

HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM
VIỆN KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN

BÁO CÁO TÓM TẮT KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ TÀI

TÊN ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN NHẪM THÚC ĐẨY
VIỆC NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH HƯNG YÊN**

Chủ nhiệm đề tài: TS. Lê Thị Kim Oanh

Hà Nội, tháng 8 năm 2022

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC BẢNG	v
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	vi
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Tổng quan tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài	2
2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước thuộc lĩnh vực của đề tài.....	2
2.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu ngoài nước thuộc lĩnh vực của đề tài	2
3. Mục tiêu nghiên cứu	2
3.1. Mục tiêu chung	2
3.2. Mục tiêu cụ thể	3
4. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu	3
4.1. Đối tượng nghiên cứu:.....	3
4.2. Phạm vi nghiên cứu	3
5. Phương pháp nghiên cứu	3
5.1. Phương pháp thu thập số liệu	3
5.2. Phương pháp xử lý số liệu	7
5.3. Phương pháp phân tích số liệu	7
5.3.1. Phương pháp thống kê mô tả	7
5.3.2. Phương pháp so sánh	7
5.3.3. Phương pháp phân tổ thống kê	7
5.3.4. Phương pháp chuyên gia	7
5.3.5. Phương pháp quan sát.....	7
5.3.6. Phương pháp thang đo likert	7
5.3.7. Phương pháp phân tích SWOT	7
5.4. Khung nghiên cứu	7
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP ..	8

1.1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN	8
1.1.1. Các khái niệm cơ bản	8
1.1.2. Nội dung phân tích thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP	8
1.2. NGHIÊN CỨU TỔNG QUAN VỀ OCOP VÀ NÂNG HẠNG SẢN PHẨM.....	8
1.2.1. Các khái niệm cơ bản về OCOP	8
1.2.2. Các hoạt động triển khai dự thi và nâng hạng sản phẩm OCOP	8
1.2.3. Nâng hạng sản phẩm OCOP.....	8
1.2.4. Vai trò của KH&CN đối với nâng hạng sản phẩm OCOP	8
1.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP.....	8
1.4. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG Ở VIỆT NAM VÀ CÁC QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI.....	9
1.4.1. Kinh nghiệm phát triển thị trường khoa học công nghệ ở một số quốc gia trên thế giới: Đức, Hoa Kỳ, Hàn Quốc	9
1.4.2. Kinh nghiệm phát triển thị trường KH & CN nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP ở một số địa phương tại Việt Nam: Quảng Ninh, Nam Định, Cần Thơ.....	9
1.4.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Hưng Yên.....	9
1.5. HỆ THỐNG CHÍNH SÁCH VỀ THỊ TRƯỜNG KH&CN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP Ở VIỆT NAM VÀ TỈNH HƯNG YÊN	10
1.5.1 Các chính sách về phát triển thị trường KH&CN	10
1.5.2 Cơ chế, chính sách thúc đẩy cầu KH&CN	10
1.5.3. Cơ chế, chính sách thúc đẩy cung KH&CN.....	10
1.5.4. Cơ chế, chính sách thúc đẩy hoạt động trung gian môi giới	10
1.5.5. Quản lý Nhà nước về thị trường khoa học và công nghệ	10
1.5.6. Các chính sách về phát triển thị trường KH&CN tỉnh Hưng Yên	10
1.5.7. Các văn bản chương trình OCOP	10

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN NHẪM THÚC ĐẨY VIỆC NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH HUNG YÊN	11
2.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN.....	11
2.1.1. Khái quát về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội	11
2.1.2. Khái quát thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Hưng Yên	11
2.2. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN	11
2.2.1. Phân tích, đánh giá kết quả triển khai chương trình OCOP của tỉnh Hưng Yên trong những năm qua.....	11
2.2.2. Phân tích thực trạng chủ thể tham gia OCOP của tỉnh Hưng Yên.....	14
2.2.3. Phân tích thực trạng các nguồn cung thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn tỉnh Hưng Yên.	17
2.2.4. Phân tích nhu cầu thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên.....	21
2.2.5. Đánh giá thực trạng kết nối cung cầu về yếu tố sản xuất trong ứng dụng KH&CN lĩnh vực nông nghiệp và nông thôn nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP.....	31
2.3. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ NỘI SINH, NGOẠI SINH ẢNH HƯỞNG ĐẾN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN.....	36
2.3.1. Thực trạng ảnh hưởng của các yếu tố nội sinh đến thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên	36
2.3.2. Thực trạng các yếu tố ngoại sinh ảnh hưởng đến thị trường KH&CN nông nghiệp nông thôn phục vụ OCOP và nâng hạng OCOP ở Hưng Yên.....	37

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH	40
3.1. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH HUNG YÊN.	40
3.1.1. Đẩy mạnh đa dạng các sản phẩm khoa học và công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn.	40
3.1.2. Tăng số lượng, nâng cao năng lực của các tổ chức cung ứng khoa học và công nghệ trọng lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn.....	40
3.1.3. Đẩy mạnh nhu cầu khoa học và công nghệ của các tổ chức, cá nhân.....	40
3.1.4. Thành lập và phát triển tổ chức trung gian trên thị trường khoa học và công nghệ....	41
3.1.5. Các giải pháp khác.....	41
3.2. GIẢI PHÁP NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN.	42
3.2.1 Về phía các chủ thể OCOP.....	42
3.2.2. Giải pháp cải thiện điểm của các tiêu chí đánh giá sản phẩm Ocop	42
3.2.3. Tăng cường công tác xúc tiến thương mại trong huyện, thành phố và các địa phương trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.....	43
3.2.4. Thúc đẩy phát triển chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm OCOP...44	
3.2.5. Tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng hạng sản phẩm OCOP	44
3.2.6. Nâng cao chất lượng cán bộ, viên chức và người lao động tham gia thực hiện chương trình OCOP	45
3.2.7. Giải pháp đổi mới cơ chế hoạt động.....	45
3.2.8. Tăng cường huy động các nguồn lực của Nhà nước và xã hội đầu tư thực hiện Chương trình OCOP	45
3.2.9. Đối với các cấp chính quyền và các tổ chức khác.....	46
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	47
KẾT LUẬN	47
KIẾN NGHỊ	48

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Kết quả đánh giá công nhận sản phẩm OCOP cấp tỉnh giai đoạn 2019-2021.....	13
Bảng 2.2. Tổng hợp chủ thể tham gia Chương trình OCOP giai đoạn 2019-2021	14
Bảng 2.3. Thực trạng tài sản và nguồn vốn của chủ thể OCOP	15
Bảng 2.4. Thực trạng lao động của chủ thể OCOP	15
Bảng 2.5. Đánh giá về nhu cầu máy móc /thiết bị của các chủ thể OCOP	16
Bảng 2.6. Thực trạng tiêu thụ sản phẩm của chủ thể OCOP.....	17
Bảng 2.7. Năng lực KH&CN của nhân lực được khảo sát.....	18
Bảng 2.8. Đánh giá mức độ cung ứng SP/DV KH-CN của doanh nghiệp và tổ chức KH&CN, các trung tâm theo các yếu tố sản xuất nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP.....	19
Bảng 2.9. Nguồn cung ứng sản phẩm, dịch vụ KH&CN	20
Bảng 2.10. Đánh giá về Nhu cầu sản phẩm KH-CN của các DN	23
Bảng 2.11. Nhu cầu về sản phẩm KH-CN của các HTX trên địa bàn tỉnh Hưng Yên theo lĩnh vực KD	24
Bảng 2.12. Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ KH-CN mà HTX đã mua (n= 43).....	24
Bảng 2.13. Khó khăn khi mua sản phẩm dịch vụ KH-CN của các HTX (n=43)	25
Bảng 2.14. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các HTX (n=43).....	25
Bảng 2.15. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các hộ kinh doanh (n=98)	26
Bảng 2.16. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các hộ nông dân sản xuất (n=660)	27
Bảng 2.17. Phân hạng sản phẩm theo loại hình sản xuất – kinh doanh	28
Bảng 2.18. Phân hạng sản phẩm theo các tiêu chí đánh giá sản phẩm.....	28
Bảng 2.19. Mức độ chế biến và các tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP	28
Bảng 2.20. Loại hình KD và các tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP	29
Bảng 2.21. Nhu cầu KH&CN nâng hạng sản phẩm OCOP giữa các nhóm chủ thể	30
Bảng 2.22. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội sinh tới nâng hạng sản phẩm OCOP..	38
Bảng 2.23. Đánh giá của các chủ thể OCOP về ảnh hưởng các môi trường thể chế đến sự phát triển của thị trường khoa học công nghệ trong nông nghiệp (%)	39

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1. Biểu đồ sản phẩm OCOP theo từng huyện của tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2018-2021	11
Biểu đồ 2.2. Cơ cấu nhóm sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2018-2021	12
Biểu đồ 2.3. Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ KH-CN mà DN đã mua	21
Biểu đồ 2.4. Khó khăn khi mua sản phẩm dịch vụ KH-CN của các DN.....	22
Biểu đồ 2.5. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN theo yếu tố đất, giá thể.....	31
Biểu đồ 2.6. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố bảo quản	32
Biểu đồ 2.7. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố thu hoạch ...	32
Biểu đồ 2.8. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố bảo vệ thực vật	33
Biểu đồ 2.9. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố kỹ thuật chăm sóc	33
Biểu đồ 2.10. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố máy móc.....	34
Biểu đồ 2.11. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu KH-CN về tiếp thị.....	35
Biểu đồ 2.12. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về NN công nghệ cao, nông nghiệp giá trị cao.....	35
Biểu đồ 2.13. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về tái chế, nông nghiệp tuần hoàn.....	36

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế thị trường hiện đại không thể phát triển hiệu quả nền KH&CN quốc gia nếu không tạo lập và vận hành có hiệu quả thị trường KH&CN. Việc tổ chức tốt các hoạt động trao đổi, mua, bán chuyển nhượng các thành quả sản phẩm hàng hóa dịch vụ KH&CN cũng như các yếu tố và điều kiện cần thiết khác liên quan đến nghiên cứu và ứng dụng KH&CN ở cấp vĩ mô và vi mô sẽ có tác động tích cực đến phát triển nền KH&CN nói riêng sức mạnh và năng lực cạnh tranh quốc gia nói chung.

Tại Việt Nam đề án “Mỗi xã phường một sản phẩm” (gọi tắt là OCOP) vào tháng 10/2013 với mục tiêu phát triển các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế trên địa bàn xã, phường, thị trấn (*UBND tỉnh Quảng Ninh, 2013; Đặng Văn Hiếu, 2019*). Thị trường KH&CN gồm nguồn cung và nguồn cầu KH&CN là một thành tố quan trọng không thể thiếu của nền kinh tế thị trường. Thực tế cho thấy, KH&CN có sự đóng góp rất lớn vào quá trình tăng trưởng kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia và các thành phần kinh tế. Do đó, việc nghiên cứu nhằm thúc đẩy phát triển thị trường KH&CN có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc nâng hạng sản phẩm OCOP.

Phát huy về lợi thế về điều kiện tự nhiên, từ năm 2019 tỉnh Hưng Yên chủ động triển khai thực hiện chương trình OCOP thông qua cấp huyện tích cực tham gia chương trình OCOP theo đúng quy trình tỉnh đã ban hành và hỗ trợ xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP Theo đó, tỉnh Hưng Yên đã đánh giá và chọn lọc 72 sản phẩm chủ lực độc đáo, mang đậm nét đặc trưng của mỗi địa phương để hỗ trợ phát triển theo Chương trình OCOP với kết quả đợt 1 năm 2020 cũng khá thành công tỉnh Hưng Yên đã đề xuất 01 sản phẩm tiềm năng xếp hạng 5 sao, công nhận 6 sản phẩm đạt hạng 4 sao và 21 sản phẩm đạt hạng 3 sao (Theo QĐ 1608 về việc phê duyệt kết quả đánh giá, xếp hạng, công nhận sản phẩm ngày 22/7/2020). Mặc dù vậy việc triển khai thực hiện chương trình vẫn còn không ít tồn tại, hạn chế do hệ thống tổ chức để thực hiện chương trình từ tỉnh đến huyện mới bước đầu hình thành, khối lượng công việc cần triển khai thực hiện chương trình là rất lớn (*Việt Hoa, 2019*).

Hiện nay, đa phần quy mô của các cơ sở sản xuất còn nhỏ; nhiều cơ sở thiếu thiết bị, máy móc để cải tiến mẫu mã, chất lượng sản phẩm, năng lực quản lý chủ thể tham gia OCOP còn chưa cao; nhìn chung năng lực sáng tạo, phát triển công nghệ còn hạn chế, việc đổi mới công nghệ còn lẻ tẻ chưa có định hướng chưa đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn nâng hạng OCOP... Do vậy, nghiên cứu thị trường KH- CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn là rất cần thiết, không chỉ góp phần định hướng phát triển các sản phẩm đặc trưng, mà còn là điểm tựa, “đòn bẩy” quan trọng để nâng cao chất lượng sản phẩm và nâng hạng sản phẩm trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước thuộc lĩnh vực của đề tài

Nhiều tác giả như Nguyễn Xuân Quang (2009), Nguyễn Thị Mai (2017), Lương Quỳnh Hoa (2018) khẳng định kết quả nghiên cứu và ứng dụng thực tiễn là các sản phẩm hàng hóa trên thị trường khoa học công nghệ. Thị trường này có vai trò then chốt trong việc tạo môi trường thúc đẩy kinh tế phát triển. Phát triển thị trường khoa học công nghệ nói chung phải chú ý đến hàng hóa, cung, cầu và các tổ chức trung gian (Phạm Minh Tân, 2015; Nguyễn Anh Tuấn, 2018).

KHCN ảnh hưởng tích cực tới phát triển chương trình OCOP, đóng góp quan trọng trong việc khai thác các tiềm lực kinh tế nông nghiệp, nông thôn tại các địa phương. Thị trường KHCN đã có những đóng góp lớn vào thành công của nhiều sản phẩm OCOP: nước mắm truyền thống Tân Phú (Hải Thịnh, Hải Hậu), thịt lợn sạch hữu cơ (Trực Thái, Trực Ninh), dược liệu Pù Mát (Con Cuông), bún ngũ sắc (Yên Thành)..

2.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu ngoài nước thuộc lĩnh vực của đề tài

Bài học về phát triển thị trường khoa học công nghệ lĩnh vực nông nghiệp nông thôn giúp nâng hạng sản phẩm nông nghiệp được thấy ở nhiều quốc gia: Nhật Bản, Ấn Độ, Trung Quốc, Malaysia.

3. Mục tiêu nghiên cứu

3.1. Mục tiêu chung

Nghiên cứu thực trạng thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh, phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng

sản phẩm OCOP, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn nhằm thúc đẩy việc nâng hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên.

3.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa các vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn; nâng hạng sản phẩm OCOP.

- Nghiên cứu thực trạng thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn nhằm thúc đẩy việc nâng hạng OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên;

- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh;

- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn nhằm thúc đẩy việc nâng hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên.

4. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu chính của đề tài là cung và cầu sản phẩm KH&CN trong nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

(i). Về thời gian: Các số liệu và thông tin thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2018-2021.

(ii). Về không gian: Các đối tượng thông tin thu thập chủ yếu trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

(iii). Về nội dung: Đề tài tập trung làm rõ các nội dung về thực trạng cung và nhu cầu KH&CN trong sản xuất kinh doanh của các tổ chức Nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức, hợp tác xã, người dân trên địa bàn tỉnh Hưng Yên, hướng tới việc nâng hạng sản phẩm OCOP.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập số liệu

Bên cạnh thu thập số liệu thứ cấp, đề tài tiến hành thu thập số liệu sơ cấp. Cụ thể như sau:

Chọn đối tượng phỏng vấn: Dựa trên các cách tiếp cận trên các đối tượng được lựa chọn điều tra bao gồm:

- Cán bộ chính quyền các cấp (tỉnh, huyện, xã);
- Cán bộ lãnh đạo nông nghiệp các cấp (Sở NN & PTNT và các đơn vị trực thuộc);
- Các tổ chức đoàn thể có liên quan đến phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh;

Số liệu sơ cấp (phỏng vấn và điều tra các chủ thể sản phẩm chưa xếp hạng năm 2021 và trong xếp hạng OCOP năm 2020 - 2021, các đơn vị có chuyên giao tiến bộ kỹ thuật; cơ quan chính quyền các cấp...).

- Phỏng vấn các HTX, các doanh nghiệp, địa phương đã thực hiện chương trình OCOP và đánh giá xếp hạng sản phẩm;

- Sử dụng bộ câu hỏi chuẩn bị trước để thu thập thông tin đối với các HTX, doanh nghiệp, trường/viện nghiên cứu/trung tâm, cá nhân sản xuất kinh doanh lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, các cơ quan chính quyền các cấp về thị trường KH- CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn trong phát triển sản phẩm OCOP tại địa bàn tỉnh.

Chọn điểm nghiên cứu:

Điểm nghiên cứu trên địa bàn tỉnh là các huyện, thị xã, thành phố được giao chỉ tiêu nâng hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2019-2020 Theo QĐ số 1564/QĐ-UBND, bao gồm: thành phố Hưng Yên; thị xã Mỹ Hào; huyện Ân Thi; huyện Khoái Châu; huyện Kim Động; huyện Phù Cừ; huyện Tiên Lữ; huyện Văn Giang; huyện Văn Lâm; và huyện Yên Mỹ.

Căn cứ lựa chọn mẫu:

Theo Yamane Taro (1967) công thức tính mẫu

$$n = Z^2 \times \frac{p \times (1-p)}{e^2}$$

Trong đó:

n: kích thước mẫu cần xác định.

Z: giá trị tra bảng phân phối Z dựa vào độ tin cậy lựa chọn. Thông thường, độ tin cậy được sử dụng là 95% tương ứng với $Z = 1.96$

p : tỷ lệ ước lượng cỡ mẫu n thành công. Thường chúng ta chọn $p = 0.5$ để tích số $p(1-p)$ là lớn nhất, điều này đảm bảo an toàn cho mẫu n ước lượng.

e : sai số cho phép. Thường ba tỷ lệ sai số hay sử dụng là: ± 01 (1%),

Như vậy $n = 1.96^2 * (0,5*0.5)/0.01^2 = 960,4$

Đề tài lựa chọn số lượng mẫu khảo sát là $975 > 960,4$ đảm bảo được tính đại diện ở mức độ tin cậy là 99%. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra trực tiếp. Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện (Saunders & cs, 2012). Điều tra trực tiếp được thực hiện thông qua 5 đối tượng kết quả thu được 975 phiếu điều tra (chiếm 99,49%). Theo kết quả số liệu thu thập được cho thấy cơ bản đều đáp ứng yêu cầu thiết kế nghiên cứu đặt ra ban đầu. Mẫu nghiên cứu thu thập được phân bổ cho các đối tượng bao gồm trong đó đối tượng trực tiếp trong việc nâng hạng sản phẩm OCOP là đơn vị sản xuất kinh doanh (doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh cá thể) và các hộ sản xuất (chủ yếu là thành viên các HTX có sản phẩm OCOP) chiếm khoảng 75 % tương ứng với nội dung thực hiện, đối tượng còn lại kích thước mẫu chiếm 25% chủ yếu là các chuyên gia nhà Khoa học chiếm khoảng 20 %, nhà Quản lý chiếm khoảng 5 % để tìm hiểu giải pháp phát triển thị trường KH- CN trong việc nâng hạng sản phẩm OCOP . Đề tài phân tích số liệu sẽ theo đơn vị phân tích là tổ chức, cá nhân và được thực hiện thông qua tổng hợp ý kiến cá nhân đó sau khi đã kiểm tra, đánh giá chất lượng phiếu khảo sát cá nhân để đảm bảo không bị sai lệch kết quả khi phân tích.

Lựa chọn mẫu điều tra thu thập số liệu:

Tổng số lượng mẫu khảo sát là 975 với số lượng từng nhóm được trình bày như bảng dưới đây. Đề tài tập trung nghiên cứu 5 đối tượng trong đối tượng trực tiếp trong việc nâng hạng sản phẩm OCOP là đơn vị sản xuất kinh doanh (doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh cá thể) và các hộ sản xuất (chủ yếu là thành viên các HTX có sản phẩm OCOP)

STT	Đối tượng	Điểm nghiên cứu	Số mẫu	Nội dung
1	Cán bộ chính quyền địa phương, cán bộ HTX	10 huyện, Thành phố, thị xã, các xã, HTX Thành phố	80	Kết quả triển khai chương trình OCOP, thực trạng, giải pháp phát triển thị trường KH & CN lĩnh vực nông nghiệp nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP.
2	Doanh nghiệp/ Tổ chức KH- CN	Hưng Yên, thị xã Mỹ Hào, huyện Ân Thi,	05	Thực trạng nguồn cung trường KH & CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, yếu tố thúc đẩy việc nâng hạng sản phẩm OCOP, tác động nguồn cung trong việc nâng hạng sản phẩm OCOP.
3	Nhà Khoa học, cán bộ kỹ thuật	huyện Khoái Châu, huyện Kim Động, huyện Phú Cù,	80	
4	Đơn vị sản xuất kinh doanh (DN, HTX, Hộ KD cá thể)	huyện Tiên Lữ, huyện Văn Giang, huyện Văn Lâm, huyện Yên Mỹ	150	
5	Cá nhân hộ sản xuất, hộ thành viên HTX		660	Thực trạng nhu cầu thị trường KH & CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, yếu tố thúc đẩy việc nâng hạng sản phẩm OCOP, tác động nhu cầu đến nâng hạng sản phẩm OCOP.
Tổng			975	

Số liệu sơ cấp được sử dụng từ điều tra: Số liệu được thu thập thông qua phỏng vấn, khảo sát 02 nhóm đối tượng, cụ thể (1) nguồn cung KH- CN (Viện, trung tâm, doanh nghiệp/tổ chức KH&CN ; Nhà khoa học/Cán bộ kỹ thuật; Cán bộ chính quyền địa

phương) và (2) nhu cầu KH-CN (doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh cá thể và hộ sản xuất)

Nội dung khảo sát tập trung vào 03 vấn đề: Mức độ cung ứng sản phẩm/dịch vụ; Nhu cầu về KH-CN theo các yếu tố trong sản xuất và Khó khăn trong kết nối cung cầu KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP.

5.2. Phương pháp xử lý số liệu

Các số liệu thu thập được xử lý bởi phần mềm Excel.

5.3. Phương pháp phân tích số liệu

5.3.1. Phương pháp thống kê mô tả

5.3.2. Phương pháp so sánh

5.3.3. Phương pháp phân tổ thống kê

5.3.4. Phương pháp chuyên gia

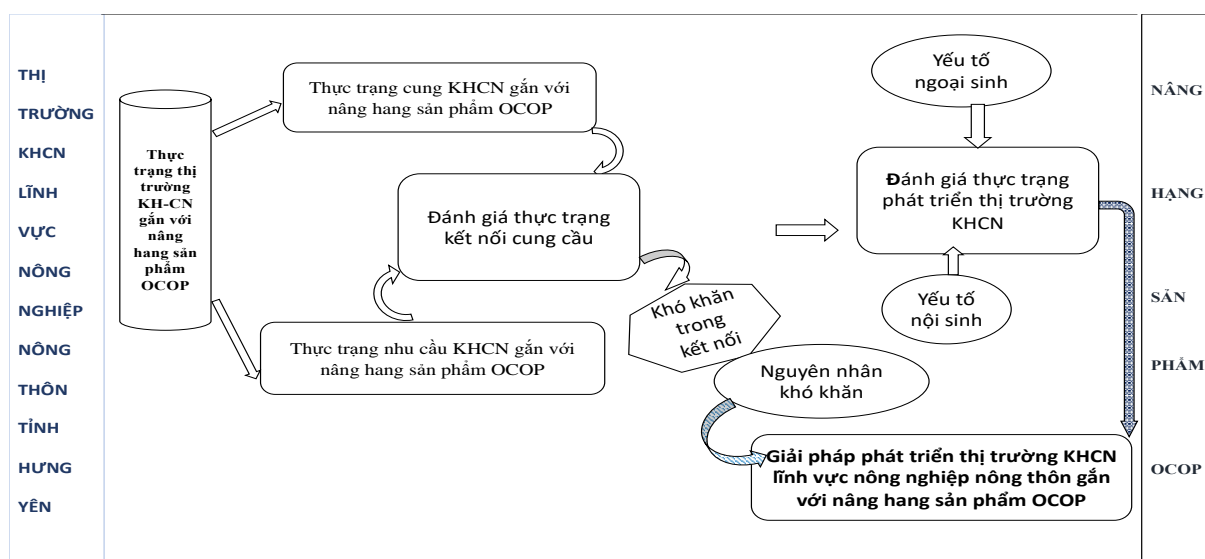
5.3.5. Phương pháp quan sát.

5.3.6. Phương pháp thang đo likert

5.3.7. Phương pháp phân tích SWOT

5.4. Khung nghiên cứu

Dựa vào ma trận nâng hạng sản phẩm, đề tài khảo sát từng sản phẩm OCOP của các chủ thể OCOP, từ đó đánh giá những tiêu chí nào điểm thấp, lý do tại sao thấp, trên cơ sở đó đưa ra giải pháp nhằm cải thiện tiêu chí đó, đặc biệt tập trung vào các giải pháp liên quan đến KH&CN.



CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP

1.1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN

1.1.1. Các khái niệm cơ bản

Thị trường

Khoa học và công nghệ

Thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn

Thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP

1.1.2. Nội dung phân tích thị trường khoa học và công nghệ lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP

Nguồn cung khoa học và công nghệ gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP

Nguồn cầu khoa học và công nghệ gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP

Cân bằng cung cầu khoa học và công nghệ

1.2. NGHIÊN CỨU TỔNG QUAN VỀ OCOP VÀ NÂNG HẠNG SẢN PHẨM

1.2.1. Các khái niệm cơ bản về OCOP

1.2.2. Các hoạt động triển khai dự thi và nâng hạng sản phẩm OCOP

- Triển khai chu trình OCOP quốc gia (chu trình OCOP thường niên, Các chủ đề tập trung trong từng năm)

- Xác định và phát triển sản phẩm, dịch vụ OCOP

- Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm OCOP

1.2.3. Nâng hạng sản phẩm OCOP

1.2.4. Vai trò của KH&CN đối với nâng hạng sản phẩm OCOP

1.3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN TRONG LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Các yếu tố tác động tới phát triển thị trường Khoa học và Công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn gắn với chương trình OCOP có thể chia thành các nhóm:

Yếu tố nội sinh (nguồn lực vô hình và hữu hình: công nghệ, danh tiếng, hữu trí tuệ, bằng phát minh, sáng chế, qui mô, vị trí, tinh vi về kỹ thuật, tính linh hoạt của sản xuất, của trang thiết bị, nguyên vật liệu đầu vào) và yếu tố ngoại sinh (môi trường thể chế và môi trường kinh doanh).

1.4. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG Ở VIỆT NAM VÀ CÁC QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

1.4.1. Kinh nghiệm phát triển thị trường khoa học công nghệ ở một số quốc gia trên thế giới: Đức, Hoa Kỳ, Hàn Quốc

1.4.2. Kinh nghiệm phát triển thị trường KH & CN nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP ở một số địa phương tại Việt Nam: Quảng Ninh, Nam Định, Cần Thơ

1.4.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Hưng Yên

- Hình thành, xây dựng và phát triển được nhiều sản phẩm OCOP đặc thù địa phương gắn với thúc đẩy chuyển đổi số.

- Nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP thông qua việc xây dựng trung tâm khởi nghiệp và phát triển sản phẩm OCOP gắn với chương trình khởi nghiệp, quảng bá, giới thiệu và thương mại sản phẩm OCOP ở các địa phương trong tỉnh, nhằm thu hút sự tham gia của các chủ thể, kết nối du lịch.

- Ưu tiên đề xuất nghiên cứu ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ trong khai thác và phát triển các nguồn gen đặc hữu, công tác chọn tạo giống trên các cây trồng, vật nuôi chủ lực của tỉnh, đồng thời hoàn thiện kỹ thuật canh tác trồng trọt, chăn nuôi, bảo quản và chế biến sản phẩm.

- Hỗ trợ DN đổi mới và nâng cao trình độ công nghệ, thúc đẩy, kích cầu thị trường KH&CN.

Tổ chức đào tạo về quản lý công nghệ, quản trị công nghệ và cập nhật công nghệ mới cho các kỹ sư, kỹ thuật viên.

- Hỗ trợ phát triển hàng hóa, thương mại hóa sản phẩm KH&CN, phát triển tài sản trí tuệ.

- Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến, tư vấn, môi giới chuyên giao công nghệ.

- Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong các DN.

- Tăng cường thu hút các lực lượng tham gia nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ.

- Chú trọng cải thiện chiến lược nhân lực nhằm tạo ra hệ thống mở mang tính cạnh tranh, phát triển nhân lực KH&CN, đồng thời tăng cường thu hút nhân lực có trình độ cao dựa trên cơ sở có chọn lọc.

- Tiếp tục đẩy mạnh đầu tư vào lĩnh vực nghiên cứu phát triển (R&D) với mục tiêu phát triển khoa học công nghệ trong tỉnh, giảm bớt sự phụ thuộc vào công nghệ nước ngoài.

- Tạo môi trường phát triển khoa học công nghệ thuận lợi thông qua hành lang cơ chế, chính sách, các Quỹ nhằm hỗ trợ lĩnh vực KH&CN và đổi mới sáng tạo.

1.5. HỆ THỐNG CHÍNH SÁCH VỀ THỊ TRƯỜNG KH&CN GẮN VỚI CHƯƠNG TRÌNH OCOP Ở VIỆT NAM VÀ TỈNH HƯNG YÊN

1.5.1 Các chính sách về phát triển thị trường KH&CN

1.5.2 Cơ chế, chính sách thúc đẩy cầu KH&CN

1.5.3. Cơ chế, chính sách thúc đẩy cung KH&CN

1.5.4. Cơ chế, chính sách thúc đẩy hoạt động trung gian môi giới

1.5.5. Quản lý Nhà nước về thị trường khoa học và công nghệ

1.5.6. Các chính sách về phát triển thị trường KH&CN tỉnh Hưng Yên

1.5.7. Các văn bản chương trình OCOP

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN NHẪM THÚC ĐẨY VIỆC NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH HUNG YÊN

2.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG KHCN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN

2.1.1. Khái quát về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội

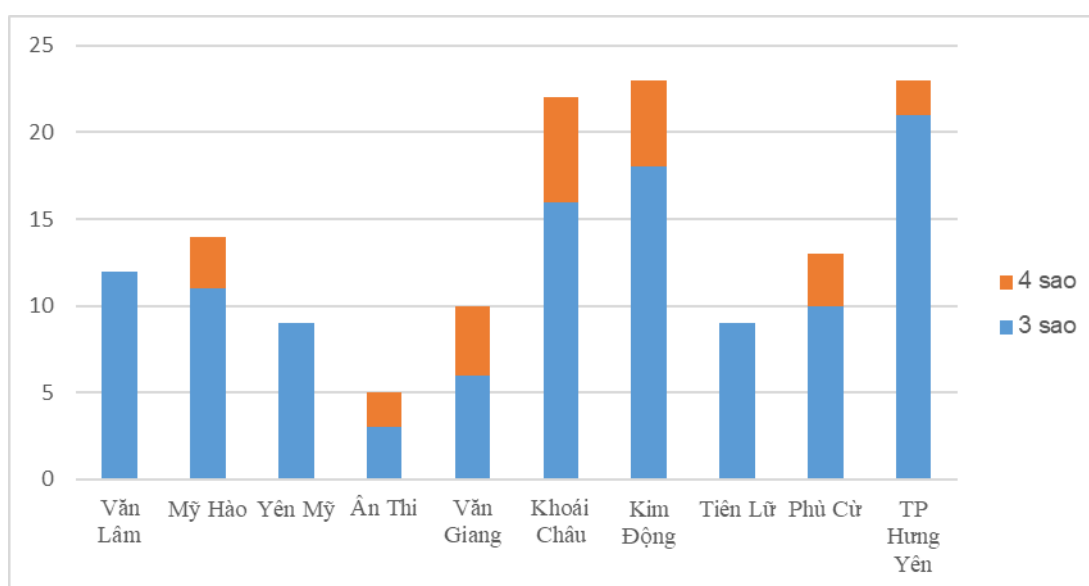
2.1.2. Khái quát thị trường KHCN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

2.2. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN

2.2.1. Phân tích, đánh giá kết quả triển khai chương trình OCOP của tỉnh Hưng Yên trong những năm qua.

Đến hết năm 2021, toàn tỉnh có 140 sản phẩm của 50 chủ thể được xếp hạng, công nhận, trong đó có 25 sản phẩm đạt 4 sao, 115 sản phẩm đạt 3 sao. Đến nay, 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.

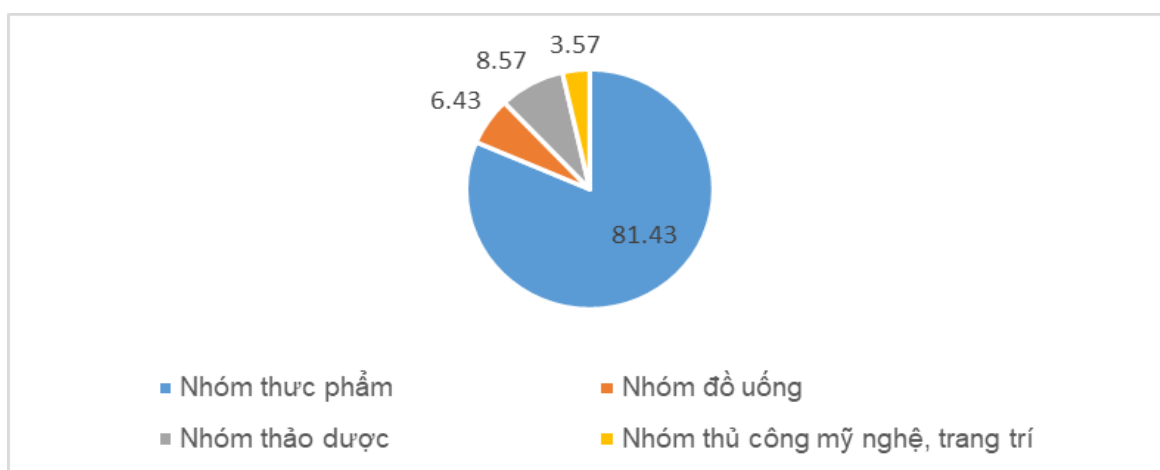
a, Kết quả phân bố theo từng huyện



Biểu đồ 2.1. Biểu đồ sản phẩm OCOP theo từng huyện của tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2018-2021

Nhìn biểu đồ 2.1, ta thấy các địa phương nhiều sản phẩm được công nhận OCOP bao gồm Huyện Khoái Châu, Huyện Kim Động, Thành phố Hưng Yên. Đây là các địa phương có các sản phẩm truyền thống nổi tiếng lâu đời như: Gà Đông tảo – H. Khoái Châu, Tương bần – Phố Nối -Mỹ Hào, Nhãn lồng – TP. Hưng Yên... Đây cũng là nơi nhiều làng nghề phát triển, nên có điều kiện bứt phá bước đầu khi được công nhận OCOP.

b. Kết quả phân bố theo nhóm sản phẩm



Biểu đồ 2.2. Cơ cấu nhóm sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên giai đoạn 2018-2021

- Về xếp hạng sản phẩm: Trong 140 sản phẩm, trong đó 115 sản phẩm 3 sao, 25 sản phẩm 4 sao.

- Về 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, 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%).

c. Kết quả phân bố theo từng năm

Bảng 2.1. Kết quả đánh giá công nhận sản phẩm OCOP cấp tỉnh giai đoạn 2019-2021

STT	Huyện/ Thành phố/thị xã	Năm									So sánh(%)	
		2019		2020 (Đợt 1)			2020 (Đợt 2)		2021		2020/2019	2021/2020
		3 sao	4 sao	3 sao	4 sao	Tiềm năng 5 sao	3 sao	4 sao	3 sao	4 sao		
1	Khoái Châu	1	3	2	2	1	4	0	9		125	100
2	TP. Hưng Yên	5	2	4	0	0	1	0	11		57,14	220
3	Thị xã Mỹ Hào	7	3	0	0	0	2	0	2		0	100
4	Phù Cừ	2	0	3	2	0	1	1	4		250	57,14
5	Ân Thi	1	0	0	0	0	1	2	1		0	33,33
6	Văn Giang	0	0	1	2	0	1	2	4		0	66,67
7	Kim Động	0	0	4	0	0	2	0	12	5	0	283,33
8	Yên Mỹ	0	0	5	0	0	0	0	4		0	80
9	Tiên Lữ	0	0	2	0	0	0	0	7		0	350
10	Văn Lâm	0	0	0	0	0	1	0	11		0	1.100
	Tổng	24		28			18		70		116,67	152,17

d. Kết quả phân bố theo chủ thể

- Về chủ thể sản phẩm: Có 50 chủ thể sản phẩm OCOP tham gia đánh giá xếp hạng, trong đó có 32 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.

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 giai đoạn 2019-2021.

Bảng 2.2. Tổng hợp chủ thể tham gia Chương trình OCOP 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
Huyện 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			
TP Hưng Yên	10	4	2	4	
Tổng số	50	32	9	8	1

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

2.2.2. Phân tích thực trạng chủ thể tham gia OCOP của tỉnh Hưng Yên

2.2.2.1 Tình hình tài sản và nguồn vốn của chủ thể OCOP

Số liệu điều tra cho thấy diện tích đất sản xuất bình quân của các chủ thể OCOP nhóm HTX là lớn nhất là 50.650 m², do diện tích đất trồng trọt lớn (nhãn quả tươi) hoặc diện tích chuồng trại lớn, trong khi đó nhóm doanh nghiệp diện tích bình quân là 12.000 m², khả năng cao là nhóm này chủ yếu sử dụng máy móc công nghệ chế biến, và thu mua nguyên liệu từ các hộ nông dân. Ngược lại với diện tích đất sản xuất, diện tích

đất nhà xưởng thì loại hình doanh nghiệp là lớn nhất với trung bình là 12.000 m², lý do là do nhóm này cần không gian lớn để sản xuất, chế biến. Vốn điều lệ của các chủ thể OCOP trong tỉnh bình quân là 2,12 tỷ đồng, trong đó nhóm doanh nghiệp có số vốn lớn nhất là hơn 3 tỷ đồng; nhóm hợp tác xã là khoảng 1,2 tỷ đồng.

Bảng 2.3. Thực trạng tài sản và nguồn vốn của chủ thể OCOP

Chỉ tiêu	ĐVT	Hợp tác xã (n=43)	Doanh nghiệp (n=9)	Hộ kinh doanh (n=98)	Trung bình
1. Đất đai	m ²				
- Diện tích đất sản xuất	m ²	50.650	12.000	14.900	25.850
- Diện tích đất nhà xưởng	m ²	155,56	2.000	200	785,2
2. Vốn					
Vốn điều lệ (bình quân/HTX)	triệu đồng	1.230,6	3.462	550,6	1.747,73

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2021

2.2.2.2. Tình hình lao động của chủ thể OCOP

Số lượng lao động trung bình của các chủ thể OCOP là 21 lao động, đây là con số ở mức trung bình; tuy nhiên có sự chênh lệch khá cao giữa các đối tượng. Điều này hoàn toàn phù hợp với quy mô của từng nhóm

Bảng 2.4. Thực trạng lao động của chủ thể OCOP

Nhóm	Số lượng lao động (người)	Lao động trong sản xuất kinh doanh (%)			
		Người nhà	Thuê trong xã	Thuê trong huyện	Thuê trong tỉnh
Hợp tác xã (n=43)	25	26,4	46,7	20,5	6,4
Doanh nghiệp (n=9)	100	2,5	55,5	33,6	8,4
Hộ kinh doanh (n=98)	10	57,8	40,6	1,6	-
Trung bình	21	28,9	47,6	18,57	4,93

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2021

2.2.2.3. Tình hình máy móc thiết bị của chủ thể OCOP

Bảng 2.5. Đánh giá về nhu cầu máy móc /thiết bị của các chủ thể OCOP

Đơn vị tính: %

Nhóm	Hoàn toàn không	Rất ít	Vừa phải	Nhiều	Rất nhiều và chuyên sâu
Thực phẩm	12	12	32	20	24
Đồ uống	-	-	50	50	-
Thảo dược	-	-	66,67	-	33,33
Lưu niệm-nội thất-trang trí	-	-	66,67	-	33,33
Trung bình	3	3	53,84	17,5	22,66

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2021

Kết quả khảo sát cho thấy, nhu cầu về máy móc thiết bị của các chủ thể OCOP ở mức trung bình (53,84%), không quá ít và không quá nhiều. Với nhóm thực phẩm, họ mong muốn áp dụng phương pháp hữu cơ trong quá trình chăm sóc cây, đặc biệt là cây nhãn, cần áp dụng các phương pháp khoa học kỹ thuật được chặt chẽ, từ khâu bón phân, định tán, tỉa cành, định quả và phun thuốc cần được triển khai một cách đồng bộ; ứng dụng phần mềm quản lý thông minh agrichack, sử dụng tem truy xuất nguồn gốc, áp dụng các biện pháp khoa học kỹ thuật theo tiêu chuẩn VietGap.

Các loại máy móc chủ yếu là máy móc công nghệ cao, ví dụ như máy sấy to, kho lạnh bảo quản hoặc các máy đo nồng độ hóa chất...Nhóm ngành thảo dược có nhu cầu về máy móc thiết bị ở mức vừa phải (66,67%) và mức rất nhiều (33,33%), như các loại máy chiết suất, kho bảo quản nhiệt độ phù hợp

2.2.2.4. Thực trạng tiêu thụ sản phẩm theo chương trình OCOP

Bên cạnh việc bán hàng ở thị trường trong nước, các sản phẩm OCOP đã vươn ra thị trường quốc tế, trong đó nhóm thảo dược, thị trường quốc tế chiếm hơn 30%, nhóm thực phẩm là hơn 20%. Các chủ thể OCOP cũng tham gia nhiều hoạt động xúc tiến thương mại.

Bảng 2.6. Thực trạng tiêu thụ sản phẩm của chủ thể OCOP

	Thực phẩm	Đồ uống	Thảo dược	Lưu niệm-nội thất-trang trí	Trung bình
1. Thị trường phân phối (%)					
- Trong huyện	3,57	-	-	-	0,89
- Trong tỉnh	7,14	20	-	20	11,79
- Trong nước	75	80	66,67	80	75,4
- Quốc tế	21,43	-	33,33	-	13,69
2. Hoạt động xúc tiến thương mại (%)					
- Hội chợ nông sản	60,71	100	66,67	-	56,85
- Tham gia một số hoạt động quảng bá	71,43	100	33,33	100	76,19
- Tham gia XTTM trong tỉnh	50	50	66,67	66,67	58,34
- Tham gia XTTM ngoài tỉnh	53,57	50	66,67	-	42,56
- Tham gia XTTM quốc tế	17,86	-	33,33	-	12,8
3. Hợp đồng với người mua và người bán					
- HĐ miệng	60,71	80	-	90	57,68
- HĐ ngắn hạn	21,43	20	66,67	10	29,53
- HĐ dài hạn	32,14	-	33,33	-	16,37

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2021

2.2.3. Phân tích thực trạng các nguồn cung thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn tỉnh Hưng Yên.

2.2.3.1. Các chủ thể đóng vai trò là nguồn cung thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp và nông thôn

- Các cơ sở giáo dục đại học
- Viện nghiên cứu, trung tâm
- Doanh nghiệp KH&CN

2.2.3.2. Nhân lực KH&CN

Bảng 2.7. Năng lực KH&CN của nhân lực được khảo sát

Ngành đào tạo	Trình độ chuyên môn		Số lượng bài báo đã công bố	Số lượng đề tài tham gia/chủ trì	Số lượng văn bằng bảo hộ SHTT	Số giải thưởng
	SL (người)	Tỷ lệ (%)				
Trồng trọt và BVTV	17	21,25	0	5	0	0
Chăn nuôi, thú y	7	8,75	0	0	0	0
Công nghệ RHQ và cảnh quan	2	2,5	0	1	0	0
Công nghệ sinh học	1	1,25	0	1	0	0
Công nghệ bảo quản, chế biến và công nghệ thực phẩm	0	0	0	0	0	0
Khoa học đất	4	5	0	0	0	0
Khoa học cây trồng	2	2,5	0	0	0	0
Khoa học môi trường	2	2,5	0	2	0	0
Công nghệ hóa học	2	2,5	0	0	0	0
Thủy sản	0	0	0	0	0	0
Lâm nghiệp	0	0	0	0	0	0
Kinh tế, kế toán, QTKD	14	17,5	0	6	0	0
Kinh tế NN & PTNT, KN	13	16,25	0	2	0	0
Cơ khí nông nghiệp	2	2,5	0	0	0	0
Khác	14	17,5	0	1	0	0
Tổng	80	100	0	18	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

2.2.3.3. Thực trạng các nguồn cung thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp và nông thôn ở Hưng Yên thời gian qua

Mức độ cung ứng sản phẩm khoa học công nghệ được đánh giá theo nhóm sản phẩm OCOP, sản phẩm tiềm năng OCOP và theo yếu tố sản xuất. Trong đó, theo yếu tố sản xuất, kết quả phỏng vấn 06 Viện nghiên cứu, trung tâm, doanh nghiệp, tổ chức KH&CN và các cán bộ phụ trách KHKT ở các cơ quan nhà nước như: Chi cục PTNT

Hung Yên, Trung tâm Khuyến nông Hưng Yên, Phòng Nông nghiệp thuộc các huyện trên địa bàn tỉnh Hưng Yên, Sở KH&CN Hưng Yên, Trung tâm Thông tin, Thống kê, Ứng dụng Khoa học và Công nghệ, cán bộ trường ĐH SPKT Hưng Yên về mức độ cung ứng SP/DV KH-CN nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP được thể hiện ở bảng sau

Bảng 2.8. Đánh giá mức độ cung ứng SP/DV KH-CN của doanh nghiệp và tổ chức KH&CN, các trung tâm theo các yếu tố sản xuất nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

Yếu tố sản xuất	Hoàn toàn không cung ứng	Cung ứng rất ít	Cung ứng lượng vừa phải	Cung ứng nhiều	Cung ứng rất nhiều và chuyên sâu
Đất, giá thể	66,67	16,67	0,00	16,67	0,00
Chuồng trại	100	0	0	0	0
Ao nuôi	100	0	0	0	0
Giống	50,00	16,67	16,67	16,67	0
Phân bón	66,67	16,67	0,00	16,67	0
Thức ăn	100	0	0	0	0
Máy móc	100	0	0	0	0
Kỹ thuật chăm sóc	50,00	16,67	16,67	16,67	0
BVTV	50,00	33,33	0	16,67	0
Thu hoạch	50,00	33,33	16,67	0	0
Bảo quản	50,00	33,33	16,67	0	0
Môi trường	50,00	16,67	33,33	0	0
Hiệu quả kinh tế	33,33	50,00	0	16,67	0
Tiếp thị	33,33	50,00	0	16,67	0
Quản lý DN/tổ chức	33,33	50,00	0	16,67	0
NN Công nghệ cao, ứng dụng CNTT	16,67	66,67	0	16,67	0
Tái chế, nông nghiệp tuần hoàn	66,67	16,67	0	16,67	0
NN giá trị cao	33,33	33,33	16,67	16,67	0
Dịch vụ KH&CN	0	66,67	16,67	16,67	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Theo kết quả điều tra, một số yếu tố như chuồng trại, ao nuôi, thức ăn các Viện nghiên cứu, trung tâm, doanh nghiệp và tổ chức KH&CN hoàn toàn không cung ứng

bất cứ sản phẩm hay dịch vụ KH&CN nào. Nguyên nhân là do năng lực hạn chế, cung KHCN ở Hưng Yên chỉ tập trung vào một số lĩnh vực. Còn phần lớn để đáp ứng nhu cầu KHCN của các chủ thể Ocop, họ phải nhập từ bên ngoài tỉnh Hưng Yên và nước ngoài rất nhiều (máy móc, công nghệ, kĩ thuật...).

Bảng 2.9. Nguồn cung ứng sản phẩm, dịch vụ KH&CN

DVT: %

Loại sản phẩm, dịch vụ KH&CN	Xuất xứ		Chất lượng			Giá cả		
	Trong tỉnh	Ngoài tỉnh	Tốt	Bình thường	Kém	Cao	Trung bình	Thấp
Đất, giống, phân bón, chuồng trại, thức ăn...	71,1	28,9	33,1	64,4	2,5	13,7	54,6	31,7
Máy móc/thiết bị	12,7	87,3	43,0	51,9	5,2	59,0	39,9	1,1
Kỹ thuật chăm sóc, BVTV, thu hoạch, bảo quản chế biến	85,4	14,6	20,6	74,3	5,1	-	-	-
Môi trường	79,6	20,4	4,6	82,2	13,2	54,9	37,2	7,9
Hiệu quả kinh tế	-	-	-	-	-	-	-	-
Tiếp thị bán hàng	-	-	-	-	-	-	-	-
Quản lý doanh nghiệp/tổ chức	-	-	-	-	-	-	-	-
Công nghệ thông tin	39,6	60,4	31,6	60,4	8,0	53,6	41,6	4,8
Đào tạo/tập huấn về KH&CN	95,2	4,8	71,6	27,8	0,6	-	-	-
Chuyên gia tư vấn	33,1	66,9	14,3	81,1	4,6	-	-	-
Đổi mới công nghệ	13,7	86,3	53,3	37,2	9,5	61,9	35,7	2,5
Hợp đồng chuyển giao công nghệ, nông nghiệp công nghệ cao, quy trình công nghệ, giải pháp trọn gói	10,4	89,6	49,1	50,1	0,7	54,8	37,3	7,9

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Kết quả khảo sát cho thấy, các sản phẩm, dịch vụ KH&CN như máy móc thiết bị, công nghệ thông tin, chuyên gia tư vấn, đổi mới công nghệ, và hợp đồng chuyển giao công nghệ, nông nghiệp công nghệ cao, quy trình công nghệ, giải pháp trọn gói phần lớn được cung ứng bởi các tổ chức, doanh nghiệp ngoài tỉnh, với khoảng 70-80% ý kiến đánh giá. Đặc biệt, các loại máy móc, thiết bị phần lớn được nhập thị trường nước ngoài như Trung Quốc.

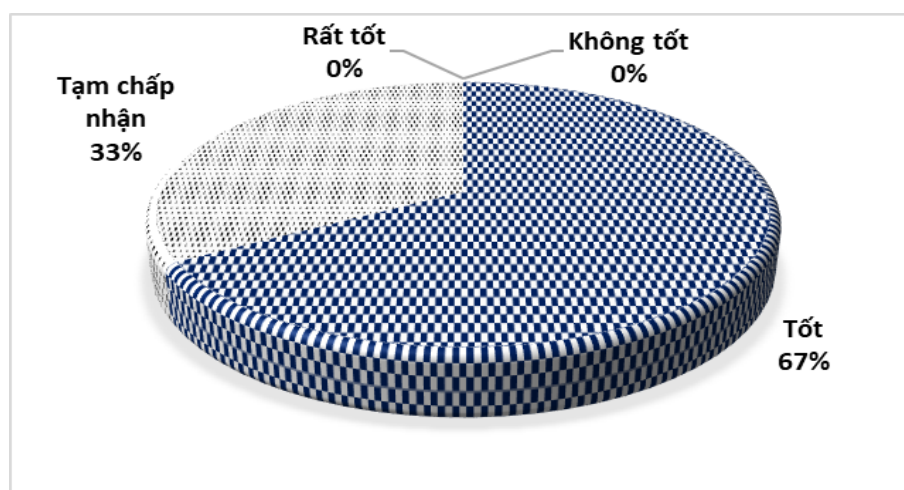
2.2.3.4. Thực trạng các trung gian trên thị trường KH&CN trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn ở Hưng Yên

Hiện nay ở Hưng Yên, chưa có tổ chức nào đủ điều kiện trở thành tổ chức trung gian của thị trường KH&CN trên địa bàn tỉnh. Đến năm 2020, Sở Khoa học và Công nghệ đã cấp Giấy chứng nhận doanh nghiệp KH&CN cho 07 doanh nghiệp, 11 tổ chức khoa học và công nghệ. Các tổ chức, doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ, kết quả nghiên cứu vào hoạt động sản xuất, kinh doanh theo lĩnh vực đăng ký.

2.2.4. Phân tích nhu cầu thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP tỉnh Hưng Yên.

2.2.4.1. Nhu cầu từ các doanh nghiệp trên địa bàn

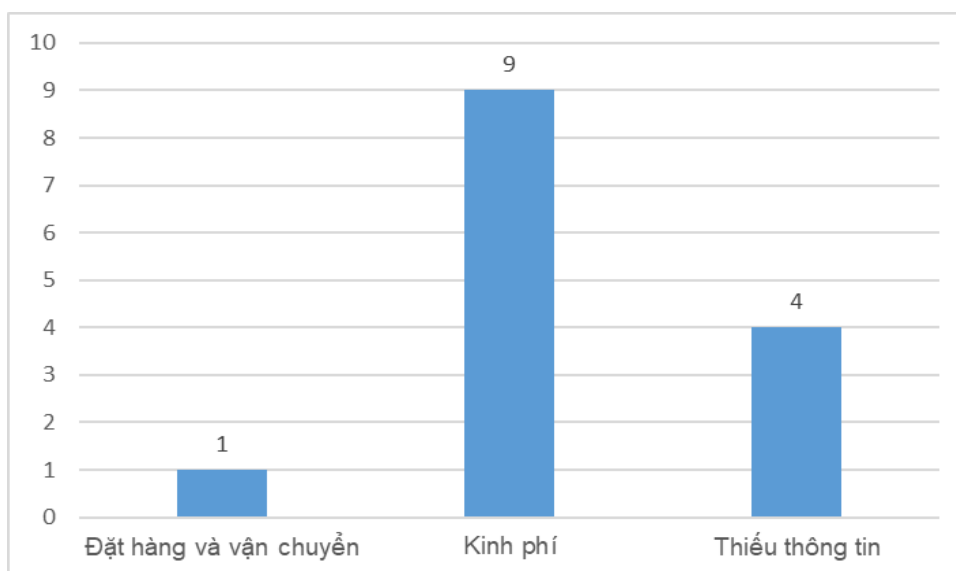
Thực trạng chất lượng máy móc, thiết bị mà DN đã mua được mô tả trong Biểu đồ 2.3. Nói chung, các máy móc thiết bị được đánh giá là tốt và tạm chấp nhận được với tỷ lệ lần lượt là 66,67% và 33,33%.



Biểu đồ 2.3. Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ KH&CN mà DN đã mua

(Nguồn: số liệu điều tra)

Trong quá trình mua sắm trang bị máy móc thiết bị, các DN cũng gặp phải không ít những khó khăn (Biểu đồ 2.3), trong đó khó khăn lớn nhất là thiếu vốn (100%), tiếp đó là thiếu thông tin (44,44%); ngoài ra một số DN cho rằng vì nhu cầu về các sản phẩm KH-CN khá lớn nên thời gian đặt hàng và vận chuyển khá dài, làm ảnh hưởng tới tiến độ sản xuất.



Biểu đồ 2.4. Khó khăn khi mua sản phẩm dịch vụ KH-CN của các DN

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Kết quả đánh giá nhu cầu sản phẩm KH-CN về các yếu tố sản xuất được trình bày trong Bảng 2.10. Theo đó, các nhóm yếu tố có nhu cầu KH-CN tương đối lớn bao gồm: đất giá thể, máy móc thiết bị, kỹ thuật chăm sóc, bảo quản, môi trường, tiếp thị, quản lý DN, nông nghiệp giá trị cao, nông nghiệp công nghệ cao và dịch vụ KH-CN. Các yếu tố sản xuất có nhu cầu khoa học công nghệ thấp như Chuồng trại, ao nuôi, giống, phân bón, thức ăn, BVTV, thu hoạch. Đây là các yếu tố về cơ bản đã đáp ứng được yêu cầu chất lượng cho hoạt động sản xuất kinh doanh nên nhu cầu cải thiện hàm lượng KH-CN trong các yếu tố này không nhiều.

Bảng 2.10. Đánh giá về Nhu cầu sản phẩm KH-CN của các DN

ĐVT: %

Yếu tố sản xuất	Không có nhu cầu	Nhu cầu ít	Nhu cầu vừa phải	Nhu cầu nhiều	Nhu cầu rất nhiều và chuyên sâu
Đất, giá thể	11,11	11,11	66,67	11,11	0
Chuồng trại	11,11	88,89	0	0	0
Ao nuôi	100	0	0	0	0
Giống	22,22	22,22	22,22	11,11	11,11
Phân bón	44,44	33,33	11,11	11,11	0
Thức ăn	66,67	11,11	11,11	11,11	0
Máy móc	0	0	55,56	11,11	33,33
Kỹ thuật sản xuất, chế biến.	11,11	11,11	33,34	22,22	22,22
BVTV	66,67	0	22,22	11,11	
Thu hoạch	44,44	55,56	0	0	0
Bảo quản	0	0	11,11	44,45	44,44
Môi trường	0	0	22,22	44,44	33,34
Tiếp thị	0	0	33,33	55,56	11,11
Quản lý DN	0	11,11	44,44	22,22	22,22
NN Công nghệ cao	0	11,11	44,44	22,22	22,22
Tái chế	44,44	11,11	33,33	11,11	0
NN giá trị cao	33,33	0	33,33	22,22	11,11
Dịch vụ KH-CN	0	0	22,22	66,67	11,11

(Nguồn: số liệu điều tra)

2.2.4.2. Nhu cầu từ các HTX

Kết quả phỏng vấn các HTX về nhu cầu KH-CN áp dụng vào sản xuất kinh doanh được trình bày trong bảng 2.11. Theo đó, các HTX ở Hưng Yên có nhu cầu cao về tiếp thị và quang quảng bá sản phẩm (97,67%) và khoa học quản lý (72,09%). Hầu hết các HTX đề gặp khó khăn trong việc tiếp thị và bán hàng, xây dựng thương hiệu do hạn chế trình độ, năng lực thị trường của người quản lý.

Bảng 2.11. Nhu cầu về sản phẩm KHCN của các HTX trên địa bàn tỉnh Hưng Yên theo lĩnh vực KD

Lĩnh vực	N	Máy móc	Kỹ thuật SX, chế biến	Kỹ thuật bảo quản	Quản lý	Quảng bá tiếp thị
Đồ uống	1	1	1	1	0	1
Thảo dược	0	0	0	0	0	0
Thủ công mỹ nghệ, trang trí	5	3	4	0	3	5
Thực phẩm	37	21	19	32	28	36
Tổng	43	25	24	33	31	42
%	100,00	58,14	55,81	76,74	72,09	97,67

(Nguồn: Kết quả điều tra)

Để có thể phát triển sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh doanh thì các HTX cho rằng nhu cầu hỗ trợ nâng cao trình độ quản lý, năng lực tiếp cận thị trường và bán hàng là rất quan trọng và cấp thiết trong những năm gần đây. Tiếp theo là kỹ thuật bảo quản (76,74%), đặc biệt đối với các HTX thực phẩm, kỹ thuật bảo quản đóng vai trò rất quan trọng mà các HTX đang thiếu và cần được bổ sung nhằm giữ được các sản phẩm sau thu hoạch có chất lượng tốt và mẫu mã đẹp. Nhóm nhu cầu về máy móc (58,14%), kỹ thuật sản xuất, chế biến (55,81%) cũng là nhóm có nhu cầu tương đối cao của các HTX tham gia khảo sát. Với đặc thù phần lớn HTX ở Hưng Yên là chế biến nông sản như nhãn, nghệ, chè sen, cam..., nên nhu cầu rất lớn về các máy móc như lò sấy, kho lạnh. Thực trạng chất lượng máy móc, thiết bị mà HTX đã mua được mô tả trong bảng 2.12. Nói chung, các máy móc thiết bị được đánh giá tốt và tạm chấp nhận được với tỷ lệ lần lượt là 23,26% và 53,49%. Từ đó có thể thấy phần lớn sản phẩm dịch vụ KHCN mà HTX mua có chất lượng ở mức chấp nhận được, đáp ứng phần nào nhu cầu thực tế tại các HTX.

Bảng 2.12. Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ KHCN mà HTX đã mua (n= 43)

Mức chất lượng	Số lượng	Tỷ lệ
Rất tốt	6	13,95
Tốt	10	23,26
Tạm chấp nhận	23	53,49
Không tốt	4	9,30

(Nguồn: số liệu điều tra)

Bảng 2.13. Khó khăn khi mua sản phẩm dịch vụ KHCN của các HTX (n=43)

Các khó khăn	Số lượng	Tỷ lệ %
Kinh phí	39	90,70
Thiếu thông tin	20	46,51
Chưa có nhiều kinh nghiệm	5	11,63
Quy mô còn nhỏ	12	27,91

(Nguồn: số liệu điều tra)

Bảng 2.14. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các HTX (n=43)

ĐVT: %

Yếu tố sản xuất	Không có nhu cầu	Nhu cầu ít	Nhu cầu vừa phải	Nhu cầu nhiều	Nhu cầu rất nhiều và chuyên sâu
Đất, giá thể	85,37	9,76	4,88	0,00	0,00
Chuồng trại	68,29	12,20	9,76	9,76	0,00
Ao nuôi	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Giống	12,20	24,39	21,95	39,02	2,44
Phân bón	14,63	24,39	24,39	36,59	0,00
Thức ăn	60,98	14,63	14,63	9,76	0,00
Máy móc	9,76	14,63	14,63	56,10	4,88
Kỹ thuật sản xuất, chế biến	12,20	21,95	21,95	39,02	4,88
BVTV	14,63	24,39	21,95	39,02	0,00
Thu hoạch	14,63	39,02	24,39	21,95	0,00
Bảo quản	7,32	39,02	31,71	21,95	0,00
Môi trường	21,95	39,02	26,83	12,20	0,00
Tiếp thị	0,00	4,88	29,27	65,85	0,00
Quản lý HTX	0,00	4,88	43,90	51,22	0,00
NN Công nghệ cao	0,00	4,88	46,34	48,78	0,00
Tái chế	21,95	39,02	26,83	12,20	0,00
NN giá trị cao	0,00	4,88	46,34	48,78	0,00

(Nguồn: số liệu điều tra)

2.2.4.3. Nhu cầu từ các hộ kinh doanh cá thể

Hộ kinh doanh cá thể gồm 2 nhóm là hộ kinh doanh và hộ sản xuất.

Bảng 2.15. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các hộ kinh doanh (n=98)

DVT: %

Yếu tố sản xuất	Không có nhu cầu	Nhu cầu ít	Nhu cầu vừa phải	Nhu cầu nhiều	Nhu cầu rất nhiều và chuyên sâu
Đất, giá thể	71,43	11,22	11,22	6,12	0,00
Chuồng trại	57,14	20,41	14,29	8,16	0,00
Ao nuôi	85,71	14,29	0,00	0,00	0,00
Giống	55,10	20,41	15,31	7,14	2,04
Phân bón	40,82	21,43	25,51	12,24	0,00
Thức ăn	54,08	18,37	19,39	8,16	0,00
Máy móc	8,16	12,24	22,45	54,08	3,06
Kỹ thuật SX, chế biến	38,78	32,65	16,33	7,14	5,10
BVTV	12,24	20,41	32,65	34,69	0,00
Thu hoạch	33,67	34,69	16,33	15,31	0,00
Bảo quản	6,12	18,37	34,69	40,82	0,00
Môi trường	28,57	10,20	21,43	39,80	0,00
Tiếp thị	0,00	4,08	26,53	69,39	0,00
Quản lý nông hộ và trang trại	15,31	20,41	55,10	7,14	0,00
NN Công nghệ cao	0,00	4,08	40,82	51,02	4,08
Tái chế	18,37	43,88	27,55	10,20	0,00
NN giá trị cao	0,00	4,08	44,90	51,02	0,00

(Nguồn: số liệu điều tra)

Đối với các hộ có hoạt động chế biến có nhu cầu KH-CN tương đối nhiều bao gồm: máy móc, bảo quản, môi trường, tiếp thị. Phần lớn các hộ có nhu cầu nhiều về máy móc (54,08%), do hạn chế về nguồn vốn và cơ sở kinh doanh có quy mô nhỏ, chủ yếu sử dụng lao động gia đình. Các máy móc mà hộ có nhu cầu là máy sấy, máy đóng gói, máy dán tem... Bảo quản nông sản thực phẩm cũng là một trong những vấn đề mà

các hộ đặc biệt quan tâm, mong muốn áp dụng tiến bộ khoa học để kéo dài thời gian bảo quản sản phẩm như kho lạnh, kho bảo quản...

Bảng 2.16. Đánh giá về nhu cầu sản phẩm KH-CN của các hộ nông dân sản xuất (n=660)

Yếu tố sản xuất	Không có nhu cầu	Nhu cầu ít	Nhu cầu vừa phải	Nhu cầu nhiều	Nhu cầu rất nhiều và chuyên sâu
Đất, giá thể	10,61	13,18	65,30	10,91	0,00
Chuồng trại	21,67	57,88	13,33	8,48	0,00
Ao nuôi	79,39	18,48	2,12	0,00	0,00
Giống	10,00	19,70	25,30	42,88	2,12
Phân bón	12,12	20,76	25,30	41,82	0,00
Thức ăn	55,61	17,58	18,94	7,88	0,00
Máy móc	7,88	11,21	22,12	55,61	3,18
Kỹ thuật sản xuất, chế biến	10,00	17,58	32,73	34,39	5,30
BVTV	12,12	19,70	32,73	34,85	0,61
Thu hoạch	12,12	32,42	32,73	22,73	0,00
Bảo quản	5,76	32,42	36,67	24,24	0,91
Môi trường	29,09	39,85	21,06	10,00	0,00
Tiếp thị	0,15	2,73	26,36	70,76	0,00
Quản lý nông hộ và trang trại	25,30	41,82	20,76	12,12	0,00
NN Công nghệ cao	1,21	2,12	41,21	51,21	4,24
Tái chế	18,48	44,09	27,42	10,00	0,00
NN giá trị cao	0,76	2,73	44,85	50,76	0,91

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Đối với các hộ sản xuất, có nhu cầu cao nhất là về tiếp thị sản phẩm, việc ứng dụng KHKT trong tiếp cận thông tin thị trường và bán sản phẩm là nhu cầu rất lớn của bà con. Kê tiếp là nhu cầu về máy móc phục vụ sản xuất nhằm tăng năng suất lao động và tăng chất lượng sản phẩm.

2.2.4.5. Phân tích thực trạng nhu cầu KH&CN cho nâng hạng sản phẩm OCOP

Bảng 2.17. Phân hạng sản phẩm theo loại hình sản xuất – kinh doanh

Phân loại	DN	HTX	HKD
3 sao	16,67	61,11	20
4 sao	83,33	38,89	80
Tổng	100	100	100

Nguồn: tổng hợp từ tài liệu

Kết quả chấm điểm sản phẩm OCOP cho thấy, điểm bình quân tiêu chí sức mạnh cộng đồng (24,48/35) và chất lượng sản phẩm (29,68/40) tương đối cao, trong khi đó điểm về khả năng tiếp thị (14,24/25) là khá thấp. Điều này cho thấy các sản phẩm về cơ bản đã đáp ứng được tiêu chí về tổ chức sản xuất, phát triển sản phẩm, sức mạnh cộng đồng và chất lượng sản phẩm tốt.

Bảng 2.18. Phân hạng sản phẩm theo các tiêu chí đánh giá sản phẩm

Phân loại	Sức mạnh cộng đồng	Khả năng tiếp thị	Chất lượng sản phẩm
3 sao	21,90	10,58	24,98
4 sao	26,00	16,44	32,63
Trung bình	24,48	14,24	29,68

Nguồn: tổng hợp từ tài liệu

Bảng 2.18 là kết quả thống kê các nhóm sản phẩm với các tiêu chí phân hạng sản phẩm. Kết quả đánh giá cho thấy ở tiêu chí về sức mạnh cộng đồng, nhóm thực phẩm và nhóm đồ thủ công mỹ nghệ có điểm cao hơn so với 2 nhóm còn lại, với khả năng tiếp thị thì nhóm thủ công mỹ nghệ có điểm số cao hơn do phần nhiều có yếu tố làng nghề. Về tiêu chí chất lượng sản phẩm thì nhóm thực phẩm đang có ưu thế với điểm trung bình là 32 điểm. Do đó, để thăng hạng sản phẩm, việc đưa các sản phẩm vào chế biến sâu sẽ giúp nâng cao điểm chất lượng sản phẩm.

Bảng 2.19. Mức độ chế biến và các tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP

Nhóm sản phẩm	Sức mạnh cộng đồng	Khả năng tiếp thị	Chất lượng sản phẩm
Thảo dược	23,79	13,59	27,99
Thực phẩm	25,44	12,61	32,08
Thủ công mỹ nghệ	25,00	15,17	27,61
Đồ uống	23,00	12,00	27,00

Nguồn: tổng hợp từ tài liệu

Mối quan hệ giữa loại hình kinh doanh với các tiêu chí thăng hạng sản phẩm OCOP được trình bày trong bảng 2.19. Kết quả cho thấy về cơ bản các DN có điểm của cả 3 tiêu chí cao nhất, tiếp đến là HKD và thấp nhất là HTX. Điểm sức mạnh cộng đồng của 3 loại hình kinh doanh trên ít có sự khác biệt, tuy nhiên trong tiêu chí khả năng tiếp thị và chất lượng sản phẩm thì có sự chênh lệch rất lớn giữa HTX với các loại hình còn lại. Điều này cho thấy rằng, để nâng hạng của các sản phẩm OCOP, các HTX cần cải thiện các yếu tố liên quan đến tiếp thị và nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng các tiêu chí đánh giá OCOP.

Bảng 2.20. Loại hình KD và các tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP

Loại hình KD	Sức mạnh cộng đồng	Khả năng tiếp thị	Chất lượng sản phẩm
DN	27,17	17,33	34,17
HTX	23,43	12,61	27,61
HKD	25,00	16,40	31,76

Nguồn: tổng hợp từ tài liệu

a. Phân tích nhu cầu chung về KHCN theo tiêu chí phân hạng sản phẩm OCOP

Phần A: Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng

Tiêu chí sức mạnh cộng đồng là 1 trong 3 tiêu chí đánh giá phân hạng OCOP với số điểm tối đa là 40, bao gồm các tiêu chí nhỏ hơn như (i) tổ chức sản xuất (Nguồn nguyên liệu, giá trị gia tăng, Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối, Liên kết sản xuất, Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất, Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX); (ii) Phát triển sản phẩm (Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm, Tính hoàn thiện của bao bì, Phong cách, hình thức của bao bì); (iii) Sức mạnh cộng đồng (Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh, Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành, Sử dụng lao động địa phương, Tăng trưởng sản xuất kinh doanh, Kế toán

Phần B: Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị

Khả năng tiếp thị là tiêu chí thứ 2 trong đánh giá phân hạng OCOP với số điểm tối đa là 25. Để đánh giá khả năng tiếp thị, có các tiêu chí nhỏ như: (i) Tiếp thị (Khu vực phân phối chính, Tổ chức phân phối, Quảng bá sản phẩm); (ii) Câu chuyện về sản phẩm (Câu chuyện về sản phẩm, Trí tuệ/bản sắc địa phương, Cấu trúc câu chuyện).

Điểm bình quân của các sản phẩm OCOP ở địa phương là 14,24 điểm, còn khá thấp so với số điểm tối đa. Sản phẩm tươi có điểm khả năng tiếp thị thấp hơn nhiều so với sản phẩm đã qua chế biến. Doanh nghiệp có điểm khả năng tiếp thị cao nhất, tiếp đến là HKD và thấp nhất là các HTX.

Phần C: Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm

Theo kết quả đánh giá, điểm bình quân chất lượng sản phẩm OCOP là 29,68 điểm trên tổng số 40 điểm, như vậy có thể thấy là chất lượng sản phẩm nói chung là tốt. Tuy nhiên những sản phẩm 3 sao cần phải nâng cao hơn nữa chất lượng sản phẩm do điểm của những sản phẩm này thấp hơn nhiều so với mức điểm bình quân chung. Các sản phẩm chế biến có điểm chất lượng sản phẩm cao hơn so với các sản phẩm tươi. Các HTX cần phải tập trung hơn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm do điểm tiêu chí này của các HTX thấp so với điểm trung bình.

b Nhu cầu KH&CN nâng hạng sản phẩm OCOP giữa các nhóm chủ thể OCOP có sản phẩm OCOP tiềm năng, 3 sao, 4 sao

Bảng 2.21. Nhu cầu KH&CN nâng hạng sản phẩm OCOP giữa các nhóm chủ thể

Hạng OCOP	Số lượng	Máy móc	Kỹ thuật SX, chế biến	Kỹ thuật bảo quản	Quản lý	Quảng bá tiếp thị
Tiềm năng	106	55	52	73	60	88
3 sao	34	58.1	56	77	65	90
4 sao	10	61	58	79	72	92
		58.03	55.33	76.33	65.67	90.00

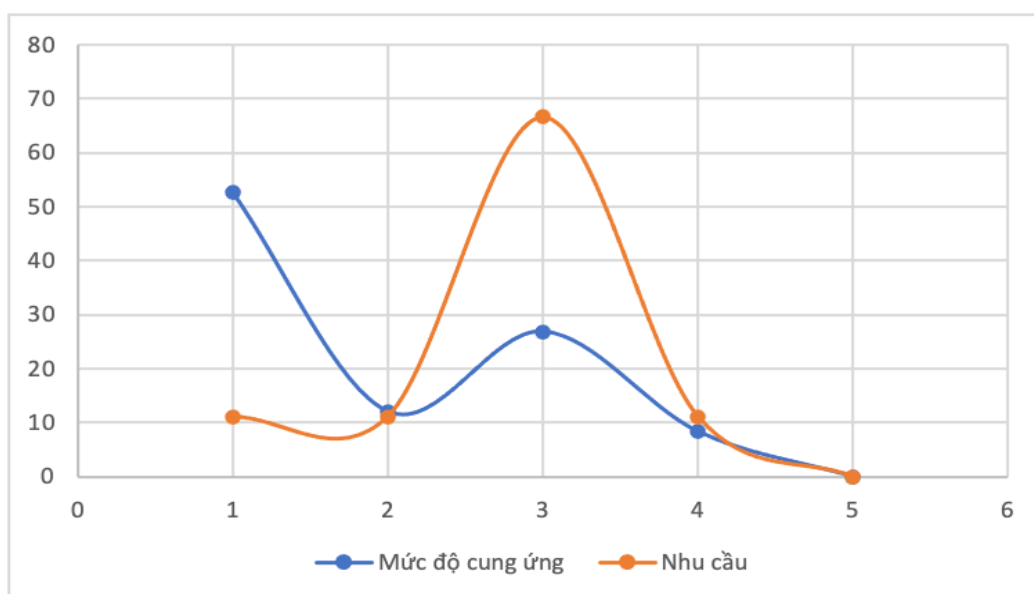
Nguồn: Tổng hợp từ tài liệu

Theo như kết quả điều tra (bảng 2.21) về các sản phẩm có tiềm năng tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, nhu cầu về quảng bá tiếp thị nhìn chung vẫn là cao nhất, sau là đến nhu cầu về kỹ thuật bảo quản. Đây cũng là điểm yếu của hầu hết các chủ thể là hộ hay HTX. Khi mà mô hình kinh doanh với quy mô nhỏ. Chủ yếu sản xuất theo thủ công, kinh nghiệm, chưa áp dụng kỹ thuật vào để nâng cao được chất lượng sản phẩm. Tương tự như vậy với các nhóm sản phẩm 3 sao và 4 sao, nhu cầu về quảng bá và tiếp thị vẫn là yếu tố cần được cải thiện nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP. Để sản phẩm được đến với các hệ thống phân phối, đi xa hơn thậm chí xuất khẩu để đạt được chứng nhận tối đa là 5 sao. Nhu cầu về việc nhận chuyển giao khoa học kỹ thuật cũng là điều cần thiết nâng cao tính

thẩm mỹ, bao bì tiện lợi, mẫu mã, tính cảm quan của sản phẩm và chất lượng bên trong của sản phẩm. Ngoài ra với các chủ thể có 4 sao thường là các doanh nghiệp, thường họ có cơ sở sản xuất tương đối tốt, tuy nhiên khoa học quản lý là nội dung họ cần được cải thiện giúp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

2.2.5. Đánh giá thực trạng kết nối cung cầu về yếu tố sản xuất trong ứng dụng KH&CN lĩnh vực nông nghiệp và nông thôn nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

2.2.5.1. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố đất, giá thể nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

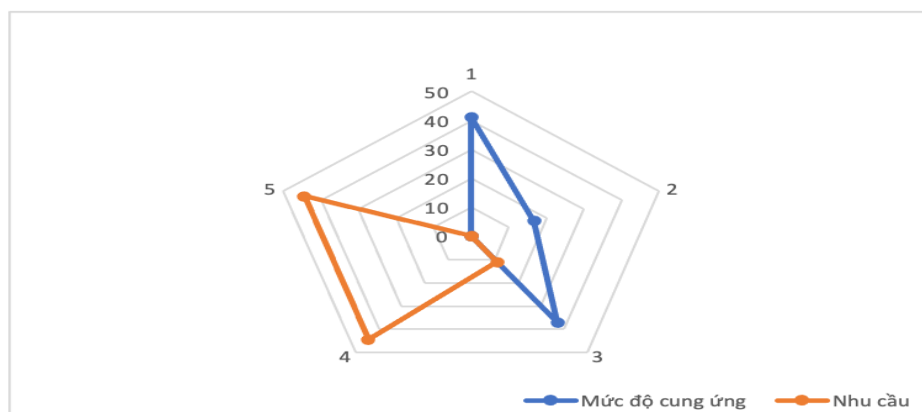


Biểu đồ 2.5. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN theo yếu tố đất, giá thể

Hiện nay một số doanh nghiệp, HTX, người dân đã từng bước thay đổi tập quán canh tác tiếp thu được nhiều kỹ thuật sản phẩm mới, áp dụng phương pháp trồng thủy canh và giá thể là nguyên liệu thay thế hoàn toàn cho đất. Hiện tại về công nghệ giá thể gồm xốp đang được ứng dụng trồng rau, hoa và cây trang trí nội thất đem lại giá trị cao phục vụ tiêu dùng trong nước. Bên cạnh đó, các hộ nông dân được tập huấn và cung cấp tài liệu về trồng thủy canh, trồng cây trên các giá thể (canh tác không dùng đất), canh tác trong nhà kính, nhà lưới; sử dụng hệ thống tưới tiết kiệm, tưới phun sương, tưới nhỏ giọt, tưới bán thấm trong trồng hoa cao cấp như Lan, Ly, và loại rau sạch; tuy nhiên qua kết quả khảo sát (biểu đồ 2.5) cho thấy cung thị trường KH&CN chưa đáp ứng được nhu cầu KH&CN về đất, giá thể của doanh nghiệp, HTX và người dân.

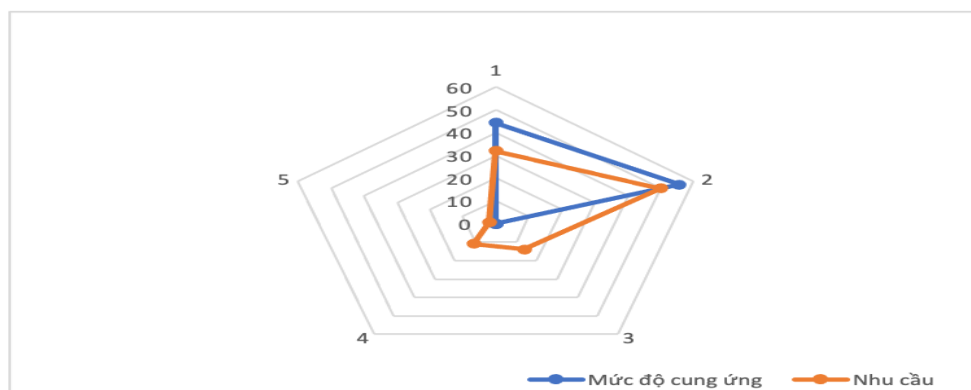
2.2.5.2. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố bảo quản nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

Qua kết quả khảo sát cho thấy cung về KH-CN về yếu tố bảo quản cho thấy cung đáp ứng ở mức vừa phải cầu thị trường KHCN. Hiện tại trên địa bàn tỉnh có nhiều ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong nhân rộng mô hình bảo quản quả và kéo dài thời gian chín trên cây bằng chế phẩm sinh học ở các trang trại trồng cây ăn quả. Kết quả đạt được là các chỉ tiêu về trọng lượng quả, tỷ lệ phân ăn được, độ đường tổng số (Brix), mùi hương, vị quả đều cao hơn, đặc biệt là ở cây nhãn.



Biểu đồ 2.6. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố bảo quản

2.2.5.3 Đánh giá thực trạng kết nối cung cầu thị trường KHCN theo thu hoạch

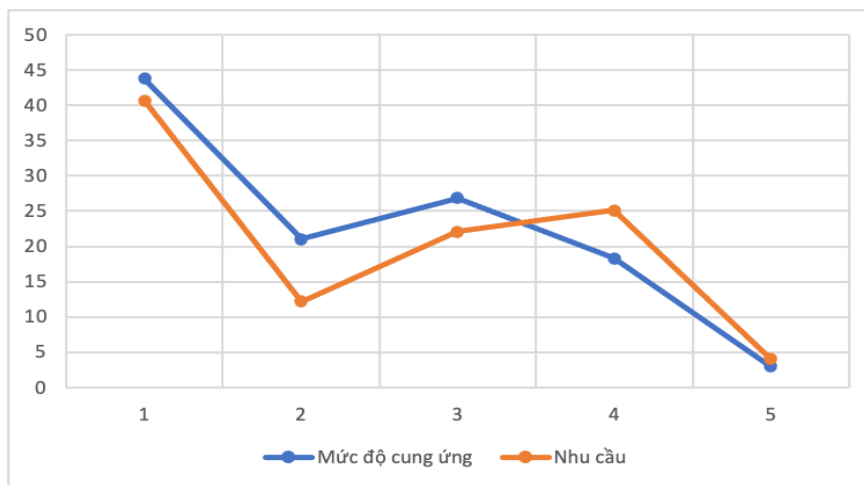


Biểu đồ 2.7. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố thu hoạch

Theo kết quả biểu đồ 2.7 cho thấy nguồn cung về Công nghệ chế biến, yếu tố thu hoạch chưa thực sự phát triển kịp đáp ứng nhu cầu, phần lớn sản phẩm nông nghiệp sản xuất ra tiêu thụ tại chỗ dạng tươi và xuất khẩu chủ yếu dạng nguyên liệu thô. Do vậy, thị trường gặp khó khăn sẽ dẫn đến nguy cơ sản phẩm hư hỏng, tổn thất, kinh doanh thua lỗ...

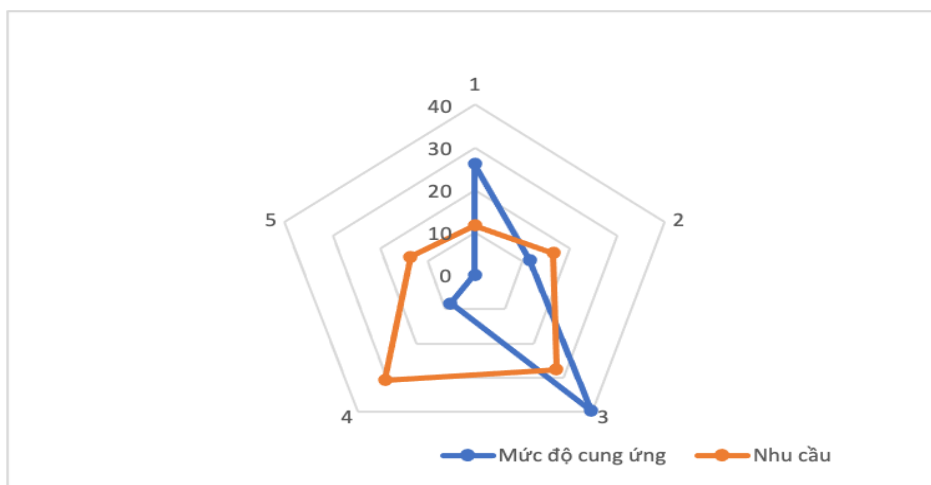
2.2.5.4. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố bảo vệ thực vật nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

Nhu cầu KHCN bảo vệ thực vật rất cần thiết giúp mở rộng và nâng cao hiệu quả đặc điểm chống chịu sâu bệnh cây trồng, nâng cao khả năng kháng sâu bệnh của cây trồng. Qua kết quả khảo sát biểu đồ 2.8 nhìn chung các hoạt động nghiên cứu chuyển giao công nghệ đã đáp ứng nhu cầu KHCN bảo vệ thực vật của các DN, HTX và người dân. Tuy nhiên nhu cầu HTX đang cao hơn so với cung, các chủ thể mong muốn được nâng cao hiểu biết về kỹ thuật, chuyển giao công nghệ xây dựng trên cơ sở triển bền vững công tác bảo vệ thực vật .



Biểu đồ 2.8. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố bảo vệ thực vật

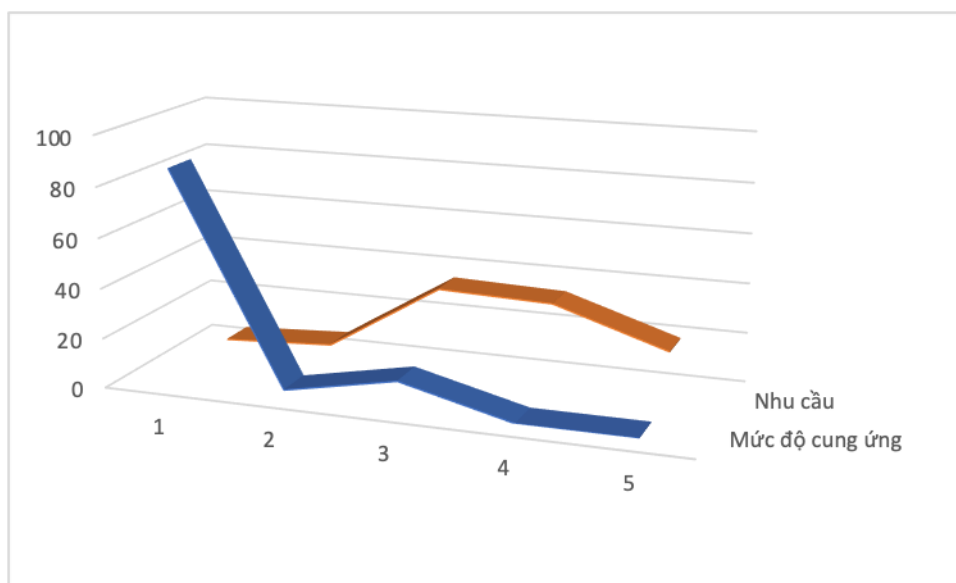
2.2.5.5. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố kỹ thuật chăm sóc nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP



Biểu đồ 2.9. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố kỹ thuật chăm sóc

Hiện tại cung đang đáp ứng ở mức vừa phải tuy nhiên cần đẩy mạnh cung KHCN về yếu tố kỹ thuật chăm sóc nhiều và chuyên sâu hơn, tăng cường sự liên kết giữa nhà khoa học, tổ chức nghiên cứu chuyển giao cho doanh nghiệp, HTX vừa là đơn vị ứng dụng KHCN vừa là đơn vị tiếp nhận sản phẩm đầu ra sản xuất, thông qua HTX và DN sẽ giúp chuyển giao công nghệ, hướng dẫn quy trình chăm sóc nhanh hơn để sản xuất kinh doanh có hiệu quả và sản phẩm đáp ứng tiêu chí nâng hạng sản phẩm OCOP.

2.2.5.6. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố máy móc nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP



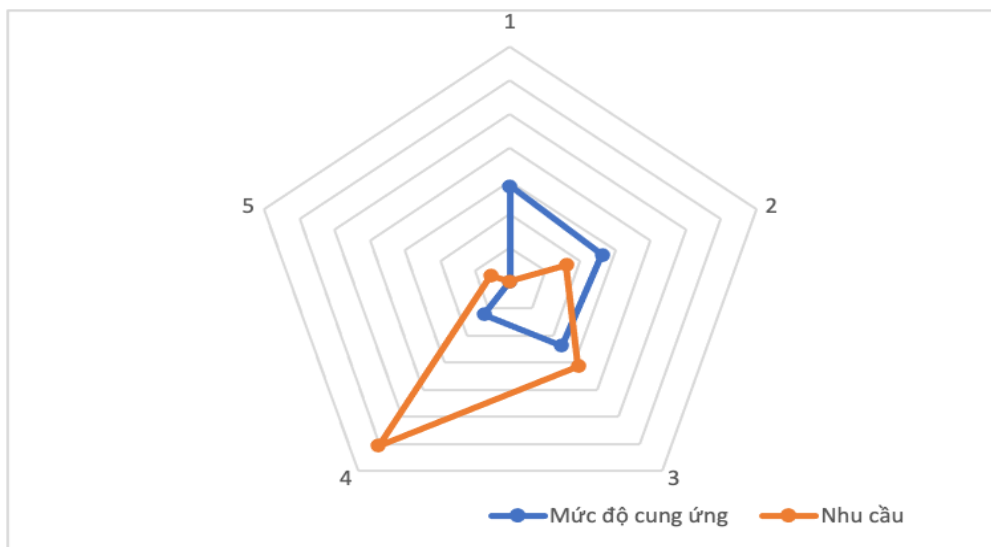
Biểu đồ 2.10. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về yếu tố máy móc

Theo kết quả biểu đồ 2.10 có thể nói cung KHCN về yếu tố máy móc đáp ứng vừa cho các DN, HTX và người dân. Nhờ ứng dụng KH-CN vào sản xuất và chế biến, áp dụng công nghệ mới, hiện đại vào sản xuất, đổi mới và vận hành hệ thống máy móc ở các khâu như máy xới đất, máy phun thuốc, máy cắt cành, máy cắt cỏ, máy thu hoạch, máy chế biến,.. giúp hiệu quả công việc cao.

2.2.5.7. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố tiếp thị nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP

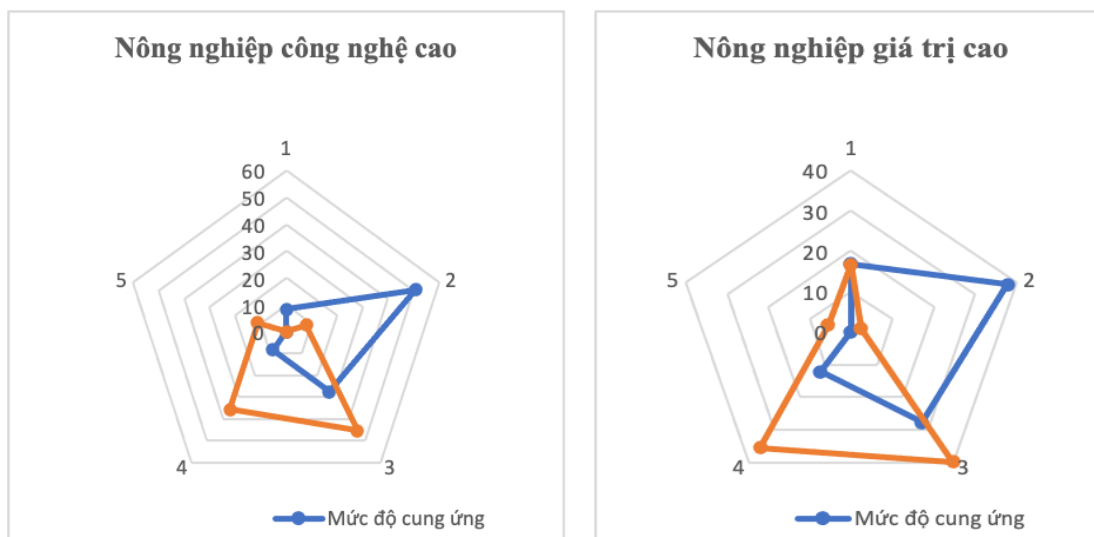
Theo biểu đồ 2.11 cho thấy đối với hoạt động tiếp thị và quản lý doanh nghiệp thì cung KHCN chưa đáp ứng đủ về cầu KHCN. Tuy nhiên việc tiếp cận công nghệ và cải tiến, áp dụng công nghệ còn yếu; việc phát triển với số lượng lớn và đưa sản phẩm ra thị trường còn hạn chế; tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại còn lúng túng,

chưa bố trí kinh phí để xây dựng các điểm bán hàng để quảng bá, giới thiệu tiêu thụ các sản phẩm làm ra cụ thể qua kết quả phân hạng sản phẩm OCOP cũng cho thấy về tiêu chí khả năng tiếp thị 14,24/25 cũng khá thấp.



Biểu đồ 2.11. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu KH-CN về tiếp thị

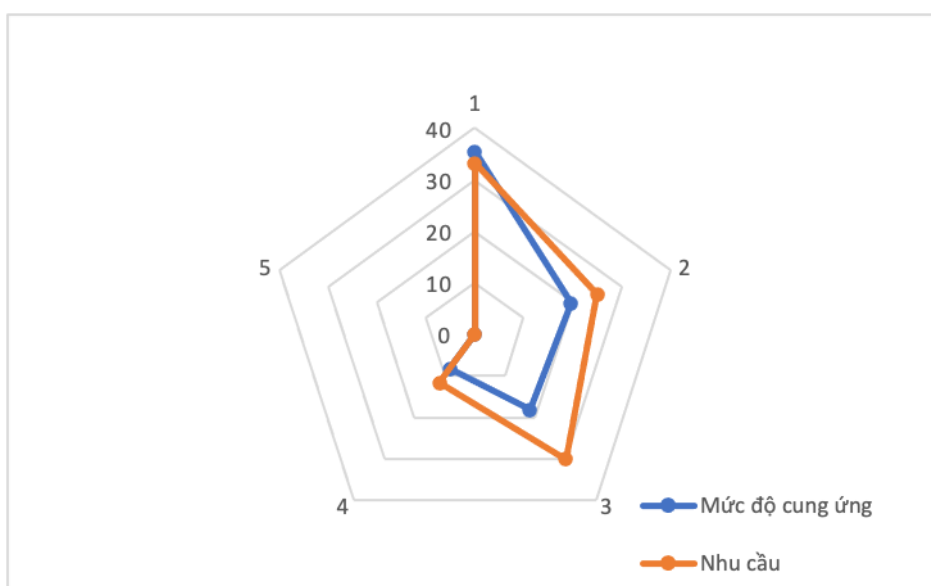
2.2.5.8. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp giá trị cao nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP



Biểu đồ 2.12. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về NN công nghệ cao, nông nghiệp giá trị cao

Qua kết quả biểu đồ 2.12 cho thấy yếu tố nông nghiệp công nghệ cao được các viện, trung tâm và tổ chức KH&CN quan tâm, chú ý và cung ứng ở mức độ khá cao, tuy nhiên mức độ này vẫn chưa đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp.

2.2.5.9. Thực trạng trong kết nối sản phẩm KH- CN theo yếu tố tái chế nông nghiệp tuần hoàn nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP



Biểu đồ 2.13. Đánh giá mức độ kết nối cung cầu thị trường KH-CN về tái chế, nông nghiệp tuần hoàn

Trên địa bàn tỉnh có nhiều đề tài dự án về tiến bộ khoa học về xử lý phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất thành giá trị hữu ích, tái sử dụng trong nông nghiệp, góp phần bảo vệ và tái sinh môi trường. Bên cạnh đó Tỉnh cũng ứng dụng nhiều mô hình tuần hoàn, mô hình sản xuất theo chuỗi khép kín khá hiệu quả. Theo kết quả biểu đồ 2.13 cho thấy hiện nay cung KH-CN về tái chế, nông nghiệp tuần hoàn đã đáp ứng cao hơn so với nhu cầu hiện tại.

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

2.3. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ NỘI SINH, NGOẠI SINH ẢNH HƯỞNG ĐẾN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HƯNG YÊN.

2.3.1. Thực trạng ảnh hưởng của các yếu tố nội sinh đến thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

Theo bảng 2.22, các yếu tố nội sinh có ảnh hưởng không nhỏ tới xếp hạng, nâng hạng sản phẩm OCOP. Các yếu tố được đánh giá ảnh hưởng, rất ảnh hưởng chiếm trên 60 % đối với tất cả các nhóm.

2.3.2. Thực trạng các yếu tố ngoại sinh ảnh hưởng đến thị trường KHCN nông nghiệp nông thôn phục vụ OCOP và nâng hạng OCOP ở Hưng Yên

Chi tiết hơn về đánh giá ảnh hưởng của một số yếu tố thể chế chính sách điển hình tới sức phát triển của thị trường KHCNNN được tổng hợp trong bảng 2.23. Theo đó có thể thấy rằng có một tỷ lệ áp đảo các chủ thể OCOP ở tất cả các nhóm sản phẩm lựa chọn đánh giá tầm quan trọng của các yếu tố thể chế chính sách ở mức độ "ảnh hưởng" và "rất ảnh hưởng". Cụ thể, ở tất cả các nhóm yếu tố môi trường thể chế, tỷ lệ lựa chọn mức độ đánh giá tầm quan trọng "bình thường" ở các chủ thể chỉ chiếm khoảng dưới 20%, còn lại có tới trên 80% các chủ thể lựa chọn mức độ "ảnh hưởng" và "rất ảnh hưởng", trong đó đáng chú ý nhất là ở nhóm thủ công mỹ nghệ khi ở nhóm này các chủ thể chọn mức độ đánh giá "rất ảnh hưởng" chiếm tỷ lệ cao hơn so với các nhóm còn lại, đặc biệt đối với yếu tố chính sách đất đai, huy động vốn, đào tạo, và quản lý khoa học công nghệ.

Bảng 2.22. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội sinh tới nâng hạng sản phẩm OCOP

Chỉ tiêu	Hợp tác xã (n=43)			Doanh nghiệp (9)			Hộ kinh doanh (n=98)			Hộ sản xuất (n=660)		
	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
Tài chính	27.91	34.88	37.21	22.22	33.33	44.45	24.49	56.12	19.39	15.15	57.58	27.27
Nguồn nhân lực	32.56	39.53	27.91	11.11	33.33	55.56	15.31	38.78	45.91	23.33	47.73	28.94
Cơ sở vật chất	58.14	23.26	18.6	11.11	44.44	44.45	20.41	51.02	28.57	32.58	43.79	23.63
Nguyên vật liệu	34.88	41.86	23.26	22.22	22.22	55.56	25.51	36.73	37.76	28.64	37.58	33.78

(Nguồn: Kết quả điều tra)

Bảng 2.23. Đánh giá của các chủ thể OCOP về ảnh hưởng các môi trường thể chế đến sự phát triển của thị trường khoa học công nghệ trong nông nghiệp (%)

Các chính sách thể chế	Hộ sản xuất (n=660)			Hộ kinh doanh (n = 98)			Hợp tác xã (n=43)			Doanh nghiệp (n=9)		
	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng	Bình thường	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
Chính sách đất đai	18,33	21,06	60,61	38,78	20,41	40,82	2,33	9,30	88,37	11,11	22,22	66,67
Chính sách về huy động vốn	9,09	27,27	63,64	8,16	20,41	71,43	4,65	11,63	83,72	11,11	11,11	77,78
Chính sách đào tạo, tập huấn nâng cao trình độ nhân lực	10,61	31,82	57,58	28,57	35,71	35,71	6,98	13,95	79,07	11,11	33,33	55,56
Chính sách kinh tế tập thể	24,24	30,30	45,45	23,47	35,71	40,82	4,65	4,65	90,70	11,11	33,33	55,56
Chính sách quản lý khoa học công nghệ	39,39	30,30	30,30	7,14	20,41	72,45	6,98	16,28	76,74	11,11	22,22	66,67
Chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo	25,76	36,36	37,88	18,55	18,18	63,27	11,63	18,60	69,77	22,22	22,22	55,56
Chính sách, chương trình phát triển sản phẩm OCOP	24,24	27,27	48,48	8,16	22,45	69,39	2,33	4,65	93,02	11,11	22,22	66,67

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra)

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH

3.1. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KH&CN LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN GẮN VỚI NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TỈNH HUNG YÊN.

Để thị trường khoa học và công nghệ phát triển, cần những giải pháp đồng bộ liên quan tới sản phẩm khoa học và công nghệ, cung cầu, các tổ chức trung gian và các yếu tố khác.

3.1.1. Đẩy mạnh đa dạng các sản phẩm khoa học và công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn.

- Các tổ chức cung ứng dịch vụ khoa học và công nghệ cần chủ động tiếp cận khách hàng, xác định nhu cầu của các doanh nghiệp nông nghiệp, các hợp tác xã, tổ nhóm hợp tác, hộ sản xuất..

- Đơn vị sản xuất chủ động tìm kiếm, đặt hàng các sản phẩm khoa học và công nghệ cần thiết, phục vụ phát triển sản xuất.

3.1.2. Tăng số lượng, nâng cao năng lực của các tổ chức cung ứng khoa học và công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn.

Các đơn vị cung ứng chủ động cải thiện năng lực của mình: nâng cao trình độ cán bộ nhân viên, đầu tư cơ sở vật chất, mở rộng quy mô.. Ưu tiên nguồn lực và có cơ chế đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng, hỗ trợ thương mại hóa kết quả nghiên cứu, tài sản trí tuệ đáp ứng nhu cầu cơ giới hóa, chế biến trong nông nghiệp.

3.1.3. Đẩy mạnh nhu cầu khoa học và công nghệ của các tổ chức, cá nhân

Các tổ chức như doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác tạo điều kiện cho người lao động, thành viên đào tạo nâng cao kỹ thuật, kỹ năng sử dụng vận hành công nghệ và làm chủ công nghệ trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp; cập nhật thông tin kiến thức về tiến bộ khoa học và công nghệ, kỹ năng thực hành ứng dụng công nghệ cao trong lĩnh vực nông nghiệp cho cán bộ quản lý khoa học và công nghệ, cán bộ nghiên

cứu, cán bộ kỹ thuật, nhân lực của doanh nghiệp, người quản lý, kỹ thuật viên hợp tác xã, tổ hợp tác.

3.1.4. Thành lập và phát triển tổ chức trung gian trên thị trường khoa học và công nghệ

Việc tích hợp, gắn kết sàn giao dịch công nghệ với các hoạt động tổ chức chợ công nghệ và thiết bị (Techmart) sẽ hạn chế được yếu điểm của Techmart khi chỉ được tổ chức trong thời gian ngắn, các hoạt động hỗ trợ, kết nối cung - cầu công nghệ sau sự kiện cũng như hằng ngày chưa được đẩy mạnh và chưa có kế hoạch dài hạn.

Mặc dù đã có sàn giao dịch tỉnh Hưng Yên nhưng quy mô về sản phẩm, nhà cung cấp còn hạn chế. Cần có những cải tiến để tăng cường hiệu quả hoạt động của sàn giao dịch này. Sàn giao dịch phải không ngừng nghiên cứu, ứng dụng công nghệ và cập nhật xu hướng mới nhất nhằm phát triển hệ thống, cải tiến các quy trình làm việc để gia tăng năng suất và hiệu quả công việc.

3.1.5. Các giải pháp khác

- Hoàn thiện môi trường pháp lý liên quan đến hoạt động ứng dụng và chuyển giao công nghệ

- Đẩy mạnh triển khai thương mại điện tử trong nông nghiệp; thực hiện chuyển đổi số mạnh mẽ trong công tác quản lý để có chính sách điều hành kịp thời trong phát triển nông nghiệp, cảnh báo thị trường, quản lý quy hoạch...

- Hình thành và phát triển các trung tâm dịch vụ cơ giới hóa, cung cấp máy móc, thiết bị nông nghiệp (cho thuê thiết bị, cung cấp dịch vụ phun thuốc, cày, xới...).

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả của hoạt động khuyến nông.

- Tiếp tục hoàn thiện thể chế đất đai. Thúc đẩy các hình thức hợp tác, liên kết ngang giữa các chủ thể để hình thành diện tích sản xuất tập trung.

- Thu hút các nguồn vốn tài trợ của các tổ chức trong và ngoài nước để phục vụ cho nghiên cứu, ứng dụng CNC trong sản xuất nông nghiệp.

- Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng xu hướng phát triển nông nghiệp CNC.

3.2. GIẢI PHÁP NÂNG HẠNG SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HUNG YÊN.

3.2.1 Về phía các chủ thể OCOP

Các chủ thể hợp OCOP cần có kế hoạch cụ thể trong phát triển yếu tố nội tại của bản thân để góp phần nâng hạng sản phẩm.

- **Về lao động:** Ban bản quản trị hợp tác xã, chủ hộ kinh doanh cần chủ động hơn trong tiếp cận kiến thức về quy trình sản xuất, thị trường, chủ động trong kế hoạch gắn sao và nâng sao cho sản phẩm, không ỷ lại vào sự hỗ trợ của cơ quan chính quyền.

- **Về vốn:** Chủ thể Ocop cần chủ động trong tiếp cận với các nguồn vốn vay, tạo liên kết chặt chẽ; tham gia các hội, hiệp hội ngành nghề để trao đổi kiến thức, kinh nghiệm hỗ trợ phát triển

- **Về cơ sở vật chất:** Chủ thể Ocop cần chủ động tìm kiếm công nghệ sản xuất mới, phù hợp trong hoạt động sản xuất kinh doanh; liên kết, xây dựng cơ chế hợp tác đầu tư và sử dụng máy móc thiết bị để khắc phục được yếu tố thời vụ trong sản xuất, đặc biệt là hoạt động chế biến.

3.2.2. Giải pháp cải thiện điểm của các tiêu chí đánh giá sản phẩm Ocop

Để thăng hạng cho các sản phẩm 3 sao, cần tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm và tiếp cận thị trường, trong đó cần đẩy mạnh chế biến sâu các sản phẩm giúp nâng cao giá trị và chất lượng của sản phẩm. Các sản phẩm cần được thiết kế các câu chuyện, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng để sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng.

Cả 2 tiêu chí là khả năng tiếp thị và chất lượng sản phẩm đang là điểm yếu của các chủ thể là HTX, vì vậy nhu cầu cầu về nâng cao khả năng tiếp thị cho các HTX là điều cần thiết, Nhu cầu về áp dụng KHCN giúp cho tăng cường việc kết nối thị trường và tiếp thị sản phẩm được đẩy mạnh với việc chuyên giao kỹ thuật sử dụng sản thương mại điện tử, mạng internet để lan tỏa thương hiệu sản phẩm đến với người tiêu dùng ra ngoài phạm vi tỉnh.

Cụ thể, để thăng hạng sản phẩm OCOP, các sản phẩm khoa học công nghệ trong thời gian tới cần chú trọng đến một số hướng như sau để tháo gỡ nhu cầu từ các chủ thể OCOP:

Thăng hạng OCOP theo các tiêu chí đánh giá sức mạnh cộng đồng

Thăng hạng OCOP theo các tiêu chí đánh giá khả năng tiếp thị:

Thăng hạng OCOP theo các tiêu chí đánh giá chất lượng sản phẩm

-Chú ý đầu tư nghiên cứu, nhập những công nghệ chế biến đổi với các sản phẩm thực phẩm, thảo dược để đảm bảo tính cảm quan, hình dạng và dinh dưỡng của sản phẩm.

-Với các sản phẩm mỹ nghệ: Nhu cầu cao về các công nghệ máy móc hỗ trợ chế tác, các loại công nghệ hỗ trợ đổi, đặc biệt đổi với các khu vực đang phát triển vùng hoa cây cảnh thuộc huyện Văn Giang.

-Chú trọng đến đào tạo, chuyển giao, tư vấn chuyển giao khoa học kỹ thuật liên quan đến thị trường, truy xuất nguồn gốc.

3.2.3. Tăng cường công tác xúc tiến thương mại trong huyện, thành phố và các địa phương trên địa bàn tỉnh Hưng Yên

- Đẩy mạnh hoạt động trưng bày, giới thiệu, bán sản phẩm có liên kết với sản xuất, gắn với thực hiện Chương trình OCOP. Tiếp tục hướng dẫn các đơn vị xây dựng hệ thống các điểm bán hàng, chú trọng tại các vị trí tập trung dân cư, các điểm dừng nghỉ, các trung tâm thương mại trong và ngoài tỉnh.

- Chú trọng việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm, cấp mã số vùng trồng, đảm bảo quy chuẩn chất lượng để xuất khẩu sản phẩm hàng hoá. 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).

- Tiếp tục tổ chức triển khai thực hiện khai thác tốt hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm nông lâm thủy sản của tỉnh Hưng Yên (hy.check.net.vn) nhằm đáp ứng hoạt động quản lý, theo dõi và quảng bá sản phẩm thuộc Chương trình OCOP và gắn với quản lý sản phẩm trên tem điện tử thông minh (ứng dụng trên smart phone, phần mềm quản lý sản phẩm,...). Hỗ trợ các chủ thể sản phẩm OCOP thường xuyên cập nhật thông tin dữ liệu sản phẩm qua hệ thống.

- Tăng cường công tác quảng bá, liên kết với các Tour, tuyến du lịch trong tỉnh gắn với du lịch làng nghề. Đầu tư nghiên cứu phát triển sản phẩm OCOP gắn với thị trường khách du lịch. Theo đó sẽ xây dựng kế hoạch tuyên truyền quảng bá theo lộ trình phù hợp với từng thị trường khách du lịch.

3.2.4. Thúc đẩy phát triển chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm OCOP

-Hoàn thiện cơ sở hạ tầng phục vụ việc liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản, ví dụ hệ thống kho bãi, đường xá, thủy lợi, chợ...; phát triển đa dạng các loại hình hạ tầng thương mại phục vụ hoạt động kinh doanh hàng nông sản.

-Xây dựng hệ thống thông tin minh bạch và dự báo về sản xuất, tiêu thụ nông sản ở địa phương để các chủ thể tiếp thu và chấp hành các khuyến cáo một cách kịp thời, mạnh mẽ hơn.

- Tập trung sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm, đẩy mạnh cơ giới hóa, tự động hóa vào sản xuất, phát triển nông nghiệp đô thị sinh thái, tạo vành đai xanh, góp phần phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường, từng bước thích ứng với biến đổi khí hậu.

3.2.5. Tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng hạng sản phẩm OCOP

-Xây dựng, triển khai các đề tài, dự án nghiên cứu khoa học, hoàn thiện công nghệ và ứng dụng công nghệ vào sản xuất, chế biến, kinh doanh cho các sản phẩm OCOP dựa trên nhu cầu cụ thể của các tổ chức kinh tế; trong đó, ưu tiên các HTX, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có địa chỉ ứng dụng cụ thể.

-Đẩy mạnh ứng dụng khoa học quản lý, tổ chức sản xuất cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, HTX sản xuất các sản phẩm OCOP theo chuỗi liên kết.

-Tăng cường bồi dưỡng, tập huấn cho lãnh đạo các doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh về ứng dụng KHCN vào sản xuất, chế biến, kinh doanh; đẩy mạnh hoạt động thông tin KHCN. Qua đó giúp các doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất hoàn thiện, nâng tầm chất lượng sản phẩm, tạo tiền đề thúc đẩy Chương trình OCOP của tỉnh tiếp tục phát triển.

-Đề thăng hạng cho các sản phẩm OCOP từ 1 sao, 2 sao từ 30-49 điểm lên đạt hạng 5 sao (90-100 điểm), 4 sao (70-89 điểm), 3 sao (50-69 điểm) các chủ thể OCOP cần tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm và tiếp cận thị trường, trong đó cần đẩy mạnh chế biến sâu các sản phẩm giúp nâng cao giá trị và chất lượng của sản phẩm.

3.2.6. Nâng cao chất lượng cán bộ, viên chức và người lao động tham gia thực hiện chương trình OCOP

3.2.7. Giải pháp đổi mới cơ chế hoạt động

-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.

-Sản xuất các sản phẩm và dịch vụ du lịch có lợi thế, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn theo hướng phát triển nội sinh và gia tăng giá trị.

- Hướng dẫn, hỗ trợ các nhóm hộ, tổ sản xuất, hợp tác xã nâng cấp, hoàn thiện cơ sở sản xuất, hệ thống tổ chức sản xuất và kinh doanh theo hướng gia tăng thành viên, cổ đông, mở rộng quy mô sản xuất và kinh doanh, đảm bảo đủ các điều kiện để chuyển đổi loại hình hoạt động thành Hợp tác xã kiểu mới hoặc doanh nghiệp.

-Cần đẩy mạnh tạo cơ chế chính sách thúc đẩy hình thành các mô hình kinh tế tập thể hướng tới tạo cung sản phẩm và dịch vụ KHCNNN ngay trên địa bàn tỉnh Hưng Yên.

-Cần nhanh chóng xem xét và có những chiến lược linh hoạt trong việc giao quyền sử dụng tài nguyên đất cho các chủ thể OCOP để tránh tình trạng để các chủ thể phải chờ đợi quá lâu và không rõ thông tin về thời điểm và khả năng có được sử dụng đất hay không vào các hoạt động sản xuất kinh doanh

3.2.8. Tăng cường huy động các nguồn lực của Nhà nước và xã hội đầu tư thực hiện Chương trình OCOP

-Tăng cường huy động đa dạng các nguồn lực xây dựng nông thôn mới; tập trung huy động nguồn lực từ đấu giá quyền sử dụng đất; huy động nguồn lực đầu tư và hỗ trợ của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước, cộng đồng dân cư và từ các huyện hỗ trợ xây dựng nông thôn mới và thực hiện Chương trình OCOP.

-Nguồn vốn thực hiện chương trình OCOP chủ yếu là nguồn xã hội hóa từ: Vốn của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tự huy động (Vốn góp ban đầu, huy động vốn bằng lợi nhuận không chia), vốn vay từ các tổ chức tín dụng, các quỹ

đầu tư, quỹ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, quỹ hỗ trợ phát triển hợp tác xã, tài trợ của các tổ chức quốc tế,....

3.2.9. Đối với các cấp chính quyền và các tổ chức khác

Đối với các cấp chính quyền

-Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, tập huấn, đa dạng hóa các hình thức thông tin, tuyên truyền qua hội nghị, hội thảo chuyên đề, diễn đàn trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm trực tiếp và trực tuyến; xây dựng các chuyên mục trên Báo Hưng Yên, Đài PTTH Hưng Yên, các trang thông tin điện tử 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.

-Thường xuyên cập nhật, phổ biến các mô hình, các điển hình tiên tiến, sáng kiến và kinh nghiệm hay về khởi nghiệp HTX gắn với chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) cho người dân, thành viên HTX và cộng đồng để nhân ra diện rộng. Thực hiện tốt chính sách đào tạo và thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao về làm việc tại các HTX

Đối với các tổ chức khác

-Liên minh HTX của tỉnh cần phối hợp chặt chẽ với Sở TN&MT thực hiện tốt các chính sách hỗ trợ đất đai cho HTX như: Thủ tục cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất đối với các HTX đã có trụ sở, các hạng mục công trình gắn với đất đai cần cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất; hỗ trợ việc chuyển nhượng quyền sử dụng đất nông nghiệp để tạo thửa lớn; hỗ trợ thủ tục giao thuê đất, bồi thường giải phóng mặt bằng đối với các vị trí theo quy hoạch để HTX có thể đầu tư xây dựng trụ sở làm việc, nhà kho, sân phơi... cũng như hoàn thiện và tiếp cận đầu tư theo hướng công nghệ cao.

-Đối với các tổ chức tín dụng: Đề tạo điều kiện cho các HTX tiếp cận được nguồn vốn ưu đãi, các ngân hàng cần xem xét bổ sung thêm các hình thức thế chấp, bảo lãnh tín dụng để HTX có nhiều cơ hội tiếp cận được hạn mức vay vốn phù hợp với nhu cầu.

-Bên cạnh đó, mỗi ngân hàng cần phải tinh gọn quy trình lập hồ sơ vay vốn trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao nhằm đơn giản hóa, rút gọn thời gian thẩm định, kiểm duyệt và giải ngân để phù hợp với năng lực của HTX hiện nay.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

KẾT LUẬN

Căn cứ vào mục tiêu nghiên cứu của đề tài, đề tài đã đạt được những kết quả sau:

Đề tài đã góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về thị trường KH&CN nói chung, thị trường KH&CN nói riêng trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn, đã khái quát về chương trình OCOP, nội dung nâng hạng sản phẩm OCOP, và liệt kê các chính sách về thị trường KH&CN gắn với chương trình OCOP ở Việt Nam và tỉnh Hưng Yên. Đặc biệt, đề tài đã tổng kết lại nhiều bài học có giá trị trong phát triển thị trường KH&CN phục vụ phát triển OCOP ở trong và ngoài nước.

Căn cứ từ lý luận khoa học về thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP, đề tài đã phản ánh được thực trạng thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP ở Hưng Yên; đánh giá được vai trò của việc sử dụng các sản phẩm khoa học công nghệ nhằm nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Đề tài đồng thời phân tích những yếu tố nội sinh, ngoại sinh ảnh hưởng đến thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Hưng Yên. Cùng với đó, trên cơ sở đánh giá thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP, thông qua phân tích các thành tựu đã đạt được, cũng như những hạn chế đang tồn tại, nguyên nhân của các hạn chế đó, đề tài đã đề xuất 2 nhóm giải pháp nhằm phát triển thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP như sau:

Nhóm 1 – Các giải pháp phát triển thị trường KH&CN lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh bao gồm các giải pháp cụ thể sau: Đẩy mạnh đa dạng các sản phẩm khoa học và công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn; Tăng số lượng, nâng cao năng lực của các tổ chức cung ứng KH&CN trọng lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn; Đẩy mạnh nhu cầu KH&CN của các tổ chức, cá nhân gắn với nâng hạng sản phẩm OCOP; Thành lập và phát triển tổ chức trung gian trên thị trường KH&CN.

Nhóm 2 – Các giải pháp nâng hạng sản phẩm OCOP bao gồm các giải pháp cụ thể sau: Cải thiện năng lực của các chủ thể OCOP; Cải thiện điểm của các tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP; Tăng cường công tác xúc tiến thương mại trong huyện, thành phố và các địa phương trên địa bàn tỉnh Hưng Yên; Thúc đẩy phát triển chuỗi liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm OCOP; Tăng cường áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng hạng sản phẩm OCOP; Nâng cao chất lượng cán bộ, viên chức và người lao động tham gia thực hiện chương trình OCOP; Đổi mới cơ chế hoạt động; Tăng cường huy động các nguồn lực của Nhà nước và xã hội đầu tư thực hiện Chương trình OCOP. Đồng thời, đề tài cũng đề xuất kiến nghị với Nhà nước, Bộ ban ngành, Tỉnh Hưng Yên để thực hiện giải pháp.

KIẾN NGHỊ

Kiến nghị với Nhà nước

Đối với Tỉnh Hưng Yên

Đối với Sở KH&CN tỉnh Hưng Yên

Đối với các cấp chính quyền

Đối với DN/ Tổ chức cung ứng sản phẩm dịch vụ KHCN

Đối với các chủ thể OCOP

Đối với các tổ chức khác