

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN THỊ THÙY CHINH

**ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN  
“MỖI XÃ, PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM” (OCOP)  
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG NINH**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG  
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**NGUYỄN THỊ THÙY CHINH**

**ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN  
“MỖI XÃ, PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM” (OCOP)  
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG NINH**

**Chuyên ngành: Quản lý kinh tế**

**Mã số: 60.34.04.10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. Nguyễn Thanh Đức**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nghiên cứu nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

*Thái Nguyên, tháng      năm 2016*

**Tác giả luận văn**

**Nguyễn Thị Thùy Chinh**

## LỜI CẢM ƠN

Trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu chương trình Cao học chuyên ngành Quản lý kinh tế của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên, tác giả đã được các Quý Thầy/cô, gia đình, bè bạn và đồng nghiệp giúp đỡ rất nhiều. Tác giả xin chân thành cảm ơn và gửi lời biết ơn sâu sắc đến quý Thầy/Cô của trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên đã trang bị cho tác giả những kiến thức quý báu để hoàn thành nhiệm vụ học tập của mình.

Tác giả xin chân thành gửi lời cảm ơn đến P.GS. TS. Nguyễn Thanh Đức đã dành thời gian, công sức để hướng dẫn nghiên cứu và hoàn thành đề tài Luận văn “***Đánh giá thực trạng triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP) trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh***”.

Do thời gian có hạn và kinh nghiệm còn hạn chế nên không tránh khỏi những khiếm khuyết của luận văn, tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của các quý Thầy/Cô, bạn bè và đồng nghiệp để đưa ra được một luận văn hoàn thiện và có ý nghĩa hơn nữa.

*Thái Nguyên, tháng      năm 2016*

**Tác giả luận văn**

**Nguyễn Thị Thùy Chinh**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	i
<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	ii
<b>MỤC LỤC</b> .....	iii
<b>DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT</b> .....	viii
<b>DANH MỤC BẢNG</b> .....	ix
<b>DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ</b> .....	x
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Những đóng góp mới của luận văn.....	4
5. Kết cấu của luận văn .....	4
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VIỆC TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN “MỖI XÃ, PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM”</b> .....	5
1.1. Cơ sở lý luận về việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm”.....	5
1.1.1. Khái niệm chung về đề án, dự án.....	5
1.1.2. Đặc điểm của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm”....	7
1.1.3. Vai trò của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm”.....	7
1.1.4. Nội dung của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” ....	8
1.1.5. Vai trò và nội dung quản lý nhà nước và chính quyền các cấp đối với việc xây dựng, triển khai, đánh giá kết quả đề án OCOP. ....	10
1.1.6. Khung đánh giá logic của việc triển khai chương trình đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” .....	10
1.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” .....	12
1.2.1. Nhân tố bên ngoài ảnh hưởng đến việc triển khai đề án OCOP .....	12

1.2.2. Các nhân tố bên trong ảnh hưởng đến việc triển khai đề án.....	13
1.3. Cơ sở thực tiễn về việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” ....	15
1.3.1. Nguồn gốc chương trình “mỗi làng, nghề một sản phẩm” .....	15
1.3.2. Thực tiễn chương trình “mỗi làng nghề một sản phẩm” (OVOP) từ các nước trên thế giới .....	17
1.3.3. Thực tiễn tình hình triển khai OVOP tại Việt Nam.....	19
1.3.4. Bài học kinh nghiệm trong việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP) tại Quảng Ninh.....	22
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>25</b>
2.1. Các câu hỏi đặt ra mà đề tài cần giải quyết.....	25
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	25
2.2.1. Phương pháp tiếp cận và khung phân tích .....	25
2.2.2. Thu thập tài liệu .....	28
2.2.3. Phương pháp xử lý và tổng hợp thông tin.....	30
2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin .....	30
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu .....	31
2.3.1. Triển khai qua truyền thông và phương tiện thông tin đại chúng.....	31
2.3.2. Xây dựng, chuyển giao và triển khai chu trình sản xuất kinh doanh cho các sản phẩm truyền thống đặc sắc tại tỉnh Quảng Ninh .....	32
2.3.3. Nâng cấp, phát triển chuỗi giá trị của một số sản phẩm truyền thống có tiềm năng và khả năng phát triển theo hướng thương mại hóa có quy mô trung bình và lớn.....	32
2.3.4. Xây dựng chiến lược phát triển và thương mại hóa các sản phẩm tỉnh Quảng Ninh .....	33
2.3.5. Triển khai qua hội thảo, hội chợ, tư vấn, tập huấn... ..	33
2.3.6. Xây dựng hệ thống hỗ trợ xúc tiến và quảng bá các sản phẩm OCOP Quảng Ninh .....	34

<b>Chương 3. THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN “ MỖI XÃ, PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM” TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG NINH .....</b>	<b>35</b>
3.1. Đặc điểm tự nhiên, kinh tế xã hội và các sản phẩm truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh .....	35
3.1.1. Đặc điểm tự nhiên .....	35
3.1.2. Đặc điểm về kinh tế xã hội.....	37
3.1.3. Các sản phẩm, làng nghề tỉnh Quảng Ninh.....	39
3.1.4. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của tỉnh Quảng Ninh trong phát triển và thương mại hóa các sản phẩm truyền thống .....	41
3.2. Kế hoạch thực hiện và việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP)trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.....	44
3.2.1. Kế hoạch thực hiện đề án .....	44
3.2.2. Thực trạng triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh .....	49
3.3. Một số kết quả, đánh giá của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2013-2015.....	61
3.3.1. Kết quả triển khai qua truyền thông và phương tiện thông tin đại chúng ...	62
3.3.2. Kết quả xây dựng, chuyển giao và triển khai chu trình sản xuất kinh doanh cho các sản phẩm truyền thống đặc sắc tại tỉnh Quảng Ninh .....	63
3.3.3. Kết quả việc nâng cấp, phát triển chuỗi giá trị của một số sản phẩm truyền thống có tiềm năng và khả năng phát triển theo hướng thương mại hóa có quy mô trung bình và lớn .....	68
3.3.4. Kết quả việc xây dựng chiến lược phát triển và thương mại hóa các sản phẩm tỉnh Quảng Ninh .....	70
3.3.5. Kết quả triển khai qua hội thảo, hội chợ, tư vấn, tập huấn... ..	71
3.3.6. Kết quả xây dựng hệ thống hỗ trợ xúc tiến và quảng bá các sản phẩm OCOP Quảng Ninh .....	78

3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc triển khai đề án “mỗi xã phường, một sản phẩm” (OCOP) tại tỉnh Quảng Ninh.....	80
3.4.1. Đặc điểm nền kinh tế xã hội, vị trí địa lý trên địa bàn.....	80
3.4.2. Cách thức triển khai .....	81
3.4.3. Các chính sách của nhà nước, các thủ tục hành chính tại địa phương..	81
3.4.4. Trình độ chuyên môn nghiệp vụ của lực lượng cán bộ triển khai đề án.....	83
3.4.5. Trình độ nhận thức của người làm ra sản phẩm.....	84
3.4.6. Nguồn lực về tài chính .....	85
3.4.7. Áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất sản phẩm.....	86
3.4.8. Chất lượng sản phẩm OCOP .....	87
3.5. Tác động, thành công và hạn chế trong việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh .....	88
3.5.1. Tác động của đề án OCOP đến chương trình xây dựng nông thôn mới và nâng cao thu nhập người lao động .....	88
3.5.2. Những thành công của việc triển khai đề án OCOP .....	89
3.5.3. Những hạn chế của việc triển khai đề án OCOP, nguyên nhân.....	92
<b>Chương 4. GIẢI PHÁP NHẪM TRIỂN KHAI THÀNH CÔNG ĐỀ ÁN “ MỖI XÃ PHƯỜNG MỘT SẢN PHẨM” TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG NINH.....</b>	<b>94</b>
4.1. Quan điểm, phương hướng, mục tiêu của việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” của tỉnh Quảng Ninh.....	94
4.1.1. Quan điểm của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” tại Quảng Ninh .....	95
4.1.2. Phương hướng của việc triển khai đề án “mỗi xã, phường một sản phẩm” tại Quảng Ninh .....	96
4.1.3. Mục tiêu của việc triển khai đề án “ mỗi xã, phường một sản phẩm” tại Quảng Ninh .....	97



4.2. Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả việc triển khai đề án” mỗi xã, phường một sản phẩm” .....	98
4.2.1. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông.....	98
4.2.2. Giải pháp thúc đẩy chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm. 98	
4.2.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả, xúc tiến quảng bá các sản phẩm OCOP .....	101
4.2.4. Tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP .....	104
4.2.5. Giải pháp nâng cao công tác quản lý, chất lượng cán bộ triển khai và người lao động.....	105
4.3. Kiến nghị.....	107
<b>KẾT LUẬN</b> .....	109
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	111
<b>PHỤ LỤC</b> .....	113

**DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

<b>BĐH</b>	: Ban điều hành
<b>CTKV</b>	: Công tác khu vực
<b>HTX</b>	: Hợp tác xã
<b>KHCN</b>	: Khoa học công nghệ
<b>NTTS</b>	: Nuôi trồng thủy sản
<b>OCOP</b>	: One commune, one product
<b>OVOP</b>	: One village one product (mỗi làng, một sản phẩm)
<b>PCCC</b>	: Phòng cháy chữa cháy
<b>PR</b>	: Public Relations (Quảng cáo)
<b>PTNT</b>	: Phát triển nông thôn
<b>QN</b>	: Quảng Ninh
<b>UBND</b>	: Ủy ban nhân dân
<b>VSATTP</b>	: Vệ sinh an toàn thực phẩm
<b>XTTM</b>	: Xúc tiến thương mại