Một góc cánh đồng Mường Than, huyện Than Uyên, tỉnh Lai Châu. Nguồn: tuoitre.vn.

LAI CHÂU: ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG LIÊN KẾT SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ SẢN PHẨM OCOP*

Phí Thị Diễm Hồng[1], Phan Lê Trang[1], Nguyễn Đăng Học[1], Nguyễn Thị Hải Bình[1], Hoàng Thị Mai Anh[1], Nguyễn Hồng Hạnh[2], Trịnh Thu Hải[3]

[1]Học viện Nông nghiệp Việt Nam
[2]Công ty TNHH MTV Dũng Long
[3]Cục Sở hữu Trí tuệ

Liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP là nội dung trọng tâm để thực hiện thành công chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn trên phạm vi cả nước nói chung và tại tỉnh Lai Châu nói riêng. Do đó, việc đổi mới sáng tạo trong liên kết để thu hút doanh nghiệp tham gia sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP luôn được tỉnh Lai Châu quan tâm. Với sự liên kết của doanh nghiệp, đặc sản gạo Séng Cù của Lai Châu không chỉ góp phần ổn định sản xuất cho nông dân mà còn tạo được kênh tiêu thụ và mang được "dấu ấn" sản phẩm OCOP của Lai Châu tới nhiều địa bàn trong và ngoài tỉnh.

Mở đầu

Những năm qua, Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) đã góp phần đưa nông sản đặc trưng vùng miền tới người tiêu dùng trên cả nước. Tại Lai Châu, Chương trình còn từng bước góp phần tạo dựng và khẳng định thương hiệu sản phẩm địa phương với sự hàm chứa giá trị văn hóa và nhân văn của con người nơi đây. Tính đến ngày 30/8/2024, toàn tỉnh Lai Châu có 215 sản phẩm OCOP được chứng nhận đạt hạng 3-4 sao của 89 chủ thể (trong đó có 13 sản phẩm 4 sao), 12 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trong và ngoài tỉnh. Định hướng của tỉnh trong thời gian tới là nâng cao chất lượng, ứng dụng khoa học và công nghệ để ổn định lại các sản phẩm, nâng cao chất lượng về quy trình sản xuất, mẫu mã bao bì, kết nối thị trường tiêu thụ.

Các sản phẩm OCOP Lai Châu sau khi được chứng nhận tiếp tục duy trì sản lượng, chất lượng

*Bài báo là sản phẩm của đề tài cấp tỉnh "Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm duy trì và nâng cao giá trị các sản phẩm OCOP của tỉnh Lai Châu theo chuỗi liên kết".

sản phẩm; nhiều cơ sở đã đầu tư nâng cấp mở rộng quy mô sản xuất, đa dạng mẫu mã bao bì phù hợp với quy định và thị hiếu của thị trường. Để có được kết quả trên là sự kết hợp nỗ lực của các bên liên quan, nhất là sự định hướng của tỉnh thông qua chủ trương phát triển các sản phẩm đặc sản, đặc hữu của địa phương. Cùng với đó là sự nỗ lực, cố gắng, đổi mới tư duy sản xuất của các chủ thể...

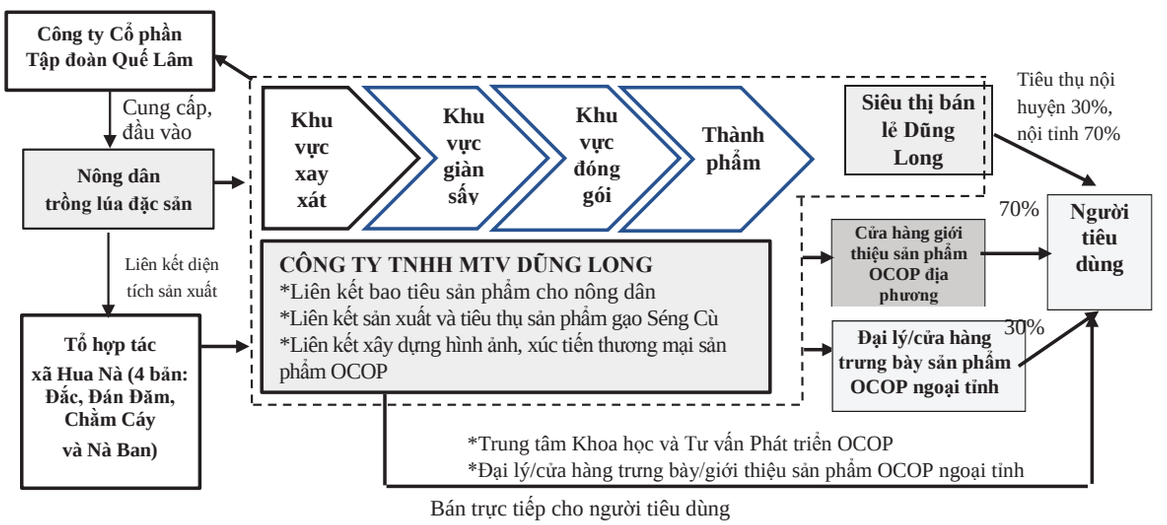
Trong đó, Than Uyên nổi lên như một "điểm sáng". Với sự liên kết của doanh nghiệp (Công ty TNHH MTV Dũng Long), quy mô sản xuất tập trung nơi đây không chỉ ổn định mà thương hiệu sản phẩm OCOP Lai Châu (tiêu biểu là sản phẩm OCOP gạo Séng Cù) còn ngày càng mở rộng tới người tiêu dùng trên cả nước. Sau hơn 2 năm thực hiện hợp tác, đến nay doanh nghiệp đã hình thành thêm một số kênh tiêu thụ triển vọng và đang dần phát triển để đưa nhiều sản phẩm OCOP khác của Lai Châu đến tay người tiêu dùng.

Đổi mới sáng tạo trong liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP

Xác định như một "chủ chuỗi" trong chuỗi liên kết từ sản xuất đến tiêu dùng sản phẩm OCOP gạo Séng Cù của huyện Than Uyên, doanh nghiệp đã xây dựng chuỗi theo cơ chế: doanh nghiệp cung cấp cho các hộ sản xuất trả chậm giống, vật tư đầu vào (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật…) và thu mua toàn bộ sản phẩm đầu ra với mức cao hơn 1-2 giá so với thị trường. Ngoài ra, để có được những sản phẩm OCOP chất lượng, được nhiều người biết đến, doanh nghiệp thường xuyên hướng dẫn cho bà con nông dân từ cách ủ giống đến chăm sóc, phòng trừ sâu bệnh và thu hoạch, hoặc bảo quản lúa sau khi thu hoạch nếu gặp thời tiết bất lợi. Đồng thời, thực hiện nghiêm ngặt việc sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật. Để duy trì chuỗi liên kết trong dài hạn, doanh nghiệp cũng đầu tư dây chuyền xay xát, giàn sấy, hệ thống nhà xưởng và trang web để đưa các sản phẩm lên các sàn giao dịch điện tử.

Đến nay, Công ty đang thực hiện liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm gạo Séng Cù với 128 hộ nông dân thuộc 4 bản trên địa bàn xã Hua Nà với diện tích 66 ha, trong 3 năm (2024-2026).

Thông qua hệ thống các cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP địa phương, đại lý bán lẻ trên địa bàn tỉnh và hệ thống siêu thị hiện có của doanh nghiệp, lượng khách hàng tiêu thụ chính hiện nay ở ngoài huyện chiếm 40%. Tại các cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP, đại lý bán lẻ ngoại tỉnh hay Trung tâm Khoa học và Tư vấn Phát triển OCOP tại Hà Nội, sản lượng tiêu thụ hiện nay của doanh nghiệp đạt khoảng 30%. Mặc dù các kênh tiêu thụ hiện chưa đạt kỳ vọng như mục tiêu đặt ra ban đầu, nhưng doanh nghiệp đã và đang làm tốt vai trò "chủ chuỗi" để tạo ra kênh tiêu thụ ổn định, bền vững hơn cho các chủ thể OCOP. Đặc biệt, các hoạt động liên kết của doanh nghiệp đã góp phần nâng cao giá trị, thương hiệu sản phẩm OCOP của Lai Châu sang các địa bàn trong và ngoài tỉnh.



Mô hình liên kết chuỗi giá trị sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP gạo Séng Cù của Công ty TNHH MTV Dũng Long.

Sản phẩm gạo Séng Cù được giới thiệu tại Trung tâm VNUA-MARKET của Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

Để đạt được những kết quả nêu trên, doanh nghiệp đã có những cách làm sáng tạo mà các đơn vị khác có thể tham khảo như sau:

Tạo liên kết "chặt" giữa yếu tố đầu vào (kỹ thuật sản xuất) và yếu tố đầu ra (đa dạng kênh tiêu thụ): Điểm mới trong liên kết của doanh nghiệp là tại từng khâu từ sản xuất - sơ chế, chế biến - tiêu thụ, doanh nghiệp luôn đóng vai trò điều phối "chủ động" để hợp tác, phối hợp với các bên. Trong đó, ở khâu sản xuất có sự liên kết với doanh nghiệp khác để đảm bảo nguồn vật tư đầu vào, có cán bộ hướng dẫn kỹ thuật thường xuyên cho người dân. Ở khâu sơ chế, doanh nghiệp đầu tư máy móc hiện đại thực hiện sản xuất hàng loạt khi có nhu cầu. Ở khâu tiêu thụ, doanh nghiệp chủ động phát triển mạng lưới tiêu thụ trong và ngoài tỉnh.

Liên kết theo cộng đồng và tạo sự đa dạng sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng: Nhận thấy xu hướng tiêu dùng của người dân về sản phẩm OCOP không chỉ đơn lẻ về một mặt hàng mà đa dạng nhiều sản phẩm khác nhau, trong đó sự "tiện lợi" trong khâu mua hàng (một lần mua được nhiều hàng) đang được khách hàng "ưu tiên". Vì vậy, để bán được các sản phẩm của mình, doanh nghiệp đã chủ động liên kết với nhiều chủ thể OCOP khác trong và ngoài huyện để cùng nhau đi hội chợ, cùng nhau giới thiệu mặt hàng của địa phương mình để tạo sự "cộng hưởng" trong tiêu thụ sản phẩm. Chính điều này đã làm cho tính "bền vững" của mô hình liên kết được nhiều hơn, đồng thời liên kết chuỗi đạt hiệu quả cho nhiều sản phẩm OCOP của tỉnh.

Liên kết 4 bên: Nông dân - Doanh nghiệp - Đối tác - Nhà khoa học: Đây là một điểm mới mà nhiều liên kết trước đây chưa có hoặc đã có nhưng chưa được hiệu quả. Thông qua việc chủ động tham gia cả các diễn đàn hội thảo khoa học, hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học, doanh nghiệp đã hình thành được các điểm trưng bày và giới thiệu sản phẩm tại các triển lãm khoa học hay các gian hàng giới thiệu sản phẩm của cơ sở đào tạo… Với hình thức này, doanh nghiệp đã tiếp cận đến các đối tượng khách hàng mới không chỉ là người tiêu dùng thông thường, mà cả những người có kiến thức về OCOP, có khả năng lan toả tới nhiều người tiêu dùng khác… Điều này đã góp phần tạo ra "sức bền" cho hoạt động liên kết chuỗi tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp ngày càng hiệu quả.

Thiết kế mẫu mã sản phẩm đa dạng, bắt mắt hấp dẫn người tiêu dùng: So với các chủ thể OCOP khác, các sản phẩm OCOP của doanh nghiệp được trình bày đa dạng về màu sắc, mẫu mã phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng và mục đích sử dụng. Người tiêu dùng có thể mua hàng để sử dụng hàng ngày, cũng có thể mua làm sản phẩm quà tặng. Ngoài ra trên các sản phẩm, ngoài tem nhãn biểu tượng sản phẩm OCOP, các thông tin về sản phẩm

không chỉ được công khai trực tiếp mà khách hàng có thể truy tìm thông tin xuất xứ thông qua website của doanh nghiệp. Điều này không chỉ hỗ trợ cho doanh nghiệp có nhiều đối tượng khách hàng khác nhau mà còn giúp việc quảng bá hình ảnh được hiệu quả, bền vững hơn.

Chủ động thiết kế và duy trì kênh tiêu thụ: Hiện nay, các kênh phân phối chính của doanh nghiệp là kênh trực tiếp (doanh nghiệp đến người tiêu dùng) thông qua hệ thống các siêu thị hiện có trên địa bàn huyện/tỉnh và ngoại tỉnh. Các kênh trung gian (thông qua đại lý, cửa hàng giới thiệu sản phẩm) hạn chế hơn. Điều này giúp doanh nghiệp chủ động được lượng hàng bán và làm cơ sở để sản xuất, kế hoạch kho hàng tốt hơn, tránh dư thừa và tồn đọng. Hơn nữa, điểm mạnh của doanh nghiệp là đã thiết lập được mạng lưới liên kết thông qua hệ thống các cửa hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm OCOP hay Trung tâm Khoa học và Tư vấn Phát triển OCOP là những đơn vị có uy tín. Doanh nghiệp còn là một trong hai đơn vị của huyện Than Uyên đã được Sở Công Thương đưa địa chỉ trang web lên sàn giao dịch thương mại điện tử để giới thiệu, quảng bá sản phẩm, điều này đã tạo ra được kênh tiêu thụ uy tín cho doanh nghiệp không chỉ ở hệ thống bán hàng trực tiếp mà còn trên hệ thống online/trực tuyến.

Đội ngũ cán bộ quản lý có trình độ và tư tưởng tiến bộ về phát triển kênh phân phối: Bên cạnh sự phối hợp giữa các bên trong liên kết chuỗi, có sự nỗ lực lớn của đội ngũ cán bộ quản lý của doanh nghiệp. Với tư tưởng tiến bộ, có kiến thức và kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực kinh doanh, đội ngũ cán bộ quản lý của doanh nghiệp đã luôn chủ động tìm kiếm đối tác, chủ động liên hệ và chủ động lập kế hoạch, hình thành phương án kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp. Cái khác của doanh nghiệp là không thuần tuý theo hướng phát triển diện rộng, cửa hàng kinh doanh thông thường mà theo hướng kết hợp chuyên sâu giữa nhà khoa học và người sản xuất, người kinh doanh để hình thành nên chuỗi bền vững.

Thay lời kết

Thực tế Chương trình OCOP không phải của riêng một ngành nào, cấp nào, mà là của cả hệ thống chính trị từ cơ quan Nhà nước đến cấp ủy, chính quyền, tổ chức đoàn thể ở địa phương. Tuy nhiên, để các sản phẩm OCOP ngày càng được nâng tầm và vươn xa hơn nữa, đòi hỏi phải đổi mới tổ chức sản xuất theo hướng phát triển hợp tác, liên kết chuỗi giữa doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và hộ sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm. Bởi mô hình liên kết chuỗi không chỉ đem lại lợi ích cho nông dân mà cả doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp, sẽ chấm dứt được tình trạng không có vùng cung cấp nguyên liệu ổn định, tạo điều kiện nâng cao công suất sử dụng máy móc, nâng cao chất lượng sản phẩm chế biến. Từ đó, nâng cao giá trị gia tăng, hiệu quả hoạt động chế biến và tiêu thụ nông sản. Đối với nông dân, liên kết sản xuất không chỉ góp phần bảo tồn và phát triển được đặc sản của địa phương mà còn giúp bà con thay đổi tư duy sản xuất, nâng cao năng suất cây trồng và thu nhập ngay từ chính đồng ruộng của mình. Vì vậy, việc thúc đẩy các mô hình liên kết chuỗi sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP tại Than Uyên cần tiếp tục được duy trì và nhân rộng ✍

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Định Lan (2023), "Nâng tầm nông sản địa phương nhờ triển khai hiệu quả Chương trình OCOP", https://laichau.gov.vn/tin-tuc-su-kien/hoat-dong-cua-lanh-dao-tinh/nang-tam-nong-san-dia-phuong-nho-trien-khai-hieu-qua-chuong-trinh-ocop.html, truy cập ngày 01/10/2024.

2. Lan Nhi, Phương Ly (2024), "Lai Châu: Phát triển sản phẩm OCOP gắn với lợi thế, phát huy ''thương hiệu'' địa phương", *Báo Công Thương*, https://thuonghieuquocgia.congthuong.vn/lai-chau-phat-trien-san-pham-ocop-gan-voi-loi-the-phat-huy-thuong-hieu-dia-phuong-318216.html, 01/10/2024.

3. Quang Dũng, Trung Quân (2024), "Séng cù - Đặc sản của vựa lúa Mường Than", *Báo Nông nghiệp*, https://nongnghiep.vn/video/seng-cu--dac-san-cua-vua-lua-muong-than-tv376084.html, 01/10/2024.

4. Thiên Trường (2024), "Lai Châu: Phát huy tiềm năng, lợi thế thúc đẩy phát triển sản phẩm OCOP", *Tạp chí điện tử Thiên nhiên Môi trường*, https://thiennhienmoitruong.vn/lai-chau-phat-huy-tiem-nang-loi-the-thuc-day-phat-trien-san-pham-ocop.html, 01/10/2024.