**PHẦN MỞ ĐẦU**

**I. BỐI CẢNH CỦA ĐỀ TÀI**

Năm 2017, UBND tỉnh chỉ đạo các sở, ngành, địa phương xây dựng Đề án Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn 2018-2020, định hướng đến 2030. Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Hà Tĩnh nhằm mục đích phát triển nền nông nghiệp hàng hóa chất lượng, nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp, thúc đẩy chuyển đổi phương thức sản xuất, phát triển sản phẩm đặc trưng mang thương hiệu địa phương, nâng cao giá trị kinh tế, thu nhập, cải thiện đời sống của người dân. Dự kiến, đầu năm 2019, Đề án sẽ được phê duyệt và tổ chức thực hiện. Đề án được kỳ vọng sẽ góp phần đưa sản phẩm chủ lực của địa phương tiếp cận thị trường, nâng cao thu nhập cho cư dân nông thôn, đảm bảo thực hiện thành công Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

Tỉnh đã xác định 82 sản phẩm có thế mạnh, trong đó: Nhóm thực phẩm có 54 sản phẩm, chiếm 65,9%; nhóm đồ uống có 12 sản phẩm, chiếm 14,6%; nhóm thảo dược có 6 sản phẩm, chiếm 7,3%; nhóm lưu niệm - nội thất - trang trí có 8 sản phẩm, chiếm 9,8%; nhóm dịch vụ du lịch nông thôn có 2 sản phẩm, chiếm 2,4%. Mặc dù vậy, hệ thống phân phối, đặc biệt là các kênh phân phối, điểm giới thiệu và trưng bày sản phẩm trên địa bàn tỉnh còn rất hạn chế. Qua khảo sát, đến hết năm 2017, chưa có cửa hàng/điểm/trung tâm giới thiệu sản phẩm đặc sản trong tỉnh đến người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh.

**II. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI**

Mặc dù Hà Tĩnh có khá nhiều sản phẩm nông nghiệp, thủ công được nhiều người biết đến như: Bưởi Phúc Trạch, nhung hươu, cam bù Hương Sơn, cam chanh Thượng Lộc, cam Khe Mây, đồ gỗ Thái Yên…, tuy nhiên, những sản phẩm đó vẫn chưa thực sự phát huy tiềm năng, thế mạnh, chưa xây dựng được thương hiệu mạnh, có thị phần lớn trên thị trường. Thu nhập và đời sống người dân trong sản xuất các sản phẩm hàng hóa nông nghiệp còn thấp, sản xuất nhỏ, năng suất lao động, giá trị canh tác trên đơn vị diện tích còn thấp, các sản phẩm chủ yếu là “xuất thô”, chưa được chế biến sâu, bao bì, mẫu mã sản phẩm đơn giản, chưa có thương hiệu, thị trường tiêu thụ chủ yếu tại địa phương, số doanh nghiệp và HTX hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp còn ít.

Trong khi đó, hệ thống thương mại chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển sản xuất, kinh doanh và nhu cầu người dân; hàng hóa kinh doanh chủ yếu vẫn theo hình thức truyền thống, chưa phát triển hình thức kinh doanh hiện đại. Hàng hóa đến tay người tiêu dùng chủ yếu vẫn qua hệ thống chợ nông thôn (khoảng 60%), qua hệ thống cửa hàng bán lẻ truyền thống (khoảng 35%), qua hệ thống hiện đại (siêu thị) chỉ chiếm 2%, còn lại 3% do nhà sản xuất trực tiếp bán cho người tiêu dùng. Hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp tuy đã được quan tâm nhưng chưa đáp ứng yêu cầu, tình trạng giá cả bấp bênh vẫn thường xuyên xảy ra, chưa tạo lập được thị phần ổn định cho các sản phẩm hàng hóa.

Trong khi đó, hệ thống cơ chế, chính sách ban hành chỉ mới hỗ trợ theo hướng tạo ra nhiều sản phẩm và tập trung khuyến khích phát triển ở khâu sản xuất; các chính sách hỗ trợ đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, thiết lập các điểm bán hàng cố định còn hạn chế, chưa đủ mạnh và đồng bộ. Trước tình hình đó, UBND tỉnh giao Sở Công Thương xây dựng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ gắn với thực hiện Chương trình OCOP tại Quyết định số 650/QĐ-UBND ngày 07/3/2018 của UBND tỉnh về việc phân bổ kế hoạch vốn ngân sách Trung ương thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới năm 2018.

Nhằm đi trước một bước trong triển khai Đề án Mỗi xã một sản phẩm và thực hiện có hiệu quả Quyết định số 650/QĐ-UBND ngày 07/3/2018 của UBND tỉnh, tác giả đã tham mưu triển khai ***“Xây dựng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP”*** làm cầu nối liên kết đưa sản phẩm chủ lực của địa phương tiếp cận thị trường.

**III. PHẠM VI VÀ ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU**

1. Phạm vi áp dụng: Các huyện, thành phố, thị xã trong tỉnh

2. Đối tượng nghiên cứu: Các cửa hàng/điểm/trung tâm trưng bày, giới thiệu và kinh doanh các sản phẩm sản xuất trong tỉnh, đặc biệt là các nhóm sản phẩm định hướng đưa vào Chương trình OCOP.

**IV. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU**

Tác giả viết sáng kiến nhằm mục đích đánh giá lại toàn bộ quá trình triển khai xây dựng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện chương trình OCOP; nhìn nhận những kết quả đã đạt được, những tồn tại hạn chế từ đó đề ra giải pháp nhân rộng và phát huy hiệu quả của mô hình trong thời gian tới.

**V. ĐIỂM MỚI TRONG KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP lần đầu được xây dựng trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh; là một bước đệm trong quá trình xây dựng và triển khai Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030. Bên cạnh đó, việc xây dựng các Cửa hàng trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP đã góp phần tăng cường tuyên truyền, quảng bá Chương trình OCOP đến mọi tầng lớp nhân dân trên địa bàn tỉnh và đến với du khách trong và ngoài nước; đa dạng hóa các hình thức kết nối tiêu thụ, phát triển thị trường và quảng bá giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của tỉnh.

**PHẦN NỘI DUNG**

**I. CƠ SỞ LÝ LUẬN**

**1. Văn bản pháp lý**

- Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020.

- Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020; Quyết định số 1760/QĐ-TTg ngày 10/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ điều chỉnh, bổ sung Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

- Quyết định số 634/QĐ-TTg ngày 29/4/2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2014-2020.

- Quyết định số 4800/QĐ-BCT ngày 08/12/2016 của Bộ Công Thương về việc hướng dẫn thực hiện và xét công nhận tiêu chí cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn trong bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016-2020.

- Quyết định số 853/QĐ-UBND ngày 27/3/2012 của UBND tỉnh Hà Tĩnh phê duyệt Danh mục sản phẩm hàng hóa chủ lực tỉnh Hà Tĩnh đến năm 2015 và định hướng phát triển đến năm 2020.

- Đề án phát triển thương mại nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh đến năm 2020.

- Quyết định số 650/QĐ-UBND ngày 07/3/2018 của UBND tỉnh về việc phân bổ kế hoạch vốn ngân sách Trung ương thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới năm 2018.

- Quyết định số 1566/QĐ-UBND ngày 29/5/2018 của UBND tỉnh về việc phân bổ chi tiết kế hoạch vốn Ngân sách Trung ương thực hiện Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với Chương trình OCOP trong xây dựng nông thôn mới năm 2018.

**2. Tổng quan về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm - OCOP**

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm là Chương trình Quốc gia về tổ chức sản xuất kinh doanh sản phẩm hàng hoá mang tính đặc trưng, có lợi thế của địa phương đảm bảo chất lượng, đạt tiêu chuẩn theo yêu cầu của Chương trình theo các cấp độ (1 sao đến 5 sao), có nhãn mác, thương hiệu, truy xuất nguồn gốc (bằng mã vạch); việc tổ chức sản xuất kinh doanh có tính cộng đồng ở một địa phương cấp xã, chủ yếu do người dân địa phương chủ động tạo ra (tự lực, tự tin và sáng tạo), nguồn nguyên liệu chủ động đảm bảo sản xuất kinh doanh phát triển ổn định, bền vững; nhằm phát triển mạnh nội sinh, gia tăng giá trị sản phẩm, gia tăng lợi ích cộng đồng ở địa phương.

Mỗi xã một sản phẩm là một khái niệm mang tính ước lệ dùng để chỉ sản phẩm đặc trưng của địa phương, lấy xã làm đơn vị cơ sở, khuyến khích mỗi xã phải cố gắng chọn cho mình tối thiểu một sản sản phẩm đặc trưng để phát triển. Sản phẩm bao gồm sản phẩm hàng hóa và dịch vụ; Các sản phẩm này thường có những đặc điểm rất riêng biệt của nơi sản xuất ra nó khiến cho mọi người có thể dễ dàng nhận ra nơi sản xuất giữa những sản phẩm cùng loại. Một xã, phường có thể phát triển 1 hoặc nhiều sản phẩm của mình, nhưng có khi 2 hay nhiều xã, liên xã, liên huyện có thể kết hợp với nhau để tạo ra một loại sản phẩm, hàng hóa nào đó.

Trong Đề án Mỗi xã một sản phẩm, bên cạnh việc phát triển sản xuất, tạo ra các sản phẩm đạt chất lượng, đặc trưng, tiêu biểu cho các địa phương, công tác xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu, đặc biệt là thiết lập các kênh phân phối sản phẩm đa dạng cũng được các cấp, các ngành hết sức quan tâm.

**II. THỰC TRẠNG CỦA VẤN ĐỀ**

Đối với Hà Tĩnh trong những năm qua triển khai thực hiện Chương trình xây dựng nông thôn mới và tái cơ cấu ngành nông nghiệp đã đạt được những thành tựu đáng kể nhất là trong phát triển sản xuất; đời sống vật chất người dân ngày càng được cải thiện, thu nhập bình quân đầu người khu vực nông thôn tăng khá. Có sự chuyển biến tích cực trong tư duy sản xuất, từ nhỏ lẻ, tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hóa gắn với thị trường; chuyển dịch cơ cấu cây trồng, vật nuôi, cơ cấu mùa vụ theo hướng tăng giá trị kinh tế, hiệu quả thu được trên một đơn vị diện tích canh tác, phát triển bền vững, gắn phát triển sản xuất nông nghiệp với bảo vệ môi trường...

Một số sản phẩm nông nghiệp hàng hóa chủ lực đã và đang hình thành các chuỗi liên kết sản xuất, tăng nhanh về quy mô, chất lượng và sức cạnh tranh, hướng đến phát triển bền vững, như: Chăn nuôi lợn; chăn nuôi bò, sản phẩm chè (đã xuất khẩu sản phẩm vào thị trường Châu Âu)... Các sản phẩm đặc sản truyền thống đang được mở rộng quy mô sản xuất như: Cam chanh (trong đó một số sản phẩm đã có thương hiệu như: Cam Thượng Lộc, cam Vũ Quang...), cam Bù Hương Sơn, bưởi Phúc Trạch, hươu Hương Sơn, mật ong Vũ Quang, rượu Can Lộc, rượu Cẩm Yên... các làng nghề truyền thống như: Nghề mộc Thái yên, Rèn Trung lương, nước mắm Lạch Kèn - Cương Gián Nghi Xuân, nước mắm Hoa Khôi...Có thể khẳng định đây nền tảng tốt để Hà Tĩnh tiếp tục thúc đẩy phát triển, gia tăng giá trị hàng hóa, phát triển các thương hiệu đảm bảo bền vững.

## Tuy vậy, các sản phẩm sản xuất ra chất lượng chưa cao, khối lượng chưa nhiều chủ yếu xuất bán dưới dạng sản phẩm thô, chưa qua chế biến do vậy giá trị gia tăng thấp dẫn đến thu nhập của người dân nông thôn thấp, số lượng doanh nghiệp đầu tư sản xuất các sản phẩm nông nghiệp chủ lực chưa nhiều nhất là khâu chế biến; chất lượng, hiệu quả hoạt động của các hợp tác xã, tổ hợp tác còn thấp. Công tác xúc tiến thương mại chưa có chiến lược, giải pháp cụ thể, nên chưa tạo được thương hiệu và đầu ra ổn định cho hàng hoá nông lâm sản của tỉnh. Thị trường nông thôn chưa được tổ chức tốt, các thành phần kinh tế và nông dân còn thiếu thông tin về thị trường, người tiêu dùng chưa thật sự tin tưởng về chất lượng sản phẩm. Vấn đề tiêu thụ sản phẩm đang là bài toán khó, sản phẩm chưa có nhãn mác thương hiệu, tiêu thụ bấp bênh không xác định rõ thị trường chiến lược. Tình trạng trên mặc dù tỉnh đã tìm nhiều biện pháp giải quyết song vẫn còn hết sức khó khăn.

**1. Cơ sở hạ tầng thương mại**

- Hệ thống chợ: Toàn tỉnh hiện có 168 chợ, trong đó có 04 chợ hạng 1 (chiếm 2,38%), 08 chợ hạng 2 (chiếm 4,76%), 130 chợ hạng 3 (chiếm 77,38%) và 26 chợ tạm (chiếm 15,47%) chưa được đầu tư xây dựng, được phân bổ rộng khắp địa bàn 13 huyện, thành phố, thị xã. Chợ hạng 1 ở thành phố Hà Tĩnh, thị xã Hồng Lĩnh, thị xã Kỳ Anh và huyện Cẩm Xuyên; chợ hạng 2 tập trung ở trung tâm huyện, khu vực thị trấn, thị tứ; chợ hạng 3, chợ tạm tập trung ở các xã khu vực nông thôn. Tổng số thương nhân vào kinh doanh trong các chợ trên địa bàn tỉnh có 26.405 hộ, trong đó hộ kinh doanh thường xuyên là 18.561 hộ (chiếm 70,3%) và không thường xuyên khoảng 7.844 hộ (chiếm 29,7%).

- Hệ thống trung tâm thương mại, siêu thị: Toàn tỉnh hiện có 05 siêu thị, bao gồm: 03 siêu thị tổng hợp và 02 siêu thị chuyên doanh tập trung tại địa bàn thành phố Hà Tĩnh; trên 70 siêu thị mini ở TP Hà Tĩnh và trung tâm các huyện, thị xã. Trên địa bàn tỉnh có 02 trung tâm thương mại đang hoạt động (Vincom Plaza Hà Tĩnh của Tập đoàn Vingroup, Trung tâm thương mại BMC Hà Tĩnh của Công ty TNHH Thiên An) và một số dự án đầu tư trung tâm thương mại đang xây dựng hoặc xin chủ trương đầu tư (như Trung tâm thương mại thị xã Hồng Lĩnh, Trung tâm thương mại thị xã Kỳ Anh...).

**2. Phương thức kinh doanh**

Kinh doanh thương mại theo phương thức trao đổi mua bán trực tiếp vẫn chiếm trên 75%. Toàn tỉnh có trên 1.250 doanh nghiệp và gần 30.000 hộ kinh doanh hoạt động trong lĩnh vực thương mại, trong đó, số hộ đã được cấp ĐKKD 19.532 hộ. Nhận thức về văn minh thương mại, thói quen mua sắm của người dân trên địa bàn có chuyển biến đáng kể. Các doanh nghiệp đã bước đầu ứng dụng hình thức kinh doanh thương mại điện tử, có trên 30% doanh nghiệp có website thương mại điện tử. Bình quân mỗi xã có 03 - 05 cơ sở thực hiện thu gom, tiêu thụ sản phẩm của người dân tuy nhiên quy mô nhỏ, hoạt động hạn chế.

**3. Công tác xúc tiến thương mại**

- Tiến hành khảo sát kết nối, tiêu thụ các sản phẩm chủ lực trên địa bàn tỉnh tại hệ thống siêu thị Co.opMart, Vinmart, và một số nhà phân phối lớn tại Hà Nội, TP HCM; Tổ chức, và hỗ trợ các cơ sở sản xuất nông nghiệp tham gia 03 hội nghị giao thương, kết nối cung cầu hàng hóa, liên kết sản xuất và tiêu thụ, hình thành chuỗi cung ứng sản phẩm sản xuất trong tỉnh. Hiện có 54 sản phẩm của Hà Tĩnh được cung cấp vào hệ thống siêu thị Co.opmart trên cả nước, một số sản phẩm như Cam, Bưởi, rau củ quả đã được đưa vào phân phối tại siêu thị Vinmart.

- Hàng năm, hỗ trợ các cơ sở sản xuất trên địa bàn tham gia 20-25 hội chợ trên địa bàn trong và ngoài tỉnh. Thông qua hội chợ, một số sản phẩm Hà Tĩnh đã được tiêu thụ tốt,được nhiều người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh ưa chuộng như Cam Khe Mây, Nem chua Hương Sơn, nhung hươu...

**4. Các mô hình liên kết tiêu thụ sản phẩm**

Thời gian qua, đã có một số mô hình liên kết giữa doanh nghiệp với các cơ sở sản xuất/nông dân tiêu thụ sản phẩm. Các doanh nghiệp, hộ kinh doanh đã chủ động đầu tư xây dựng cửa hàng giới thiệu sản phẩm đến người dân; tuy nhiên, số lượng cửa hàng chưa nhiều, quy mô nhỏ; hầu hết chỉ dừng lại ở một số sản phẩm như cam, bưởi (cửa hàng Tân Thanh Phong), rau củ quả (cửa hàng Mitracofood)… chưa có địa điểm nào giới thiệu đầy đủ các sản phẩm chất lượng trong tỉnh đến với người dân. Trong khi đó, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực phân phối sản phẩm trong tỉnh chưa phát triển, việc tìm kiếm doanh nghiệp tham gia xây dựng cửa hàng trưng bày, giới thiệu và kinh doanh sản phẩm trong tỉnh hết sức khó khăn.

**III. CÁC BIỆN PHÁP ĐÃ TIẾN HÀNH**

**1. Khảo sát hệ thống cơ sở kinh doanh sản phẩm trong tỉnh, lựa chọn đơn vị có đủ năng lực, kinh nghiệm triển khai xây dựng Mô hình**

Tiến hành khảo sát trên địa bàn 13 huyện, thành phố, thị xã để lựa chọn đơn vị triển khai xây dựng mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ, có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP. Các đơn vị được lựa chọn trước hết cần phải đảm bảo các điều kiện:

(1) Có cửa hàng diện tích kinh doanh từ 70 m2 trở lên.

(2) Vị trí cửa hàng tại các khu vực tập trung dân cư, có lợi thế thương mại, có khả năng quảng bá và giới thiệu các sản phẩm trong tỉnh; ưu tiên các địa điểm thu hút khách du lịch trong, ngoài tỉnh và quốc tế.

(3) Đơn vị đầu tư xây dựng và vận hành mô hình có liên kết với các đơn vị sản xuất, thu mua các sản phẩm trong tỉnh đặc biệt là các sản phẩm dự kiến tham gia chương trình OCOP.

**2. Tham mưu UBND tỉnh hỗ trợ kinh phí thực hiện Mô hình**

Dựa trên quy mô cửa hàng, kế hoạch kinh doanh của các đơn vị, tham mưu UBND tỉnh ban hành Quyết định số 1566/QĐ-UBND ngày 29/5/2018 về việc phân bổ chi tiết Kế hoạch vốn Ngân sách Trung ương thực hiện Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với Chương trình OCOP trong xây dựng nông thôn mới năm 2018. Cụ thể như sau:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên mô hình** | **Đơn vị thực hiện** | **Thời gian  thực hiện** | **Kinh phí hỗ trợ  (triệu đồng)** |
| 1 | Cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP và các sản phẩm trong tỉnh tại đường Trần Phú, TP. Hà Tĩnh | Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại | 2018 | 150 |
| 2 | Cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP và các sản phẩm trong tỉnh tại đường Nguyễn Chí Thanh, TP. Hà Tĩnh | Liên minh Hợp tác xã tỉnh | 2018 | 200 |
| 3 | Cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP và các sản phẩm trong tỉnh tại chợ La Giang, P. Đức Thuận, TX. Hồng Lĩnh | Công ty CP chợ La Giang | 2018 | 200 |
| 4 | Cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP và các sản phẩm trong tỉnh tại xã Tiên Điền, huyện Nghi Xuân | Công ty CP Song Ngư Sơn Giang Đình | 2018 | 200 |
| 5 | Cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP và các sản phẩm trong tỉnh tại thị trấn Đức Thọ, huyện Đức Thọ | Công ty TNHH Thống Tuấn | 2018 | 150 |
| 7 | Chi phí tuyên truyền, quảng bá mô hình và hướng dẫn triển khai thực hiện mô hình | Sở Công Thương | 2018 | 100 |
| **TỔNG CỘNG** | |  |  | **1.000** |

**3. Hướng dẫn các đơn vị triển khai xây dựng Mô hình:**

Để Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ phát huy hiệu quả, tác giả đã trực tiếp hướng dẫn các đơn vị triển khai các nội dung cụ thể sau:

- Xây dựng bảng hiệu thể hiện rõ tên mô hình, địa chỉ, số điện thoại của các tổ chức, cá nhân quản lý, trong đó lồng ghép nội dung Chương trình OCOP để tạo hiệu ứng tuyên truyền, quảng bá.

- Hướng dẫn các đơn vị làm việc trực tiếp; ký kết hợp đồng với các cơ sở sản xuất trong tỉnh, đặc biệt là các doanh nghiệp/Hợp tác xã có sản phẩm dự kiến tham gia Chương trình OCOP để trưng bày, giới thiệu và bán các sản phẩm đảm bảo chất lượng.

- Công trình kiến trúc được xây dựng đảm bảo các yêu cầu phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm,thuận tiện cho khách hàng. Đối với các cửa hàng có chiều cao 01 tầng thì trần phải được làm bằng vật liệu cách nhiệt để nhiệt độ, ánh sáng mặt trời không ảnh hưởng trực tiếp vào hàng hóa trưng bày tại cửa hàng.

- Danh mục hàng hóa từ 80 tên hàng trở lên. Hàng hóa dịch vụ kinh doanh không thuộc danh mục cấm kinh doanh theo quy định pháp luật; có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, có khả năng truy xuất nguồn gốc hàng hóa; đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Đồng thời, cam kết trên 80% hàng hóa kinh doanh tại cửa hàng là sản phẩm sản xuất trong tỉnh, trong đó tập trung vào các sản phẩm dự kiến tham gia Chương trình OCOP (Danh mục sản phẩm dự kiến tham gia Chương trình OCOP kèm theo).

- Bố trí quầy hoặc khu vực thuận lợi, nổi bật để trưng bày hoặc bán hàng hóa trong tỉnh. Bố trí các bảng, biển giới thiệu thông tin về các sản phẩm trong tỉnh, sản phẩm OCOP (Tên sản phẩm, nơi sản xuất, chất lượng sản phẩm...)

- Mua sắm và lắp đặt các trang, thiết bị cần thiết (tủ đông, tủ mát, kệ, giá…) để trưng bày, bảo quản hàng hóa. Tất cả các hàng hóa tại cửa hàng phải được trưng bày trên giá gỗ hoặc giá kim loại; phải bảo đảm các công cụ và cách thức xếp dỡ được sử dụng là phù hợp và không làm tổn hại đến sản phẩm được xếp dỡ.

- Tổ chức, bố trí hàng hóa một cách văn minh, khoa học thuận lợi cho khách lựa chọn, mua sắm và thanh toán; tất cả hàng hóa phải được trưng bày trên giá, kệ không để hàng hóa tiếp xúc trực tiếp với nền, tường xung quanh và ánh sáng, nhiệt độ của môi trường bên ngoài.

- Hàng hóa tại cửa hàng phải được niêm yết giá đầy đủ theo quy định của Luật giá. Các loại hàng hoá có chỉ dẫn bảo quản trên bao bì thì phải thực hiện đúng theo hướng dẫn của nhà sản xuất.

- Yêu cầu các đơn vị lập phương án kinh doanh, dự toán chi tiết xây dựng mô hình. Cam kết duy trì mô hình tối thiểu 03 năm.

**4. Thiết kế mẫu bảng hiệu quảng cáo:** Tác giả đã chủ động thiết kế mẫu bảng hiệu quảng cáo, gửi các đơn vị thực hiện theo đúng quy định nhằm tạo hiệu ứng tuyên truyền và niềm tin cho người tiêu dùng



*Mẫu biển quảng cáo chung cho các cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP*

**5. Tổ chức tham quan, học tập kinh nghiệm**

Tổ chức Đoàn công tác học tập kinh nghiệm (bao gồm cán bộ Sở Công Thương và các đơn vị xây dựng cửa hàng) tại tỉnh Quảng Ninh về xây dựng các cửa hàng/điểm/Trung tâm giới thiệu sản phẩm OCOP và các giải pháp xúc tiến thương mại, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm.

**6. Công tác tuyên truyền về Mô hình cửa hàng OCOP**

Tổ chức tuyên truyền về các điểm bán bằng nhiều hình thức đa dạng: tuyên truyền thông qua Báo Hà Tĩnh (02 bài viết trên Báo Hà Tĩnh điện tử), Truyền hình Hà Tĩnh (01 phóng sự phát trên chuyên mục Bản tin Công Thương số tháng 10); tuyên truyền thông qua tờ rơi tuyên truyền (phát trực tiếp đến người tiêu dùng trên 10.000 tờ rơi).

**IV. HIỆU QUẢ MANG LẠI CỦA SÁNG KIẾN**

Toàn tỉnh hiện đã xây dựng và đưa vào sử dụng 05 cửa hàng OCOP ở các địa bàn: Thị xã Hồng Lĩnh, thị trấn Đức Thọ, thị trấn Nghi Xuân, TP. Hà Tĩnh (02 cửa hàng), với tổng kinh phí hỗ trợ xây dựng đạt 01 tỷ đồng; bước đầu đã đạt nhiều kết quả đáng ghi nhận. Nhờ sự hỗ trợ của Nhà nước, các thành phần kinh tế đã tham gia đầu tư vào hệ thống Cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP, cơ sở vật chất đã từng bước được đầu tư kiên cố, khang trang, lịch sự, hiện đại; số lượng cũng như chủng loại hàng hóa phục vụ tại các cửa hàng ngày càng phong phú và đa dạng phần nào đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng trong tỉnh và khách du lịch. Hoạt động của các cửa hàng đã góp phần giải quyết việc làm cho lao động trên địa bàn, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm OCOP, tạo động lực cho sản xuất phát triển.

Mặc dù vừa mới hoạt động trong thời gian ngắn tuy nhiên các cửa hàng đã trở thành địa chỉ tin cậy cho người tiêu dùng trên địa bàn. Sản phẩm được bày bán chủ yếu là các sản phẩm được sản xuất trong tỉnh; có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, chất lượng tốt nên người dân rất tin tưởng và ưa chuộng. Do vậy, không chỉ hướng đến mục tiêu trưng bày, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, đây còn là kênh tiêu thụ sản phẩm hiệu quả. Chỉ mới hoạt động được hơn 3 tháng, doanh số tiêu thụ cửa hàng OCOP tại thị trấn Đức Thọ của Công ty TNHH Thống Tuấn đã đạt gần 3 tỷ đồng. Các doanh nghiệp như Công ty CP chợ La Giang, Công ty CP Giang Đình Song Ngư Sơn đã nỗ lực kết nối các đoàn khách du lịch trong và ngoài tỉnh đến cửa hàng để vừa quảng bá, vừa tiêu thụ hàng hóa. Các sản phẩm đặc sản của Hà Tĩnh như: Cu đơ, bưởi Phúc Trạch, nhung hươu, mật ong… bày bán tại Cửa hàng OCOP La Giang - Hồng Lĩnh được khách du lịch ưa chuộng. Mỗi tháng, doanh thu của cửa hàng từ các sản phẩm OCOP chiếm hơn 20%.

Bên cạnh việc xây dựng cửa hàng, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại đã chủ động tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm, bao gồm: Quảng bá sản phẩm, hàng hóa cửa hàng lên facebook, Fanpage Đặc sản vùng miền. Đưa hàng hóa tại cửa hàng tham gia 11 hội chợ, hội chợ - triển lãm trong nước, 04 phiên chợ hàng Việt về nông thôn, vùng sâu, vùng xa; tham gia 03 hội nghị kết nối cung cầu trong và ngoài tỉnh; tham gia ký kết với các đơn vị trong tỉnh và 6 tỉnh Bắc Trung bộ tại hội nghị kết nối cung - cầu hàng hóa Hà Tĩnh 2018.

Bằng việc xây dựng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP, có thể nói Hà Tĩnh đã đi trước một bước trong triển khai đề án mỗi xã một sản phẩm. Sau thành công của 05 cửa hàng thí điểm, thời gian tới, sẽ tiếp tục triển khai các cửa hàng/điểm bán/Trung tâm OCOP ở các địa phương khác trên toàn tỉnh. Đây là bước đệm để thời gian tới, Hà Tĩnh triển khai thành công Đề án mỗi xã một sản phẩm.





*Một số hình ảnh về mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP*

**V. KHẢ NĂNG ỨNG DỤNG VÀ PHÁT TRIỂN**

- Qua gần 01 năm triển khai và đưa vào hoạt động thực tiễn, mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP đã hoạt động bước đầu phát huy hiệu quả, là tiền đề để nhân rộng trong thời gian tới.

- Hướng phát triển: Tham mưu UBND tỉnh ban hành Kế hoạch phát triển Trung tâm, cửa hàng, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn đến năm 2030; Quy định về quản lý Trung tâm, cửa hàng, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh; trong đó tập trung một số nội dung cụ thể sau:

(1) Tiếp tục nhân rộng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP cùng với việc xây dựng bộ nhận diện thương hiệu OCOP Hà Tĩnh. Xây dựng ít nhất 02 điểm bán hàng/01 huyện, thành phố, thị xã giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của địa phương.

(2) Tổ chức các gian hàng để giới thiệu, bán sản phẩm OCOP tại các khu vực thu hút khách du lịch như: Khu du lịch biển Thiên Cầm, khu du lịch sinh thái Hải Thượng, Khu di tích Ngã ba Đồng Lộc; các trạm dừng nghỉ…

(3) Khuyến khích các hộ kinh doanh trên thị trường nông thôn cải tạo, chuyển đổi các cửa hàng kinh doanh theo kiểu truyền thống, cửa hàng tiện lợi... phát triển thành doanh nghiệp/HTX, từng bước ứng dụng mô hình chuỗi phân phối bán lẻ.

(4) Quy hoạch, hình thành và phát triển một số tuyến phố chuyên doanh theo từng ngành hàng, khu phố ẩm thực... ở các khu vực Trung tâm Thành phố, các tuyến đường ven sông (Cầu Phủ, Cầu Hội, Cầu Cày...) và tại các Khu du lịch ven biển để làm phố mua sắm hàng lưu niệm, thời trang, phục vụ khách du lịch.

(5) Xây dựng thí điểm và phát triển các cửa hàng kinh doanh lương thực thực phẩm an toàn, thực phẩm sạch được cơ quan nhà nước kiểm định và chứng nhận tại trung tâm các huyện, thành phố, thị xã và các khu vực đông dân cư. Mỗi chợ trung tâm có ít nhất 1 cửa hàng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

**VI. Ý NGHĨA CỦA SÁNG KIẾN**

Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" được triển khai với kỳ vọng hình thành, phát triển sản xuất các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ truyền thống, có lợi thế theo chuỗi giá trị khép kín, gắn với định hướng thị trường, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất, giá trị gia tăng, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân, cộng đồng, đặc biệt nâng cao thu nhập cho cư dân nông thôn, đảm bảo thực hiện thành công chương trình MTQG xây dựng Nông thôn mới. Để đạt được mục tiêu đó, việc liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng.

Việc xây dựng và triển khai thành công 05 Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP là bước đệm để triển khai Đề án OCOP một cách toàn diện trong thời gian tới. Vì chỉ khi làm tốt công tác thị trường mới là động lực quan trọng nhất thúc đẩy sản xuất phát triển; hạn chế tình trạng “được mùa rớt giá, được giá mất mùa” thường xuyên diễn ra trong thời gian qua, đặc biệt đối với các sản phẩm nông nghiệp.

**PHẦN KẾT LUẬN**

**I. BÀI HỌC KINH NGHIỆM**

- Các trung tâm/cửa hàng/điểm trưng bày, giới thiệu và kinh doanh sản phẩm OCOP cần gắn với các doanh nghiệp/HTX và kết nối với cơ sở sản xuất để khai thác, sử dụng hiệu quả vì mục tiêu của cộng đồng. Do vậy, muốn xây dựng mô hình thành công, vấn đề quyết định là phải tìm ra doanh nghiệp/HTX đóng vai trò đầu tàu trong việc tổ chức cửa hàng gắn với liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ. Cơ quan nhà nước đóng vai trò là cầu nối, trung gian để các cơ sở có sản phẩm đạt chất lượng cung cấp hàng hóa cho các trung tâm/cửa hàng/điểm bán này.

- Cần có chính sách đủ mạnh để thu hút doanh nghiệp/HTX tham gia đầu tư xây dựng và vận hành các điểm, trung tâm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

- Việc phát triển các cửa hàng/điểm/trung tâm trưng bày, giới thiệu và kinh doanh sản phẩm OCOP góp phần tăng cường tuyên truyền, quảng bá Chương trình OCOP đến mọi tầng lớp nhân dân trên địa bàn tỉnh và đến với du khách trong và ngoài nước.

**II. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

Để nhân rộng và phát huy hiệu quả Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP, một số đề xuất, kiến nghị như sau:

**1. Đối với Bộ Công Thương**

- Xây dựng và sớm ban hành Bộ Tiêu chuẩn Cửa hàng/điểm/trung tâm giới thiệu sản phẩm OCOP; bộ tiêu chuẩn này có thể áp dụng linh hoạt tùy điều kiện cụ thể của từng địa phương.

- Bố trí hoặc lồng ghép nguồn kinh phí hỗ trợ xây dựng Cửa hàng/điểm/trung tâm bán hàng OCOP trong nguồn kinh phí thực hiện Đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2014-2020.

**2. Đối với UBND tỉnh**

- Sớm phê duyệt Đề án Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn 2018-2020, định hướng đến 2030 để làm cơ sở triển khai thực hiện đồng bộ các nhóm nhiệm vụ giải pháp từ sản xuất đến tiêu thụ.

- Xây dựng và ban hành bộ nhận diện thương hiệu OCOP Hà Tĩnh (từ mô hình cửa hàng, túi đựng sản phẩm, logo, tem sản phẩm…)

- Ban hành cơ chế, chính sách đối với việc đầu tư xây dựng và vận hành cửa hàng/điểm/trung tâm OCOP (Hỗ trợ một lần 30% chi phí xây dựng mới cửa hàng tại nơi tập trung đông dân cư trong tỉnh và trung tâm các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, chi phí tính hỗ trợ theo đơn giá xây dựng hiện hành, mức hỗ trợ không quá 150 triệu/cửa hàng. Hoặc hỗ trợ 50% chi phí thuê cửa hàng mức hỗ trợ tối đa 50 triệu đồng/năm; thời gian không quá 03 năm).

**3. Đối với UBND huyện, thành phố, thị xã**

- Mỗi huyện, thành phố, thị xã tập trung đầu tư ít nhất một cửa hàng/trung tâm/ điểm trưng bày và giới thiệu sản phẩm OCOP đảm bảo tiêu chuẩn.

*Hà Tĩnh, ngày 10 tháng 11 năm 2018*

**CHỦ NHIỆM SÁNG KIẾN**

**Trần Thị Trà Giang**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Hà Tĩnh, ngày 10 tháng 11 năm 2018*

ĐƠN ĐỀ NGHỊ CÔNG NHẬN SÁNG KIẾN

Kính gửi: Hội đồng Khoa học và Công nghệ, Sở Công Thương.

1. Tên sáng kiến: **Xây dựng Mô hình cửa hàng thương mại dịch vụ có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm OCOP.**

2. Tác giả/ Chủ nhiệm sáng kiến:

- Họ tên: Trần Thị Trà Giang

- Bộ phận, đơn vị công tác: Phòng Quản lý Thương mại - Sở Công Thương

- Địa chỉ: Số 02, đường Trần Phú, TP. Hà Tĩnh.

- Điện thoại: 0943 948 789

- Fax: ...........................................Email: trantragiang2410@gmail.com

3. Lĩnh vực áp dụng sáng kiến: Thương mại

4. Ngày sáng kiến được áp dụng lần đầu, hoặc áp dụng thử (ghi ngày nào sớm hơn): 29/5/2018

5. Các hồ sơ kèm theo:

5.1. Báo cáo sáng kiến (01 bộ);

5.2. Các tài liệu khác kèm theo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Xác nhận của phòng/đơn vị**  **nơi công tác** | **Chủ nhiệm sáng kiến**  *Ký, ghi rõ họ tên*  **Trần Thị Trà Giang** |