UỶ BAN NHÂN DÂN **TỈNH CAO BẰNG**	**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**
Số: 655 /QĐ-UBND	*Cao Bằng, ngày 22 tháng 5 năm 2019*

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề cương Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH CAO BẰNG

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 phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020;

Căn cứ Thông tư số 58/2016/TT-BTC ngày 29 tháng 3 năm 2016 của Bộ Tài chính quy định chi tiết việc sử dụng vốn nhà nước để mua sắm nhằm duy trì hoạt động thường xuyên của cơ quan nhà nước, đơn vị thuộc lực lượng vũ trang nhân dân, đơn vị sự nghiệp công lập, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị-xã hội, tổ chức chính trị-xã hội nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội-nghề nghiệp;

Căn cứ Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12 tháng 5 năm 2017 của Bộ tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

Căn cứ Thông tư số 08/2019/TT-BTC ngày 30 tháng 01 năm 2019 của Bộ tài chính sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12 tháng 5 năm 2017 của Bộ tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

Căn cứ Kế hoạch số 3043/KH-UBND ngày 26 tháng 9 năm 2018 của UBND tỉnh Cao Bằng về xây dựng Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng;

Căn cứ Quyết định số 347/QĐ-UBND ngày 29 tháng 3 năm 2019 của UBND tỉnh Cao Bằng về giao chỉ tiêu kế hoạch vốn sự nghiệp thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia năm 2019;

Căn cứ Quyết định số 552/QĐ-UBND ngày 09 tháng 5 năm 2019 của UBND tỉnh Cao Bằng phê duyệt Kế hoạch thực hiện vốn sự nghiệp Chương trình MTQG xaay dựng nông thôn mới năm 2019 đã giao cho Văn phòng Điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới tỉnh;

Theo đề nghị của Văn phòng Điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới tỉnh tại Tờ trình số 19/TTr-VPĐP ngày 06 tháng 5 năm 2019,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề cương Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2019-2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng, với các nội dung chính sau:

1. Tên Đề cương: Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2019-2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng.

2. Cơ quan chủ quản: Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng.

3. Cơ quan quản lý: Sở Nông nghiệp và PTNT tỉnh Cao Bằng.

4. Chủ đầu tư: Văn phòng Điều phối Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới tỉnh Cao Bằng.

5. Thời gian thực hiện lập Đề án: Năm 2019.

6. Nguồn vốn thực hiện: Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các nguồn vốn hợp pháp khác.

7. Dự kiến kinh phí thực hiện: 722.655.200 đồng.

8. Nội dung Đề cương, gồm 6 phần (như trong Đề cương Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030 kèm theo Quyết định này).

Điều 2. Chủ đầu tư tổ chức thực hiện hoàn thành các nội dung của Đề cương Đề án "Chương trình mỗi xã một sản phẩm" giai đoạn 2019-2020, định hướng đến năm 2030 của tỉnh Cao Bằng, trình UBND tỉnh phê duyệt; thanh quyết toán nguồn kinh phí đúng theo quy định của nhà nước.

Điều 3. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; giám đốc các sở, ngành: Nông nghiệp và PTNT, Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính, Kho bạc Nhà nước Cao Bằng; Chánh Văn phòng Điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới tỉnh Cao Bằng và thủ trưởng các cơ quan, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Như Điều 3;
- UBND tỉnh: CT, các PCT; (bản ĐT)
- VP UBND tỉnh: CVP, PCVP;
- Lưu: VT, NL (Kh 07 b).

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Nguyễn Trung Thảo

UỶ BAN NHÂN DÂN **TỈNH CAO BẰNG**	**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

ĐỀ CƯƠNG
ĐỀ ÁN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM TỈNH CAO BẰNG GIAI ĐOẠN 2018-2020, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

(kèm theo Quyết định số: 655/QĐ-UBND ngày 22/5/2019 của UBND tỉnh Cao Bằng)

Phần mở đầu

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Tên Đề án: Đề án "Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2018-2020" định hướng đến năm 2030 (gọi tắt là Chương trình OCOP tỉnh Cao Bằng).

2. Cơ quan chủ trì thực hiện: Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng.

3. Cơ quan thực hiện Đề án: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

4. Cơ quan chủ trì tham mưu: Văn phòng Điều phối xây dựng nông thôn mới tỉnh Cao Bằng.

5. Thời gian thực hiện: Từ năm 2019 đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

6. Phạm vi thực hiện: Ở xã, phường, thị trấn trực thuộc các huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

7. Một số từ viết tắt và khái niệm

- OVOP: One Village One Product - Mỗi làng một sản phẩm.
- OTOP: One Tambon One Product - Mỗi cộng đồng một sản phẩm.
- OCOP: One Commune One Product - Mỗi xã một sản phẩm.
- CEO: Chief Executive Officer - Giám đốc điều hành.
- HTX: Hợp tác xã.
- SMEs: Small and medium enterprises - Doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- NTM: Nông thôn mới.
- THT: Tổ hợp tác.
- XTTM: Xúc tiến thương mại.

II. SỰ CẦN THIẾT PHẢI XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Từ cuối những năm 70 của thế kỷ 20, nhiều Quốc gia trên thế giới đã thực hiện xong công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Các ngành công nghiệp được hình thành và phát triển mạnh mẽ ở khu vực thành phố thu hút người lao động từ các vùng nông thôn. Thế hệ trẻ sau khi tốt nghiệp các trường đại học,

cao đẳng hoặc dạy nghề đều không muốn trở về vùng nông thôn nơi mình đã sinh ra và lớn lên mà trụ lại tìm việc làm ở các thành phố và trung tâm công nghiệp lớn.

Trước thực trạng đó để giải quyết vấn đề nông thôn nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới đã tập trung nhiều giải pháp, nhiều chương trình hỗ trợ để tháo gỡ khó khăn, trong số đó thì chương trình phát triển kinh tế-xã hội khu vực nông thôn theo hướng nội sinh, chú trọng các nguồn lực sẵn có (đất đai, tài nguyên, điều kiện địa lý, công nghệ truyền thông, lòng tự hào, khả năng sáng tạo,...) làm động lực phát triển là thành công nhất. Điển hình là Phong trào "Mỗi làng một sản phẩm" của Nhật Bản từ cuối những năm 1970, Chương trình "Mỗi cộng đồng một sản phẩm" của Thái Lan từ năm 2000.

Từ thành công của OVOP Nhật Bản, nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm và tìm hiểu phong trào này, một trong những quốc gia áp dụng rất thành công mô hình này là Thái Lan và trở thành Chương trình OTOP-mỗi thị trấn hay mỗi địa phương một sản phẩm do Thủ tướng Chính phủ trực tiếp chỉ đạo có hệ thống tổ chức từ Trung ương xuống tận cộng đồng. Chương trình được thiết kế từ khâu hỗ trợ phát triển sản phẩm, tổ chức thi sản phẩm, các sản phẩm đạt 3-5 sao thì được hỗ trợ xúc tiến thương mại.... Các sản phẩm của OTOP do chính người dân các làng xã phát triển, dựa trên tri thức và kinh nghiệm của bản thân họ. OTOP được triển khai thành chu trình thường niên, trong đó có việc thi sản phẩm hằng năm, từ mỗi địa phương lên cấp tỉnh và toàn quốc. Đến nay, Thái Lan có hơn 50 ngàn sản phẩm gồm 6 ngành hàng: Đồ ăn (lương thực, thực phẩm); Đồ uống; sản phẩm may mặc; sản phẩm lưu niệm và thủ công mỹ nghệ; thuốc từ cây cỏ, dược liệu, hương liệu. Chương trình OTOP đã mang lại thành công vang dội cho Thái Lan.

Cùng với Nhật Bản và Thái Lan thì hiện nay có hơn 40 quốc gia trên thế giới cũng đã triển khai Chương trình này: Ở Châu Á: Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Philippin, Malaysia, Indonesia, Lào,...Ở Châu Phi: Kenya, Ethiopia, Mozambique, Uganda, Tanzania, Nigeria, Zambia, Madagascar, Nam Phi, Senegal, Ghana, Malawi,... Ở Châu Mỹ: Mỹ, Peru,...

Đối với Việt Nam, trong bối cảnh hội nhập kinh tế, hàng hóa ngoại nhập tràn vào địa phương nhiều, để giải quyết vấn đề đó tỉnh Quảng Ninh là tỉnh đầu tiên triển khai Chương trình OCOP, dựa trên các kinh nghiệm học hỏi từ OVOP quốc tế và thực tiễn về sản phẩm tại cộng đồng. Trên cơ sở tiếp thu những tri thức, kinh nghiệm của Nhật Bản, Thái Lan... Quảng Ninh đã thiết kế thành một chương trình với một chu trình hoàn chỉnh từ bước tuyên truyền, những ý tưởng, kế hoạch... thi sản phẩm, cấp nhãn mác.

Mục tiêu của chương trình là phát triển các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh các sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế ở các địa bàn xã, phường, thị trấn góp phần tái cơ cấu nền kinh tế Quảng Ninh theo hướng phát triển nội sinh và gia tăng giá trị. Sau hơn 4 năm triển khai Chương trình OCOP tại Quảng Ninh đã đạt được những kết quả quan trọng: hiện đã có 180 doanh nghiệp, HTX, tổ hợp tác được thành lập, đăng ký tham gia và đang sản xuất trên 210 sản phẩm, nhóm sản phẩm, dịch vụ, trong đó đã đánh giá và phân hạng 121 sản phẩm, kết quả có 99 sản phẩm đạt tiêu chuẩn từ 3–5 sao; thiết kế, đăng ký được nhãn hiệu sở hữu trí tuệ

OCOP và đã được Bộ Khoa học và Công nghệ cấp bằng bảo hộ; đã hình thành hệ thống Trung tâm (điểm) giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại các khu du lịch, khu dân cư tập trung; Doanh số bán hàng OCOP đạt hơn 670 tỷ đồng (Đề án đề ra 200 tỷ đồng),...

Tổng kết từ những kết quả của tỉnh Quảng Ninh, Chính phủ đã quyết định đưa Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" thành Chương trình Quốc gia.

III. CƠ SỞ PHÁP LÝ

- Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2008 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng (Khóa X) về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

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

- Quyết định số 899/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 16/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

- Quyết định số 1760/QĐ-TTg ngày 10 tháng 11 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về điều chỉnh, bổ sung Quyết định số 1600/QĐ-TTg ngày 16/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

- Quyết định số 414/QĐ-TTg ngày 04/4/2017 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 32/2016/QH ngày 23/11/2016 của Quốc hội về 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 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 05 năm 2018 của Thủ tướng chính phủ Phê duyệt chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020 (tên tiếng Anh là: One commune one product, gọi tắt là chương trình OCOP);

- Quyết định số 01/QĐ-BCĐTW ngày 22 tháng 8 năm 2018 Ban hành kế hoạch triển khai chương trình mỗi xã một sản phẩm-OCOP.

IV. TỔNG QUAN CHUNG VỀ CAO BẰNG

1. Điều kiện tự nhiên

2. Đơn vị hành chính

3. Dân số

4. Tài nguyên thiên nhiên

a. Địa hình

b. Khí hậu của Cao Bằng

c. Tài nguyên nước

d. Tài nguyên đất

e. Tài nguyên rừng

f. Tài nguyên khoáng sản

e. Tài nguyên văn hóa, lịch sử, du lịch

5. Cơ sở hạ tầng

6. Về kinh tế và xã hội

a. Về kinh tế

b. Về xã hội

Phần thứ nhất
THỰC TRẠNG VỀ SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP LỢI THẾ VÀ SẢN PHẨM ĐẶC SẢN CỦA CAO BẰNG

1. SẢN PHẨM

Bảng 1: Số lượng sản phẩm phân theo nhóm

TT	Nhóm sản phẩm	Số lượng (sản phẩm)	Tỷ lệ (%)	Ghi chú
1	Thực phẩm			
2	Đồ uống			
3	Thảo dược			
4	Vải và may mặc			
5	Lưu niệm-Nội thất-Trang trí			
6	Dịch vụ du lịch nông thôn			
	Tổng số			

1. Nhóm thực phẩm:

2. Nhóm đồ uống:

3. Nhóm thảo dược:

4. Nhóm vải và may mặc:

5. Nhóm Lưu niệm-Nội thất-Trang trí:

6. Nhóm Dịch vụ du lịch nông thôn:

II. HÌNH THỨC TỔ CHỨC SẢN XUẤT

Bảng 2: Số lượng các chủ thể sản xuất sản phẩm thuộc các ngành hàng có lợi thế vùng nông thôn

STT	Loại hình chủ thể sản xuất	Số lượng	Tỷ lệ (%)
A	Doanh nghiệp		
1	Công ty cổ phần		

2	Công ty TNHH		
3	Doanh nghiệp tư nhân		
B	**Kinh tế hợp tác**		
4	Hợp tác xã		
5	Tổ hợp tác		
6	Nhóm		
C	Hộ gia đình		
7	Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh		
8	Hộ gia đình nhỏ lẻ khác		
Tổng			

III. TRÌNH ĐỘ CÔNG NGHỆ CÁC CHỦ THỂ SẢN XUẤT

IV. TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI

1. Cơ sở vật chất: Mạng lưới chợ

2. Phương thức kinh doanh

3. Công tác xúc tiến thương mại

V. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC LAO ĐỘNG NÔNG THÔN

VI. NHỮNG VẤN ĐỀ TỒN TẠI

VII. PHƯƠNG HƯỚNG GIẢI QUYẾT

Phần thứ hai
QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG, PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN VÀ NGUYÊN TẮC THỰC HIỆN

I. QUAN ĐIỂM

Chương trình OCOP 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 mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

Trọng tâm của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và kinh tế tập thể thực hiện.

Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện; định hướng quy hoạch các vùng sản xuất hàng hóa, 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

- Thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, cơ cấu lại sản xuất nông nghiệp nhằm phát triển kinh tế khu vực nông thôn, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, thực hiện có hiệu quả nhóm tiêu chí "Kinh tế và tổ chức sản xuất" trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020;

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh (ưu tiên phát triển hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa) để sản xuất các sản phẩm truyền thống, sản phẩm, dịch vụ có lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn theo hướng phát triển nội sinh và gia tăng giá trị của tỉnh Cao Bằng;

- Thông qua việc phát triển sản xuất tại địa bàn khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; hạn chế dân di cư ra thành phố, đi vào các tỉnh khác, bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn tỉnh Cao Bằng.

2. Mục tiêu cụ thể

- Ban hành Bộ tiêu chí, quy trình đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP tỉnh Cao Bằng;

- Ban hành và áp dụng chính sách đồng bộ để thực hiện hiệu quả chương trình OCOP của tỉnh;

- Tiêu chuẩn hóa ít nhất 50% số sản phẩm hiện có; củng cố, hoàn thiện tổ chức sản xuất theo hướng liên kết giữa hộ sản xuất với hợp tác xã và doanh nghiệp;

- Củng cố, kiện toàn 100% doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia chương trình OCOP;

- Phấn đấu phát triển mới khoảng 25 doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã tham gia chương trình OCOP;

- Đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP của tỉnh;

- Đào tạo, tập huấn kiến thức chuyên môn quản lý sản xuất, kinh doanh cho khoảng 150 cán bộ quản lý nhà nước (cấp tỉnh, huyện) thực hiện chương trình OCOP và 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh tham gia chương trình OCOP.

III. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG

1. Phạm vi thực hiện

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

- Khu vực nông thôn của tỉnh Cao Bằng; cụ thể là cấp xã làm đơn vị tổ chức thực hiện, khuyến khích thực hiện Chương trình cả ở khu vực đô thị (phường, thị trấn).

2. Đối tượng tham gia OCOP

a. Sản phẩm: Gồm sản phẩm (hàng hóa) và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ Cao Bằng, hoặc được thuần hóa, đặc biệt là những đặc sản và sản phẩm của từng địa phương, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về điều kiện môi trường sinh thái, tri thức và công nghệ địa phương.

b. Chủ thể thực hiện: Các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh.

IV. PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN VÀ NGUYÊN TẮC THỰC HIỆN

1. Phương pháp tiếp cận

- Lấy sản phẩm hoàn thiện gắn kết với thị trường làm trọng tâm.

- Làm từ "từ dưới lên", trong đó cộng đồng là người đề xuất và triển khai toàn bộ quá trình, với sự hỗ trợ của các bên còn lại (gồm nhà nước, nhà doanh nghiệp, nhà khoa học và các nhà khác).

2. Nguyên tắc thực hiện: Tuân thủ 3 nguyên tắc của OVOP:

- Hành động địa phương hướng đến toàn cầu: Sản phẩm được chấp nhận ở cấp độ toàn cầu phản ánh niềm tự hào của văn hóa địa phương, đây là điểm mạnh để cạnh tranh. 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. Do vậy luôn yêu cầu cải tiến các công nghệ truyền thống tạo các sản phẩm được thị trường thế giới chấp nhận.

- Tự lực, tự tin và sáng tạo: Khi tự lực, tự tin và sáng tạo người dân sẽ có cách hành động phù hợp trong lựa chọn sản phẩm của địa phương mình và tổ chức sản xuất chúng một cách hiệu quả nhất. Nói cách khác chính sự độc lập lại kích thích tính sáng tạo phát triển một cách tối đa trong cộng đồng dân cư khi tham gia chương trình.

- Nguồn nhân lực, đặc biệt là lớp trẻ, là chìa khóa quan trọng để phát triển nông thôn. Khi lớp trẻ địa phương có động lực, được trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết, thì việc phát triển nông thôn của khu vực đó sẽ đem lại hiệu quả.

Phần thứ ba
NỘI DUNG ĐỀ ÁN CHƯƠNG TRÌNH OCOP TỈNH CAO BẰNG GIAI ĐOẠN 2019-2020 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

I. CHUẨN BỊ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN

- Tổ chức Hội nghị triển khai Đề án OCOP Cao Bằng, giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến 2030.

- Hoàn thiện văn kiện Đề án OCOP Cao Bằng, giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến 2030 để phê duyệt.

- Hình thành hệ thống tổ chức để triển khai thực hiện Đề án OCOP Cao Bằng, giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến 2030.

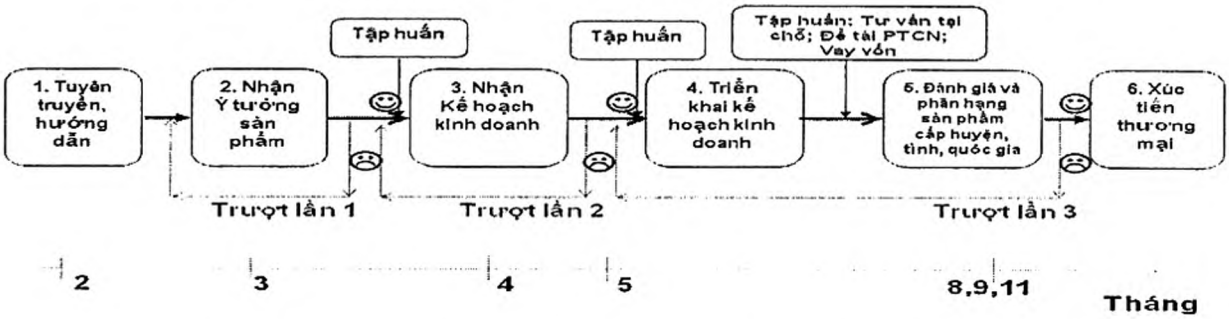
- Lựa chọn một số sản phẩm của các huyện để tổ chức làm điểm.

- Xây dựng trang web và Logo Chương trình OCOP Cao Bằng.

- Tổ chức tham quan, học tập kinh nghiệm theo yêu cầu từ Chương trình.

II. TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHU TRÌNH OCOP

Sơ đồ Chu trình OCOP được thực hiện theo 06 bước (theo sơ đồ):



Chu trình OCOP được thực hiện theo 6 bước, trên cơ sở nguyên tắc "dân biết, dân bàn, dân làm" (đề xuất nhu cầu từ dưới lên, theo nhu cầu và khả năng của hộ sản xuất, của các DN vừa và nhỏ, HTX). Trong đó quan trọng là bước thi đánh giá chất lượng sản phẩm.

1. Tuyên truyền về OCOP

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, trọng tâm vào tháng 02 hằng năm. OCOP các cấp, các cơ quan truyền thông.

2. Nhận 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. Từng ý tưởng sản phẩm sẽ được xem xét, lựa chọn các ý tưởng tốt nhất (làm cơ sở để triển khai). Các ý tưởng không được chọn có thể hoàn thiện, nộp lại sau 1 tuần hoặc tham gia cùng thời điểm năm sau.

- Thời gian thực hiện: Tháng 3 hằng năm.

- Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp xã và huyện.

Tập huấn phương pháp xây dựng phương án kinh doanh

Chủ nhân của các ý tưởng sản phẩm được chọn sẽ được tập huấn về phương pháp xây dựng "Phương án kinh doanh".

Nội dung tập huấn bao gồm: Khái niệm về kinh doanh, các loại hình tổ chức sản xuất-kinh doanh, marketing 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 kế hoạch kinh doanh dựa trên ý tưởng sản phẩm đã được duyệt.

Thời gian: Tháng 3 hằng năm.

Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp huyện hoặc tư vấn của Chương trình.

3. Nhận phương án kinh doanh

Sau khi được tập huấn, chủ nhân các ý tưởng sẽ xây dựng phương án kinh doanh và nộp cho cán bộ OCOP cấp xã, huyện. Kế hoạch kinh doanh không được lựa chọn có thể hoàn thiện, nộp lại hoặc tham gia cùng thời điểm năm sau.

Thời gian thực hiện: Tháng 4 hằng năm.

Trách nhiệm: Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp huyện.

- Tập huấn phương pháp triển khai kế hoạch kinh doanh

Chủ nhân của các phương án kinh doanh được duyệt sẽ được tập huấn về phương pháp triển khai kế hoạch kinh doanh. Nội dung tập huấn bao gồm: Chu trình hình thành doanh nghiệp/HTX; 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 kế hoạch kinh doanh.

- Thời gian: Tháng 5 hằng năm.

- Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp huyện, hoặc tỉnh hoặc tư vấn OCOP.

4. Triển khai kế hoạch 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, 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.

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

- Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp huyện, tỉnh hoặc tư vấn OCOP; Sở Lao động, Thương binh và Xã hội (đào tạo); Liên minh HTX (hình thành các HTX); Sở Khoa học-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); Các trường Đại học, Cao đẳng cấp tỉnh (đào tạo).

5. Đánh giá và phân hạng sản phẩm

Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP bắt buộc phải tham gia đánh giá/phân 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 phân 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 không được đánh giá cao (1-2 sao) và các sản phẩm đạt 3-4 sao kỳ trước có thể hoàn thiện và dự thi đánh giá và phân hạng vào kỳ năm tiếp theo.

- Trách nhiệm: Ban Điều hành OCOP cấp huyện, tỉnh và quốc gia.

6. Xúc tiến thương mại

Các sản phẩm dự thi đạt 3 sao trở lên sẽ được hỗ trợ xúc tiến thương mại tại các cấp tương ứng nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tai thị trường địa phương, tỉnh, quốc gia và quốc tế, qua đó thúc đẩy phát triển sản xuất, từ đó đạt mục đích tối cao của OCOP là thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội cộng đồng.

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;…

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm.

Trách nhiệm: Sở Công Thương.

III. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM, DỊCH VỤ OCOP ĐẾN NĂM 2020 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN 2030

Sản phẩm OCOP bao gồm: (i) các sản phẩm hàng hóa có nguồn gốc từ đặc sản địa phương (công nghệ có nguồn gốc và nguyên liệu ở địa phương). Nếu không phải đặc sản địa phương, cần: Sử dụng (ít nhất 50%) nguyên liệu ở địa phương, do các thành viên/chủ sở hữu/cộng đồng địa phương cung ứng; có tính độc đáo (mức độ phổ biến ở một địa phương); có gia tăng giá trị và không ảnh hưởng xấu đến môi trường (mục đích: phát triển bền vững); (ii) sản phẩm dịch vụ tại địa phương, dựa trên thế mạnh về văn hóa, danh thắng, môi trường địa phương.

Các sản phẩm hàng hóa phải có đủ các yếu tố của tổ hợp tiếp thị, bao gồm: Sản phẩm (P1), gồm: phần cốt lõi, phần vật lý và phần gia tăng; giá bán (P2); phân phối (P3); xúc tiến (P4); con người (P5). Riêng sản phẩm dịch vụ phải có thêm 2 yếu tố: Môi trường vật lý (P6) và quá trình (P7).

Các địa phương tổ chức khảo sát, lựa chọn các sản phẩm có tiềm năng lợi thế của địa phương mình, tuyên truyền, vận động để cộng đồng đề xuất ý tưởng phát triển sản phẩm. Các sản phẩm OCOP tập trung vào các nhóm sau:

1. Nhóm sản phẩm Thực phẩm (Food)

Nông sản tươi sống (rau, quả tươi như xoài, dứa, bưởi, chuối, quả có múi,…); mật ong; Sản phẩm thô và sơ chế (Cá đông lạnh, xúc xích, thịt hun khói,…); Thực phẩm tiện lợi, gồm: Đồ ăn nhanh, tương, tương ớt, nước mắm,…, chế biến từ rau, quả, chế biến từ thịt, trứng, sữa, chế biến từ thủy sản, chế biến từ gạo và ngũ cốc.

2. Nhóm sản phẩm Đồ uống (Drink)

Gồm đồ uống có cồn (rượu ngâm ủ, rượu chưng cất, rượu vang, …); đồ uống không cồn (nước trái cây, trà thảo dược, bột quả, bột gừng, trà, sữa đậu nành, sản phẩm lên men,…).

3. Nhóm sản phẩm Thảo dược (Herbal)

Gồm các sản phẩm có thành phần từ thảo dược như thuốc YHCT, thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, mỹ phẩm từ thảo dược, chế phẩm xua đuổi/diệt trừ côn trùng,...

4. Nhóm sản phẩm Vải và may mặc (Fabric):

Gồm các sản phẩm làm từ bông, sợi.

5. Nhóm sản phẩm Lưu niệm-Nội thất-Trang trí (Derco)

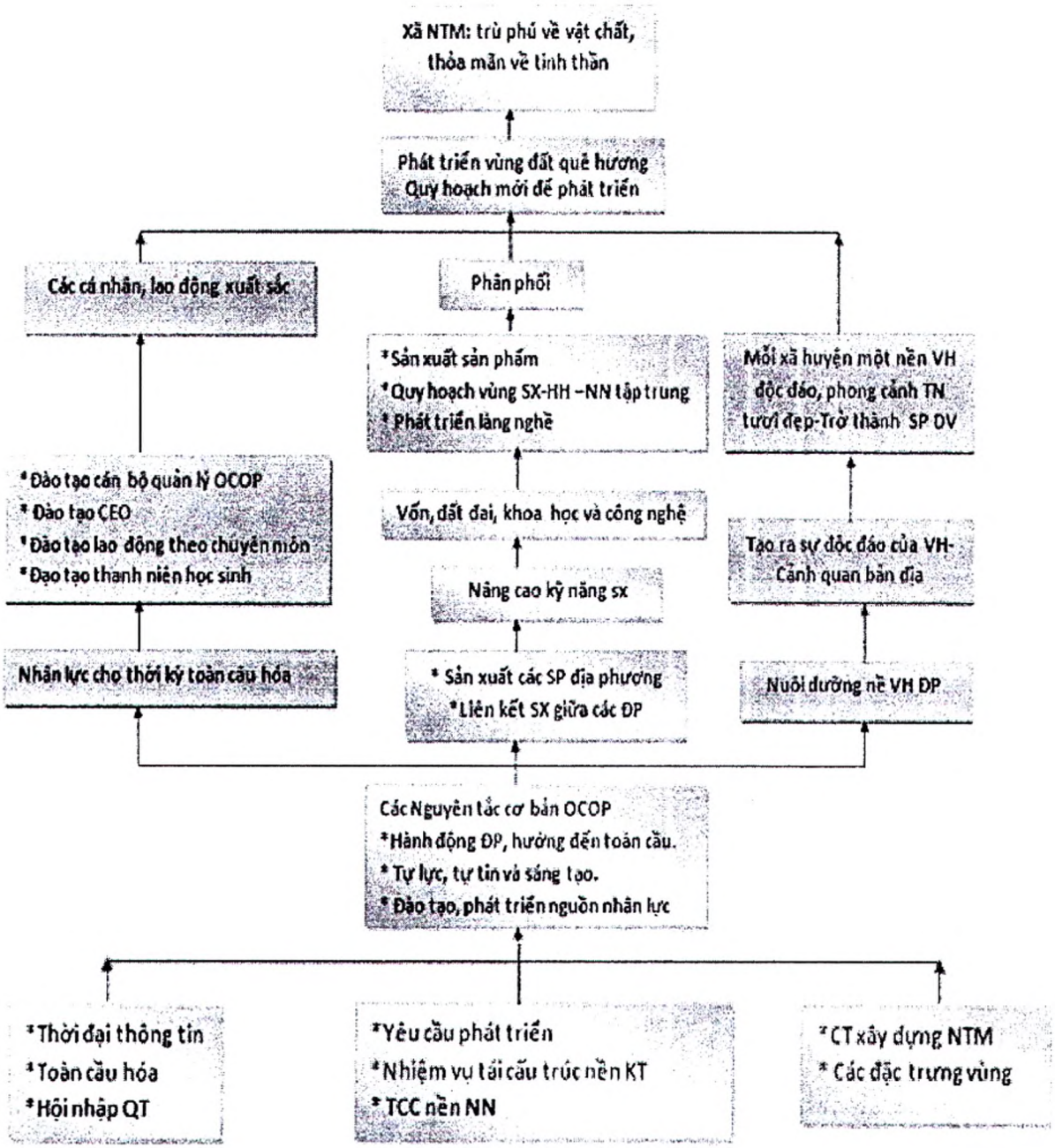
Gồm các sản phẩm từ gỗ, sợi, mây tre, kim loại, gốm sứ, dệt may,... làm đồ lưu niệm, đồ gia dụng, đồ dùng nhà bếp, đồ nội thất, trang trí các tòa nhà,…

6. Nhóm sản phẩm Dịch vụ-Du lịch nông thôn (Service)

Gồm các sản phẩm dịch vụ phục vụ tham quan, du lịch, giải trí, học tập, nghiên cứu,..

Việc quyết định chọn sản phẩm nào do người dân/cộng đồng quyết định, nhưng cần đạt các tiêu chuẩn quốc gia áp dụng cho loại sản phẩm đã chọn, kể cả tiêu chuẩn sản phẩm và tiêu chuẩn điều kiện sản xuất. Khuyến khích các ý tưởng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế, như Organic, Global GAP, Fairtrade, GMP,... và được quản trị theo các tiêu chuẩn quốc tế như ISO, HACCP,...Trước khi triển khai Chương trình OCOP, tỉnh cần triển khai đánh giá hiện trạng và tiềm năng sản phẩm OCOP của địa phương mình, từ đó định hướng hỗ trợ cộng đồng phát triển. Điều này được lặp lại định kỳ trong quá trình triển khai Chương trình OCOP.

IV. SƠ ĐỒ CHƯƠNG TRÌNH OCOP



V. HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG, THỐNG KÊ, KIỂM SOÁT

1. Xây dựng, triển khai thực hiện Bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm

Việc xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP của tỉnh phải đảm bảo thống nhất với hệ thống tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm của Chương trình OCOP Quốc gia.

a. Xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm

Trước mắt, trên cơ sở nghiên cứu, học tập bộ tiêu chí của Quảng Ninh để xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm cho Cao Bằng, sau khi có Bộ tiêu chí Quốc gia thì cập nhật đảm bảo thống nhất để thực hiện.

Thời gian thực hiện: Năm 2019.

Trách nhiệm: Ban điều hành Chương trình OCOP tỉnh chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng Bộ tiêu chí về đánh giá cho từng nhóm, loại sản phẩm cụ thể đảm bảo phù hợp với Bộ tiêu chí Quốc gia.

b. Xây dựng Bộ tiêu chuẩn xếp hạng sản phẩm:

Các sản phẩm đăng ký tham gia Chương trình OCOP được xếp hạng thành các hạng: từ 1* đến 5*, cụ thể:

1) Hạng 5* (90-100 điểm): Sp đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp xuất khẩu.

2) Hạng 4*(70-89 điểm):Sp đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp để xuất khẩu.

3) Hạng3* (50-69điểm): Sp đạt tiêu chuẩn, có thể phát triển lên hạng 4*.

4) Hạng 2*(30-49 điểm):Sp chưa đạt tiêu chuẩn, có thể phát triển lên hạng 3*.

5) Hạng 1*(dưới 30 điểm): Sp yếu, có thể phát triển lên hạng 2*.

Thời gian thực hiện: Quý I hàng năm.

Trách nhiệm: Ban điều hành Chương trình OCOP tỉnh chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng thang điểm xếp hạng và các nội dung chính sách để hỗ trợ cho từng hạng sản phẩm.

2. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu OCOP Cao Bằng

Tổ chức điều tra, thu thập hệ thống cơ sở dữ liệu OCOP Cao Bằng nhằm xác định thực trạng, đánh giá ưu thế và khả năng cạnh tranh, từ đó xây dựng chiến lược, kế hoạch và giải pháp hỗ trợ phát triển cho các sản phẩm OCOP.

3. Xây dựng phần mềm quản lý sản phẩm

Phần mềm quản lý sản phẩm là công cụ phục vụ cho hoạt động quản lý, theo dõi và quảng bá các sản phẩm thuộc hệ thống OCOP. Phần mềm được xây dựng, bản đồ hóa và tích hợp trên hệ thống website, Cổng thông tin điện tử của các Sở, ban, ngành; UBND các huyện thành phố..., nhằm quảng bá sản phẩm, hỗ trợ phát triển du lịch của địa phương.

- Thời gian thực hiện: Năm 2019.

- Trách nhiệm: Ban điều hành Chương trình OCOP tỉnh chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan, đơn vị tư vấn xây dựng hệ thống phần mềm.

4. Hệ thống báo cáo sản phẩm OCOP

Trên cơ sở chu trình OCOP Cao Bằng được phê duyệt, các tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm OCOP định kỳ thực hiện báo cáo kết quả triển khai mô hình sản xuất sản phẩm OCOP, những khó khăn, vướng mắc gửi về Ban điều hành Chương trình OCOP các huyện, thành phố.

5. Công tác kiểm soát, thanh tra

Hoạt động kiểm soát, thanh tra nhằm đảm bảo sự ổn định về tiêu chuẩn, chất lượng của sản phẩm và sự vận hành ổn định của chu trình OCOP. Hoạt động kiểm soát, thanh tra được thực hiện thường xuyên từ khâu kiểm soát quy trình sản xuất nguyên liệu đến đưa sản phẩm ra thị trường.

VI. CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. Công tác quảng cáo, quảng bá sản phẩm

2. Ứng dụng thương mại điện tử

3. Tổ chức sự kiện hội chợ, triển lãm

4. Xây dựng hệ thống giới thiệu, bán hàng OCOP

5. Khảo sát, thu thập, phân tích thông tin và dự báo thị trường

VII. CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC

1. Đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ vận hành Chương trình

2. Đào tạo cán bộ quản lý doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất

3. Đào tạo nghề cho người lao động thuộc các tổ chức tham gia OCOP

Phần thứ tư
MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM TỈNH CAO BẰNG GIAI ĐOẠN 2019 - 2020 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

I. CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN, NÂNG CAO NHẬN THỨC

1. Các cấp ủy, chính quyền các cấp, các ngành

2. Cộng đồng

3. Xây dựng chuyên đề OCOP

II. XÂY DỰNG BỘ MÁY VẬN HÀNH OCOP

1. Ban chỉ đạo điều hành

- Cấp tỉnh:

+ Cơ quan chỉ đạo: Ban chỉ đạo các Chương trình MTQG cấp tỉnh;

+ Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách: Sở Nông nghiệp và PTNT.

- Cấp huyện:

+ Cơ quan chỉ đạo: Ban chỉ đạo các Chương trình MTQG cấp huyện;

+ Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách: Phòng Nông nghiệp và PTNT hoặc Phòng Kinh tế.

- Cấp xã: UBND cấp xã tổ chức triển khai thực hiện Chương trình OCOP..

2. Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh

- Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP cấp nào do Ủy ban nhân dân cùng cấp quyết định thành lập.

- Nhiệm vụ: Đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP thường niên theo bộ tiêu chí ban hành.

III. XÂY DỰNG HỆ THỐNG HỖ TRỢ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

1. Hệ thống tư vấn hỗ trợ

* Tư vấn Ban điều hành OCOP cấp tỉnh, cấp huyện

* Tư vấn các tổ chức OCOP tại cộng đồng

2. Hệ thống đối tác OCOP

3. Hệ thống sản xuất

IV. XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH CHO CHƯƠNG TRÌNH OCOP

1. Chính sách hỗ trợ tín dụng

2. Chính sách hỗ trợ vùng sản xuất tập trung, áp dụng theo các quy định hiện hành

3. Chính sách hỗ trợ về khoa học, công nghệ

4. Chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm, áp dụng theo các quy định hiện hành

5. Chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực để thực hiện Chương trình OCOP

6. Chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại theo các quy định hiện hành

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

1. Ngân sách nhà nước

- Nguồn vốn ngân sách Trung ương hỗ trợ thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2018-2020.

- Nguồn ngân sách tỉnh bố trí xây dựng quỹ hỗ trợ tín dụng.

- Nguồn vốn ngân sách tỉnh bố trí cho sự nghiệp khoa học-công nghệ.

- Nguồn vốn ngân sách tỉnh bố trí kinh phí cho hoạt động xúc tiến thương mại.

2. Nguồn lực từ cộng đồng

Phần thứ năm
TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

1. Dự kiến kế hoạch sản phẩm OCOP chủ lực cấp huyện tham gia Đề án Chương trình OCOP tỉnh Cao Bằng, giai đoạn 2019-2020 và định hướng đến 2030

2. Khung thời gian thực hiện đề án và các nội dung công việc

II. PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ

1. Sở Nông nghiệp và PTNT

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư

3. Sở Tài chính

4. Sở Công Thương

5. Sở Khoa học và Công nghệ

6. Sở Lao động, Thương binh và Xã hội

7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

8. Sở Thông tin và Truyền thông

9. Sở Y tế

10. Ngân hàng nhà nước Việt Nam tỉnh Cao Bằng

11. Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố

12. Các tổ chức Chính trị - Xã hội - Ngành nghề

13. Các cơ sở đào tạo trong tỉnh

Phần thứ sáu
HIỆU QUẢ, Ý NGHĨA TÁC ĐỘNG CỦA ĐỀ ÁN

I. HIỆU QUẢ VỀ KINH TẾ

II. HIỆU QUẢ VỀ VĂN HÓA, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG

III. Ý NGHĨA, TÁC ĐỘNG CỦA OCOP

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Nguyễn Trung Thảo

Phụ lục 1: Hệ thống bảng biểu

BIỂU 1: THỐNG KÊ HIỆN TRẠNG SẢN PHẨM

TT	Tên sản phẩm	Tên chủ thể sản xuất	Địa chỉ chủ thể sản xuất	Đã có Công bố chất lượng	Đã có đăng ký SHTT	Số lượng sản xuất				Doanh thu (triệu đồng)		
						Đơn vị	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
I	**Thực phẩm**											
1												
II	**Đồ uống**											
1												
III	**Thảo dược**											
1												
IV	**Vải và may mặc**											
1												
V	**Lưu niệm - nội thất - trang trí**											
1												
VI	**Dịch vụ du lịch nông thôn**											
1												

TT	Tên sản phẩm	Tên chủ thể sản xuất	Địa chỉ chủ thể sản xuất	Đã có Công bố chất lượng	Đã có đăng ký SHTT	Số lượng sản xuất				Doanh thu (triệu đồng)		
						Đơn vị	2014	2015	2016	2014	2015	2016
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)

GHI CHÚ:

Sản phẩm OCOP là

- Sản phẩm đã và đang được sản xuất tại xã, phường, thị trấn (bao gồm cả làng nghề). Sử dụng lao động và nguyên liệu chủ yếu tại địa phương.

- Đã và đang là sản phẩm có tiếng của địa phương, được bán rộng rãi trong khu vực, trong nước hoặc xuất khẩu với khối lượng tương đối ổn định.

- Được sản xuất bởi hộ gia đình, tổ hợp tác hoặc liên gia, HTX, Doanh nghiệp hoặc liên doanh.

Cột 1: Ghi tên nhãn hiệu của sản phẩm theo nhóm (6 nhóm).

Cột 2: Chỉ ghi tên người đại diện theo pháp luật (nếu đã đã đăng ký kinh doanh).

Địa chỉ email, số điện thoại

Cột 4: Ghi mã hiệu bản công bố chất lượng sản phẩm do cơ quan có thẩm quyền cấp

Cột 5: Ghi ngày, tháng, năm, số hiệu bản chứng nhận sở hữu trí tuệ.

Cột 6: Ghi đơn vị tính (ví dụ: Tấn, kg, lít, chai, hộp,…) tương ứng sản phẩm

BIỂU 2: THỰC TRẠNG TRÌNH ĐỘ CÔNG NGHỆ, VỐN, LAO ĐỘNG CỦA CÁC CHỦ THỂ THAM GIA SẢN PHẨM OCOP 2019

TT	Tên chủ thể sản xuất	Thuộc loại hình tổ chức sản xuất	Doanh thu ba năm liền trước (triệu đồng)	Trình độ công nghệ			Vốn sử dụng (triệu đồng)				Lao động sử dụng (người)					Năng suất lao động bình quân	Thu nhập bình quân của lao động
				Tự động	Cơ khí	Thủ công	Tổng vốn	Trong đó			Tổng số	Trong đó					
								Tự có	Vay	Ngân sách		Nghệ nhân	ĐH và CĐ	Có chứng chỉ nghề	Lao động phổ thông		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

GHI CHÚ:

- Biểu này chủ yếu sử dụng cho làm việc với các chủ thể sản xuất OCOP: Hộ tư nhân, tổ hợp tác hoặc liên gia, HTX, Doanh nghiệp, liên doanh

- Mục tiêu là nắm được thực trạng trình độ công nghệ, vốn, lao động, của các chủ thể OCOP qua đó có cơ sở đề xuất chính sách, giải pháp thiết thực với 3 vấn đề trụ cột này nhằm đẩy mạnh OCOP, nâng cao hiệu quả và tính bền vững

Hướng dẫn ghi biểu:

Cột 1: Ghi tương ứng chủ thể sản xuất theo loại hình: Hộ tư nhân, tổ hợp tác hoặc liên gia, HTX, Doanh nghiệp, liên doanh

Cột 2: Ghi tên chủ thể có tham gia tạo ra sản phẩm cùng loại (đạt tiêu chí sản phẩm chủ lực)

Cột 3: Ghi doanh thu 3 năm liền của 2015, 2016, 2017

Cột 4: Nếu 80% các khâu công việc được tự động hóa thì ghi: Tự động hóa

Cột 5: Nếu 80% các khâu công việc được cơ khí hóa thì ghi: Cơ khí hóa

Cột 6: Nếu 80% các khâu công việc làm thủ công thì ghi: Thủ công

Cột 10: Chỉ ghi vốn ngân sách được cấp quy ra tiền (kể cả đất và tài sản khác)

Cột 11, 12, 13, 14, 15: Chỉ ghi người có hợp đồng với đơn vị và làm việc thường xuyên (cả năm hoặc theo mùa vụ)

Cột 16: Tính bằng: Lấy cột 3 chia cho cột 11 (nhưng cột 11 phải tính số lao động thường xuyên bình quan 3 năm 2015, 2016, 2017)

Cột 17: Thu nhập bao gồm: Lương, thưởng và phụ cấp khác

BIỂU 3: DỰ KIẾN QUY HOẠCH SẢN PHẨM OCOP MỚI 2019-2030 CỦA TỈNH CAO BẰNG

TT	Tên sản phẩm	Trong đó sản phẩm chủ lực	Địa chỉ quy hoạch sản xuất	Dự kiến giá trị hàng hóa (triệu đồng)			Thị trường tiêu thụ chủ yếu
				2020	2025	2030	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
I	**Thực phẩm**						
1							
II	**Đồ uống**						
1							
III	**Thảo dược**						
1							
IV	**Vải và may mặc**						
1							
V	**Lưu niệm - nội thất - trang trí**						
1							
VI	**Dịch vụ du lịch nông thôn**						
1							

GHI CHÚ:

- Biểu này chủ yếu dùng cho làm việc với lãnh đạo các địa phương và cơ quan chuyên môn

- Mục tiêu là xác định hướng phát triển các sản phẩm OCOP mới dựa vào lợi thế đặc hữu của địa phương. Trong đó, xác định loại sản phẩm chủ lực. Từ đó sẽ lập bản đồ quy hoạch quốc gia các sản phẩm OCOP đến 2030 và các năm sau.

BIỂU 4: DANH MỤC SẢN PHẨM OCOP CHỦ LỰC CỦA TỈNH CAO BẰNG

TT	Tên sản phẩm	Tên chủ thể sản xuất	Địa chỉ chủ thể sản xuất	Giá trị sản lượng hàng hóa (triệu đồng)			Thị trường tiêu thụ chủ yếu
				2016	2017	2018	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
I	**Thực phẩm**						
1		Bảo Lâm					
II	**Đồ uống**						
1							
III	**Thảo dược**						
1							
IV	**Vải và may mặc**						
1							
V	**Lưu niệm - nội thất - trang trí**						
1							
VI	**Dịch vụ du lịch nông thôn**						
1							

GHI CHÚ:

- Biểu này chủ yếu sử dụng cho làm việc với lãnh đạo các địa phương và cơ quan chuyên môn

- Mục tiêu là xác định loại sản phẩm đặc hữu, lợi thế của tỉnh, thành phố (với tiêu chí đạt giá trị hàng hóa 30 tỷ/năm và loại sản phẩm này có bao nhiêu đơn vị tham gia, địa chỉ cụ thể)

Cột 1: Ghi tên loại sản phẩm đạt tiêu chí chủ lực thuộc nhóm nào

Cột 2: Ghi tên chủ thể có tham gia tạo ra sản phẩm cùng loại (đạt tiêu chí sản phẩm chủ lực)

Cột 3: Ghi rõ địa chỉ các chủ thể cùng tham gia

Cột 7: Ghi thị trường tiêu thụ chủ yếu cả trong nước và xuất khẩu

BIỂU 5: ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SẢN XUẤT SẢN PHẨM OCOP 2019

TT	Các yếu tố ảnh hưởng	Đánh giá của các chủ thể sản xuất và chuyên gia						Ghi chú
		Chủ hộ gia đình	Đại diện tổ hợp tác	Giám đốc HTX	Giám đốc doanh nghiệp	Lãnh đạo địa phương	Chuyên gia	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Công nghệ							
2	Trình độ lao động							
3	Vốn							
4	Tổ chức sản xuất							
5	Môi trường							
6	Hạ tầng kinh tế - xã hội							
7	Du lịch							

GHI CHÚ:

- Biểu này chủ yếu dùng cho cán bộ khảo sát khi làm việc với các đối tác (cột 2-7)

- Dùng cho tổng hợp: Tập hợp các ý kiến của các đối tác, phân loại mức độ quan trọng theo từng yếu tố từ đó có căn cứ đề xuất giải pháp, chính sách phù hợp cho OCOP

+ Với cán bộ khảo sát: Cột các yếu tố chỉ là gợi ý, cán bộ cần hỏi và ghi đầy đủ ý kiến cụ thể của từng đối tác (thay phiếu điều tra)

+ Với cán bộ tổng hợp: Tổng hợp và ghi tổng số các đối tác được hỏi, tỷ lệ đồng ý, không đồng ý đối với từng yếu tố qua đó sẽ phản ánh nhu cầu và mức độ quan trọng của từng yếu tố tác động đến OCOP.

BIỂU 6: ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP CHỦ YẾU CHO PHÁT TRIỂN OCOP

TT	Chính sách, giải pháp chủ yếu	Đánh giá của các chủ thể sản xuất và chuyên gia						Ghi chú
		Chủ hộ gia đình	Đại diện tổ hợp tác	Giám đốc HTX	Giám đốc doanh nghiệp	Lãnh đạo địa phương	Chuyên gia	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Đất đai							
2	Vốn							
3	Lao động							
4	Khoa học công nghệ (chuyển giao, ứng dụng,…)							
5	Xúc tiến thương mại							
6	Phát triển hạ tầng							
7	Phát triển du lịch							

GHI CHÚ:

- Biểu này chủ yếu dùng cho cán bộ khảo sát khi làm việc với các đối tác và dùng cho cán bộ tổng hợp

- Mục đích: Nắm được đề xuất chính sách, giải pháp từ các đối tác thực tiếp sản xuất, lãnh đạo các địa phương và chuyên gia từ đó có căn cứ thực tế đề xuất chính sách, giải pháp phù hợp cho OCOP

Hướng dẫn ghi biểu: Với cán bộ khảo sát (là gợi ý, thay phiếu điều tra) cần hỏi sâu và ghi chép đầy đủ ý kiến của các đối tác, sau đó cần lập biểu tổng hợp tóm tắt các ý kiến theo từng vấn đề.

Phụ lục 02: Dự kiến kinh phí thực hiện Đề án Chương trình OCOP tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019-2020 và định hướng đến năm 2030.

Đơn vị tính: triệu đồng

TT	Nội dung hỗ trợ	Kinh phí			Nguồn vốn	Ghi chú
		2019	2020	Tổng số		
1	**Xây dựng, quản lý thực hiện Đề án Chương trình OCOP tỉnh Cao Bằnggiai đoạn 2018-2020.**				Nguồn vốn hỗ trợ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới	
-	Xây dựng, triển khai thực hiện bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm.					
-	Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu, quản lý, báo cáo sản phẩm OCOP.					
-	Quản lý, kiểm tra, giám sát, đánh giá.					
2	**Hỗ trợ lãi suất tín dụng**				Ngân sách tỉnh bố trí hỗ trợ lãi suất tín dụng	
3	**Hỗ trợ vùng sản xuất tập trung, hỗ trợ phát triển sản phẩm, hỗ trợ phát triển ngành nghề nông thôn**				Nguồn vốn hỗ trợ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới	
-	Hỗ trợ phát triển sản xuất, liên kết theo chuỗi giá trị, gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm					
-	Hỗ trợ phát triển các hình thức tổ chức sản xuất					

-	Hỗ trợ phát triển ngành nghề nông thôn					
4	**Hỗ trợ về khoa học-công nghệ**				Nguồn vốn sự nghiệp khoa học-công nghệ cấp tỉnh bố trí cho Sở Khoa học-Công nghệ quản lý	
-	Nghiên cứu khoa học					
-	Đổi mới, chuyển giao công nghệ, ứng dụng phát triển sáng kiến, giải pháp kỹ thuật					
-	Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, công bố chất lượng, truy suất nguồn gốc sản phẩm, xây dựng thương hiệu.					
5	**Hỗ trợ đào tạo nhân lực**				Nguồn vốn hỗ trợ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.	
-	Đào tạo nghề cho người lao động thuộc các tổ chức tham gia OCOP.					
-	Tập huấn, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý thực hiện Chương trình OCOP; đào tạo cán bộ quản lý doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất.					
6	**Hỗ trợ xúc tiến thương mại**				Ngân sách tỉnh bố trí kinh phí xúc tiến thương mại hàng năm trong dự toán chi thường xuyên của Sở Công thương	
-	Thông tin, tuyên tuyền, quảng bá					

-	Hội chợ triển lãm					
-	Đào tạo, tập huấn, tổ chức các cơ hội giao thương					
-	Điều tra, khảo sát, nghiên cứu thị trường					
-	Tổ chức các phiên chợ hàng Việt, các sự kiện xúc tiến thương mại					
-	Xây dựng hệ thống giới thiệu, bán hàng OCOP					
-	Ứng dụng thương mại điện tử					
	Tổng cộng					

Phụ lục 3: Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án Chương trình OCOP tỉnh Cao Bằng, giai đoạn 2019-2020 và định hướng đến năm 2030

TT	Nội dung	Kết quả phải đạt	Thời gian thực hiện	Chủ trì thực hiện
I	**Khởi động Chương trình OCOP tỉnh giai đoạn 2019-2020**			
1	Tập huấn, hướng dẫn điều tra, khảo sát số liệu xây dựng Đề án Chương trình OCOP	Giới thiệu tổng thể về Đề án Chương trình OCOP	Quý I/ 2019	Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh Cao Bằng - Đơn vị tư vấn
2	Khảo sát và Xây dựng Đề án Chương trình OCOP	Bộ hồ sơ Đề án	Quý I/2019	Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh Cao Bằng - Đơn vị tư vấn
3	Hội thảo về Đề án Chương trình OCOP	Tổng hợp ý kiến của các Sở ban ngành, địa phương	Quý I/2019	Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh Cao Bằng - Đơn vị tư vấn
4	Trình phê duyệt Đề án Chương trình OCOP	Đề án Chương trình OCOP	Quý II/2019	Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh Cao Bằng
II	**Hoàn thiện bộ máy BCĐ điều hành Đề án Chương trình OCOP và các chính sách của Chương trình**			
1	Xây dựng tổ chức bộ máy BCĐ điều hành và thực hiện Chương trình.	Ban chỉ đạo tỉnh, huyện và các thành viên; bộ phận chuyên trách	Quý I/2019	Sở Nông nghiệp và PTNT-Đơn vị tư vấn
2	Xây dựng và ban hành chính sách cho Chương trình OCOP.	Chính sách cho Chương trình OCOP	Quý III, IV/2019	Ban chỉ đạo
3	Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP	Bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm được ban hành	Quý III,IV/2019	Ban chỉ đạo
4	Tập huấn đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước tham gia Chương trình	Các CB quản lý nhà nước tham gia Chương trình nắm vững được hệ thống tổ chức OCOP	Quý I/2019	Sở Nông nghiệp và PTNT-Đơn vị tư vấn

III	**Duy trì Chương trình OCOP tỉnh thường niên (2019-2020)**			
1	Tuyên truyền về Chương trình OCOP tỉnh	Cộng đồng biết về các Chương trình OCOP (chu trình, các hoạt động hỗ trợ, mẫu đăng ký,...)	Quý I hàng năm	Ban chỉ đạo
2	Đánh giá, phân hạng và lựa chọn sản phẩm tham gia Chương trình OCOP hàng năm.	Phiếu đăng ký ý tưởng SP, ban hành danh mục SP OCOP thực hiện theo năm	Quý I hàng năm	Ban chỉ đạo
3	Xây dựng kế hoạch, triển khai thực hiện Chương trình OCOP tỉnh hàng năm.	Kế hoạch thực hiện	Quý II năm trước	Ban chỉ đạo
4	Tập huấn, đào tạo, bồi dưỡng hàng năm cho Chương trình OCOP		Quý I, II hàng năm	
5	Hội nghị Chương trình OCOP (02 lần/năm)	Các vấn đề tồn tại, nảy sinh được giải quyết	Quý I, IV hàng năm	Ban chỉ đạo
IV	**Phát triển SP Chương trình OCOP**			
1	Khảo sát, đánh giá phát hiện ý tưởng sản phẩm mới	Phát hiện các ý tưởng sản phẩm mới	Quý I, II hàng năm	Ban chỉ đạo
2	Triển khai các dự án phát triển sản phẩm	Ý tưởng phát triển được triển khai	Trong năm	Ban chỉ đạo
V	**Xúc tiến thương mại**			
1	Xây dựng và quản lý cơ sở dữ liệu sản phẩm, thông tin thị trường SP OCOP	Cơ sở dữ liệu, thông tin thị trường SP OCOP được XD, cập nhập thường xuyên và được quản lý	Trong năm	Ban chỉ đạo
2	Quảng bá về chương trình sản phẩm OCOP trên các phương tiện thông tin đại chúng	Thương hiệu OCOP được quảng bá sâu rộng trong tỉnh, ngoài tỉnh và quốc tế	Trong năm	Ban chỉ đạo