



SỞ HỮU TRÍ TUỆ TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP TẠI VIỆT NAM



TS. Đào Đức Huấn
Trưởng phòng Quản lý quốc gia Chương trình OCOP
Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương

CHƯƠNG TRÌNH OCOP Ở VIỆT NAM

- Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) được ban hành theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 18/6/2018 của Thủ tướng Chính phủ.
- Là chương trình phát triển kinh tế nông thôn ***trọng tâm*** gắn với xây dựng nông thôn mới, theo hướng phát huy nội lực, giá trị gia tăng.
- Tập trung khai thác vào các ***sản phẩm đặc sản, ngành nghề nông thôn truyền thống***, khai thác tiềm năng, lợi thế để phát suy sự sáng tạo, sức mạnh cộng đồng trong tổ chức sản xuất, hình thành các chuỗi giá trị OCOP, đáp ứng các yêu cầu của thị trường về chất lượng, tiêu chuẩn.
- Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 263/QĐ-TTg ngày 22/02/2022 về phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025: Chương trình OCOP tiếp tục là chương trình chuyên đề trọng tâm.

KẾT QUẢ CHÍNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH

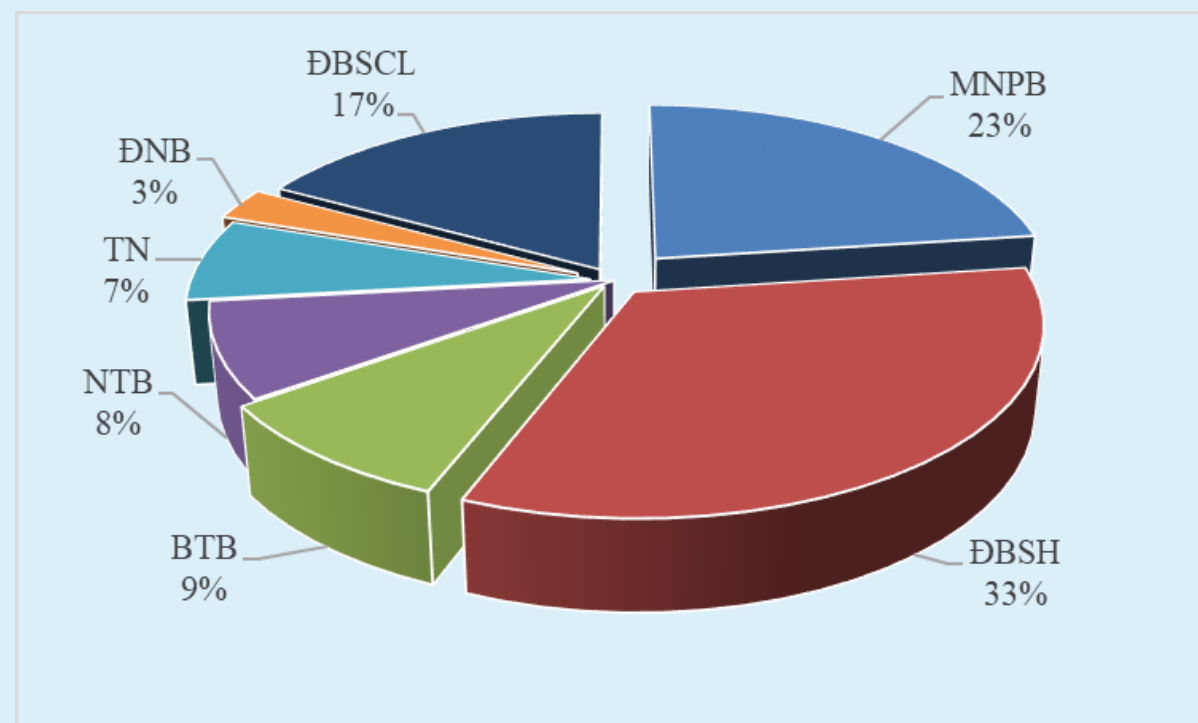
- Chương trình đã được triển khai đồng bộ, rộng khắp và có sự lan tỏa mạnh mẽ (63/63 tỉnh, thành ban hành Kế hoạch);
- 63/63 tỉnh, thành đã có kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm.

- Đến 12/2021:

+ **6.010** sản phẩm được công nhận từ 3 sao trở lên; 64,6% sản phẩm 3 sao, 33,7% sản phẩm 4 sao và 1,3% sản phẩm tiềm năng 5 sao

+ **81%** thuộc nhóm **Thực phẩm**, 8,1% là Nhóm lưu niệm nội thất;

+ **3.277** chủ thể tham gia, trong đó có 39,6% là HTX, 26,3% là doanh nghiệp, 32% là cơ sở sản xuất và tổ hợp tác



MỘT SỐ KẾT QUẢ NỔI BẬT CỦA CHƯƠNG TRÌNH

(1) Chương trình đã **khơi dậy được tiềm năng, thế mạnh** của các địa phương về sản phẩm đặc sản, ngành nghề nông thôn. Từng bước chuyển đổi sản xuất quy mô nhỏ sang sản xuất theo hướng liên kết chuỗi giá trị khép kín, gắn với vai trò của các HTX, doanh nghiệp... (Chương trình đã hình thành được **393 chuỗi giá trị OCOP** hoạt động hiệu quả với vai trò tích cực của HTX và doanh nghiệp, đã có hơn **145 sản phẩm OCOP** khai thác hiệu quả vùng nguyên liệu địa phương);

(2) Chương trình đã góp phần **tạo việc làm cho lao động**, thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn, đặc biệt là phát huy vai trò của phụ nữ và đồng bào dân tộc thiểu số. (Tỷ lệ chủ thể OCOP là nữ chiếm **39%**, cao hơn tỷ lệ nữ giữ vai trò điều hành các doanh nghiệp của Việt Nam (25%), đặc biệt là ở khu vực miền núi như: Bắc Trung Bộ với **50,6%**, Tây Nguyên là **45,2%** và MN phía Bắc là **43,4%**.)



MỘT SỐ KẾT QUẢ NỔI BẬT CỦA CHƯƠNG TRÌNH (tiếp)

(3) Sản phẩm OCOP đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm; có mẫu mã, bao bì đa dạng và thân thiện với môi trường, phù hợp yêu cầu của thị trường. *(Một số doanh nghiệp, tập đoàn siêu thị lớn đã đặt hàng, ưu tiên các sản phẩm OCOP để đưa vào hệ thống phân phối. Đã có **354** chủ thể được kết nối và bán sản phẩm OCOP ổn định trên các hệ thống siêu thị. Doanh thu tăng bình quân **17,6%/năm**, giá bán các sản phẩm sau khi được chính thức công nhận OCOP tăng bình quân **12,2%**).*

(4) Chương trình OCOP góp phần bảo tồn và phát huy các làng nghề truyền thống, giá trị văn hóa để phát triển kinh tế và du lịch nông thôn *(khoảng **5.400** làng nghề, trong đó gần **2.000** làng nghề truyền thống, hiện cả nước có khoảng hơn **300 điểm** du lịch cộng đồng đang hoạt động).*



MỘT SỐ KHÓ KHĂN, TỒN TẠI

- ❖ Số lượng sản phẩm OCOP tăng nhanh nhưng chưa thực sự bền vững, thể hiện là một số địa phương còn chạy theo thành tích, tập trung vào những sản phẩm đã được hình thành, không phải là các sản phẩm có lợi thế;
- ❖ Thiếu sự chủ động của các chủ thể khi tham gia vào chương trình; chưa tập trung đến các giải pháp về chuẩn hóa chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực thực sự của chủ thể (về quản trị, tổ chức sản xuất, năng lực thị trường...)
- ❖ Chưa thực sự quan tâm đến các giải pháp hỗ trợ thực chất đối với chủ thể OCOP, đặc biệt là nâng cao năng lực về tổ chức, quản trị, chế biến và thương mại sản phẩm,
- ❖ Hoạt động xúc tiến thương mại tuy được nhiều địa phương triển khai nhưng còn manh mún, thiếu đồng bộ;
- ❖ Năng lực về *sở hữu trí tuệ*, quản lý chất lượng, tiêu chuẩn còn yếu và hạn chế...



BỐI CẢNH, YÊU CẦU

“Chuyển tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang *kinh tế nông nghiệp*, phát triển chuỗi liên kết giá trị theo hướng *kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái, nông nghiệp hữu cơ*, hình thành các sản phẩm tích hợp “*đa giá trị*”; phát triển *du lịch nông thôn* gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vùng miền”





OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

ĐỊNH HƯỚNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH GIAI ĐOẠN 2021-2025

VẤN ĐỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP



BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP

(Quyết định 1048/QĐ-TTg;
Quyết định 781/QĐ-TTg)

Câu chuyện sản phẩm

Quyền tác giả, tác phẩm

Bao bì, phát triển sản phẩm mới

Kiểu dáng, sáng chế

Thương hiệu của chủ thể

Nhãn hiệu, tên thương mại

Thương hiệu, giá trị cộng đồng

Chỉ dẫn địa lý, NHHT, NHCN

MỘT SỐ TỒN TẠI TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP



- (1) Chủ thể OCOP chưa quan tâm đến vấn đề SHTT; năng lực về SHTT còn hạn chế;
- (2) Các cơ quan quản lý chưa quan tâm đến SHTT trong việc phát triển các sản phẩm OCOP đối với thương hiệu địa phương (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận).
- (3) SHTT chưa được quan tâm đúng trong đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP ở các địa phương.
- (4) Sự lồng ghép về nguồn lực hỗ trợ còn hạn chế: cùng đối tượng, cùng địa bàn, cùng một số nội dung hỗ trợ.

ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ:

1. Đề xuất đối với Bộ Khoa học và Công nghệ:

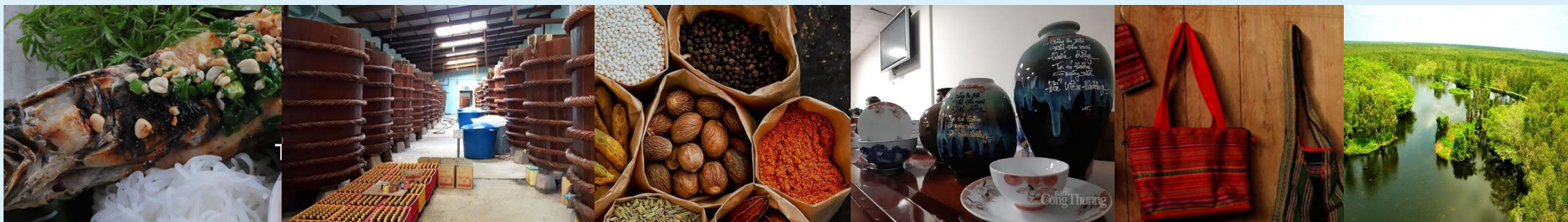
- Xây dựng *Tài liệu đào tạo, tập huấn*, hướng dẫn phát triển tài sản trí tuệ đối với sản phẩm OCOP (các chủ thể OCOP xây dựng, quản lý và khai thác các tài sản trí tuệ của địa phương; cơ quan quản lý địa phương về SHTT).
- Đẩy mạnh các hoạt động *đổi mới sáng tạo*, tổ chức đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao năng lực về sở hữu trí tuệ cho các chủ thể OCOP.
- Xây dựng hệ thống tư vấn về phát triển SHTT cho các doanh nghiệp, hợp tác xã gắn với Chương trình OCOP (trực tuyến, trực tiếp);
- Phối hợp triển khai các hoạt động đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp quốc gia; giám sát hoạt động thực thi quyền về SHTT đối với sản phẩm OCOP;
- Xem xét đưa mục tiêu phát triển các sản phẩm OCOP vào các dự án phát triển tài sản trí tuệ thuộc Chương trình phát triển tài sản trí tuệ.
- Phối hợp triển khai các Chương trình xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP gắn với khai thác tài sản SHTT.



ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ:

1. Đề xuất đối với các địa phương:

- Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, tập huấn về sở hữu trí tuệ cho các chủ thể OCOP.
- Tham mưu, đề xuất với UBND tỉnh để nâng cao vai trò của SHTT trong các hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh.
- Hỗ trợ các doanh nghiệp, HTX OCOP khai thác các thương hiệu cộng đồng (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận);
- Xây dựng kế hoạch hỗ trợ các chủ thể OCOP phát triển tài sản sở hữu trí tuệ: nhãn hiệu, đăng ký kiểu dáng công nghiệp, khai thác các giá trị văn hóa để phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP,...



Trân trọng cảm ơn!



OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

