

Chuyên đề 2

HƯỚNG DẪN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP GẮN VỚI TIỀM NĂNG, LỢI THẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG

OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



TS. Đào Đức Huấn

Phòng Quản lý Chương trình OCOP

Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương



NỘI DUNG TRÌNH BÀY:



1. Tiềm năng, lợi thế trong sản phẩm OCOP là gì?
2. Phát triển sản phẩm OCOP như thế nào?

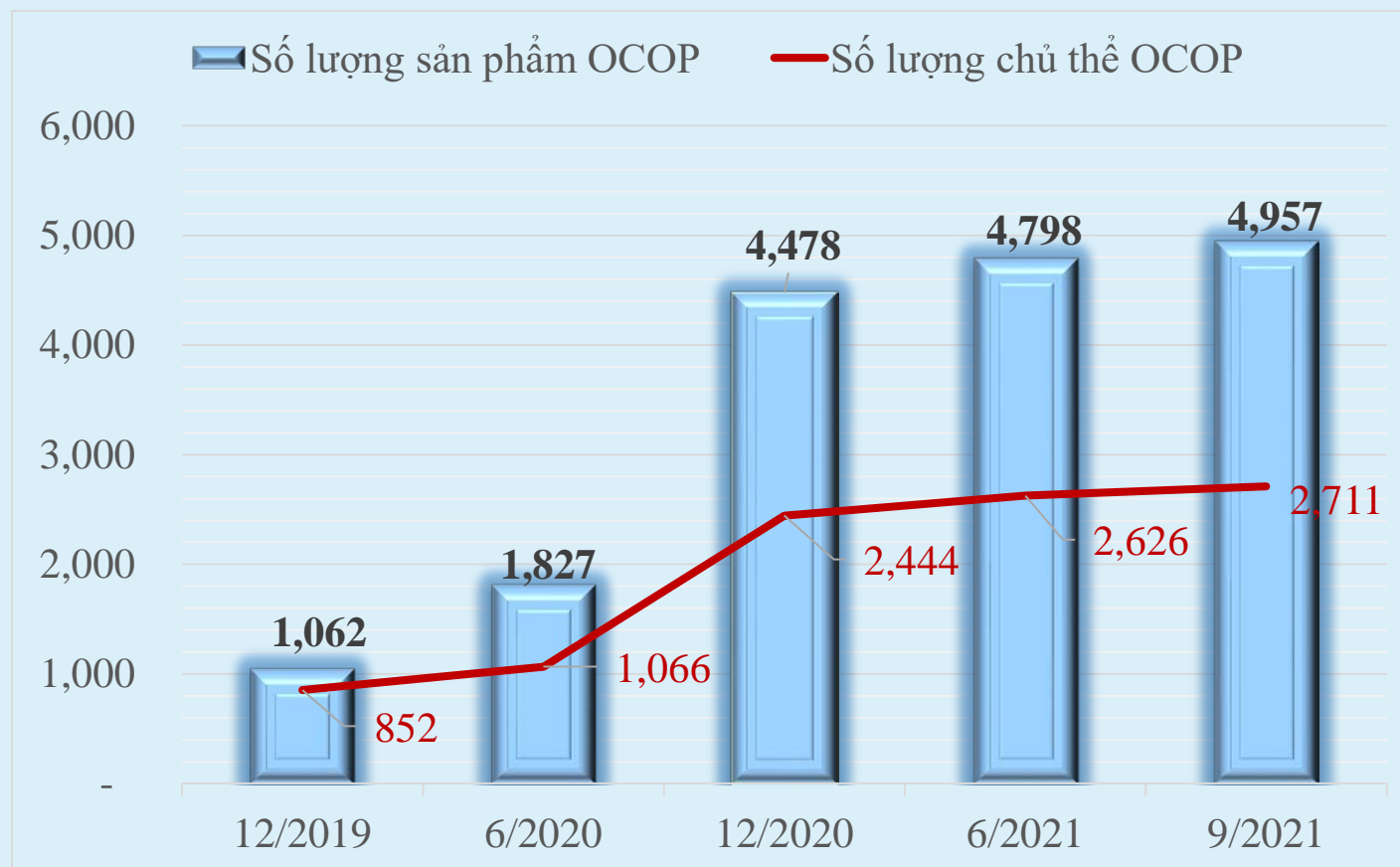


KẾT QUẢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH

1. Chương trình đã được triển khai đồng bộ, rộng khắp và có sự lan tỏa mạnh mẽ (63/63 tỉnh, thành ban hành Kế hoạch; đến nay đã có gần 30 tỉnh, thành phê duyệt kế hoạch 2021, hơn 15 tỉnh, thành phê duyệt kế hoạch 2021-2025)

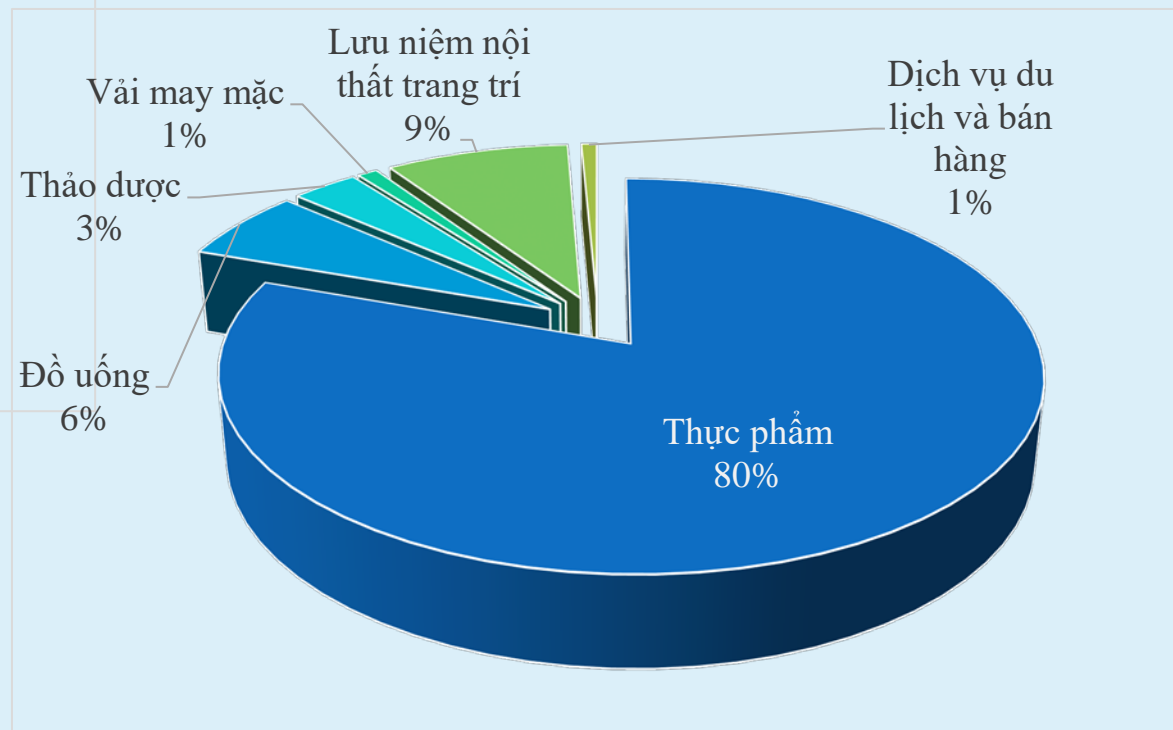
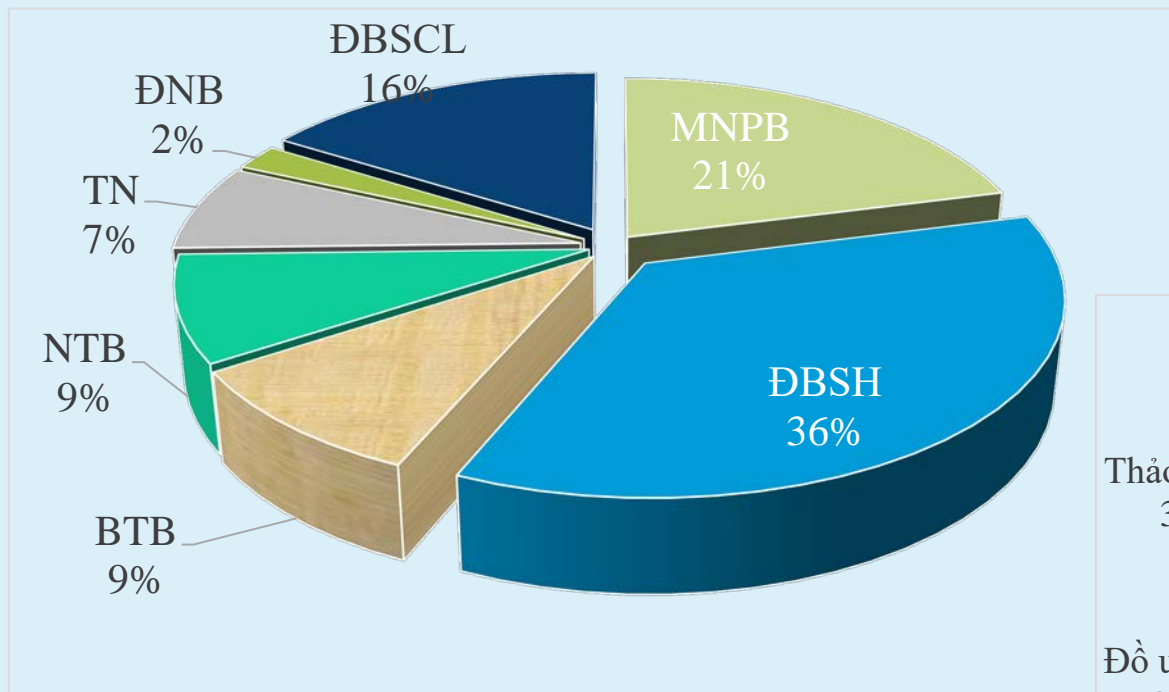
2. Đã có 61/63 tỉnh, thành đã có kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm.

3. Đến nay, đã có 4.957 sản phẩm được công nhận từ 3 sao trở lên; 2.711 chủ thể OCOP;



KẾT QUẢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH

4. Cơ cấu sản phẩm OCOP theo vùng, miền:



Phần 1.
TIỀM NĂNG, LỢI THẾ ĐỊA PHƯƠNG TRONG PHÁT TRIỂN
SẢN PHẨM OCOP

OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



YÊU CẦU CỦA CHƯƠNG TRÌNH OCOP:

1. Phát huy *tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương* để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa.
2. Phát huy *sáng tạo và sức mạnh cộng đồng* để tổ chức sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng.
3. Phát triển liên kết theo *chuỗi giá trị để nâng cao năng lực* sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.



ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH HÀNG

**Bộ NN
& PTNT**

**Địa
phương**

1. Nhóm sản phẩm chủ lực quốc gia



2. Nhóm sản phẩm chủ lực cấp tỉnh



3. Nhóm sản phẩm đặc sản địa phương



OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

XÂY DỰNG SẢN PHẨM “ĐA GIÁ TRỊ TÍCH HỢP”



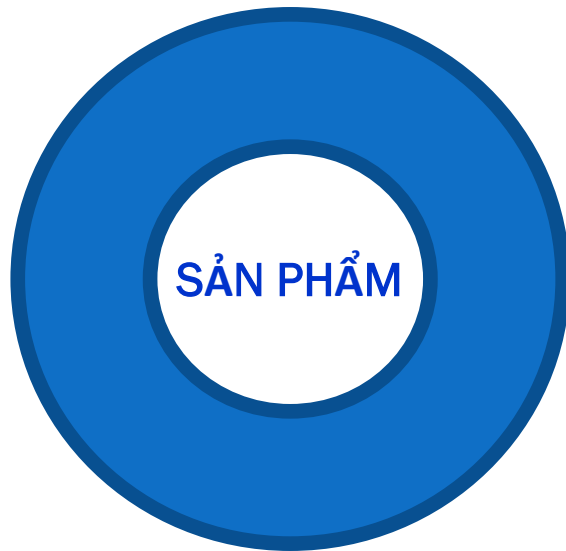
- Kinh tế: giá bán, thu nhập;
- Văn hóa: giá trị văn hóa, truyền thống vùng miền, dân tộc ;
- Xã hội: bền vững, giảm nghèo, đồng bào dân tộc, phụ nữ...



Tiếp cận về thuộc tính của chất lượng sản phẩm:



HÌNH THÀNH SẢN PHẨM OCOP

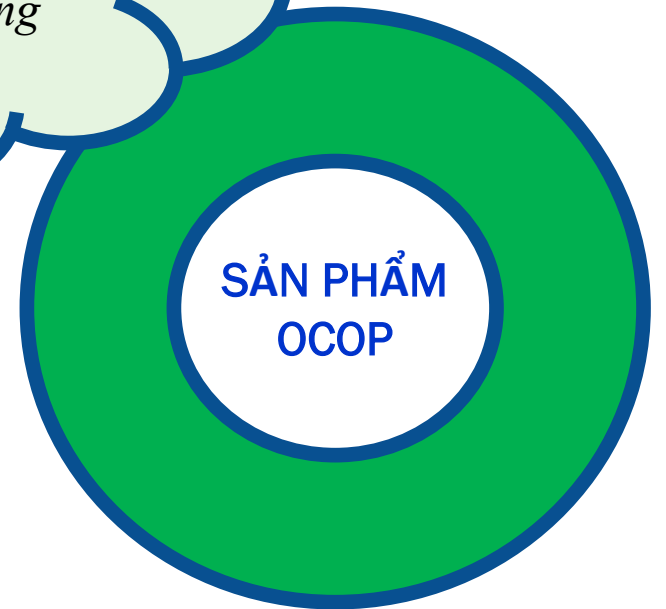


1. Chất lượng phù hợp: bảo cơ bản cần thiết để bảo vệ sức khỏe, an toàn và lợi ích của người tiêu dùng.

Dựa trên tiềm năng, lợi thế của địa phương

2. Chất lượng chuyên biệt: các đặc điểm riêng, khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm hiện hành trên thị trường.

3. Sự công nhận của các cơ quan quản lý nhà nước.



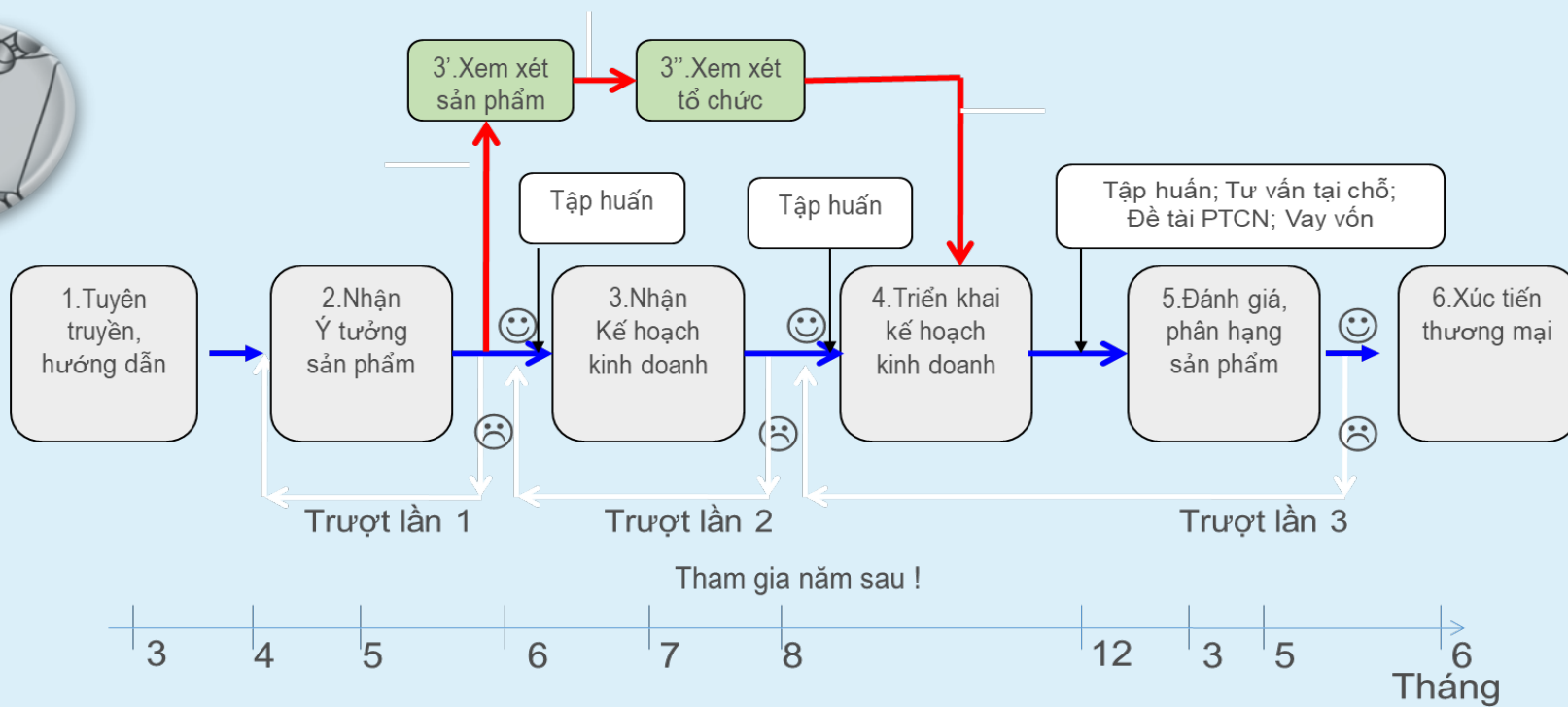
Phần 2.

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP NHƯ THẾ NÀO?



NHIỆM VỤ

“Phát triển sản phẩm OCOP theo 6 nhóm, ưu tiên các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ đặc sắc, truyền thống và có lợi thế ở mỗi địa phương, theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa địa phương...), gia tăng giá trị, gắn với phát triển cộng đồng”



Phát triển sản phẩm từ ý tưởng, để:

- Xây dựng kế hoạch;
- Triển khai kế hoạch.

Ghi chú: Hình thành tổ chức KT mới Tái CT tổ chức KT đã có

Phát triển sản phẩm dựa trên nền tảng thay đổi về chất lượng sản phẩm OCOP

1. Chất lượng phổ thông:

- Chất lượng dinh dưỡng;
- Chất lượng về an toàn;
- Chất lượng công nghệ (sự tiện lợi, bao bì, nhãn mác...);
- Chất lượng dịch vụ.

**CHẤT
LƯỢNG
SẢN
PHẨM
OCOP**

2. Chất lượng chuyên biệt:

- Chất lượng đặc trưng: giống, quy trình kỹ thuật, điều kiện sản xuất;
- Văn hóa, truyền thống;
- Nguồn gốc địa lý;
- Mang tính xã hội: đa dạng sinh học, môi trường, miền núi...

Năng lực chủ thể:

Tổ chức sản xuất; Công nghệ chế biến; Năng lực quản trị; Marketing, Phân phối;....

1. Nâng cao chất lượng sản phẩm:

- (1) Tổ chức sản xuất theo quy trình sản xuất, gắn với vùng nguyên liệu địa phương;
 - (2) Đổi mới công nghệ trong sơ chế, chế biến sản phẩm;
 - (3) Thay đổi công thức chế biến nhằm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng (độ ngọt, độ mặn...);
 - (4) Phát triển các loại sản phẩm mới từ sản phẩm truyền thống hoặc nguyên liệu địa phương;
-



2. Đẩy mạnh chất lượng về an toàn thực phẩm:

(1) Sản xuất theo quy chuẩn, tiêu chuẩn chất lượng gắn với vùng nguyên liệu: Vietgap; Globalgap; hữu cơ;...;

(2) Áp dụng các tiêu chuẩn trong chế biến: HACCP; ISO, GMP, ...;

...

- Phù hợp với sản phẩm;

- Phù hợp với điều kiện và yêu cầu;

- Phù hợp với năng lực tổ chức sản xuất

- Phù hợp với định hướng thị trường;



3. Nâng cao chất lượng về công nghệ:

- (1) Đóng gói, cách thức sử dụng;
- (2) Bao bì sản phẩm, sự tiện lợi về sử dụng,...;
- (3) Thời gian sử dụng;
- ...

- Phù hợp với cách thức tiêu dùng;
- Phù hợp với chất lượng, giá trị sản phẩm;
- Phù hợp với đối tượng khách hàng;
- Phù hợp với thị trường đích;



Đổi mới, sáng tạo:

Hình thành các sản phẩm mới về chất lượng, sự tiện dụng



TRÀ XANH HỘP 200G
MSP: 65

4. Nâng cao chất lượng về dịch vụ:

(1) Chất lượng thông tin, nguồn gốc sản phẩm (mã vùng trồng, truy xuất nguồn gốc gắn với blockchain,...);

(2) Chất lượng về marketing, giới thiệu sản phẩm;

(3) Dịch vụ bán hàng và phản hồi;

...

- *Đẩy mạnh chuyển đổi số;*

- *Phát triển liên kết chuỗi giá trị;*

- *Nâng cao năng lực về bán hàng;*

-.....;



4. Khai thác giá trị chất lượng “chuyên biệt”:

- (1) Khai thác giá trị tài sản trí tuệ gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý;
- (2) Nâng cao chất lượng sản phẩm gắn với giá trị truyền thống: câu chuyện sản phẩm; tài liệu quảng bá;...;
- (3) Xây dựng các giá trị gắn với trách nhiệm xã hội: thương mại công bằng; OCOP xanh; bảo tồn đa dạng sinh học; ...



(1) Khai thác giá trị về tài sản trí tuệ:

a) Yêu cầu:

- Khai thác tối đa các giá trị gắn với sản phẩm;
- Hòa hòa trong phát triển thương hiệu doanh nghiệp, HTX...

b) Các hình thức cần khai thác tối đa giá trị để nâng cao hình ảnh sản phẩm:



(2) Nâng cao giá trị văn hóa trong sản phẩm:

Phát triển câu chuyện sản phẩm:

- **Nội dung:** có yếu tố về chất lượng, năng lực, văn hóa,...
- **Chất lượng:** yêu cầu về văn học, marketing, nghệ thuật sắp đặt...
- **Yêu cầu:** ngắn gọn, đầy đủ, khai thác tối đa thông tin, khơi dậy thị hiếu, lòng tự hào...



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

(3) Khai thác tối đa trách nhiệm xã hội:

- Tham gia hệ thống thương mại công bằng.
- Phát triển sản phẩm OCOP xanh;
- Gắn với bảo vệ môi trường, đa dạng sinh học, phát triển bền vững;
- Vai trò của phụ nữ, đồng bào dân tộc thiểu số...



Các chuyên đề chuyên sâu:

1. Tiếp cận để hình thành phương án sản xuất kinh doanh hiệu quả (*Ths. Trần Minh Trí*);
2. Hướng dẫn xây dựng câu chuyện sản phẩm OCOP (*Bà Nguyễn Thúy Duy*);
3. Xây dựng và khai thác giá trị tài sản trí tuệ trong phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP (*Ths. Ngô Hữu Thống*);
4. Khai thác khoa học công nghệ trong nâng cao chất lượng sản phẩm (*câu chuyện về xử lý sau thu hoạch của Bà Nguyễn Thị Hồng Công; công cụ xây dựng mô hình HTX du lịch bền vững của bà Nguyễn Thị Diễm Kiều*);
5. Ứng dụng chuyển đổi số trong chương trình OCOP;
6. Chuẩn hóa hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm.



Trân trọng cảm ơn!

