

Bài báo nghiên cứu

MỨC ĐỘ NHẬN BIẾT CỦA NGƯỜI DÂN VỀ CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) TẠI XÃ LƯƠNG HÒA, HUYỆN GIỒNG TRÔM, TỈNH BẾN TRE

Huỳnh Phẩm Dũng Phát, Nguyễn Thị Lan Anh*

Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

**Tác giả liên hệ: Huỳnh Phẩm Dũng Phát – Email: hpdphat@hcmue.edu.vn*

Ngày nhận bài: 20-3-2021; ngày nhận bài sửa: 16-4-2021; ngày duyệt đăng: 24-4-2021

TÓM TẮT

Sự chủ động tham gia của người dân là yếu tố then chốt góp phần nhanh chóng hoàn thành mục tiêu Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020. Bài viết nghiên cứu kết quả khảo sát mức độ nhận biết của người dân về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tại xã Lương Hòa (huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre), nhằm đưa ra những khuyến nghị và đề xuất giải pháp để thực hiện hiệu quả mục tiêu chương trình OCOP. 150 phiếu khảo sát được sử dụng trong quá trình phân tích, đánh giá thang đo tin cậy hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy tuyến tính. Kết quả nghiên cứu cho thấy người dân trên địa bàn xã chưa thực sự nhận biết rõ ràng về nội dung cũng như tầm quan trọng của chương trình OCOP. Giải pháp tối ưu được khuyến nghị là địa phương cần phải thay đổi tập quán sản xuất manh mún, khơi dậy khả năng sáng tạo khởi nghiệp, hướng người dân vào nền kinh tế thị trường, đem đến sự phát triển bền vững của khu vực nông thôn.

Từ khóa: kinh tế nông thôn; xã Lương Hòa; sản phẩm chủ lực; OCOP; nông thôn mới

1. Đặt vấn đề

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (One Commune One Product – OCOP) giai đoạn 2018-2020 được phê duyệt theo Quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Theo báo cáo đánh giá kết quả thực hiện chương trình OCOP, tính đến hết năm 2019, đã có 61/63 tỉnh thành phê duyệt đề án, đăng ký sản phẩm (Ministry of Agriculture and Rural, 2020). Chương trình OCOP không chỉ hướng đến việc phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh mà còn góp phần vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập cho người dân vùng nông thôn. Hơn nữa, thông qua việc phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn, chương trình OCOP góp phần thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động hợp lý, bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn Việt Nam.

Cite this article as: Huỳnh Phẩm Dũng Phát, & Nguyễn Thị Lan Anh (2021). Local people's level of awareness of one commune one product program (OCOP) in Luong Hoa village, Giong Trom district, Ben Tre province. *Ho Chi Minh City University of Education Journal of Science*, 18(4), 718-730.

Tỉnh Bến Tre đã hoàn thành việc xây dựng và triển khai đề án phát triển chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020 và định hướng đến năm 2030. Năm 2019, Bến Tre là 1 trong 12 tỉnh, thành thuộc diện chỉ đạo điểm của Trung ương về chương trình OCOP, với 45 sản phẩm đạt 3 sao trở lên. Mục tiêu đến hết năm 2020 sẽ đạt 80 sản phẩm 3 sao trở lên, trong đó sẽ có sản phẩm đạt 5 sao. (People's Committee of Ben Tre Province, 2018).

Huyện Giồng Trôm nói chung và xã Lương Hòa nói riêng đều có vị trí tiềm năng lớn về các nguồn lực tự nhiên, kinh tế - xã hội để phát triển chương trình OCOP, thế nhưng tình hình hiện tại vẫn còn tồn đọng nhiều vấn đề. Về tình hình thực hiện chương trình tại xã Lương Hòa, theo chúng tôi, chính quyền địa phương chưa thể tạo được niềm tin trong nhân dân, chưa có chiến lược phù hợp tuyên truyền, vận động cộng đồng nhân dân; vì vậy, chưa thể xây dựng được kế hoạch phát triển, đánh giá và nâng cao thứ hạng. Như vậy, chương trình OCOP đòi hỏi sự thay đổi về truyền thống sản xuất lạc hậu; phát huy tinh thần tự lực, tự cường, dám nghĩ dám làm, ủng hộ ý tưởng khởi nghiệp của người dân, hướng người dân chủ động bước vào thời kì kinh tế thị trường, góp phần xây dựng nông thôn mới. Chính vì vậy, việc xác định mức độ nhận biết của người dân địa phương về chương trình OCOP sẽ là cơ sở quan trọng để chính quyền các cấp và xã Lương Hòa có nhận định tổng quan cũng như thu thập ý kiến đóng góp của nhân dân địa phương. Từ đó đề ra các chiến lược, chính sách phù hợp, đảm bảo quá trình đóng góp của nhân dân được tiến hành đồng loạt ở các hộ gia đình; các sản phẩm đảm bảo đạt tiêu chuẩn, có khả năng tăng thứ hạng, đáp ứng các mục tiêu đã đề ra.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái quát về chương trình Mỗi xã một sản phẩm

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm được nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm mà cụ thể tiêu biểu là sự khởi xướng Chương trình Mỗi làng một sản phẩm (One village one product - OVOP) tại làng Oita, Nhật Bản; sau đó lan rộng ra tất cả các quốc gia ở các vùng lãnh thổ như Đông Á, Đông Nam Á như Trung Quốc, Philipines, Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Campuchia, Lào, Mông Cổ và Việt Nam (Hoang et al., 2018). Năm 2013, chương trình tỉnh đã được khởi xướng và chính thức triển khai thí điểm tại tỉnh Quảng Ninh (Tran, Dao & Nguyen, 2018).

Trọng tâm của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và kinh tế tập thể thực hiện.

Mỗi làng (isson, one village) là một khái niệm mang tính ước lệ của phong trào Mỗi làng một sản phẩm, chỉ một cộng đồng dân cư cụ thể nào đó, không phân biệt theo địa giới hành chính, cũng như về quy mô.

Một sản phẩm (ippin, one product) cũng là một khái niệm mang tính ước lệ của phong trào Mỗi làng một sản phẩm, dùng để chỉ sản phẩm đặc trưng của một cộng đồng dân cư nào đó tạo ra (Hoang et al., 2018).

Mức độ nhận biết (level of awareness) là các mức độ được xây dựng theo thang đo của sự nhớ, thuộc lòng, nhận biết được và có thể tái hiện lại các dữ liệu, các sự việc đã biết. Theo (Aaker, 1991) có 4 cấp độ nhận biết, bao gồm: Cấp 1 – biết ngay từ lần đầu tiên (Top of the mind), cấp 2 – không nhắc mà nhớ (brand recall), cấp 3 – nhắc mới nhớ (Brand recognition), cấp 4 – không ghi nhớ (Unaware of brand). Như vậy, nhóm tác giả thực hiện tìm hiểu các mức độ nhận biết của người dân, nếu người dân có thể biết rõ về nội dung chương trình OCOP thì ở cấp độ 1 – biết ngay từ lần đầu tiên (Top of the mind), thể hiện sự thành công của chương trình. Ngược lại, nếu nhóm tác giả hỏi về nội dung chương trình OCOP mà người dân không thể ghi nhớ, không thể tái hiện lại bất kì thông tin nào, điều đó thể hiện người dân không biết về chương trình OCOP.

2.2. Dữ liệu

Nhóm tác giả dựa trên việc nghiên cứu đề án xây dựng chương trình OCOP để tìm ra các yếu tố trọng tâm làm cơ sở xây dựng mô hình thang đo mức độ nhận biết của người dân với 8 nhóm yếu tố tác động của chương trình.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu mức độ nhận biết của người dân về OCOP

Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu sơ cấp từ kết quả khảo sát bằng bảng hỏi về mức độ nhận biết của người dân sinh sống tại địa phương (gồm 5 đối tượng: nông dân, công nhân, buôn bán, kinh doanh, hưu trí) tương ứng với 8 nhóm yếu tố từ mô hình lý thuyết do nhóm tác giả xây dựng. Bên cạnh đó, nhóm tác giả còn sử dụng thêm các thông tin phỏng vấn trực tiếp đối với các đại diện các hộ gia đình tại xã Lương Hòa, huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi: Xây dựng bảng hỏi gồm 25 câu nhằm khai thác mức độ biết của người dân (dựa trên thang đo Likert 5 mức độ) về các thông tin liên quan

đến chương trình OCOP. Đây là phương pháp chính được sử dụng nhằm cung cấp nguồn dữ liệu sơ cấp cho đề tài, thông qua 150 phiếu khảo sát người dân xã Lương Hòa, huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre trong thời gian từ tháng 3 đến tháng 4 năm 2020.

Phương pháp phỏng vấn: Nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn người dân xã Lương Hòa nhằm tìm hiểu thêm các thông tin liên quan đến chương trình OCOP để khai thác được tình hình thực tế về mức độ nhận biết của người dân.

Phương pháp thống kê mô tả: Đánh giá thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tuyến tính về mức độ nhận biết về chương trình OCOP của người dân xã Lương Hòa, huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre. Số liệu điều tra sẽ được xử lý theo nhóm đối tượng điều tra và nhóm nội dung điều tra, bao gồm những nội dung liên quan đến đề án chương trình.

2.4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.4.1. Phân tích kết quả khảo sát mức độ nhận biết của người dân xã Lương Hòa (xem Bảng 1, Bảng 2 và Bảng 3)

Mẫu nghiên cứu được tiến hành bằng cách khảo sát và phỏng vấn trực tiếp 150 người dân tại xã Lương Hòa, huyện Giồng Trôm.

Bảng 1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

| Biến | Nội dung |
|--------------------|--|
| Giới tính | Nam = 44%; Nữ = 56% |
| Độ tuổi | 20-29 = 28,7%; 30-39 = 37,3%; 40-49 = 10,7%; Trên 50 = 23,3% |
| Nghề nghiệp | Nông dân = 28,7%; Công nhân = 30,7%; Buôn bán = 13,3%; Kinh doanh = 18,7%; Hưu trí = 8,7% |

(Khảo sát của nhóm tác giả, 2020)

Đối tượng khảo sát theo nghề nghiệp của người dân bao gồm nông dân, công nhân, buôn bán, kinh doanh và hưu trí.

Bảng 2. Kết quả phân tích mức độ nhận biết của người dân về chương trình OCOP

| Nghề nghiệp | Kết quả mức độ nhận biết người dân | | | | |
|--------------------|---|-------------------|---------------------------------|-------------|--------------------|
| | Hoàn toàn không biết | Không biết | Biết nhưng không lưu tâm | Biết | Biết rất rõ |
| Nông dân | 15 | 9 | 19 | 0 | 0 |
| Công nhân | 24 | 3 | 19 | 0 | 0 |
| Buôn bán | 8 | 3 | 9 | 0 | 0 |
| Kinh doanh | 19 | 2 | 7 | 0 | 0 |
| Hưu trí | 4 | 1 | 7 | 1 | 0 |
| Tổng | 70 | 18 | 61 | 1 | 0 |
| Tỉ lệ | 46,6% | 12% | 40,6% | 0,6% | 0% |

(Khảo sát của nhóm tác giả, 2020)

Bảng 2 cho thấy sự chênh lệch về 5 mức độ nhận biết, đặc biệt là sự chênh lệch giữa 5 đối tượng nghề nghiệp. Trong 150 người dân được khảo sát, có 0% người biết rõ về chương trình OCOP; chỉ có 0,6% (1 người hưu trí) biết về chương trình. Có 40,6% người biết nhưng không lưu tâm, trong đó chiếm phần lớn tỉ trọng là nông dân và công nhân. Tiếp đến có 12% không biết; cuối cùng có tới 46,6% người dân hoàn toàn không biết, điển hình trong đó có 24 công nhân, 19 kinh doanh và 15 nông dân.

Theo ý kiến của ông Tăng Đ. (78 tuổi) là cán bộ hưu trí sinh sống tại địa phương cho rằng: “Người nông dân hầu như không ai biết, chính quyền địa phương cần truyền thông rộng rãi trên loa phát thanh hoặc có hình thức vận động đến từng hộ dân để nông dân địa phương cùng biết”.

Ông Nguyễn Văn N. ở Nông trường dừa Đồng Gò (ấp 1, xã Lương Hòa) cho biết: “Cơ sở sản xuất của ông kinh doanh tự túc không tham gia hợp tác xã. Gia đình có thể tự xoay vòng vốn và hợp tác với doanh nghiệp để xuất sản phẩm dừa đi ra các tỉnh khác. Gia đình ông không hề biết về chương trình OCOP.”

Theo ông Nguyễn Văn M., (cán bộ xã Lương Hòa đã nghỉ hưu), ông biết về chương trình OCOP tại địa phương mình qua các cuộc họp tổ nhân dân tự quản. Ông nhận định: “Chương trình OCOP tại địa phương ông có thuận lợi là nhận được sự quan tâm của các cấp chính quyền, tuy nhiên khó khăn là chính quyền địa phương chưa tuyên truyền sâu rộng trong nhân dân, do thời gian khá gấp rút và mới đây là ảnh hưởng của dịch bệnh”.

Như vậy, trong quá trình đi khảo sát thực địa và tiến hành phỏng vấn người dân địa phương, nhóm tác giả nhận định xã Lương Hòa đã và đang có những thuận lợi. Cụ thể, địa phương đã xác định được sản phẩm chủ lực, hình thành được hợp tác xã và tổ hợp tác với quy mô và số lượng nhất định, cán bộ phụ trách mảng nông thôn mới nắm rõ tình hình chung của địa phương. Song, cần phải nhanh chóng giải quyết bài toán về mức độ nhận biết và sự tham gia của người dân vào chương trình OCOP. Có như vậy chương trình OCOP tại xã Lương Hòa mới có bước chuyển mình và tạo bước đệm phát triển sản phẩm tiềm năng.

Bảng 3. Phân tích thống kê mô tả và kiểm tra độ tin cậy thang đo nghiên cứu

| Thang đo (Nhóm biến MĐNB) | N | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn | Hệ số Cronbach's Alpha | Hệ số tương quan biến tổng |
|--|-----|--------------------|---------------|------------------------|----------------------------|
| Mức độ nhận biết của người dân về thông tin chương trình OCOP (MĐNB) | 150 | 1,95 | 0,950 | 0,677 | 0,307 |
| Mức độ nhận biết của người dân về việc triển khai thực hiện chương trình OCOP tại địa phương (MĐNB2) | 150 | 1,96 | 0,951 | 0,658 | 0,358 |

| | | | | | |
|---|-----|------|-------|-------|-------|
| Mức độ nhận biết của người dân về 6 nhóm ngành/hàng có tiềm năng của chương trình OCOP tại địa phương (MĐNB3) | 150 | 2,84 | 1,129 | 0,687 | 0,477 |
| Mức độ nhận biết của người dân về phạm vi, đối tượng chương trình OCOP tại địa phương (MĐNB4) | 150 | 2,11 | 1,126 | 0,654 | 0,304 |
| Mức độ nhận biết của người dân về quan điểm chương trình OCOP (MĐNB5) | 150 | 2,32 | 1,189 | 0,683 | 0,368 |
| Mức độ nhận biết của người dân về mục tiêu chương trình OCOP (MĐNB6) | 150 | 2,16 | 1,155 | 0,605 | 0,405 |
| Mức độ nhận biết của người dân về nguyên tắc chương trình OCOP (MĐNB7) | 150 | 1,89 | 0,913 | 0,700 | 0,400 |
| Mức độ nhận biết của người dân về nội dung đề án chương trình OCOP (MĐNB8) | 150 | 1,89 | 0,913 | 0,702 | 0,413 |
| Mức độ nhận biết của người dân về định hướng phát triển chương trình OCOP đến năm 2030 (MĐNB9) | 150 | 1,72 | 0,844 | 0,734 | 0,437 |

(Khảo sát của nhóm tác giả, 2020)

Bảng 3 cho thấy thực trạng tại địa phương, người dân biết đến thông tin của chương trình OCOP còn hạn chế, hay nói cách khác, kết quả đã phản ánh quá trình triển khai và thực hiện đến hiện tại chưa đạt được kết quả đồng bộ 100% như mục tiêu của chương trình đã đề ra. So sánh các giá trị trung bình (GTTB) của các biến (từ MĐNB1 đến MĐNB9) đều không cao hơn mức giá trị trung bình là 3,1. Từ đó, kết luận mức độ nhận biết của người dân đối với chương trình OCOP thuộc mức độ thấp hơn so với mức trung bình. Vì vậy, việc triển khai, thực hiện, tuyên truyền của Ủy ban nhân dân xã về chương trình chưa đạt hiệu quả. Theo ông Nguyễn Duy Hải Đ., hiện đang là cán bộ xã Lương Hòa, ông hiểu biết rất rõ về các nội dung của chương trình OCOP và cho rằng: “UBND xã Lương Hòa sẽ có những chính sách cũng như đề án nhằm tuyên truyền, vận động người dân tham gia chương trình OCOP, nhằm mục tiêu phát triển kinh tế xã nhà cũng như giữ gìn truyền thống của địa phương”.

Tiến hành so sánh giá trị của độ lệch chuẩn của các biến (từ MĐNB1 đến MĐNB9) cách chia bằng nhóm như sau:

- Nhóm A độ lệch chuẩn > 1 bao gồm: MĐNB3, MĐNB4, MĐNB5, MĐNB6.
- Nhóm B độ lệch chuẩn < 1 bao gồm: MĐNB1, MĐNB2, MĐNB7, MĐNB8, MĐNB9.

Đối với nhóm A, khi độ lệch chuẩn có giá trị lớn hơn 1, điều đó thể hiện câu trả lời khảo sát của người dân có sự đa dạng với nhiều luồng ý kiến, dẫn đến mức độ nhận biết có độ chênh lệch cao hơn. Đối với nhóm B, khi độ lệch chuẩn có giá trị nhỏ hơn 1, cho thấy sự tương đồng trong ý kiến khảo sát của người dân, mức độ nhận biết ít có sự chênh lệch.

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha của các biến đều lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 đạt yêu cầu và tiếp tục kiểm định giá trị hội tụ và phân biệt thông qua bước phân tích nhân tố EFA (xem Bảng 4).

Khi phân tích hệ số EFA, hệ số này cho biết từng tiêu chí trong các nhân tố nào (Hair et al, 2014) chỉ ra hệ số tải nhân tố (F) là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA, trong đó: $F > 0,3$ được xem là đạt mức tối thiểu, $F > 0,4$ được xem là quan trọng và $F > 0,5$ được xem là có ý nghĩa thực tiễn. Hệ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) = 0,814 > 0,5, như vậy với trị số KMO càng lớn thì ý nghĩa phân tích nhân tố càng phù hợp, do đó chỉ số KMO cho thấy phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, kiểm định ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$) nên phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là phù hợp.

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố EFA

| | Ma trận thành phần xoay | |
|---|-------------------------|------|
| | 1 | 2 |
| Mức độ nhận biết về nguyên tắc chương trình OCOP | ,937 | |
| Mức độ nhận biết về nội dung đề án chương trình OCOP | ,937 | |
| Người dân có biết về chương trình OCOP | ,936 | |
| Mức độ hiểu biết về việc triển khai, thực hiện chương trình OCOP tại địa phương | ,929 | |
| Mức độ nhận biết về định hướng phát triển chương trình OCOP đến năm 2030 | ,476 | |
| Mức độ nhận biết về quan điểm chương trình OCOP | | ,886 |
| Mức độ nhận biết về phạm vi, đối tượng chương trình OCOP tại địa phương | | ,822 |
| Mức độ nhận biết về mục tiêu chương trình OCOP | | ,594 |
| Mức độ nhận biết về 6 nhóm ngành/hàng có tiềm năng của chương trình OCOP tại địa phương | | ,558 |

(Khảo sát của nhóm tác giả, 2020)

Biến phụ thuộc là biến MĐNB1. Kết quả phân tích nhân tố cho thấy có 2 nhân tố đã rút trích tại eigenvalue là 2,011 > 1 và tổng phương sai trích dùng để giải thích nhân tố là 68,067% > 50% đạt yêu cầu. Khi đó có thể nói rằng các yếu tố này có thể giải thích 68,067% biến thiên của dữ liệu, nên thỏa điều kiện phân tích nhân tố. Tuy nhiên, biến MĐNB3 đo lường giải thích cùng lúc 2 nhân tố, do hệ số tải cùng đo lường 2 nhân tố chênh lệch hơn 0,3 nên chúng tôi giữ lại biến này và kết luận hệ số tải của biến nào lớn hơn thì nó đo lường mức độ nhận biết cao hơn.

Như vậy, kết quả cuối cùng phân tích mức độ nhận biết của người dân đã rút trích được 2 nhóm yếu tố với 9 biến quan sát (xem Bảng 5).

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

| | Hệ số chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa Beta | t | Sig. | Đo lường đa cộng tuyến | | Mức độ đóng góp của các biến số % | Mức độ quan trọng |
|---------|-----------------|--------------|-------------------------|--------|------|------------------------|-------|-----------------------------------|-------------------|
| | B | Sai chuẩn số | | | | Độ chấp nhận của biến | VIF | | |
| Hằng số | ,044 | ,044 | | -.998 | ,320 | | | | |
| MĐNB2 | ,929 | ,023 | ,930 | 39,760 | ,000 | ,351 | 2,850 | 91,2 | 1 |
| MĐNB3 | ,002 | ,015 | ,003 | ,117 | ,007 | ,716 | 1,397 | 0,3 | 5 |
| MĐNB4 | ,001 | ,016 | ,002 | ,057 | ,055 | ,535 | 1,869 | 0,2 | 7 |
| MĐNB5 | ,009 | ,018 | ,010 | ,481 | ,031 | ,470 | 2,128 | 1,0 | 4 |
| MĐNB6 | ,001 | ,013 | ,001 | ,088 | ,030 | ,740 | 1,351 | 0,1 | 6 |
| MĐNB7 | ,068 | ,025 | ,065 | 2,720 | ,007 | ,334 | 2,998 | 6,4 | 2 |
| MĐNB8 | ,009 | ,018 | ,008 | ,516 | ,067 | ,763 | 1,311 | 0,8 | 3 |

(Khảo sát của nhóm tác giả, 2020)

Nhóm tác giả tiến hành kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến dựa vào chỉ tiêu VIF, có thể thấy các biến MĐNB3, MĐNB4, MĐNB6, MĐNB8 có VIF < 2, do đó 4 biến này không bị đa cộng tuyến. Tuy nhiên các biến MĐNB2, MĐNB5, MĐNB7 có VIF > 2, và 4 biến này bị đa cộng tuyến, không được chấp nhận.

Giá trị Sig ở Bảng 5 cho biết các tham số hồi quy có ý nghĩa hay không (sig=0,000 < 0,05), có 2 biến bị loại đó là MĐNB4, MĐNB8, vì vậy ngoài 2 biến MĐNB4, MĐNB8 thì các biến còn lại có mối quan hệ tuyến tính với mức độ nhận biết của người dân. Nhóm tác giả kết luận, mô hình ban đầu đề ra 8 yếu tố tác động trực tiếp đến mức độ nhận biết của người dân, sau khi tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính, chúng tôi đã loại 2 biến (MĐNB4 – phạm vi đối tượng, MĐNB8 – nội dung đề án OCOP), cuối cùng thu được 6 biến tương ứng với 6 yếu tố tác động.

Dựa vào hệ số β chuẩn hóa để đánh giá mức độ nhận biết của người dân về chương trình OCOP, kết quả cho thấy MĐNB2 có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ nhận biết của người dân ($\beta=0,930$), điều này có nghĩa rằng, khi quá trình triển khai được thực hiện một cách hiệu quả thì lúc đó mức độ nhận biết của người dân sẽ càng cao, ngược lại, nếu quá trình triển khai thực hiện không đồng bộ, không hiệu quả thì mức độ nhận biết của người dân sẽ thấp. Tiếp đến là MĐNB7 về nguyên tắc chương trình ($\beta = 0,065$); đối với MĐNB5 ở vị trí thứ 3 - quan điểm chương trình ($\beta = 0,10$); thứ 4 là MĐNB3 là 6 nhóm ngành/hàng tiềm năng ($\beta = 0,02$); cuối cùng là MĐNB6 - mục tiêu chương trình OCOP (xem Bảng 6).

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đối với các nhân tố phù hợp

| | B | Beta | t | Sig. | Độ chấp nhận của biến | VIF | Beta | Mức độ đóng góp của các biến số % | Mức độ quan trọng |
|---------|------|------|-------|------|-----------------------|-------|------|-----------------------------------|-------------------|
| Hằng số | ,044 | | -,998 | ,320 | | | | | |
| MĐNB2 | ,929 | ,930 | 39,7 | ,000 | ,351 | 2,850 | ,930 | 91,2 | 1 |
| MĐNB3 | ,002 | ,003 | ,117 | ,007 | ,716 | 1,397 | ,003 | 0,3 | 4 |
| MĐNB5 | ,009 | ,010 | ,481 | ,031 | ,470 | 2,128 | ,010 | 1,0 | 3 |
| MĐNB6 | ,001 | ,001 | ,088 | ,030 | ,740 | 1,351 | ,001 | 0,1 | 5 |
| MĐNB7 | ,068 | ,065 | 2,720 | ,007 | ,334 | 2,998 | ,065 | 6,4 | 2 |

2.4.2. Đề xuất khuyến nghị và giải pháp

• **Khuyến nghị**

Qua việc phân tích các nhân tố theo mô hình đã xây dựng ban đầu, chúng tôi đề xuất một số khuyến nghị như sau:

Về việc triển khai thực hiện chương trình OCOP tại địa phương:

Chính quyền địa phương, cán bộ xã, thôn, ấp, tổ nhân dân sẽ phải là đầu tàu trong việc thực hiện mọi công tác triển khai chương trình OCOP.

Hình thức triển khai phải diễn ra liên tục, thường xuyên, có kế hoạch, lộ trình. Việc triển khai phải đảm bảo đạt hiệu quả thì người dân mới có thể nắm được tất cả những thông tin, nội dung về chương trình OCOP, như vậy mới có thể áp dụng vào sản xuất sản phẩm chủ lực tại địa phương.

Về phạm vi, đối tượng, mục tiêu, quan điểm, nguyên tắc, định hướng chương trình:

Người dân cần phải nắm được các nội dung liên quan đến phạm vi, đối tượng, mục tiêu, quan điểm, nguyên tắc của chương trình, nếu thiếu đi những thông tin này, thì người dân sẽ không thể hiểu rõ những thông tin cơ bản nhất của chương trình OCOP, nếu vậy cơ hội để người dân địa phương có thể tìm ra được sản phẩm chủ lực để tập trung đầu tư, sản xuất sẽ rất khó khăn.

Về nội dung đề án của chương trình OCOP:

Đây là nội dung mà người dân địa phương xã hầu như không hề biết đến. Điều đó sẽ là điểm yếu tạo ra lỗ hổng đối với chương trình OCOP, bởi lẽ người dân không biết rõ về đề án chương trình, đồng nghĩa với việc người dân không thể lên ý tưởng và thực hiện chương trình OCOP.

• **Giải pháp**

Đối với chính quyền địa phương xã Lương Hòa:

Qua kết quả phân tích về mức độ nhận biết của người dân xã Lương Hòa, chúng tôi nhận thấy dù đa số người dân hoàn toàn không biết hoặc biết nhưng không lưu tâm về chương trình OCOP, do đó, cần thiết có những giải pháp sau:

- UBND xã Lương Hòa và bộ phận xây dựng nông thôn mới cần xây dựng chiến lược tuyên truyền, vận động với kế hoạch cụ thể, lâu dài, có trọng tâm, trọng điểm, đảm bảo quá trình triển khai đồng bộ với mục tiêu 100% trong nhân dân.

- Đa dạng hóa hình thức tuyên truyền để đảm bảo 100% người dân biết đến chương trình OCOP. Quá trình triển khai, thực hiện tại địa phương cần qua nhiều kênh, bằng nhiều hình thức khác nhau (loa phát thanh của UBND xã, băng-rôn, áp phích tuyên truyền, tờ rơi...). Thay đổi các hình thức truyền thống, tránh nhàm chán, thu hút người dân bằng hình thức mới mẻ như: hội chợ sản phẩm, tri ân tặng quà, triển lãm sản phẩm...

- Xác định sản phẩm chủ lực tại địa phương là mục tiêu tiên quyết hàng đầu của xã Lương Hòa.

- Quy hoạch và vận động ít nhất 01 gương điển hình trong nhân dân về sản phẩm OCOP, từ đó tạo niềm tin, uy tín trong nhân dân về mức độ hiệu quả, thành công mà chương trình OCOP đem lại cho kinh tế hộ gia đình.

- Thu hút và gia tăng số lượng thành viên của hợp tác xã, tổ hợp tác. Ban quản lý của hợp tác xã và các tổ hợp tác phải là đầu tàu trong quá trình thực hiện chương trình OCOP, là kênh nối giữa chính quyền địa phương và cộng đồng nhân dân.

- Rượu dừa được xác định là sản phẩm tiềm năng OCOP của xã Lương Hòa, đó là lợi thế mà địa phương cần phải tận dụng và bám sát bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP để tiếp tục xúc tiến thương mại, đưa rượu Dừa tham gia xếp hạng sản phẩm và đạt mục tiêu gia tăng thứ hạng cao hơn.

- Cán bộ phụ trách nông thôn mới của xã Lương Hòa còn trẻ, mới đảm nhiệm công tác, vì vậy gặp khó khăn khi thực hiện công tác tuyên truyền trực tiếp đến người dân, đặc biệt là nông dân. UBND xã Lương Hòa cần phải hỗ trợ, tạo mối liên hệ gắn kết giữa cán bộ mới - cán bộ cũ; cán bộ mới - người dân, có như vậy người dân mới tin tưởng và tham gia thực hiện phong trào OCOP.

- Chính quyền địa phương từ cấp xã đến các thôn, ấp, các tổ nhân dân tự quản cần theo dõi và quan tâm sâu sát đến quá trình sản xuất của người dân.

- Trong quá trình sản xuất, người dân sẽ không tránh khỏi những rủi ro, khó khăn vì vậy chính quyền địa phương cần có những chính sách hỗ trợ về kỹ thuật, vay vốn... Đặc biệt, tác giả được biết trong thời gian này, vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long đang gặp hạn mặn, xã Lương Hòa (huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre) cũng chịu ảnh hưởng, bởi hạn mặn làm ảnh hưởng đến sự sinh trưởng, phát triển của cây dừa và chất lượng của trái dừa cũng như các nguyên liệu khác cũng giảm đi. Chính vì vậy, sự hỗ trợ của các chính quyền địa phương rất quan trọng và cần thiết.

Đối với người dân địa phương: Quá trình triển khai, thực hiện chương trình Mỗi xã một sản phẩm sẽ không thể đạt kết quả nếu không có sự tham gia của người dân địa phương. Bên cạnh sự nỗ lực của chính quyền địa phương, người dân cần chú ý:

- Chủ động tìm hiểu, nhận biết các luồng thông tin về chương trình Mỗi xã một sản phẩm trên nhiều kênh, góp phần thực hiện hiệu quả chương trình.

- Người dân cần thay đổi tư duy sản xuất nhỏ. Người dân địa phương quá chú trọng sự an toàn trong sản xuất, kinh doanh, nếu như quan điểm này không thay đổi thì đó sẽ là thách thức lớn đối với việc thực hiện chương trình OCOP.

- Dưới sự định hướng, hỗ trợ của chính quyền địa phương, người dân nên tích cực tham gia vào hợp tác xã, tổ hợp tác của xã nhà hoặc chuyển đổi hướng sản xuất, tách rời khỏi việc phụ thuộc doanh nghiệp tư nhân để thu được lợi nhuận cao hơn, góp phần cải thiện và nâng cao đời sống từng hộ gia đình, thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển.

3. Kết luận

Đa số người dân xã Lương Hòa không nắm rõ các nội dung cụ thể của chương trình về phạm vi, đối tượng, mục tiêu, quan điểm, nguyên tắc, định hướng, đề án, 6 nhóm ngành hàng. Như vậy, quá trình triển khai và thực hiện chưa được đồng bộ 100% như mục tiêu chương trình đã đề ra. Vì vậy, nhiệm vụ cấp thiết là xã Lương Hòa phải xây dựng chiến lược tuyên truyền với lộ trình cụ thể để triển khai đồng loạt, khắc phục tình hình hiện tại của cộng đồng người dân địa phương.

Việc tuyên truyền, vận động không thể thành công trong một vài ngày, mà đó là cả một quá trình, có chiến lược cụ thể, trong một khoảng thời gian lâu dài. Tuyên truyền viên - cán bộ địa phương không chỉ là người truyền tải thông tin mà còn là người tạo sự tin tưởng, tín nhiệm đối với cộng đồng nhân dân. Người tham gia – hộ gia đình, phải dám nghĩ biết làm, sáng tạo có ý tưởng khởi nghiệp, tự lực bước vào nền kinh tế thị trường.

Quá trình triển khai, thực hiện Chương trình OCOP đòi hỏi sự chung tay, phối hợp của không chỉ cơ quan chính quyền địa phương mà cả người dân. Chính quyền địa phương có nhiệm vụ triển khai, hỗ trợ; song song đó người dân cần chủ động thực hiện chương trình, cùng nhau góp phần xây dựng kinh tế nông thôn xã Lương Hòa, huyện Giồng Trôm, tỉnh Bến Tre ngày một phát triển hơn.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Các tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Harlow, Edinburgh Gate: Pearson Education Ltd.
- Hoang, T. L. , Tuc, L., Nguyen, D. H., Ho, T. M. H. & Philippe, L. (2018). One Village One Product (OVOP) - A Rural Development Strategy and the Early Adaption in Vietnam, the Case of Quang Ninh Province [Mot lang mot san pham (OVOP) - Chien luoc phat trien o nong thon va su thich nghi som o Viet Nam, truong hop cua tinh Quang Ninh]. *Sustainability* 2008, 10, 4485; doi:10.3390/su10124485.
- Ministry of Agriculture and Rural (2020). Conference on Evaluation of the implementation results of OCOP Program in 2019 and implementation of tasks in 2020 in the Northern region [Hoi nghi Danh gia ket qua trien khai Chuong trinh OCOP nam 2019 va trien khai nhiem vu nam 2020 khu vuc phia Bac]. Retrieved from <https://www.mard.gov.vn/Pages/hoi-nghi-danh-gia-ket-qua-trien-khai-chuong-trinh-ocop-nam-2019-va-trien-khai-nhiem-vu-nam-2020--.aspx>.
- People's Committee of Ben Tre Province (2018). *Decision No.1186/QĐ-UBND approving the Outline of the National Program each commune a product of Ben Tre province for the period of 2018-2020*. [Quyết định số 1186/QĐ-UBND về việc phê duyệt Đề cương Đề án Chương trình quốc gia Một xã một sản phẩm tỉnh Ben Tre giai đoạn 2018-2020]. Ben Tre.
- Tran, T. V., Dao, T. H., Nguyen. T. L. A. (2018). Building and developing the medicinal value chain in the program “One Commune One Product” in Quang Ninh province [Xây dựng và phát triển chuỗi giá trị dược liệu thuốc chương trình “Một xã một sản phẩm” tỉnh Quang Ninh]. *Economy and Forecast Review*, 105-107.

LOCAL PEOPLE’S LEVEL OF AWARENESS OF ONE COMMUNE ONE PRODUCT PROGRAM (OCOP) IN LUONG HOA VILLAGE, GIONG TROM DISTRICT, BEN TRE PROVINCE

Huỳnh Phẩm Dũng Phát*, Nguyen Thi Lan Anh

Ho Chi Minh City University of Education, Vietnam

**Corresponding author: Huỳnh Phẩm Dũng Phát – Email: hpdphat@hcmue.edu.vn*

Received: March 20, 2021; Revised: April 16, 2021; Accepted: April 28, 2021

ABSTRACT

The active participation of local people is a critical element contributing to accomplishing the goals of a “One Commune One Product” program for the period 2018 - 2020 successfully. A study was conducted to examine local people’s awareness of the program in Luong Hoa Village (Giong Trom District, Ben Tre Province) in order to propose solutions to effectively implement the program. A total of 150 people joined the survey. The data were then analyzed with Exploratory Factor Analysis (EFA) and linear regression. The results illustrate that the local people are not really aware of the content as well as the importance of the OCOP Program. The best solution is that the village should change small manufacturing methods, inspire creative start-up ideas, orient people to the market economy, and bring sustainable development to rural areas.

Keywords: local economy; Luong Hoa village; main products; OCOP; urbanizing rural area

PHỤ LỤC
MỘT SỐ Ý HỎI TRONG PHIẾU KHẢO SÁT

(1) – Hoàn toàn không biết; (2) – Không biết; (3) – Biết nhưng không lưu tâm; (4) – Biết; (5) – Biết rất rõ

| | Các nội dung trong chương trình Mỗi xã một sản phẩm (One commue one product - OCOP) | Mức độ nhận biết | | | | |
|-----|---|------------------|-----|-----|-----|-----|
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| 1. | Quý vị có được biết về thông tin của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) | | | | | |
| 2. | Quý vị biết về việc triển khai thực hiện chương trình OCOP tại địa phương | | | | | |
| 2.1 | Quý vị biết đến việc triển khai của các cấp trên (huyện, tỉnh, trung ương); (có thể nhắc lại thông tin được triển khai) | | | | | |
| 2.2 | Quý vị biết đến việc triển khai từ cấp xã (có thể nhắc lại thông tin được triển khai) | | | | | |
| 3. | Quý vị biết đến thông tin về 6 nhóm ngành/hàng có tiềm năng của chương trình OCOP tại địa phương | | | | | |
| 3.1 | Quý vị có thể nhớ và kể tên nhóm thực phẩm | | | | | |
| 3.2 | Quý vị có thể nhớ và kể tên nhóm sản phẩm đồ uống | | | | | |
| 3.3 | Quý vị có thể nhớ và kể tên nhóm sản phẩm thảo dược | | | | | |
| 3.4 | Quý vị có thể nhớ và kể tên nhóm sản phẩm dịch vụ nông nghiệp | | | | | |
| 3.5 | Quý vị có thể nhớ và kể tên nhóm đồ lưu niệm, mỹ nghệ | | | | | |
| 3.6 | Quý vị có thể nhớ và kể tên một số sản phẩm nông nghiệp khác... | | | | | |
| 4. | Quý vị biết đến phạm vi, đối tượng chương trình OCOP | | | | | |
| 4.1 | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) phạm vi | | | | | |
| 4.2 | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) đối tượng | | | | | |
| 5. | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) quan điểm chương trình OCOP | | | | | |
| 6 | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) mục tiêu chương trình OCOP | | | | | |
| 7 | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) nguyên tắc chương trình OCOP | | | | | |
| 8 | Quý vị biết (hoặc có thể nhớ và nhắc lại) nội dung đề án chương trình OCOP | | | | | |

(Nhóm tác giả xây dựng, 2020)