

CÁC MỤC TỪ VỀ SẢN PHẨM OCOP TRONG BÁCH KHOA THƯ DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG (TRƯỜNG HỢP BÁCH KHOA THƯ DU LỊCH TỈNH QUẢNG NINH)

TRƯƠNG QUỲNH ANH *

Tóm tắt: Sản phẩm OCOP là sản phẩm truyền thống mang bản sắc của các địa phương, là nguồn tài nguyên du lịch quý giá cung cấp cho du khách, có khả năng làm sinh động các điểm đến du lịch. Sản phẩm OCOP không chỉ có giá trị về kinh tế mà còn có giá trị về văn hóa truyền thống của các địa phương. Do vậy, các mục từ về sản phẩm OCOP trong *Bách khoa thư du lịch địa phương* là những mục từ rất quan trọng, có giá trị quảng bá, lưu giữ hình ảnh và tri thức địa phương. Bài viết làm rõ các khái niệm OCOP, sản phẩm OCOP, nghiên cứu cách phân loại các mục sản phẩm OCOP của tỉnh Quảng Ninh, từ đó vận dụng các nội dung thông tin vào trong công trình *Bách khoa thư Du lịch tỉnh Quảng Ninh*, sau cùng là đề xuất cách thức biên soạn mục từ sản phẩm OCOP trong các *Bách khoa thư du lịch địa phương* nói chung.

Từ khóa: Bách khoa thư, bách khoa thư chuyên ngành, bách khoa thư địa phương, du lịch, sản phẩm OCOP.

Abstract: OCOP products are traditional ones with local identities, valuable tourism resources provided for visitors, they are capable of enlivening tourism destinations. The OCOP products have values in terms of not only economy but also traditional culture of localities. Thus the entries about OCOP products in the *encyclopedias of local tourism* are very important in order to promote, preserve the images and

knowledge of localities. The article clarifies the concepts of OCOP, OCOP products, studies how to classify the OCOP product categories of Quảng Ninh province, thereby applying the information contents into the *Tourism Encyclopedia of Quảng Ninh Province*, finally proposes the way of compiling the entries about the OCOP products in the *encyclopedias of local tourism* in general.

Keywords: Encyclopedia, specialized encyclopedia, local encyclopedia, tourism, OCOP products.

1. Mở đầu

Du lịch là một lĩnh vực kinh tế đang ngày càng phát triển. Để quảng bá du lịch, các địa phương không chỉ dùng cách xuất bản các tờ rơi, các cẩm nang du lịch của từng điểm đến, mà không ít nơi đã xuất bản cả những cuốn sách, những công trình tra cứu về các tài nguyên du lịch của địa phương mình. Trong số đó, bách khoa thư du lịch là một sản phẩm có tính hệ thống, quy mô, không chỉ có tác dụng quảng bá mà còn có tác dụng lưu trữ lâu dài về những giá trị trong ngành du lịch của mỗi địa phương. Trong số những mục từ cấu thành

* ThS - Viện Từ điển học và Bách khoa thư Việt Nam; Email: quynhanhkhtc@gmail.com

Bách khoa thư du lịch địa phương, các sản phẩm OCOP đóng một vai trò quan trọng, góp phần cung cấp các tri thức về các sản phẩm đặc trưng của mỗi địa phương, vùng miền. Các mục từ về sản phẩm OCOP trong *Bách khoa thư Du lịch tỉnh Quảng Ninh* sẽ góp phần lưu giữ và quảng bá tri thức về sản phẩm du lịch của tỉnh Quảng Ninh.

2. Một số khái niệm

OCOP là tên một chương trình có tên tiếng Anh đầy đủ là “One commune, one product”, có nghĩa là “Một xã, phường một sản phẩm”. Đây là một mô hình được nước ta học tập từ phong trào “Một làng một sản phẩm” của Nhật Bản, vốn có tên tiếng Anh là “One village, one product” - viết tắt là OVOP. Phong trào này được triển khai ở Nhật Bản từ những năm 70 của thế kỷ trước.

Tại Việt Nam, phong trào OCOP bắt đầu được triển khai tại Quảng Ninh trong giai đoạn 2013 - 2016. Trong giai đoạn tiếp theo, từ 2017 - 2019, phong trào được triển khai tại chín tỉnh, thành phố theo vùng kinh tế gồm: Hà Giang, Hà Nội, Quảng Ninh, Thái Bình, Thanh Hóa, Quảng Nam, Lâm Đồng, Cần Thơ, Bến Tre. Đây là những địa phương có sản phẩm đa dạng, du lịch phát triển.

Chương trình OCOP thực chất là giải pháp để phát triển kinh tế từ các sản phẩm nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, khai thác các thế mạnh về truyền thống văn hóa, danh thắng tại các địa phương. Đó vốn là những tiềm năng, lợi thế chưa được phát huy, khai thác để phát triển kinh tế, tăng thu nhập cho người dân địa phương. Mục tiêu chính của Chương trình là: nâng cao thu nhập, tạo công ăn việc làm, góp phần xóa đói giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần; làm thay đổi tập quán sản xuất

lạc hậu, hướng người dân vào kinh tế thị trường, tạo ra hướng đi mới trong sản xuất kinh doanh các sản phẩm truyền thống có lợi thế ở khu vực nông thôn; giảm việc di dân từ nông thôn ra thành phố; góp phần đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy sự phát triển bền vững kinh tế nông thôn; tạo ra các sản phẩm dịch vụ có chất lượng phục vụ phát triển du lịch địa phương.

Sản phẩm OCOP là những sản phẩm của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ cá thể,... tại các địa phương được đánh giá theo *Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP* theo quy định tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21.8.2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành *Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm*.

Bộ Tiêu chí gồm ba phần: Phần A (35 điểm), gồm các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; sức mạnh cộng đồng); Phần B (25 điểm), gồm các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm); Phần C (40 điểm) gồm các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (chỉ tiêu cảm quan, dinh dưỡng, tính độc đáo của sản phẩm; tiêu chuẩn sản phẩm; khả năng xuất khẩu, phân phối tại thị trường quốc tế). Dựa theo số điểm đạt được, các sản phẩm sẽ được xếp hạng theo số lượng sao:

Hạng 5 sao: sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế;

Hạng 4 sao: sản phẩm đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế;

Hạng 3 sao: sản phẩm đạt tiêu chuẩn, có thể phát triển lên hạng 4 sao;

Hạng 2 sao: sản phẩm chưa đạt đầy đủ tiêu chuẩn, có thể phát triển lên hạng 3 sao;

Hạng 1 sao: sản phẩm yếu, có thể phát triển lên hạng 2 sao.

Sau khi đạt được số sao, sản phẩm nằm dưới sự quản lý của cơ quan OCOP cấp tỉnh. Những sản phẩm từ 4 sao sẽ do cơ quan Trung ương quản lý, kiểm nghiệm, duy trì chất lượng.

Toàn bộ các sản phẩm OCOP được phân thành sáu nhóm:

- Thực phẩm (nông sản tươi sống và nông sản chế biến).
- Đồ uống (có cồn và không cồn).
- Thảo dược.
- Vải và may mặc.
- Lưu niệm - nội thất - trang trí (các sản phẩm từ gỗ, sợi, mây tre, kim loại, gốm sứ, dệt may,... làm đồ lưu niệm, đồ gia dụng).
- Dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng (các sản phẩm dịch vụ phục vụ tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng, giải trí, học tập, nghiên cứu,...).

Tùy thuộc đặc điểm địa hình, thổ nhưỡng, khí hậu, các địa phương có thể mạnh về sản phẩm này hơn sản phẩm khác, hoặc có thể chỉ có một vài loại sản phẩm trong số sáu sản phẩm trên.

Sản phẩm OCOP được xác định là những sản phẩm đảm bảo về mặt chất lượng và hình thức, có khả năng trở thành nguồn cung cho hoạt động mua bán của khách du lịch, khách nội địa và cả khách trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, trước tất cả những đánh giá và xếp hạng đó, đa phần sản phẩm OCOP là những sản phẩm thủ công truyền thống. Giá trị của chúng không chỉ nằm ở mặt kinh tế mà còn hàm chứa những giá trị văn hóa cổ truyền của người dân địa phương. Do vậy, việc tên các sản phẩm này có mặt trong *Bách khoa thư du*

lich địa phương là một điều tất yếu, vấn đề chỉ là ở mức độ nào mà thôi.

3. Bảng mục từ về sản phẩm OCOP trong *Bách khoa thư du lịch địa phương* (nghiên cứu trường hợp tỉnh Quảng Ninh)

3.1. Bảng mục từ các sản phẩm OCOP 3 đến 5 sao tại Quảng Ninh

Như trên đã đề cập, Quảng Ninh là một tỉnh đi đầu trong phong trào OCOP, đó chính là lý do để sản phẩm OCOP Quảng Ninh được chọn để nghiên cứu ở đây. Theo thống kê, tính đến đầu năm 2020, toàn tỉnh đã có 196 sản phẩm được xếp hạng từ 3 đến 5 sao, trong đó có 8 sản phẩm đạt 5 sao, 62 sản phẩm 4 sao và 126 sản phẩm 3 sao [8]. Các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao của tỉnh Quảng Ninh được phân theo các nhóm như sau (danh sách này có thể chưa đầy đủ):

Nhóm các ấn phẩm lưu niệm, nội thất, trang trí gồm: *bộ bát đĩa chim én hoa sen, hoa hồng Hà Trang, ngọc trai Hạ Long, thuyền nan Nam Hòa, tranh bột điệp Công Tuyến*.

Nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch gồm: *Du lịch Làng Quê Yên Đức, Hợp tác xã Dịch vụ Vạn Chài Hạ Long*.

Nhóm thảo dược gồm: *cao Lạc Tiên An thần, cao sâm Ba kích - BAKIGOLD, cao Thiên Đông, nấm Đông trùng Hạ thảo Bảo Khang khô, thực phẩm bảo vệ sức khỏe - Trà vằng Đông Bắc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe giáo cổ lam Đông Bắc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe - Trà dược thảo Diệp Hạ Châu Đông Bắc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe - Trà dược thảo giáo cổ lam Đông Bắc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe - Viên chè vằng Đông Bắc, thực phẩm chức năng - Trà tiểu đường Đông Bắc, thực phẩm chức năng -*

Viên tiểu đường Đông Bắc, thực phẩm chức năng viên giải rượu - giải độc gan Đông Bắc.

Nhóm đồ uống gồm: *Ba kích tím khô, Chè Đường Hoa - Hải Hà, Chè thanh nhiệt Hằng Nga, Chè vàng, Dây thìa canh, Hoa trà hoa vàng khô, Mật ong, Mật ong rừng, Mật ong Tiên Yên, Nấm Lim xanh khô, Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh, Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh bổ sung ga (đóng chai Pet), Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh bổ sung ga hương vị chanh muối - Pleasing, Nước lọc tinh khiết Biển Xanh, Nước lọc tinh khiết Bình Liêu, Rượu ba kích, Rượu ba kích đặc sản Quảng Ninh, Rượu ba kích Thanh Xuân, Rượu ba kích Thức Hoài, Rượu ba kích Yên Tử, Rượu chùm ngây, Rượu chuối hột Thanh Xuân, Rượu sâm dương hoắc táo mèo, Rượu Đông trùng Hạ thảo Phương Thủy, Rượu Đông trùng Hạ thảo Vietcor, Rượu gạo bao thai đặc sản Bình Liêu, Rượu gạo Đông Triều, Rượu khoai Quảng Lâm, Rượu mơ Yên Tử, Rượu nấm Đông trùng Hạ thảo Bảo Khang, Rượu nấm Lim, Rượu nếp cái hoa vàng Đồng Bè, Rượu sâm cau Ngọc Cầu, Rượu sâm cau Yên Tử, Rượu sim Quý Chuẩn, Rượu Song Lộc (rượu mơ), Rượu Vương Tửu, Sâm cau khô thái lát, Sữa tươi thanh trùng có đường An Sinh, Sữa tươi thanh trùng có đường Đông Triều, Sữa tươi thanh trùng không đường An Sinh, Sữa tươi thanh trùng không đường Đông Triều, Trà chùm ngây, Trà Đông trùng Hạ thảo Vietcor, Trà Măng Tây, Trà túi lọc (Came Gold).*

Nhóm thực phẩm gồm: *Bánh chả, Bánh chưng chùm ngây, Bánh đa đường, Bánh đa vùng dày, Bánh dẻo, Bánh độ sinh chùm ngây, Bánh hạnh nhân, Bánh nướng, Bột sắn dây tinh khiết, Bún đương quy, Bún gạo*

Hoành Bò, Bún hoài sơn - ý dĩ, Cá cơm rim me, Cá cơm tẩm vàng, Cá đục Cô Tô khô, Cá đuối Cô Tô, Cá thu một nắng Cô Tô, Cam đường, Cây xay cấp đông Sông Cẩm, Chả lụa lợn Móng Cái, Chả mực, Chả mực Lương Phúc Vân Đồn, Chả mực Thanh Đăng, Chả tôm chiên xù Phương Thành, Chân giò nướng 3 miền, Chanh đào mật ong, Cơ trai Cô Tô, Củ cải khô, Củ cải phen, Dầu đậu nành, Dầu lạc, Dầu lạc - Hoàng Văn Quý, Dầu lạc Hải Yến, Dầu vừng, Đông trùng Hạ thảo khô Phương Thủy, Đông trùng Hạ thảo ngâm mật ong Phương Thủy, Đông trùng Hạ thảo Phương Thủy sinh khối tươi, Dưa lưới Quảng Tân, Gà rêu Hiền Điện, Gà Tiên Yên, Gạo bao thai, Gạo nếp cái hoa vàng, Ghẹ lột, Giăm bông lợn Móng Cái, Giò lụa Bình Mai, Giò lụa lợn Móng Cái, Giò Lụa Phương Thành, Giò xào, Hải sâm Cô Tô, Hành thái lát sấy khô, Hạt sa chi rang sấy, Kẹo lạc Hằng Nga, Kẹo lạc vừng Hằng Nga, Khau nhục, Khau nhục Tiên Yên, Khô Monca's Pig (Thịt lợn Móng Cái khô), Khoai lang sấy, Khoai lang tươi, Mắm cáy Sông Cẩm, Mắm chắt Phu Hiền, Măng mai khô, Mật ong Hoàng Việt, Miến dong Bình Liêu, Mực cấp đông, Mực khô, Mực ống Cô Tô khô, Mực ống Cô Tô một nắng, Nấm đùi gà, Nấm kim châm, Nem chua cây, Nước mắm Cái Rồng - Cao đậm 30, Nước mắm Cái Rồng - Hảo hạng 18, Nước mắm Cái Rồng - Mắm cốt (25), Nước mắm Cái Rồng - Mắm sả sùng (35), Nước mắm Đại Cát, Nước mắm sả sùng Cái Rồng (cao đậm), Ồi lê Toàn Phú, Rau cải bó xôi, Rau cải ngọt, Rau mầm Song Hành, Rau sa chi, Rau xà lách mỡ, Rau xà lách tím, Rau xà lách xanh, Ruốc bẻ bẻ, Ruốc bông lợn Móng Cái, Ruốc hầu, Ruốc tép chưng thịt Long Thương, Ruốc thịt lợn, Ruốc tôm Tuyết Lan, Ruốc Trai, Rươi

kho Sông Cẩm, Rượu tươi cấp đông Sông Cẩm, Sữa chua dẻo, Sữa chua nếp cẩm, Thịt chân giò muối hun khói, Thịt lợn hương nạc nguồn gốc từ Châu Âu, Thịt lợn quay giòn bì Monca's Pig, Thịt lợn tươi Móng Cái, Tỏi đen nguyên củ, Tôm bóc nõn Cô Tô tươi, Tôm cấp đông, Trứng gà Tân An, Trứng gà tươi loại trắng (Fresk chicken eggs), Trứng vịt biển, Trứng vịt biển Tân Bình, Trứng vịt trời Duy Khương, Vịt trời Duy Khương.

Trong số sáu nhóm sản phẩm OCOP, Quảng Ninh có năm nhóm, không có nhóm *Vải và may mặc*. Sự phân bổ về số lượng giữa các nhóm cũng không đồng đều, nhóm nhiều nhóm ít. Trong khi các sản phẩm về đồ uống và thực phẩm khá phong phú, thì các nhóm sản phẩm còn lại khá khiêm tốn. *Sản phẩm lưu niệm - nội thất - trang trí, dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch ở* Quảng Ninh rất có tiềm năng phát triển nhưng có thể do chưa được đầu tư, nên chưa trở thành những sản phẩm OCOP.

Về tên gọi các sản phẩm, cấu tạo các tên

gọi chưa theo một quy chuẩn thống nhất. Thông thường, tên gọi gồm các yếu tố: tên sản phẩm + địa danh, ví dụ: *Rượu sâm cau Yên Tử, Ruốc bông lợn Móng Cái, Trứng gà Tân An,...* Cấu trúc tên gọi như vậy vừa rõ ràng, vừa mang tính vùng, miền rõ rệt, tạo nên tính đặc trưng, uy tín của sản vật mà chỉ riêng địa phương đó mới có. Trong danh sách trên, một số tên gọi thiếu phần địa danh, như: *Mật ong, Rượu chùm ngây, Tôm cấp đông, Trứng gà tươi loại trắng,...* Cách đặt tên sản phẩm chung chung như vậy khiến cho sản phẩm không rõ là sản vật đặc trưng của vùng miền nào.

3.2. Bảng mục từ các sản phẩm OCOP chủ lực của tỉnh Quảng Ninh

Căn cứ theo Danh mục xây dựng chuỗi sản phẩm định hướng chủ lực cấp tỉnh tham gia chương trình OCOP, giai đoạn 2018 - 2020 (kèm theo Quyết định số 3401/QĐ-UBND ngày 31.8.2018 của UBND Tỉnh), Quảng Ninh có 12 sản phẩm/chuỗi sản phẩm chủ lực như sau:

Tên sản phẩm, Chuỗi sản phẩm	Dạng sản phẩm	Liên kết vùng (theo chuỗi giá trị)		Dự kiến tổ chức kinh tế tham gia
		Vùng nguyên liệu	Chế biến sâu, tiêu thụ	
<i>Du lịch Làng quê Yên Đức và các sản phẩm du lịch trải nghiệm văn hóa làng quê</i>	Du lịch Làng quê Yên Đức	Toàn tỉnh	Toàn tỉnh	Công ty TNHH Du lịch Làng quê Yên Đức; HTX Dịch vụ Vạn Chải; Công ty TNHH Thuần Quỳnh; HTX Nông dược Xanh Tỉnh Hoa
<i>Gốm sứ mỹ nghệ</i>	Nhóm trang trí, gia dụng	Đông Triều	Đông Triều	Công ty TNHH Quang Vinh; Hiệp hội Gốm sứ Đông Triều
<i>Nước khoáng thiên nhiên Quang Hanh và các sản phẩm từ nước khoáng Quang Hanh</i>	Đóng chai bổ sung ga, đóng chai Pet loại 500ml	Cẩm Phả	Cẩm Phả	Công ty TNHH Một thành viên Nước khoáng Công đoàn Quang Hanh; Công ty CP Xây dựng & Sản xuất Bía rượu nước giải khát

<i>Mực và các sản phẩm từ mực</i>	Chả chín; hàng khô đóng gói: 1 kg, 500g, 200g	Vùng biển vịnh Bắc bộ	Chả mực Hạ Long; Mực ống khô Cô Tô	Hội Sản xuất kinh doanh chả mực Hạ Long; Mực ống khô Cơ sở Thanh Măng
<i>Ba kích và các sản phẩm từ ba kích</i>	Ba kích khô đóng gói; rượu ba kích đóng chai gồm 750 ml, 500ml; cao ba kích đóng chai thủy tinh 50 ml	Hoành Bồ, Ba Chẽ	Cầm Phả, Đông Triều	Công ty CP Xây dựng & Sản xuất bia rượu nước giải khát; HTX Dược liệu Xanh Đông Triều
<i>Chè Đường Hoa và các sản phẩm từ chè</i>	Chè Đường Hoa đóng gói: 1kg, 500 g, 200g, 100g; đóng hộp: 500g, 200g, 100g	Hải Hà	Hải Hà	Công ty TNHH Thuận Quỳnh
<i>Hàu và các sản phẩm từ hàu</i>	Ruốc hàu; hàu chung thịt (đóng lọ 100g)	Vân Đồn, Hạ Long	Vân Đồn, Hạ Long	Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Thủy sản Quảng Ninh; Cơ sở Sản xuất Kinh doanh Quân Nguyên
<i>Miến dong Bình Liêu</i>	Miến dong và các sản phẩm chế biến từ miến dong Bình Liêu (đóng gói: 1kg, 500g, 200g; Hộp 1kg, 200g)	Bình Liêu, Tiên Yên	Bình Liêu	Công ty CP Thương mại và Dịch vụ Bình Liêu; HTX Phát triển Đình Trung.
<i>Ngọc trai Hạ Long và các sản phẩm chế tác từ Ngọc Trai</i>	Các sản phẩm trang sức	Hạ Long, Vân Đồn	Hạ Long	Công ty CP Ngọc trai Hạ Long
<i>Lợn Móng Cái và các sản phẩm từ lợn Móng Cái</i>	Giò, chả lụa, ruốc, khâu nhục và các sản phẩm chế biến từ lợn Móng Cái	Móng Cái	Móng Cái, Tiên Yên, Hạ Long	Cơ sở sản xuất giò chả Quang Dân; HTX Nông nghiệp hữu cơ An Lộc; THT Sản xuất khâu nhục Tiên Yên
<i>Trà hoa vàng và các sản phẩm từ trà hoa vàng</i>	Hàng khô đóng gói (hoa khô, trà túi lọc, trà thô)	Hoành Bồ, Ba Chẽ	Ba Chẽ, Đông Triều	Công ty CP Kinh doanh Lâm sản Đạp Thanh; HTX Dược liệu Xanh Đông Triều
<i>Gà Tiên Yên và các sản phẩm từ gà Tiên Yên</i>	Đóng gói hút chân không; gà sống nguyên con	Tiên Yên	Tiên Yên	HTX gà Phong Dụ; HTX Nông lâm ngư nghiệp Điện Xá

Về việc xây dựng các đầu mục: căn cứ vào danh mục đã được xếp hạng này, có thể xác lập các từ đầu mục làm cơ sở tiến hành biên soạn. Bởi các sản phẩm này đã được phổ biến trong cộng đồng và được các cấp có thẩm quyền xác nhận. Các từ đầu mục này phù hợp với tiêu chí về nội dung của công trình *Bách khoa thư du lịch tỉnh Quảng Ninh*. Người biên soạn có thể tiến hành biên soạn, cung cấp tri thức về 12 từ đầu mục theo bảng thống kê trên.

4. Đề xuất cách thức biên soạn mục từ sản phẩm OCOP

4.1. Cấu trúc thông tin của các sản phẩm OCOP 3 đến 5 sao tại Quảng Ninh

Khi xuất hiện trong *Bách khoa thư Du lịch tỉnh Quảng Ninh*, các sản phẩm này có thể được biên soạn theo hai loại cấu trúc vi mô, dựa theo đặc điểm loại hình của các sản phẩm (địa danh và sự vật) như sau:

Loại 1: Cấu trúc vi mô các mục *Dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch*

Tên đầu mục;

Định nghĩa;

Vị trí địa lý;

Phương tiện giao thông;

Đặc điểm địa hình, khí hậu liên quan đến hoạt động du lịch;

Miêu tả cảnh quan;

Miêu tả các tiện nghi;

Miêu tả các hoạt động;

Giá trị mang lại cho cộng đồng.

Loại 2: Cấu trúc vi mô các mục *Sản phẩm lưu niệm - nội thất - trang trí; Thảo dược, Đồ uống, Thực phẩm*

Tên đầu mục;

Định nghĩa;

Địa phương có sản phẩm;

Tổ nghề/Nghệ nhân/Cơ sở sản xuất;

Miêu tả đặc điểm cách nuôi/trồng/thu hái nguyên liệu;

Miêu tả các dụng cụ;

Miêu tả cách chế biến;

Miêu tả hình dáng, chất lượng sản phẩm;

Miêu tả cách sử dụng, tác dụng của sản phẩm;

Thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Có thể thấy, các mục thuộc loại thứ nhất này là những địa danh hoặc sự vật cụ thể. Điều đó khiến cho cấu trúc thông tin của chúng cũng mang tính cụ thể, về một đối tượng duy nhất, khác với loại đầu mục sẽ được trình bày dưới đây.

4.2. Cấu trúc thông tin của các mục sản phẩm OCOP chủ lực của tỉnh Quảng Ninh

Thông tin trong mỗi mục này có thể vẫn là thông tin về một sản phẩm riêng lẻ như ở loại thứ nhất (trường hợp *Miến dong Bình Liêu*), nhưng đa số không phải thông tin về một sản phẩm riêng lẻ, mang tính đơn nhất. Đó có thể là thông tin về một nhóm các sản phẩm của một cơ sở sản xuất, như trường hợp các mục *Chè Đường Hoa và các sản phẩm từ chè, Ngọc trai Hạ Long và các sản phẩm chế tác từ ngọc trai,...* Ví dụ, mục *Ngọc trai Hạ Long và các sản phẩm chế tác từ ngọc trai* có thể chứa các thông tin sau:

Tên đầu mục; định nghĩa về ngọc trai, sản phẩm chế tác từ ngọc trai; sự hình thành và phát triển của cơ sở sản xuất; đặc điểm của ngọc trai Hạ Long về môi trường nuôi, cách nuôi, quá trình phát triển (trong sự so sánh với ngọc trai ở các nơi khác); các loại sản phẩm từ ngọc trai (miêu tả cách tạo ra mỗi sản phẩm, đặc điểm về hình dáng, khối lượng, chất lượng của mỗi loại, giá trị mỗi sản phẩm, đặc điểm khách hàng, nơi tiêu thụ).

Hoặc, với đa số các mục còn lại, đó là các mục thuộc loại một chuỗi sản phẩm và

do nhiều cơ sở sản xuất cung cấp, như: Gốm sứ mỹ nghệ, Lợn Móng Cái và các sản phẩm từ lợn Móng Cái, Trà hoa vàng và các sản phẩm từ Trà hoa vàng,... Ở đây, các thông tin về sản phẩm và cơ sở sản xuất cần mang tính tổng hợp cao hơn, nhưng vẫn cần cung cấp thông tin như thế nào đó để người đọc thấy được bên cạnh sự đồng nhất còn có sự khác biệt giữa các loại sản phẩm và các cơ sở sản xuất:

Tên đầu mục; định nghĩa về đầu mục, thông tin về đặc điểm của giống lợn Móng Cái (nguồn gốc giống, cách chăn nuôi, giá trị kinh tế, khác như thế nào với các giống lợn khác); thông tin về các cơ sở sản xuất (lịch sử hình thành và phát triển; nhân lực; trình độ chuyên môn, kỹ thuật nuôi, công nghệ chế biến); thông tin về các loại sản phẩm làm từ thịt lợn Móng Cái tại các cơ sở sản xuất khác nhau (miêu tả cách sơ chế nguyên liệu, cách chế biến, chất lượng, hình dáng, thị trường các loại sản phẩm,...).

5. Kết luận

Qua việc nghiên cứu về khái niệm OCOP, các sản phẩm OCOP và thực tế các sản phẩm OCOP ở Quảng Ninh, có thể thấy, vị trí, vai trò của các sản phẩm OCOP trong ngành du lịch quan trọng như thế nào thì vị trí, vai trò của các mục sản phẩm OCOP trong *Bách khoa thư du lịch địa phương* cũng quan trọng như vậy.

Cách thu thập các mục này ở mức độ cụ thể hay khái quát phụ thuộc vào ý đồ biên soạn và kích cỡ của công trình bách khoa (từ điển bách khoa hoặc bách khoa thư), có thể thu thập tên từng sản phẩm đơn lẻ hoặc tên cả một nhóm sản phẩm. Tuy nhiên, đối với các sản phẩm, các cơ sở hoặc các địa phương có sản phẩm cần chú ý đến việc đặt tên gọi cho sản phẩm. Tên gọi cần phản ánh được tính chất đặc sản vùng miền của mỗi địa phương,

kết cấu nên gồm: *tên sản phẩm + địa danh*.

Tương ứng với các loại mục khác nhau, từng sản phẩm cụ thể hay theo nhóm, cấu trúc thông tin trong đó cũng mang tính cụ thể hoặc khái quát. Mục tiêu đề ra cho các mục này là cung cấp một cách đầy đủ, chính xác các thông tin liên quan đến các sản phẩm, nhằm giới thiệu đến người đọc, đồng thời là khách du lịch hiện thời hoặc tiềm năng, về những giá trị kinh tế cũng như giá trị văn hóa truyền thống của một vùng, miền, nhằm mục đích quảng bá rộng rãi và lưu giữ, duy trì sức sống lâu dài cho những giá trị đó. Sản phẩm OCOP là một loại sản phẩm mang hai đặc tính, vừa có giá trị kinh tế, vừa mang giá trị văn hóa. Đó là những lợi thế khiến cho sản phẩm OCOP trở thành một bộ phận không thể thiếu của ngành du lịch cũng như của *Bách khoa thư du lịch* của mỗi địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Huy Bình, Nguyễn Văn Lợi, Hoàng Thị Nhung, Tạ Văn Thông, *Nghiên cứu từ điển và bách khoa thư*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, 2020.
- [2] Nguyễn Văn Đỉnh, *Du lịch và phát triển*, Nxb. Bách khoa Hà Nội, Hà Nội, 2017.
- [3] Đỗ Thị Lượng, *Về việc biên soạn Từ điển bách khoa địa phương*, *Tạp chí Từ điển học & Bách khoa thư*, số 2(4), tr.41-51, 2010.
- [4] Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21.8./2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành *Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm*.
- [5] Nguyễn Kim Thân, *Nguyễn Kim Thân tuyển tập*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, 2003.
- [6] Hà Học Trạc, *Lịch sử - Lý luận và thực tiễn biên soạn Bách khoa toàn thư*, Nxb. Từ điển bách khoa, Hà Nội, 2004.
- [7] <http://nongthonmoi.gov.vn>.
- [8] <http://ocop.com.vn>.