theo nhóm sản phẩm

Các sản phẩm tham gia xếp hạng thuộc các nhóm theo quy định tại Quyết định 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ [10], trong đó có 114 sản phẩm thuộc nhóm ngành thực phẩm (81,43%), 9 sản phẩm thuộc nhóm ngành đồ uống (6,43%), 12 sản phẩm thuộc nhóm ngành thảo dược (8,57%) và 5 sản phẩm thuộc nhóm ngành thủ công mỹ nghệ, trang trí (3,57%) (Biểu đồ 1). Như vậy, nhóm thực phẩm là nhóm sản phẩm thế mạnh của tỉnh với những sản phẩm nổi tiếng như nhãn lồng, gà đông tảo, cam đường canh,... Tuy nhiên, nhóm sản phẩm này đa số

được bán ra ở dạng tươi hoặc chế biến sơ, chưa nâng cao được chất lượng cũng như giá trị của sản phẩm. Thảo dược là nhóm sản phẩm đứng thứ hai trong danh sách và là một trong những nhóm sản phẩm có giá trị kinh tế cao, ví dụ Nghệ Chí Tân, huyện Khoái Châu, Dược liệu Nghệ Trai, huyện Văn Lâm. Những nhóm sản phẩm còn lại tuy còn chiếm tỷ lệ nhỏ nhưng cũng đang rất tiềm năng.



Biểu đồ 1. Cơ cấu nhóm sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên.

#### 4.2.3. Kết quả theo chủ thể

Đến hết năm 2021, toàn tỉnh có 50 chủ thể sản phẩm OCOP tham gia đánh giá xếp hạng, trong đó có 32 hợp tác xã (HTX), 08 hộ kinh doanh, 9 doanh nghiệp và 01 cơ sở sản xuất trên các huyện, thị xã, thành phố của tỉnh Hưng Yên (Bảng 4).

Các chủ thể được công nhận chủ yếu tập trung ở thành phố Hưng Yên (20%), huyện Phù Cừ (18%) và huyện Khoái Châu (16%). Các huyện chưa có nhiều chủ thể OCOP như huyện Yên Mỹ một chủ thể, huyện Mỹ Hào hai chủ thể. Chủ thể OCOP chủ yếu là các HTX chiếm tỷ lệ 64%, còn lại là các doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cơ sở sản xuất (34%). Số lượng doanh nghiệp tham gia đánh giá xếp hạng OCOP còn ít so với tiềm năng và không đồng đều giữa các địa phương. Một số địa phương Mỹ Hào, Yên Mỹ, Phù Cừ hiện chưa có chủ thể OCOP là các doanh

nh nghiệp một phần là do các huyện này chủ yếu phát triển các khu công nghiệp, diện tích đất nông nghiệp, làng nghề còn rất ít. Bên cạnh đó, trên các địa phương này, chưa có doanh nghiệp nào có tiềm lực mạnh về tài chính đầu tư vào sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP. Đó là vấn đề mà chính quyền các cấp tại các địa bàn này cần quan tâm, có chính sách khuyến khích, thúc đẩy chủ thể OCOP có tiềm năng đầu tư vào thành lập loại hình doanh nghiệp để khai thác thế mạnh sản xuất nông nghiệp, phát triển sản phẩm OCOP chủ lực tại địa phương, góp phần cải thiện thu nhập người dân.

#### 4.3. Thực trạng phát triển sản phẩm OCOP của các chủ thể tham gia chương trình OCOP

##### 4.3.1. Đánh giá nguồn lực các chủ thể OCOP

*Về lao động:* số lao động trung bình mỗi chủ thể OCOP khoảng 21 người, chủ yếu là lao động thuê ngoài. Tuy nhiên có sự chênh lệch khá cao giữa nhóm doanh nghiệp và các nhóm còn lại. Trong khi nhóm doanh nghiệp có số lao động bình quân là 100 người thì nhóm hộ kinh doanh trung bình có 10 lao động/chủ thể. Nguyên nhân là do các doanh nghiệp thường cần nguồn nhân lực lớn, đặc biệt là theo mùa vụ thu hoạch, còn hộ kinh doanh quy mô sản xuất kinh doanh nhỏ nên nhu cầu nguồn nhân lực ít hơn.

*Về đất đai:* diện tích đất sản xuất bình quân của các chủ thể OCOP đạt 25.850 m<sup>2</sup>. Nhóm chủ thể là HTX, diện tích đất sản xuất là lớn nhất và bình quân lớn là 50.650 m<sup>2</sup>, do diện tích đất trồng trọt lớn hoặc diện tích chuồng trại lớn. Nhóm doanh nghiệp diện tích bình quân là 12.000 m<sup>2</sup>. Ngược lại với diện tích đất sản xuất, nhóm doanh nghiệp có diện tích đất nhà xưởng là lớn nhất, trung bình là 2.000 m<sup>2</sup>.

*Về tài sản, vốn đầu tư:* vốn điều lệ của các chủ thể OCOP bình quân là 1,7 tỷ đồng, trong đó nhóm doanh nghiệp có số vốn lớn nhất đạt khoảng 3,5 tỷ đồng; nhóm HTX khoảng 1,2 tỷ đồng, hộ kinh doanh đạt 0,5 tỷ đồng. Nhìn chung, tài sản của chủ thể là HTX còn nhiều hạn chế, chỉ có một số HTX hoạt động có hiệu quả, có quỹ đất xây dựng trụ sở, hoạt động có liên kết với các doanh

ngành, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật nên hiệu quả hoạt động được nâng cao.

*Máy móc, thiết bị:* kết quả khảo sát cho thấy, khoảng 62% chủ thể OCOP có hoạt động đầu tư trang thiết bị máy móc phục vụ sản xuất kinh

doanh, trong đó tập trung nhiều nhất vào nhóm chủ thể sản xuất sản phẩm về đồ uống, thảo dược. Các loại máy móc, thiết bị được đầu tư chủ yếu là máy móc công nghệ cao, ví dụ như máy sấy, kho lạnh bảo quản hoặc các máy đo nồng độ hóa chất,...

Bảng 3. Kết quả đánh giá công nhận sản phẩm OCOP cấp tỉnh giai đoạn 2019-2021

STT	Địa bàn	Năm						Tổng
		2019		2020		2021		
		3 sao	4 sao	3 sao	4 sao	3 sao	4 sao	
1	Huyện Khoái Châu	1	3	6	3	9	-	22
2	Thành phố Hưng Yên	5	2	5	0	11	-	23
3	Thị xã Mỹ Hào	7	3	2	0	2	-	14
4	Huyện Phù Cừ	2	0	4	3	4	-	13
5	Huyện Ân Thi	1	0	1	2	1	-	5
6	Huyện Văn Giang	0	0	2	4	4	-	10
7	Huyện Kim Động	0	0	6	0	12	5	23
8	Huyện Yên Mỹ	0	0	5	0	4	-	9
9	Huyện Tiên Lữ	0	0	2	0	7	-	9
10	Huyện Văn Lâm	0	0	1	0	11	-	12
	Tổng	24		46		70		140

Nguồn: [4, 10, 11] và báo cáo từ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Hưng Yên (2022).

Bảng 4. Tổng hợp chủ thể tham gia Chương trình OCOP được công nhận cấp tỉnh giai đoạn 2019-2021

Địa bàn	Tổng số	Trong đó			
		HTX	Doanh nghiệp	Hộ kinh doanh	Cơ sở sản xuất
Huyện Văn Lâm	3	1	1		1
Thị xã Mỹ Hào	2	2			
Huyện Yên Mỹ	1	1			
Huyện Ân Thi	3	2	1		
Huyện Văn Giang	5	1	3	1	
Huyện Khoái Châu	8	6	1	1	
Huyện Kim Động	6	4	1	1	
Huyện Tiên Lữ	3	2		1	
Huyện Phù Cừ	9	9			
Thành phố Hưng Yên	10	4	2	4	
Tổng số	50	32	9	8	1

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả.

#### 4.3.2. Tiêu chuẩn, quy trình, công nghệ áp dụng trong sản xuất

*Tiêu chuẩn áp dụng trong sản xuất:* về cơ bản, các chủ thể OCOP áp dụng nhiều tiêu chuẩn trong sản xuất sản phẩm OCOP và cơ bản đáp

ứng được các quy định đề ra. Một số tiêu chuẩn thực hành sản xuất, chế biến được áp dụng như VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ, ISO, HACCP, đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn khác. Kết quả khảo sát cho thấy, gần 60%

chủ thể OCOP đánh giá các tiêu chuẩn áp dụng và chất lượng sản phẩm OCOP được cải thiện tốt hơn so với trước khi tham gia chương trình OCOP. Trong đó, đánh giá từ các chủ thể nhóm thực phẩm chiếm tỷ lệ cao nhất (74%), nhóm lưu niệm, nội thất, trang trí có tỷ lệ thấp nhất (32,3%).

*Quy trình, công nghệ áp dụng trong sản xuất:* quy trình, công nghệ áp dụng trong sản xuất của các chủ thể OCOP hiện nay tương đối đa dạng, theo đặc điểm từng nhóm sản phẩm. Một số công nghệ chính được các chủ thể OCOP áp dụng trong hoạt động trồng trọt, chăn nuôi như Máy đo độ PH, máy đo nồng độ hóa chất, Máy test dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, Máy sấy lạnh, Lò sấy hơi, Máy sấy, Kho lạnh bảo quản,...

Về cơ bản, trước khi tham gia chương trình OCOP, các chủ thể cơ bản cũng đã đầu tư, trang bị các máy móc, công nghệ để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Sau khi tham gia chương trình OCOP, 100% các chủ thể OCOP đều quan tâm cũng như có nhu cầu cải tiến, đầu tư nhiều hơn vào các máy móc, thiết bị, công nghệ phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh để đáp ứng yêu cầu sản xuất sản phẩm OCOP. Cụ thể, khoảng 60% các chủ thể khảo sát đánh giá các quy trình, công nghệ áp dụng được cải tiến hiện đại hơn, từ đó góp phần nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Trong đó, tỷ lệ nhóm chủ thể là HTX đánh giá công nghệ, máy móc thiết bị phục vụ sản xuất được cải tiến tốt hơn nhiều so với trước, còn nhóm chủ thể là hộ kinh doanh có sự thay đổi công nghệ thấp hơn các nhóm khác do thiếu vốn đầu tư cũng như năng lực cung cấp sản phẩm hạn chế.

#### 4.3.3. Kết quả sản xuất kinh doanh của các chủ thể OCOP

Theo số liệu khảo sát, doanh thu bình quân của các chủ thể OCOP năm 2021 đạt 1,62 tỷ đồng, trong đó doanh thu từ sản phẩm OCOP chiếm khoảng 46%. Doanh thu bình quân năm 2021 tăng so với năm 2020, tuy nhiên mức tăng dưới 10% chiếm tới hơn một nửa (55,65%), mức tăng lớn hơn 10% là 26,3% còn doanh thu giảm chiếm 18,05%. Điều đó cho thấy các chủ thể

OCOP hoạt động vẫn có hiệu quả, sản lượng có tăng về giá trị và quy mô, tuy vậy cũng do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 nên mức tăng không được cao. Nhóm ngành Thảo dược và Lưu niệm - nội thất - trang trí có doanh thu ổn định và tăng; trong khi đó nhóm ngành đồ uống thì bị ảnh hưởng nhiều nhất, tới 50% doanh thu năm 2021 giảm so với năm 2020.

Về thị trường tiêu thụ, hiện nay, sản phẩm của các chủ thể OCOP chủ yếu được tiêu thụ tại thị trường trong nước (87%), trong đó tiêu thụ nội tỉnh khoảng 13%. Một số sản phẩm OCOP đã được xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính trên thế giới như Nhân lồng Hưng Yên sang thị trường Mỹ; bột nghệ của Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Hoàng Minh Châu Hưng Yên (Khoái Châu) sang Nhật Bản, Trung Quốc, các nước Trung Đông. Tuy nhiên, tỷ trọng sản phẩm OCOP xuất khẩu vẫn còn thấp (13%). Đối với thị trường trong nước, nhóm sản phẩm lưu niệm - trang trí - nội thất và đồ uống chủ yếu tiêu thụ trong nước, chiếm tới 80%. Đối với thị trường xuất khẩu, nhóm thảo dược có thị phần xuất khẩu cao nhất (33,33%).

#### 4.4. Đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên

##### 4.4.1. Với các chủ thể OCOP

Thứ nhất, nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP. Một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng giá trị của các sản phẩm OCOP là đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ vào quy trình sản xuất, chế biến sản phẩm OCOP. Vì vậy, các chủ thể OCOP cần chú trọng đầu tư nghiên cứu, ứng dụng những công nghệ hiện đại, tiên tiến vào sản xuất từ đó góp phần giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Thêm vào đó, các chủ thể cũng cần ổn định vùng và chất lượng nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất thông qua liên kết với doanh nghiệp cung ứng vật tư đầu vào để hỗ trợ sản xuất đồng thời đầu tư hỗ trợ tài chính, kỹ thuật cho người sản xuất phát triển mở rộng vùng nguyên liệu. Đẩy mạnh chế biến sâu các sản phẩm giúp nâng cao



giá trị và chất lượng của sản phẩm, phát triển sản xuất gắn với chế biến theo chuỗi giá trị. Tổ chức sản xuất, chế biến sản phẩm theo các tiêu chuẩn mới đáp ứng yêu cầu thị trường (VietGAP, hữu cơ, ISO, HACCP,...). Có kế hoạch rà soát các tiêu chí còn thiếu đối với các sản phẩm đạt 3 - 4 sao, từ đó bổ sung hoàn thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm, đánh giá nâng hạng sản phẩm.

Thứ hai, tăng cường quảng bá, xúc tiến sản phẩm. Các chủ thể OCOP cần đẩy mạnh hoạt động trưng bày, giới thiệu sản phẩm, tích cực tham gia có hiệu quả các hoạt động quảng bá và xúc tiến thương mại của nhà nước như hội chợ triển lãm, chương trình quảng bá, kết nối tiêu thụ. Sử dụng hiệu quả hệ thống logo nhận diện OCOP cho sản phẩm. Đối với các chủ thể là chủ sở hữu các nhãn hiệu tập thể hoặc sản xuất các sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý cần tiếp tục lựa chọn và ưu tiên xây dựng các sản phẩm OCOP nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm phát huy giá trị của các thương hiệu đã được nhà nước bảo hộ.

Thứ ba, tăng cường tổ chức, mở rộng các kênh phân phối, tiêu thụ sản phẩm OCOP. Theo đó các chủ thể OCOP cần chủ động hoàn thiện các tiêu chuẩn, hoàn thiện các thủ tục theo yêu cầu để có thể đưa sản phẩm OCOP vào các kênh phân phối phù hợp như hệ thống siêu thị, cửa hàng kinh doanh nông sản thực phẩm an toàn, điểm tư vấn giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, các sàn giao dịch điện tử. Đối với sản phẩm OCOP 3 sao, có thể tập trung vào các kênh phân phối truyền thống, các sản phẩm OCOP 4 sao, 5 sao cần xây dựng kênh phân phối mới, tập trung phát triển kênh xuất khẩu. Đồng thời các chủ thể cũng cần chú trọng việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm, thúc đẩy phát triển thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP, tham gia vào các sàn thương mại điện tử quy mô lớn, các kênh bán hàng trực tuyến (online), bán hàng tương tác trực tiếp (livestream).

#### 4.4.2. Với các cơ quan quản lý nhà nước tỉnh Hưng Yên

Thứ nhất, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, tập huấn, đa dạng hóa các hình thức thông tin,

tuyên truyền về Chương trình OCOP; nêu gương điển hình các tổ chức, cá nhân thực hiện tốt Chương trình OCOP. Thực hiện đào tạo, tập huấn chuyên sâu cho đội ngũ cán bộ cấp tỉnh, huyện để tham gia triển khai thực hiện chương trình OCOP.

Thứ hai, đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ, xây dựng kết cấu hạ tầng phục vụ sản xuất và xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP, hỗ trợ chủ thể tham gia Chương trình OCOP ứng dụng công nghệ mới, tiên tiến hiện đại trong sản xuất, bảo quản, chế biến đối với sản phẩm OCOP.

Thứ ba, chú trọng phát triển vùng nguyên liệu cho sản phẩm OCOP. Quy hoạch loại cây trồng phù hợp với đặc điểm sinh thái của địa phương; chuyển đổi một số cây trồng kém hiệu quả sang trồng các loại cây trồng có lợi thế so sánh và cung cấp nguyên liệu cho sản phẩm OCOP. Từ đó xác định được vùng nguyên liệu, xây dựng mã vùng trồng và thương hiệu vùng trồng cho sản phẩm OCOP.

Thứ tư, tổ chức đánh giá, xếp hạng và công nhận sản phẩm OCOP thường niên theo kế hoạch; thực hiện tốt công tác xây dựng thương hiệu sản phẩm để quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP tăng tính cạnh tranh trên thị trường; tăng cường kết nối cung cầu, hợp tác trong nước và quốc tế nhằm trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm để nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP, góp phần thực hiện hiệu quả Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh. Đồng thời, tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát thực hiện chương trình OCOP ở các địa phương trên địa bàn tỉnh, đánh giá quá trình sản xuất sản phẩm OCOP của các chủ thể; thực hiện rà soát cấp lại chứng nhận OCOP.

Thứ năm, thực hiện tốt công tác quy hoạch, định hướng phát triển sản phẩm chủ lực của địa phương, theo đó tập trung chỉ đạo, đầu tư, hỗ trợ phát triển, nâng hạng sản phẩm OCOP đảm bảo chất lượng, an toàn. Tập trung phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, đẩy mạnh liên kết sản xuất, tiêu thụ theo chuỗi giá trị, sản xuất gắn với phát triển thị trường, nâng cao giá trị gia tăng, mở rộng quy mô sản xuất, phát triển sản phẩm tích cực tham gia Chương trình OCOP.

## 5. Kết luận

Sau hơn ba năm triển khai, chương trình OCOP tỉnh Hưng Yên bước đầu đã đạt được một số kết quả tích cực với 140 sản phẩm của 50 chủ thể được xếp hạng, công nhận. Trong đó công nhận 115 sản phẩm 3 sao, 25 sản phẩm 4 sao, 32 chủ thể là HTX, 08 hộ kinh doanh, 9 doanh nghiệp và 01 cơ sở sản xuất. Các sản phẩm OCOP được đánh giá, xếp hạng đã được nâng cao về chất lượng, mẫu mã, bao bì, đảm bảo điều kiện, quy định về tem, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Các tổ chức tham gia Chương trình OCOP, nhất là HTX từng bước được củng cố, phát triển, nâng cao năng lực đáp ứng yêu cầu của cơ chế thị trường. Đồng thời các chủ thể sản xuất đã mạnh dạn đầu tư phát triển sản phẩm, máy móc, trang thiết bị nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường. Nhiều chủ thể OCOP tích cực, chủ động tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử,... từ đó phát triển thị trường tiêu thụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng cũng như nâng cao uy tín, thương hiệu hiệu sản phẩm.

Tuy nhiên, chương trình OCOP là một chương trình mới triển khai, vì vậy một số địa phương trên địa bàn tỉnh Hưng Yên triển khai chương trình còn lúng túng, tiến độ nhìn chung còn chậm theo kế hoạch đề ra. Thêm vào đó, công tác phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại các sản phẩm OCOP của chủ thể sản xuất chưa được quan tâm đúng mức, thị trường tiêu thụ chưa ổn định. Một số sản phẩm đã được đánh giá, xếp hạng tuy nhiên chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh các sản phẩm chủ lực của tỉnh. Số lượng sản phẩm OCOP nhiều nhưng đa phần chỉ đạt cấp độ 3 sao, mới ở mức trung bình và cũng chỉ tập trung khai thác ở lĩnh vực sản phẩm nông nghiệp.

Để phát triển sản phẩm OCOP trong giai đoạn tới, các chủ thể OCOP cần chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm, hoàn thiện các tiêu chí để tham gia đánh giá nâng hạng sản phẩm, ổn định chất lượng và vùng nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất; tham gia có hiệu quả vào các hoạt động quảng bá và xúc tiến thương mại; tăng

cường tổ chức, mở rộng kênh phân phối sản phẩm OCOP, đặc biệt xây dựng kênh phân phối riêng cho các sản phẩm OCOP 3 sao và OCOP 4 sao, 5 sao; tăng cường hiệu quả bán hàng trực tuyến qua các công cụ mạng xã hội và sàn thương mại điện tử. Các cơ quan quản lý nhà nước tỉnh Hưng Yên cần đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Chương trình và các sản phẩm OCOP; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, hỗ trợ các chủ thể tham gia chương trình OCOP; tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát thực hiện chương trình OCOP; đẩy mạnh liên kết sản xuất, tiêu thụ theo chuỗi giá trị, sản xuất gắn với phát triển thị trường, nâng cao giá trị sản phẩm OCOP địa phương.

## Tài liệu tham khảo

- [1] Introduction Introduction of the OCOP Program, 2020 (accessed on: August 15<sup>th</sup>, 2023) (in Vietnamese).
- [2] Institute of Agriculture Market and Institution Research, Research Report on Successful Experiences in Developing OCOP Product, 2022 (in Vietnamese).
- [3] Government, Decision No 490/QĐ-TTg on Approving One Commune One Product Program in 2018-2020 Period, 2018 (in Vietnamese).
- [4] Hưng Yên Provincial People's Committee, Decision No 525/QĐ-UBND on Approving the Results of Evaluation, and Recognition of OCOP Products in Hưng Yên Province, Phase 2 in 2020, 2021 (in Vietnamese).
- [5] H. V. Nam, Applicability of the OVOP Movement in Rural Tourism Development: The Case of Craft Tourism in Vietnam, *International Journal of Social and Cultural Studies in regional science*, Vol. 2, 2009, pp. 93-112.
- [6] V. Nobel, Mobilities of the One-Product policy from Japan to Thailand: a critical policy study of OVOP and OTOP, *Territory, Politics, Governance*, Vol. 7, No. 4, 2019, pp. 455-473, <https://doi.org/10.1080/21622671.2018.1511463>.
- [7] Ministry of Agriculture and Rural Development, Training Materials on OCOP Program for OCOP's Owners, 2020 (in Vietnamese).
- [8] Government, Decision No 1048/QĐ-TTg on The Set of Criteria for Product Evaluation and

- Classification on the OCOP Program, 2019 (in Vietnamese).
- [9] Government, Decision No 781/QD-TTg on Amending and Supplementing the Decision No 1048/QD-TTg, 2020 (in Vietnamese).
- [10] Hung Yen Provincial People's Committee, Decision No 57/QD-UBND on Approving the Results of Evaluation, and Recognition of OCOP Products in Hung Yen Province in 2019, 2020 (in Vietnamese).
- [11] Hung Yen Provincial People's Committee, Decision No 1668/QD-UBND on Approving the Results of Rvaluation, and Recognition of OCOP Products in Hung Yen Province, Phase 1 in 2020, 2020 (in Vietnamese).