THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

OCOP

One Commune One Product

# CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## GIAI ĐOẠN 2018-2020

**ThS. Ngô Tất Thắng**

Phó Chánh Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương

# NỘI DUNG

1. Kinh nghiệm quốc tế trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn thông qua mô hình Mỗi làng một sản phẩm và triển khai ở Việt Nam
2. Thông tin chung về Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm
3. Sự cần thiết ban hành triển khai Chương trình
4. Mục tiêu, phạm vi, đối tượng và nguyên tắc của Chương trình
5. Nội dung chủ yếu của Chương trình
6. Nhiệm vụ trọng tâm và một số giải pháp chủ yếu
7. Tổ chức thực hiện Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm

## Phương pháp, mô hình phát triển nông thôn trên thế giới

1. Phát triển nội sinh, gia tăng giá trị
2. Phát triển bền vững

EU: Sự kết hợp thành công giữa nông nghiệp và công nghiệp

Mỹ: Ứng dụng công nghệ cao và quản lý tốt

Nhật Bản: Phong trào OVOP

Thái Lan: Chương trình OTOP

Hàn Quốc: Phong trào Saemaul Undong

Trung Quốc: Mô hình nông thôn văn minh

Việt Nam: Chương trình xây dựng nông thôn mới

# 1. NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA OCOP

## 1.1. Nguồn gốc (Phong trào OVOP quốc tế):

- Phong trào Mỗi làng một sản phẩm (OVOP) của Nhật Bản
- Chương trình Mỗi cộng đồng một sản phẩm (OTOP) của Thái Lan. Mối quan hệ OVOP - OTOP

Ông Kwanchai Wongnitikorn, Cục trưởng Cục Phát triển cộng đồng Thái Lan (ngoài cùng bên phải), giới thiệu sản phẩm OTOP với Đoàn công tác tỉnh Quảng Ninh

# I. THÔNG TIN CHUNG

**1.Tên Chương trình Mỗi xã một sản phẩm**, giai đoạn 2018 - 2020

Tên tiếng Anh " One commune one product", viết tắt là OCOP.

**2. Cơ quan ban hành: Thủ tướng Chính phủ**

**3. Cơ quan chủ trì thực hiện:** Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

**4. Phạm vi và địa bàn thực hiện:** Trong phạm vi quốc gia.

Lựa chọn đơn vị "xã", vì: (1) Gắn với "Xã nông thôn mới" trong chương trình xây dựng nông thôn mới. (2) Gắn với hệ thống chính quyền cấp xã thực hiện trực tiếp.

**5. Khái niệm "Mỗi xã một sản phẩm"**

- Xã: Một xã, hoặc nhiều xã, liên xã, liên huyện sản xuất một hoặc nhiều sản phẩm. Khuyến khích thực hiện Chương trình cả ở khu vực đô thị (phường, thị trấn).
- Sản phẩm: Sản phẩm hàng hoá và Sản phẩm dịch vụ

# 1. THÔNG TIN CHUNG

5. Logo của Chương trình :

OCOP

One Commune One Product

Chữ **O** màu nâu: Tượng trưng cho đất, nền tảng của sản xuất, cuộc sống của lãng, xã. Chữ **C** màu xanh lá cây: Tượng trưng cho sản xuất nông nghiệp và phát triển bền vững. Chữ **O** màu đỏ: Tượng trưng cho trí tuệ, sức mạnh của con người. Chữ **P** màu vàng: Tượng trưng cho lợi ích, lợi nhuận của chương trình mà mỗi người dân, tổ chức tham gia được hưởng lợi.

## II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

### 1. Những vấn đề cơ bản về khu vực nông thôn Việt Nam

Vai trò quan trọng của khu vực nông thôn:
- Giữ sự cân bằng về hệ sinh thái và xã hội
- Sản xuất, đảm bảo an ninh lương thực.
- Có các nghề thủ công truyền thống
- Có nguồn lực lao động ban đầu - vốn quí trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.
- Dân số: 60,25 triệu người, chiếm 65,7% dân số cả nước.
- Lao động từ 15 tuổi trở lên chiếm 68,8% lao động cả nước.

### 2. Kết quả thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới, đến hết Quý I năm 2018.

a) 36,7% tổng số xã đạt chuẩn NTM.

## II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**2. Kết quả thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới, đến hết 2017.**

b) Phát triển sản xuất trong xây dựng nông thôn mới

-Chương trình NTM đã mở ra hướng phát triển kinh tế đa dạng dựa vào lợi thế từ mỗi địa phương theo hướng tăng giá trị gia tăng.

- Hạn chế: + Phát triển kinh tế khu vực nông thôn chuyển biến chậm

+ Sản xuất kinh tế hộ còn chiếm tỷ lệ cao, mô hình sản xuất tiên tiến (doanh nghiệp, hợp tác xã) còn hạn chế cả số lượng, chất lượng

+ Hàng hóa ngoại nhập tràn ngập: Sức cạnh tranh kém

+ Tỷ lệ lao động qua đào tạo (theo sản phẩm lợi thế) và năng suất lao động khu vực nông thôn đạt thấp

+ Công tác QLNN còn yếu về định hướng, QH sản xuất, cơ chế chính sách huy động nguồn lực, kết nối thị trường, chất lượng đội ngũ cán bộ,..

Rất nhiều chương trình, dự án chủ yếu vẫn từ ngân sách nhà nước, thiếu sự liên kết giữa các nhà doanh nghiệp, nhà khoa học và nông dân, chưa tận dụng hết tài nguyên trong khu vực (nguyên liệu, lao động, văn hóa,.), người dân chưa chú trọng phát triển sản phẩm truyền thống có lợi thế, nhiều dự án khi rút đi nông dân chưa đủ điều kiện (về trình độ, về năng lực tài chính) để tiếp cận và làm chủ để phát triển tiếp,.

## II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**2. Kết quả thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới, giai đoạn 2010 - 2015 và năm 2016.**

-Kinh nghiệm quốc tế phát triển khu vực nông thôn theo hướng nội sinh, chú trọng các nguồn lực sẵn có làm động lực phát triển (đất đai, tài nguyên, điều kiện địa lý, lòng tự hào, khả năng sáng tạo,…). Điển hình là Phong trào OVOP của Nhật Bản, Chương trình OTOP Thái Lan

c) Yêu cầu nâng cao thu nhập cho cư dân nông thôn hiện nay trong xây dựng nông thôn mới – đảm bảo tính bền vững của Chương trình cũng như phát triển nông thôn bền vững.

**3. Cuộc cách mạng KHCN (Cách mạng công nghiệp 4.0)**

**4. Lợi thế cạnh tranh quốc gia: IT, Nông nghiệp và Du lịch**

Trong một thế giới cạnh tranh toàn cầu ngày càng khốc liệt, các quốc gia đã trở nên quan trọng hơn, chứ không phải kém quan trọng đi. Vì cơ sở của sự cạnh tranh đã ngày càng dịch chuyển sang sự sáng tạo và đồng hóa kiến thức, cho nên vai trò của quốc gia đã tăng lên.

Lợi thế cạnh tranh được tạo ra và duy trì thông qua một quá trình địa phương hóa cao độ.

Tất cả những khác biệt về giá trị, văn hóa, cơ cấu kinh tế, thể chế, và lịch sử của các nước đều đóng góp cho sự thành công về cạnh tranh.

## II. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**Với tinh thần cả quốc gia khởi nghiệp**, cần có sự khởi nghiệp của cả đội ngũ nông dân đông đảo hiện nay nhưng cần được tổ chức khoa học với sự chỉ đạo, hỗ trợ, dẫn dắt của Nhà nước để nông dân đứng trong tổ chức kinh tế của chính họ (là các doanh nghiệp, các hợp tác xã), thực sự làm chủ, phát huy tính chủ động, sáng tạo trong phát triển kinh tế từ những lợi thế của mỗi địa phương trong cả nước.

**Ngày 02/3/2017**, tại Hội nghị "Phát triển Mỗi xã một sản phẩm trong xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại sản xuất nông nghiệp" tổ chức tại tỉnh Quảng Ninh, Phó Thủ tướng Chính phủ Trịnh Đình Dũng đã chỉ đạo triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm trong phạm vi toàn quốc

**Ngày 07/5/2018**, Thừa ủy quyền của Thủ tướng, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ đã ký Quyết định số 490 phê duyệt Chương trình OCOP

*Với các cơ sở lý luận và thực tiễn nêu trên, việc ban hành Chương trình OCOP là cần thiết nhằm thực hiện mục tiêu dài hạn về phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn (Xây dựng NTM)*

## III. CĂN CỨ PHÁP LÝ

- Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 BCH TWĐ (Khóa X): Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05/8/2008 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn
- Nghị quyết số 24/2008/NQ-CP ngày 28/10/2008 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 BCHTWĐ khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
- Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020.
- Quyết định số 414/QĐ-TTg ngày 04/4/2017 của Thủ tướng Chính phủ Ban hành Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 32/2016/QH ngày 23/11/2016 của Quốc hội về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp, trong đó nêu rõ nhiệm vụ thứ 20 giao Bộ NN-PTNT "Xây dựng Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030, trình Thủ tướng Chính phủ trong năm 2017.

# III. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ KHU VỰC NÔNG THÔN THÔNG QUA PHONG TRÀO "MỖI LÀNG MỘT SẢN PHẨM" VÀ TRIỂN KHAI Ở VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2005 - 2016

**1. Kinh nghiệm quốc tế trong phát triển kinh tế khu vực nông thôn**

a. Phong trào Mỗi làng một sản phẩm OVOP của Nhật Bản. Triển khai từ 1979, đến nay đã có trên 40 quốc gia, vùng lãnh thổ triển khai.

b. Chương trình Mỗi cộng đồng một sản phẩm OTOP của Thái Lan, triển khai từ năm 2001.

**2. Vận dụng và thực hiện Phong trào Mỗi làng một sản phẩm OVOP tại Việt Nam, giai đoạn 2005-2016**

a. Kết quả thực hiện Đề án "Mỗi làng một nghề" (MLMN) giai đoạn 2005-2016 tại Việt Nam sau 10 năm thực hiện Nghị định số 66/2006/NĐ-CP về phát triển ngành nghề nông thôn

b. Kết quả và bài học kinh nghiệm thực tiễn từ Chương trình Mỗi xã, phường một sản phẩm, giai đoạn 2013 – 2016 của tỉnh Quảng Ninh

c. Hiện trạng về sản phẩm nông nghiệp lợi thế, phân tích theo 03 cấp độ quốc gia, cấp tỉnh và cấp huyện/xã.

# III. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ KHU VỰC NÔNG THÔN THÔNG QUA PHONG TRÀO "MỖI LÀNG MỘT SẢN PHẨM" VÀ TRIỂN KHAI Ở VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2005 - 2016

**3. Thông tin dự báo, định hướng phát triển Chương trình Mỗi xã một sản phẩm**

Yêu cầu nâng cao chất lượng sản phẩm, nhất là sản phẩm nông nghiệp và sản phẩm thủ công trong bối cảnh toàn cầu hoá và việc hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng.

Xu hướng tiêu dùng sản phẩm nông nghiệp: Organic, dinh dưỡng theo độ tuổi, dược phẩm dưỡng sinh,

# IV MỤC TIÊU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 1.1. Mục tiêu tổng quát

- Thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện cơ cấu lại sản xuất nông nghiệp nhằm phát triển kinh tế khu vực nông thôn, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân trong Chương trình xây dựng nông thôn mới, thực hiện có hiệu quả nhóm tiêu chí "Kinh tế và hình thức tổ chức sản xuất" trong Bộ tiêu chí Quốc gia về xây dựng nông thôn mới.

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh (tập trung phát triển thành phần kinh tế hợp tác và kinh tế tư nhân theo hướng cộng đồng (các HTX, SMEs cộng đồng) để sản xuất các sản phẩm truyền thống, sản phẩm có lợi thế ở khu vực nông thôn góp phần phát triển kinh tế nông thôn theo hướng phát triển nội sinh và gia tăng giá trị.

- Thông qua việc phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý (hạn chế dân di cư ra thành phố), bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống của nông thôn Việt Nam.

# IV MỤC TIÊU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**1.2. Mục tiêu cụ thể (Giai đoạn 2018-2020)**

* Phát triển sản phẩm

- Tiêu chuẩn hóa 50% sản phẩm, dịch vụ du lịch nông thôn hiện có
- Phát triển mới 1.000 SP (tập trung vào đa dạng hóa, chế biến sâu)
- Công nhận ít nhất 100 sản phẩm OCOP đạt hạng 5 sao cấp quốc gia.
- Phát triển 8-10 làng văn hóa du lịch

* Phát triển các tổ chức kinh tế:

- Củng cố kiện toàn 100% tổ chức kinh tế sản xuất, kinh doanh
- Phát triển mới ít nhất 500 tổ chức kinh tế..

* Đào tạo, tập huấn chuyên môn quản lý sản xuất, kinh doanh cho:

- 1.200 cán bộ QLNN các cấp thực hiện Chương trình OCOP.
- 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ sản xuất tham gia Chương trình OCOP được đào tạo quản lý sản xuất, quản trị kinh doanh.

# IV MỤC TIÊU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**2. Phạm vi thực hiện**

- Là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn, là nhiệm vụ trọng tâm trong Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới

- Lấy địa bàn khu vực nông thôn, cụ thể là cấp xã làm đơn vị tổ chức thực hiện, khuyến khích thực hiện Chương trình cả ở khu vực đô thị (phường, thị trấn).

**3. Đối tượng thực hiện,**

***a. Sản phẩm***

Gồm sản phẩm (hàng hoá) và sản phẩm dịch vụ

***b. Chủ thể thực hiện***

Lấy chủ thể kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể làm nòng cốt, cụ thể là các hợp tác xã, các doanh nghiệp nhỏ và vừa

# IV MỤC TIÊU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ NGUYÊN TẮC CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

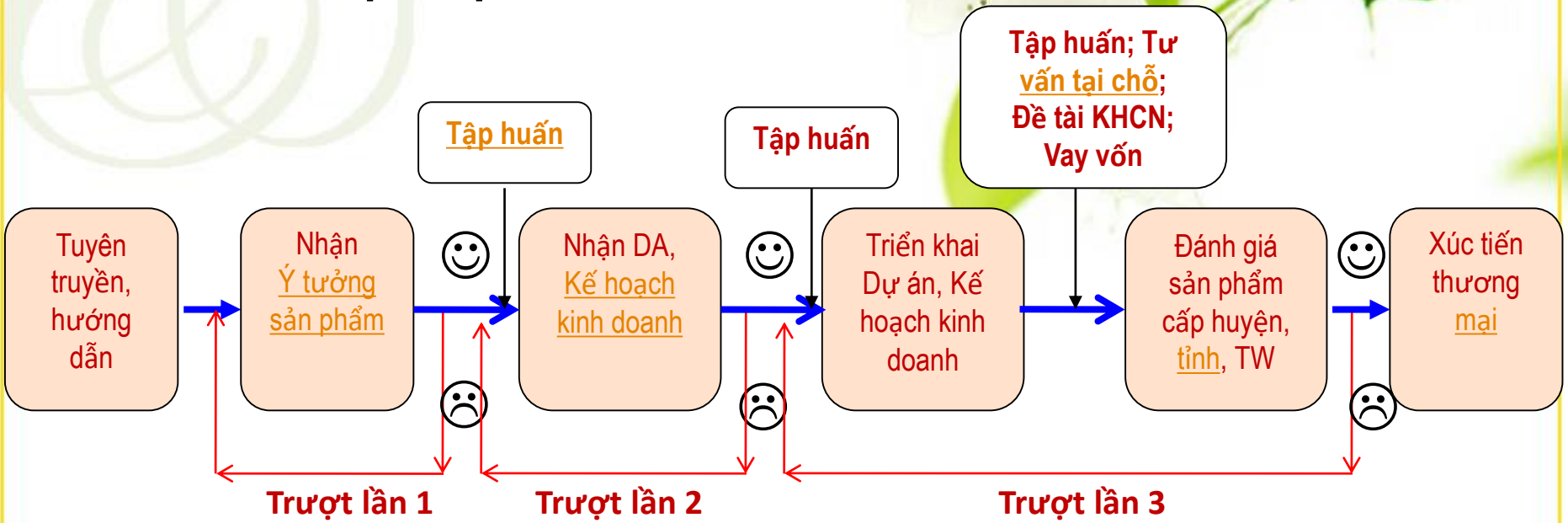
## 4. Các nguyên tắc cơ bản

| | |
|---|---|
| 1. Hành động địa phương, hướng đến toàn cầu | 1. Local, Yet Global |
| 2. Tự lực, tự tin và sáng tạo | 2. Self-Reliance and Creativity |
| 3. Đào tạo nguồn nhân lực | 3. Human Resource Development |

*** Sản phẩm hướng tới tiêu chuẩn chất lượng quốc tế;**
*** Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.**

# V. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 1. Triển khai thực hiện Chu trình OCOP.




**Tham gia năm sau** !

Từ dưới lên:

Dân biết – dân bàn – dân làm – dân kiểm tra và thụ hưởng

Từ trên xuống:

Cuộc chơi do Nhà nước đặt ra dành sẵn nguồn lực hỗ trợ khi đề xuất

# V. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 2. Hệ thống ngành hàng (nhóm sản phẩm)

1. Thực phẩm - ẩm thực (Food)
2. Đồ uống (Drink)
3. Thảo dược (Herbal)
4. Vải và may mặc (Fabric)
5. Trang trí – nội thất – lưu niệm (Decor)
6. Dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng OCOP (Sevice)

# V. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**3. Sơ đồ Chương trình OCOP theo hướng phát triển nội sinh**

**4. Hệ thống quản lý chất lượng, thống kê, kiểm soát**

a. Bộ Tiêu chí Đánh giá và xếp hạng sản phẩm

b. Hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia Chương trình OCOP (Nhằm có dữ liệu phân loại cấp độ sản phẩm cấp tỉnh, cấp địa phương (huyện/xã)

c. Công tác kiểm tra, giám sát.

**5. Công tác xúc tiến thương mại**

a. Công tác quảng cáo, quảng bá sản phẩm

b. Thương mại điện tử (E-commercial)

c. Tổ chức sự kiện hội chợ, triển lãm

d. Hệ thống bán lẻ: Trung tâm, điểm bán hàng; siêu thị, Chợ truyền thống; Family shop

**Trung tâm sáng tạo phát triển sản phẩm OCOP Quốc gia nằm ở các vùng kinh tế trọng điểm, các trung tâm du lịch lớn.**

# V. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**6. Công tác đào tạo nguồn nhân lực**

a. Xây dựng Bộ tài liệu đào tạo, tập huấn của Chương trình OCOP

- Tài liệu quản lý chương trình OCOP
- Tài liệu quản lý sản xuất cho đối tượng DNVVN, HTX

b. Đối tượng đào tạo:

- Nhà quản lý, cán bộ vận hành Chương trình

+ Đào tạo chuyên gia cấp Trung ương, cấp tỉnh (Để đào tạo lại)

+ Đào tạo cán bộ quản lý cấp TƯ, cấp Tỉnh, cấp huyện, xã

- Chủ doanh nghiệp, hợp tác xã, cán bộ kinh doanh, kế toán DNVVN, HTX
- Lao động trực tiếp tại các DNVVN, HTX.

# V. NỘI DUNG CHỦ YẾU CỦA CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**7. Các nhiệm vụ, đề án, dự án thành phần của Chương trình**

a. Nhiệm vụ Xây dựng Bộ Công cụ quản lý Chương trình: Tài liệu hướng dẫn triển khai, Bộ Tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm

b. Dự án Xây dựng cơ sở dữ liệu quản lý chương trình

c. Dự án xây dựng giáo trình đào tạo và thực hiện Đào tạo cán bộ quản lý Chương trình, CEO cho các SMEs, Hợp tác xã

e. Đề án ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển sản xuất SP

g. Đề án hợp tác quốc tế hỗ trợ triển khai thực hiện Chương trình

h. Chiến lược Xúc tiến thương mại sản phẩm

i. Chiến lược truyền thông Chương trình

k. Dự án thành phần về vùng sản xuất, trung tâm OCOP quốc gia tại các tỉnh, thành phố trọng điểm

# VI. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 1. Công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức

- Các cấp ủy, chính quyền phải quán triệt sâu sắc về tầm quan trọng và ý nghĩa của Chương trình, được thể hiện bằng ý chí và hành động thông qua việc đưa Chương trình OCOP vào Nghị quyết hành động của Cấp ủy, Kế hoạch, Chương trình công tác chỉ đạo trọng tâm của Chính quyền địa phương để triển khai thực hiện lâu dài và thường xuyên.

- Triển khai quán triệt sâu sắc đến Cấp ủy cơ sở, đến Ban Phát triển thôn, Ban chỉ đạo, Ban quản lý xây dựng nông thôn mới cấp xã về Chương trình. Xây dựng chiến lược truyền thông toàn diện để thực hiện Chương trình

- Thực hiện tuyên truyền thông qua hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng, tuyên truyền trực quan bằng hình ảnh, khẩu hiệu cụ thể để thực hiện chương trình thường xuyên và liên tục.

## VI. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**2. Xây dựng tổ chức bộ máy quản lý nhà nước** theo 4 cấp, bao gồm:

- Cơ quan chỉ đạo: BCĐ Chương trình MTQG XDNTM từ cấp Trung ương đến cấp tỉnh, huyện, xã.

Cơ quan thường trực ở Trung ương: Bộ Nông nghiệp và PTNT.

- Các Bộ phối hợp thực hiện: Bộ Công thương, Khoa học Công nghệ, Y tế, Văn hóa – Thể thao và Du lịch (Tổng Cục du lịch), Giao thông vận tải: Tổng Công ty hàng không (VNAirline, VietJet),..

- Cơ quan thường trực ở cấp Tỉnh: Sở Nông nghiệp và PTNT, hoặc Ban Xây dựng nông thôn mới Tỉnh.

Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách cấp tỉnh: Chi cục Phát triển nông thôn/ hoặc Phòng Nghiệp vụ OCOP

- Cơ quan thường trực ở cấp huyện: Phòng Nông nghiệp và PTNT, hoặc Phòng kinh tế.

- Thường trực ở cấp xã: Công chức chuyên trách về nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới.

* Các cấp thành lập Hội đồng Đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP tại mỗi kỳ đánh giá thường niên.

## VI. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**3. Xây dựng hệ thống hỗ trợ Chương trình OCOP**

a. Hệ thống tư vấn hỗ trợ

- Tư vấn phát triển DN, HTX (tuyên truyền vận động, hình thành, cơ cấu tổ chức, thiết kế, các quy chế, phương án SXKD...)
- Tư vấn tài chính (nhu cầu vốn, nguồn vốn, phương pháp tiếp cận, quản lý tài chính vi mô,...)
- Tư vấn phát triển sản phẩm (nhu cầu thị trường, thiết kế sản phẩm, xây dựng tiêu chuẩn,...)
- Tư vấn quản trị DN, HTX: sản xuất, nhân lực, R&D, chất lượng, marketing và bán hàng, các kỹ năng,...
- Tư vấn kỹ thuật/công nghệ

b. Hệ thống đối tác OCOP

- Các doanh nghiệp tham gia kéo dài chuỗi sản xuất
- Các viện, trường đại học, nhà khoa học,.
- Các tổ chức/doanh nghiệp quảng bá, XTTM sản phẩm, Đài PT-TH
- Các ngân hàng, các quỹ đầu tư
- Các tổ chức quốc tế, tập trung hợp tác với tổ chức JICA Nhật Bản, UNIDO, FAO, WB, IPAS, KOIKA Hàn Quốc,.
- Các nhà báo, mạng xã hội FaceBook, Intasgram
- Đặc biệt xây dựng mạng xã hội OCOP

## VI. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**4. Hệ thống sản xuất**

- Các doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Các hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, tổ hợp tác
- Các hộ sản xuất (Có đăng ký kinh doanh)

**5. Chính sách thực hiện**

a. Chính sách hỗ trợ tín dụng
b. Chính sách hỗ trợ vùng sản xuất tập trung: Hạ tầng, giống,.
c. Chính sách hỗ trợ KHCN: Nghiên cứu, ứng dụng, chuyển giao
d. Chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm: Nghiên cứu, thiết kế, tiêu chuẩn hoá sản phẩm
e. Chính sách đào tạo nhân lực
f. Chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, Đầu tư hệ thống trung tâm, điểm bán hàng OCOP (miễn thuê đất, hỗ trợ kinh phí trực tiếp, hệ thống thiết bị,..)

**6. Tài chính thực hiện**

a. Tài chính của doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất,.
b. Tín dụng ngân hàng, tín dụng cộng đồng
c. Tài chính từ các quỹ đầu tư, các tổ chức quốc tế, các nhà tài trợ,.
d. Ngân sách nhà nước các cấp

# VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 1. Kế hoạch triển khai thực hiện Chương trình

### *1.1. Xây dựng Chương trình, trình Chính phủ trong quý IV năm 2017*

a. Thành lập Ban soạn thảo xây dựng Chương trình Quốc gia Mỗi xã một sản phẩm trong tháng 4/2017.
b. Xây dựng Đề cương Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm, xong trong tháng 5/2017
c. Tổ chức điều tra, khảo sát tại các địa phương
d. Hội thảo lấy ý kiến bộ ngành, địa phương tháng 9/2017
e. Tham vấn quốc tế, đi làm việc, học tập OVOP Nhật Bản.
g. Xác định nguồn lực tài chính thực hiện
h. Dự thảo cơ chế, chính sách thực hiện
i. Hoàn thiện Chương trình trình Chính phủ phê duyệt tháng Quý IV/2017
k. Xây dựng lộ trình và chủ đề hàng năm để triển khai thực hiện

# VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**1. Kế hoạch triển khai thực hiện Chương trình**

***1.2. Tổ chức thực hiện Chương trình***

a. Tổ chức hội nghị quán triệt các cấp, tập trung sâu rộng ở cấp huyện, xã.

b. Lựa chọn tỉnh, thành phố chỉ đạo điểm: 09 - 10 tỉnh thành đại diện cho các vùng kinh tế chỉ đạo điểm trong giai đoạn 2018 – 2020.

*Căn cứ Đề cương Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm, kết quả điều tra, khảo sát, các tỉnh triển khai xây dựng (thuê tư vấn) để xây dựng Chương trình OCOP của tỉnh mình ngay trong năm 2017, quý I/2018.*

# VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**1. Kế hoạch triển khai thực hiện Chương trình**

***1.2. Tổ chức thực hiện Chương trình***

c. Tổ chức triển khai ở cấp Trung ương, cấp tỉnh:

- Xây dựng Bộ Tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP quốc gia
- Tập huấn, đào tạo chuyên gia cấp Trung ương, cấp Tỉnh

d. Tổ chức triển khai ở địa phương (Tỉnh, huyện, xã)

Mỗi cấp cần lựa chọn, xây dựng nhóm cán bộ quản lý chương trình *(mang tính chuyên gia)* am hiểu sâu sắc các nhiệm vụ để tham mưu, triển khai thực hiện và tư vấn hỗ trợ trực tiếp cho cơ sở, cho DN, HTX,.

e. Chỉ đạo đánh giá, thi sản phẩm cấp địa phương (huyện, tỉnh)

g. Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp khu vực, cấp Trung ương gắn liền với tổ chức Hội chợ - Triển lãm OCOP Quốc gia

# VIII. HIỆU QUẢ, Ý NGHĨA TÁC ĐỘNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

## 1. Hiệu quả về kinh tế

- Là giải pháp thiết thực, hiệu quả cơ cấu lại và phát triển kinh tế nông thôn, thúc đẩy phát triển thủ công nghiệp và dịch vụ ở nông thôn và đô thị.
- Xác định được và có chiến lược, kế hoạch phát triển 03 cấp độ sản phẩm nông nghiệp chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh và cấp địa phương (huyện/xã)
- Thúc đẩy ứng dụng công nghệ tiên tiến vào quá trình sản xuất và quản lý, tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng cao, có giá trị gia tăng cao.

## 2. Hiệu quả về văn hóa, xã hội, môi trường

- Tạo ra nhiều công ăn việc làm khu vực nông thôn (Gốc để giải quyết các mâu thuẫn xã hội)
- Tạo ra nhiều sản phẩm đặc trưng đậm nét văn hóa vùng miền, khơi dậy niềm tự hào của người dân mỗi vùng quê giúp họ tự tin, sáng tạo, yêu quê hương
- Tạo ra sự quyến rũ của khu vực nông thôn, thu hút lao động và nguồn vốn đầu tư về khu vực này (hạn chế dòng người nông thôn kéo ra đô thị), giúp cho xây dựng NTM bền vững, thu hẹp khoảng cách đô thị - nông thôn.

# VIII. HIỆU QUẢ, Ý NGHĨA TÁC ĐỘNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

**3. Ý nghĩa, tác động của OCOP (Tầm nhìn - VISION)**

- Góp phần quảng bá, nâng tầm hình ảnh *(Sản phẩm, văn hóa, con người)* của Việt Nam nói chung, của người nông dân nói riêng trong phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn và thực hiện giảm nghèo bền vững.

# LỢI ÍCH CỦA OCOP

- Tạo ra hệ thống hỗ trợ cộng đồng phát triển sản phẩm hàng hoá một cách có hệ thống (OCOP) – là một kết quả của chương trình
  - Hệ thống này tồn tại hàng chục năm và hoạt động theo chu trình thường niên như một cơ quan/bộ phận chức năng của tỉnh.
- Tạo "sân" cho cộng đồng "chơi" bằng sáng tạo và hoàn thiện sản phẩm liên tục.
- Tạo công ăn việc làm, góp phần tái cơ cấu nền kinh tế, phát triển nông thôn theo chiều sâu.
- Chính phủ kiến tạo – hành động
- Quốc gia khởi nghiệp

# RỦI RO VÀ ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP

- Lệch hướng OCOP
  - Giải pháp: Xây dựng và bám sát các tiêu chí của: Chủ thể tham gia, sản phẩm
- Áp đặt từ trên xuống
  - Giải pháp: Thực hiện nghiêm túc chu trình thường niên
- Tư duy “dự án” kiểu xây dựng cơ bản
  - Giải pháp: Quán triệt đây là chương trình/dự án mở.
- Người dân không tham gia, không tin vào mình
  - Giải pháp: Xây dựng một số mô hình để người dân nhìn thấy
  - Giải pháp: Tuyên truyền và hướng dẫn nghiêm túc

# TẦM NHÌN OCOP: KINH TẾ

2017

Kinh tế hồi phục

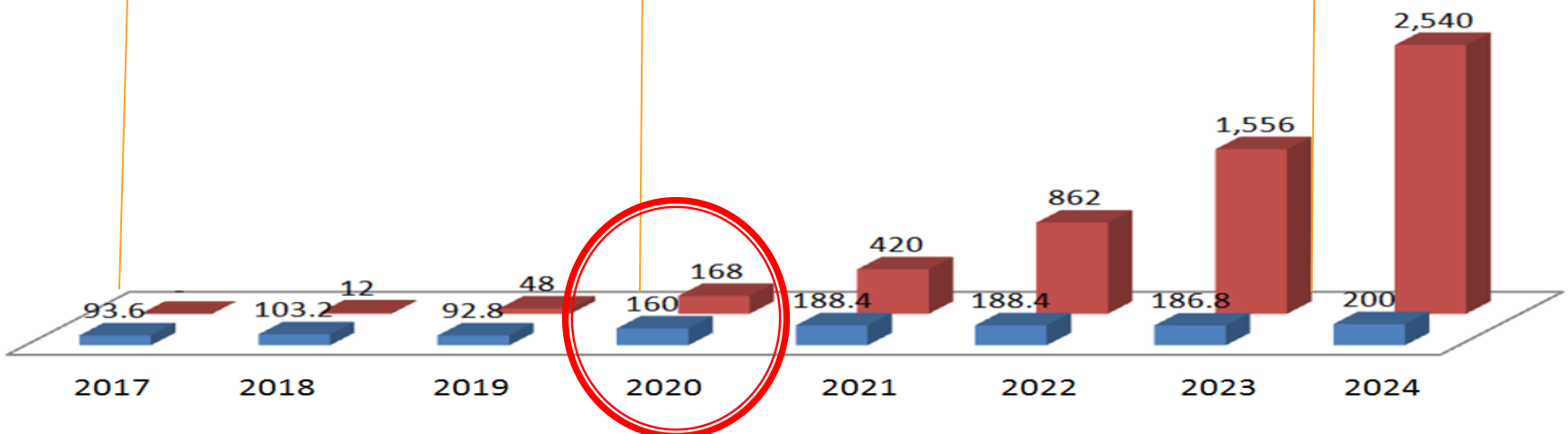
Khởi động

2020

Hoàn thành hệ thống:
-Cơ cấu tổ chức
- Phương pháp luận
- Kỹ năng
-Chu trình
-Các đơn vị kinh tế
- Sản phẩm

2023

Hệ thống tự vận hành:
- Chu trình
- Các đơn vị kinh tế
- Sản phẩm



# TÓM TẮT

- **Cốt lõi của OCOP: Sản phẩm**
- **Yếu tố quyết định thành công:**
  - Quyết tâm của tỉnh: Lãnh đạo các cấp
  - Nguồn lực: Từ CT Nông thôn mới
  - Có đánh giá: **Chu trình thường niên**, có thi thố hằng năm
  - Con người: ???
- **Các bên tham gia:**
  - Người dân: "Người chơi"
    - Như một **Doanh nghiệp thực thụ** mới tồn tại được
  - Nhà nước:
    - Tạo "sân chơi": chu trình OVOP
    - Điều phối các nguồn lực
  - Nhà khoa học:
    - Cùng làm, chia sẻ lợi ích (theo hợp đồng)
  - Nhà doanh nghiệp:
    - Liên kết theo chuỗi giá trị
  - Các nhà khác:
    - Tư vấn (cả chương trình, kỹ thuật, thiết kế mẫu mã, quản trị kinh doanh, sản xuất, thị trường,..), Nhà băng: Hợp đồng

# TÓM TẮT

- **Nông nghiệp 4.0**

**NÔNG TRẠI THÔNG MINH – NÔNG DÂN THÔNG MINH – CÔNG CHỨC THÔNG MINH**

THANH YOU !