Chuỗi Tập Huấn Chương Trình
Mỗi Xã Một Sản Phẩm (OCOP) Năm 2021

Chuyên đề 1

CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP):
NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT KHI THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH

OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIET NAM

TS. Ngô Thị Thu Trang

Phó Giám đốc Trung tâm Phát triển Nông thôn - Saemaul Undong

"Phát triển sản phẩm OCOP không chỉ là vì lợi ích kinh tế mà còn vì trách nhiệm và niềm tự hào với quê hương xứ sở"

Bộ trưởng Bộ NNPTNT Lê Minh Hoan

NÔNG THÔN MỚI

CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA
MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

OCOP

ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

I. KINH NGHIỆM THẾ GIỚI

Nhật Bản

Thái Lan

ONE-VILLAGE
ONE-PRODUCT

TRUNG TÂM PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN SAEMAUL UNDONG

OVOP: One Village One Product

(Mỗi làng Một sản phẩm)

Năm 1979, ngài Morihiko Hiramatsu, là người đứng đầu chính quyền tỉnh Oita, Nhật Bản đã đề xuất thực hiện Phong trào “Mỗi làng, một sản phẩm” trên địa bàn tỉnh Oita.

OTOP
One Tambon One Product

TRUNG TÂM PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN SAEMAUL UNDONG

OTOP: One Tambon One Product (Mỗi làng/cộng đồng một sản phẩm)

Là chương trình khuyến khích phát triển kinh tế địa phương do cựu thủ tướng Thái Lan Thaksin Shinawatra khởi xướng và tổ chức từ năm 2000 được triển khai liên tục cho đến nay.

Đến nay, đã có hơn 40 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới áp học tập và vận dụng OVOP của Nhật Bản.

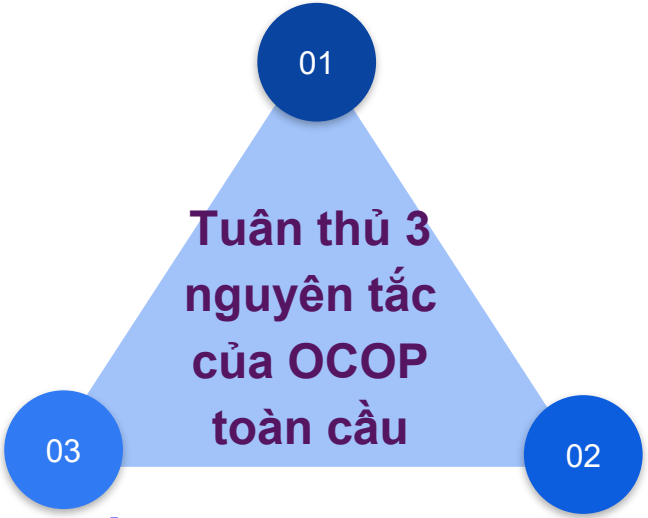
Châu Á: Nhật, Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Philippin, Malaysia, Indonesia, Lào, Việt Nam,…

Châu Phi: Kenya, Ethiopia, Mozambique, Uganda, Tanzania, Nigeria, Zambia, Madagascar, Nam Phi, Senegal, Ghana và Malawi,…

Châu Mỹ: Mỹ, Peru,…

II. NGUYÊN TẮC THỰC HIỆN

Hành động địa phương hướng đến toàn cầu

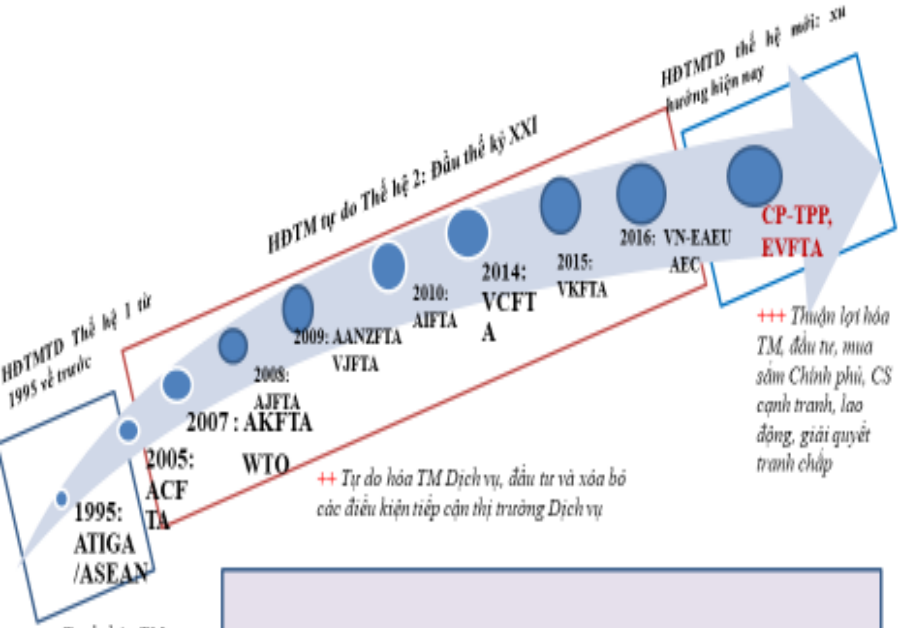


Đào tạo nguồn nhân lực

Tự lực, tự tin và sáng tạo

II.1. HÀNH ĐỘNG ĐỊA PHƯƠNG HƯỚNG ĐẾN TOÀN CẦU

Tiến trình hội nhập



- Đã tham gia WTO (2007), Cộng đồng kinh tế ASEAN (2016);
- Các hiệp HĐ đã có hiệu lực toàn diện hoặc trong một số ngành hàng.
- Chấp nhập cạnh tranh ngay lập tức, tuân thủ tiêu chuẩn thị trường trong cả ba lĩnh vực kinh tế - xã hội – môi trường

II.2. TỰ LỰC, TỰ TIN VÀ SÁNG TẠO

Chuyển tải giá trị nhân văn vào sản phẩm OCOP

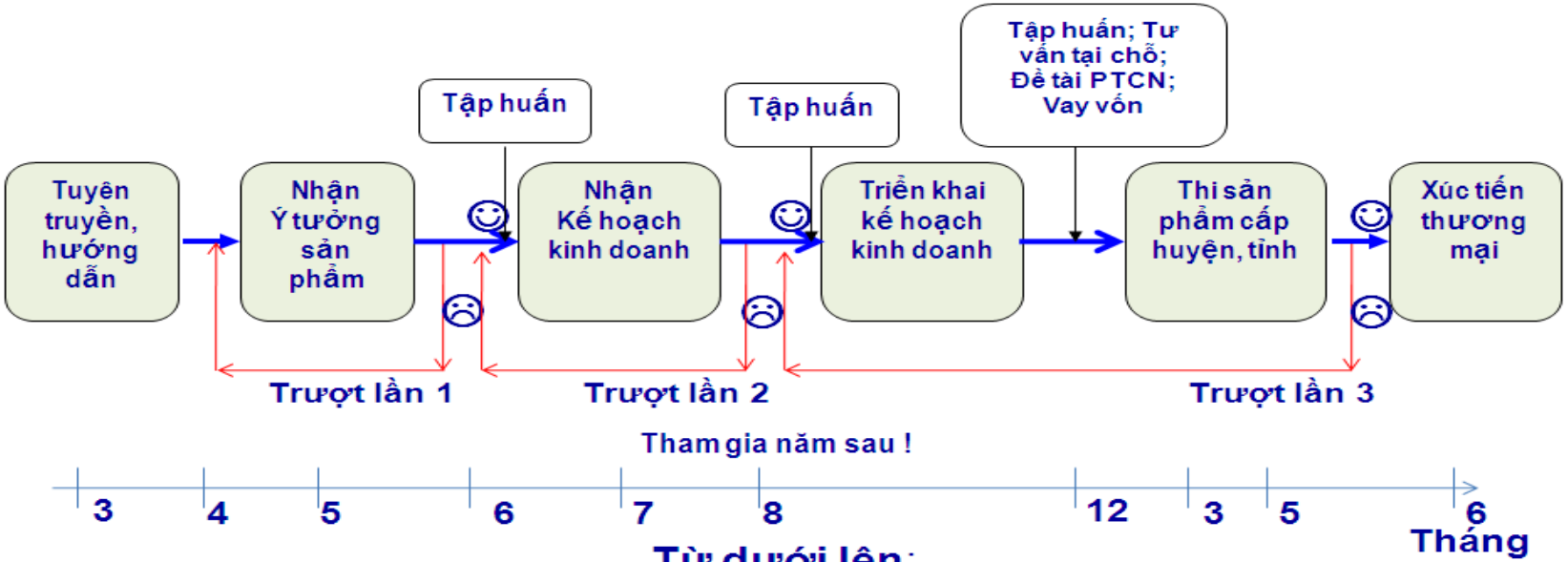
II.3. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC

III. Thế nào là một sản phẩm tham gia chương trình OCOP ?

Sản phẩm Trà hoa vàng Ba Chẽ

Chu trình OCOP triển khai hàng năm

Phối hợp "từ trên xuống" và "từ dưới lên"



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

Nhà nước dành sẵn nguồn lực hỗ trợ khi dân đề xuất

IV. NHÓM TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP

1. Nhóm thực phẩm

Nhóm 1: Nông sản tươi sống

Nhóm 2: Sản phẩm thô và sơ chế

Nhóm 3: Thực phẩm tiện lợi

Nhóm 4: Gia vị
Nhóm 5: Chè
Nhóm 6: Cà phê

Nhóm đồ uống

Đồ uống có cồn

Đồ uống không cồn

Nhóm thảo dược

Nhóm 1: Thuốc dược liệu, thuốc YDCT, TPCN

Nhóm 2: Mỹ phẩm

Nhóm thủ công mỹ nghệ

Nhóm vải may mặc

Nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch

IV. Ý NGHĨA BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP

Phần A:

Sản phẩm và sức mạnh cộng đồng

(35 Điểm)

Phần B:

Khả năng tiếp thị

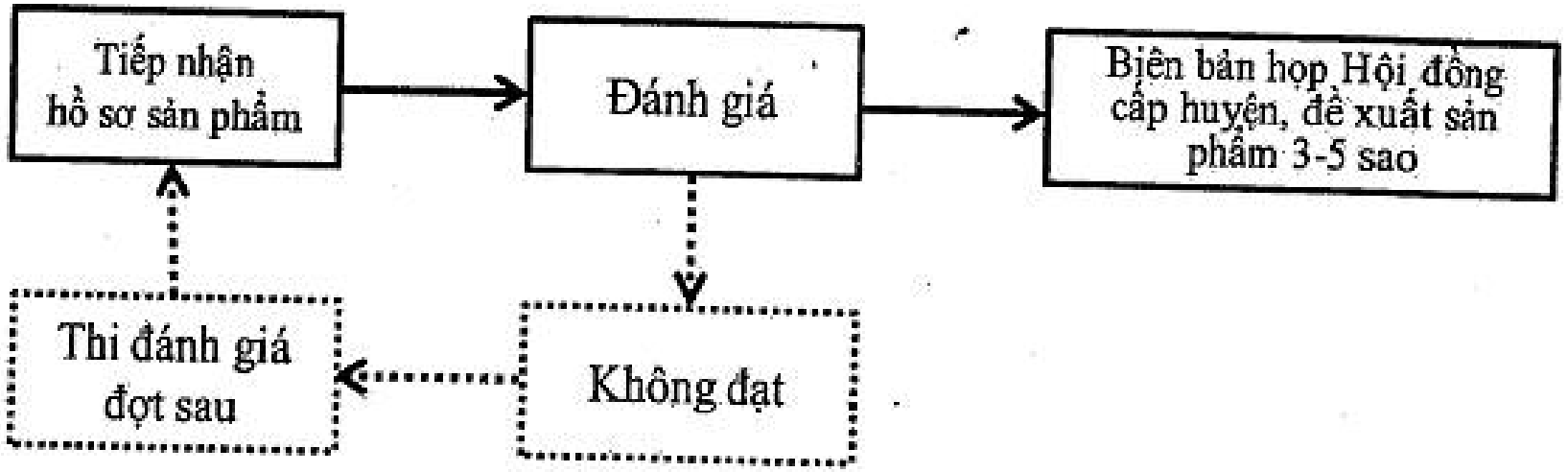
(25 Điểm)

Phần C:

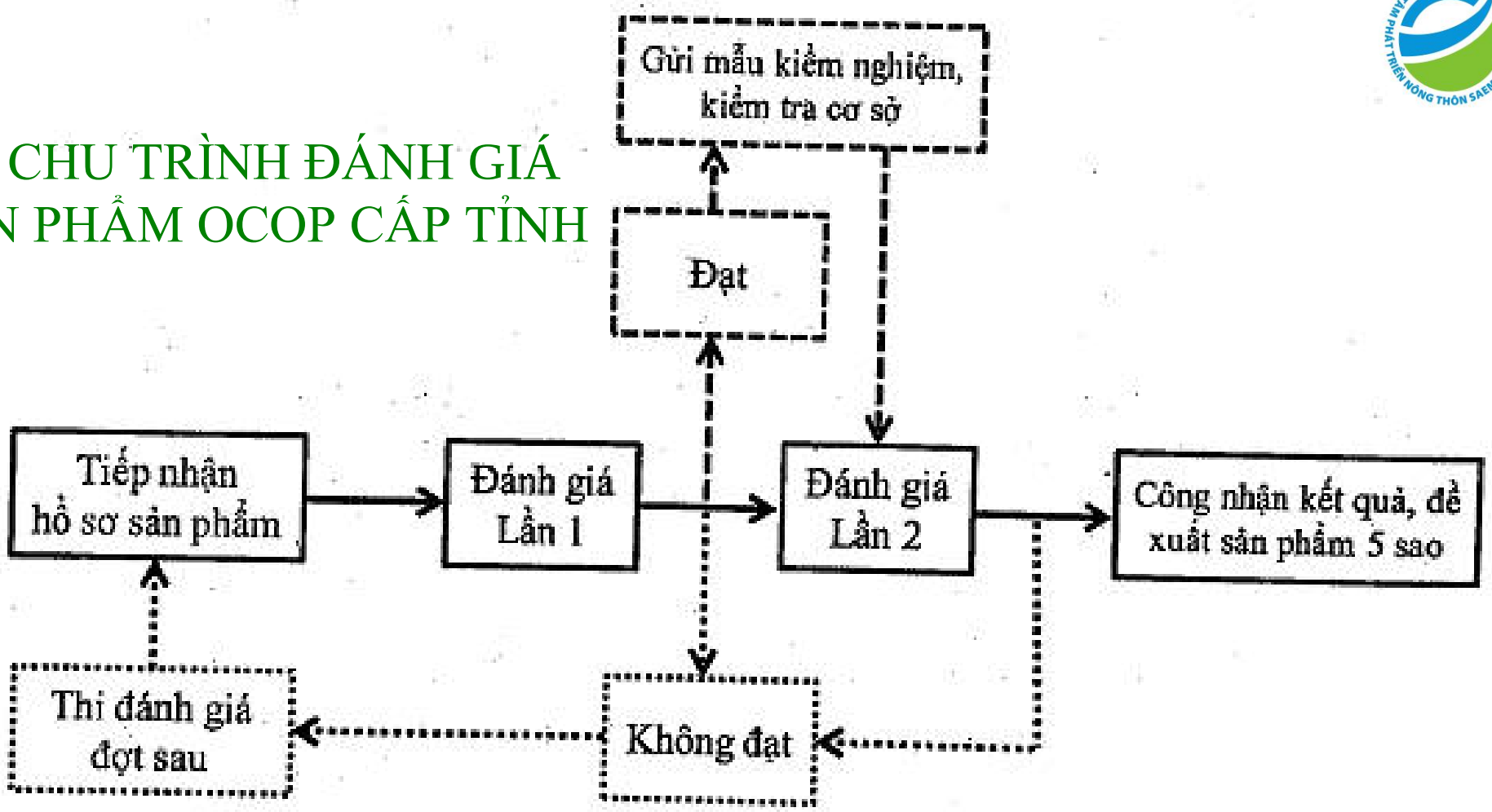
Chất lượng sản phẩm

(40 Điểm)

V. CHU TRÌNH ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP CẤP HUYỆN



V. CHU TRÌNH ĐÁNH GIÁ
ẢN PHẨM OCOP CẤP TỈNH



V. HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP CẤP TỈNH

V. HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP CẤP QUỐC GIA

VI. KẾT QUẢ CHƯƠNG TRÌNH OCOP GIAI ĐOẠN 2018-2020

- ✓ Quyết định số 490/QĐ-TTg : Phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 – 2020
- ✓ Quyết định số 1048/QĐ-TTg : Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP
- ✓ Quyết định số 781/QĐ-TTg: Bổ sung một số Phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 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

Đến tháng 8/2021, đã có 4.939 sản phẩm OCOP đạt 3 sao đến tiềm năng 5 sao. Đã có 2.708 chủ thể có sản phẩm OCOP được công nhận, trong đó có 37,6% là HTX, 27,7% là doanh nghiệp. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã đánh giá, phân hạng và công nhận đối với 20 sản phẩm OCOP 5 sao năm 2020.

VI. KẾT QUẢ CHƯƠNG TRÌNH OCOP GIAI ĐOẠN 2018-2020

VII. NHẬN DIỆN HẠN CHẾ TRONG TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH OCOP GIAI ĐOẠN 2018-2020

i. Hiệu quả việc lồng ghép các nguồn vốn không hiệu quả
ii. Chính sách, cơ chế hỗ trợ chủ thể phát triển sản phẩm chưa đồng bộ
iii. Một số địa phương có biểu hiện chạy theo thành tích, chưa đi vào thực chất, đặc biệt là chưa dựa vào lợi thế, thế mạnh của các sản phẩm đặc trưng;
iv. Chưa phát triển sản xuất theo chuỗi giá trị, kiểm soát và truy xuất nguồn nguyên liệu sản phẩm
v. Chưa tuân thủ và áp dụng đầy đủ các quy định về quản lý chất lượng, ghi bao bì, nhãn mác, sở hữu trí tuệ…;
vi. Chưa chuyển tải giá trị văn hóa, thế mạnh địa phương vào câu chuyện OCOP

VIII. Ý NGHĨA VIỆC TIẾP TỤC ĐẨY MẠNH THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP GIAI ĐOẠN 2021-2025

i. Chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

ii. Nâng cao vai trò, TÍNH CHỦ ĐỘNG của chủ thể với cộng đồng như: tạo việc làm, bảo tồn giá trị văn hóa, đặc sản địa phương, bảo vệ môi trường sinh thái, chia sẻ lợi ích…;

iii. Từng bước hình thành các sản phẩm OCOP gắn với mục tiêu PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG kinh tế, xã hội, văn hóa, môi trường

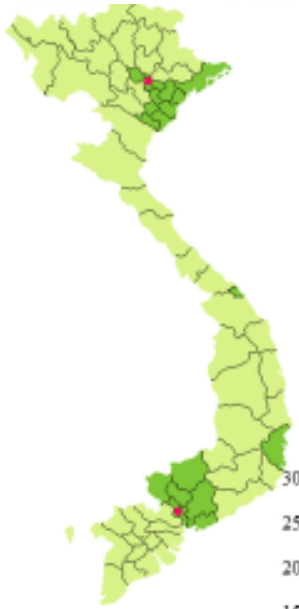
IX. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM CHƯƠNG TRÌNH OCOP GIAI ĐOẠN 2021-2025

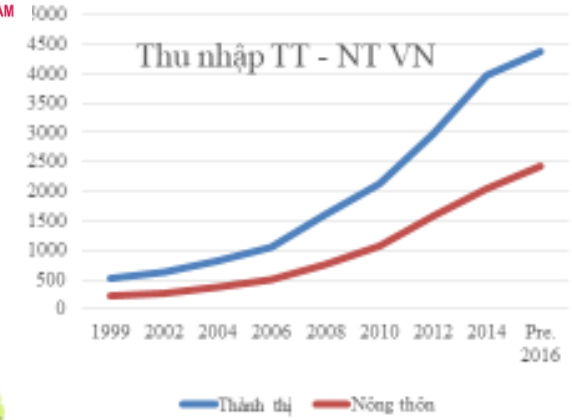
1. Tổ chức sản xuất gắn với quy hoạch và phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng tại địa phương;
2. Chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường ;
3. Nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động cho các chủ thể OCOP ;
4. Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP ;
5. Xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP ;
6. Nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP ;
7. Lồng ghép các nguồn vốn vào chương trình OCOP;
8. Đánh giá lại mô hình điểm theo quyết định 4078;
9. Tổ chức diễn đàn chuyên kết nối sản phẩm OCOP trong diễn đàn kết nối nông sản 970;
10. Tăng cường chuyển đổi số trong Chương trình OCOP.

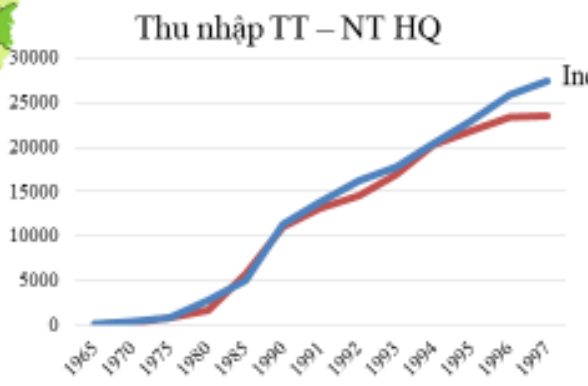
GẮN ĐIỂM GIỚI THIỆU VÀ BÁN SẢN PHẨM OCOP VỚI DU LỊCH

CẢM ƠN QUÝ VỊ ĐÃ LẮNG NGHE

OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

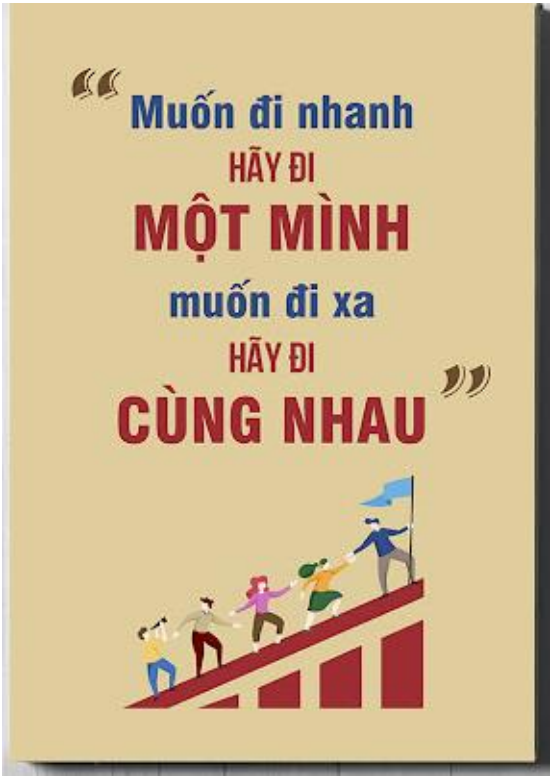






Vùng kinh tế phát triển ở Việt Nam

Vùng kinh tế phát triển ở Hàn Quốc



WARREN BUFFET