

TCVN 10780-1:2017. Tiêu chuẩn Việt Nam về Vi sinh vật trong chuỗi thực phẩm. Phương pháp phát hiện, định lượng và xác định typ huyết thanh của *Salmonella*. Phần 1: Phương pháp phát hiện *Salmonella* spp. Bộ Khoa học và Công nghệ.

TCVN 11039-7:2015. Tiêu chuẩn Việt Nam về Phụ gia thực phẩm. Phương pháp phân tích vi sinh vật. Phần 7: Phát hiện và định lượng *Staphylococcus aureus* bằng kỹ thuật đếm có xác suất lớn nhất (MPN). Bộ Khoa học và Công nghệ.

TCVN 9778:2013. Tiêu chuẩn Việt Nam về Hướng dẫn áp dụng các nguyên tắc chung về vệ sinh thực phẩm để kiểm soát *Listeria monocytogenes* trong thực phẩm. Bộ Khoa học và Công nghệ.

TCVN 7925:2018 (ISO 17604:2015). Tiêu chuẩn Việt Nam về Vi sinh vật trong chuỗi thực phẩm - Lấy mẫu thân thịt để phân tích vi sinh vật. Ban kỹ thuật tiêu chuẩn Quốc gia, Bộ Khoa học và Công nghệ.

Berends B. R., Van Kanpen F., Snijders J. M. A., Mossel D. A. A., 1997. Identification and quantification of risk factors regarding *Salmonella* spp. on fork carcasses. *International Journal of Food Microbiology*, 36, pp. 199 - 206.

Borch E., Nesbakken T., Christensen H., 1996. Hazard identification in swine slaughter with respect to foodborne. *International Journal of Food Microbiology*, 30, pp. 9 - 25.

Determination of infection ratio by bacteria causing food poisoning in pork in markets of Thai Nguyen city

Dang Thi Mai Lan, La Van Cong, Doan Kieu Hung

Abstract

A total of 120 pork samples from traditional markets in Thai Nguyen city was collected and analyzed for *Salmonella*, *S. aureus*, *Listeria* and total bacteria count (TBC) 100% of isolates had aerobic bacteria; 74.17% of the samples were positive for *S. aureus* (60.67% of the samples did not meet TCVN), the highest contamination intensity was 1.36×10^5 and the lowest intensity of infection was 2.73×10^4 ; 11.66% of the samples were positive for *Salmonella*, the samples did not meet the TCVN; *Listeria* prevalence in tested samples was 8.33%, the concentration ranged from 1.05 to 4.69×10^6 CFU/g, and only 50.00% of samples met the criteria of TCVN. Meat samples collected in the early morning (1 - 2 hours after slaughter) had a low ratio of infection by *Listeria* and *Salmonella* of 1.67%; *S. aureus* was 7.50%. After 4 - 5 hours (about 10 - 11 noon), the ratio of infection increased from 3.33% to 23.33% respectively. By the end of the afternoon, the ratio of *Listeria* infection was 3.33%; *Salmonella* was 5.83% and *S. aureus* infection was 43.33%. In particular, in the summer, the ratio of infection is highest, accounting for 12.12 - 90.91 %.

Keywords: Bacteria, infection ratio, food safety, pork, Thai Nguyen

Ngày nhận bài: 12/8/2020

Ngày phản biện: 01/9/2020

Người phản biện: TS. Đặng Xuân Sinh

Ngày duyệt đăng: 19/9/2020

THỰC TRẠNG MỘT SỐ SẢN PHẨM TIỀM NĂNG THAM GIA ĐÁNH GIÁ PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH CAO BẰNG

Đặng Thị Bích Huệ¹, Bùi Xuân Hồng¹, Đoàn Thị Mai¹

TÓM TẮT

Bài viết trình bày kết quả khảo sát về một số sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Cao Bằng. Đối tượng là các sản phẩm tiềm năng tham gia OCOP. Các thông tin thu thập về sản phẩm được phân tích, đánh giá theo các tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP. Nội dung bài viết đã chỉ ra: (1) Thực trạng chung về sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng, khả năng tiếp thị, chất lượng sản phẩm; (2) Những tồn tại của sản phẩm; (3) Một số đề xuất với sản phẩm. Kết quả khảo sát cũng là căn cứ để đưa ra những giải pháp phù hợp cho phát triển các sản phẩm OCOP tỉnh Cao Bằng trong thời gian tới.

Từ khóa: Sản phẩm, thực trạng, khảo sát, OCOP, Cao Bằng

¹ Khoa Kinh tế và PTNT, Trường Đại học Nông Lâm - Đại học Thái Nguyên

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” bắt nguồn từ ý tưởng của phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” (OVOP) của Nhật Bản. Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” ngày nay đã trở thành một cụm từ mang tính khu vực dùng để chỉ những hoạt động phát triển nông thôn với những nét đặc trưng riêng.

Dựa trên những thành công và sự lan tỏa Phong trào tại Nhật Bản, Thái Lan và các nước khác trên thế giới, ngay từ cuối những năm 1990, một số nhà khoa học, nhà quản lý ngành ở Việt Nam đã tìm hiểu và vận dụng OCOP, đặc biệt là trong ngành nông nghiệp. Điển hình là Đề án “Mỗi làng một nghề” với điểm nhấn là các làng nghề ở Việt Nam. Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Quảng Ninh đã được khởi xướng và chính thức triển khai từ năm 2013. Từ thành công của mô hình này, các địa phương khác trên cả nước đã học hỏi kinh nghiệm trong việc phát huy thế mạnh của sản phẩm truyền thống đặc trưng của địa phương trên cơ sở chuyển đổi các nhóm hộ kinh doanh, cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, tự phát sang hình thức liên kết tập thể, sản xuất tập trung vào sản phẩm có lợi thế của địa phương.

Nhằm xây dựng hành lang pháp lý cho chương trình OCOP, Chính phủ đang từng bước ban hành nhiều chính sách liên quan đến chương trình OCOP như: Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018 - 2020; Quyết định số 01/QĐ-BCĐTW của Ban chỉ đạo Trung ương các chương trình MTQG giai đoạn 2016 - 2020 ngày 22 tháng 8 năm 2018 về Ban hành Kế hoạch triển khai chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018 - 2020.

Các Bộ có liên quan như Bộ Nông nghiệp và PTNT; Bộ Tài chính, Bộ Công thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng đã có các văn bản hướng dẫn triển khai thực hiện chương trình OCOP như: Quyết định số 920/QĐ-BCT của Bộ Công thương ngày 16 tháng 04 năm 2019 về “Quyết định tiêu chí điểm giới thiệu và bán sản phẩm thuộc Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2019 - 2020”; Quyết định số 5053/BN-VPĐP của Bộ Nông nghiệp và PTNT ngày 04 tháng 07 năm 2018 “Về việc góp ý Kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2018 - 2020”; Quyết định số 08/2019/TT-BTC của Bộ Tài chính ngày 30/01/2019 về việc “Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12/5/2017 của Bộ Tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020”.

Ngoài ra, ngày 21 tháng 08 năm 2019, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1048/QĐ-TTg về “Quyết định về việc ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm” là căn cứ để đánh giá, phân hạng các sản phẩm tham gia chương trình OCOP.

Cao Bằng là một trong những tỉnh miền núi phía Bắc có kế hoạch xây dựng đề án “Mỗi xã một sản phẩm” khá sớm sau khi có quyết định 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt chương trình “Mỗi xã một sản phẩm”. Cao Bằng đã đưa ra kế hoạch số 3043/KH-UBND ngày 26/09/2018 của UBND tỉnh Cao Bằng về việc xây dựng Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019-2020 và định hướng đến 2030. Tiếp đó tỉnh Cao Bằng đã ra Quyết định số 655/QĐ-UBND ngày 22/05/2019 của UBND tỉnh Cao Bằng phê duyệt đề cương Đề án Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Các chủ thể và các sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá và phân hạng OCOP năm 2019 - 2020 trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Mẫu nghiên cứu

Gồm các sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá và phân hạng OCOP năm 2019 - 2020 của tỉnh Cao Bằng: Rượu ngô men lá ông Thịnh, Thịt lợn đen tươi, Rượu ngô Cải Viên - Rượu ngô Cải Viên Hạ Thổ, Miến dong Phia Đén, Chanh Leo tươi, Tinh dầu Sả JaVa, Miến dong Nguyên Bình.

2.2.2. Phương pháp thu thập số liệu

Trong phạm vi khảo sát này, phương pháp thu thập thông tin để có được số liệu như sau:

- Thông tin chung về tình hình triển khai chương trình OCOP trên địa bàn các huyện, tỉnh Cao Bằng.

- Thông tin về các sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá và phân hạng OCOP: Thu thập bằng cách khảo sát trực tiếp các sản phẩm tại các cơ sở sản xuất và đánh giá phân hạng các sản phẩm dựa trên các nội dung như sau: vùng nguyên liệu sản xuất, giá trị gia tăng của sản phẩm, quy mô sản xuất của các hộ cá thể hay hợp tác xã, sự liên kết chuỗi trong sản xuất, bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất, năng lượng - công nghệ được sử dụng trong quá trình sản xuất, nguồn gốc ý tưởng sản phẩm... Ngoài ra còn đánh giá sản phẩm dựa trên hồ sơ sản phẩm và các giấy tờ chứng nhận, kiểm định chất lượng sản phẩm.

2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin số liệu

Thông tin khảo sát được tổng hợp và phân tích theo các nhóm tiêu chí: Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng; Khả năng tiếp thị; Chất lượng sản phẩm để đánh giá thực trạng của các sản phẩm OCOP.

Theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg, bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP gồm 03 phần:

- Phần A: Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (35 điểm), gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; sức mạnh cộng đồng.

- Phần B: Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm), gồm: Tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm.

- Phần C: Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (40 điểm), gồm: 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.

Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP căn cứ vào kết quả đánh giá sản phẩm theo Bộ Tiêu chí. Tổng điểm đánh giá cho mỗi sản phẩm tối đa là 100 điểm và được phân thành 05 hạng. Sản phẩm có tổng điểm trung bình dưới 30 điểm là 1 sao; từ 30 - 49 điểm là 2 sao; từ 50 - 69 điểm là 3 sao; từ 70 - 89 điểm là 4 sao và từ 90 - 100 là 5 sao.

Bảng 1. Danh sách các sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá và phân hạng OCOP của tỉnh Cao Bằng

TT	Nhãn hiệu	Tên chủ thể sản xuất	Địa chỉ chủ thể sản xuất
1	Rượu ngô men lá ông Thịnh	Hộ gia đình	Huyện Hòa Quảng, tỉnh Cao Bằng
2	Thịt lợn đen tươi	HTX Thắng Lợi	Huyện Hòa Quảng, tỉnh Cao Bằng
3	Rượu ngô Cải Viên – Rượu ngô Cải Viên Hạ Thổ	HTX Cải Viên	Huyện Hà Quảng, tỉnh Cao Bằng
4	Miến dong Phia Đén	HTX Nông Sản Việt Á	Huyện Nguyên Bình, tỉnh Cao Bằng
5	Chanh Leo tươi	HTX Tân An	Huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng
6	Tinh dầu Sả JAVA	Công ty TNHH Trường Thọ	Thành phố Cao Bằng, tỉnh Cao Bằng
7	Miến dong Nguyên Bình	Công ty TNHH Trường Thọ	Thành phố Cao Bằng, tỉnh Cao Bằng

(Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, năm 2019)

2.3. Thời gian và địa điểm nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện từ tháng 11/2019 đến tháng 12/2019 tại tỉnh Cao Bằng.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Tại Việt Nam, tất cả các sản phẩm khi tham gia đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP tại các tỉnh nói chung và tại tỉnh Cao Bằng nói riêng đều dựa theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc Ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm.

3.1. Thực trạng chung của các sản phẩm tiềm năng

3.1.1. Nhóm tiêu chí: Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng

Sản phẩm và sức mạnh 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 đánh giá cho thấy, các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng còn nhiều tồn tại nên khi chấm điểm sẽ gặp nhiều 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%. Qua nghiên cứu, tất cả sản phẩm OCOP dự kiến của huyện Quang Bình đều sử dụng nguồn nguyên liệu địa phương. Tuy nhiên, tất cả chủ thể sản xuất đều chưa có hồ sơ để chứng minh nguồn gốc nguyên liệu rõ ràng nên các sản phẩm đều chưa đáp ứng tiêu chí này.

b) Gia tăng giá trị

Mục tiêu của sản phẩm OCOP là gia tăng giá trị cho cộng đồng địa phương. Vì vậy việc hoàn thiện sản phẩm và/hoặc 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 có 5/7 sản phẩm như: Rượu ngô men lá ông Thịnh, Miến dong Phia Đén, tinh dầu sả JAVA, rượu ngô Cải Viên, miến dong Nguyên Bình là có chế biến sâu tương đối ổn hầu hết các sản phẩm đều có bao bì nhãn mác, logo, mã vạch, tem QR, các thông tin trên bao bì tương đối đầy đủ có tiềm năng gia tăng giá trị cao.

Bên cạnh đó, sản phẩm “Thịt lợn tươi” mặc dù có bao bì, có nhãn mác nhưng mới dừng lại ở chỗ là sản phẩm được đóng gói và chưa có chế biến sâu. Sản phẩm “Chanh Leo tươi” thì chưa có bao bì hay

nhân mác, chưa có chế biến sâu và giới mới đang nghĩ ra phương pháp và ý tưởng đóng gói... Để phát triển thành sản phẩm OCOP, việc gia tăng giá trị cho mỗi sản phẩm là nội dung quan trọng cần thực hiện.

c) Năng lực sản xuất để phân phối

Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu số lượng/quy mô thị trường là tiêu chí quan trọng để đánh giá một sản phẩm OCOP có tiềm năng hay không. Nhìn chung, chủ thể các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng có năng lực, quy mô sản xuất ở mức độ trung bình và nhỏ. Quy mô sản xuất phụ thuộc nhiều vào thời điểm, thời gian và nguyên liệu rất nhiều. Ví dụ rượu Ngô men lá Ông Thịnh, rượu Ngô Cải Viên, Miến dong Phia Đén, Miến Dong Nguyên Bình sản xuất không thường xuyên liên tục. Sản xuất rượu thì phụ thuộc vào các vụ mùa của Ngô, sản xuất Miến Dong thì phụ thuộc và mùa vụ cụ thể của vụ đông và khí hậu để phơi Miến Dong. Thịt lợn đen tươi thì hiện tại đang gặp khó khăn trong việc cung cấp nguyên liệu vì chịu ảnh hưởng của bệnh dịch...

d) Liên kết chuỗi trong sản xuất

Liên kết chặt chẽ trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm là một tiêu chí để đánh giá sản phẩm OCOP. Hiện nay, sự liên kết chuỗi trong các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng rất thấp. Hầu hết các sản phẩm đều có nguồn cung cấp nguyên liệu thuộc địa phương, trong tỉnh nhưng chưa có một chủ thể nào chứng minh được nguồn gốc nguyên liệu của nó thông qua các hợp đồng đầu vào. Đối với hợp đồng đầu ra cho các sản phẩm, hiện tại có bán ở các thị trường trong và ngoài tỉnh nhưng hầu như cũng chưa có nhà phân phối, một số có nhà phân phối nhưng chưa chứng minh được bằng hợp đồng đầu ra. Mặc dù mức độ liên kết chuỗi trong sản xuất các sản phẩm khác nhau nhưng hiện nay tất cả các sản phẩm đều chưa có minh chứng rõ ràng cho sự liên kết và liên kết con lồng lẻo. Đây là nội dung khó khăn khi tham gia đánh giá sản phẩm OCOP.

e) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất

Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất là tiêu chí bắt buộc đối với sản phẩm OCOP. Đối với các chủ thể sản xuất, cần chứng minh được họ có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất. Kết quả điều tra cho thấy, chủ thể sản xuất các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng đã quan tâm đến bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất nhưng đều chưa có đánh giá tác động môi trường, chưa có kế hoạch bảo vệ môi trường theo quy định hiện hành chỉ duy nhất có một cơ sở đáp ứng được là Miến Dong Phia Đén.

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

Đối với các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng, đa phần đều sử dụng điện và củi trong sản xuất, chế biến. Tuy nhiên trong nhiều công đoạn vẫn chưa đảm bảo tốt vấn đề môi trường. Ví dụ: Các sản phẩm chế biến từ thịt lợn, các loại máy móc sơ chế, chế biến đều sử dụng điện. Nhưng nước thải và phân thải trong quá trình giết mổ, rửa và sơ chế chưa được quan tâm xử lý. Hay các sản phẩm chè rượu đun bằng củi. Bên cạnh đó các sản phẩm miến trong sản xuất vẫn dùng phơi miến ngoài trời không có gì để bao phủ tránh bụi.

h) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm

Sản phẩm OCOP khuyến khích phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thể mạnh của địa phương. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng đều xuất phát từ những sản phẩm có thể mạnh của địa phương. Tuy nhiên các chủ thể sản xuất hầu như chưa có hồ sơ, minh chứng về nguồn gốc ý tưởng sản phẩm phục vụ đánh giá sản phẩm OCOP.

i) Tính hoàn thiện, phong cách của bao bì

Trong số các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng thì tất cả các sản phẩm đã có bao bì hoàn chỉnh và khá là đầy đủ các thông tin trên bao bì. Thiết kế bao bì khá tốt nhất là sản phẩm: Miến dong Phia Đén, rượu ngô men lá Ông Thịnh, tinh dầu sả JAVA, rượu ngô Cải Viên. Sản phẩm Chanh leo tươi thì chưa có bao bì nhân mác nên cần hoàn thiện và thiết kế. Miến dong Nguyên Bình mặc dù có bao bì đóng gói nhưng đơn giản và chỉ có một tờ giấy dán lên bao bì với đầy đủ các thông tin. Hay thịt lợn tươi mặc dù có bao bì nhân mác nhưng chưa có phong cách đặc trưng của bao bì với sản phẩm đặc trưng.

k) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh

Các chủ thể sản xuất của sản phẩm đều đã có đăng ký sản xuất kinh doanh. Có 04 HTX là HTX Thắng lợi, HTX Cải Viên, HTX Nông sản Việt Á và HTX Tân An. Có 01 công ty TNHH là công ty TNHH Trường Thọ và có 01 hộ gia đình sản xuất là rượu ngô men lá ông Thịnh.

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

Khi đánh giá sản phẩm OCOP, đối với chủ thể sản xuất là HTX hay công ty TNHH đòi hỏi phải có sự tham gia của người trong tỉnh, người địa phương trong quản lý điều hành. Đối với chủ thể sản xuất hộ gia đình thì chủ hộ phải là người trong tỉnh. Thực tế cho thấy, chủ thể sản xuất các sản phẩm OCOP dự

kiến của tỉnh Cao Bằng đều đạt tiêu chí này, năng lực kết nối huy lực nguồn nhân lực địa phương hay liên kết với các hộ gia đình địa phương tương đối tốt.

m) Sử dụng lao động địa phương

Theo tiêu chí đánh giá, chủ thể sản phẩm OCOP phải sử dụng 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 nghiên cứu cho thấy, chủ thể sản xuất đều sử dụng xã viên của HTX hoặc thuê người dân địa phương để sản xuất, chủ cơ sở sản xuất là gia đình cũng dùng công nhân đều là người địa phương. Còn công ty TNHH Trường Thọ có sử dụng hầu hết là lao động địa phương nhưng trong đó có một lao động là ngoài tỉnh. Tuy nhiên, ngoài công ty TNHH Trường Thọ là có chứng minh bằng hợp đồng lao động còn lại tất cả các chủ thể sản xuất đều không có minh chứng cho việc sử dụng lao động địa phương như: Hợp đồng lao động, bảo hiểm, bảng kê chi lương... Do đó, để chấm điểm sản phẩm OCOP, các chủ thể cần hoàn thiện hệ thống minh chứng

n) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh

Để chấm điểm sản phẩm OCOP, hoạt động sản xuất kinh doanh phải có tăng trưởng tối thiểu 10% về doanh thu so với năm trước liền kề. Kết quả đánh giá sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng cho thấy 100% chủ thể sản xuất đều không có minh chứng chứng minh cho sự tăng trưởng này, và không có thông tin rõ ràng về sự tăng trưởng.

o) Kế toán

Khi đánh giá sản phẩm OCOP, chủ thể cần có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Công ty TNHH Trường Thọ, HTX Nông sản Việt Á, HTX Thắng lợi, HTX Tân An đều có bộ phận kế toán và kế toán riêng đều có trình độ từ cao đẳng. Chỉ có duy nhất 2 chủ cơ sở là HTX Cải Viên và rượu ngô men lá ông Thịnh là không có kế toán.

3.1.2. Nhóm tiêu chí về khả năng tiếp thị

a) Khu vực phân phối chính

Khu vực phân phối là chỉ tiêu quan trọng, kết quả nghiên cứu cho thấy: Sản phẩm khác nhau thì sự đa dạng về khu vực phân phối cũng khác nhau. Các sản phẩm chủ yếu được phân phối trong tỉnh là chính, một số sản phẩm được bán và phân phối ngoài tỉnh như Hà Nội, Lào Cai, Hồ Chí Minh...nhưng hầu như đều chưa có hợp đồng phân phối hay hợp đồng đầu ra. Để đảm bảo nâng cao điểm dự thi OCOP các cơ sở nên có những hợp đồng minh chứng về đầu ra của sản phẩm.

b) Tổ chức phân phối

Hoạt động tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm. Một số cơ sở đã có bộ phận kinh doanh và người chịu trách nhiệm phân phối riêng như công ty TNHH Trường Thọ, HTX Nông sản Việt Á, HTX Thắng lợi, HTX Tân An. Ngoài ra HTX Cải Viên và chủ cơ sở sản xuất rượu ngô men lá ông Thịnh thì chưa có bộ phận và người phụ trách mảng này.

Tại thời điểm khảo sát thì hồ sơ minh chứng về hoạt động tổ chức phân phối của tất cả sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh đều không có.

c) Quảng bá sản phẩm

Kết quả đánh giá cho thấy hoạt động quảng bá sản phẩm của các chủ thể nếu chủ thể nào đã có website thì có các hình thức quảng cáo khá tốt, vừa quảng cáo qua website, facebook, zalo và các kênh khác. Còn lại các chủ thể chưa có website quảng cáo rất đơn giản và chưa hiệu quả. Hoạt động xúc tiến thương mại của chủ thể chỉ dừng lại ở việc tham gia một số hội chợ trên địa bàn tỉnh, huyện nhưng chưa mang lại hiệu quả.

d) Câu chuyện sản phẩm

Tiêu chí câu chuyện sản phẩm chiếm 10/100 tổng điểm đánh giá sản phẩm OCOP nhưng hiện nay tất cả sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh đều chưa xây dựng được câu chuyện sản phẩm, chỉ có duy nhất sản phẩm rượu ngô men lá ông Thịnh là có câu chuyện sản phẩm nhưng chưa được chuẩn hóa.

3.1.3. Nhóm tiêu chí chất lượng sản phẩm

a) Chỉ tiêu cảm quan

Chỉ tiêu cảm quan được đánh giá bởi các tiêu chí như: Tạp chất lạ; Hình dạng, thể chất; Màu sắc; Mùi; Vị; Kết cấu/cách sắp đặt, chỉ tiêu cảm quan chiếm 20/100 tổng số điểm đánh giá sản phẩm OCOP. Kết quả nghiên cứu cho thấy, một số sản phẩm có chỉ tiêu cảm quan ở mức tốt như tinh dầu sả JAVA của công ty TNHH Trường Thọ. Miến dong Phia Đén của HTX Nông sản Việt Á. Rượu ngô men lá ông Thịnh. Một số sản phẩm ở mức trung bình như rượu ngô Cải Viên của HTX Cải Viên, miến dong Nguyên Bình của công ty TNHH Trường Thọ. Thịt heo tươi của HTX Thắng Lợi. Còn sản phẩm chanh leo tươi của HTX Tân An là kém vì chưa có bao bì nhãn mác.

b) Tính độc đáo của sản phẩm

Các sản phẩm OCOP dự kiến của tỉnh Cao Bằng đều là những sản phẩm đặc trưng của địa phương, tuy nhiên ngoài các sản phẩm như tinh dầu sả JAVA, miến dong Phia Đén, rượu ngô men lá ông Thịnh là còn mang chút bản sắc văn hóa địa phương ra thì các sản phẩm này chưa có tính độc đáo, chưa có sự

khác biệt với những sản phẩm cùng chủng loại của địa phương khác.

c) 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 chỉ có các sản phẩm gồm: Miến đen Phia Đén và rượu ngô men lá ông Thịnh đã kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP. Những sản phẩm còn lại chưa kiểm nghiệm chỉ tiêu ATTP và chưa có hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm.

d) Đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm

Đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm là chỉ tiêu cần khắc phục ngay nếu các sản phẩm tham gia đánh giá sản phẩm OCOP. Kết quả nghiên cứu cho thấy

tất cả sản phẩm OCOP dự kiến của huyện Quang Bình đều chưa có hệ thống hồ sơ, minh chứng về chỉ tiêu này. Quan sát trong quá trình chế biến, hầu hết các sản phẩm đều có nguy cơ gây mất ATTP.

e) 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 OCOP dự kiến của tỉnh đang ở quy mô sản xuất nhỏ, chất lượng chưa cao, chưa có sản phẩm nào đạt các tiêu chuẩn quốc tế nên cơ hội xuất khẩu là rất thấp.

Tổng hợp kết quả đánh giá của 7 hồ sơ sản phẩm phân theo 3 nhóm tiêu chí được thể hiện qua bảng 2.

Bảng 2. Kết quả đánh giá của 7 hồ sơ sản phẩm theo tiêu chí OCOP

TT	Nhãn hiệu	Tiêu chí			Tổng điểm
		<i>Tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng</i>	<i>Tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị</i>	<i>Tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm</i>	
1	Rượu ngô men lá ông Thịnh	15	6	13	33
2	Thịt lợn đen tươi	25	2	20	47
3	Rượu ngô Cải Viên - Rượu ngô Cải Viên Hạ Thổ	17	1	17	35
4	Miến dong Phia Đén	15	4	23	42
5	Chanh Leo tươi	15	4	15	34
6	Tinh dầu Sả JAVA	13	4	15	32
7	Miến dong Nguyên Bình	14	4	14	32

(Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, năm 2019).

Các sản phẩm tiềm năng tham gia đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP tỉnh Cao Bằng được xem xét, đánh giá dựa trên các nhóm tiêu chí theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg cho thấy các sản phẩm đang có điểm tương đương 2 sao.

3.2. Những tồn tại của sản phẩm

Qua khảo sát cho thấy người dân địa phương nơi đây sản xuất bắt nguồn từ các phương thức truyền thống không có sự liên kết chuỗi giữa nhà cung cấp và nhà phân phối sản phẩm, chủ yếu mua bán dựa trên sự tin tưởng giữa các hộ dân. Sản phẩm chủ yếu là bán lẻ chưa có đại lý chính thức phân phối sản phẩm. Do các hộ kinh doanh cá thể chưa có đầy đủ kinh nghiệm và quy trình quản lý vì vậy đa phần các hộ để sản xuất chưa quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường. Năng lực của các hộ chủ yếu sản xuất ở quy mô nhỏ lẻ, mẫu mã sản phẩm đơn giản chưa đặc sắc. Trong các hộ sản xuất hiện tại có HTX về chanh leo

tươi do mới thành lập HTX nên chưa có mẫu mã sản phẩm và chưa có hồ sơ giấy tờ về kiểm định chất lượng sản phẩm. Hiện tại sản phẩm mới bán cho các thương lái tại Tuyên Quang và công ty NatiFood nhưng không có hợp đồng mua bán. Chính vì liên kết chuỗi còn lỏng lẻo dẫn đến điểm trong tiêu chí về khả năng tiếp thị thấp, kéo theo toàn bộ sản phẩm tiềm năng được đánh giá của tỉnh Cao Bằng có tổng điểm chưa cao.

3.3. Một số đề xuất với sản phẩm

Các sản phẩm đang có điểm tương đương 2 sao. Các sản phẩm đều cần được hoàn thiện và hỗ trợ tiêu chuẩn hóa. Việc hỗ trợ sản phẩm của Huyện để đi thi OCOP cấp tỉnh nên ưu tiên như sau:

- Tăng cường sự liên kết trong cung cấp nguyên liệu đầu vào. Có hợp đồng chặt chẽ với các đơn vị bao tiêu đầu ra để tạo ra các liên kết chuỗi chặt chẽ.

- Tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, thiết kế nhãn mác, bao bì dán tem truy xuất nguồn gốc, chỉ dẫn địa lý,... để tăng giá trị cho sản phẩm.

- Tăng cường công tác quảng bá bằng cách đa dạng hoá các hình thức, hoạt động và phương tiện quảng bá để mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Cần xây dựng câu chuyện sản phẩm riêng gắn với bản sắc của địa phương và những khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm cùng loại.

- Có 6/7 chủ thể sản xuất sản phẩm có sự tham gia của cộng đồng là HTX và Công ty TNHH và 1 chủ thể là hộ sản xuất. Nguồn lao động chính vẫn là lao động địa phương, tuy nhiên nếu kết hợp các nguồn lao động hay liên kết các hộ sản xuất mà có hộ nghèo thì càng tốt.

IV. KẾT LUẬN

Các sản phẩm hiện có của tỉnh Cao Bằng qua đợt khảo sát này là những sản phẩm có tiềm năng, có những nét đặc trưng của vùng miền. Một số sản phẩm chế biến sâu và có tiềm năng về gia tăng kinh tế. Một số sản phẩm đã và đang trong quá trình xúc tiến thương mại rất tốt, nhưng một số thì đang còn sử dụng những mô hình quảng cáo khá đơn giản như truyền miệng, đưa sản phẩm đến các nơi để bán hàng để giới thiệu. Các sản phẩm đều nói lên đặc trưng của vùng miền tuy nhiên câu chuyện về sản phẩm đó thì chưa được phát huy và chuẩn hóa. Các sản phẩm có quy mô sản xuất đủ lớn và có cơ hội trở thành thương hiệu của tỉnh Cao Bằng. Tuy nhiên, tất cả các sản phẩm cần được hoàn thiện và phát triển hơn.

LỜI CẢM ƠN

Khảo sát thuộc chương trình Đánh giá hiện trạng, đưa ra các giải pháp chuẩn hóa các sản phẩm OCOP trong các sản phẩm để cử OCOP và các sản phẩm có tiềm năng tham gia đánh giá phân hạng

sản phẩm OCOP cấp tỉnh, tỉnh Cao Bằng năm 2020. Nhóm tác giả chân thành cảm ơn Văn phòng điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới tỉnh Cao Bằng đã tài trợ và hợp tác thực hiện khảo sát này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ban Chỉ đạo Trung ương, 2018. Quyết định số 01/QĐ-BCĐTW ngày 22/08/2018 về Kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020.

Bộ Công thương, 2019. Quyết định số 920/QĐ-BCT, ngày 16/04/2019 về việc Tiêu chí điểm giới thiệu và bán sản phẩm thuộc Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2019 - 2020.

Bộ Nông nghiệp và PTNT, 2018. Số 5053/BNN-VPĐP, ngày 04/07/2018 về việc Góp ý Kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2018 - 2020.

Bộ Tài chính, 2019. Số 08/2019/TT-BTC, ngày 30/01/2019, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12/5/2017 của Bộ Tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020.

Thủ tướng Chính phủ, 2019. Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/08/2019 về việc Ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm.

UBND tỉnh Cao Bằng, 2018. Kế hoạch số 3043/KH-UBND ngày 26/09/2018 về việc Xây dựng Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019 - 2020 và định hướng đến 2030.

UBND tỉnh Cao Bằng, 2019. Quyết định số 655/QĐ-UBND ngày 22/05/2019 về việc Phê duyệt đề cương Đề án Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng.

Situation of some potential products for participation in the classification of OCOP products in Cao Bang province

Dang Thi Bich Hue, Bui Xuan Hong, Doan Thi Mai

Abstract

The article presents the results of the survey on a number of potential products participating in the evaluation of OCOP product classification in Cao Bang province. The information collected about the product was analyzed and evaluated according to the OCOP product classification criteria. The content of the article indicated: (1) General situation about products and the strength of the community, marketing ability, product quality; (2) The limitation of the product; (3) Some suggestions with the product. The survey results are also the basis to offer appropriate solutions for the development of OCOP products in Cao Bang province in the future.

Keywords: Products, situation, survey, OCOP, Cao Bang province

Ngày nhận bài: 06/8/2020

Ngày phản biện: 07/9/2020

Người phản biện: PGS. TS. Phạm Hải Vũ

Ngày duyệt đăng: 14/10/2020