

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG NÔNG THÔN CỦA NHẬT BẢN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH VỚI VIỆT NAM

Nguyễn Đức Chiện

Tóm tắt: Từ năm 1979, phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” - OVOP - của Nhật Bản được khởi xướng đã làm thay đổi đời sống cộng đồng nông thôn. Việc đề ra hệ giá trị phù hợp đã phát huy vai trò các chủ thể, nhất là phẩm chất cần cù, tự chủ, đồng thuận của nông dân trong cộng đồng. Thành công của phong trào không chỉ nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất mà còn giúp quốc gia này công nghiệp hóa, hiện đại hóa cộng đồng nông thôn, nhanh chóng thu hẹp khoảng cách phát triển giữa thành thị và nông thôn. Dựa vào nguồn tài liệu thứ cấp, bài viết phân tích kinh nghiệm phát triển cộng đồng nông thôn của Nhật Bản và gợi ra một số hàm ý chính sách cho Việt Nam trong phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững.

Từ khóa: Cộng đồng; Nhật Bản; Phát triển cộng đồng nông thôn.

Mở đầu

Sự thành công trong phát triển cộng đồng nông thôn ở một số quốc gia Đông Á, nhất là phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” - OVOP - được khởi xướng từ năm 1979 tại làng Oyama, tỉnh Oita, Nhật Bản là một điển hình của việc phát triển ngành nghề nông thôn đối với các quốc gia đang phát triển. Để đưa các cộng đồng nông thôn thoát khỏi lạc hậu và đẩy mạnh ứng dụng thành tựu của khoa học kỹ thuật nhằm hiện đại hóa cuộc sống cộng đồng, Nhật Bản đã thực hiện hàng loạt chính sách khai thác các nguồn lực tài nguyên và phát huy tối đa vai trò của các chủ thể, doanh nghiệp, cộng đồng, đặc biệt là ý thức của người nông dân vào thực tiễn phát triển. Điều lý thú là thành công trong phát triển nông thôn của nước này gợi mở một số hàm ý chính sách đối với phát triển cộng đồng và hiện thực hóa chương trình xây dựng nông thôn mới ở nước ta hiện nay.

Phát triển cộng đồng nông thôn luôn được Đảng và Nhà nước ta quan tâm từ khi đất nước

thống nhất (1975), trong những thập niên vừa qua Chính phủ đã triển khai nhiều chính sách quan trọng (Luật đất đai 2013, Luật Hợp tác xã 2013, Luật Doanh nghiệp, Chương trình Xây dựng Nông thôn mới 2010, v.v...) nhằm chuyển đổi cơ cấu ngành nghề nông thôn theo hướng công nghiệp hiện đại, sản xuất hàng hóa gắn với thị trường tiêu thụ và thích ứng với biến đổi khí hậu; tạo cơ hội để mọi chủ thể trong cộng đồng, nhất là người nông dân thấy được vai trò, trách nhiệm trong phát triển nông nghiệp, nông thôn. Những điều chỉnh chính sách thời gian qua đã mang đến nhiều thay đổi trong sản xuất, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân nông thôn.

Mặc dù đạt được những thành công trong phát triển nông thôn như chuyển đổi cơ cấu ngành nghề, tạo việc làm, nâng cao thu nhập, giảm nghèo, cải thiện điều kiện sống và tiếp cận các dịch vụ xã hội, nhưng khu vực nông thôn nước ta trong hơn 35 năm đổi mới và hội nhập sâu vẫn là khu vực chịu nhiều thiệt thòi. Lý do là vì nền nông nghiệp sản xuất manh mún, năng suất, chất lượng sản phẩm, thu nhập

thấp, tỷ lệ nghèo đa chiều vẫn cao, kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội, đặc biệt là miền núi vùng sâu xa chậm phát triển so với khu vực đô thị và vùng đồng bằng. Thực tiễn này cho thấy, phát triển nông nghiệp, nông thôn chưa đáp ứng yêu cầu đặt ra, chưa khai thác hiệu quả tiềm năng và phát huy tối đa năng lực của cộng đồng và người dân vào quá trình phát triển theo hướng văn minh hiện đại. Thực tiễn phát triển tam nông (nông nghiệp, nông thôn, nông dân) Việt Nam theo hướng công nghiệp hiện đại vẫn đặt ra nhiều câu hỏi cần nghiên cứu làm rõ. Dựa vào nguồn tài liệu thứ cấp, bài viết phân tích kinh nghiệm phát triển nông thôn của Nhật Bản nhằm gợi ra một số bài học và hàm ý chính sách đối với quá trình phát triển tam nông ở nước ta trong bối cảnh hiện nay.

1. Kinh nghiệm Nhật Bản về phát triển cộng đồng nông thôn

Sau Chiến tranh thế giới thứ II, kinh tế Nhật Bản bị tàn phá nặng nề, không chỉ sản xuất công nghiệp mà nông nghiệp cũng đạt ở mức rất thấp. Nạn thất nghiệp, lạm phát, tệ nạn xã hội lan rộng khắp đất nước, lương thực thiếu, người dân nông thôn thiếu việc làm, thu nhập thấp, nghèo đói. Nhật Bản là một quốc gia có điều kiện thiên nhiên khắc nghiệt, diện tích nhỏ, dân số lớn, song sau vài thập kỷ, quốc gia này đã có sự phát triển vượt bậc, trở thành nước có nền kinh tế lớn mạnh, đứng thứ 3 trên thế giới với nền nông nghiệp rất hiện đại. Đời sống nông dân được bảo đảm, các chính sách an sinh xã hội phát triển, góp phần ổn định cuộc sống người dân nông thôn. Hiện nay, chỉ có khoảng 3% dân số Nhật làm nông nghiệp nhưng đã cung cấp lương thực, thực phẩm chất lượng cao, đảm bảo cho hơn 127 triệu người dân, đồng thời xuất khẩu nhờ nền nông nghiệp công nghệ cao với chuỗi giá trị hiệu quả (Gia Linh, 2019).

Từ những năm 90 của thế kỷ XX, Nhật Bản áp dụng mạnh hơn nguyên lý thị trường trong sản xuất nông nghiệp, bảo đảm hài hòa với đời sống nông thôn. Đặc biệt từ năm 2000, quốc gia này đã ban hành chính sách nông nghiệp “Takebe” (tên của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp giai đoạn này) nhằm mục tiêu cung cấp lương thực ổn định, ban hành các quy định luật pháp liên quan đến an toàn thực phẩm và giáo dục chế độ ăn uống khoa học để có sức khỏe tốt; bảo đảm hài hòa giữa thành thị và nông thôn, môi trường nông thôn gắn gũi với tự nhiên và xác lập cơ cấu nông nghiệp do doanh nghiệp nông nghiệp hoạt động hiệu quả. Theo thống kê, trong giai đoạn xây dựng nông thôn mới kéo dài 13 năm, tổng sản lượng nông nghiệp tăng từ 4.166,1 tỷ Yên năm 1967 lên 11.564 tỷ Yên, tốc độ tăng đạt 177,6%. Đáng quan tâm là công nghiệp hóa, đô thị hóa nhanh dẫn đến khoảng cách lớn trong phát triển nông thôn và đô thị (Hiramatsu Morihiko, 2020). Thực trạng này nảy sinh nhiều hệ quả xã hội, dòng người từ nông thôn đổ ra thành thị kiếm việc làm, cơ sở hạ tầng, dịch vụ xã hội quá tải,... không chỉ làm gia tăng khoảng cách giữa nông thôn và đô thị mà còn để lại nhiều bất cập trong phát triển.

Từ thập kỷ 60 đến đầu thập kỷ 80 của thế kỷ XX, Chính phủ Nhật Bản áp dụng trực tiếp kỹ thuật sản xuất và phương thức kinh doanh nông nghiệp của phương Tây. Mặc dù những biện pháp này đã phát huy vai trò tích cực nhất định đối với quá trình cải cách trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp thời đó của Nhật Bản, nhưng do áp dụng một cách phiến diện kinh nghiệm của nước khác, tách rời tình hình của Nhật Bản nên cuối cùng đã thất bại (Nguyễn Thành Lợi, 2013). Thập kỷ 80, Nhật Bản bắt đầu tìm tòi con đường phát triển nông nghiệp thích hợp với nguồn lực và thể mạnh của quốc gia, đẩy mạnh tiến trình công nghiệp hóa nông nghiệp, đặc biệt coi trọng phương thức kinh

doanh và kinh nghiệm của nền nông nghiệp truyền thống của Nhật Bản, đồng thời áp dụng các biện pháp để thúc đẩy các hoạt động trao đổi, phổ biến kinh nghiệm sản xuất nông nghiệp, theo đúng phương châm là công nghệ phương Tây và tinh thần Nhật Bản. Thông qua những biện pháp này, hoạt động sản xuất nông nghiệp của Nhật Bản phát triển rất mạnh trong quá trình công nghiệp hóa. Trình độ kinh tế hóa các mặt hàng nông nghiệp được nâng cao, nông nghiệp cung cấp cho các ngành sản xuất công nghiệp nguồn lao động dồi dào, đồng thời thúc đẩy tiến trình công nghiệp hóa nông nghiệp và đô thị hóa nông thôn. Tiến trình công nghiệp hóa nông nghiệp, công nghiệp hóa nông thôn, đô thị hóa nông thôn đã phát huy vai trò quan trọng trong việc điều hòa sự phát triển của thành thị và nông thôn Nhật Bản. Thực tiễn này cũng giảm khoảng cách phát triển giữa các vùng nông thôn và thành thị ở Nhật Bản. Đây được xem là kinh nghiệm quan trọng gợi mở kiến tạo mô hình phát triển công nghiệp và nông nghiệp với các nước phát triển sau.

Về quan điểm tiếp cận nông thôn, Nhật Bản rất quan tâm đến nguồn lực địa phương. Đây là một trong những nhân tố quan trọng góp phần vào sự phát triển thần kỳ của ngành nông nghiệp nói riêng cũng như nền kinh tế Nhật Bản nói chung. Đáng chú ý là sự thành công của phong trào OVOP tại Nhật Bản được nhiều nước trên thế giới quan tâm, đặc biệt các quốc gia ở Châu Á và Châu Phi đã tham khảo mô hình áp dụng vào thực tiễn phát triển nông thôn. Sự thành công của phong trào OVOP tại Nhật Bản cũng là tiền đề khởi xướng phong trào phát triển nông thôn ở nhiều quốc gia, tại Trung Quốc có các phong trào, như: “Mỗi nhà máy một sản phẩm”, “Mỗi thành phố một sản phẩm”, “Mỗi làng một báu vật”; tại Thái Lan có chương trình OTOP, tại Philippine có phong trào “Mỗi thị trấn một sản phẩm”, tại

Malaysia có phong trào “Mỗi làng một sản phẩm”, phong trào “Mỗi làng một nghề; tại Hàn Quốc có chương trình “Mỗi làng một nhãn hiệu”,... Nhờ áp dụng từ kinh nghiệm OVOP của Nhật Bản, các nước đã tận dụng tốt các nguồn lực của địa phương, phát huy sức mạnh cộng đồng, bảo tồn và phát triển các làng nghề truyền thống... thu được những thành công nhất định trong phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn (Nguyễn Thành Lợi, 2013).

Mục tiêu của mô hình “Mỗi làng một sản phẩm” là nhằm huy động nội lực từ người dân, phát huy sức mạnh cộng đồng các làng để khai thác nguồn lực tại chỗ, làm ra sản phẩm có giá trị thương mại của địa phương, tự tạo việc làm và thu nhập, nâng cao mức sống. Đây là một phong trào được tiếp cận theo cộng đồng làng, với mục đích liên kết người dân trong sản xuất hàng hóa nhằm hướng đến những thành quả trong sản xuất nông nghiệp, ổn định và phát triển bền vững cộng đồng nông thôn.

Để thực hiện chương trình này, Nhật Bản đã rất quan tâm đến vai trò của hộ nông dân và tổ chức cộng đồng trong OVOP. Có 3 nguyên tắc của OVOP được đưa ra trong chương trình phát triển là: *Hành động địa phương, suy nghĩ toàn cầu - tự tin, sáng tạo - phát triển nguồn nhân lực* (Yoopin Claymone, 2011). Theo các nguyên tắc này, mỗi làng tự tìm tòi để sản xuất ra sản phẩm của địa phương với mục tiêu sản xuất hàng hóa vươn ra thị trường thế giới. Xây dựng lòng tin cho cộng đồng “chúng ta có thể làm được”, nuôi dưỡng sự sáng tạo về mẫu mã, chất liệu, quy cách, bao bì tiếp thị, quảng bá, đưa sản phẩm ra thị trường ấn tượng và thu hút khách hàng. Nông dân được đào tạo bài bản về kiến thức, kỹ năng, đạo đức kinh doanh, duy trì giá trị văn hóa truyền thống.

Phát huy tính tự chủ, tự quản của cộng đồng nông thôn, mỗi làng tổ chức họp dân để mọi người cùng tìm tòi, góp ý kiến thảo luận,

bàn bạc phát hiện các nguồn tài nguyên chưa sử dụng và cùng quyết định lựa chọn sản xuất sản phẩm độc đáo, hay làm loại dịch vụ nào đó mang đậm nét đặc trưng trên cơ sở khai thác tài nguyên địa phương. Chương trình này cũng quan tâm đến các giá trị văn hóa truyền thống, có biện pháp tái tạo, làm sống lại các giá trị văn hoá, lịch sử, truyền thống trên địa bàn nông thôn. Ngoài ra, ở cấp quận cũng thành lập trung tâm nghiên cứu, thử nghiệm và hỗ trợ phát triển công nghệ, tổ chức triển lãm, hội chợ, phát động tiêu dùng hàng địa phương, hỗ trợ thành lập các công ty ở nông thôn...

Điểm đáng chú ý là chương trình OVOP tại Nhật Bản rất coi trọng vai trò của mỗi hộ nông dân trong quá trình phát triển. Từng hộ nông dân đóng vai trò chủ đạo trong sản xuất sản phẩm, tự chế biến, có thể tự đem bán sản phẩm hoặc thông qua hợp tác xã kết nối tiêu thụ, không qua trung gian. Sản phẩm sản xuất tại mỗi hộ, mỗi trang trại hoặc xưởng gia đình nhưng theo một quy trình thống nhất, tạo ra sản phẩm cùng chất lượng, mẫu mã, cùng một loại bao bì, một nhãn hiệu và thương hiệu của cộng đồng làng.

Có thể khẳng định OVOP đã làm sâu sắc sự phát triển cộng đồng và phát triển bằng nội lực ở nông thôn, mang đến những thành công trong phát triển nông hộ. Nhiều sáng kiến bán hàng được áp dụng, nông dân biết cách tiếp thị, tiếp cận thị trường sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng bao bì, đẩy mạnh hợp tác sản xuất giữa các hộ nông dân ở địa phương, làm thay đổi bộ mặt nông thôn Nhật Bản. Thành công của OVOP đã lan tỏa rộng khắp đến nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Chương trình OVOP không chỉ đem đến mẫu hình thành công trong phát triển nông thôn của Nhật Bản, điều lý thú là mô hình phát triển này để lại những bài học kinh nghiệm quý báu về phát triển cộng đồng và phát huy

nội lực người dân nông thôn, của mỗi cộng đồng và địa phương trong quá trình phát triển. Chương trình yêu cầu xác định và thực hiện đúng 3 nguyên tắc của phong trào hành động địa phương, suy nghĩ toàn cầu - tự tin, sáng tạo - phát triển nguồn nhân lực. Người dân đóng vai trò chủ đạo, tự nguyện tham gia, tự bàn bạc, lựa chọn và quyết định sản xuất, tự làm, tự học hỏi để nâng cao kỹ năng. Chương trình thông qua hợp tác cộng đồng làng để phát huy nội lực, cùng khai thác nguồn lực địa phương để phát triển sản xuất, xây dựng thương hiệu tập thể cho sản phẩm, đẩy mạnh phát triển hợp tác xã ở nông thôn để liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của mỗi địa phương. Chính quyền cũng đóng vai trò quan trọng trong hỗ trợ đào tạo, quảng bá, kết nối nông dân với doanh nghiệp tạo nên liên kết sản xuất – chế biến – tiêu thụ, phân phối hài hòa lợi ích giữa ba chủ thể: nông dân – hợp tác xã – doanh nghiệp trong quá trình sản xuất và kinh doanh.

Có thể nói, OVOP là mẫu hình phát triển có tính lý luận và thực tiễn cao, mang đến thành công phát triển nông thôn của Nhật Bản theo hướng hiện đại hóa và tiếp cận tốt với thị trường. Điều đáng quan tâm là chỉ trong vòng hai thập kỷ (từ năm 1979 đến 1999), phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” của Nhật Bản đã đạt được những thành công lớn về kinh tế - xã hội trong quá trình phát triển nông thôn, thu hẹp khoảng cách phát triển giữa nông thôn và thành thị. Phong trào này đã gắn kết được các hoạt động sản xuất nông nghiệp với chế biến nông sản, tạo việc làm cho người lao động, tăng khả năng cạnh tranh, từ đó giúp tăng thu nhập cho người dân nông thôn. Đời sống tinh thần, vật chất của người dân nông thôn được nâng cao, môi trường được cải thiện và gìn giữ. Người dân trở nên tự tin vào cuộc sống ở cộng đồng, nông thôn trở thành xã hội năng động, sản xuất phát triển, có tích lũy, tự đầu tư, tự phát triển.

2. Bàn luận và hàm ý chính sách đối với phát triển nông thôn Việt Nam

Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” của Nhật Bản để lại bài học kinh nghiệm về huy động nội lực từ người dân và sức mạnh của cộng đồng vào phát triển nông thôn. Tiếp cận theo cộng đồng làng để huy động sức mạnh cộng đồng, trao quyền cho cộng đồng tự làm, tự quyết định, tự chịu trách nhiệm từ chính các chủ thể trong cộng đồng là cách làm độc đáo của Nhật Bản. Chính phủ hỗ trợ ban đầu như hỗ trợ đào tạo, quảng bá, hỗ trợ mạng lưới và vật chất ở mức tối thiểu nhằm mang tính kích thích; đồng thời chỉ tiếp tục hỗ trợ khi làng đã huy động được nguồn lực của nhân dân để hoàn thành từng dự án do làng xây dựng. Khi người dân đã tự tin, xác định rõ vai trò, trách nhiệm của mình và tự nguyện đóng góp nguồn lực, cộng đồng tự triển khai và quản lý các hoạt động, Chính phủ chuyển sang hỗ trợ các dự án phát triển kinh tế ở những nơi khác.

Nhận thức và tham gia tự giác với trách nhiệm chủ thể của người dân trong cộng đồng là yếu tố không thể thiếu và rất quan trọng của chương trình. Buổi đầu người dân nông thôn còn nghèo, chưa nhận thức hết vai trò và trách nhiệm của mình trong xây dựng phong trào OVOP nhưng chính quyền biết đặt lòng tin vào dân, trao quyền cho cộng đồng làng, biết cách phối hợp với tổ chức nông dân và tổ chức xã hội để tuyên truyền vận động thì mọi việc đều được giải quyết. Cách huy động nguồn nội lực từ người dân từng bước để có đủ thời gian chuyển đổi tâm lý, nâng cao dần ý thức của người dân; nông dân có đủ thời gian tích lũy để tái sản xuất và đóng góp nguồn lực với cộng đồng.

Có thể thấy rằng, OVOP được tổ chức hoạt động theo phương pháp tiếp cận dựa vào cộng đồng để kết nối nông dân địa phương, qua đó khuyến khích hành động tập thể của các thành viên cùng nhau đạt mục tiêu chung. Sự thành

công của OVOP không phụ thuộc quá nhiều vào thể chế mà phụ thuộc chính vào các yếu tố tổ chức cộng đồng, cam kết của các thành viên cộng đồng và sự hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. OVOP trở thành phương pháp phát triển nông thôn hiệu quả và bền vững. Phong trào OVOP là một cách để làm cho cộng đồng nhận ra nguồn lực họ đang sở hữu, những khó khăn đang phải đối mặt và khuyến khích tìm tòi ra giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm.

Phong trào OVOP đã góp phần nâng cao đời sống nông thôn, giảm sự chênh lệch giữa khu vực thành thị và nông thôn ở Nhật Bản. Cần cù, tự lực và đoàn kết được xem là những giá trị cốt lõi tạo nên thành công của phong trào, góp phần đưa Nhật Bản trở thành quốc gia phát triển như ngày nay. Trong bối cảnh phát triển hiện nay, những giá trị cốt lõi này vẫn là công cụ hữu ích và hiệu quả để giải quyết nhiều vấn đề kinh tế, xã hội, văn hóa, môi trường mà Nhật Bản đang phải đối mặt. Việt Nam và Nhật Bản có những nét tương đồng về văn hóa, hệ giá trị, lối sống và cách suy nghĩ, là cơ sở để tham khảo kinh nghiệm phát triển nông thôn giữa hai nước, góp phần thúc đẩy nhanh tiến độ thực hiện các mục tiêu nâng cao chất lượng xã nông thôn mới ở Việt Nam hiện nay.

Thực tế, phát triển nông nghiệp, nông thôn là chủ trương đúng đắn của Đảng ta, thể hiện ở Nghị quyết 26 - NQ/TW Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn ban hành ngày 5/8/2008; Chương trình xây dựng nông thôn mới ban hành từ 2010 theo Quyết định số 800/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ; Phê duyệt Chương trình mục tiêu Quốc gia về xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2010 – 2020; Nghị quyết 26/NQ-TW, Quyết định 1600/QĐ-TTg về Chương trình mục tiêu quốc gia Xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016- 2020 và

Quyết định 490/QĐ-TTg phê duyệt chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018-2020. Đảng và Chính phủ rất quan tâm phát huy tính dân chủ và huy động nội lực của người dân nông thôn. Theo đó, tam nông là vấn đề có vị trí chiến lược trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; là cơ sở và nguồn lực quan trọng để phát triển kinh tế nhanh và bền vững; giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc và bảo vệ môi trường sinh thái của đất nước.

Tại Việt Nam, Quảng Ninh là tỉnh đầu tiên trong cả nước triển khai mô hình “Mỗi xã, phường một sản phẩm” từ năm 2013 và đạt được nhiều kết quả tích cực. Và theo các tiêu chí, tiêu chuẩn của Chương trình OCOP hiện nay, Quảng Ninh đã có trên 300 sản phẩm OCOP được xếp hạng. Tiếp nối thành công của Quảng Ninh, nhiều tỉnh thành trong cả nước cũng triển khai thực hiện chương trình. Đến năm 2021, chương trình kinh tế OCOP đã được triển khai tại 63 tỉnh thành trong cả nước. Đã có 60/63 tỉnh, thành phố tổ chức đánh giá xếp hạng sản phẩm cho thấy việc nhận thức và ý thức chỉ đạo triển khai Chương trình OCOP ngày càng tích cực. Ngoài những địa phương có chiều sâu như Quảng Ninh, Hà Nội, những địa phương tích cực triển khai nhanh chóng và hiệu quả đều nằm ở khu vực Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ. Điều này cho thấy sự phù hợp của Chương trình OCOP trong phát triển sản xuất, góp phần thúc đẩy xây dựng nông thôn mới ở những khu vực còn khó khăn này (Phạm Tuấn Anh, 2022).

Chương trình OCOP không chỉ có ý nghĩa đơn thuần về phát triển sản xuất mà còn có ý nghĩa trong giải quyết nhiều vấn đề quan trọng ở nông thôn như giảm nghèo, giải quyết việc làm, an sinh xã hội, môi trường, phát huy trí tuệ sáng tạo của người dân, hình thành các tổ chức liên kết kinh tế cộng đồng bền vững.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của địa phương thông qua các chương trình phát triển ngành nghề nông thôn, nâng cao giá trị sản phẩm, hàng hóa và kiến thức tiếp cận thị trường. Chẳng hạn, ở tỉnh Vĩnh Long, bánh tráng Cù Lao Mây, xã Lục Sỹ Thành, huyện Trà Ôn đã có thương hiệu riêng. Từ chỗ người dân sản xuất manh mún, thiếu kết nối, đến nay nhận thức của người dân được cải thiện, áp dụng khoa học công nghệ vào trong hoạt động sản xuất và tự chủ trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường (Nam Long, 2021). Ví dụ, phát triển sản phẩm từ bài thuốc tẩm của người Dao đỏ ở xã Tả Phìn, thị xã Sa Pa, tỉnh Lào Cai, từ chỗ chỉ có 14 hộ gia đình người Dao đỏ làm nghề bốc thuốc, đến nay đã phát triển thành công ty với hơn 60 cổ đông. Các sản phẩm từ bài thuốc tẩm của người Dao đỏ trước đây ít người biết, đến nay đã được đăng ký, có nhãn hiệu hàng hóa, đạt tiêu chuẩn theo luật định, được phân phối trên phạm vi toàn quốc và xuất khẩu ra một số quốc gia. Các hoạt động này đã góp phần phục hồi giá trị văn hóa của người dân tộc thiểu số đang bị mai một, nâng cao tính gắn kết cộng đồng thông qua hoạt động sản xuất kinh doanh, tạo công ăn việc làm, giúp nhau xóa đói giảm nghèo... (Nguyễn Trọng Đắc, Trần Mạnh Hải, Nguyễn Thị Luyến, 2013).

Mặc dù chương trình đã đạt được thành quả bước đầu trong phát triển cộng đồng, song ở không ít địa phương vẫn còn hạn chế, bất cập. Nhận thức của một bộ phận người dân còn thụ động trông chờ, ỷ lại vào nguồn lực của nhà nước, chưa thực sự chủ động tham gia phong trào dẫn đến việc huy động nguồn lực từ người dân còn hạn chế. Vai trò chủ thể của người dân chưa được nhận thức đầy đủ, năng lực tổ chức các hoạt động cộng đồng, có lúc, có nơi chưa được phát huy đầy đủ và mang lại hiệu quả rõ nét.

Do đó, bài viết đề xuất một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, tăng cường đầu tư phát triển nghiên cứu, chuyển giao công nghệ, đào tạo và dạy nghề, đặc biệt là các ngành nghề gắn với tiềm năng và thế mạnh của mỗi địa phương cho nông dân nhằm phát huy hiệu quả nguồn lực địa phương. Đây là động lực chính cho tăng trưởng trong tương lai, tạo ra bước đột phá về năng suất, chất lượng của nông sản, tăng khả năng cạnh tranh trong nước và ngoài nước.

Thứ hai, Chính phủ và chính quyền địa phương cần có chính sách hỗ trợ phù hợp, bảo hộ hợp lý đối với nông sản trên cơ sở tuân thủ các quy định của WTO cùng các chính sách hỗ trợ khác; hỗ trợ mạnh cho các hợp tác xã, hội nông dân để giúp các tổ chức này hoạt động tốt trong vai trò cung ứng vật tư nông nghiệp thiết yếu, bảo vệ lợi ích của người nông dân. Sự phát triển của các chủ thể hợp tác xã và hội nông dân giúp cho cộng đồng xã hội nông thôn phát triển hài hòa cả về kinh tế, xã hội, chính trị và môi trường.

Thứ ba, trong bối cảnh Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, hiện đại hóa nền nông nghiệp quốc gia. Việc ứng dụng công nghệ không chỉ tăng năng suất trong nông nghiệp mà còn giúp ngành nông nghiệp thích ứng, ứng phó tốt hơn với những thách thức hiện tại như biến đổi khí hậu và phát triển bền vững.

Thứ tư, Chính phủ và chính quyền địa phương cần quyết tâm thực hiện tốt mô hình liên kết nông nghiệp, nông thôn với công nghiệp và đô thị nhằm thu hẹp khoảng cách giữa đô thị và nông thôn. Hoạch định rõ chiến lược phát triển công nghiệp gắn với nông nghiệp về thu hút lao động, chế biến nông phẩm, cung cấp vật tư, máy móc cho nông nghiệp. Điều chỉnh kế hoạch mở rộng các đô thị lớn thành xây dựng nhiều thành phố vệ tinh

nhỏ nằm ở nông thôn. cải thiện hệ thống giao thông để cư dân nông thôn và đô thị có thể di chuyển cư trú thuận lợi.

Thứ năm, tạo không gian và chất lượng cuộc sống tốt ở nông thôn để người nông dân có thể tự tăng thu nhập và có động lực ở lại nông thôn. Nhà nước và chính quyền địa phương cần xây dựng hạ tầng cơ sở, nhà máy ở nông thôn, phát triển các doanh nghiệp công nghiệp chế biến, các ngành công nghiệp sản xuất vật tư, thiết bị cho nông nghiệp và hàng tiêu dùng cho nông thôn...) sẽ hình thành nhiều đô thị, giúp tăng thu nhập cho cư dân nông thôn và giảm áp lực dân nông thôn đổ dồn vào thành thị.

Thứ sáu, các chủ thể tiếp tục thay đổi nhận thức về phát triển cộng đồng, chú trọng phát huy giá trị nội lực từ người dân và sức mạnh của cộng đồng vào phát triển mỗi làng xã, trao quyền cho cộng đồng tự làm, tự quyết định, tự chịu trách nhiệm từ chính các chủ thể trong cộng đồng trước Đảng và Nhà nước. Chính phủ tiếp tục xem xét các giai đoạn hỗ trợ vật chất, ban đầu nên hỗ trợ có tính kích thích, khi người dân và cộng đồng tự triển khai và quản lý các hoạt động, Chính phủ chuyển sang cho các làng vay vốn để làm các công trình, phát triển các mô hình phù hợp với tiềm năng của địa phương, v.v...

Những định hướng này không chỉ phát huy hiệu quả tiềm năng cộng đồng nông thôn mà còn đảm bảo phát triển hài hòa, đạt mục tiêu “tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội”, hướng đến hoàn thành mục tiêu “Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030 đã xác định đến năm 2030 (kỷ niệm 100 năm thành lập Đảng), Việt Nam là nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao và xác định cả tầm nhìn đến năm 2045 (kỷ niệm 100 năm thành lập nước) trở thành nước phát triển, thu nhập cao” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021).

Tài liệu tham khảo

1. Phan Xuân Huân (2016). Kinh nghiệm thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới”. Truy cập ngày 12/6/2022 tại <https://hatinh.dcs.vn/mo-hinh-ien-hinh/news/kinh-nghiem-thuc-hien-chuong-trinh-xay-dung-nong-thon-moi.html>.
2. Nguyễn Trọng Đắc, Trần Mạnh Hải, Nguyễn Thị Luyến (2013). Tạp chí Kinh tế và Phát triển: Hoạt động sản xuất kinh doanh sản phẩm đặc sản bản địa thuốc tằm của người Dao Đỏ ở xã Tả Phìn, huyện Sa Pha, tỉnh Lào Cai), Truy cập ngày 8/12/2022 tại <https://dlib.neu.edu.vn/handle/NEU/36566>
3. Hiệp Đức (2011). Xây dựng nông thôn mới từ phong trào “Mỗi làng một sản phẩm”. Truy cập ngày 12/11/2022 tại <https://nhandan.vn/kinh-te>.
4. Nguyễn Thành Lợi (2013). Xây dựng nông thôn mới của Nhật và một số gợi ý cho Việt Nam”. Truy cập ngày 12/11/2022 tại <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/quoc-te/item/284-xay-dung-nong-thon-moi-cua-nhat-ban-va-mot-so-goi-y-cho-viet-nam.html>
5. Nam Long (2021). Làng bánh tráng 100 năm tuổi Cù Lao Mây “đỏ lửa” đón Tết Nhâm Dần Truy cập ngày 15/11/2022 tại <https://thanhvien.vn/lang-banh-trang-100-nam-tuoi-cu-lao-may-do-lua-don-tet-nham-dan-post1420702.html>
6. Thanh Nhã (2017). Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” của Nhật Bản, Thái Lan và kinh nghiệm cho Việt Nam”. Truy cập ngày 15/11/2022 tại <https://nongthonmoihatinh.vn/OCOP-Nong-nghiep-huu-co>.
7. Gia Linh (2019). Phát triển tam nông của Nhật Bản và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam”. Truy cập ngày 15/11/2022 tại <https://consosukien.vn/phat-trien-tam-nong-cua-nhat-ban-va-bai-hoc-kinh-nghiem-cho-viet-nam.htm>
8. Quốc hội (2013). Luật Đất đai.
9. Quốc hội (2013). Luật Hợp tác xã.
10. Quốc hội (2020). Luật Doanh nghiệp.
11. Chính phủ (2010). Quyết định phê duyệt chương trình xây dựng nông thôn mới 2010 – 2020.
12. Eiichi Yoshida (2011). Phong trào Mỗi làng một sản phẩm của Nhật Bản, Bài giảng tại ĐH Tây Bắc, Việt Nam.
13. Hiramatsu Morihiko (2020). Mỗi làng một sản phẩm giúp Trung Quốc giải quyết ba vấn đề nông thôn. Truy cập ngày 15/11/2022 tại <https://www.keguanjp.com/>
14. Yoopin Claymone (2011). A Study on One village One Product Project (OVOP) in Japan and Thailand as an Alternative of Community Development in Indonesia: A Perspective on Japan and Thailand, Thammasat Univ.-Ins. of East Asian Studies.
15. Phạm Tuấn Anh (2022), Một số kết quả cơ bản của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) sau 4 năm triển khai thực hiện. Truy cập ngày 15/11/2022 tại
16. <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-ket-qua-co-ban-cua-chuong-trinh-moi-xa-mot-san-pham-ocop-sau-4-nam-trien-khai-thuc-hien-87520.htm>
17. Trung tâm xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch Hà Nội (2013), Mô hình mỗi làng một sản phẩm của Nhật Bản: Phiên bản nào cho Việt Nam? Truy cập ngày 15/11/2022 tại <http://hpa.hanoi.gov.vn/trang-chu/thong-tin-huu-ich/moi-lang-mot-san-pham-ovop/mo-hinh-moi-lang-mot-san-pham-cua-nhat-ban-phiên-ban-nao-cho-viet-nam-a9019>.

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Đức Chiện, PGS. TS.
- Đơn vị công tác: Viện Xã hội học
- Địa chỉ email: xhhchien@yahoo.com

Ngày nhận bài: 3/8/2020

Ngày nhận bản sửa: 20/11/2020

Ngày duyệt đăng: 11/12/2020