

Số: 2882/QĐ-UBND

Bến Tre, ngày 28 tháng 12 năm 2018

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc phê duyệt Đề án Chương trình
Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020,
định hướng đến năm 2030**

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH BẾN TRE

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;
Căn cứ Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ
tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến
Tre giai đoạn 2018-2020;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Tờ
trình số 3175 /TTr-SNN ngày 26 tháng 12 năm 2018,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này Đề án Chương trình Mỗi xã
một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030.

Điều 2. Các Sở, ngành, địa phương có liên quan căn cứ theo chức năng
nhiệm vụ tổ chức triển khai thực hiện Đề án đảm bảo hiệu quả, đúng quy định.

Giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với các cơ
quan, đơn vị có liên quan theo dõi, tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh về tình hình
thực hiện Đề án; chủ động tham mưu, đề xuất các biện pháp để thực hiện có hiệu
quả các nội dung của Đề án.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh; Giám đốc Sở Nông
nghiệp và Phát triển nông thôn; Thủ trưởng các Sở, ban, ngành tỉnh; Chánh Văn
phòng Điều phối Chương trình xây dựng nông thôn mới tỉnh; Chủ tịch Ủy ban
nhân dân các huyện, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách
nhiệm thi hành Quyết định này.

Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3 (để thực hiện);
- VPĐP NTM TW;
- TT.TU, TT.HĐND;
- UBMTTQVN tỉnh;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Chánh, các Phó CVP UBND tỉnh;
- Phòng: TH, KT, TCĐT, KGVX;
- Công TTĐT UBND tỉnh;
- Lưu: VT.



MỤC LỤC

| | |
|---|----|
| MỤC LỤC..... | 2 |
| DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT | 4 |
| PHẦN MỞ ĐẦU - SỰ CẦN THIẾT, CĂN CỨ PHÁP LÝ, TỔNG QUAN, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG, NGUYÊN TẮC, PHƯƠNG PHÁP | 5 |
| I. Sự cần thiết của việc xây dựng đề án | 5 |
| II. Căn cứ pháp lý | 6 |
| III. Tổng quan chung về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm..... | 6 |
| IV. Phạm vi, đối tượng, nguyên tắc thực hiện | 8 |
| 1. Phạm vi thực hiện..... | 8 |
| 2. Đối tượng thực hiện..... | 8 |
| 3. Nguyên tắc thực hiện..... | 8 |
| PHẦN THỨ NHẤT - ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ XÃ HỘI VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM TỈNH BẾN TRE | 10 |
| I. Điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng | 10 |
| 1. Điều kiện tự nhiên..... | 10 |
| 2. Cơ sở hạ tầng..... | 11 |
| II. Kinh tế - xã hội | 11 |
| 1. Kinh tế..... | 12 |
| 2. Văn hóa, xã hội | 13 |
| III. Thực trạng phát triển các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm thủ công truyền thống của tỉnh Bến Tre | 14 |
| 1. Trồng trọt..... | 14 |
| 2. Chăn nuôi..... | 17 |
| 3. Thủy sản..... | 17 |
| 4. Thực trạng chế biến sản phẩm nông lâm thủy sản..... | 18 |
| 5. Thảo dược, dược phẩm | 18 |
| 6. Ngành tiểu thủ công nghiệp..... | 19 |
| 7. Ngành dịch vụ, du lịch | 19 |
| IV. Các sản phẩm tiềm năng cấp huyện..... | 19 |
| V. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu trong phát triển và thương mại hóa sản phẩm đặc trưng, truyền thống..... | 22 |
| 1. Nhóm sản phẩm, dịch vụ có tiềm năng 4 sao..... | 22 |
| 2. Nhóm sản phẩm dịch vụ có tiềm năng 3 sao..... | 24 |
| 3. Nhóm sản phẩm dịch vụ tiềm năng 1-2 sao | 25 |
| PHẦN THỨ HAI NỘI DUNG ĐỀ ÁN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM TỈNH BẾN TRE GIAI ĐOẠN 2018-2020, ĐỊNH HƯỚNG 2030 | 26 |
| I. Quan điểm | 26 |
| II. Mục tiêu..... | 26 |
| 1. Mục tiêu tổng quát | 26 |
| 2. Mục tiêu cụ thể..... | 26 |
| 3. Định hướng phát triển các nhóm sản phẩm..... | 27 |
| III. Nội dung Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre | 28 |
| 1. Hệ thống tổ chức triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018 - 2020 | 28 |
| 2. Chu trình OCOP hàng năm | 29 |
| 3. Nội dung thực hiện Chu trình OCOP tỉnh Bến Tre..... | 29 |
| 4. Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng, thống kê, kiểm soát | 33 |
| 5. Công tác xúc tiến thương mại..... | 34 |
| 6. Xây dựng và triển khai các nhiệm vụ, Đề án thành phần của Chương trình..... | 35 |
| 7. Tổng kết Chương trình..... | 36 |

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

| | |
|---------|--|
| CEO | : Chief Executive Officer (Giám đốc) |
| HĐQT | : Hội đồng quản trị |
| HTX | : Hợp tác xã |
| KHCN | : Khoa học công nghệ |
| KHKD | : Kế hoạch kinh doanh |
| MTQG | : Mục tiêu Quốc gia |
| NN | : Nông nghiệp |
| NSNN | : Ngân sách Nhà nước |
| NTM | : Nông thôn mới |
| OCOP | : One Commune One Product (Một xã, phường Một sản phẩm) |
| OTOP | : One Tambon One Product (Một làng/cộng đồng một sản phẩm) |
| OVOP | : One Village One Product (Một làng xã Một sản phẩm) |
| OCOP-BT | : Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre |
| PTNT | : Phát triển nông thôn |
| PTTH | : Phát thanh truyền hình |
| TCVN | : Tiêu chuẩn quốc gia của Việt Nam |
| THT | : Tổ hợp tác |
| TNHH | : (Công ty) Trách nhiệm hữu hạn |
| UBND | : Ủy ban nhân dân |

Phần mở đầu
SỰ CẦN THIẾT, CĂN CỨ PHÁP LÝ, TỔNG QUAN,
PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG, NGUYÊN TẮC, PHƯƠNG PHÁP

I. Sự cần thiết của việc xây dựng đề án

Trong những năm qua, kinh tế tỉnh Bến Tre có sự tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu khá tích cực. Bình quân giai đoạn 2010-2017, tốc độ tăng trưởng kinh tế (GRDP) của tỉnh đạt 5,99%/năm. Tuy nhiên, so với bình quân chung của cả nước và khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, quy mô nền kinh tế của tỉnh Bến Tre còn nhỏ, sức cạnh tranh thấp, các sản phẩm nông nghiệp vẫn đóng vai trò rất quan trọng trong phát triển kinh tế của tỉnh. Năm 2017, tỷ trọng nông nghiệp chiếm 35,8%, công nghiệp - xây dựng 16,4% và thương mại - dịch vụ chiếm 45,6%¹. Trong khi đó, lực lượng lao động chất lượng cao ở khu vực nông thôn còn hạn chế, chỉ có 11,7% lao động đang làm việc ở khu vực nông thôn đã qua đào tạo.

Sau 08 năm thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới (từ 2010 đến 2018), Bến Tre đã đạt được những kết quả nổi bật (có 30 xã đạt chuẩn nông thôn mới, trung bình đạt tiêu chí trên xã là 12,67 tiêu chí), diện mạo nông thôn ngày càng khởi sắc, đời sống nhân dân được cải thiện và nâng cao. Bên cạnh đó, tỉnh Bến Tre cũng đang triển khai thực hiện Chương trình Đồng khởi khởi nghiệp và Phát triển doanh nghiệp giai đoạn 2016-2020 nhằm phát triển và gia tăng số lượng doanh nghiệp trên địa bàn. Mục tiêu của Chương trình trong giai đoạn 2016-2020 là thành lập 5-10 nhóm doanh nghiệp dẫn đầu trong các lĩnh vực như chế biến các sản phẩm từ dừa, thủy sản, trái cây/cây ăn trái, giống, công nghiệp phụ trợ, dịch vụ du lịch, xuất nhập khẩu, vận chuyển. Chương trình này kỳ vọng sẽ hỗ trợ cho tỉnh Bến Tre thực hiện thành công Chương trình xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp đến năm 2020. Tuy nhiên, đến nay, ngành nông nghiệp của tỉnh vẫn gặp một số khó khăn, vướng mắc như chưa sản xuất tập trung theo quy mô lớn, mô hình liên kết sản xuất tiêu thụ và gắn với chuỗi giá trị chưa chặt chẽ, thiếu các doanh nghiệp lớn tham gia chuỗi giá trị.

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm được xem là một trong những chương trình phát triển kinh tế quan trọng của cả nước, là động lực phát triển kinh tế nông thôn, phục vụ có hiệu quả cho Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới. Chương trình Mỗi xã một sản phẩm được khởi xướng đầu tiên tại tỉnh Quảng Ninh từ năm 2013. Đến nay, chương trình đã gặt hái được một số thành công ban đầu, tạo ra được nhiều sản phẩm thương hiệu, đáp ứng yêu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, góp phần vào sự phát triển kinh tế và xây dựng nông thôn mới bền vững. Từ thành công của mô hình này, các địa phương khác trong cả nước đã học hỏi kinh nghiệm trong việc phát huy thế mạnh của sản phẩm truyền thống đặc trưng của địa phương trên cơ sở chuyển đổi các nhóm hộ kinh doanh, cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, tự phát sang hình thức liên kết tập thể, sản xuất tập trung vào sản phẩm có lợi thế của địa phương.

Từ cơ sở nêu trên, tỉnh Bến Tre tiến hành xây dựng và triển khai Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020, định hướng 2030 (sau đây viết tắt là Chương trình OCOP Bến Tre). Đây được xem là một trong những giải pháp phù hợp và cần thiết để thực hiện nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới gắn liền với cơ cấu lại ngành nông nghiệp, góp phần đạt được mục tiêu của Chương trình Đồng Khởi khởi nghiệp và Phát triển

¹ Niên giám thống kê 2017

doanh nghiệp cũng như đẩy nhanh tiến độ hoàn thành Chương trình MTQG xây dựng NTM trên địa bàn tỉnh.

II. Căn cứ pháp lý

- Nghị quyết số 24/2008/NQ-CP ngày 28 tháng 10 năm 2008 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.

- Quyết định số 889/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

- Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16 tháng 8 năm 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 tháng 4 năm 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 tiếp tục nâng cao hiệu lực, hiệu quả việc thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp.

- Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020.

- Quyết định số 01/QĐ-BCĐTW của Ban chỉ đạo Trung ương các chương trình MTQG giai đoạn 2016-2020 ngày 22 tháng 8 năm 2018 về Ban hành Kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020.

- Chương trình số 10-CTr/TU ngày 28 tháng 4 năm 2016 của Tỉnh ủy về Đồng Khởi khởi nghiệp và Phát triển doanh nghiệp tỉnh Bến Tre.

- Nghị quyết số 03-NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2016 của Tỉnh ủy Bến Tre về xây dựng và hoàn thiện chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp chủ lực tỉnh Bến Tre giai đoạn 2016 - 2020 và định hướng đến năm 2025.

- Đề án số 6227/ĐA-UBND ngày 18 tháng 12 năm 2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh Bến Tre về “Tái cơ cấu ngành Nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững tỉnh Bến Tre giai đoạn 2013-2015 và hướng đến năm 2020”.

- Quyết định số 1186/QĐ-UBND tỉnh Bến Tre ngày 5 tháng 6 năm 2018 về việc phê duyệt Đề cương Đề án Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020.

III. Tổng quan chung về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm bắt nguồn từ ý tưởng của Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” (OVOP) của Nhật Bản. Phong trào “Mỗi làng, một sản phẩm” (“Isson, Ippin” Undo - theo tiếng Nhật và “One village, One product” Movement - theo tiếng Anh) ngày nay đã trở thành một cụm từ mang tính khu vực dùng để chỉ những hoạt động phát triển nông thôn với những nét đặc trưng riêng.

“Mỗi làng” (isson, one village) là một khái niệm mang tính ước lệ của Phong trào “Mỗi làng, một sản phẩm”, chỉ một cộng đồng dân cư cụ thể nào đó, không phân biệt theo địa giới hành chính, cũng như về qui mô.

“Một sản phẩm” (ippin, one product) cũng là một khái niệm mang tính ước lệ của Phong trào “Mỗi làng, một sản phẩm”, dùng để chỉ sản phẩm đặc trưng của một cộng đồng

dân cư nào đó tạo ra. Sản phẩm này thường có những đặc điểm rất riêng biệt của nơi sản xuất ra nó, khiến cho mọi người có thể dễ dàng nhận ra nơi sản xuất giữa những sản phẩm cùng loại. Một cộng đồng dân cư, “một làng” có thể sản xuất ra nhiều loại sản phẩm khác, nhưng trong Phong trào này, người ta thường chú trọng vào việc nâng cao chất lượng của loại sản phẩm nào có nhiều nét đặc trưng của địa phương nhằm tạo ra sự khác biệt và làm tăng khả năng cạnh tranh của chúng. Mặc dù vậy, tùy vào tình hình thực tế, khái niệm “Một sản phẩm” được sử dụng một cách linh hoạt. Một làng, một cộng đồng dân cư có thể phát triển một hoặc nhiều sản phẩm của mình, nhưng có khi hai hay nhiều “làng” có thể kết hợp với nhau theo kiểu sản xuất dây chuyền (có “làng” chỉ sản xuất bán thành phẩm, làm nguyên liệu cho “làng” khác hoàn chỉnh sản phẩm) để tạo ra một loại sản phẩm, hàng hoá nào đó. Khái niệm “sản phẩm” cũng mang tính ước lệ, chúng có thể là các loại nông, lâm sản đặc trưng trong vùng, có thể đã qua chế biến như nấm Shiitake, rượu Sochu, chanh Kabosu... nhưng cũng có thể chỉ là những bài dân ca, kỹ thuật canh tác nông nghiệp hoặc các dịch vụ du lịch như dịch vụ du lịch xanh, homestay...

Phong trào (undo, movement) không chỉ mang nghĩa phong trào thông thường mà còn là khái niệm chỉ các hoạt động mang ý nghĩa quần chúng, sự phát triển nội sinh của mỗi cộng đồng cư dân nói chung và cư dân nông thôn nói riêng. Ở Nhật Bản, chưa bao giờ tồn tại các khái niệm như Chương trình “Mỗi làng, một sản phẩm” hay Dự án “Mỗi làng, một sản phẩm” mà chỉ có khái niệm Phong trào “Mỗi làng, một sản phẩm” mà thôi.

Học tập kinh nghiệm thành công của Nhật Bản, nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới như Hàn Quốc, Thái Lan, Trung Quốc... đã rất chú ý đến phát triển kinh tế - xã hội 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, công nghệ truyền thống, lòng tự hào, khả năng sáng tạo,...) trong xây dựng và triển khai chiến lược phát triển kinh tế, đặc biệt là phát triển các vùng nông thôn. Dựa trên ý tưởng Phong trào OVOP của Nhật Bản, đến nay đã có rất nhiều quốc gia đã hình thành các chương trình, phong trào riêng như: các phong trào “Mỗi nhà máy, Một sản phẩm”, “Mỗi thành phố, một sản phẩm”, “Mỗi làng, một báu vật” tại Trung Quốc; Chương trình OTOP (One Tambon, One Product) tại Thái Lan; Phong trào “One Barangay, One Product” (Mỗi làng, một sản phẩm) tại Philippines; Chương trình “Mỗi làng một nhãn hiệu” tại Hàn Quốc.

Tại Việt Nam, dựa trên những thành công và sự lan tỏa Phong trào tại Nhật Bản, Thái Lan và các nước khác trên thế giới, ngay từ cuối những năm 1990, một số nhà khoa học, nhà quản lý ngành ở Việt Nam đã tìm hiểu và vận dụng OCOP vào Việt Nam, đặc biệt là trong ngành nông nghiệp, điển hình là Đề án “Mỗi làng một nghề” với điểm nhấn là các làng nghề ở Việt Nam. Một số địa phương ở Việt Nam đã cố gắng triển khai Mỗi làng một nghề như Thừa Thiên – Huế, Bình Định, TP Hồ Chí Minh, Vĩnh Long... Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Quảng Ninh đã được khởi xướng và chính thức triển khai từ năm 2013. So với Đề án Mỗi làng một nghề, Chương trình OCOP Quảng Ninh có sự khác biệt quan trọng là: Đây là lần đầu tiên được triển khai theo cách có hệ thống, với sự tham gia của cả hệ thống chính trị, lấy trọng tâm là Chu trình OCOP thường niên; Chương trình OCOP tập trung vào các đối tượng sản phẩm, không chỉ giới hạn ở các sản phẩm thủ công mỹ nghệ mà được mở rộng thành 5 ngành hàng sản phẩm và dịch vụ. Từ thành công của mô hình này, các địa phương khác trên cả nước đã học hỏi kinh nghiệm trong việc phát huy thế mạnh của sản phẩm truyền thống đặc trưng của địa phương trên cơ sở chuyển đổi các nhóm hộ kinh doanh, cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, tự phát sang hình thức liên kết tập thể, sản xuất tập trung vào sản phẩm có lợi thế của địa phương. Từ đó, tạo ra được nhiều sản phẩm thương hiệu,

đáp ứng yêu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, góp phần vào sự phát triển kinh tế và xây dựng nông thôn mới bền vững.

IV. Phạm vi, đối tượng, nguyên tắc thực hiện

1. Phạm vi thực hiện

- Phạm vi không gian: 9 huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh Bến Tre.
- Phạm vi thời gian: Từ năm 2018 đến năm 2020.

2. Đối tượng thực hiện

a) *Sản phẩm*: Bao gồm các sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ địa phương hoặc được thuần hóa, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về điều kiện sinh thái, văn hóa, nguồn gen, tri thức và công nghệ địa phương. Từ nay đến 2020, tập trung vào 6 nhóm/ngành hàng:

- *Thực phẩm*: Nông sản tươi sống (rau củ quả tươi, nấm, trái cây tươi các loại, như dứa, chôm chôm, sầu riêng, nhãn,...); sản phẩm thô và sơ chế (dùng để chế biến các sản phẩm như: gạo, ngũ cốc, tôm, cá một nắng, cá đông lạnh, xúc xích, thịt hun khói, thịt tươi, thủy sản tươi,...); thực phẩm tiện lợi (đồ ăn nhanh, tương, tương ớt, nước mắm, sản phẩm được chế biến từ rau, củ, quả, thực phẩm chế biến từ thịt, trứng, sữa, thực phẩm chế biến từ thủy sản, thực phẩm chế biến từ gạo và ngũ cốc).

- *Đồ uống*: Gồm đồ uống có cồn (rượu ngâm ủ, rượu chưng cất, rượu vang, ...); đồ uống không cồn (nước trái cây, trà, trà thảo dược,...).

- *Thảo dược*: Gồm các sản phẩm có thành phần từ thảo dược như thuốc y học cổ truyền, thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, mỹ phẩm từ thảo dược (mặt nạ dứa, son dứa,...), chế phẩm xua đuổi/điệt trừ côn trùng,...

- *Lưu niệm – nội thất – trang trí*: Gồm các sản phẩm từ gỗ, sợi, mây tre, kim loại, gốm sứ, dệt may,... làm đồ lưu niệm, đồ gia dụng, đồ dùng nhà bếp, đồ nội thất, trang trí các tòa nhà,...

- *Dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng*: Gồm các sản phẩm dịch vụ phục vụ hoạt động tham quan, du lịch, giải trí, học tập, nghiên cứu,...

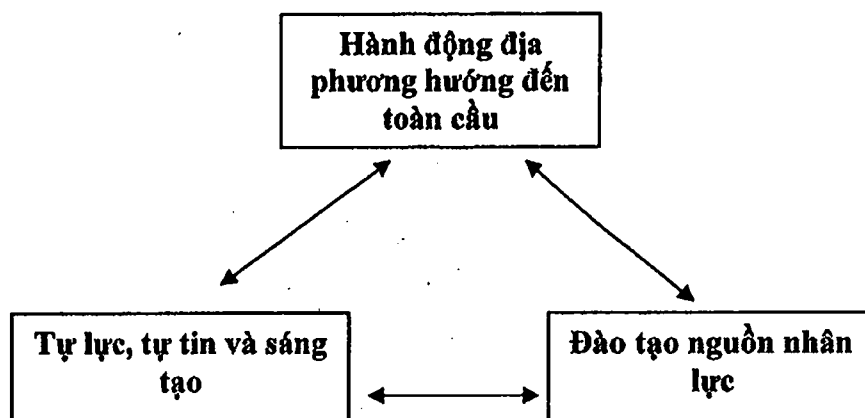
- *Nhóm sản phẩm nông nghiệp, truyền thống khác*: Gồm các sản phẩm đặc trưng như cây giống các loại, hoa kiểng các loại, than hoạt tính, nhang sinh học, gà nòi,...

b) *Chủ thể thực hiện*: Tất cả chủ thể sản xuất sản phẩm của địa phương, tập trung vào chủ thể là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã (HTX), tổ hợp tác (THT), các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh.

3. Nguyên tắc thực hiện

Việc triển khai Chương trình OCOP cần được định hướng và tổ chức thực hiện theo cách tuân thủ đầy đủ 3 nguyên tắc sau:

- 1) Hành động địa phương hướng đến toàn cầu;
- 2) Tự lực, tự tin và sáng tạo;
- 3) Đào tạo nguồn nhân lực.



- **Hành động địa phương hướng đến toàn cầu:** Để gia nhập vào thị trường thế giới, các sản phẩm cần được cải tiến, thiết kế lại cho phù hợp thị hiếu của người tiêu dùng. Các sản phẩm cần đáp ứng các tiêu chuẩn/yêu cầu và vượt qua được các hàng rào kỹ thuật của thị trường tiêu thụ (như tiêu chuẩn organic,...). Để làm điều này, cần tập trung vào hình thành, tái cơ cấu và hỗ trợ các tổ chức kinh tế tại cộng đồng (HTX, doanh nghiệp) hơn là các cá nhân, hộ gia đình đơn lẻ, để có pháp nhân công bố tiêu chuẩn chất lượng và tổ chức sản xuất ở qui mô lớn hơn.

- **Tự lực, tự tin và sáng tạo:** Kiến tạo môi trường sáng tạo cho người dân thông qua đánh giá và xếp hạng sản phẩm, từ đó người dân xác định được các điểm còn yếu của sản phẩm để cải tiến và tiếp tục tham gia vào cuộc thi đánh giá và xếp hạng tiếp theo. Các sản phẩm được đánh giá và xếp hạng cao hơn vẫn có thể dự thi để tiếp tục nâng cấp sản phẩm.

- **Đào tạo nguồn nhân lực:** Tập trung xây dựng và hình thành một ngành đào tạo mới, song song với đào tạo "chất lượng cao" ở các trường đại học và cao đẳng: đào tạo các lãnh đạo, quản lý của các tổ chức kinh tế tại cộng đồng. Chương trình này được thiết kế riêng cho đối tượng có trình độ học vấn thấp hơn, thiết thực hơn và có phần thực hành bám sát các tình huống thực tiễn trong vận hành sản xuất kinh doanh các tổ chức kinh tế tại cộng đồng.

Phần thứ nhất
ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM TỈNH BẾN TRE

I. Điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng

1. Điều kiện tự nhiên

a) Vị trí địa lý và khí hậu

Bến Tre là tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Cửu Long, có diện tích tự nhiên là 2.360 km², được hợp thành bởi cù lao An Hóa, cù lao Bảo, cù lao Minh và do phù sa của 4 nhánh sông Cửu Long (sông Tiền, sông Ba Lai, sông Hàm Luông, sông Cổ Chiên) bồi đắp thành. Bến Tre cách Thành phố Hồ Chí Minh 86 km, cách thành phố Cần Thơ 120 km, phía Bắc giáp tỉnh Tiền Giang, phía Tây và phía Nam giáp tỉnh Vĩnh Long và tỉnh Trà Vinh, phía Đông giáp biển Đông. Về khí hậu, Bến Tre nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa cận xích đạo, với hai mùa rõ rệt: mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11, mùa khô từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau. Lượng mưa trung bình hàng năm từ 2.000 đến 2.300 mm, nhiệt độ trung bình hàng năm từ 26⁰C – 27⁰C. Với vị trí nằm tiếp giáp biển Đông, nhưng Bến Tre ít chịu ảnh hưởng của bão lũ, khí hậu ôn hòa, mát mẻ quanh năm... Đây là điều kiện thuận lợi cho việc đầu tư, sản xuất, kinh doanh và phát triển hoạt động du lịch của tỉnh.

b) Về địa hình

Tỉnh Bến Tre có địa hình bằng phẳng, rải rác những giồng cát xen kẽ với ruộng, vườn, không có rừng cây lớn, chỉ có một số rừng chồi và những dải rừng ngập mặn ở ven biển và các cửa sông. Nhìn từ trên cao xuống, Bến Tre có hình gié quạt, đầu nhọn nằm ở thượng nguồn, các nhánh sông lớn như hình nan quạt xoè rộng về phía đông. Phía bắc giáp tỉnh Tiền Giang, có ranh giới chung là sông Tiền, phía nam giáp tỉnh Trà Vinh, phía tây giáp tỉnh Vĩnh Long, có ranh giới chung là sông Cổ Chiên, phía đông giáp biển Đông, với chiều dài bờ biển là 65 km.

c) Hệ thống kênh rạch và sông ngòi

Bến Tre có những con sông lớn nối từ biển Đông qua các cửa sông chính (cửa Đại, cửa Ba Lai, cửa Hàm Luông, cửa Cổ Chiên) ngược về phía thượng nguồn đến tận Campuchia. Từ Bến Tre, tàu bè có thể đến Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh miền Tây; ngược lại, tàu bè từ Thành phố Hồ Chí Minh về các tỉnh miền Tây đều phải qua Bến Tre. Tỉnh có 4 con sông lớn chảy qua là: Mỹ Tho, Ba Lai, Hàm Luông và Cổ Chiên và hệ thống kênh rạch chằng chịt khoảng 6.000 km đan vào nhau chở nặng phù sa chảy khắp ba dải cù lao. Những con sông này giữ một vai trò quan trọng trong đời sống kinh tế, văn hóa của nhân dân trong tỉnh như: cung cấp nước ngọt cho sinh hoạt và nông nghiệp, góp phần làm tươi đẹp cảnh quan, điều hòa khí hậu và tạo thành một lợi thế trong phát triển giao thông đường thủy, hệ thống thủy lợi, phát triển kinh tế biển, kinh tế vườn và trao đổi hàng hoá với các tỉnh lân cận.

d) Tài nguyên thiên nhiên

Bến Tre là tỉnh có nguồn tài nguyên đất phong phú, với nhiều loại đất như: đất cát, đất phù sa, đất phèn, đất mặn. Sản xuất nông nghiệp của tỉnh được mở rộng theo hướng chuyên sâu; nhu cầu thâm canh, tăng vụ ngày càng được chú trọng. Hơn 20 năm qua, bằng những nỗ lực của mình, nhân dân Bến Tre cũng như cả vùng đồng bằng Nam Bộ đã tiến hành nhiều công trình "thau chua rửa mặn", cải tạo đất đai nhằm khai thác và sử dụng

nguồn tài nguyên này có hiệu quả hơn. Ngoài ra, do nằm ở giữa môi trường sông và biển, chịu ảnh hưởng của khí hậu gió mùa nhiệt đới nên cảnh quan tự nhiên của Bến Tre mang đặc trưng của miền Tây Nam Bộ. Những con sông lớn và vùng biển Đông ở Bến Tre có nhiều loại thủy sản như: cá vược, cá dứa, cá bạc má, cá thieu, cá mối, cá com, nghêu, cua biển và tôm,...đây là nguồn nguyên liệu vô cùng phong phú cho ngành công nghiệp chế biến thủy sản của tỉnh phát triển. Rừng phòng hộ ở các huyện giáp biển (Ba Tri, Bình Đại và Thạnh Phú) đang được bảo vệ thông qua việc trồng mới và quản lý chặt chẽ hoạt động lâm sản, góp phần ổn định vành đai rừng phòng hộ ven biển. Bên cạnh đó, Bến Tre có đường bờ biển dài hơn 65 km với những bãi biển rất hoang sơ và nguồn thủy hải sản vô cùng phong phú. Đây là điểm đến đầy tiềm năng để phát triển du lịch biển kết hợp dịch vụ ăn nghỉ, lưu trú.

2. Cơ sở hạ tầng

a) Giao thông

Hệ thống giao thông đường bộ của tỉnh có vị trí đặc biệt, tạo điều kiện thuận lợi cho tỉnh thông thương với khu vực lân cận với đoạn đường nối liền Bến Tre và Thành phố Hồ Chí Minh (qua Tiền Giang, Long An) dài 86 km và Quốc lộ 60 nối liền các tỉnh miền Tây đang được đầu tư nâng cấp. Cầu Rạch Miễu, cầu Hàm Luông và cầu Cổ Chiên sau khi hoàn thành đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế của địa phương, gắn kết kinh tế của tỉnh Bến Tre với các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long và các vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Qua đó, tiềm năng kinh tế - văn hóa - xã hội của tỉnh được khơi dậy và phát triển mạnh mẽ. Đối với giao thông đường thủy, Bến Tre là tỉnh có hệ thống sông ngòi khá phát triển với 4 con sông lớn chảy qua; đó là các con sông quan trọng trong hệ thống giao thông đường thủy không chỉ của tỉnh mà còn của cả khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài ra, hệ thống kênh rạch chằng chịt đan xen, nối liền nhau đã tạo thành một mạng lưới giao thông và thủy lợi rất thuận tiện.

b) Bưu chính viễn thông

Thời gian qua, hạ tầng bưu chính viễn thông đã được đầu tư xây dựng rộng khắp trên phạm vi toàn tỉnh, mạng thông tin di động 2G, 3G và 4G đã phủ sóng 100% địa bàn dân cư. Tỉnh cũng đã đầu tư xây dựng và đưa vào sử dụng nhiều dự án hiện đại về công nghệ đảm bảo phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội. Trong những năm tới, Bưu chính viễn thông Bến Tre sẽ tiếp tục có những sách lược, hướng đi phù hợp để phát triển kinh doanh bền vững, phát triển nguồn nhân lực, tập trung xây dựng lực lượng cán bộ khoa học có trình độ và năng lực quản lý, quyết tâm giữ vững vai trò chủ lực trong lĩnh vực bưu chính viễn thông trên địa bàn tỉnh...

c) Điện lực

Những năm qua, ngành điện đã đầu tư hàng ngàn tỷ đồng để xây dựng nhiều công trình trọng điểm như: trạm 220 kV Bến Tre – 2 x 125 MVA đường dây 220 kV Mỹ Tho - Bến Tre, đường dây 110 kV Mỏ Cà - Chợ Lách, đường dây 110 kV Vĩnh Long - Chợ Lách, trạm 110 kV Chợ Lách. Do đặc thù địa hình sông ngòi chằng chịt, nhiều cù lao ở xa đất liền cho nên ngành điện đã tập trung đầu tư nâng cấp lưới điện và đưa điện về vùng sâu, vùng xa, đến từng hộ gia đình. Trong giai đoạn 2008 - 2017, ngành điện đã tập trung cải tạo lưới điện nông thôn với tổng vốn đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng để nâng cấp, xây mới các đường dây trung thế, hạ thế với chiều dài hơn 7.000 km. Qua đó, tỷ lệ hộ dân sử dụng điện của tỉnh Bến Tre tăng từ 93% năm 2008 lên 99,89% vào cuối năm 2017.

II. Kinh tế - xã hội

1. Kinh tế

Trong những năm gần đây, sự tác động chung của tình hình lạm phát, khủng hoảng tài chính thế giới và suy giảm kinh tế trong nước đã ảnh hưởng đến tình hình sản xuất và đời sống nhân dân trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên với sự nỗ lực, cố gắng và đồng lòng của hệ thống chính trị và nhân dân tỉnh nhà, kinh tế tỉnh vẫn đảm bảo duy trì ở mức tăng trưởng khá. GRDP bình quân đầu người của tỉnh năm 2017 đạt 1.366 USD, tăng 19,4 % so với năm 2015. Cơ cấu kinh tế của tỉnh tiếp tục chuyển dịch theo hướng giảm dần khu vực nông nghiệp và gia tăng khu vực dịch vụ. Tỷ trọng tổng sản phẩm theo giá so sánh năm 2010, khu vực Nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 35,2%; khu vực công nghiệp - xây dựng chiếm 17,2% năm 2017; khu vực dịch vụ chiếm 45,41%.

a) Sản xuất nông nghiệp

Nông nghiệp được coi là lĩnh vực chủ lực và còn rất nhiều tiềm năng của tỉnh Bến Tre. Trong những năm qua, ngành nông nghiệp đã có bước phát triển nhanh và khá toàn diện; hai thế mạnh kinh tế thủy sản và kinh tế vườn tiếp tục là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Bến Tre là tỉnh có nhiều lợi thế về nguồn lợi thủy sản, với 65 km chiều dài bờ biển nên thuận lợi cho việc đánh bắt và nuôi trồng thủy sản, tạo ra nguồn tài nguyên biển phong phú với các loại tôm, cua, cá, mực, nhuyễn thể,... Đây còn là vùng đất phù sa trù phú và nhiều loại nông sản mang lại hiệu quả kinh tế cao. Những vườn hoa kiểng, cây trái nổi tiếng ở vùng Cái Mơn - Chợ Lách hàng năm cung ứng cho thị trường nhiều loại trái cây và hàng triệu giống cây trồng, cây cảnh nổi tiếng. Đặc biệt, Bến Tre - xứ sở dừa Việt Nam là nơi có diện tích trồng dừa lớn nhất cả nước. Cây dừa đã góp phần to lớn vào sự phát triển kinh tế của tỉnh, có thể nói là “cây xóa đói, giảm nghèo” đồng thời giải quyết việc làm cho hàng ngàn lao động, giúp nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống, góp phần đáng kể vào ngân sách địa phương.

Ngày 18/12/2013, tỉnh đã ban hành Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững giai đoạn 2013-2015, hướng đến năm 2020. Nhằm góp phần thực hiện thành công đề án tái cơ cấu nông nghiệp, tỉnh Bến Tre đã chọn xây dựng và phát triển 8 chuỗi giá trị sản phẩm nông sản chủ lực giai đoạn 2015 – 2020 và định hướng đến năm 2025. Theo đó, 8 chuỗi giá trị sản phẩm nông sản chủ lực được tỉnh Bến Tre lựa chọn là những sản phẩm có lợi thế cạnh tranh cao, gồm bưởi da xanh, dừa, chôm chôm, nhãn, hoa kiểng, lợn, bò và tôm biển. Đây là nhóm nông sản có đóng góp đáng kể vào tăng trưởng chung của kinh tế tỉnh nhà.

Tính đến cuối năm 2017, toàn tỉnh Bến Tre có khoảng 71.460 ha trồng dừa; diện tích cây ăn trái ước khoảng trên 28.000 ha, chủ yếu là các loại cây đặc sản như bưởi da xanh (trên 5.000 ha), chôm chôm (trên 5.500 ha), nhãn (trên 4.000 ha),...; diện tích trồng cây hoa kiểng khoảng 730 ha. Riêng đối với nuôi tôm biển (nuôi thâm canh tôm thẻ chân trắng chiếm ưu thế hơn so với nuôi tôm sú) đã hình thành các vùng nuôi tập trung chuyên canh, thâm canh tại ba huyện biển là Bình Đại, Ba Tri và Thạnh Phú. Để xây dựng và phát triển 8 chuỗi giá trị sản phẩm nông sản chủ lực thành công, tỉnh đang xây dựng thương hiệu, hoàn thiện chuỗi và hình thành ít nhất một HTX kiểu mới tiêu biểu cho mỗi nông sản tham gia chuỗi giá trị; riêng đối với sản phẩm dừa, tỉnh sẽ xây dựng thương hiệu “sản phẩm mạnh” và hình thành ít nhất 2 HTX dừa trên địa bàn.

b) Công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp

Sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp trong thời gian qua gặp nhiều khó khăn, tuy nhiên vẫn duy trì được mức tăng trưởng khá. Lĩnh vực sản xuất công nghiệp phát triển

khá ổn định. Hạ tầng các khu công nghiệp được quan tâm đầu tư. Bến Tre đã hình thành và đưa vào hoạt động hai khu công nghiệp là khu công nghiệp Giao Long và khu công nghiệp An Hiệp với tỷ lệ lấp đầy 100%. Hiện nay, tỉnh đang thực hiện các thủ tục cần thiết để triển khai xây dựng hạ tầng Khu công nghiệp Phú Thuận. Đặc biệt, việc hoàn thành và đưa vào sử dụng các công trình công đập Ba Lai và cầu Rạch Miễu có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, mở ra tương lai phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của tỉnh, đưa Bến Tre thoát khỏi thế “ốc đảo”, tạo sự giao thương thuận lợi với các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, tạo đà phát triển các mặt kinh tế - xã hội và bảo đảm an ninh quốc phòng cho toàn vùng.

c) Thương mại - dịch vụ

Mặc dù giá cả thị trường có nhiều biến động, nhưng hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh vẫn phát triển khá ổn định, lượng hàng hóa dồi dào, cơ bản đáp ứng nhu cầu cho sản xuất và tiêu dùng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ xã hội đến năm 2017 ước đạt khoảng 28.359 tỷ đồng, tăng bình quân 12,7%/năm trong giai đoạn 2010-2017. Kim ngạch xuất khẩu của tỉnh tăng trưởng khá. Thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng, đến nay hàng hóa của tỉnh đã xuất khẩu sang 79 nước và vùng lãnh thổ, trong đó có một số thị trường chủ lực như: Trung Quốc, EU, Nhật, ASEAN,...

Hoạt động du lịch có bước phát triển khá, cơ sở vật chất được quan tâm đầu tư, nâng cấp. Tổng doanh thu du lịch từ 142 tỷ đồng năm 2010, tăng lên 280 tỷ đồng năm 2017, tăng bình quân 12,4%/năm trong giai đoạn 2010-2017. Tổng lượt khách du lịch tăng từ 669.514 lượt người năm 2010 tăng lên 1.975.279 lượt người năm 2016; tăng bình quân là 11,1%/năm; trong đó khách quốc tế tăng bình quân là 16,5%/năm. Năm 2017, chỉ riêng lượng khách du lịch nội địa do các cơ sở lưu trú phục vụ đã tăng lên 1.569.825 lượt khách.

Dịch vụ vận tải hàng hóa và hành khách tiếp tục phát triển cả về quy mô lẫn chất lượng phục vụ, đáp ứng tốt nhu cầu vận chuyển hàng hóa và đi lại của người dân. Dịch vụ bưu chính viễn thông và Internet tiếp tục phát triển nhanh, đa dạng chất lượng dịch vụ được nâng cao, an toàn đáp ứng nhu cầu sử dụng ngày càng nhiều của nhân dân và yêu cầu phát triển kinh tế-xã hội trong tình hình mới.

d) Phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội

Hạ tầng kinh tế - xã hội được quan tâm đầu tư ngày càng đồng bộ, góp phần phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương. Trong năm 2017, tỉnh đã xây dựng mới, cải tạo và nâng cấp được 175,573 km đường giao thông (trong đó xây mới 16,899 km đường nhựa, 109,32 km đường bê tông; cải tạo, nâng cấp 49,354 km đường giao thông); hoàn thành và đưa vào sử dụng, xây mới và cải tạo 54,2 km đường dây trung thế, 119 km đường dây hạ thế, trạm biến áp với dung lượng 4.068 kVA; tiếp tục thi công 14 công trình trường học chuyên tiếp từ năm 2016, xây dựng mới 23 công trình năm 2017; có 02 Trung tâm Văn hóa – Thể thao xã đạt chuẩn, 30 nhà văn hóa - khu thể thao áp đạt chuẩn; xây mới 02 chợ, nâng cấp 03 chợ nông thôn; số nhà ở đạt chuẩn Bộ Xây dựng là 248.303 căn (đạt 77,4%), số nhà tạm là 18.868 căn (*chiếm 5,9%*); các xã đăng ký đạt chuẩn nông thôn mới được đầu tư trạm y tế xã đạt chuẩn quốc gia về cơ sở vật chất.

2. Văn hóa - xã hội

Toàn tỉnh có 860/986 ấp, khu phố được công nhận danh hiệu “ấp, khu phố văn hóa”, với 39 ấp đạt danh hiệu ấp văn hóa 05 năm liên tục. Chất lượng đời sống văn hóa của người dân nông thôn ngày càng được nâng lên. Mạng lưới trường lớp được phát triển đều khắp, phù hợp với điều kiện của từng địa bàn, tạo điều kiện thuận lợi cho học sinh đến trường. Đội ngũ cán bộ, giáo viên đạt chuẩn đào tạo trở lên là 98%; tỷ lệ giáo viên đạt trình độ trên

chuẩn ở các cấp học mầm non 18,46%, tiểu học 59%, trung học cơ sở 46,4%, trung học phổ thông 9,4%. Bên cạnh đó, tỉnh có hai trường Cao đẳng và trên 60 cơ sở dạy nghề. Hàng năm tỉnh đã đào tạo và giới thiệu việc làm cho khoảng 30.000 lao động, tỷ lệ lao động qua đào tạo chiếm 36%. Bến Tre hiện có 31 trường trung học với khoảng 40.000 học sinh, trong đó có khoảng 12.000 học sinh trung học phổ thông tốt nghiệp hàng năm và khoảng 3.000 học sinh bước vào các trường Đại học, Cao đẳng. Năm 2017, có 145/147 xã đạt phổ cập mầm non 5 tuổi, 140/147 xã đạt phổ cập Tiểu học mức độ 2, 49/147 xã đạt xóa mù chữ mức độ 2, 147/147 xã đạt phổ cập trung học cơ sở mức độ 2. Tỷ lệ học sinh tốt nghiệp trung học cơ sở tiếp tục học tiếp trung học phổ thông, bổ túc, trường nghề đạt 81,2%.

Hoạt động khoa học công nghệ của tỉnh có nhiều tiến bộ, tạo nên sự chuyên biến trong nhận thức, tiếp thu khoa học và công nghệ trong nhân dân. Công tác nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất và đời sống đạt nhiều kết quả, một số đề tài khoa học có tính ứng dụng cao góp phần tạo động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển mạnh mẽ hơn. Năm 2017, tỉnh Bến Tre có khoảng 1.267 triệu người, với 64% dân số ở trong độ tuổi lao động. Trong đó phần lớn lao động của tỉnh thuộc khu vực nông thôn, chiếm 90,71% tổng lực lượng lao động. Công tác giải quyết việc làm có nhiều chuyển biến tích cực góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động.

Công tác giảm nghèo được sự quan tâm của toàn xã hội với nhiều hoạt động, giải pháp giảm nghèo hiệu quả được thực hiện như hỗ trợ vốn vay ưu đãi, chuyển giao kiến thức khoa học kỹ thuật, đầu tư cơ sở hạ tầng, công trình phúc lợi, xây dựng mô hình xóa đói giảm nghèo bền vững tạo điều kiện để người nghèo có việc làm ổn định và nâng cao thu nhập. Tính đến năm 2017, tỷ lệ hộ nghèo trên địa bàn tỉnh khoảng 6,38%. Nguyên nhân chủ yếu là do trong hộ gia đình có người mắc bệnh hiểm nghèo hoặc bị tai nạn mất sức lao động..., trong khi chuẩn nghèo hiện nay còn thấp so với mức sống trung bình của người dân nên cuộc sống của các hộ nghèo trong tỉnh vẫn còn khó khăn.

III. Thực trạng phát triển các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm thủ công truyền thống của tỉnh Bến Tre

1. Trồng trọt

a) Về cây Lúa: tổng diện tích gieo cấy năm 2017 đạt 59.846 ha, tăng 44,05% (khoảng 18.300 ha) so với cùng kỳ năm 2016; năng suất trung bình cả năm đạt 41,27 tạ/ha, tăng 14,33% (tăng 5,17 tạ/ha) so với cùng kỳ; tổng sản lượng lúa cả năm của toàn tỉnh đạt 246.965 tấn, tăng 181,9% so với cùng kỳ năm 2016. Trong đó, diện tích cánh đồng mẫu đạt khoảng 1.122 ha, với năng suất 55 tạ/ha. Diện tích lúa lớn nhất của tỉnh thuộc huyện Ba Tri chiếm hơn 66% tổng diện tích lúa toàn tỉnh, tiếp theo là các huyện Thạnh Phú, Giồng Trôm, Bình Đại lần lượt chiếm khoảng 15,5%; 13,2% và 4,6%. Các huyện và thành phố còn lại chỉ chiếm dưới 1% hoặc không sản xuất lúa.

Hiện nay, người trồng lúa trên địa bàn tỉnh đang tập trung chuyên hướng sang trồng lúa sạch, hữu cơ, áp dụng tiêu chuẩn VietGAP, điển hình như mô hình trồng lúa - tôm tại xã An Nhơn, huyện Thạnh Phú. Năm 2014, từ một THT sản xuất nhỏ, xã đã nhanh chóng phát triển tổ hợp tác này lên thành HTX lúa - tôm Thạnh Phú với sự tham gia của 85 hộ, diện tích 105ha. Sản phẩm lúa gạo hữu cơ của HTX được Cục Sở hữu trí tuệ công nhận nhãn hiệu, sản phẩm đã có mặt khắp các siêu thị, cửa hàng và xuất khẩu sang các nước Châu Âu. Hàng năm, HTX sản xuất và cung cấp ra thị trường gần 450 tấn lúa sạch (giá lúa sạch bình quân 7.000 đồng/kg, lúa hữu cơ 8.500 đồng/kg).

b) *Về Cây dứa*: Dừa là một ngành hàng chủ lực của tỉnh Bến Tre. Hiện nay diện tích dừa của Bến Tre cao nhất cả nước (chiếm khoảng 42%), và năng suất dừa Bến Tre cũng khá cao so với chuẩn quốc tế (khoảng 7.700 trái/ha/năm), tương đương với năng suất dừa Ấn Độ và Sri Lanka. Đến cuối năm 2017, diện tích trồng dừa trên địa bàn tỉnh đạt 71.461 ha; trong đó diện tích cho thu hoạch là 64.647 ha với năng suất đạt 8,8 tấn/ha. Dừa được trồng tập trung chủ yếu ở các huyện Giồng Trôm, Mỏ Cày Nam, Mỏ Cày Bắc, một phần của huyện Bình Đại và Châu Thành. Trong đó, Giồng Trôm là huyện có diện tích dừa lớn nhất của Bến Tre với khoảng 17.260 ha, chiếm 24,2% diện tích dừa toàn tỉnh. Mỏ Cày Nam và Mỏ Cày Bắc là hai huyện có diện tích dừa lớn thứ hai và thứ ba, với diện tích lần lượt là 16.346 ha và 9.356 ha (chiếm 22,9% và 13,1% diện tích dừa toàn tỉnh). Tiếp theo là ba huyện Châu Thành, Bình Đại và Thạnh Phú có diện tích khá bằng nhau, lần lượt chiếm 11,1%, 10,2%, và 9,6% tổng diện tích dừa toàn tỉnh. Các huyện Chợ Lách, Ba Tri và Thành phố Bến Tre có diện tích dừa ít hơn, tổng diện tích dừa của cả ba địa phương này chỉ chiếm khoảng 8,9% diện tích toàn tỉnh.

Các giống dừa đang được trồng tại tỉnh khá đa dạng. Hiện nay, có khoảng 12,5% diện tích trồng dừa Bến Tre là các giống dừa thuộc nhóm cho trái tươi (dừa lấy nước) phổ biến như các giống Xiêm xanh, Xiêm vàng, Xiêm đỏ, Xiêm lục, dừa Tam Quan, dừa Dứa. Khoảng 85% diện tích còn lại trồng các giống dừa chế biến công nghiệp hoặc đa dụng như nhóm dừa Ta (Ta xanh, Ta vàng, Ta đỏ), dừa Dâu (Dâu xanh, Dâu vàng, Dâu đỏ), giống lai PB121, JVA 2, và giống lai khác. Các vùng trồng dừa tươi phân bố xen kẽ với vùng dừa chế biến công nghiệp. Trong đó, sản phẩm dừa nước xiêm xanh Bến Tre đã được Cục Sở hữu trí tuệ quốc gia cấp giấy chứng nhận Chỉ dẫn địa lý.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm dừa Bến Tre trải rộng khắp cả nước và xuất khẩu. Thị trường trong nước chủ yếu tiêu thụ các sản phẩm dừa tươi uống nước. Thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc với các sản phẩm nguyên liệu dừa thô. Bên cạnh đó, các loại sản phẩm dừa qua chế biến như cơm dừa nạo sấy, sữa dừa, kẹo dừa, thạch dừa thô, than gáo dừa (đã xay), than hoạt tính, xơ dừa, mụn dừa, dầu dừa... đã xuất khẩu sang 85 quốc gia và vùng lãnh thổ. Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm từ dừa năm 2017 đạt khoảng 180,118 triệu USD, chiếm 21,43% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh.

c) *Cây ăn trái*: tỉnh Bến Tre có điều kiện thuận lợi để phát triển các loại cây ăn quả đặc sản. Các loại cây ăn quả đặc sản của Bến Tre tập trung chủ yếu ở các huyện vùng nước ngọt (Chợ Lách, Châu Thành) và một phần các huyện vùng lợ (thành phố Bến Tre, huyện Giồng Trôm, Mỏ Cày Nam và Mỏ Cày Bắc) với nhiều chủng loại trái cây nổi tiếng, chất lượng cao như bưởi da xanh, sầu riêng, măng cụt, nhãn...

Năm 2017, diện tích cây ăn trái của Bến Tre ước đạt 28.283 ha, với sản lượng của các loại cây ăn quả chính đạt hơn 292.000 tấn. Trong đó, các loại cây có diện tích trồng lớn nhất là bưởi (bưởi da xanh) với 8.277 ha (chiếm 29,3% tổng diện tích cây ăn quả), chôm chôm với 5.455 (chiếm 19,3%). Các loại cây như măng cụt, nhãn, chanh, cam quýt, sầu riêng và chuối có diện tích trồng tương đương nhau chiếm khoảng từ 5% đến 8% tổng diện tích cây ăn quả của toàn tỉnh cho mỗi loại. Xoài và những cây trồng khác chiếm khoảng 9% còn lại.

Trong các loại trái cây của Bến Tre, *Bưởi* được liệt kê vào nhóm có tiềm năng và lợi thế cạnh tranh cao trên thị trường trong và ngoài nước. Trong đó giống bưởi da xanh đặc sản của tỉnh Bến Tre đã được Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn công nhận là giống quốc gia, được thị trường tiêu thụ trong nước và cả ngoài nước rất ưa chuộng vì phẩm chất ngon đặc trưng và đã được cấp chứng nhận chỉ dẫn địa lý. Tính đến cuối năm 2017, tổng diện tích

bưởi của Bến Tre là 8.277 ha, diện tích cho thu hoạch 5.233 ha, sản lượng đạt khoảng 11,7 tấn/ha. Cây bưởi được trồng ở hầu hết các huyện của tỉnh, nhưng tập trung nhiều ở các huyện Châu Thành (hơn 3.150 ha), Giồng Trôm (1.619 ha), Mỏ Càyl Bắc (1.220 ha) và thành phố Bến Tre (767 ha).

Đến cuối năm 2018, Bến Tre có diện tích *Sầu riêng* khoảng 2.062 ha, diện tích đang cho trái 1.577 ha, năng suất bình quân 12 tấn/ha, sản lượng 20.753 tấn, tập trung ở các xã vùng ngọt của huyện Chợ Lách và Châu Thành. Hiện nay, diện tích trồng mới sầu riêng đang tăng do hiệu quả kinh tế cao, ít tốn công thu hoạch và được trồng trên các vườn cây lâu năm đã già cỗi ở vùng ngọt cần thanh lý. Sầu riêng trên đất Bến Tre phần lớn được thâm canh, rải vụ khá triệt để, vì vậy, hiệu quả kinh tế của sầu riêng mang lại rất hấp dẫn đối với người nông dân.

Chôm chôm là cây trồng có diện tích lớn thứ 2 trong các loại cây ăn quả của tỉnh và lớn nhất khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Diện tích trồng chôm chôm tính đến năm 2018 là 5.430 ha, trong đó, diện tích đang cho thu hoạch là 5.220 ha (chiếm 96,1%), sản lượng đạt 111.082 tấn. Chôm chôm của Bến Tre trồng khá tập trung ở 3 huyện là Chợ Lách với 3.320 ha (chiếm 61,1%), Châu Thành với 2.100 ha (chiếm 38,6%) và một phần nhỏ ở huyện Mỏ Càyl Bắc chỉ có khoảng 10 ha. Chôm chôm cũng là cây có năng suất cao nhất trong các loại cây ăn quả chính của Bến Tre, năng suất bình quân khoảng 20 tấn/ha/năm.

Cây nhãn là cây có diện tích lớn của tỉnh và chất lượng cao của tỉnh, tuy nhiên diện tích nhãn đang dần thu hẹp khá nhanh trong những năm gần đây. Tính đến năm 2018, diện tích nhãn của toàn tỉnh chỉ còn 2.656 ha (giảm gần 16% so với năm 2016). Hiện nay cây nhãn của Bến Tre chỉ còn được trồng nhiều nhất ở huyện Bình Đại với 1.716 ha, sản lượng đạt gần 21.593 tấn/năm. Châu Thành và Chợ Lách là hai huyện còn diện tích trồng nhãn đáng kể, tuy nhiên diện tích này cũng đang thu hẹp nhanh chóng. Các huyện còn lại vẫn còn trồng rải rác ở một số nơi với diện tích thấp. Hiện nay, với diện tích còn lại, các hộ trồng nhãn đang chuyển dần sang canh tác theo tiêu chuẩn như VietGAP nhằm nâng cao chất lượng của quả nhãn, hướng đến các thị trường giá trị cao và xuất khẩu.

Mãng cụt Bến Tre được trồng ở ba huyện Chợ Lách (960 ha), Mỏ Càyl Bắc (210 ha), và Châu Thành (145 ha); thống kê đến năm 2017, diện tích măng cụt cho thu hoạch của toàn tỉnh là 1.324 ha, sản lượng đạt khoảng 5.677 tấn/năm. *Xoài* cũng là một trong những cây trồng truyền thống của Bến Tre, tuy nhiên trong những năm gần đây diện tích xoài trong tỉnh đã suy giảm nhanh chóng. Diện tích xoài toàn tỉnh đã giảm từ hơn 2.000 ha năm 2006 xuống chỉ còn 697 ha năm 2018. Hiện nay cây xoài được trồng rải rác ở tất cả các huyện, thành phố, trong đó nhiều nhất là 2 huyện Thạnh Phú (250 ha) và Bình Đại (188 ha).

d) Rau, nấm: Các loại cây rau màu được người dân Bến Tre canh tác quanh năm, diện tích trồng rau màu năm 2017 toàn tỉnh ước khoảng 6.096 ha, giảm 7,92 so với cùng kỳ năm 2016. Tổng sản lượng rau màu của tỉnh cả năm ước đạt 118.932 tấn/năm. Nguyên nhân giảm diện tích chủ yếu là do lượng mưa tăng gây ngập úng tại nhiều vùng, người dân chuyển sang trồng dừa, các loại cây lâu năm khác và có cho chăn nuôi gia súc... Tuy nhiên, hiện nay các mô hình trồng rau an toàn, rau hữu cơ đang có xu hướng phát triển tốt trên địa bàn tỉnh.

Hiện nay, diện tích rau, đậu phân bố nhiều nhất tại 3 huyện là Ba Tri (1.976 ha), Thạnh Phú (1.522 ha), Bình Đại (1.002 ha). Thạnh Phú là huyện có năng suất cao nhất tỉnh với 298 tạ/ha/năm, tiếp theo là huyện Bình Đại có năng suất đạt 207 tạ/ha/năm, trong khi đó các huyện còn lại sản lượng thấp hơn khá nhiều, chỉ ở mức 120-130 tạ/ha/năm. Bên cạnh các loại cây rau đậu, hiện nay người dân đang phát triển các mô hình trồng nấm, mang lại thu

nhập cao cho người nông dân. Các loại nấm đang được nuôi trồng chủ yếu là nấm bào ngư, nấm rơm, nấm linh chi. Một số mô hình khởi nghiệp trồng nấm tại huyện Ba Tri, Chợ Lách, Châu Thành, Giồng Trôm đã cho thấy hiệu quả kinh tế cao và đang được nhân rộng trên địa bàn một số huyện khác trong tỉnh.

e) Cây giống và hoa kiểng: Cây hoa kiểng và cây giống là một sản phẩm đặc biệt và tạo được thương hiệu, dấu ấn của Bến Tre và là một trong 8 ngành hàng chủ lực của tỉnh. Hiện nay, sản lượng hoa kiểng của tỉnh ước đạt 15 triệu sản phẩm các loại, giá cả tương đối tốt, đặc biệt là trong dịp Tết Nguyên đán. Diện tích hoa kiểng đạt 733 ha trong năm 2017. Làng nghề cây giống và hoa kiểng ở huyện Chợ Lách được biết đến là nơi sản xuất cây giống và hoa kiểng nổi tiếng cả khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Hiện tại, tại Chợ Lách có 17 làng nghề cây giống và hoa kiểng được công nhận, phần lớn đều tập trung tại xã Vĩnh Thành, xã Phú Sơn và Vĩnh Hòa.

2. Chăn nuôi

Trong những năm gần đây, ngành chăn nuôi của tỉnh phát triển nhanh chóng, bình quân tăng khoảng 9%/năm, chủ yếu là các loại vật nuôi như bò, lợn, dê, gia cầm. Trong năm 2017, tổng đàn bò toàn tỉnh có khoảng 206.241 con, trong đó tập trung nhiều tại 3 huyện Ba Tri (chiếm 47,57%), Thạnh Phú (chiếm 19,71%), Giồng Trôm (chiếm 10,45%); sản lượng thịt bò hơi xuất chuồng năm 2017 đạt 19.092 tấn, tăng 4,39% so với năm 2016. Tổng đàn lợn toàn tỉnh là 635.082 con, sản lượng thịt lợn hơi xuất chuồng đạt khoảng 136.989 tấn. Tổng đàn gia cầm ước khoảng 5.212 nghìn con, sản lượng thịt xuất chuồng đạt 15.342 tấn, đàn gia cầm chủ yếu là đàn gà thả vườn với quy mô lớn. Dê, cừu được nuôi ở tất cả các huyện trên địa bàn tỉnh và phát triển rất nhanh, tính đến năm 2017 toàn tỉnh có 161.574 con, tăng gần 4,5 lần so với năm 2010. Huyện có số lượng dê nhiều nhất là các huyện Giồng Trôm với gần 37.000 con, Thạnh Phú với 24.573 con, Ba Tri với 20.479 con, các huyện còn lại cũng có số lượng dê khá cao từ 10.000 - 20.000 con, thấp nhất là thành phố Bến Tre chỉ có khoảng 2.428 con.

3. Thủy sản

Bến Tre có lợi thế mạnh và tiềm năng phát triển ngành nuôi trồng và khai thác thủy sản. Trong những năm gần đây, tình hình thời tiết thuận lợi đối với hoạt động nuôi trồng thủy sản, đặc biệt là nuôi tôm biển thâm canh. Hoạt động khai thác thủy sản biển của các tàu trên địa bàn tỉnh nhìn chung ổn định và có bước phát triển. Ngư dân linh hoạt, chủ động trong ứng phó khắc phục khó khăn, cải tiến ngư cụ, trang thiết bị, chuyển đổi ngư trường phù hợp, đầu tư vươn khơi bám biển. Tổng sản lượng thủy sản toàn tỉnh năm 2017 ước đạt 466,2 nghìn tấn, trong đó sản lượng tôm ước đạt 67,5 nghìn tấn, sản lượng cá ước đạt 331,9 nghìn tấn và các loại thủy sản khác ước đạt 66,8 nghìn tấn. Một trong những ưu điểm nổi bật của nghề nuôi thủy sản Bến Tre hiện nay là các doanh nghiệp ngày càng mạnh dạn áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, áp dụng thực hành nông nghiệp tốt vào sản xuất, đạt chứng nhận GlobalGap, ASC, MSC, BAP, AquaGap... để xuất khẩu vào các thị trường có yêu cầu cao.

Tổng diện tích nuôi trồng thủy sản của toàn tỉnh ước đạt 45.240 ha, trong đó diện tích nuôi thâm canh - bán thâm canh là 11.839 ha chủ yếu là diện tích nuôi tôm biển (11.037 ha), còn lại là 669 ha nuôi cá tra và 133 ha nuôi các loại cá khác. Sản lượng thủy sản nuôi ước đạt 262,4 nghìn tấn, chủ yếu là tôm biển. Trong năm 2017, diện tích nuôi tôm sú khoảng 24.248 ha. Hình thức nuôi tôm sú chủ yếu là nuôi quảng canh, tập trung ở ba huyện ven biển là Ba Tri, Bình Đại và Thạnh Phú. Từ năm 2017, phương thức nuôi quảng canh giảm do người nuôi chuyển phần diện tích nuôi này sang nuôi tôm thẻ chân trắng thâm canh và một

ít chuyển sang nuôi tôm sú thâm canh, bán thâm canh. Diện tích nuôi tôm sú thâm canh, bán thâm canh của toàn tỉnh hiện khoảng 784 ha, chiếm 3,32% tổng diện tích nuôi tôm sú. Tổng sản lượng nuôi tôm sú đã thu hoạch trong năm ước đạt 5.000 tấn. Đối với tôm thẻ chân trắng, diện tích nuôi ước khoảng 11.194 ha, trong đó diện tích nuôi thâm canh và bán thâm canh là 10.253, chiếm 91,6%; sản lượng tôm thẻ chân trắng thu hoạch trong năm ước đạt 51.000 tấn. Hiện nay môi trường nuôi tôm thẻ khá ổn định, giá cả đầu ra luôn ở mức cao, nên nhiều hộ đầu tư mở rộng diện tích.

Diện tích nuôi cá thâm canh ước đạt 669 ha. Sản lượng cá tra thâm canh ước đến cuối năm 2017 đạt khoảng 171,3 nghìn tấn. Sản lượng ngêu năm 2017 ước đạt 4,8 nghìn tấn, giảm 39,56% so với cùng kỳ năm 2016; nguyên nhân giảm là do môi trường bị ảnh hưởng khiến lượng ngêu giống tại một số sản ngêu xuất hiện ít. Đối với sò, sản lượng thu hoạch năm 2017 ước đạt 7,2 nghìn tấn, giảm 15,66% so với cùng kỳ năm 2016, nguyên nhân do hiện tượng xâm nhập mặn. Sản lượng hàu đạt 2,6 nghìn tấn năm.

4. Thực trạng chế biến sản phẩm nông, lâm, thủy sản

a) Chế biến thực phẩm từ dừa

Ngành công nghiệp chế biến dừa ở Bến Tre những năm gần đây đã có sự phát triển nhanh, khá chắc chắn và phong phú về mặt hàng. Công nghiệp chế biến dừa chiếm tỷ trọng khá lớn trong ngành công nghiệp chế biến, được xem là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Giá trị sản xuất công nghiệp các sản phẩm dừa (giá so sánh 2010) năm 2017 ước đạt 3.000 tỷ đồng.

Trái dừa sau thu hoạch được chế biến thành nhiều sản phẩm, chủng loại sản phẩm khác nhau (nhóm cơm dừa, nước dừa,...). Hiện nay, Bến Tre có khoảng 236 cơ sở sơ chế dừa; đây là nguồn cung cấp nguyên liệu chủ yếu cho các doanh nghiệp chế biến các sản phẩm từ trái dừa. Toàn tỉnh có 44 doanh nghiệp chế biến 05 nhóm sản phẩm chính: cơm dừa nạo sấy, sữa dừa, bột sữa dừa, kẹo dừa, dầu dừa. Tổng công suất tiêu thụ thiết kế của các nhà máy chế biến cơm dừa lên 1,253 tỷ trái. Tuy nhiên, các nhà máy vẫn chưa huy động được hết công suất nên sản lượng dừa được đưa vào chế biến chỉ đạt khoảng 500 triệu trái vào năm 2017. Hiện tại công suất chế biến dừa đã hơn 02 lần tổng sản lượng dừa của tỉnh, nếu các nhà máy hoạt động hết công suất thì sản lượng dừa khô của toàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long cũng không đủ đáp ứng cho phục vụ chế biến. Đây là nhóm có trình độ kỹ thuật cao nhất của ngành dừa, hầu hết các công đoạn đều được cơ giới hóa, áp dụng nhiều loại công nghệ mới, các sản phẩm đáp ứng được yêu cầu thị trường.

b) *Chế biến từ thủy sản*: Về lĩnh vực chế biến thủy sản, toàn tỉnh hiện có khoảng 400 cơ sở thu mua, sơ chế, chế biến thủy sản. Trong đó, chủ yếu là thu mua, sản xuất thủy sản khô còn lại là các cơ sở sản xuất nước mắm, sơ chế gẹ, sản xuất cá đóng hộp và 10 nhà máy chế biến thủy sản phục vụ xuất khẩu với công suất thiết kế khoảng 140.000 tấn, sản lượng 62.000 tấn sản phẩm/năm.

5. Thảo dược, dược phẩm

Mỹ phẩm từ dừa là một sản phẩm giá trị gia tăng cao đang được một số doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh nghiên cứu và phát triển. Các sản phẩm tiềm năng như dầu dừa tinh khiết, mặt nạ dừa, kem dưỡng da, son từ dừa... đã được thương mại hóa ở quy mô lớn, tuy nhiên sản lượng vẫn chưa ổn định.

Trong những năm gần đây, *mô hình trồng nấm linh chi* làm thuốc đang phát triển tại một số địa phương trong tỉnh. Nấm linh chi là loại thảo dược, thức ăn giàu chất dinh dưỡng, giá thành khá cao và nhu cầu sử dụng nấm khá lớn. Hiện nay, đã hình thành nhiều THT,

HTX sản xuất nấm linh chi, và chế biến các sản phẩm từ linh chi như nấm linh chi xắt lát, rượu linh chi...

Sa sâm có tên khoa học là *Launaea Sarmentosa*, thuộc họ Cúc. Sa Sâm được cho là cây “nhân sâm” quý, từ lâu, đã phát triển tốt trên vùng đất giồng cát ven biển ở huyện Thạnh Phú. Hiện nay tại Bến Tre, Công ty Cổ phần Sa Sâm Việt đang đầu tư sản xuất cây sa sâm nguyên liệu theo hướng hữu cơ và áp dụng quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP cho diện tích 1,5 ha trồng cây sa sâm nguyên liệu, với sản lượng 150 tấn/năm.

6. Ngành tiểu thủ công nghiệp

Bến Tre là một trong những tỉnh ở Nam Bộ còn tồn tại nhiều làng nghề truyền thống nhất trong vùng. Hoạt động làng nghề ở đây tuy không sôi động như những địa phương khác nhưng có những đặc tính riêng, nổi bật lên sự “lành nghề”, khéo léo của người dân sở tại. Hiện nay, Bến Tre đã công nhận 18 làng nghề tiểu thủ công nghiệp, chủ yếu tập trung vào các sản phẩm: bánh tráng, bánh phồng, rượu, kẹo dừa, kim, sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ dừa... Trong đó, có 6 làng nghề được công nhận làng nghề tiêu biểu Việt Nam như: Làng nghề dệt chiếu An Hiệp, làng nghề tiểu thủ công nghiệp Phú Lễ, làng nghề sản xuất bánh phồng Sơn Đốc, làng nghề sản xuất bánh tráng Mỹ Lồng, làng nghề sản xuất kẹo dừa Phường 7, làng nghề cây giồng và hoa kiểng Cái Môn.

7. Ngành dịch vụ, du lịch

Bến Tre là tỉnh có tiềm năng du lịch đa dạng, phong phú và hấp dẫn, với nhiều loại hình du lịch khác nhau như: Du lịch văn hóa, lịch sử, du lịch sinh thái sông nước xứ dừa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch tâm linh (du lịch về nguồn), du lịch cộng đồng... Ngành du lịch tỉnh Bến Tre những năm gần đây có những bước phát triển mạnh mẽ về số lượng và chất lượng, mỗi năm lượt khách đến tham quan đều tăng bình quân 13% so với cùng kỳ. Năm 2017, ngành du lịch Bến Tre đã đón hơn 3,7 triệu lượt khách, tăng gần gấp đôi năm 2010, doanh thu theo giá hiện hành từ hoạt động du lịch là 280 tỷ đồng và doanh thu từ dịch vụ ăn uống đạt 4.357 tỷ đồng. Hiện nay toàn tỉnh có khoảng 78 điểm du lịch nông thôn và 5 điểm du lịch tâm linh, lịch sử gồm Di tích Đồng Khởi Bến Tre, Mộ và khu lưu niệm Nguyễn Đình Chiểu, Di tích Căn cứ Khu ủy Sài Gòn - Gia Định, Đền thờ Nữ tướng Nguyễn Thị Định, Di tích kiến trúc nghệ thuật Nhà cổ Huỳnh Phú (Hương Liêm).

IV. Các sản phẩm tiềm năng cấp huyện

Theo kết quả thống kê sơ bộ, tỉnh có 265 sản phẩm tiềm năng chia thành 6 nhóm chính gồm: i) *Thực phẩm*; ii) *Đồ uống*; iii) *Đồ lưu niệm - trang trí - nội thất*; iv) *Thảo dược, mỹ phẩm, chế phẩm thảo mộc*; v) *Du lịch và dịch vụ nông thôn* và vi) *loại khác*. Trong đó, Thực phẩm là nhóm nhiều sản phẩm nhất với 174 sản phẩm gồm trái cây (bưởi da xanh, sầu riêng, dừa xiêm xanh, chôm chôm...), bánh mứt kẹo, thịt, thủy sản, rau nấm các loại, gạo, mắm, hủ tiếu, và các sản phẩm chế biến từ nông sản, thủy sản... Nhóm đồ uống có 17 sản phẩm gồm các loại rượu (Bình Phú, Phú Lễ, Phú Quý,...), nước dừa. Các mặt hàng lưu niệm, nội thất, trang trí có 46 loại sản phẩm chính, chủ yếu là các sản phẩm từ dừa, nổi bật như dừa chỉ sơ dừa, thảm chỉ dừa, giỏ cọng dừa,... và các loại cây kiểng. Về thảo dược, mỹ phẩm có 14 loại sản phẩm đã được khảo sát. Nhóm các sản phẩm du lịch và dịch vụ nông thôn cũng khá đa dạng với các dịch vụ ăn uống, du lịch sinh thái, dịch vụ lưu trú, du lịch miệt vườn, sông nước.... Bên cạnh đó, còn một số sản phẩm đặc biệt, nổi tiếng của tỉnh như cây giồng, hoa kiểng, gà chọi, chế phẩm than, phân bón từ phụ phẩm chế biến dừa... (*Chi tiết kèm theo Phụ Lục 1*).

Kết quả khảo sát một số sản phẩm tiêu biểu tại 9 huyện và thành phố cho thấy trên địa bàn các huyện, thành phố trong tỉnh đều có những sản phẩm, dịch vụ tiềm năng, thế mạnh riêng. Mặc dù phần lớn các sản phẩm dịch vụ còn nhiều hạn chế, nhưng cũng có rất nhiều cơ hội và tiềm năng phát triển thành các sản phẩm chủ lực có thế mạnh của tỉnh. Cụ thể:

(1) Thành phố Bến Tre: 17 xã, phường (10 phường, 7 xã)

Thành phố Bến Tre là trung tâm kinh tế, văn hóa và chính trị của tỉnh Bến Tre. Vị trí và đặc điểm tự nhiên của thành phố có nhiều lợi thế và thuận lợi giúp thành phố Bến Tre có nhiều sản phẩm, dịch vụ, trong các lĩnh vực nông nghiệp, thương mại, du lịch có chất lượng cao. Trong số đó, nổi bật là các sản phẩm dịch vụ đã có thương hiệu gồm các sản phẩm thực phẩm như bưởi da xanh, bánh mứt, kẹo; sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ dừa; các sản phẩm chế biến cao cấp từ dừa như mỹ phẩm (mặt nạ dừa, son dừa, ...). Bên cạnh đó, ngành dịch vụ, du lịch, thương mại cũng là một ngành thế mạnh của thành phố với nhiều đơn vị, doanh nghiệp khai thác du lịch, như du lịch nhà vườn, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, homestay... Ngoài ra, trên địa bàn thành phố còn nhiều cơ sở có sản phẩm và dịch vụ có chất lượng và thương hiệu, nhưng chưa được đánh giá cụ thể như: bột lá sâm, bánh in, thạch dừa, kẹo dừa, bánh hoa dừa, rượu Bình Phú, rượu Phú Quý, thậm chí sơ dừa,...

(2) Châu Thành: 22 xã, thị trấn (21 xã, 1 thị trấn)

Châu Thành là huyện cửa ngõ của tỉnh, có vị trí đặc trưng của một huyện ở vùng hạ lưu của miền Đồng bằng châu thổ sông Cửu Long, với cảnh quan cồn, bãi và sông rạch chằng chịt, có nhiều lợi thế phát triển, nuôi trồng chế biến thủy sản nước ngọt và phát triển kinh tế vườn kết hợp du lịch sinh thái nghỉ dưỡng. Hiện nay, Châu Thành đang có nhiều sản phẩm có tiềm năng phát triển như dừa xiêm xanh, bưởi da xanh, sầu riêng, chôm chôm; các loại thực phẩm chế biến từ dừa (dừa sấy giòn, bột dừa, bơ dừa, nước màu dừa,...), kẹo chuối, mứt trái cây, đồ uống, nước dừa, các đồ thủ công mỹ nghệ từ dừa, các điểm du lịch sinh thái, và các sản phẩm phụ phẩm từ dừa.

(3) Chợ Lách: 11 xã, thị trấn (10 xã, 1 thị trấn)

Huyện Chợ Lách là một trong bốn huyện nằm ở khu vực Cù lao Minh của tỉnh, được bao bọc bởi sông Cổ Chiên và sông Hàm Luông. Huyện có điều kiện tự nhiên thuận lợi với đất đai màu mỡ được bồi tụ bởi phù sa của hai sông lớn, có nguồn nước ngọt quanh năm, khí hậu điều hòa tạo nên thế mạnh của huyện là cây ăn trái và cây giống hoa kiểng. Các sản phẩm đặc trưng của huyện gồm các loại cây ăn trái như chôm chôm, sầu riêng, măng cụt, bưởi da xanh,...; các loại hoa kiểng như kiểng thú, hoa kiểng, lá kiểng, bonsai,...; cây giống các loại; các loại hình du lịch sinh thái (homestay, du lịch sông nước miệt vườn,...); du lịch tâm linh như Nhà thờ lớn Chợ Lách, các khu nhà cổ, chùa; các sản phẩm từ trái cây như bánh, mứt, kẹo. Ngoài ra, Chợ Lách cũng có các sản phẩm có lợi thế khác như rượu nấm linh chi, đồ thủ công mỹ nghệ (bội kềm, chậu cây, ...), gà chọi và các sản phẩm khác.

(4) Mỏ Cày Nam: 17 xã, thị trấn (16 xã, 1 thị trấn)

Huyện Mỏ Cày Nam có điều kiện tự nhiên ưu đãi về sản xuất nông nghiệp, trong đó thế mạnh là các ngành chăn nuôi. Hiện nay Mỏ Cày Nam có 5 nhóm sản phẩm đặc trưng chính trong nhóm thực phẩm, đồ thủ công mỹ nghệ, trang trí, thảo dược, dịch vụ - du lịch và sản phẩm khác. Nhóm sản phẩm nông nghiệp của huyện khá đa dạng với các loại cây ăn trái, nấm bào ngư, nấm linh chi, sản phẩm chăn nuôi như gà, heo; thủy sản có tôm càng xanh; và các sản phẩm tiện lợi chế biến từ cây trái (mứt dừa, kẹo dừa của cơ sở Tuyết Phụng), thực phẩm chế biến từ thịt như nem chả. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ gồm các sản

phẩm từ dừa (chỉ sơ dừa, thắm sơ dừa, đồ mỹ nghệ từ dừa) và mây tre đan. Nhóm thảo dược nổi bật với các sản phẩm sinh học như nhang muỗi, mỹ phẩm từ dừa (dầu dừa). Bên cạnh đó, các sản phẩm du lịch cũng là điểm mạnh tiềm năng của huyện với các loại hình du lịch sinh thái kết hợp tâm linh (Khu di tích Đồng Khởi) và du lịch cộng đồng. Ngoài ra, huyện có sản phẩm phân bón hữu cơ từ sơ dừa hết sức tiềm năng.

(5) Mỏ Càyl Bắc: 13 xã

Mỏ Càyl Bắc là huyện cửa ngõ khu vực Cù Lao Minh, nằm ở hạ lưu sông Cù Long. Mỏ Càyl Bắc có khí hậu tương đối ôn hòa, mỗi năm có hai mùa mưa nắng rõ rệt thuận lợi cho phát triển các loại cây ăn trái. Hiện nay, Mỏ Càyl Bắc đang có 3 nhóm phẩm đặc trưng gồm thực phẩm, đồ lưu niệm-thủ công-trang trí và thảo dược. Nhóm sản phẩm thực phẩm của huyện khá đa dạng với các sản phẩm cây ăn trái như dừa xiêm xanh, cam xoàn, bưởi da xanh; các sản phẩm chế biến như bánh mứt, kẹo trái cây, bánh phồng, hủ tiếu. Nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ, trang trí có các sản phẩm nổi bật như cây hoa kiểng và thắm chỉ sơ dừa. Nhóm sản phẩm thảo dược mỹ phẩm có các sản phẩm chế biến từ dừa như dầu dừa, xà bông dừa.

(6) Giồng Trôm: 22 xã, thị trấn (21 xã, 1 thị trấn)

Giồng Trôm nằm giữa cù lao Bảo với đặc điểm đất đai được cấu tạo từ phù sa của hai sông lớn là Ba Lai và Hàm Luông, nên Giồng Trôm có thế mạnh của một nền kinh tế nông nghiệp đa dạng. Huyện có diện tích vườn dừa đứng đầu của tỉnh và có nhiều làng nghề thủ công truyền thống đã được công nhận (làng nghề bánh tráng Mỹ Lồng, làng nghề bánh phồng Sơn Đốc, làng nghề kéo dây Mỹ Thạnh, 2 làng nghề đan giỏ cọng dừa tại xã Phước Long và Hưng Phong). Theo thống kê sơ bộ, hiện nay Giồng Trôm có 4 nhóm sản phẩm dịch vụ đặc trưng chính gồm: thực phẩm (bưởi da xanh, dừa xiêm xanh, tôm càng xanh, tôm thẻ, bánh phồng, bánh tráng), đồ uống (rượu dừa, rượu Cà Cọp), đồ lưu niệm thủ công mỹ nghệ từ gỗ dừa và các dịch vụ du lịch như du lịch sinh thái, homestay.

(7) Bình Đại: 20 xã, thị trấn (19 xã, 1 thị trấn)

Bình Đại là một trong ba huyện ven biển của Bến Tre, nhưng có nét riêng so với Ba Tri và Thạnh Phú. Người dân Bình Đại ngoài nghề làm vườn, làm ruộng còn có nghề trồng giồng và nghề đánh cá biển, chế biến những sản phẩm của biển. Nghề đánh cá ở Bình Đại là một nghề có truyền thống lâu đời và có những nét độc đáo riêng, tại đây có làng nghề cá khô Bình Thắng với hàng trăm hộ sản xuất kinh doanh thủy sản khô. Theo kết quả khảo sát sơ bộ, hiện nay huyện Bình Đại có 3 nhóm sản phẩm đặc trưng chính gồm nhóm thực phẩm tươi sống, thực phẩm chế biến và du lịch sinh thái.

(8) Ba Tri: 24 xã, thị trấn (23 xã, 1 thị trấn)

Huyện Ba Tri nằm ở phía đông cù lao Bảo và sát biển, do phù sa của sông Ba Lai và sông Hàm Luông bồi tụ nên. Đất đai Ba Tri gồm những đồng ruộng, xen kẽ những giồng cát. Với điều kiện tự nhiên ưu đãi giúp Ba Tri có điều kiện phát triển các sản phẩm nông nghiệp kết hợp du lịch sinh thái. Hiện nay, Ba Tri có thế mạnh với nhóm sản phẩm thực phẩm như dừa xiêm, bò, bánh phồng với làng nghề bánh phồng Sơn Đốc, cá khô, ghêu, muối tôm. Ngoài ra, Ba Tri còn có các sản phẩm làng nghề truyền thống như rượu Phú Lễ, rượu áp sanh, mây tre đan, đây là những sản phẩm có chất lượng và thương hiệu của huyện.

(9) Thạnh Phú: 18 xã, thị trấn (17 xã, 1 thị trấn)

Thạnh Phú được hình thành từ đất phù sa của sông Hàm Luông và Cỏ Chiên bồi đắp, qua nhiều thế kỷ tới nay, bãi biển Thạnh Phú vẫn lấn dần ra phía Biển Đông. Là một trong 3

huyện duyên hải của tỉnh, Thạnh Phú gồm những cánh đồng bằng phẳng xen kẽ với những giồng cát và những khu rừng ngập mặn. Ở ven biển, ven sông là những dải rừng dừa nước, bần, mắm, đước, vẹt. Những điều kiện trên giúp Thạnh Phú có lợi thế trong việc phát triển các ngành chế biến thủy sản và khai thác du lịch. Hiện nay, Thạnh Phú đang có 3 nhóm sản phẩm đặc trưng chính, gồm: thực phẩm, đồ thủ công và dịch vụ du lịch. Nhóm thực phẩm khá đa dạng với các sản phẩm như dừa, lúa (mô hình lúa - tôm), rau sâm biển, thủy sản (tôm, cá); các thực phẩm thô sơ chế như tôm khô, cá khô, thịt bò và các sản phẩm chế biến như bánh dừa, cơm dừa, nước màu dừa, mắm ba khía. Sản phẩm thủ công nổi tiếng của Thạnh Phú là chổi cọng dừa. Bên cạnh đó, các sản phẩm về du lịch cũng là thế mạnh của tỉnh với du lịch biển, du lịch sinh thái, cộng đồng.

V. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu trong phát triển và thương mại hóa sản phẩm đặc trưng, truyền thống

1. Nhóm sản phẩm, dịch vụ có tiềm năng 4 sao

Các sản phẩm dịch vụ này được đánh giá có khả năng đạt chất lượng tương đương xếp hạng 4 sao theo Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP tạm thời. Điểm mạnh của các sản phẩm, dịch vụ này là các chủ thể sản xuất đã hoàn thiện bộ máy tổ chức sản xuất, phần lớn là doanh nghiệp hoặc HTX có năng lực sản xuất kinh doanh tốt. Các sản phẩm đã hoàn thiện về bao bì, nhãn mác, thương hiệu, tiêu chuẩn chất lượng và có chất lượng tốt. Đồng thời, các sản phẩm đều đã và có khả năng tiếp cận các thị trường xuất khẩu.

Tuy nhiên nhóm sản phẩm này cũng còn một số hạn chế nhất định như: chưa phát huy sức mạnh cộng đồng, ít có sự tham gia của cộng đồng, các sản phẩm chưa khai thác hết được giá trị về nguồn gốc, xuất xứ và quá trình hình thành, tạo nên sản phẩm, ít được từ liệu hóa để người tiêu dùng tìm hiểu,...đồng thời một số sản phẩm chưa thể hiện sự nổi bật các yếu tố bản sắc, đặc trưng, văn hóa...của địa phương. Các sản phẩm tiêu biểu bao gồm:

Các sản phẩm chế biến từ dừa: Các sản phẩm chế biến từ dừa của TNHH chế biến dừa Lương Quới (nhà máy tại huyện Châu Thành) như nước dừa đóng lon, dầu dừa, bột dừa,... là các sản phẩm có chất lượng cao, đã được tiêu thụ tại nhiều thị trường trên khắp các tỉnh thành cả nước và thị trường xuất khẩu. Điểm đánh giá xếp hạng sản phẩm này đạt 87/100 điểm (Phụ lục 2).

Mỹ phẩm từ dừa, mặt nạ dừa: Sản phẩm được sản xuất tại công ty TNHH chế biến dừa Cửu Long (Thành phố Bến Tre). Đây là sản phẩm mới và có nhiều tiềm năng với tổng điểm đánh giá đạt 86/100 điểm (Phụ lục 2). Sản phẩm có khá nhiều điểm mạnh và lợi thế như sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc phần lớn từ trong tỉnh, quy trình sản xuất số lượng lớn với chất lượng cao, hình thức bao bì mẫu mã hoàn thiện có chứng nhận bảo hộ; sản phẩm có hệ thống phân phối, quảng bá hoàn chỉnh. Câu chuyện về phát triển sản phẩm được khai thác để thể hiện nét đặc trưng độc đáo của sản phẩm. Hiện nay thị trường tiêu thụ chính là trong nước nhưng sản phẩm có đủ tiêu chuẩn để phát triển sang thị trường nước ngoài.

Rượu Cà Cọp: Đây là thương hiệu rượu nổi bật của Công ty TNHH một thành viên Gia Thái, huyện Giồng Trôm. Sản phẩm là loại rượu nếp truyền thống, nguyên chất, đã có thương hiệu lâu năm. Điểm mạnh của loại rượu này là sử dụng công nghệ truyền thống rồi xử lý với công nghệ và tiêu chuẩn tiên tiến. Việc tổ chức sản xuất của doanh nghiệp khá hoàn thiện, các sản phẩm đưa ra thị trường có mẫu mã bao bì đẹp, đủ tiêu chuẩn về công bố thông tin và chất lượng, có tiềm năng xuất khẩu cao. Tuy nhiên sản phẩm cũng còn một số hạn chế như giá thành sản phẩm cao, thời gian sản xuất lâu ngày (cần thời gian ngâm ủ từ 10 năm đến 20 năm). Sản phẩm được đánh giá 81/100 điểm (Phụ lục 2).

Bưởi da xanh: Sản phẩm bưởi của HTX Mỹ Thạnh An (Thành phố Bến Tre) được đánh giá là có tiềm năng cạnh tranh cao với điểm đánh giá xếp hạng đạt 80/100 điểm (*Phụ lục 2*). Điểm mạnh, lợi thế của sản phẩm nằm ở chất lượng sản phẩm và tổ chức sản xuất, phát triển sản phẩm của HTX. Sản phẩm bưởi da xanh của HTX phần lớn sử dụng giống tại địa phương, đã xây dựng liên kết chuỗi, có chứng nhận quản lý chất lượng và hồ sơ công bố chất lượng đầy đủ. Tổ chức sản xuất của HTX khá hoàn thiện, cơ bản đáp ứng theo quy định Luật Hợp tác xã. Sản phẩm đã được tiêu thụ rộng rãi tại thị trường trong nước và có đủ tiêu chuẩn xuất khẩu. Hạn chế của sản phẩm ở kênh tiếp thị, quảng bá và xây dựng tư liệu riêng về sản phẩm.

Du lịch sinh thái: khu du lịch sinh thái Lan Vương tại Thành phố Bến Tre được đánh giá 80/100 điểm (*Phụ lục 2*). Điểm mạnh của cơ sở là có tổ chức quản lý khá tốt, có cán bộ kiêm nhiệm quản lý là người địa phương, đầy đủ hệ thống kế toán... Vị trí và trang thiết bị phục vụ của cơ sở đầy đủ, hiện đại, chất lượng phục vụ tốt với nhân viên được đào tạo chuyên nghiệp. Điểm hạn chế của cơ sở là chưa có liên kết, các dịch vụ, sản phẩm du lịch chưa mang nét riêng của địa phương, thiếu đặc trưng riêng. Ngoài ra một điểm du lịch khác cũng có tiềm năng cạnh tranh cao là điểm du lịch vườn xoài của Công ty TNHH Thương mại - Dịch vụ - Du lịch Du Thuyền Xoài, huyện Giồng Trôm.

Nấm linh chi, rượu linh chi: Nấm linh chi là mặt hàng có giá trị cao, có tiềm năng phát triển cao trên địa bàn huyện Chợ Lách. Các sản phẩm nấm linh chi của Công ty TNHH MTV SX TM DV nấm Tân Bửu được đánh giá đạt 75-77/100 điểm. Hiện tại các sản phẩm nấm linh chi đã được cơ sở hoàn thiện khá tốt, đa dạng về mẫu mã, hình ảnh kiểu dáng bao bì. Chất lượng sản phẩm được đánh giá tốt, có thị trường tiêu thụ ổn định và phát triển khá tốt. Cơ sở sản xuất cũng có hệ thống đại lý phân phối ở một số tỉnh và có các hoạt động quảng bá trên nhiều kênh thông tin. Điểm hạn chế của sản phẩm là tính cộng đồng chưa cao, chưa xây dựng chuỗi liên kết. Đây là sản phẩm mới được phát triển của địa phương, nên chưa có nhiều dấu ấn bản sắc riêng.

Nấm bào ngư (huyện Chợ Lách): Sản phẩm nấm bào ngư được đánh giá đạt 73/100 điểm. Đây là sản phẩm được phát triển bởi doanh nghiệp tư nhân với tổ chức sản xuất cơ bản đã hoàn thiện. Điểm lợi thế của sản xuất nấm bào ngư là nguyên liệu nấm tận dụng hoàn toàn nguyên liệu của địa phương. Các sản phẩm đã hoàn thiện về hình ảnh, kiểu dáng, bao bì, nhãn hiệu. Các tiêu chí cảm quan về sản phẩm và chất lượng sản phẩm đều đã được phát triển tốt. Thị trường tiêu thụ hiện tại chính là thị trường trong nước. Cơ sở kinh doanh đã có hệ thống phân phối và có các hoạt động quảng bá thường xuyên thông qua nhiều kênh đa dạng. Điểm hạn chế của sản phẩm là chưa hình thành được chuỗi liên kết.

Dầu dừa: Sản phẩm dầu dừa của cơ sở Dầu dừa Pha Lê tại huyện Mỏ Cày Nam được đánh giá có chất lượng và tiềm năng khá tốt đạt 72/100 điểm. Sản phẩm dầu dừa Pha Lê sử dụng hoàn toàn nguyên liệu của địa phương. Hình thức, mẫu mã, chất lượng sản phẩm được đánh giá khá cao. Sản phẩm đã được xây dựng hệ thống phân phối và tiếp thị đến nhiều thị trường, trong đó chủ yếu là thị trường quốc tế. Điểm hạn chế của sản phẩm là chưa hình thành chuỗi liên kết, sản phẩm chưa có sự đóng góp của cộng đồng.

Thủ công mỹ nghệ từ dừa: Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của cơ sở thủ công mỹ nghệ Trường Ngân (Thành phố Bến Tre) có tổng điểm đánh giá 70/100 điểm (*Phụ lục 2*). Điểm mạnh của sản phẩm này là sử dụng toàn bộ nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, có thể ứng dụng công nghệ tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn, có khả năng sản xuất lại với số lượng và chất lượng ban đầu. Đây là sản phẩm tự phát triển dựa trên sản phẩm truyền thống hoặc ý tưởng của mình gắn với nhu cầu thị trường. Các sản phẩm có phong cách thiết kế độc đáo,

đặc sắc, mang nét đặc trưng của địa phương với thị trường tiêu thụ lớn. Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm cũng còn những hạn chế, các sản phẩm hiện tại hầu như là sản phẩm nguyên bản từ xưa, chưa có cải tiến thêm, cơ sở sản xuất là hộ tư nhân cá thể, không có bộ máy quản lý, kế toán hoàn thiện.

2. Nhóm sản phẩm dịch vụ có tiềm năng 3 sao

Các sản phẩm dịch vụ được đánh giá có khả năng xếp hạng 3 sao là những sản phẩm, dịch vụ đã tương đối hoàn thiện về tiêu chuẩn, chất lượng, mẫu mã và có lợi thế khá mạnh để phát triển của các địa phương trong tỉnh. Điểm mạnh của nhóm này là tổ chức sản xuất đã khá hoàn thiện, phần lớn nguyên liệu hoàn toàn chủ động tại địa phương. Phần lớn sản phẩm, dịch vụ tận dụng được nguồn lực của cộng đồng, có chất lượng khá tốt và đã phát triển được thị trường tiêu thụ trong nước.

Điểm hạn chế của nhóm sản phẩm dịch vụ này là chưa hoàn thiện các hồ sơ công bố chất lượng và tiêu chuẩn của sản phẩm. Đặc biệt, các hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại còn hạn chế, chưa khai thác được câu chuyện sản phẩm. Đồng thời, các yếu tố có thể phản ánh trí tuệ và bản sắc địa phương để làm nổi bật nét đặc trưng thì còn khá hạn chế. Nhiều sản phẩm chưa hoàn thiện về mẫu mã, hình ảnh, thương hiệu. Các sản phẩm tiêu biểu của nhóm này bao gồm:

Nhang sinh học: Sản phẩm được phát triển bởi công ty TNHH Sản xuất Thương mại Sản phẩm sạch Thiên Phúc, huyện Mộ Cày Nam. Điểm mạnh của sản phẩm thể hiện qua tính hoàn thiện của sản phẩm với bao bì, nhãn mác đầy đủ. Sản phẩm được phát triển dựa trên ý tưởng cá nhân, sử dụng các nguyên liệu hoàn toàn có nguồn gốc trong tỉnh với chất lượng công bố có tiêu chuẩn cao. Đây là một trong số ít sản phẩm đã khai thác được từ liệu, câu chuyện về sản phẩm để tiếp thị. Sản phẩm đã phát triển hệ thống phân phối tại nhiều tỉnh. Tuy nhiên, hạn chế của cơ sở là vẫn chưa hoàn thiện hệ thống tổ chức, chưa phát triển chuỗi liên kết, yếu tố về sự tham gia của cộng đồng còn rất yếu. Sản phẩm được đánh giá với số điểm là 68/100 điểm.

Bưởi da xanh Quới Sơn: Đây là sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm chủ lực của tỉnh. Sản phẩm bưởi da xanh của HTX Bưởi da xanh Quới Sơn, huyện Châu Thành được đánh giá đạt 64/100 điểm. Điểm mạnh của sản phẩm là có đã có chứng nhận quản lý chất lượng, có chỉ dẫn địa lý, tổ chức sản xuất, quản lý của HTX tốt, phát huy được sức mạnh cộng đồng cao, sản phẩm có khả năng tiếp cận thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, sản phẩm còn một số hạn chế như chất lượng không đồng đều, sản phẩm chủ yếu bán thô hoặc sơ chế đơn giản, hồ sơ chất lượng chưa đầy đủ, khả năng tiếp thị quảng bá sản phẩm của HTX còn thấp.

Mứt dừa: Sản phẩm mít dừa của cơ sở Năm Thiện (Thành phố Bến Tre) được đánh giá 62/100 điểm. Mứt dừa là món sản phẩm truyền thống của Bến Tre. Điểm mạnh của sản phẩm là sử dụng toàn bộ nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, là sản phẩm được phát triển từ sản phẩm truyền thống có thể sản xuất lại với số lượng và chất lượng tốt như nguyên gốc. Đặc điểm về cảm quan và chất lượng của sản phẩm đều khá tốt. Tuy nhiên, sản phẩm vẫn còn hạn chế trong công tác phát triển sản phẩm, tổ chức sản xuất và truyền thông quảng bá. Hiện tại cơ sở sản xuất vẫn là cơ sở tư nhân, chưa có bộ máy quản lý hoàn thiện. Mặc dù sản phẩm đã có kênh phân phối và các hoạt động quảng bá thường xuyên nhưng chưa khai thác được câu chuyện đặc biệt của sản phẩm.

Đồ thủ công mỹ nghệ từ dừa: Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của cơ sở sản xuất ấp Tôn Vinh, xã Tân Thạch, huyện Châu Thành. Cơ sở sản xuất có nhiều loại sản phẩm đa dạng, nổi bật như bộ tách, ấm trà bằng gỗ dừa... Các sản phẩm được đánh giá trung bình 52/100

điểm. Sản phẩm được sử dụng toàn bộ nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, có khả năng sản xuất lại với số lượng lớn. Mẫu mã bao bì khá đơn giản, không có nhiều ấn tượng. Cơ sở sản xuất quy mô hộ gia đình, chưa có hệ thống quản lý đầy đủ; cơ sở cũng không có kênh phân phối riêng, chỉ có một số hoạt động quảng bá đơn giản. Các sản phẩm mặc dù có ấn tượng, bản sắc rất tốt, nhưng không có tư liệu hóa về phát triển sản phẩm. Tuy nhiên, chất lượng sản phẩm được đánh giá rất tốt, tinh xảo, có thể tiêu thụ tại nhiều thị trường cả trong nước và xuất khẩu.

Du lịch sinh thái và homestay: Điểm du lịch sinh thái homestay Hai Hồ tại thành phố Bến Tre có điểm đánh giá đạt 56/100 điểm. Đây là điểm du lịch được phát triển dựa trên cảnh quan địa phương, với sự quản lý của hộ gia đình. Điểm du lịch có thể mạnh là điều kiện môi trường cảnh quan đẹp, thuận lợi và có trang bị cơ sở đầy đủ cho phục vụ du khách. Điểm du lịch đã liên kết với một số tour du lịch, có hoạt động quảng bá thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Tuy nhiên, tổ chức quản lý của cơ sở vẫn còn hạn chế, thiếu hệ thống kế toán, chưa có cán bộ chịu trách nhiệm về quản lý môi trường, nhân viên chưa được đào tạo đầy đủ.

Ngoài ra còn các sản phẩm khác cũng được đánh giá có khả năng cạnh tranh khá tốt như bưởi da xanh, bánh phồng, bánh tráng và kiem kéo của cơ sở kiem Nguyễn Thanh Liêm (Giồng Trôm); rau an toàn của công ty TNHH Sản xuất Thương mại Dịch Vụ Việt Tâm (Ba Tri),... (Chi tiết đánh giá điểm các sản phẩm xem tại Phụ lục 2).

3. Nhóm sản phẩm dịch vụ tiềm năng 1-2 sao

Các sản phẩm dịch vụ tiềm năng 1-2 sao chiếm phần lớn các sản phẩm hiện có của tỉnh. Nhóm này đa số là các sản phẩm đặc sản, truyền thống của địa phương, nhưng chưa hoàn thiện để trở thành sản phẩm thương mại quy mô lớn. Điểm mạnh của các sản phẩm nhóm này là các sản phẩm tận dụng nguồn nguyên liệu sẵn có của địa phương. Các sản phẩm có truyền thống từ xưa, có thị trường ổn định ở địa phương. Nhiều sản phẩm có chất lượng tương đối tốt, được người tiêu dùng tin tưởng và có tiềm năng lớn để mở rộng thị trường trong tỉnh và toàn quốc.

Tuy nhiên, điểm hạn chế của các sản phẩm này vẫn còn khá nhiều. Chủ yếu là sản phẩm thô, ít giá trị gia tăng. Các sản phẩm có hình thức mẫu mã bao bì, nhãn mác đơn giản, truyền thống, không được phát triển thêm. Các chủ thể sản xuất chủ yếu là hộ tư nhân hoặc cơ sở sản xuất riêng lẻ, thiếu liên kết; đồng thời, phần lớn cơ sở sản xuất kinh doanh có ít hoặc không có đầu tư cho hoạt động tiếp thị, quảng bá, phân phối sản phẩm, thiếu các kiến thức về thị trường. Công nghệ thủ công, lạc hậu, tiêu chuẩn chất lượng không được kiểm định. Một số sản phẩm khó sản xuất được ở quy mô lớn do hạn chế về kỹ thuật và nguyên liệu; năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm của phần lớn hộ sản xuất nhỏ lẻ còn rất yếu.

Phần thứ hai
NỘI DUNG ĐỀ ÁN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM
TỈNH BẾN TRE GIAI ĐOẠN 2018-2020, ĐỊNH HƯỚNG 2030

I. Quan điểm

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị; là giải pháp, nhiệm vụ trong triển khai thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới. Trọng tâm của chương trình là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế của địa phương theo chuỗi giá trị do các thành phần kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể thực hiện. Cơ quan quản lý Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách thực hiện; định hướng quy hoạch các vùng sản xuất hàng hoá, dịch vụ; quản lý và giám sát tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; hỗ trợ các khâu: đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật, ứng dụng khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, tín dụng.

II. Mục tiêu

1. Mục tiêu tổng quát

Xây dựng và triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020, định hướng 2030 để phát triển các mô hình tổ chức sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ truyền thống có lợi thế ở khu vực nông thôn của tỉnh Bến Tre và có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế góp phần phát triển kinh tế nông thôn, thực hiện tái cơ cấu nền kinh tế nông thôn để nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân nông thôn và thực hiện có hiệu quả nhóm tiêu chí “Kinh tế và tổ chức sản xuất” trong xây dựng nông thôn mới của tỉnh giai đoạn 2018 - 2020.

2. Mục tiêu cụ thể

Giai đoạn 2019-2020:

- Tổ chức triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm từ cấp tỉnh đến cấp xã với 100% số xã có sản phẩm tham gia chương trình.
- Tiêu chuẩn hóa ít nhất 50% số sản phẩm truyền thống, chủ lực, đặc trưng và có tiềm năng phát triển sản xuất quy mô trung bình và lớn của tỉnh Bến Tre.
- Tạo ra nhiều sản phẩm hàng hóa chất lượng cao, mang tính đặc trưng, lợi thế của mỗi vùng, miền, đáp ứng yêu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Đến năm 2020, toàn tỉnh có từ 20-30 sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên.
- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh theo hướng gia tăng lợi thế cộng đồng, góp phần phát triển kinh tế nông thôn theo hướng nội sinh và gia tăng giá trị.
- Hình thành mới, củng cố, nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức kinh tế cộng đồng, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, nhằm phát triển kinh tế địa phương bền vững. Đến năm 2020, tỉnh hình thành mới 10-15 tổ chức kinh tế dựa vào cộng đồng, tái cơ cấu 20-30 tổ chức đã có để phát triển các sản phẩm truyền thống, tập trung vào các công ty cổ phần, công ty TNHH, HTX, THT.

Giai đoạn 2021-2030:

- Đến năm 2030, toàn tỉnh có ít nhất 250 sản phẩm, dịch vụ OCOP đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

- Tại thời điểm năm 2030 hình thành mới ít nhất 50 tổ chức kinh tế dựa vào cộng đồng, có liên kết chuỗi giá trị bền vững.

3. Định hướng phát triển các nhóm sản phẩm

a) Nhóm sản phẩm tiềm năng 4 sao trở lên

Định hướng phát triển cho nhóm sản phẩm, dịch vụ này bao gồm 2 hướng chính:

- Tập trung phát triển và hoàn thiện thành sản phẩm, dịch vụ có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế; hỗ trợ phát triển thành sản phẩm tiêu biểu của tỉnh tham gia lựa chọn sản phẩm OCOP quốc gia thông qua ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin vào sản xuất, phân phối và tiếp thị sản phẩm; đẩy mạnh xây dựng các câu chuyện sản phẩm mang nét đặc trưng của địa phương; tổ chức xúc tiến thương mại hướng đến phát triển thị trường xuất khẩu, xuất khẩu tại chỗ.

- Tổ chức phát triển các chuỗi giá trị liên quan đến sản phẩm. Các chủ thể sản xuất được hỗ trợ để thực hiện liên kết với đối tác, đơn vị khác trong và ngoài tỉnh, trở thành mắt xích quan trọng giúp phát triển chuỗi giá trị sản phẩm chủ lực của tỉnh.

b) Nhóm sản phẩm tiềm năng 3 sao

Định hướng phát triển của nhóm này cần phát huy tối đa lợi thế của địa phương, hoàn thiện và nâng cao chất lượng của sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, cụ thể:

- Phát triển nội lực, phát huy tối đa điểm mạnh, lợi thế của các địa phương để củng cố lại tổ chức sản xuất cộng đồng (HTX, THT) nhằm hoàn thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm, dần dần áp dụng các công nghệ mới, nâng cao tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

- Nâng cao năng lực quản lý, tăng cường kiến thức về tổ chức sản xuất, kinh doanh, và thị trường của các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh. Kết nối và tăng cường hợp tác với các cơ sở đào tạo, nghiên cứu, các chuyên gia và nhà khoa học trong việc đào tạo cộng đồng về phát triển và thương mại hóa sản phẩm, nhằm nâng cấp/hoàn thiện sản phẩm (thiết kế nhãn mác, bao bì, đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, chỉ dẫn địa lý; xây dựng và công bố tiêu chuẩn,...), cải tiến công nghệ, quản trị sản xuất, quản trị kinh doanh nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu sản phẩm cộng đồng, thương hiệu tập thể địa phương, nhằm nâng cao hình ảnh của địa phương, dần dần giới thiệu, phổ biến và đưa các sản phẩm, dịch vụ đến với người tiêu dùng ở các địa phương khác. Trên cơ sở nghiên cứu, phát triển các sản phẩm trên nền tảng các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, xây dựng và gắn câu chuyện sản phẩm từ các giá trị văn hóa này nhằm gia tăng giá trị cho sản phẩm.

c) Nhóm sản phẩm tiềm năng 1-2 sao

Định hướng phát triển nhóm các sản phẩm dịch vụ này cần thực hiện đồng thời nhiều biện pháp nhằm phát huy tối đa lợi thế của địa phương và cải thiện dần các điểm yếu. Các biện pháp thực hiện cần có lộ trình rõ ràng để phát triển sản phẩm, dịch vụ, cụ thể:

- Thúc đẩy liên kết sản xuất, phát triển các tổ chức kinh tế cộng đồng như HTX, THT, đặc biệt trong các làng nghề truyền thống. Đồng thời, tuyên truyền thay đổi tư duy sản xuất manh mún nhỏ lẻ trong cộng đồng; phát huy các lợi thế đặc trưng của tỉnh, tiến tới cộng đồng tự chủ động trong phát triển sản phẩm truyền thống. Thực hiện các chương trình

tuyên truyền, tập huấn sâu rộng đối với người dân, cộng đồng thực hiện khai thác bền vững tài nguyên.

- Khuyến khích và phát huy tối đa lợi thế của nguồn nhân lực trẻ, có trình độ để tham gia vào phát triển sản phẩm, dịch vụ truyền thống của địa phương. Đội ngũ thanh niên trẻ là nhân tố quan trọng để ứng dụng các công nghệ mới, đặc biệt là trong cuộc cách mạng 4.0 trong trồng trọt, chế biến, sản xuất cũng như tiếp thị, quảng bá và phân phối bán hàng. Nâng cao năng lực của người quản lý, chủ cơ sở sản xuất kinh doanh về phát triển sản phẩm, thương mại hóa sản phẩm

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển sản phẩm nông nghiệp địa phương theo hướng tối ưu hóa, tận dụng mọi giá trị của nguyên liệu. Vận dụng được một cách đa dạng, linh hoạt các nguồn lực hỗ trợ từ các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp từ khía cạnh tài chính, tư vấn, khoa học công nghệ đến đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực vào hỗ trợ các Dự án phát triển sản phẩm.

- Hỗ trợ cộng đồng xúc tiến thương mại sản phẩm thông qua chương trình phát triển du lịch của tỉnh, hệ thống điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm tại các trung tâm du lịch của tỉnh.

III. Nội dung Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre

1. Hệ thống tổ chức triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018 - 2020

Xây dựng hệ thống tổ chức và cơ chế cho hệ thống OCOP từ tỉnh - huyện - xã, nhằm hỗ trợ các cộng đồng trong tỉnh phát triển và thương mại hóa sản phẩm chủ lực của Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre. Trên cơ sở tổng số lượng biên chế được phân bổ, xây dựng hệ thống cơ cấu nhân sự các cấp đảm bảo hoạt động thông suốt, hiệu quả.

- Cơ cấu nhân sự cấp tỉnh:

+ Cơ quan chỉ đạo: UBND tỉnh

+ Cơ quan thực hiện: Sở Nông nghiệp và PTNT, Văn phòng Điều phối Chương trình xây dựng Nông thôn mới và các đơn vị có liên quan. Dựa trên chức năng nhiệm vụ của các cơ quan liên quan thành lập các bộ phận nghiệp vụ chuyên môn như: bộ phận nghiệp vụ Phát triển sản phẩm và Phát triển doanh nghiệp/hợp tác xã; bộ phận nghiệp vụ Xúc tiến Thương mại và truyền thông; Bộ phận hành chính và tổng hợp thông tin. Có ít nhất 01 cán bộ chuyên trách, 2-3 cán bộ kiêm nhiệm.

- Cơ cấu nhân sự cấp huyện, thành phố:

+ Cơ quan chỉ đạo: UBND cấp huyện.

+ Cơ quan thực hiện: Phòng Nông nghiệp và PTNT, Văn phòng Điều phối Chương trình xây dựng nông thôn mới cấp huyện và các phòng, ban liên quan. Có ít nhất 01 cán bộ chuyên trách, 2-3 cán bộ kiêm nhiệm.

- Nhân sự cấp xã:

+ Cơ quan chỉ đạo: UBND cấp xã.

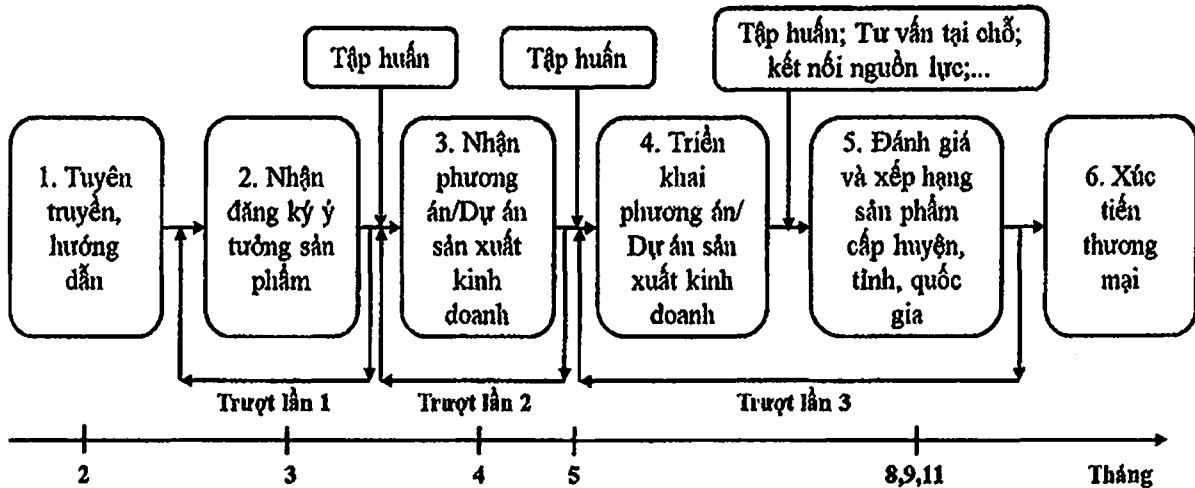
+ Cán bộ thực hiện: bố trí 01 cán bộ chuyên trách và các cá nhân, đơn vị có liên quan phối hợp thực hiện.

- Thành lập Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm ở các cấp tỉnh, cấp huyện tại mỗi kỳ đánh giá. Hội đồng có chức năng đánh giá và phân hạng các sản phẩm OCOP theo

các Bộ tiêu chí đã ban hành. Chức năng của hệ thống này là chỉ đạo và điều hành toàn bộ các hoạt động của Chương trình OCOP tại cấp tương ứng của mình, có quy chế hoạt động cụ thể. Các nhân sự tại mỗi vị trí công tác đều phải có bản mô tả công việc và các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả công việc.

2. Chu trình OCOP hàng năm

- Xây dựng chu trình chuẩn (lựa chọn, hỗ trợ phát triển, đầu tư,...) cho Chương trình OCOP - BT giai đoạn 2018-2020 chuẩn căn cứ theo nội dung trong Quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 07 tháng 5 năm 2018 (Hình 1).



Hình 1: Chu trình OCOP hàng năm

3. Nội dung thực hiện Chu trình OCOP tỉnh Bến Tre

a) Tuyên truyền, hướng dẫn về Chương trình OCOP

- Triển khai các hoạt động tuyên truyền để nâng cao nhận thức của hệ thống quản lý Chương trình OCOP Bến Tre các cấp và sự hiểu biết của cộng đồng về Chương trình OCOP Bến Tre, bao gồm: ý nghĩa, mục tiêu, nội dung Chương trình OCOP Bến Tre,... Qua đó, cộng đồng khởi đầu Chu trình OCOP bằng cách tham gia gửi ý tưởng sản phẩm.

- Các kênh tuyên truyền bao gồm: Các phương tiện truyền thông đại chúng cấp quốc gia, tỉnh, huyện, xã (truyền thanh, truyền hình, báo chí, trang tin điện tử OCOP...); các hội nghị, hội thảo cấp quốc gia, tỉnh, huyện, xã, thôn (lồng ghép); họp, hội nghị của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp (lồng ghép)...

- Xây dựng bộ tài liệu tuyên truyền về Chương trình OCOP Bến Tre (cẩm nang OCOP) dành cho các chủ thể sản xuất kinh doanh trên địa bàn. Nội dung tài liệu tuyên truyền bao gồm: giới thiệu chung về Chương trình OCOP Bến Tre, hướng dẫn chi tiết về trình tự thủ tục tham gia theo từng bước của chu trình OCOP.

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm.

Cơ quan thực hiện: UBND xã, cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh; các Sở, ngành tỉnh và các tổ chức đoàn thể.

b) Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm

- Sau khi được tuyên truyền, cộng đồng khởi đầu tham gia chương trình OCOP bằng việc đăng ký ý tưởng sản phẩm cho hệ thống quản lý Chương trình OCOP và nộp cho UBND xã. Trên cơ sở các ý tưởng nhận được, UBND xã phân công cán bộ kiểm tra thể thức các phiếu ý tưởng để chọn ra các phiếu ý tưởng hợp lệ và gửi về Cơ quan phụ trách OCOP

cấp huyện; đồng thời, giải thích, hỗ trợ cho người nộp các phiếu ý tưởng không phù hợp để điều chỉnh, hoàn thiện và nộp lại sau 1 tuần hoặc tham gia vào năm sau.

- Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện kiểm tra nội dung các phiếu ý tưởng và tính phù hợp để chọn ra các ý tưởng tốt nhất làm cơ sở triển khai; đồng thời, thông báo, giải thích, tư vấn cho người nộp các ý tưởng không được chọn để có thể hoàn thiện, nộp lại sau 1 tuần hoặc tham gia vào thời điểm năm sau. Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện liên hệ với các người nộp ý tưởng được chọn để hoàn tất hồ sơ hồ sơ, bao gồm: Phiếu đăng ký, mẫu sản phẩm, giấy đăng ký kinh doanh, các loại giấy tờ khác như Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất loại sản phẩm tương ứng (đủ điều kiện an toàn thực phẩm, cam kết sản xuất thực phẩm an toàn, nuôi trồng an toàn, chứng nhận sản xuất tốt,...); sau đó, chuyển lên Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh danh mục ý tưởng được lựa chọn và các hồ sơ kèm theo.

- Trên cơ sở danh mục ý tưởng và hồ sơ của cấp huyện, Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh sắp xếp theo ngành hàng và mời họp Hội đồng xét chọn ý tưởng hoặc tổ chức đánh giá ý tưởng tại địa phương và thông báo kết quả đến Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện. Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện chịu trách nhiệm trả lời cho cộng đồng kết quả xét chọn ý tưởng.

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, tập trung vào Quý I hằng năm.

Cơ quan thực hiện: UBND xã, Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh.

c) Tập huấn xây dựng Kế hoạch kinh doanh:

Chủ nhân của các ý tưởng sản phẩm được chọn sẽ được tập huấn về phương pháp xây dựng "Kế hoạch kinh doanh". Nội dung tập huấn bao gồm: Khái niệm về kinh doanh, các loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh, tiếp thị cơ bản, sản phẩm, xây dựng kế hoạch tài chính và nội dung kế hoạch kinh doanh. Kết quả cần có là người dân có thể xây dựng KHKD dựa trên ý tưởng sản phẩm đã được duyệt.

Thời gian: Quý I - Quý II hằng năm.

Cơ quan thực hiện: Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện hoặc Tư vấn OCOP.

d) Nhận Kế hoạch kinh doanh

- Sau khi được tập huấn, chủ nhân các ý tưởng sẽ xây dựng KHKD cho UBND xã. UBND xã phân công cán bộ kiểm tra thể thức các KHKD và gửi về Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện; đồng thời, giải thích cho người nộp khi KHKD không phù hợp để có thể hoàn thiện, nộp lại hoặc tham gia cùng thời điểm năm sau.

- Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện kiểm tra, sàng lọc nội dung các KHKD để thông báo, giải thích, tư vấn cho người nộp các bản kế hoạch không đầy đủ và thông báo thời gian nhận lại; đồng thời, tổ chức Hội đồng đánh giá, thẩm định, phê duyệt các KHKD hợp lệ (bắt buộc thực hiện đối với các KHKD cần vốn hỗ trợ trực tiếp từ NSNN, khuyến khích thực hiện đối với các KHKD không cần vốn hỗ trợ trực tiếp từ NSNN), sau đó tổng hợp, thông báo/đăng ký nhu cầu hỗ trợ của cộng đồng đến Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh.

- Trên cơ sở nhu cầu hỗ trợ của cộng đồng từ các địa phương, Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh xây dựng kế hoạch huy động, phân bổ nguồn lực hỗ trợ cộng đồng trong quá trình triển khai KHKD và gửi kế hoạch hỗ trợ đến Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện để thông báo đến cộng đồng.

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, tập trung vào Quý II hằng năm.

Cơ quan thực hiện: UBND xã, Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh.

e) Tập huấn phương pháp triển khai kế hoạch kinh doanh:

Chủ nhân của các KHKD được duyệt sẽ được tập huấn về phương pháp triển khai KHKD. Nội dung tập huấn bao gồm: Chu trình hình thành doanh nghiệp/hợp tác xã; quản trị sản xuất, tiếp thị; nghiên cứu phát triển sản phẩm; tài chính doanh nghiệp nâng cao. Kết quả cần có là người dân có thể triển khai KHKD.

Trong quá trình triển khai, cộng đồng chủ động xây dựng thuyết minh dự án hoàn thiện sản phẩm và mở rộng sản xuất (sản phẩm đã có), dự án phát triển sản phẩm mới (từ các ý tưởng đăng ký mới được phê duyệt). Trong quá trình xây dựng, cộng đồng sẽ nhận được sự hướng dẫn của Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh, đơn vị tư vấn hoặc có thể hợp đồng với đơn vị tư vấn trong việc xây dựng và hoàn thiện thuyết minh dự án, sau đó trình thuyết minh dự án (hoặc kế hoạch kinh doanh) đến cơ quan có thẩm quyền phê duyệt. UBND xã, Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh hỗ trợ cộng đồng trong toàn bộ quá trình tiếp nhận, thẩm định, phê duyệt dự án.

Thời gian thực hiện: Quý II - Quý III hàng năm.

Cơ quan thực hiện: Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh hoặc Tư vấn OCOP.

g) Triển khai phương án sản xuất kinh doanh

Trong quá trình triển khai theo Phương án kinh doanh, chủ thể thực hiện sẽ nhận được sự tư vấn tại chỗ, kết nối của cán bộ OCOP cấp huyện hoặc tư vấn của Chương trình OCOP Bến Tre, dưới dạng các chuyến thăm và làm việc định kỳ. Các hình thức tổ chức có sự tham gia vốn rộng rãi hơn của cộng đồng, gồm: HTX, công ty cổ phần sẽ được ưu tiên hơn các hình thức khác. Tùy mức độ đơn giản hay phức tạp và điều kiện sẵn có, một sản phẩm có thể nhận một hoặc tất cả những hỗ trợ từ Chương trình OCOP Bến Tre, bao gồm: Hình thành mới hoặc tái cơ cấu các tổ chức kinh tế đã có; huy động vốn; xây dựng và triển khai các dự án phát triển sản phẩm; tập huấn về nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D); xây dựng và triển khai các đề tài khoa học công nghệ; hợp đồng với các nhà khoa học; tham gia khóa đào tạo cán bộ quản lý, giám đốc điều hành (CEO); kết nối thị trường; kết nối với các nhà cung ứng đầu vào. Các nội dung cụ thể được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1: Các hoạt động hỗ trợ từ Chương trình OCOP Bến Tre

| TT | Các hoạt động triển khai | Các hoạt động hỗ trợ | Kết quả cần có |
|----|--|---|---|
| 1 | Hình thành mới hoặc tái cơ cấu tổ chức kinh tế | Tập huấn và tư vấn tại chỗ | Người dân có thể chủ động hình thành tổ chức mới hoặc tái cơ cấu tổ chức đã có theo tiêu chí OCOP. |
| 2 | Huy động nguồn lực | Tập huấn và tư vấn tại chỗ | Người dân vượt qua các khó khăn nhờ các tư vấn, chỉ dẫn và kết nối nguồn lực (kiến thức, kỹ năng, doanh nghiệp, thị trường,...). Người dân được chỉ dẫn, kết nối để tiếp cận các nguồn vốn (cách tiếp cận, các yêu cầu, mẫu biểu,...). |
| 3 | Xây dựng cơ bản, mua sắm | (1) Dự án ứng dụng KHCN (có hỗ trợ vốn từ | Người dân có thể chủ động xây dựng nhà xưởng, mua sắm và lắp |

| TT | Các hoạt động triển khai | Các hoạt động hỗ trợ | Kết quả cần có |
|----|--------------------------------|---|---|
| | và lắp đặt trang thiết bị | NSNN); (2) Tư vấn tại chỗ | đặt trang thiết bị phù hợp với quy mô sản xuất và theo luật định. |
| 4 | Sản xuất sản phẩm | (1) Tư vấn tại chỗ; (2) Hợp đồng với các tổ chức/cá nhân KHCN;... | Người dân giải quyết được các vấn đề phát sinh trong quá trình sản xuất. |
| 5 | Hoàn thiện quy trình công nghệ | (1) Đề tài nghiên cứu KHCN; (2) Dự án sản xuất thử nghiệm. | Người dân được chỉ dẫn, kết nối để xây dựng và phê duyệt các đề tài KHCN, dự án sản xuất thử nghiệm để hoàn thiện công nghệ sản xuất. |
| 6 | Xúc tiến thương mại | (1) Quảng bá trên các phương tiện truyền thông đại chúng; (2) Hội chợ, triển lãm; ... | Sản phẩm sản xuất ra được nhiều người tiêu dùng biết đến; người dân dần chủ động về phân phối. |
| 7 | Nâng cao chất lượng năng lực | (1) Tập huấn ngắn hạn; (2) Đào tạo giám đốc điều hành (CEO) của các tổ chức kinh tế ;... | Người dân có thể từng bước tự triển khai các hoạt động sản xuất - kinh doanh sản phẩm của mình. |

Thời gian thực hiện: Liên tục từ khi kế hoạch kinh doanh được duyệt.

Cơ quan thực hiện: Cơ quan phụ trách OCOP cấp huyện, tỉnh hoặc Từ vấn OCOP; Sở Lao động - Thương Binh và Xã hội (đào tạo); Liên minh HTX (hình thành các HTX); Sở Khoa học và Công nghệ (các đề tài KHCN); Sở Y tế (tiêu chuẩn sản phẩm cho sức khỏe); Sở Nông nghiệp và PTNT (tiêu chuẩn sản phẩm nông nghiệp); Sở Công thương (xúc tiến thương mại); các trường cao đẳng, đại học cấp tỉnh (đào tạo).

h) Đánh giá và xếp hạng sản phẩm

Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP Bến Tre bắt buộc phải tham gia đánh giá/xếp hạng tại 3 cấp (cấp huyện, cấp tỉnh, cấp quốc gia), trong đó các sản phẩm đạt từ 3-5 sao ở cấp huyện sẽ được đánh giá ở cấp tỉnh, các sản phẩm đạt 4-5 sao cấp tỉnh sẽ được đánh giá ở cấp quốc gia. Các sản phẩm được đánh giá và xếp hạng tại các cấp sẽ do Hội đồng đánh giá sản phẩm cấp tương ứng (huyện, tỉnh và quốc gia) thực hiện. Các sản phẩm từ 4 sao trở xuống ở kỳ trước có thể hoàn thiện và dự thi để được đánh giá xếp hạng cao hơn vào kỳ năm tiếp theo.

Thời gian thực hiện: Đánh giá cấp huyện, cấp tỉnh vào cuối Quý III đến đầu Quý IV hằng năm và cấp quốc gia do Trung ương quy định (dự kiến vào Quý IV hằng năm).

Cơ quan thực hiện: Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm ở các cấp tỉnh, cấp huyện.

Nhằm bảo đảm tính minh bạch, cũng như tăng tính chủ động của người dân, tất cả các tiêu chí đánh giá của Chương trình sẽ được ban hành và thông báo rộng rãi trên trang web OCOP quốc gia, các phương tiện thông tin đại chúng. Các bản mô tả công việc và bộ đánh giá hiệu quả công việc của các công chức, cán bộ thực hiện các vị trí công tác của Chương trình trong hệ thống OCOP sẽ được xây dựng.

i) Xúc tiến thương mại

Các sản phẩm dự thi đạt 3 sao trở lên sẽ được hỗ trợ xúc tiến thương mại ở các cấp tương ứng nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tại thị trường trong nước và quốc tế. Các hoạt động chính gồm: Xây dựng hệ thống trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, gian hàng OCOP tại các trung tâm thương mại, siêu thị, khu dân cư; quảng bá trên các phương tiện truyền thông đại chúng; tổ chức hội chợ sản phẩm OCOP; kết nối thị trường;... (Cụ thể các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại xem tại mục IV.5).

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm.

Cơ quan thực hiện: Sở Công thương, Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh.

k) Rà soát và điều chỉnh chu trình thường niên đảm bảo phù hợp với điều kiện thực tế

Thông qua tham vấn lãnh đạo, chuyên gia trong nước, quốc tế và tùy vào tình hình thực tế, Chu trình OCOP thường niên, Bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng chất lượng sản phẩm sẽ được rà soát, điều chỉnh và hoàn thiện qua các năm.

Thời gian thực hiện: Quý IV hàng năm.

Cơ quan thực hiện: Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh, Nhóm tư vấn

4. Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng, thống kê, kiểm soát

a) Xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng chất lượng sản phẩm

Tính tiền hành xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng chất lượng sản phẩm đối với các sản phẩm chủ lực, thế mạnh của tỉnh nhưng chưa có trong Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP quốc gia nhằm kịp thời tổ chức đánh giá, xếp hạng tất cả các sản phẩm của tỉnh.

Toàn bộ các sản phẩm đăng ký tham gia Chương trình OCOP đều phải được đánh giá và xếp hạng, dựa trên các Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm, dịch vụ. Sau khi đánh giá, các sản phẩm OCOP được xếp hạng từ 1 đến 5 sao tương ứng với điểm chấm tiêu chí theo hướng dẫn của Trung ương, như sau:

- Hạng 5 sao: Sản phẩm chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế;
- Hạng 4 sao: Sản phẩm đạt tiêu chuẩn cao, có thể nâng cấp để đạt 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 tiêu chuẩn, có thể phát triển lên hạng 3 sao;
- Hạng 1 sao: Sản phẩm yếu, có thể phát triển lên hạng 2 sao.

Các sản phẩm, dịch vụ thuộc Chương trình OCOP Bến Tre được đánh giá tại cấp huyện. Cấp tỉnh và Trung ương thực hiện nhiệm vụ công nhận và xếp hạng sản phẩm. Thời gian xét, đánh giá và xếp hạng sản phẩm được tổ chức hàng năm theo Chu trình OCOP:

- UBND cấp huyện thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm. Hội đồng đánh giá sản phẩm tổ chức họp đánh giá sản phẩm theo các Bộ Tiêu chí đánh giá xếp hạng sản phẩm của Chương trình OCOP; sau đó, lập danh sách sản phẩm (kèm theo hồ sơ) trình Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xem xét, công nhận và xếp hạng.

- UBND cấp tỉnh thành lập Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm. Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm tổ chức họp thẩm định sản phẩm theo các Bộ Tiêu chí đánh giá xếp hạng sản phẩm, trình Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành quyết định cấp Giấy công

nhận và xếp hạng sản phẩm. Lựa chọn sản phẩm được cấp giấy công nhận và xếp hạng sản phẩm của tỉnh tham dự đánh giá, xếp hạng sản phẩm cấp Trung ương.

b) *Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu Chương trình OCOP của tỉnh*: Hàng năm tiến hành rà soát, kiểm tra, đánh giá hiện trạng các sản phẩm hiện có trên địa bàn toàn tỉnh. Cập nhật, bổ sung các sản phẩm mới, có tiềm năng để xây dựng kế hoạch hỗ trợ phát triển. Xây dựng, cập nhật danh mục các sản phẩm, dịch vụ kèm thông tin về chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm, và thông tin về cơ sở sản xuất kinh doanh của các sản phẩm dịch vụ.

c) *Xây dựng phần mềm quản lý sản phẩm*: Xây dựng hệ thống phần mềm quản lý sản phẩm, dịch vụ đồng bộ tại các cấp. Ứng dụng các công nghệ mới trong quản lý đồng bộ các sản phẩm dịch vụ của Chương trình OCOP trên địa bàn toàn tỉnh.

d) *Hệ thống báo cáo theo Bộ chỉ số quốc gia OCOP*: Thực hiện báo cáo theo hướng dẫn và hệ thống báo cáo theo hướng dẫn của các Bộ chỉ số quốc gia về OCOP

e) *Công tác kiểm soát, thanh tra*: Định kỳ kiểm tra, giám sát tình hình triển khai Chương trình OCOP Bến Tre tại các địa phương. Phối hợp với địa phương trong công tác triển khai, tư vấn, hỗ trợ cộng đồng trong quá trình sản xuất kinh doanh các sản phẩm OCOP.

5. Công tác xúc tiến thương mại

a) Công tác quảng cáo, quảng bá sản phẩm

Các sản phẩm đạt 3-5 sao cấp tỉnh được hỗ trợ xúc tiến thương mại trên quy mô toàn tỉnh. Các sản phẩm đạt 3-5 sao cấp quốc gia được tham gia các chương trình hỗ trợ xúc tiến cấp quốc gia (trên toàn quốc và quốc tế), các hình thức chủ yếu gồm:

Triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá trên các phương tiện truyền thông đại chúng: (i) Xây dựng video clip, tin bài quảng bá cho các sản phẩm có thứ hạng sao cao (từ 3-5 sao); (ii) Phát sóng trên truyền hình hoặc đăng trên các trang báo, tạp chí của tỉnh; thời lượng và tần số phát tin bài, video clip căn cứ theo thứ hạng sao của sản phẩm. Các chủ thể OCOP sẽ được nhận video clip, tin bài về sản phẩm của mình để chủ động thực hiện các chương trình tiếp thị riêng của mình; (iii) Xây dựng, xuất bản ấn phẩm, tạp chí chuyên đề OCOP quảng bá trên hệ thống tuyến du lịch.

Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại cấp tỉnh hoặc các doanh nghiệp mang sản phẩm OCOP tiêu biểu (tùy thị trường) đến giới thiệu tại các thị trường trong nước và quốc tế.

b) Thương mại điện tử (E-commercial)

- Lòng ghép trang tin điện tử (website) giới thiệu các sản phẩm thuộc Chương trình OCOP Bến Tre trong Cổng thông tin điện tử nông thôn mới của tỉnh.

- Xây dựng và quản lý cơ sở dữ liệu, thông tin thị trường sản phẩm OCOP.

- Lựa chọn sản phẩm OCOP để giới thiệu và tham gia phân phối trên các trang bán sản phẩm nông sản, đặc sản hiện có. Ví dụ: Các trang facebook (Đặc sản vùng miền, Chợ Đặc sản,...), các trang bán lẻ (Lazada.vn, Shopee.vn, Sendo.vn,...).

- Xây dựng sàn giao dịch, các website bán hàng, các trang facebook bán hàng, giới thiệu riêng về sản phẩm OCOP của tỉnh, của huyện.

- Tham gia hệ thống Sàn bán hàng điện tử OCOP theo hướng dẫn của Thường trực Chương trình OCOP Trung ương. Quản lý số lượng, chất lượng sản phẩm OCOP của tỉnh trên Sàn bán hàng điện tử.

c) Tổ chức sự kiện hội chợ, triển lãm

- Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP tại các hội chợ nông sản trong nước và quốc tế. Tổ chức Hội chợ giới thiệu sản phẩm đặc sản và sản phẩm OCOP tại Thành phố Hồ Chí Minh.

- Hằng năm tổ chức Hội chợ trưng bày sản phẩm OCOP tỉnh Bến Tre và các hội chợ, triển lãm khác sẽ tổ chức lồng ghép các gian hàng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

Ban chỉ đạo các Chương trình MTQG tỉnh, huyện kết nối và hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách nhà nước tùy theo điều kiện thực tế để các doanh nghiệp có thể tham gia.

d) Trung tâm bán hàng

- Nghiên cứu xây dựng các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại Thành phố Bến Tre và một số huyện có lợi thế về thương mại, dịch vụ. Kinh phí xây dựng bố trí từ ngân sách nhà nước và nguồn vốn xã hội hóa trên cơ sở phù hợp với quy hoạch, chủ trương của tỉnh và yêu cầu chung của chương trình OCOP. Các trung tâm sẽ chịu sự giám sát, kiểm tra của hệ thống quản lý, điều hành Chương trình OCOP. Các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm sẽ liên kết với các trung tâm OCOP Quốc gia nằm ở các vùng kinh tế trọng điểm tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn.

6. Xây dựng và triển khai các nhiệm vụ, Đề án thành phần của Chương trình

- Các dự án hỗ trợ nâng cấp/mở rộng, phát triển sản xuất các sản phẩm đã có:

Các Dự án này do cá nhân/tổ chức kinh tế (doanh nghiệp vừa và nhỏ, HTX, THT,...) đề xuất và làm chủ đầu tư. Ban Chỉ đạo các CTMTQG xây dựng NTM cấp tỉnh quản lý đầu tư, chủ trì phối hợp với cơ quan tư vấn, các đối tác hỗ trợ trong quá trình triển khai Dự án.

Các sản phẩm ưu tiên trong giai đoạn 2018-2020 gồm 8 mặt hàng chủ lực của tỉnh (bưởi, dứa, chôm chôm, nhãn, hoa kiểng, lợn, bò và tôm biển), và một số sản phẩm tiềm năng của các huyện (sa sâm, nấm bào ngư, nấm linh chi, rượu, mỹ phẩm từ dứa,...)

- Nhóm dự án phát triển các sản phẩm, dự kiến gồm (*Phụ lục 6*):

+ Đề án Làng văn hóa du lịch huyện Chợ Lách cấp quốc gia.

+ Dự án phát triển chế biến các sản phẩm thịt bò (Ba Tri).

+ Dự án phát triển chế biến các sản phẩm nghêu (Ba Tri, Bình Đại, Thạnh Phú).

+ Dự án phát triển chế biến các sản phẩm tôm (Ba Tri, Bình Đại, Thạnh Phú).

+ Dự án phát triển các sản phẩm chế biến dứa hữu cơ (Bình Đại, Giồng Trôm, Mỏ Cà Nam, Thạnh Phú).

+ Dự án phát triển sản phẩm trái cây: bưởi da xanh, chôm chôm, nhãn, sầu riêng, măng cụt,...

Các dự án sẽ được nghiên cứu đề xuất và có kế hoạch triển khai cụ thể tùy theo điều kiện, nguồn lực của các địa phương.

- Nhóm dự án xây dựng Trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP

+ Trung tâm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP cấp tỉnh: nghiên cứu xây dựng 01 trung tâm OCOP cấp tỉnh phục vụ việc giới thiệu và bán các sản phẩm OCOP của Bến Tre và các tỉnh khác trong khu vực. Dự kiến sẽ xây dựng tại thành phố Bến Tre.

+ Hệ thống các trung tâm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP cấp huyện: từng bước xây dựng các Trung tâm OCOP gắn với các trung tâm thương mại, du lịch, dịch vụ của tỉnh. Dự kiến triển khai mẫu tại các huyện có thế mạnh về du lịch như Chợ Lách, Thạnh Phú, Bình Đại, Châu Thành...

+ Hệ thống các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP cấp xã: nghiên cứu xây dựng mới/nâng cấp các điểm bán hàng, giới thiệu sản phẩm OCOP gắn với các điểm sinh hoạt cộng đồng tại xã.

+ Dự án phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP Bến Tre: gồm các hoạt động xúc tiến phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP Bến Tre trên cả nước như trung tâm/điểm giới thiệu sản phẩm OCOP Bến Tre tại Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hà Nội và một số thành phố lớn nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

7. Tổng kết Chương trình

Tổng kết bài học kinh nghiệm, xây dựng giáo trình tập huấn và tổ chức đào tạo để mở rộng chương trình nhằm phát triển và thương mại hóa các sản phẩm truyền thống toàn tỉnh Bến Tre. Cụ thể các hoạt động sau cần triển khai:

- Giám sát, đánh giá và tổng kết bài học kinh nghiệm.

- Tổng hợp, cập nhật, hoàn thiện từ các giáo trình đào tạo tập huấn, kế hoạch hoạt động đã có để xây dựng giáo trình tập huấn phát triển OCOP (Hình thành và quản lý tổ chức kinh tế làng xã, phát triển sản phẩm, phát triển kinh doanh, v.v.).

- Xuất bản các sản phẩm nghiên cứu và kinh nghiệm phát triển Chương trình OCOP Bến Tre giai đoạn 2018 - 2020.

- Tổ chức hội thảo về Chương trình OCOP Bến Tre giai đoạn 2018 – 2020, định hướng 2030 nhằm chia sẻ các bài học kinh nghiệm và lấy ý kiến hoàn chỉnh kế hoạch hoạt động. Đồng thời xây dựng kế hoạch hoạt động Chương trình OCOP Bến Tre cho giai đoạn tiếp theo.

8. Nguồn vốn thực hiện

Tổng vốn dự kiến triển khai thực hiện: 267.090.150.000 đồng, trong đó:

- Vốn thực hiện Chương trình OCOP Bến Tre giai đoạn 2018 - 2020: 34.637.150.000 đồng (Phụ lục 5), trong đó:

+ Năm 2019: 18.038.550.000 đồng

+ Năm 2020: 16.598.600.000 đồng

- Dự kiến nguồn vốn xây dựng và triển khai các dự án, đề án thành phần: 232.453.000.000 đồng (Phụ lục 6)

Nguồn kinh phí:

- Nguồn kinh phí sự nghiệp các Chương trình MTQG xây dựng NTM và nguồn vốn lồng ghép từ các chương trình, dự án có nội dung liên quan (Dự án "Nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp nhỏ và tỉnh Bến Tre giai đoạn 2013-

2020”, Chương trình Đồng khởi khởi nghiệp và Phát triển doanh nghiệp tỉnh Bến Tre, Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bến Tre, v.v....)

- Nguồn khác :

+ Cộng đồng tự huy động;

+ Tài trợ của một số tổ chức trong và ngoài nước;

+ Các doanh nghiệp (ứng vốn theo chuỗi giá trị);

+ Vốn tín dụng ngân hàng;

....

Phần thứ ba
NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP CHỦ YẾU VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN
CHƯƠNG TRÌNH

I. Nhiệm vụ và giải pháp

1. Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức

Xác định đầy đủ nhiệm vụ và giải pháp quan trọng trong triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, hoạt động tuyên truyền cần được chú trọng thực hiện sâu, rộng và đa dạng với nhiều hình thức, với các đối tượng:

- Hệ thống chính quyền các cấp:

+ Chương trình OCOP Bến Tre có trong kế hoạch, nhiệm vụ trọng tâm của chính quyền địa phương để triển khai thực hiện lâu dài và thường xuyên.

+ Việc truyền thông được thực hiện dưới dạng hội nghị, hội thảo chuyên đề tại thời điểm khởi động Chương trình OCOP Bến Tre.

- Đối với Cộng đồng dân cư:

+ Thông tin, tuyên truyền nội dung Chương trình OCOP Bến Tre, chu trình OCOP, Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP, những thành tựu và kết quả thực hiện Chương trình; những gương điển hình tiên tiến và mô hình sản xuất tiêu biểu trong tổ chức sản xuất, phát triển thị trường, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật nâng cao giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm khu vực nông nghiệp, nông thôn.

+ Việc thông tin, tuyên truyền được thực hiện thường xuyên, liên tục qua hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng từ tỉnh đến cấp xã, thôn; trang tin điện tử của Chương trình OCOP Bến Tre, dưới dạng bản tin, chuyên đề, câu chuyện gắn với hình ảnh, khẩu hiệu cụ thể.

2. Công tác đào tạo nguồn nhân lực

a) Đối tượng đào tạo

- Cán bộ tham gia quản lý, điều hành Chương trình OCOP Bến Tre:

+ Đào tạo chuyên gia cấp tỉnh.

+ Đào tạo cán bộ quản lý cấp tỉnh, cấp huyện, xã.

- Các chủ thể sản xuất, lao động tại các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất,...

b) Nội dung đào tạo

Các nội dung đào tạo dựa theo bộ giáo trình chuẩn của Trung ương. Hàng năm, tỉnh tiến hành rà soát điều chỉnh theo nhu cầu thực tế của các đối tượng đào tạo.

- Các cán bộ tham gia quản lý, điều hành Chương trình OCOP sẽ được đào tạo các nội dung gồm:

+ Lý luận và thực tiễn về hình thành và tái cơ cấu các HTX/doanh nghiệp.

+ Nghiên cứu và phát triển sản phẩm.

+ Tổ chức sản xuất.

+ Xúc tiến thương mại.

+ Xây dựng “Mạng lưới Đối tác OCOP Bến Tre” với sự tham gia của các tổ chức OCOP, các đối tác (thu thập thông tin đối tác OCOP, phân tích, tổng hợp năng lực đối tác OCOP).

+ Tổ chức Hội nghị kết nối (chia sẻ thông tin, gặp gỡ, đàm phán, ký kết thỏa thuận, hợp đồng....).

Cơ quan thực hiện: Cơ quan phụ trách OCOP cấp tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Nhóm tư vấn.

4. Chính sách thực hiện

Rà soát các chính sách hiện hành về hỗ trợ phát triển sản xuất, phát triển du lịch, khoa học công nghệ, khuyến nông, khuyến công, xúc tiến thương mại, chương trình Đồng Khởi khởi nghiệp,... có thể áp dụng cho các chủ thể Chương trình OCOP Bến Tre để ban hành cẩm nang nhằm giúp cộng đồng dễ dàng tiếp cận các chính sách này.

Trên cơ sở rà soát các chính sách hiện có, tiến hành xây dựng và ban hành các chính sách mới hỗ trợ cho các chủ thể tham gia Chương trình OCOP Bến Tre đối với các lĩnh vực cần hỗ trợ để tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể phát triển sản xuất kinh doanh và đẩy mạnh phân phối, tiếp thị..., đặc biệt dành cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh, huyện.

Sử dụng nguồn kinh phí từ Chương trình OCOP Bến Tre hỗ trợ các chủ thể sản xuất kinh doanh tham gia Chương trình OCOP Bến Tre nâng cao năng lực quản lý tổ chức sản xuất (thông qua đào tạo, tập huấn, tư vấn trực tiếp,...), hoàn thiện/nâng cấp sản phẩm dịch vụ đạt tiêu chuẩn chất lượng cao, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, tiếp cận nguồn vốn để sản xuất, kinh doanh,...

II. Tổ chức thực hiện

1. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Chịu trách nhiệm chính trong việc triển khai thực hiện Chương trình trên địa bàn tỉnh, bao gồm những nội dung như sau:

- Xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre theo giai đoạn và hàng năm.

- Hướng dẫn UBND các huyện, thành phố xây dựng kế hoạch và triển khai Chương trình trên địa bàn.

- Chủ trì, phối hợp với đơn vị tư vấn và các cơ quan, đơn vị có liên quan tham mưu UBND tỉnh ban hành quy định về thành lập hệ thống chỉ đạo, điều hành thực hiện Chương trình OCOP từ tỉnh đến cơ sở; xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP đối với các sản phẩm chủ lực của tỉnh nhưng chưa có trong Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP quốc gia; tham mưu thành lập Hội đồng đánh giá, xếp hạng sản phẩm cấp tỉnh và tổ chức các kỳ đánh giá sản phẩm hằng năm.

- Chủ trì, phối hợp các cơ quan, đơn vị có liên quan tham mưu UBND tỉnh chỉ đạo triển khai các dự án thành phần của Chương trình; quy định cụ thể về nội dung hỗ trợ, mức hỗ trợ của từng nội dung, đối tượng được hỗ trợ, để khuyến khích phát triển sản phẩm OCOP; lồng ghép các hoạt động của Chương trình vào thực hiện Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp, các hoạt động nông – lâm – ngư nghiệp; hướng dẫn phát triển kinh tế hộ, kinh tế trang trại, hợp tác xã nông nghiệp.

- Phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính và các cơ quan, đơn vị có liên quan tham mưu UBND tỉnh bố trí, huy động nguồn lực thực hiện Chương trình OCOP Bến Tre.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan, UBND các huyện, thành phố tổ chức đánh giá, tổng kết thực hiện Đề án Chương trình OCOP tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018-2020, định hướng 2030; thường xuyên tổ chức kiểm tra, đánh giá thực hiện Chương trình để tổng hợp báo cáo về UBND tỉnh và các Bộ ngành Trung ương theo định kỳ hằng năm hoặc đột xuất khi có yêu cầu.

2. Các Sở, ngành tỉnh có liên quan

- Văn phòng Điều phối Chương trình xây dựng nông thôn mới tỉnh: phối hợp Sở Nông nghiệp và PTNT trong việc lồng ghép thực hiện Chương trình NTM và Chương trình OCOP; phối hợp với các cơ quan, đơn vị có liên quan thực hiện các nội dung tuyên truyền, đào tạo, tập huấn đối với các cán bộ thuộc Chương trình OCOP.

- Sở Công thương: tổ chức, quản lý, điều phối các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối tiêu thụ các sản phẩm OCOP (hội chợ, triển lãm,...); cập nhật thông tin thị trường trong nước và quốc tế liên quan đến sản phẩm OCOP; thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động thương mại đối với các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của tỉnh; phối hợp với Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch kết nối các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP với các hoạt động du lịch; hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể tham gia Chương trình OCOP tiếp cận nguồn vốn khuyến công.

- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch: hỗ trợ các tổ chức kinh tế, nhóm cộng đồng nghiên cứu phát triển, quảng bá các sản phẩm du lịch nông thôn trên cơ sở phát huy thế mạnh về địa danh, di tích văn hóa lịch sử, truyền thống văn hóa của dân tộc và đặc trưng của địa phương; hỗ trợ các địa phương phát triển làng văn hóa du lịch; hướng dẫn các địa phương, các chủ thể OCOP xây dựng câu chuyện sản phẩm OCOP; quảng bá, xúc tiến mở rộng các tour, tuyến du lịch kết nối với các vùng sản xuất và các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP; chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan triển khai thực hiện các dự án, đề án thành phần gắn với hoạt động du lịch, trong đó có Đề án Làng Văn hóa Du lịch huyện Chợ Lách.

- Sở Khoa học và Công nghệ: chủ trì, phối hợp với các sở ngành, địa phương hướng dẫn, hỗ trợ các tổ chức OCOP thiết kế sản phẩm, đăng ký, xác lập quyền sở hữu trí tuệ; hướng dẫn ghi nhãn hàng hóa, đăng ký mã số, mã vạch, công bố chất lượng sản phẩm OCOP; hỗ trợ các tổ chức kinh tế, cộng đồng đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ trong phát triển sản xuất các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

- Sở Lao động, Thương binh và Xã hội: chủ trì, phối hợp với Sở Nông nghiệp và PTNT, UBND các huyện, thành phố, các trường, cơ sở đào tạo nghề xây dựng và triển khai kế hoạch tổ chức các lớp tập huấn, đào tạo nghề cho các chủ thể tham gia Chương trình OCOP của tỉnh.

- Sở Kế hoạch và Đầu tư: lồng ghép các nội dung của Chương trình vào quy hoạch tổng thể, kế hoạch hằng năm; phối hợp với Sở Tài chính lập dự toán ngân sách và phân bổ ngân sách theo quy định; lồng ghép các hoạt động của Chương trình Khởi nghiệp và Phát triển doanh nghiệp để hỗ trợ Chương trình OCOP.

- Sở Nội vụ: phối hợp với Sở Nông nghiệp và PTNT và các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu UBND tỉnh thành lập hệ thống chỉ đạo, điều hành, thực hiện Chương trình

OCOP từ tỉnh đến cơ sở, trên tinh thần sắp xếp, bố trí nhân lực hợp lý, không tăng biên chế ở các cấp.

- **Sở Tài nguyên và Môi trường:** chủ trì, phối hợp với các sở, ngành và địa phương bố trí quỹ đất phục vụ xây dựng các trung tâm, điểm bán hàng và giới thiệu sản phẩm OCOP; giám sát, hỗ trợ, hướng dẫn các đơn vị sản xuất, kinh doanh, các khu du lịch, dịch vụ thực hiện đúng quy định các hoạt động liên quan đến môi trường.

- **Sở Y tế:** hỗ trợ các tổ chức kinh tế, hộ sản xuất thực hiện các quy trình liên quan đến an toàn thực phẩm, công bố chất lượng sản phẩm; đánh giá các sản phẩm thuộc phạm vi quản lý của ngành y tế.

- **Sở Thông tin và Truyền thông:** chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành liên quan triển khai các hoạt động tuyên truyền về Chương trình OCOP; nghiên cứu xây dựng website về Chương trình OCOP.

- **Sở Tài chính:** tham mưu UBND tỉnh cân đối, bố trí vốn cho các hoạt động của Chương trình theo quy định; hỗ trợ, hướng dẫn các tổ chức kinh tế hình thành trong Chương trình về nghiệp vụ, chế độ quản lý tài chính.

- **Liên minh HTX:** Hỗ trợ các nhóm hộ gia đình, tổ hợp tác tham gia OCOP hình thành và phát triển hợp tác xã; tuyên truyền, tập huấn, hướng dẫn, hỗ trợ các hợp tác xã tham gia Chương trình OCOP.

- **Ngân hàng Nhà nước chi nhánh tỉnh:** hỗ trợ doanh nghiệp, HTX, hộ sản xuất tiếp cận nguồn vốn vay để tổ chức sản xuất.

- **Các cơ quan truyền thông, báo chí:** đẩy mạnh công tác đưa tin, bài, hình ảnh tích cực về Chương trình OCOP để tuyên truyền và quảng bá về Chương trình.

- **Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các Hội, Đoàn thể từ tỉnh đến cơ sở:** đẩy mạnh công tác vận động, tuyên truyền hội viên và nhân dân đồng thuận và tích cực tham gia thực hiện Chương trình.

3. Ủy ban nhân dân cấp huyện

- Chỉ đạo các cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách xây dựng kế hoạch cụ thể và tổ chức thực hiện có hiệu quả Chương trình trên địa bàn theo hướng có trọng tâm trọng điểm, trong đó ưu tiên phát triển các nhóm sản phẩm chủ lực, có lợi thế và phát triển du lịch ở nông thôn; hướng dẫn, chỉ đạo cấp xã triển khai thực hiện Chương trình theo Kế hoạch của UBND cấp huyện; thực hiện công tác kiểm tra, giám sát trên địa bàn để kịp thời xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện và hỗ trợ các tổ chức kinh tế, cơ sở, hộ sản xuất sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

- Thành lập Hội đồng đánh giá, xếp loại sản phẩm OCOP cấp huyện; tổ chức cuộc thi đánh giá và xếp hạng sản phẩm cấp huyện để chọn sản phẩm thi đánh giá và xếp hạng cấp tỉnh.

- Bố trí, lồng ghép các nguồn ngân sách địa phương và huy động các nguồn lực hợp pháp để triển khai thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn.

- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về Chương trình OCOP và vận động, khuyến khích các thành phần kinh tế, hộ gia đình, người dân tại địa phương tham gia Chương trình.

4. Ủy ban nhân dân cấp xã

- Triển khai thực hiện có hiệu quả Chương trình trên địa bàn quản lý.
- Tuyên truyền, vận động các tổ chức kinh tế, hộ gia đình, nhân dân trên địa bàn tích cực tham gia Chương trình.
- Tổng hợp ý tưởng sản xuất, kinh doanh sản phẩm của các tổ chức kinh tế, hộ gia đình trình cơ quan cấp huyện đánh giá, lựa chọn.
- Hỗ trợ các tổ chức kinh tế, hộ gia đình triển khai thực hiện sản xuất kinh doanh trên ý tưởng được lựa chọn.

Phần thứ tư
TÁC ĐỘNG, HIỆU QUẢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM TỈNH
BẾN TRE

I. Tác động của Chương trình OCOP

Việc triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã Một sản phẩm tỉnh Bến Tre có ý nghĩa quan trọng trong tiến trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh nói chung và khu vực nông thôn nói riêng, nhằm khai thác hiệu quả hơn tiềm năng, thế mạnh của mỗi địa phương, phát triển sản phẩm có chất lượng theo đúng quy chuẩn, tăng khả năng cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Đồng thời, thay đổi tập quán sản xuất lạc hậu, manh mún; khơi dậy và phát huy tinh thần tự lực, tự tin, sáng tạo khởi nghiệp của người dân, hướng người dân vào kinh tế thị trường, thúc đẩy phát triển sản xuất khu vực nông thôn.

Chương trình giúp người dân nâng cao trình độ nhận thức, từng bước tiếp cận và ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến vào sản xuất, nắm bắt tốt thông tin thị trường, từ đó quyết định lựa chọn và phát triển các sản phẩm đảm bảo chất lượng tốt theo quy chuẩn để tăng lợi thế cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu của thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Thông qua việc phát triển sản xuất các sản phẩm chủ lực, đặc trưng, tiềm năng tại địa bàn nông thôn góp phần tạo công ăn việc làm, hạn chế di cư từ nông thôn ra thành thị, từng bước đưa kinh tế khu vực nông thôn của tỉnh phát triển theo chiều sâu và bền vững, thu hẹp dần khoảng cách giữa người giàu và người nghèo.

II. Hiệu quả của Chương trình OCOP

1. Hiệu quả về kinh tế

- Chương trình là giải pháp thiết thực, hiệu quả để cơ cấu lại và phát triển kinh tế nông thôn, thúc đẩy phát triển hàng hóa nông nghiệp, phát triển tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ ở nông thôn.

- Xây dựng một cách có chiến lược kế hoạch phát triển sản phẩm nông nghiệp chủ lực của tỉnh.

- 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 và môi trường

- Giải quyết lao động, tạo ra công ăn việc làm ở khu vực nông thôn.

- Tạo ra nhiều sản phẩm đặc trưng đậm nét văn hóa đặc trưng của địa phương, góp phần phục hồi và phát triển một số sản phẩm truyền thống.

- Thu hút lao động và nguồn vốn đầu tư về khu vực nông thôn, giúp xây dựng NTM bền vững và ngày càng phát triển.

Phụ lục 01: Danh sách sản phẩm OCOP điều tra sơ bộ năm 2018

| Nhóm | Nhóm sản phẩm | Loại hình | Lĩnh vực | Số lượng | Sản phẩm |
|---|---------------|--|------------------------|----------|---|
| I | Thực phẩm | 1.1. Thực phẩm tươi sống | Trồng trọt | 35 | - Bưởi da xanh, Bưởi Năm Roi, Chôm Chôm Java, Chôm Chôm nhãn, Chôm Chôm Thái, Dừa nguyên trái, Dừa gọt bọc màng co, Sầu riêng, Mận, Chuối Xiêm, Chuối Già, Chuối sáp, Dâu, Bòn bon, Mãng cụt, Nhãn, Xoài Cát Chu, Xoài Hòa Lộc, Xoài Tứ quý, Cam xanh, Cam xoàn, Sơ ri, Ói, Mít, Đu đủ, Dưa bầu |
| | | | | | - Nấm Bào ngư tươi, Nấm bào ngư khô, Nấm rom, Nấm Mối, |
| | | | | | - Củ hủ Dừa, |
| | | | | | - Rau Sâm biển, |
| | | | | | - Rau xanh (Rau mâm, rau niêm, rau muống, cải bẹ xanh, mồng toi, khổ qua, đậu rồng, giá đỗ, mướp) |
| | | | - Gạo, đậu phộng, sắn. | | |
| | | | Chăn nuôi | 6 | - Thịt bò, Thịt heo, Thịt dê, Thịt gà, Mật ong, Dê thịt; |
| | | | Thủy sản | 24 | - Hào, Nghêu, Sò, Ốc gạo, Ốc Hương, Ốc mỡ, Ba Khía |
| | | | | | - Cá Tra |
| | | | | | - Cá nước ngọt: |
| - Cá biển: Cá bò, Cá chêm, Cá Ngát, Cá Nâu, Cá Thòi Lòi, Cá đối, cá Phi, Cá Chim trắng, Cá bóng Cát,... | | | | | |
| - Cua biển, Ghe, tôm tít, Mực tươi, Tôm sú, Tôm thẻ chân trắng, Tôm càng xanh | | | | | |
| Chế biến từ gạo, ngũ cốc | 21 | - Bánh lá dừa, Bánh in, Bánh trắng rế | | | |
| | | - Bánh phồng gạo, Bánh phồng sữa sầu riêng, Bánh phồng sữa gừng, Bánh phồng sữa lá dứa, Bánh phồng nếp, Bánh phồng sữa, Bánh phồng sữa đậu xanh, Bánh phồng chuối. | | | |
| | | - Bánh trắng chay, Bánh trắng không mè, Bánh trắng có mè, Bánh trắng sữa, Bánh trắng gừng, Bánh trắng lạp xương, Bánh trắng tôm khô. | | | |
| - Bánh tai heo, Bánh đường, Bánh hạt nhãn | | | | | |
| Chế biến từ rau, củ, quả | 39 | - Kẹo chuối, Kẹo dừa, Kẹo dừa dứa sữa, Kẹo dừa đậu phộng, Kẹo me, | | | |
| | | - Mứt dừa, Mứt tắc, Mứt gừng, Mứt vỏ bưởi, Mứt chôm chôm | | | |
| | | - Cơm dừa nạo sấy, Đường dừa, Cháo dừa, Dầu ăn từ dừa, Đánh dừa, Phô mai từ dừa, Kem dừa, Sữa dừa, Bột sữa dừa, Bơ dừa, Dừa sấy giòn, Thạch dừa, Nước cốt dừa, Rau câu dừa | | | |

| Nhóm | Nhóm sản phẩm | Loại hình | Lĩnh vực | Số lượng | Sản phẩm |
|------|----------------|-------------------------|-----------------------|----------|--|
| | | 1.2. Thực phẩm chế biến | | | - Bột ca cao, Socola, Bột lá sâm, Chanh muối, Tắc muối, Khoai lang chiên, Đậu phộng da cá, <u>Đậu phộng da cá muối ớt, Tương hạt,</u> - Xoài sấy, Nhân sấy, Chôm chôm sấy, Chanh dây sấy, Mít sấy, Chuối sấy |
| | | | Chế biến từ thủy sản | 27 | - Cá lù đù 1 nắng, Khô cá lù đù mặn, Khô cá chỉ vàng, Khô cá chình mỡ, Khô tôm tích, Khô cá mai, Khô cá mòi, Khô cá ngát, Khô cá nục, Khô cá đồng, Khô cá phèn, Khô cá Bông lau, Khô cá lưỡi trâu, Khô cá đuối đen, Khô cá khoai, Cá hộp, - Tôm khô biển, Tôm khô đất, Khô mực nang, Khô mực ống, Tép rang dừa, - Chả cá, Ruột nghêu đông lạnh, Thịt ghe, , - Mắm ba khía |
| | | | Tương, mắm, gia vị | 10 | Nước màu dừa, Mắm tép, Muối thô, Muối tôm, Muối lọt, Tương hạt Mắm ruốc, Mắm đậu, Mắm sa tế |
| | | | Chế biến từ chăn nuôi | 12 | Chả lụa, Chả hoa, Giò sống, Thịt nguội, Nem thịt, Lạp xưởng, Giò heo muối, Hột Vịt muối Khô bò, Chả bò Yến thô, Yến tinh |
| II | Đồ uống | 2.1. Có cồn | | 13 | Rượu Linh chi, Rượu khổ qua, Rượu Cà cọt, Rượu Minh Phong, Rượu Phú Lễ, Rượu Ca cao, Rượu Bình Phú, Rượu Phú Quý, Rượu nếp, Rượu dừa, Rượu ngâm ủ, Sữa dừa uống, Nước dừa tươi, |
| | | 2.2. Không cồn | | 4 | Bột sa sâm, Trà sa sâm, Trà túi lọc sa sâm, Sa sâm Việt sữa |
| III | Vải và may mặc | Không có | | | |
| IV | Thảo dược | | | 14 | Dầu dừa, Dầu Massage từ dừa, Mascara dưỡng mi từ dừa, Kem dưỡng da từ dừa, Kem chống nắng từ dừa, Dầu gội từ dừa, Sữa tắm từ dừa, Mặt nạ dừa, Son dừa, Xà phòng dừa, Sữa rửa tay từ dừa Nấm linh chi đỏ, Nấm hồng chi Nhang sinh học, |

| Nhóm | Nhóm sản phẩm | Loại hình | Lĩnh vực | Số lượng | Sản phẩm |
|-------------|---------------------------------|-----------|----------|------------|---|
| V | Lưu niệm - nội thất - trang trí | | | 46 | <ul style="list-style-type: none"> - Chiếu - Thủ công mỹ nghệ từ dừa (Mô hình thuyền buồm từ dừa, Vi tiền từ dừa, Lãng hoa, Đồ chơi trẻ em từ dừa, Gạt tăng thuốc từ dừa, Luột từ dừa, Ly uống nước từ dừa, Bình hoa từ thân cây dừa, Trang sức từ dừa, Nón dừa, Nhà từ lá dừa, Móc khóa từ dừa, Xơ dừa ép thành châu, Nón làm từ xơ dừa, Hộp đựng mỹ phẩm từ dừa, Gào nước từ dừa, Maxa chân từ dừa, Kiếng soi từ dừa, Giỏ cắm hoa từ dừa, Muống dừa, Thớt từ dừa, Đèn bàn từ dừa, Đồng hồ từ dừa, Lọ đựng tăm từ dừa, Túi xách tay từ dừa, Con thú trang trí từ dừa, Bình ủ ấm trà từ dừa, Bộ tách dừa, Đũa dừa,) - Kèm kéo. - Máy tre đan, Thảm sơ dừa, Đan Đất, Dừa Phú Quý, Chi sơ dừa, Giỏ cọng dừa, Chổi cọng dừa Gạch gáo dừa, Chậu cây cảnh, Bộ kềm, Lu chứa nước, Cắm dừa, Mụn dừa, Lưới sơ dừa, |
| VI | Du lịch, dịch vụ | | | 7 | Du lịch sinh thái, Homstay, Du lịch biển, Du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, Du lịch rừng ngập mặn, Du lịch tâm linh |
| VII | Khác | | | 7 | <ul style="list-style-type: none"> Cây giồng, Hoa kiếng, Phân hữu cơ, Gà nòi chơi, Than hoạt tính, Than dừa, |
| TỔNG | | | | 265 | |

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chỉ tiêu cảm quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 3 | Thực phẩm | Sản phẩm thô và sơ chế | Tôm lúa | HTX lúa tôm Thanh Phú | HTX | 6 | 1 | 9 | 0 | 3 | 12 | 3 | 3 | 37 | 2 |
| 4 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Com dừa | HTX Dừa Phú Nông | HTX | 11 | 4 | 8 | 4 | 1 | 10 | 2 | 1 | 41 | 2 |
| 5 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Thạch dừa | HTX Dừa Phú Nông | HTX | 11 | 4 | 8 | 4 | 1 | 10 | 2 | 1 | 41 | 2 |
| 6 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Cá một nắng | Cơ sở chế biến Thủy sản Lượng Thị Chung (GECOSEX CHUNG) | Doanh nghiệp | 10 | 4 | 2 | 5 | 0 | 11 | 3 | 3 | 38 | 2 |
| 7 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Tép rang dừa | HTX Tép rang dừa Mỹ Hưng | HTX | 9 | 7 | 2 | 5 | 0 | 4 | 1 | 3 | 31 | 2 |
| 8 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Bánh dừa Giồng Luông | Hộ gia đình ông Huỳnh Văn Tư | HTX | 10 | 1 | 2 | 4 | 2 | 11 | 0 | 3 | 33 | 2 |
| 9 | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Lưu niệm - Nội thất-Trang trí | Chổi cọng dừa | THT Bó chổi Mỹ An | THT | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 16 | - | 3 | 36 | 2 |
| 10 | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Du lịch trải nghiệm cộng đồng | Tổ hợp tác du lịch cộng đồng Thạnh Phú | THT | 1 | 4 | 4 | 9 | 1 | 8 | 13 | - | 40 | 2 |
| 11 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Xoài tứ quý | Hộ gia đình ông Huỳnh Ngọc Lộc | Hộ tư nhân | 6 | 0 | 2 | 1 | 0 | 13 | 2 | 3 | 27 | 1 |

MỎ CÂY NAM

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chỉ tiêu cảm quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|---|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 1 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Lưu niệm - Nội thất - Trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Thanh Liêm | Hộ tư nhân | 11 | 9 | 4 | 10 | 5 | 29 | - | 5 | 73 | 4 |
| 2 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Trang trí nội thất - lưu niệm | Thảm xơ dừa | Công ty cổ phần tư nhân Hưng Long | Doanh nghiệp | 13 | 9 | 5 | 15 | 4 | 23 | - | 5 | 74 | 4 |
| 3 | Thảo dược | Thảo dược | Dầu dừa | Dầu dừa Pha Lê | Doanh nghiệp | 11 | 8 | 4 | 15 | 3 | 20 | 6 | 5 | 72 | 4 |
| 4 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Lưu niệm - Nội thất - Trang trí | Thủ công mỹ nghệ | DN ITV Cao Hoàng Đạt | Doanh nghiệp | 9 | 9 | 4 | 8 | 3 | 26 | - | 5 | 64 | 3 |
| 5 | Thảo dược | Thảo dược | Nhang sinh học | Công ty TNHH sản xuất thương mại sản phẩm sạch Thiên Phúc | Doanh nghiệp | 8 | 11 | 3 | 8 | 10 | 15 | 8 | 5 | 68 | 3 |

MO CÂY BẮC

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------|---------------------------------|---------------|-------------------------|--------------|----|---|---|---|---|----|---|---|----|---|
| 1 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Bưởi da xanh | Tư nhân | Hộ tư nhân | 13 | 5 | 2 | 3 | 1 | 8 | 9 | 5 | 46 | 2 |
| 2 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Lưu niệm - Nội thất - Trang trí | Chổi cọ dừa | Chổi dừa | Hộ tư nhân | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 18 | - | 3 | 38 | 2 |
| 3 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Lưu niệm - Nội thất - Trang trí | Chi sơ dừa | Chi sơ dừa | Hộ tư nhân | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 16 | - | 5 | 38 | 2 |
| 4 | Lưu niệm - nội thất - trang trí | Khác | Cây Hoa kiếng | Cây hoa kiếng Ngọc Vinh | Hộ làng nghề | 8 | 1 | 2 | 5 | 1 | 24 | - | 5 | 46 | 2 |

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chỉ tiêu cam quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-------------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------|---|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 5 | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Khác | Cây giống | Cây giống Cái Môn | Hộ làng nghề | 8 | 0 | 2 | 3 | 1 | 18 | - | 3 | 35 | 2 |
| 6 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Kẹo dừa | Cơ sở sản xuất bánh kẹo Duy Thanh | Hộ tư nhân | 11 | 3 | 2 | 3 | 0 | 6 | - | 1 | 26 | 1 |
| GIÒNG TRÒM | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Đồ uống | Đồ uống có cồn | Rượu Cà Cọp | Công ty TNHH MTV Gia Thái | Hộ làng nghề | 10 | 12 | 5 | 13 | 6 | 22 | 8 | 5 | 81 | 4 |
| 2 | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Du lịch vườn Xoài | Công ty TNHH - TM-DV - Du lịch Du Thuyền Xoài | Doanh nghiệp | 6 | 8 | 7 | 15 | 3 | 16 | 20 | n.a | 75 | 4 |
| 3 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Bưởi da xanh | HTX bưởi da xanh Lương Phú | HTX | 11 | 5 | 10 | 7 | 3 | 17 | 8 | 5 | 66 | 3 |
| 4 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Bánh phồng | Làng nghề bánh phồng xã Sơn Đốc | Hộ làng nghề | 10 | 8 | 7 | 5 | 3 | 15 | 1 | 3 | 52 | 3 |
| 5 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Bánh tráng | HTX Bánh Tráng Mỹ Lăng | Doanh nghiệp | 10 | 8 | 4 | 5 | 3 | 17 | 1 | 3 | 51 | 3 |
| 6 | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ - Trang trí | Kèm Liềm | Cơ sở Kèm Nguyễn Thanh Liềm | Hộ tư nhân | 7 | 8 | 2 | 4 | 3 | 26 | - | 5 | 55 | 3 |
| 7 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Bưởi da xanh | Chú Tô Văn Cầu - | Hộ tư nhân | 9 | 5 | 3 | 0 | 1 | 13 | 1 | 3 | 35 | 2 |
| 8 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Dừa xiêm xanh | THT dừa xiêm xanh xã Phong Mỹ | THT | 9 | 5 | 4 | 0 | 1 | 16 | 1 | 3 | 39 | 2 |

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chi tiêu cam quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 9 | Thực phẩm | Sản phẩm thô và sơ chế | Tôm càng xanh | THT tôm càng xanh Lương Phú | THT | 7 | 5 | 4 | 0 | 1 | 14 | 1 | 3 | 35 | 2 |
| 10 | Lưu niệm- nội thất- trang trí | Thủ công mỹ nghệ - Trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Trang Dung | Hộ tư nhân | 8 | 6 | 2 | 2 | 3 | 16 | - | 3 | 40 | 2 |
| 11 | Lưu niệm- nội thất- trang trí | Thủ công mỹ nghệ - Trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Mộc Nghệ Quang | Hộ tư nhân | 7 | 6 | 2 | 2 | 3 | 22 | - | 3 | 45 | 2 |
| 12 | Lưu niệm- nội thất- trang trí | Lưu niệm - Nội thất- Trang trí | Giỏ cộng dừa | Làng nghề Phước Long | Hộ làng nghề | 8 | 3 | 2 | 5 | 3 | 23 | - | 3 | 47 | 2 |
| 13 | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Homestay, du lịch sinh | Nam Binh homstay | Hộ tư nhân | 1 | 8 | 4 | 7 | 1 | 10 | 4 | - | 35 | 2 |

CHỢ LÁCH

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|--------------------|---------------|---------------------------------------|--------------|----|----|---|---|---|----|---|---|----|---|
| 1 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Nấm bào ngư | Hộ tư nhân | Hộ tư nhân | 16 | 7 | 4 | 9 | 5 | 21 | 8 | 3 | 73 | 4 |
| 2 | Đồ uống | Đồ uống có cồn | Rượu Linh chi | Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Nấm Tấn Bửu | Doanh nghiệp | 14 | 11 | 4 | 9 | 5 | 22 | 5 | 5 | 75 | 4 |
| 3 | Thảo dược | Thảo dược | Nấm linh chi | Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Nấm Tấn Bửu | Doanh nghiệp | 13 | 11 | 4 | 9 | 5 | 25 | 5 | 5 | 77 | 4 |

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chi tiêu cam quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|-----------------------------|--------------------|--------------|---|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 4 | Khác | Khác | Gà Nòi | Tổ liên kết sản xuất - kinh doanh gà nòi Vĩnh Hòa | THT | 11 | 5 | 2 | 3 | 5 | 24 | 0 | 0 | 50 | 3 |
| 5 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Măng cụt | Tổ hợp tác sản xuất măng cụt | THT | 13 | 5 | 2 | 3 | 1 | 8 | 2 | 3 | 37 | 2 |
| 6 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Sầu riêng | Tổ hợp tác sản xuất sầu riêng | THT | 13 | 5 | 2 | 3 | 1 | 8 | 2 | 3 | 37 | 2 |
| 7 | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Khác | Hoa kiếng | Vườn Mai Hoàng Trọng | Hộ làng nghề | 8 | 3 | 2 | 3 | 1 | 21 | - | 3 | 41 | 2 |
| 8 | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Du lịch sinh | Cơ sở Năm Hiền | Hộ tư nhân | 1 | 4 | 4 | 2 | 5 | 13 | 14 | 0 | 43 | 2 |
| 9 | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Du lịch sinh | Cơ sở Nguyễn Gia | Hộ tư nhân | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 14 | 0 | 46 | 2 |

CHAU THANH

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|--------------------|-------------------------|--------------------------------------|--------------|----|----|---|----|---|----|----|---|----|---|
| 1 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Cơm dừa nạo sấy | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | 14 | 12 | 5 | 15 | 5 | 23 | 10 | 5 | 89 | 4 |
| 2 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Bột dừa | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | 14 | 12 | 5 | 15 | 5 | 23 | 10 | 5 | 89 | 4 |
| 3 | Đồ uống | Đồ uống không cồn | Nước dừa hương trái cây | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | 14 | 12 | 5 | 15 | 3 | 23 | 10 | 5 | 87 | 4 |
| 4 | Đồ uống | Đồ uống không cồn | Nước dừa nguyên chất | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | 14 | 12 | 5 | 15 | 3 | 23 | 10 | 5 | 87 | 4 |

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tô chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chỉ tiêu cảm quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|--|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 5 | Thảo dược | Thảo dược | Dầu dừa nguyên chất | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | 14 | 12 | 5 | 15 | 3 | 23 | 10 | 5 | 87 | 4 |
| 6 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Bưởi da xanh | HTX Bưởi da xanh Quới Sơn | HTX | 14 | 5 | 11 | 9 | 1 | 10 | 9 | 5 | 64 | 3 |
| 7 | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ - Trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Nhóm sản xuất Áp Tôn Vinh, xã Tân Thạch, huyện Châu Thành, Bến Tre | THT | 9 | 1 | 2 | 5 | 3 | 27 | - | 5 | 52 | 3 |
| 8 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Sầu riêng | THT Sầu riêng Tân Phú | THT | 10 | 1 | 4 | 4 | 3 | 16 | 2 | 3 | 43 | 2 |
| 9 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Kẹo chuối | Tổ hợp tác sầu riêng Tân Phú. | THT | 8 | 3 | 4 | 2 | 0 | 10 | 0 | 1 | 28 | 1 |

BÌNH ĐẠI

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|--------------------|-------------|-------------------------------|--------------|----|---|---|---|---|----|---|---|----|---|
| 1 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Dừa hữu cơ | HTX Vang Quới Đông | HTX | 10 | 1 | 9 | 1 | 1 | 14 | 2 | 1 | 39 | 2 |
| 2 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Tôm khô | Cơ sở sản xuất Tôm khô Diêm | Hộ làng nghề | 9 | 3 | 2 | 4 | 0 | 13 | 0 | 3 | 34 | 2 |
| 3 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Cá khô mặn | Hộ gia đình ông Bùi Minh Hồng | Hộ tư nhân | 10 | 5 | 2 | 4 | 3 | 14 | 2 | 3 | 43 | 2 |
| 4 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Mắm ba khía | Hộ gia đình bà Phạm Thị Được | Hộ tư nhân | 9 | 1 | 2 | 1 | 1 | 12 | 0 | 1 | 27 | 1 |

BÀ TRỊ

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|--------------------|-------------|---|--------------|----|---|---|---|---|----|---|---|----|---|
| 1 | Thực phẩm | Nông sản tươi sống | Rau an toàn | Công ty TNHH Sản xuất - Thương mại - Dịch vụ Việt Tâm | Doanh nghiệp | 14 | 3 | 4 | 9 | 0 | 12 | 8 | 3 | 53 | 3 |
|---|-----------|--------------------|-------------|---|--------------|----|---|---|---|---|----|---|---|----|---|

| STT | Nhóm | Phân nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | 1. Tổ chức sản xuất | 2. Phát triển sản phẩm | 3. Sức mạnh cộng đồng | 4. Tiếp thị | 5. Câu chuyện sản phẩm | 6. Chỉ tiêu cảm quan | 7. Hồ sơ chất lượng sản phẩm | 8. Cơ hội thị trường | Tổng điểm | Xếp hạng sao tiềm năng |
|-----|-----------|--------------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| 2 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Muối ớt | Cơ sở Kim Thy | Hộ tư nhân | 10 | 3 | 2 | 2 | 0 | 12 | 3 | 1 | 33 | 2 |
| 3 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Cá khô | Làng nghề cá khô An Thủy | Hộ làng nghề | 7 | 5 | 1 | 1 | 1 | 11 | 1 | 3 | 30 | 2 |
| 4 | Thực phẩm | Thực phẩm tiện lợi | Bánh phồng | Làng nghề Phú Ngãi | Hộ làng nghề | 9 | 5 | 4 | 2 | 1 | 11 | 1 | 3 | 36 | 2 |
| 5 | Đồ uống | Đồ uống có cồn | Rượu Áp Sanh, rượu Phú Lễ | HTX rượu nếp truyền thống Phú Lễ | Hộ làng nghề | 9 | 5 | 3 | 1 | 3 | 18 | 1 | 3 | 43 | 2 |

**Phụ lục 03: Danh mục sản phẩm hàng hóa / dịch vụ hiện có dự kiến lựa chọn nâng cấp,
hoàn thiện trong chương trình OCOP**

| STT | | Huyện | Nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | Ghi chú |
|-----|-----|-------------|-----------------------------|-----------------------------|---|-------------------|---------|
| 1 | 1.1 | TP. Bến Tre | Thực phẩm | Bưởi da xanh | HTX Bưởi da xanh Mỹ Thạnh An | HTX | |
| 2 | 1.2 | TP. Bến Tre | Thực phẩm | Mứt dừa | Mứt dừa Hữu Nghị (Năm Thiện) | Hộ tư nhân | |
| 3 | 1.3 | TP. Bến Tre | Thảo dược | Mật nạ dừa | Công ty TNHH Chế biến sản phẩm dừa Cửu Long | Doanh nghiệp | |
| 4 | 1.4 | TP. Bến Tre | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở thủ công mỹ nghệ Trường Ngân | Hộ tư nhân | |
| 5 | 1.5 | TP. Bến Tre | Dịch vụ du lịch | Homestay, du lịch sinh thái | Hai Hồ Homestay | Hộ tư nhân | |
| 6 | 1.6 | TP. Bến Tre | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Khu du lịch sinh thái Lan Vương | Doanh nghiệp | |
| 7 | 2.1 | Ba Tri | Thực phẩm | Rau an toàn | Công ty TNHH Sản xuất - Thương mại - Dịch vụ Việt Tâm | Doanh nghiệp | |
| 8 | 2.2 | Ba Tri | Thực phẩm | Thịt bò | | | |
| 9 | 2.3 | Ba Tri | Thực phẩm | Cá khô | Làng nghề cá khô An Thù | Hộ làng nghề | |
| 10 | 2.4 | Ba Tri | Thực phẩm | Tôm khô | | | |
| 11 | 2.5 | Ba Tri | Thực phẩm | Muối ớt | Cơ sở Kim Thy | Hộ tư nhân | |
| 12 | 2.6 | Ba Tri | Thực phẩm | Bánh phồng | Làng nghề Phú Ngãi | Hộ làng nghề | |
| 13 | 2.7 | Ba Tri | Đồ uống | Rượu Ấp Sanh, rượu Phú Lễ | HTX rượu nếp truyền thống Phú Lễ | Hộ làng nghề | |
| 14 | 3.1 | Bình Đại | Thực phẩm | Mứt dừa hữu cơ | HTX Vang Quới Đông | HTX | |
| 15 | 3.2 | Bình Đại | Thực phẩm | Nhãn | THT nhãn VietGAP Long Hòa | THT | |
| 16 | 3.3 | Bình Đại | Thực phẩm | Cá khô mặn | Làng nghề Bình Thắng | Làng nghề | |
| 17 | 3.4 | Bình Đại | Thực phẩm | Mắm ba khía | Hộ gia đình bà Phạm Thị Được | Hộ tư nhân | |
| 18 | 3.5 | Bình Đại | Thực phẩm | Tôm khô | Cơ sở sản xuất Tôm khô Diễm | Hộ làng nghề | |
| 19 | 3.6 | Bình Đại | Thực phẩm | Nghêu hấp | Doanh nghiệp Võ Thành Hiệp | Doanh nghiệp | |
| 20 | 4.1 | Châu Thành | Thực phẩm | Sản phẩm chế biến từ dừa | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | |
| 21 | 4.2 | Châu Thành | Thực phẩm | Bưởi da xanh | HTX Bưởi da xanh Quới Sơn | HTX | |
| 22 | 4.3 | Châu Thành | Thực phẩm | Sầu riêng | THT Sầu riêng Tân Phú | THT | |
| 23 | 4.4 | Châu Thành | Thực phẩm | Kẹo chuối | Tổ hợp tác sầu riêng Tân Phú | THT | |
| 24 | 4.5 | Châu Thành | Thực phẩm | Nem chay Phú Đức | | | |
| 25 | 4.6 | Châu Thành | Đồ uống | Nước dừa | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | |
| 26 | 4.7 | Châu Thành | Thảo dược | Dầu dừa nguyên chất | Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới | Doanh nghiệp | |

| STT | | Huyện | Nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | Ghi chú |
|-----|------|------------|-----------------------------|-----------------------------|--|-------------------|---------|
| 27 | 4.8 | Châu Thành | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Nhóm sản xuất Ấp Tôn Vinh, xã Tân Thạch, huyện Châu Thành, Bến Tre | THT | |
| 28 | 4.9 | Châu Thành | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái Sông Tiền | Cơ sở | | |
| 29 | 5.1 | Chợ Lách | Thực phẩm | Chôm chôm | Cơ sở | | |
| 30 | 5.2 | Chợ Lách | Thực phẩm | Măng cụt | Tổ hợp tác sản xuất măng cụt | THT | |
| 31 | 5.3 | Chợ Lách | Thực phẩm | Sầu riêng | Tổ hợp tác sản xuất sầu riêng | THT | |
| 32 | 5.4 | Chợ Lách | Thực phẩm | Nấm bào ngư | Hộ tư nhân | Hộ tư nhân | |
| 33 | 5.5 | Chợ Lách | Đồ uống | Rượu Linh chi | Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Nấm Tán Bửu | Doanh nghiệp | |
| 34 | 5.6 | Chợ Lách | Thảo dược | Nấm linh chi | Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Nấm Tán Bửu | Doanh nghiệp | |
| 35 | 5.7 | Chợ Lách | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Bội kẽm | Xã Hòa Nghĩa, xã Long Thới | Cơ sở tư nhân | |
| 36 | 5.8 | Chợ Lách | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Lá kiếng | Doanh nghiệp Tư nhân Thanh Lá nghệ thuật | Doanh nghiệp | |
| 37 | 5.9 | Chợ Lách | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái | Cơ sở Năm Hiền, Cơ sở Nguyễn Gia, Bảy Thào và Việt Hải (xã Vĩnh Thạnh), Ba Ngói (xã Vĩnh Bình), Đại Lộc và Thầy Ngon (xã Sơn Định),... | Hộ tư nhân | |
| 38 | 5.11 | Chợ Lách | Khác | Gà Nòi | Tổ liên kết sản xuất - kinh doanh gà nòi Vĩnh Hòa | THT | |
| 39 | 6.1 | Giồng Trôm | Dịch vụ du lịch | Du lịch vườn Xoài | Công ty TNHH - TM-DV - Du lịch Du Thuyền Xoài | Doanh nghiệp | |
| 40 | 6.2 | Giồng Trôm | Đồ uống | Rượu Cà Cọp | Công ty TNHH MTV Gia Thái | Hộ làng nghề | |
| 41 | 6.3 | Giồng Trôm | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Kềm Liêm | Cơ sở Kềm Nguyễn Thanh Liêm | Hộ tư nhân | |
| 42 | 6.4 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Bưởi da xanh | Chú Tô Văn Cầu - | Hộ tư nhân | |
| 43 | 6.5 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Dừa xiêm xanh | THT dừa xiêm xanh xã Phong Mỹ | THT | |
| 44 | 6.6 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Bưởi da xanh | HTX bưởi da xanh Lương Phú | HTX | |
| 45 | 6.7 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Tôm càng xanh | THT tôm càng xanh Lương Phú | THT | |
| 46 | 6.8 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Bánh phồng | Làng nghề bánh phồng xã Sơn Đốc | Hộ làng nghề | |
| 47 | 6.9 | Giồng Trôm | Thực phẩm | Bánh trắng | HTX Bánh Trắng Mỹ Long | Doanh nghiệp | |

| STT | Huyện | Nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | Ghi chú |
|-----|-------|------------|-----------------------------|-----------------------------|---|--------------|
| 48 | 6.10 | Giồng Trôm | Đồ uống | Rượu dừa | Cơ sở Phong Năm | |
| 49 | 6.11 | Giồng Trôm | Dịch vụ du lịch | Homestay, du lịch sinh thái | Nam Bình homstay | Hộ tư nhân |
| 50 | 6.12 | Giồng Trôm | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Trang Dung | Hộ tư nhân |
| 51 | 6.13 | Giồng Trôm | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Mộc Nghệ Quang | Hộ tư nhân |
| 52 | 6.14 | Giồng Trôm | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Giỏ cọng dừa | Làng nghề Phước Long | Hộ làng nghề |
| 53 | 7.1 | Mỏ Cây Bắc | Thực phẩm | Bưởi da xanh | Tư nhân | Hộ tư nhân |
| 54 | 7.2 | Mỏ Cây Bắc | Thực phẩm | Kẹo dừa | Cơ sở sản xuất bánh kẹo Duy Thanh | Hộ tư nhân |
| 55 | 7.3 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Chổi cọng dừa | Cơ sở | Hộ tư nhân |
| 56 | 7.4 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Chi sơ dừa | Cơ sở | Hộ tư nhân |
| 57 | 7.5 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thảm chi sơ dừa | Công ty XNK long thành | |
| 58 | 7.6 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thảm chi sơ dừa | Cơ sở | |
| 59 | 7.7 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Cây Hoa kiếng | Cây hoa kiếng Ngọc Vinh | Hộ làng nghề |
| 60 | 7.8 | Mỏ Cây Bắc | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Cây giồng | Cơ sở | Hộ làng nghề |
| 61 | 8.1 | Mỏ Cây Nam | Thực phẩm | Gà tàu lai nòi | Cơ sở | |
| 62 | 8.2 | Mỏ Cây Nam | Thực phẩm | Nấm bào ngư | Cơ sở | |
| 63 | 8.3 | Mỏ Cây Nam | Thực phẩm | Nem, chả | Cơ sở Ngọc Anh | Hộ tư nhân |
| 64 | 8.4 | Mỏ Cây Nam | Thực phẩm | Kẹo dừa, mút dừa | Doanh nghiệp Tuyết Phụng | Doanh nghiệp |
| 65 | 8.5 | Mỏ Cây Nam | Thực phẩm | Hủ tiếu | | |
| 66 | 8.6 | Mỏ Cây Nam | Thảo dược | Dầu dừa | Dầu dừa Pha Lê | Doanh nghiệp |
| 67 | 8.7 | Mỏ Cây Nam | Thảo dược | Nhang sinh học | Công ty TNHH sản xuất thương mại sản phẩm sạch Thiên Phúc | Doanh nghiệp |
| 68 | 8.8 | Mỏ Cây Nam | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ từ dừa | Cơ sở Thanh Liêm | Hộ tư nhân |

| STT | | Huyện | Nhóm | Sản phẩm | Đơn vị | Loại hình tổ chức | Ghi chú |
|-----|------|------------|-----------------------------|-------------------------------|---|-------------------|---------|
| 69 | 8.9 | Mỏ Cây Nam | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thảm xơ dừa | Công ty cổ phần tư nhân Hưng Long | Doanh nghiệp | |
| 70 | 8.10 | Mỏ Cây Nam | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Thủ công mỹ nghệ | DN ITV Cao Hoàng Đạt | Doanh nghiệp | |
| 71 | 8.11 | Mỏ Cây Nam | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái tâm linh | Di tích Đồng Khởi | | |
| 72 | 8.12 | Mỏ Cây Nam | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái tâm linh | Chùa | | |
| 73 | 8.13 | Mỏ Cây Nam | Dịch vụ du lịch | Du lịch sinh thái cộng đồng | Thanh Thái A | | |
| 74 | 9.1 | Thanh Phú | Thực phẩm | Rau sâm biên | Hộ gia đình ông Huỳnh Ngọc Lộc | Hộ tư nhân | |
| 75 | 9.2 | Thanh Phú | Thực phẩm | Gạo hữu cơ | HTX Lúa tôm Thanh Phú | HTX | |
| 76 | 9.3 | Thanh Phú | Thực phẩm | Tôm lúa | HTX lúa tôm Thanh Phú | HTX | |
| 77 | 9.4 | Thanh Phú | Thực phẩm | Cơm dừa | HTX Dừa Phú Nông | HTX | |
| 78 | 9.5 | Thanh Phú | Thực phẩm | Thạch dừa | HTX Dừa Phú Nông | HTX | |
| 79 | 9.6 | Thanh Phú | Thực phẩm | Cá một nắng | Cơ sở chế biến Thủy sản Lượng Thị Chung (GECOSEX CHUNG) | Doanh nghiệp | |
| 80 | 9.7 | Thanh Phú | Thực phẩm | Tép rang dừa | HTX Tép rang dừa Mỹ Hưng | HTX | |
| 81 | 9.8 | Thanh Phú | Thực phẩm | Bánh dừa Giồng Luông | Hộ gia đình ông Huỳnh Văn Tư | HTX | |
| 82 | 9.9 | Thanh Phú | Thực phẩm | Xoài tứ quý | Hộ gia đình ông Huỳnh Ngọc Lộc | Hộ tư nhân | |
| 83 | 9.10 | Thanh Phú | Lưu niệm-nội thất-trang trí | Chổi cọ dừa | THT Bó chổi Mỹ An | THT | |
| 84 | 9.11 | Thanh Phú | Dịch vụ du lịch | Du lịch trải nghiệm cộng đồng | Tổ hợp tác du lịch cộng đồng Thanh Phú | THT | |

Phụ lục 04: Kế hoạch thực hiện chương trình OCOP Bến Tre giai đoạn 2018-2020

| | Các nội dung, công việc chủ yếu được thực hiện, các mốc đánh giá chủ yếu | Kết quả phải đạt | Thời gian (bắt đầu, kết thúc) | Tổ chức thực hiện |
|-----|---|---|-----------------------------------|--|
| I | Nội dung 1: Đánh giá lợi thế cạnh tranh và tiềm năng thị trường của các sản phẩm nông sản, lựa chọn sản phẩm thí điểm cho chương trình OCOP - BT | | 2018 | |
| II | Nội dung 2: Triển khai các bước để lập và phê duyệt đề án "Chương trình quốc gia mỗi xã một sản phẩm" tỉnh Bến Tre (OCOP - BT) | | 2018 | |
| III | Nội dung 3: Xây dựng hệ thống tổ chức và nâng cao năng lực cán bộ địa phương Chương trình OCOP - BT giai đoạn 2019 - 2020 | | | |
| 3.1 | Xây dựng hệ thống tổ chức và cơ chế cho hệ thống OCOP từ tỉnh - huyện - xã nhằm hỗ trợ các cộng đồng trong tỉnh phát triển và thương mại hóa sản phẩm chủ lực của Chương trình OCOP-BT | Thành lập hệ thống tổ chức và chuyên trách và cơ chế cho hệ thống OCOP-BT các cấp (tỉnh, huyện, xã) | Quý IV/2018- Quý IV/2020 | Lãnh đạo chính quyền và ban ngành tỉnh, huyện, xã, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 3.2 | Xây dựng chu trình chuẩn (lựa chọn, hỗ trợ phát triển, đầu tư...) cho Chương trình OCOP-BT (dựa trên Chu trình chung của quốc gia nhưng chỉnh sửa phù hợp với đặc trưng của sản phẩm của tỉnh) | Bộ khung chu trình chuẩn cho Chương trình OCOP-BT | Quý I/2019 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 3.3 | Xây dựng và công khai hệ thống các tiêu chí đánh giá và lựa chọn sản phẩm. Đồng thời hoàn thiện, điều chỉnh qua các năm (phát triển từ bộ tiêu chí quốc gia nhưng thay đổi phù hợp với điều kiện thực tế của tỉnh). | Bộ tiêu chí xét duyệt | Quý I/2019 - Quý IV/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 3.4 | Tham vấn lãnh đạo và chuyên gia trong nước và quốc tế về chu trình và các tiêu chí | Chu trình và các tiêu chí được điều chỉnh | Quý I/2019, Quý IV/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 3.5 | Triển khai tập huấn cho các cán bộ được lựa chọn vào hệ thống tổ chức OCOP về mọi mặt liên quan đến Chương trình. (Tổ chức 2 khóa x 5 ngày/khóa * 2 năm) | Các cán bộ nắm vững được Chương trình, hệ thống tổ chức OCOP Các lãnh đạo nhóm cộng đồng nắm được nội dung chương trình, mẫu đăng ký | Quý I-III/2019, Quý I-III/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn, các doanh nghiệp và các nhóm nông dân đăng ký |

| | Các nội dung, công việc chủ yếu được thực hiện, các mốc đánh giá chủ yếu | Kết quả phải đạt | Thời gian (bắt đầu, kết thúc) | Tổ chức thực hiện |
|-----|--|---|-------------------------------|---|
| 5.1 | Nâng cấp, và hoàn thiện sản phẩm chủ lực | Có các sản phẩm đạt tiêu chuẩn, chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế | Quý II/2019-IV/2020 | Các Sở, ngành tỉnh, Tư vấn OCOP và các tổ chức liên quan khác |
| VI | Hội nghị đối tác OCOP tỉnh Bến Tre thường niên (tăng cường hợp tác, đầu tư, kết nối các bên trong chuỗi giá trị, kết nối thị trường,...) (200-300 đại biểu) | Kết nối được với các nhà đầu tư. Hình thành các liên kết giữa các sản phẩm OCOP Bến Tre với các thị trường | Quý IV/2019, Quý IV/2020 | Các Sở, ngành tỉnh, Tư vấn OCOP và tổ chức liên quan khác |
| VII | Tổng kết chương trình OCOP-BT | | | |
| 7.1 | Giám sát, đánh giá và tổng kết bài học kinh nghiệm | Báo cáo tổng hợp kết quả nghiên cứu | Quý IV/2019, Quý IV/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 7.2 | Xây dựng Sổ tay phát triển OCOP thông qua việc tổng hợp từ các giáo trình đào tạo tập huấn, kế hoạch hoạt động đã có (Hình thành và quản lý tổ chức kinh tế làng xã, phát triển sản phẩm, ...) và hoàn thiện, cập nhật | Bộ giáo trình hoàn thiện | Quý IV/2019, Quý IV/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 7.3 | Xuất bản các sản phẩm nghiên cứu và kinh nghiệm phát triển chương trình OCOP-BT | 1 đầu sách và các bài báo viết về phương pháp và cách tiếp cận của OCOP-BT | Quý IV/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 7.4 | Xây dựng kế hoạch hoạt động OCOP-BT cho giai đoạn tiếp theo | Dự thảo kế hoạch hoạt động cho giai đoạn tiếp theo | Quý III/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |
| 7.5 | Hội thảo về OCOP-BT nhằm chia sẻ các bài học kinh nghiệm và lấy ý kiến xây dựng kế hoạch hoạt động OCOP-BT cho giai đoạn tiếp theo | Các bài học được chia sẻ và hình thành kế hoạch mới | Quý III/2020 | Cơ quan phụ trách OCOP tỉnh/Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Nhóm tư vấn |

Phụ lục 05 : Dự toán kinh phí triển khai Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Bến Tre năm 2018-2020

| STT | Hoạt động | Tổng (đồng) | 2019 | | | | 2020 | | | | Ghi chú |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------|
| | | | Cộng | Số NN và PTINT | Tư vấn | Xã hội hóa | Cộng | Số NN và PTINT | Tư vấn | Xã hội hóa | |
| | Tổng | 34.637.150.000 | 18.038.550.000 | 7.895.350.000 | 1.739.600.000 | 8.403.600.000 | 16.598.600.000 | 7.189.700.000 | 1.505.300.000 | 7.903.600.000 | |
| 1 | Hội nghị giới thiệu và khởi động Đề án | 114.850.000 | 114.850.000 | 114.850.000 | | | | | | | |
| 2 | Xây dựng hệ thống tổ chức và nâng cao năng lực cán bộ địa phương Chương trình OCOP - BT giai đoạn 2019 - 2020 | 1.349.150.000 | 1.126.150.000 | 168.550.000 | 957.600.000 | - | 223.000.000 | 150.500.000 | 72.500.000 | - | |
| 2.1 | Xây dựng hệ thống tổ chức và cơ chế cho hệ thống OCOP từ tỉnh - huyện - xã nhằm hỗ trợ các cộng đồng trong tỉnh phát triển và thương mại hóa sản phẩm chủ lực của Chương trình OCOP-BT | 127.500.000 | 112.500.000 | - | 112.500.000 | - | 15.000.000 | - | 15.000.000 | | |
| 2.2 | Xây dựng chu trình chuẩn (lựa chọn, hỗ trợ phát triển, đầu tư...) cho Chương trình OCOP_BT (dựa trên bộ tiêu chí chung của quốc gia nhưng chỉnh sửa phù hợp với đặc trưng của sản phẩm của tỉnh) | 127.500.000 | 112.500.000 | - | 112.500.000 | - | 15.000.000 | - | 15.000.000 | | |
| 2.3 | Xây dựng và công khai hệ thống các tiêu chí đánh giá và lựa chọn sản phẩm. Đồng thời hoàn thiện, điều chỉnh qua các năm (phát triển từ bộ tiêu chí quốc gia nhưng thay đổi phù hợp với điều kiện thực tế của tỉnh). | 45.000.000 | 45.000.000 | - | 45.000.000 | - | - | - | - | | |
| 2.4 | Tham vấn lãnh đạo và chuyên gia trong nước và quốc tế về chu trình và các tiêu chí | 18.050.000 | 18.050.000 | 18.050.000 | - | - | - | - | - | | |
| 2.5 | Triển khai tập huấn cho các cán bộ được lựa chọn vào hệ thống tổ chức OCOP về mọi mặt liên quan đến Chương trình (Tổ chức 2 khóa x 5 ngày/khóa * 2 năm) | 393.500.000 | 200.500.000 | 150.500.000 | 50.000.000 | - | 193.000.000 | 150.500.000 | 42.500.000 | | |
| 2.6 | Chi phí đi lại của tư vấn trong quá trình xây dựng hệ thống OCOP năm 2019 (12 chuyên) | 637.600.000 | 637.600.000 | - | 637.600.000 | - | | | | | |
| 3 | Xây dựng, duy trì và triển khai chu trình OCOP thường niên | 24.269.950.000 | 12.540.050.000 | 6.085.950.000 | 669.500.000 | 5.784.600.000 | 11.729.900.000 | 5.363.200.000 | 1.082.100.000 | 5.284.600.000 | |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|--|----------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|--|
| 3.1 | Hỗ trợ hệ thống tổ chức OCOP Bến Tre (các cấp tỉnh - huyện - xã) thực hiện áp dụng chu trình chuẩn của OCOP | 240.000.000 | 120.000.000 | | 120.000.000 | - | 120.000.000 | | 120.000.000 | | |
| 3.2 | Xây dựng kế hoạch chi tiết hàng năm và tổ chức Hội nghị Ban điều hành Chương trình OCOP tỉnh (1 lần/năm) | 79.900.000 | 39.950.000 | 32.450.000 | 7.500.000 | | - | 39.950.000 | 32.450.000 | 7.500.000 | |
| 3.3 | Tổ chức triển khai chu trình OCOP cho sản phẩm | 5.816.700.000 | 2.878.350.000 | 1.021.350.000 | 237.000.000 | 1.620.000.000 | 2.938.350.000 | 1.021.350.000 | 297.000.000 | 1.620.000.000 | |
| 3.4 | Chi phí đi lại của tư vấn hỗ trợ quá trình thực hiện OCOP trong năm 2020 | 637.600.000 | - | - | - | - | 637.600.000 | - | 637.600.000 | | |
| 3.5 | Xúc tiến thương mại cho sản phẩm tại thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu | 17.345.750.000 | 9.421.750.000 | 4.982.150.000 | 275.000.000 | 4.164.600.000 | 7.924.000.000 | 4.259.400.000 | - | 3.664.600.000 | |
| 3.6 | Chi khác (làm thêm giờ, xăng xe, công tác phí, VPP, photo, liên lạc, dự phòng trong quá trình thực hiện) | 150.000.000 | 80.000.000 | 50.000.000 | 30.000.000 | | 70.000.000 | 50.000.000 | 20.000.000 | | |
| 4 | Phát triển, nâng cấp, hoàn thiện sản phẩm OCOP chủ lực đạt đủ tiêu chuẩn | 7.890.000.000 | 3.945.000.000 | 1.326.000.000 | - | 2.619.000.000 | 3.945.000.000 | 1.326.000.000 | - | 2.619.000.000 | |
| 4.1 | Nâng cấp, và hoàn thiện sản phẩm chủ lực | 1.890.000.000 | 945.000.000 | 426.000.000 | - | 519.000.000 | 945.000.000 | 426.000.000 | | 519.000.000 | |
| 4.2 | Hỗ trợ nâng cấp/phát triển/ mở rộng sản xuất (các sản phẩm đã có) | 3.000.000.000 | 1.500.000.000 | 450.000.000 | | 1.050.000.000 | 1.500.000.000 | 450.000.000 | | 1.050.000.000 | |
| 4.3 | Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới | 3.000.000.000 | 1.500.000.000 | 450.000.000 | | 1.050.000.000 | 1.500.000.000 | 450.000.000 | | 1.050.000.000 | |
| 5 | Hội nghị đối tác OCOP tỉnh Bến Tre thường niên (tăng cường hợp tác, đầu tư, kết nối các bên trong chuỗi giá trị, kết nối thị trường,...) (200-300 đại biểu) | 400.000.000 | 200.000.000 | 200.000.000 | | | 200.000.000 | 200.000.000 | | | |
| 6 | Tổng kết chương trình OCOP-BT | 613.200.000 | 112.500.000 | - | 112.500.000 | - | 500.700.000 | 150.000.000 | 350.700.000 | - | |
| 6.1 | Giám sát, đánh giá và tổng kết bài học kinh nghiệm | 114.600.000 | - | - | - | - | 114.600.000 | - | 114.600.000 | | |
| 6.2 | Xây dựng Sổ tay phát triển OCOP thông qua việc tổng hợp từ các giáo trình đào tạo tập huấn, kế hoạch hoạt động đã có (Hình thành và quản lý tổ chức kinh tế làng xã, phát triển sản phẩm, ...) và hoàn thiện, cập nhật | 225.000.000 | 112.500.000 | - | 112.500.000 | - | 112.500.000 | - | 112.500.000 | | |

Phụ lục 06: Phụ lục kinh phí triển khai các dự án, đề án thành của phần đề án OCOP

| TT | Nội dung | Địa bàn dự kiến triển khai | Dự kiến kinh phí | | |
|----------|--|---|------------------------|------------------------|----------------------|
| | | | Giai đoạn 2018-2020 | | |
| | | | Tổng số | Trong đó | |
| | | | NSTW | NSDP | |
| | | | 232.453.000.000 | 230.183.000.000 | 2.270.000.000 |
| 1 | Hỗ trợ thực hiện các mô hình, dự án phát triển sản phẩm chủ lực, gồm | | 22.700.000.000 | 20.430.000.000 | 2.270.000.000 |
| - | Dự án phát triển các sản phẩm chế biến dừa hữu cơ | Bình Đại, Giồng Trôm, Mô Cây Nam, Thạnh Phú | 6.000.000.000 | 5.400.000.000 | 600.000.000 |
| - | Dự án phát triển sản phẩm trái cây: bưởi da xanh, chôm chôm, nhãn, sầu riêng, măng cụt,..... | Châu Thành, Chợ Lách, Bình Đại | 9.000.000.000 | 8.100.000.000 | 900.000.000 |
| - | Dự án phát triển chế biến các sản phẩm nghêu | Ba Tri, Bình Đại, Thạnh Phú | 800.000.000 | 720.000.000 | 80.000.000 |
| - | Dự án phát triển chế biến các sản phẩm thịt bò | Ba Tri | 5.000.000.000 | 4.500.000.000 | 500.000.000 |
| - | Dự án phát triển chế biến các sản phẩm tôm | Ba Tri, Bình Đại, Thạnh Phú | 1.900.000.000 | 1.710.000.000 | 190.000.000 |
| 2 | Đề án Làng văn hóa du lịch huyện Chợ Lách cấp quốc gia | | 209.753.000.000 | 209.753.000.000 | 0 |
| - | Xây dựng Đề án Làng Văn hóa Du lịch huyện Chợ Lách | Chợ Lách | 448.000.000 | 448.000.000 | 0 |
| - | Triển khai thực hiện Đề án Làng văn hóa Du lịch huyện Chợ Lách | Chợ Lách | 3.365.000.000 | 3.365.000.000 | 0 |
| - | Đầu tư hệ thống giao thông tại địa phương | Chợ Lách | 205.940.000.000 | 205.940.000.000 | 0 |