



BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

**TÀI LIỆU TẬP HUẤN
NHỮNG KIẾN THỨC CƠ BẢN VỀ CHƯƠNG TRÌNH
MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP)**

DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Hà Nội, năm 2020

LỜI GIỚI THIỆU

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (Chương trình OCOP)¹ được xác định là một giải pháp quan trọng nhằm phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị, gắn với 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 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 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...

Trên cơ sở kế thừa và phát triển Bộ tài liệu đào tạo Chương trình OCOP theo Quyết định 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, qua thực tiễn triển khai tại các địa phương, để tập trung vào những nội dung trọng tâm, cốt lõi của Chương trình, phù hợp với điều kiện thực tế và nhu cầu của các đối tượng triển khai, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Bộ tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình OCOP cho các đối tượng tham gia chương trình, bộ tài liệu bao gồm:

- Tài liệu dành cho cán bộ quản lý Chương trình OCOP;
- Tài liệu dành cho chủ thể tham gia Chương trình OCOP;
- Tài liệu dành cho chủ thể tư vấn Chương trình OCOP.

Bộ tài liệu được sử dụng chung cho các hoạt động của Chương trình OCOP triển khai trên toàn quốc, là căn cứ để các địa phương truyền thông, tập huấn, đào tạo về Chương trình. Trong quá trình triển khai, Bộ đã tiếp thu ý kiến của các bộ, ngành, địa phương và các chuyên gia, các nhà khoa học. Tuy nhiên, do thời gian ngắn, chưa thể đáp ứng được hết những yêu cầu đã và đang phát sinh trên thực tiễn ở các địa phương, rất mong nhận được ý kiến góp ý của Quý đọc giả để Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tiếp tục hoàn thiện trong thời gian tới.

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PTNT

¹ Theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ.

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	i
PHẦN 1. NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT VỀ CHƯƠNG TRÌNH OCOP	1
1.1. Sự cần thiết của Chương trình OCOP.....	1
1.2. Lịch sử và kinh nghiệm của Chương trình OCOP trên thế giới và Việt Nam.....	2
1.2.1. Lịch sử phát triển Chương trình OCOP	2
1.3. Quan điểm, đối tượng, mục tiêu, nội dung, nguyên tắc của Chương trình.....	6
1.3.1. Quan điểm của Chương trình.....	6
1.3.2. Đối tượng của Chương trình.....	6
1.3.3. Mục đích, mục tiêu và yêu cầu của Chương trình	6
1.3.5. Nguyên tắc và giải pháp thực hiện Chương trình	10
1.4. Chu trình OCOP thường niên	10
1.4.1. Sáu bước trong chu trình OCOP thường niên.....	10
1.4.2. Thực trạng triển khai chu trình tại các địa phương.....	12
1.4.3. Những lưu ý để triển khai thành công theo chu trình	12
1.5. Hệ thống tổ chức nhân sự của OCOP	13
1.6. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP.....	14
1.6.1. Sản phẩm và các yếu tố cấu thành sản phẩm.....	14
1.6.2. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP.....	15
1.7. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP	18
1.7.1. Giới thiệu bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.....	18
1.7.2. Nội dung của Bộ tiêu chí	19
1.8. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm	21
PHẦN 2. HƯỚNG DẪN CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP	23
2.1. Xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP cấp tỉnh, huyện, xã	23
2.1.1. Căn cứ xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp	23
2.1.2. Nguyên tắc lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp	23
2.1.3. Nội dung kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP	23
2.1.4. Các bước lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP	24
2.2. Đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm (cấp xã, huyện)	26
2.2.1. Hướng dẫn cấp xã đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm.....	26
2.3. Tiếp nhận và đánh giá ý tưởng sản phẩm	28
2.3.1. Hướng dẫn tiếp nhận ý tưởng sản phẩm	29
2.3.2. Hướng dẫn đánh giá ý tưởng sản phẩm	29

2.4. Tiếp nhận và đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh (cấp xã, huyện).	30
2.4.1. Tiếp nhận phương án/dự án sản xuất kinh doanh	30
2.4.2. Đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh.....	31
2.4.2.1. Phương án/dự án sản xuất kinh doanh đúng theo mẫu quy định hay không	31
2.4.2.2. Đánh giá các nội dung chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh....	31
2.4.2.3. Đánh giá vấn đề tài chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh	31
2.5. Hướng dẫn chủ thể xây dựng hồ sơ sản phẩm.....	31
2.5.1. Yêu cầu về hồ sơ.....	31
2.5.2. Một số kinh nghiệm trong hướng dẫn chủ thể xây dựng bộ hồ sơ dự thi.....	33
2.6. Tiếp nhận hồ sơ và tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.....	34
2.6.1. Xác nhận của cấp xã về nguyên liệu và lao động	34
2.6.2. Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm, tổ chức đánh giá, xếp hạng cấp huyện, tỉnh.....	34
2.7. Quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP.....	37
2.7.1. Nội dung quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP	37
2.7.2. Công cụ quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP	38
2.7.3. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP	39
2.8. Tổ chức xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm	41
2.9. Phát triển vùng nguyên liệu	42
2.10. Đào tạo nghề cho lao động nông thôn	42
2.11. Một số chính sách hỗ trợ Chương trình OCOP	43
2.11.1. Nội dung chính sách trực tiếp từ Chương trình OCOP	44
2.11.2. Một số chính sách hỗ trợ cho các chủ thể OCOP	44
2.12. Hướng dẫn lựa chọn tổ chức, cá nhân tư vấn Chương trình OCOP	47
2.13. Thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP	48
2.14. Tổ chức học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh.....	52
TÀI LIỆU THAM KHẢO	54
PHỤ LỤC.....	55

PHẦN 1

NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT VỀ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

1.1. Sự cần thiết của Chương trình OCOP

Phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn luôn là một nhiệm vụ trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội nước ta. Trong 10 năm qua, Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới đã đạt được những thành tựu to lớn, lịch sử, tạo nên bước ngoặt trong phát triển nông thôn nước ta. Diện mạo nông thôn khởi sắc, hạ tầng sản xuất, đời sống, văn hóa, xã hội thay đổi rõ rệt, đáp ứng một cách căn bản nhu cầu của người dân. Kinh tế nông thôn phát triển, có sự chuyển dịch từ nông nghiệp sang công nghiệp - dịch vụ nông thôn, từng bước gắn phát triển toàn diện nông thôn với cơ cấu lại và đổi mới mô hình tăng trưởng ngành nông nghiệp, ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống vật chất, tinh thần của người dân, góp phần tăng sự hài lòng của cư dân nông thôn, tạo nền tảng ổn định chính trị - xã hội thông qua tăng thu nhập và giảm nghèo nông thôn. Tuy nhiên, bên cạnh đó kinh tế nông thôn vẫn còn gặp nhiều khó khăn: cơ cấu lại nông nghiệp chưa đồng đều, nông nghiệp phát triển thiếu bền vững; năng suất lao động thấp; thu nhập và đời sống của người dân, nhất là ở vùng sâu, vùng xa còn gặp nhiều khó khăn.

Trong bối cảnh đó, nhằm phát huy dư địa, tiềm năng, lợi thế của các sản phẩm ngành nghề nông thôn, đặc biệt là các sản phẩm đặc sản, truyền thống địa phương, ngày 07/5/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020. Đây là Chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa...) để đẩy mạnh phát triển sản xuất, liên kết chuỗi giá trị nhằm nâng cao thu nhập, đời sống của người dân gắn với xây dựng nông thôn mới.

Trọng tâm của Chương trình OCOP là hướng đến khuyến khích, hỗ trợ các đối tượng sản xuất, kinh doanh quy mô nhỏ và vừa ở nông thôn khai thác tiềm năng về đất đai, lợi thế so sánh, phát huy vai trò của cộng đồng, giá trị truyền thống để thúc đẩy tổ chức sản xuất, mở rộng thị trường, nâng cao giá trị cho sản phẩm, góp phần phát triển kinh tế hộ gia đình và kinh tế nông thôn. Đẩy mạnh xúc tiến thương mại, thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp sáng tạo, hình thành các diễn đàn kết nối cung - cầu, nâng cao các giá trị văn hóa của các miền quê Việt Nam. Ngoài ra, Chương trình OCOP còn có ý nghĩa giải quyết nhiều vấn đề quan trọng ở khu vực nông thôn như: giảm nghèo, giải quyết việc làm, an sinh xã hội, môi trường, phát huy trí tuệ sáng tạo của người dân và hình thành các tổ chức liên kết kinh tế cộng đồng bền vững.

1.2. Lịch sử và kinh nghiệm của Chương trình OCOP trên thế giới và Việt Nam

1.2.1. Lịch sử phát triển Chương trình OCOP

Nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới như Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan,... trong xây dựng, triển khai chiến lược phát triển kinh tế đất nước nói chung, 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,...). Điển hình là Phong trào OVOP (One Village One Product) “Mỗi làng một sản phẩm” bắt đầu được khởi xướng ở Oita (Nhật Bản) từ năm 1979 nhằm khuyến khích mỗi làng lựa chọn một sản phẩm đặc biệt cho khu vực và phát triển nó lên một tiêu chuẩn quốc gia và toàn thế giới. Sự phát triển của Phong trào "Mỗi làng một sản phẩm" được xem như một cách tăng cường kỹ năng kinh doanh của các cộng đồng địa phương bằng cách sử dụng các nguồn lực, kiến thức địa phương, tạo ra giá trị bổ sung thêm thông qua hoạt động xây dựng thương hiệu của sản phẩm địa phương và xây dựng nguồn nhân lực trong nền kinh tế địa phương.

Phong trào OVOP đã lan tỏa và được triển khai thực hiện trên 40 nước ở các khu vực Châu Á, Châu Phi, Châu Mỹ ... và đã có nhiều đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn của các quốc gia. Tại Trung Quốc có những Phong trào như: “Mỗi nhà máy, một sản phẩm”, “Mỗi thành phố, một sản phẩm”, “Mỗi làng, một báu vật”. Tại Thái Lan có Chương trình OTOP (One Tambon, One Product). Tại Philippine có Phong trào “One Barangay, One Product” (Mỗi làng, một sản phẩm). Tại Malaysia có Phong trào “Satu Kampung, Satu Produk” (Mỗi làng, một sản phẩm). Hiện tại là Phong trào "Satu Daerah, Satu Industry" (SDSI hay "Mỗi làng một nghề"). Tại Indonesia (Đông Java) có Phong trào “Back to Village” (Trở lại làng quê). Ở Campuchia có Phong trào “One Village, One Product” (Mỗi làng, một sản phẩm). Tại Malawi có Phong trào “One Village, One Product” (Mỗi làng, một sản phẩm). Tại Hàn Quốc có Chương trình "Mỗi làng một nhãn hiệu". Ở Hoa Kỳ có Phong trào “One Paris, One Product” (Mỗi xứ một sản phẩm). Đến nay đã có 143 quốc gia trên thế giới triển khai chương trình này.

Cho dù tên gọi ở mỗi quốc gia có khác nhau, song đều có điểm chung của chương trình là: 1) Tiếp cận về phát huy giá trị nội sinh gắn với tổ chức cộng đồng, đặc biệt là giải quyết việc làm, lao động nông thôn; 2) Giải pháp để tổ chức sản xuất, phát huy tiềm năng các sản phẩm đặc sản địa phương; 3) Chương trình phát triển kinh tế gắn với các chính sách hỗ trợ phù hợp; 4) Xúc tiến thương mại với tiếp cận

về thương mại các di sản vật thể, hình ảnh địa phương, quốc gia để thúc đẩy tiêu dùng và nâng cao giá trị...

Ở Việt Nam, từ năm 2006, Chính phủ đã ban hành các chính sách như Nghị định số 66/2006/NĐ-CP về phát triển ngành nghề nông thôn, được thay thế bằng Nghị định số 52/2018/NĐ-CP năm 2018, với mục tiêu tập trung hỗ trợ phát triển ngành nghề nông thôn, nhằm phát huy các thế mạnh về sản phẩm ở các vùng nông thôn. Năm 2008, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã triển khai thí điểm mô hình “Mỗi làng một nghề” ở một số địa phương như Điện Biên, Hà Nội, Bắc Ninh, Nam Định, Thừa Thiên Huế, An Giang và đạt được một số kết quả quan trọng. Trên cơ sở đó, nhiều địa phương đã chủ động áp dụng để phát triển ngành nghề nông thôn, đặc biệt là tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Chương trình “Tỉnh Quảng Ninh - Mỗi xã, phường một sản phẩm” vào năm 2013 gắn với Chương trình xây dựng nông thôn mới. Kết quả sau 05 năm triển khai Chương trình đã khẳng định hướng đi đúng, sáng tạo, bài bản của tỉnh Quảng Ninh trong phát triển sản phẩm hàng hóa theo chuỗi giá trị, gắn các tổ chức sản xuất với sản phẩm, phát huy những lợi thế, thế mạnh của địa phương, đưa nông dân chủ động hội nhập và tiếp cận kinh tế thị trường, góp phần nâng cao chất lượng Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

Đúc kết từ các bài học kinh nghiệm và yêu cầu của thực tiễn, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 về việc phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018-2020 để triển khai trên phạm vi cả nước nhằm những mục đích như sau:

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh trong sản xuất, thương mại các sản phẩm truyền thống, sản phẩm có lợi thế ở khu vực nông thôn, góp phần phát triển kinh tế nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị.

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

Đến nay, Chương trình đã được triển khai đồng bộ và rộng khắp trên cả nước, đã có 63/63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương ban hành Đề án/Kế hoạch triển khai Chương trình, cùng với đó là bộ máy tổ chức triển khai Chương trình được xây dựng từ cấp tỉnh đến cấp huyện, xã.

1.2.2. Kinh nghiệm quốc tế, Việt Nam

1.2.2.1. Kinh nghiệm quốc tế

- Kinh nghiệm của Nhật Bản

Một trong những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến những thành công của Phong trào "Mỗi làng, một sản phẩm" của Nhật Bản chính là ngay từ ban đầu các nhà lãnh đạo đã đưa ra được ba nguyên tắc cơ bản làm chỗ dựa, là kim chỉ nam cho mọi hoạt động tiếp theo. Ba nguyên tắc đó là "Địa phương hướng đến toàn cầu", "Độc lập và sáng tạo" và "Đào tạo nguồn nhân lực". Hầu hết các quốc gia khi triển khai phong trào cho dù có tên gọi khác nhau nhưng đều vận dụng sáng tạo trên nền tảng của 3 nguyên tắc này.

- Kinh nghiệm của Thái Lan

Khác với Nhật Bản, phong trào "Mỗi làng, một sản phẩm" ở Thái Lan được đề xuất bởi người đứng đầu chính phủ, vì vậy nó được nâng lên thành một chương trình và hoạt động có bài bản hơn. Chương trình có bộ máy quản lý từ Trung ương đến địa phương. Chương trình được thực hiện theo một chu trình rất bài bản và các sản phẩm tham gia chương trình được chia thành sáu nhóm nên rất thuận lợi cho việc tổ chức quản lý và quảng bá, xúc tiến thương mại.

- Vai trò của người dân nông thôn trong Phong trào "Mỗi làng, một sản phẩm"

Động lực cơ bản làm nên sức sống bền vững và cũng là thành công lớn nhất của Phong trào "Mỗi làng, một sản phẩm" chính là việc đặt người dân nông thôn vào vị trí trung tâm của quá trình triển khai, phát triển của mọi hoạt động trong Phong trào. Đó cũng là ý nghĩa của từ "Phong trào" và là nguyên nhân vì sao ở đây người ta chỉ nói và viết về Phong trào "Mỗi làng, một sản phẩm" chứ chưa bao giờ có khái niệm về chương trình hay dự án "Mỗi làng, một sản phẩm".

1.2.2.2. Kinh nghiệm ở Việt Nam

Tại Việt Nam, Nghị định số 66/2006/NĐ-CP (được thay thế bằng Nghị định số 52/2018/NĐ-CP năm 2018) là hành lang pháp lý quan trọng cho phát triển ngành nghề nông thôn, phát huy các thế mạnh về sản phẩm ở các vùng nông thôn, tập trung chính vào phát triển các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, phát triển tiêu thụ công nghiệp. Cùng với đó, kết quả thí điểm mô hình "Mỗi làng một nghề" ở một số địa phương đã cho thấy, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ (dệt thổ cẩm, sơn mài, chạm khắc đá, gỗ, đúc đồng) được hỗ trợ cải tiến mẫu mã, phục vụ tốt cho nhiều thị trường trong nước và quốc tế; đồng thời, các cơ sở sản xuất đã trở thành điểm thu hút khách du lịch đến tham quan và mua sắm.

Tiếp nối triển khai thí điểm mô hình “Mỗi làng một nghề” của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, nhiều tỉnh, thành phố đã chủ động áp dụng thực hiện để triển khai phát triển sản phẩm ngành nghề nông thôn tại các địa phương, đặc biệt là Quảng Ninh. Từ cách làm bài bản, có hệ thống, từ việc bố trí bộ máy chỉ đạo, tổ chức thực hiện, ban hành các cơ chế, chính sách, huy động nguồn lực từ nội lực cộng đồng, đến hướng dẫn qui trình triển khai, xúc tiến thương mại... Chương trình mỗi xã một sản phẩm của tỉnh Quảng Ninh đã khẳng định hướng đi đúng, phù hợp với điều kiện của Việt Nam. Đây là những bài học quan trọng được đúc kết từ kinh nghiệm của tỉnh Quảng Ninh trong triển khai Chương trình OCOP.

Tuy vậy, ở góc độ một địa phương mới chỉ khơi dậy tiềm năng, thế mạnh các sản phẩm đặc sản của từng địa phương, chưa mở rộng và phát triển sản phẩm ra tầm quốc gia và quốc tế, cho nên cần phải được mở rộng, phát triển sản phẩm ngành nghề nông thôn ra phạm vi cả nước để mở rộng thị trường, khơi dậy tiềm năng, lợi thế của nông thôn các vùng miền, tạo hành lang pháp lý, cơ chế vận hành Chương trình một cách đồng bộ, tạo nền tảng vững chắc để phát triển kinh tế nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới trên phạm vi cả nước.

Trên cơ sở kết quả điều tra, thu thập số liệu các vấn đề liên quan đến phát triển sản phẩm OCOP trên phạm vi cả nước, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã tham mưu Chính phủ xây dựng Đề án Chương trình OCOP giai đoạn 2018 – 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018. Chương trình OCOP đã có những hướng tiếp cận riêng, phù hợp với yêu cầu của thực tiễn, cụ thể là:

- Xây dựng Chương trình OCOP trở thành chương trình phát triển kinh tế nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới, huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, tạo ra sức lan tỏa mạnh mẽ, thúc đẩy sự phát triển của các chủ thể kinh tế ở khu vực nông thôn;

- Tập trung khai thác vào các sản phẩm đặc sản, ngành nghề nông thôn truyền thống, khai thác tiềm năng, lợi thế để phát huy sự sáng tạo, sức mạnh cộng đồng trong tổ chức sản xuất, hình thành các chuỗi giá trị hàng hóa gắn với cộng đồng;

- Đa dạng các giải pháp, chính sách nhằm phát huy sự sáng tạo trong cách làm của các địa phương, nhằm phát huy nguồn lực cộng đồng, phù hợp với điều kiện của từng địa phương;

- Tăng cường các giải pháp về xúc tiến thương mại, khai thác thị trường nội địa để phù hợp với đặc trưng sản xuất, thương mại của sản phẩm; xây dựng sự kết nối về thương mại giữa các địa phương, áp dụng công nghệ số để thúc đẩy hệ thống thị trường phù hợp, hướng đến xây dựng thương hiệu OCOP Việt Nam.

Những thành công ban đầu của Chương trình OCOP và hiệu ứng lan tỏa của chương trình trong cả nước hiện nay sẽ là nền tảng để thúc đẩy phát triển sản xuất sản phẩm, dịch vụ có tiềm năng ở các địa phương. Kết quả đạt được của chương trình sẽ góp phần vào việc thực hiện thành công Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

1.3. Quan điểm, đối tượng, mục tiêu, nội dung, nguyên tắc của Chương trình

1.3.1. Quan điểm của Chương trình

- Chương trình OCOP là một chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ, sự sáng tạo, lao động, nguyên liệu và văn hóa địa phương...) và gia tăng giá trị, nâng cao thu nhập của cư dân nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới.

Chương trình OCOP được nhiều nước trên thế giới triển khai với các tên gọi khác nhau, nhưng đều có điểm chung là phát huy nội lực của các địa phương gắn với đơn vị làng, xã để tập trung phát triển các sản phẩm ngành nghề nông thôn có giá trị gia tăng cao và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong cơ chế thị trường.

- Trọng tâm Chương trình OCOP ở Việt Nam là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp và dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, gắn với các chủ thể tham gia Chương trình là các thành phần kinh tế tập thể (Hợp tác xã, tổ hợp tác) và kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất).

- Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện định hướng phát triển trực sản phẩm đặc sản địa phương, 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, hỗ trợ tín dụng, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm.

1.3.2. Đối tượng của chương trình

Đối tượng của chương trình là sản phẩm và chủ thể thực hiện.

- Sản phẩm: Gồm sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ địa phương, hoặc được thuần hóa, đặc biệt là đặc sản vùng, miền, 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.

- 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.

1.3.3. Mục đích, mục tiêu và yêu cầu của Chương trình

a) Mục đích, ý nghĩa của Chương trình:

Chương trình OCOP có 3 mục đích chính, đó là:

- Khuyến khích các chủ thể sản xuất, kinh doanh ở nông thôn khai thác tiềm năng về đất đai, sản vật, lợi thế so sánh, đặc biệt là các giá trị truyền thống của địa phương để nâng cao giá trị sản phẩm, tăng thu nhập và góp phần cải thiện đời sống vật chất và tinh thần ở nông thôn;

- Phát triển kinh tế nông thôn theo hướng tổ chức sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị đối với các nhóm sản phẩm đặc sản có lợi thế ở làng, xã trong lĩnh vực nông nghiệp, phi nông nghiệp và dịch vụ trên địa bàn nông thôn, nhất là chú trọng phát triển các nghề, làng nghề truyền thống;

- Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động nông thôn, tổ chức lại sản xuất, cơ cấu lại sản xuất ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; khuyến khích phát triển kinh tế tập thể, kinh tế tư nhân và thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp, sáng tạo ở nông thôn.

Ngoài mục đích phát triển kinh tế, Chương trình OCOP còn có ý nghĩa trong giải quyết nhiều vấn đề quan trọng ở khu vực nông thôn, bao gồm:

- Giảm nghèo, giải quyết việc làm, an sinh xã hội, môi trường, phát huy trí tuệ sáng tạo, niềm tự hào của người dân và hình thành các tổ chức liên kết kinh tế cộng đồng bền vững;

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao năng lực sản xuất hàng hóa và kiến thức tiếp cận thị trường;

- Phát huy nguồn lực cộng đồng như: tri thức quản trị, các giá trị văn hóa truyền thống, lối sống của cư dân nông thôn, công nghệ, nguyên liệu địa phương và sự tham gia giám sát của cộng đồng.

b) Mục tiêu của chương trình

Chương trình OCOP có nhiều mục tiêu, trong đó có các mục tiêu chính như sau:

- Nâng cao chất lượng và tiêu chuẩn hóa các sản phẩm: Đến hết năm 2020 đạt khoảng 2.400 sản phẩm (đến tháng 8/2020 đã có 1.928 sản phẩm được đánh giá, phân hạng và có Quyết định công nhận); định hướng đến năm 2030 khoảng 4.800 sản phẩm.

- Củng cố, hoàn thiện tổ chức sản xuất theo hướng liên kết giữa hộ sản xuất với hợp tác xã (HTX) và doanh nghiệp. Phát triển mới các doanh nghiệp, HTX

tham gia Chương trình OCOP: Đến hết năm 2020 khoảng 500 doanh nghiệp nhỏ và vừa, HTX tham gia Chương trình (đến tháng 8/2020 đã có 344 doanh nghiệp và 437 HTX tham gia); định hướng đến 2030 khoảng 2.000 doanh nghiệp, HTX tham gia.

c) Yêu cầu của chương trình

Xuất phát từ nguyên tắc nền tảng của phong trào đó là: “*Địa phương hướng đến toàn cầu*”, “*Độc lập và sáng tạo*”, “*Đào tạo nguồn nhân lực*”, căn cứ vào tình hình thực tiễn phát triển kinh tế nông thôn ở Việt Nam và chủ trương của Chính phủ, Chương trình OCOP của Việt Nam hướng đến 3 yêu cầu:

- Phát huy các tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa;

- Phát huy sự sáng tạo và sức mạnh cộng đồng để tổ chức sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng;

- Phát triển liên kết theo chuỗi giá trị để nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

1.3.4. Nội dung của chương trình

a) Triển khai thực hiện Chương trình OCOP tuần tự theo các bước:

- Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP;
- Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm;
- Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh;
- Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh;
- Đánh giá và xếp hạng sản phẩm;
- Xúc tiến thương mại.

b) Phát triển sản phẩm, dịch vụ, bao gồm:

- Thực phẩm, gồm: Nông sản tươi sống và nông sản chế biến;
- Đồ uống, gồm: Đồ uống có cồn; đồ uống không cồn;
- Thảo dược, gồm: Các sản phẩm có thành phần từ cây dược liệu;
- Vải và may mặc, gồm: Các sản phẩm làm từ bông, sợi;
- 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;

- Dịch vụ du lịch cộng đồng và điếm du lịch, gồm: Các sản phẩm dịch vụ phục vụ tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng, giải trí, học tập, nghiên cứu,...

c) Hệ thống quản lý và giám sát sản phẩm, bao gồm:

- Đánh giá và xếp hạng sản phẩm, gồm 05 hạng sao:

+ Hạng 05 sao: Tổng điếm trung bình đạt từ 90 đến 100 điếm, là sản phẩm cấp quốc gia, có thể xuất khẩu;

+ Hạng 04 sao: Tổng điếm trung bình đạt từ 70 đến 89 điếm, là sản phẩm cấp tỉnh, có thể nâng cấp lên hạng 5 sao;

+ Hạng 03 sao: Tổng điếm trung bình đạt từ 53 đến 69 điếm, là sản phẩm cấp tỉnh, đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 4 sao;

+ Hạng 02 sao: Tổng điếm trung bình đạt từ 30 đến 49 điếm, sản phẩm chưa đạt tiêu chuẩn, có thể tiếp tục nâng cấp để nâng lên hạng 3 sao;

+ Hạng 01 sao: Tổng điếm trung bình đạt dưới 30 điếm, là sản phẩm khởi điếm tham gia Chương trình OCOP, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao.

- Hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia Chương trình OCOP;

- Công tác kiểm tra, giám sát;

- Công tác đào tạo nguồn nhân lực:

Đối tượng đào tạo: Cán bộ quản lý triển khai thực hiện Chương trình OCOP từ Trung ương đến cơ sở; lãnh đạo quản lý, lao động tại các doanh nghiệp, HTX,... tham gia Chương trình OCOP.

Nội dung đào tạo, tập huấn: Kiến thức chuyên môn quản lý Chương trình OCOP; kiến thức chuyên môn quản trị sản xuất, quản trị kinh doanh theo Khung đào tạo, tập huấn của Chương trình OCOP.

d) Công tác xúc tiến thương mại: Hoạt động quảng cáo, tiếp thị sản phẩm; Hoạt động thương mại điện tử; Tổ chức sự kiện quảng bá sản phẩm OCOP gắn liền với phát triển du lịch, hội chợ, triển lãm sản phẩm OCOP cấp tỉnh, vùng, quốc gia và quốc tế; Xây dựng hệ thống Trung tâm thiết kế sáng tạo phát triển sản phẩm OCOP (Trung tâm OCOP) gắn với hỗ trợ khởi nghiệp và thiết kế mẫu mã sản phẩm OCOP, giới thiệu, quảng bá sản phẩm OCOP; Điếm giới thiệu và bán sản phẩm tại các khu du lịch, khu dân cư, tại các siêu thị, chợ truyền thống, trung tâm hành chính (cấp huyện, tỉnh, Trung ương).

đ) Các dự án thành phần của Chương trình OCOP, bao gồm: Dự án phát triển

thương hiệu sản phẩm Chương trình OCOP; Dự án mô hình mẫu làng/bản văn hóa du lịch; Dự án một số vùng sản xuất, dịch vụ nông thôn trọng điểm quốc gia (đại diện cho một số khu vực sinh thái - văn hóa có lợi thế trong cả nước); Dự án Trung tâm thiết kế sáng tạo phát triển sản phẩm OCOP gắn với giới thiệu, quảng bá sản phẩm OCOP tại các vùng trọng điểm; các dự án thành phần (dự án số 2, 3, 4) thực hiện theo hình thức PPP, được triển khai khi cấp có thẩm quyền phê duyệt.

1.3.5. Nguyên tắc và giải pháp thực hiện chương trình

a) Nguyên tắc của chương trình

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

b) Giải pháp thực hiện chương trình

- Đào tạo nguồn nhân lực: Chủ yếu tập trung 3 đối tượng chính: Cán bộ lãnh đạo, quản lý; Chủ thể của Chương trình; Cán bộ, chuyên gia tư vấn TOT.

- Huy động nguồn lực: Nguồn ngân sách Trung ương hỗ trợ một phần từ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới; Nguồn từ ngân sách các địa phương, nguồn lồng ghép từ các chương trình và chủ yếu là nguồn xã hội hóa.

- Hỗ trợ về cơ chế, chính sách: Các tổ chức kinh tế, hộ sản xuất tham gia thực hiện Chương trình OCOP, được áp dụng thực hiện các chính sách hiện hành của Nhà nước về phát triển ngành nghề, phát triển nông nghiệp, nông thôn, chính sách hỗ trợ lãi suất tín dụng, khoa học, công nghệ, đào tạo nhân lực để thực hiện Chương trình OCOP...

- Giải pháp về xúc tiến thương mại: Đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế và phát triển mạng lưới toàn cầu: Hợp tác với các quốc gia triển khai OVOP/OTOP/OCOP trên thế giới, nhằm học hỏi và đưa sản phẩm OCOP xuất khẩu và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế khi Việt Nam tham gia thực hiện các Hiệp định thương mại.

1.4. Chu trình OCOP thường niên

1.4.1. Sáu bước trong chu trình OCOP thường niên

Chu trình OCOP được thực hiện theo 6 bước, trên cơ sở nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân thụ hưởng” (đề xuất nhu cầu từ dưới lên, theo nhu cầu và khả năng của hộ sản xuất, HTX, doanh nghiệp). Các bước triển khai Chu trình cụ

thể gồm:

- Bước 1: Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP. Công tác tuyên truyền được thực hiện rộng rãi trong cộng đồng và chủ thể sản xuất. Sau công tác tuyên truyền, các chủ thể hiểu được kế hoạch và nội dung chương trình; Xây dựng được phiếu đăng ký ý tưởng sản phẩm;

- Bước 2: Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm: Cán bộ OCOP cấp xã và cấp huyện sẽ thực hiện nhận ý tưởng sản phẩm từ chủ thể (Ý tưởng đăng ký sản phẩm đã có và sản phẩm mới theo mẫu), OCOP cấp huyện tổ chức đánh giá ý tưởng sản phẩm. Với những ý tưởng sản phẩm không đạt thì trả lại, những ý tưởng đạt thì tiến hành tập huấn xây dựng phương án sản xuất kinh doanh. Sau tập huấn, các chủ thể cần xây dựng được phương án sản xuất kinh doanh (theo mẫu) và nộp cho OCOP xã, huyện;

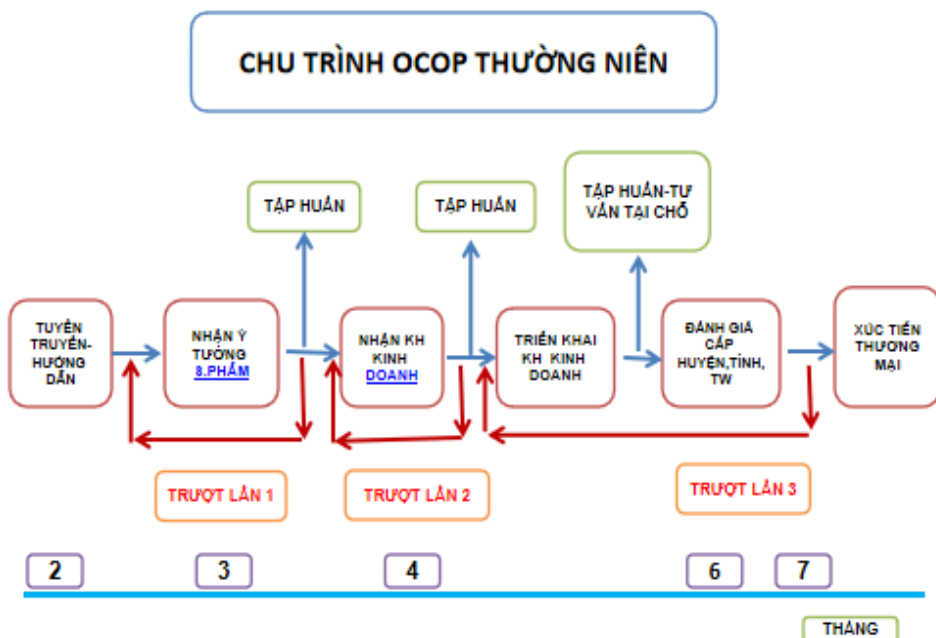
- Bước 3: Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh: OCOP huyện tiến hành nhận phương án/dự án sản xuất kinh doanh và tiến hành tổ chức đánh giá. Những phương án không đạt sẽ trả lại chủ thể và yêu cầu xây dựng lại, những phương án được chấp nhận sẽ được tập huấn, tư vấn, hướng dẫn để triển khai phương án;

- Bước 4: Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh. Lúc này chủ thể sẽ tiến hành triển khai, đưa phương án/dự án sản xuất kinh doanh vào thực tế. Các bên liên quan như cán bộ OCOP, cơ quan nhà nước, nhà tư vấn sẽ tư vấn và hỗ trợ tại cơ sở. Kết quả của bước này là chủ thể phải có sản phẩm hoàn thiện nhất có thể, chuẩn bị đầy đủ minh chứng và hồ sơ về sản phẩm;

- Bước 5: Đánh giá và xếp hạng sản phẩm. OCOP các cấp sẽ thực hiện công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm theo quy trình đánh giá cấp huyện, tỉnh, Trung ương;

- Bước 6: Xúc tiến thương mại. Những sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên sẽ được hỗ trợ xúc tiến thương mại trong nước và quốc tế.

Chu trình OCOP thường niên được tóm tắt theo hình dưới đây:



Hình 1. Chu trình OCOP thường niên

1.4.2. Thực trạng triển khai chu trình tại các địa phương

Từ thực tế cho thấy hầu hết các địa phương còn lúng túng trong triển khai theo chu trình OCOP. Sự lúng túng thể hiện ở chỗ: (1) Thời gian thực hiện không theo chu trình. Ví dụ như công tác tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP theo chu trình sẽ thực hiện vào tháng 2; Hay bước nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm vào tháng 3; Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh vào tháng 4... nhưng hầu hết các địa phương chưa đảm bảo được thời gian triển khai theo chu trình. (2) Công tác tổ chức tập huấn, hướng dẫn, tư vấn và hỗ trợ cho chủ thể và cán bộ trực tiếp triển khai chưa kịp thời. Nguyên nhân chủ yếu do thời gian duyệt kế hoạch và kinh phí chưa phù hợp với thời gian triển khai chu trình. (3) Công tác đánh giá ý tưởng và đánh giá phương án, dự án sản xuất kinh doanh chưa được chú trọng. Thậm chí nhiều địa phương đã bỏ qua các bước nhận, đánh giá ý tưởng sản phẩm và phương án/dự án sản xuất kinh doanh. (4) Sự tham gia của cấp xã vào chương trình còn rất hạn chế, do đó cần nâng cao vai trò của cấp xã.

1.4.3. Những lưu ý để triển khai thành công theo chu trình

Nhằm hướng dẫn các địa phương tổ chức triển khai Chu trình OCOP một cách phù hợp, hiệu quả, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành văn bản số 6384/BNN-VPĐP ngày 15/9/2020. Theo đó:

- Hướng dẫn các địa phương triển khai Chu trình OCOP gắn với trách nhiệm

của từng cấp (từ cấp xã đến cấp tỉnh).

- Căn cứ vào điều kiện thực tế, đặc biệt là sản phẩm tham gia Chương trình, các địa phương làm rõ nội dung, triển khai phù hợp và hiệu quả gắn với trách nhiệm của các cấp trong hỗ trợ các chủ thể.

- Xác định rõ những nội dung tập trung ưu tiên đối với hai nhóm sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm:

+ Các sản phẩm tiềm năng: Ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế, tiềm năng của địa phương; tập trung hỗ trợ hình thành các phương án kinh doanh để phát triển sản phẩm hàng hóa theo chuỗi giá trị; phải có sự tham gia của cấp xã, cấp huyện để hỗ trợ từ khi hình thành ý tưởng, xây dựng và triển khai phương án kinh doanh, hỗ trợ chủ thể tiếp cận tín dụng, ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo nghề... để các chủ thể nâng cao năng lực, phát triển sản phẩm OCOP;

+ Các sản phẩm OCOP đã hình thành và sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng OCOP: Tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP.

(Chi tiết tham khảo Phụ lục 1 đính kèm)

1.5. Hệ thống tổ chức nhân sự của OCOP

1.5.1. Cấp Trung ương

- Cơ quan chỉ đạo: Ban Chỉ đạo Trung ương các Chương trình mục tiêu quốc gia.
- Cơ quan thường trực: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.
- Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương.

- Ở cấp Trung ương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành lập Hội đồng tư vấn Chương trình OCOP để hỗ trợ các địa phương đánh giá, xếp hạng sản phẩm; tư vấn xây dựng thương hiệu quốc gia sản phẩm OCOP; giám sát chất lượng sản phẩm OCOP; nghiên cứu, đề xuất cơ chế, chính sách thực hiện Chương trình OCOP.

1.5.2. Cấp tỉnh

- Cơ quan chỉ đạo: Ban Chỉ đạo các Chương trình mục tiêu quốc gia cấp tỉnh;
- Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách: Sở Nông nghiệp và Phát triển

nông thôn hoặc Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh.

- Thành lập Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm ở cấp tỉnh và huyện tại mỗi kỳ đánh giá thường niên, do Ủy ban nhân dân cùng cấp quyết định.

1.5.3. Cấp huyện

- Cơ quan chỉ đạo: Ban Chỉ đạo các Chương trình mục tiêu quốc gia cấp huyện;

- Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách: Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hoặc Phòng Kinh tế.

1.5.4. Cấp xã

Ủy ban nhân dân cấp xã tổ chức triển khai thực hiện Chương trình OCOP. Cán bộ phụ trách Nông thôn mới kiêm phụ trách Chương trình OCOP.

Tổ chức bộ máy quản lý và triển khai Chương trình ở các địa phương: hiện nay, có 18 tỉnh, thành phố giao cho Văn phòng Điều phối nông thôn mới, 43 tỉnh giao cho Chi cục KTHT và Phát triển nông thôn là cơ quan quản lý Chương trình OCOP cấp tỉnh. Có 4 tỉnh thành lập bộ phận cấp phòng, chuyên trách về Chương trình OCOP (*Quảng Ninh, Hà Tĩnh, Thanh Hóa, Quảng Nam*).

1.6. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP

1.6.1. Sản phẩm và các yếu tố cấu thành sản phẩm

- Sản phẩm là những gì có thể thỏa mãn nhu cầu hay mong muốn và được chào bán trên thị trường với mục đích thu hút sự chú ý, mua sử dụng hay tiêu dùng, như chai rượu chuối, do HTX Y sản xuất.

Đơn vị sản phẩm là một chính thể riêng biệt được đặc trưng bằng đơn vị độ lớn, giá cả, vẻ bề ngoài và các thuộc tính khác, như chai rượu chuối, đóng chai 0,5 lít, có mùi thơm nhẹ của Chuối, có bản công bố tiêu chuẩn chất lượng, do HTX Y sản xuất, giá bán là 50.000 VNĐ.

- Yếu tố chính cấu thành sản phẩm: Một sản phẩm hàng hóa gồm 3 yếu tố chính cấu thành sau:

(1) Sản phẩm ý tưởng: Phần cốt lõi (hạt nhân) của sản phẩm, là lợi ích người tiêu dùng có được sau khi dùng, là chức năng, hiệu quả của sản phẩm. Ví dụ: Béo ngủ, hết khát, giảm sốt, tiết kiệm thời gian, tự tin, an toàn,...

(2) Sản phẩm hiện thực: Sản phẩm thực tế (hữu hình), bao gồm: Chất lượng, đặc điểm, bao bì, kiểu dáng, nhãn hiệu. Ví dụ chai Rượu chuối có đặc điểm là hơi

đục, mùi thơm nhẹ của chuỗi, có tiêu chuẩn chất lượng, đóng trong chai thắt nhỏ ở giữa, có nhãn hiệu hàng hóa, do HTX Y sản xuất;

(3) Sản phẩm hoàn chỉnh: Phần gia tăng (chiều sâu), gồm: Trang bị kèm theo, dịch vụ sau bán hàng, bảo hành, giao hàng và tín dụng.

1.6.2. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP

- Sản phẩm OCOP là sản phẩm, dịch vụ tham gia vào Chương trình OCOP, đáp ứng được các yêu cầu theo Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm và được cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền đánh giá và công nhận.

- Sản phẩm OCOP được đánh giá dựa trên Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng, ban hành tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 về Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 về sửa đổi, bổ sung Quyết định số 1048/QĐ-TTg. Bao gồm 03 phần:

+ Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (35 điểm), gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; và sức mạnh cộng đồng;

+ Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm), gồm: Tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm.

+ Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (40 điểm), gồm: Chỉ tiêu cảm quan, dinh dưỡng, tính độc đáo của sản phẩm; tiêu chuẩn sản phẩm; khả năng xuất khẩu, phân phối tại thị trường quốc tế.

- Phân hạng sản phẩm OCOP được xác định dựa trên số điểm đạt đánh giá, tuy nhiên để được phân hạng thì sản phẩm phải đạt được các yêu cầu tối thiểu theo từng hạng sao (được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg), trong đó tập trung vào một số yêu cầu chính như sau:

+ Sử dụng nguyên liệu và lao động địa phương: sản phẩm OCOP phải sử dụng nguyên liệu địa phương²; để đạt 2 sao trở lên thì chủ thể phải sử dụng ít nhất 50% lao động địa phương;

+ Năng lực về sản xuất: sản phẩm đạt OCOP từ 4 sao trở lên phải đạt được các yêu cầu về năng lực tổ chức sản xuất, trong đó tập trung vào 2 nội dung: chủ thể hoạt động có hiệu quả và tổ chức thực hiện liên kết theo hợp đồng;

+ Chất lượng sản phẩm và khả năng tiếp thị: sản phẩm OCOP yêu cầu có chất lượng, câu chuyện đặc trưng. Đặc biệt là để đạt được 4 sao, sản phẩm phải có chất

² Nhóm sản phẩm tươi sống, thô, sơ chế yêu cầu tối thiểu 75%; nhóm đồ ăn nhanh, gia vị, chè, cà phê, ca cao yêu cầu tối thiểu 50%; các nhóm còn lại yêu cầu có sử dụng nguyên liệu địa phương.

lượng độc đáo, mang tính địa phương, đồng thời câu chuyện sản phẩm phải đặc sắc, mang sắc thái truyền thống của địa phương; có kênh phân phối sản phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến.

- Tiêu chuẩn, chất lượng sản phẩm OCOP được đánh giá khác nhau tùy thuộc vào nhóm sản phẩm, được phân loại theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ.

(Bảng phân nhóm các sản phẩm OCOP tham khảo tại Phụ lục 2).

1.6.3. Xây dựng tiêu chuẩn sản phẩm OCOP

1.6.3.1. Quan điểm chất lượng sản phẩm OCOP

1) Mục tiêu hướng tới: “Địa phương nhưng hướng đến toàn cầu”

Yêu cầu: Đáp ứng các tiêu chuẩn/yêu cầu thị trường; Vượt qua được các hàng rào kỹ thuật của thị trường đích, như tiêu chuẩn organic,...

Cần làm:

- Cải tiến, thiết kế lại cho phù hợp thị hiếu của người tiêu dùng;
- 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, Tổ chức sản xuất ở qui mô lớn hơn.

2) Nâng cao chất lượng từng bước

Phù hợp với điều kiện là các doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, HTX, tổ hợp tác, hộ gia đình: Kiêm nhiệm; Đơn giản trước, phức tạp sau.

Tuân thủ các yêu cầu của luật pháp Việt Nam: Tiêu chuẩn sản phẩm, tiêu chuẩn nhà sản xuất.

3) Bắt buộc trước, khuyến cáo sau

- Giấy đủ điều kiện sản xuất: Có, phù hợp;
- Công bố chất lượng: Có công bố chất lượng theo quy định;
- Tiêu chuẩn sản phẩm: Có tiêu chuẩn sản phẩm theo quy định;
- Phiếu kết quả kiểm tra chỉ tiêu chất lượng theo tiêu chuẩn công bố: Có phiếu kiểm tra đầy đủ các chỉ tiêu chất lượng theo quy định.

4) Xây dựng lộ trình:

Lộ trình nâng cấp chất lượng sản phẩm OCOP gồm 2 bước: Bước 1: Tối

thiếu, tuân thủ theo yêu cầu của luật. Đây là các điều kiện bắt buộc khi tiến hành sản xuất và kinh doanh sản phẩm; Bước 2: Nâng cấp đến các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến hơn khi có điều kiện về nhân lực và chi phí. Đây là các yêu cầu không bắt buộc, được thực hiện khi muốn tiếp cận đến thị trường có giá trị cao hơn cũng như để xây dựng thương hiệu sản phẩm tốt hơn.

5) Một số công việc cần thực hiện

- Xây dựng cơ cấu tổ chức quản lý chất lượng;
- Chính sách chất lượng;
- Mục tiêu chất lượng;
- Kế hoạch thực hiện mục tiêu chất lượng;
- Ban hành một số quy trình đơn giản, kèm theo kế hoạch kiểm soát chất lượng;
- Hoàn thiện các tiêu chuẩn;
- Bắt đầu thực hiện hồ sơ lô sản xuất.

1.6.3.2. Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm OCOP

a) Tầm quan trọng của chất lượng sản phẩm OCOP

- Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ nhất của OVOP toàn cầu (Địa phương nhưng hướng đến toàn cầu): Thông qua đánh giá, xếp hạng, chất lượng của sản phẩm cũng như khả năng tiếp thị được nâng cao, từ nâng cao năng lực cạnh tranh trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa.

- Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ hai của OVOP (Tự tin và sáng tạo): Thông qua việc đánh giá, xếp hạng sản phẩm (bộ tiêu chí, hoạt động đánh giá, xếp hạng), người dân hiểu các yêu cầu của sản phẩm và dịch vụ OCOP, từ đó tự tin trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm và dịch vụ OCOP. Người dân có thể cải tiến sản phẩm của mình để có thể được xếp hạng cao hơn.

- Cung cấp thông tin cho cộng đồng về các tiêu chuẩn: Để nghiên cứu phát triển sản phẩm, cải tiến sản phẩm, triển khai tổ chức sản xuất và kinh doanh.

- Làm cơ sở để các cán bộ OCOP cấp huyện, tỉnh tư vấn và hỗ trợ các tổ chức kinh tế của cộng đồng trong bước 4 của chu trình OCOP: Xây dựng bộ máy tổ chức sản xuất - kinh doanh, phát triển sản xuất và sản phẩm.

- Xây dựng thương hiệu OCOP: Thông qua đánh giá, xếp hạng, các sản phẩm bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa, là yếu tố cấu thành quan trọng tạo nên

thương hiệu của sản phẩm.

- Căn cứ để hỗ trợ xúc tiến thương mại: Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn trở lên (3 sao) được hỗ trợ xúc tiến thương mại, nhằm bảo đảm tiêu thụ sản phẩm, từ đó thúc đẩy chuỗi sản xuất.

- Tạo “Lý do để tin tưởng” trong “Câu chuyện sản phẩm”.

b) Các căn cứ để đánh giá

- Công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm: Tự công bố với sản phẩm Thủ công mỹ nghệ, trang trí; Vải - may mặc.

- Công bố chất lượng:

+ Thực phẩm thường: Bản tự công bố (Chi cục An toàn Vệ sinh TP);

+ Thực phẩm chức năng: Giáp tiếp nhận đăng ký Bản công bố sản phẩm

+ Thuốc: Đăng ký thuốc (Cục quản lý Dược);

+ Phiếu tiếp công bố mỹ phẩm (Sở Y tế).

- Công bố hợp chuẩn, hợp quy

+ Hợp chuẩn: Các sản phẩm có TCVN - Tiêu chuẩn Việt Nam, ví dụ: Thịt tươi (TCVN 7046:2002/BYT),...

+ Hợp quy: Các sản phẩm có QCVN - quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, ví dụ: Đồ uống có cồn (QCVN 6-3:2010/BYT),...

- Phiếu kiểm tra chất lượng.

Các tiêu chuẩn/quy chuẩn và điều kiện cơ sở sản xuất - kinh doanh được trình bày ở Phụ lục 3. Cần lưu ý các quy định, tiêu chuẩn/quy chuẩn sản phẩm và điều kiện sản xuất - kinh doanh có thể bị thay đổi theo thời gian do các văn bản điều chỉnh mới của các ngành. Do đó, cần tham khảo và cập nhật chúng trong các bộ tiêu chí đánh giá ở thời điểm đánh giá sản phẩm OCOP.

(Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điều kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm tham khảo tại Phụ lục 3)

1.7. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

1.7.1. Giới thiệu bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

Bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm được thực hiện theo quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/08/2019 và quyết định 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng chính phủ. Bộ Tiêu chí OCOP là căn cứ để đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, sẽ được điều chỉnh phù hợp với điều kiện kinh tế, xã hội của đất nước và từng thời kỳ. Các sản phẩm được đánh giá và xếp hạng

theo bộ tiêu chí, dựa trên Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007; các bộ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN), Quy chuẩn quốc gia (QCVN) tương ứng với từng nhóm sản phẩm theo bộ tiêu chí của Chương trình OCOP.

1.7.2. Nội dung của Bộ tiêu chí

Nội dung của Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm dựa trên Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007; các bộ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN), Quy chuẩn quốc gia (QCVN) tương ứng với từng nhóm sản phẩm theo bộ tiêu chí chất lượng để phù hợp với đặc tính của từng nhóm. Tuy nhiên, về kết cấu chung, nội dung chính của các Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm đều bao gồm các nội dung sau:

a) Phần A: Sản phẩm và sức mạnh cộng đồng

1) Tổ chức sản xuất, gồm:

- Nguồn nguyên liệu, theo hướng khuyến khích sử dụng nguồn nguyên liệu địa phương, theo đó, sử dụng nguyên liệu địa phương yêu cầu tối thiểu bắt buộc đối với sản phẩm OCOP.

- Gia tăng giá trị, theo hướng khuyến khích các sản phẩm có gia tăng giá trị cao, đặc biệt là các sản phẩm chế biến, chế biến sâu.

- Năng lực sản xuất và liên kết sản xuất: khuyến khích mở rộng quy mô sản xuất và tổ chức liên kết hiệu quả, đặc biệt là liên kết theo chuỗi giá trị.

- Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất: đảm bảo các yêu cầu về bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật, khuyến khích sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong sản xuất.

2) Phát triển sản phẩm, gồm:

- Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm, theo hướng khuyến khích sản phẩm được phát triển dựa trên truyền thống địa phương.

- Tính hoàn thiện của bao bì, theo hướng khuyến khích bao hoàn chỉnh theo quy định hiện hành, bao bì có tính thẩm mỹ cao.

3) Sức mạnh của cộng đồng, gồm.

- Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh, theo hướng khuyến khích các loại hình có sự tham gia góp vốn rộng rãi của cộng đồng, đặc biệt là HTX.

- Sự tham gia của cộng đồng, theo hướng khuyến khích nhân lực cộng đồng tham gia quản trị, đặc biệt là việc sử dụng lao động địa phương.

- Tăng trưởng sản xuất kinh doanh: khuyến khích hỗ trợ nâng cao năng lực, hiệu quả hoạt động của các chủ thể, đặc biệt là các HTX.

- Kế toán, theo hướng khuyến khích thực hiện minh bạch.

b) Phần B: Khả năng tiếp thị, gồm:

1) Hoạt động tiếp thị, gồm:

- Khu vực phân phối chính, theo hướng khuyến khích phân phối vượt phạm vi của huyện đến quốc tế.

- Tổ chức phân phối, theo hướng khuyến khích các chủ thể xây dựng hệ thống phân phối hoàn chỉnh, đặc biệt là đối với sản phẩm 4 sao và 5 sao.

- Quảng bá sản phẩm, theo hướng khuyến khích các hoạt động quảng bá thường xuyên, chuyên nghiệp

2) Câu chuyện về sản phẩm, gồm:

- Câu chuyện về sản phẩm, theo hướng khuyến khích sản phẩm có câu chuyện hoàn chỉnh, được trình bày bài bản và được sử dụng trong quảng bá sản phẩm.

- Trí tuệ/bản sắc địa phương, theo hướng khuyến khích nội dung câu chuyện sản phẩm tạo được ấn tượng rõ ràng về trí tuệ/bản sắc địa phương.

c) Phần C: Chất lượng sản phẩm, gồm:

1) Các kiểm tra/phân tích tiêu chuẩn (định tính, định lượng) theo yêu cầu của loại sản phẩm.

2) Công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ: yêu cầu sản phẩm OCOP phải được sản xuất theo tiêu chuẩn và công bố theo quy định của pháp luật. Đồng thời, xây dựng hệ thống kiểm tra, truy xuất nguồn gốc nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường.

3) Cơ hội tiếp thị toàn cầu, theo hướng khuyến khích các sản phẩm tiếp cận chất lượng quốc tế/toàn cầu hóa.

1.7.3. Một số lưu ý với bộ tiêu chí, phân hạng sản phẩm OCOP

Các tiêu chí đánh giá theo quyết định số 1048/QĐ-TTg không quy định những tiêu chuẩn tối thiểu của mỗi cấp độ “sao”, điều đó dẫn tới việc chuẩn hóa sản phẩm không đồng đều giữa ba trục nội dung đánh giá. Để khắc phục những bất cập này, ngày 08/6/2020 Thủ tướng chính phủ đã ban hành quyết định 781/QĐ-TTg đã bổ sung một số tiêu chuẩn “cứng”, những tiêu chuẩn tối thiểu mà mỗi cấp độ “sao” phải đạt được để nhằm mục tiêu xác định rõ sự khác biệt giữa các cấp độ “sao”; khắc phục được một số hạn chế trong xây dựng các giải pháp nâng cấp, chuẩn hóa, phát triển sản phẩm; hỗ trợ định hướng mục tiêu cho chủ thể chuẩn hóa và phát triển sản phẩm. Tập trung vào những tiêu chí “cứng” gồm: (1) Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng: sử dụng nguyên liệu; sử dụng lao động địa phương; năng

lực sản xuất; hiệu quả sản xuất - kinh doanh; liên kết; bảo vệ môi trường và bao bì, nhãn mác; (2) Khả năng tiếp thị: ý tưởng sản phẩm; câu chuyện sản phẩm; phân phối sản phẩm; (3) Chất lượng sản phẩm: công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tính độc đáo; áp dụng các tiêu chuẩn quản lý chất lượng.

1.8. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm

1.8.1. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP được chia thành 03 cấp, gồm: cấp huyện, cấp tỉnh và cấp trung ương.

(1) Cấp huyện: Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp huyện thành lập Hội đồng và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện. Hội đồng tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình. Dựa trên kết quả của Hội đồng, Ủy ban nhân dân cấp huyện chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 50 điểm đến 100 điểm lên Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để đề nghị đánh giá, phân hạng và công nhận sản phẩm OCOP.

(2) Cấp tỉnh: Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn giúp việc Hội đồng và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh. Hội đồng cấp tỉnh tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình do cấp huyện đề xuất. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận cho sản phẩm đạt 03 sao và 04 sao, tổ chức công bố kết quả; Đồng thời, chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 90 điểm đến 100 điểm lên Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để đề nghị đánh giá, phân hạng và công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

(3) Cấp trung ương: Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn giúp việc Hội đồng và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp quốc gia. Hội đồng tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm do cấp tỉnh đề xuất. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 05 sao, tổ chức công bố kết quả.

(Quy trình đánh giá, phân hạng chi tiết được cụ thể tại Phụ lục 4)

1.8.2. Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP

Căn cứ vào kết quả đánh giá sản phẩm theo Bộ Tiêu chí đánh giá, tổng điểm đánh giá cho mỗi sản phẩm tối đa là 100 điểm và được phân thành 05 hạng:

+ Hạng 1 sao: sản phẩm khởi điểm tham gia Chương trình OCOP, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao. Có tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 2 sao: sản phẩm đã hình thành ở địa phương nhưng cần tiếp tục hỗ trợ nâng cấp để đạt đầy đủ tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 3 sao. Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến 49 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 3 sao: sản phẩm đã đạt tiêu chuẩn, có thương hiệu và có thể nâng cấp lên hạng 4 sao. Tổng điểm trung bình đạt từ 50 đến 69 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 4 sao: sản phẩm đạt tiêu chuẩn, đã có thương hiệu, có thể nâng cấp để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế. Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến 89 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 5 sao: sản phẩm đặc sắc, chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg.

Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

PHẦN 2

HƯỚNG DẪN CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

2.1. Xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP cấp tỉnh, huyện, xã

2.1.1. Căn cứ xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp

- Luật Ngân sách Nhà nước và các văn bản hướng dẫn thực hiện có liên quan;
- Luật Đầu tư công và các văn bản hướng dẫn thực hiện có liên quan;
- Quyết định số 41/2016/QĐ-TTg ngày 10/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế quản lý, điều hành thực hiện các Chương trình MTQG;
- Đề án/KH OCOP của tỉnh, huyện, xã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;
- Hướng dẫn lập kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới 5 năm và hằng năm của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;
- Điều kiện, nhu cầu thực tế của địa phương ở các cấp về phát triển các sản phẩm OCOP.

2.1.2. Nguyên tắc lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp

- Kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP các cấp phải nằm trong tổng thể kế hoạch của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới 5 năm và hằng năm và gắn với kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của các cấp.

- Quá trình lập kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP ở cấp xã phải có sự tham gia của chính quyền, các tổ chức đoàn thể, các chủ thể tham gia thực hiện Chương trình OCOP, cộng đồng dân cư có liên quan;

- Kế hoạch OCOP trên địa bàn cấp xã phải làm rõ khả năng huy động nguồn vốn thực hiện bao gồm: nguồn vốn hỗ trợ từ ngân sách Trung ương, nguồn vốn ngân sách địa phương (tỉnh, huyện, xã) được cấp có thẩm quyền thông báo dự kiến, nguồn vốn đối ứng của các chủ thể tham gia thực hiện Chương trình OCOP, vốn tín dụng và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác từ người dân và cộng đồng để thực hiện.

2.1.3. Nội dung kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP

a) Đánh giá tình hình thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn của năm trước năm kế hoạch (Công tác quản lý, chỉ đạo triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn; nâng cao năng lực cho cán bộ triển khai, các chủ thể tham gia Chương trình OCOP; số lượng sản phẩm OCOP được phát triển trong năm theo nhóm sản phẩm so với mục tiêu đề ra; công tác xúc tiến thương mại, quảng bá và hỗ trợ phát

triển các sản phẩm OCOP trên địa bàn; huy động nguồn lực thực hiện...) trong đó cần nêu rõ những thuận lợi, khó khăn, vướng mắc cần khắc phục...

b) Dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ năm kế hoạch:

Căn cứ Đề án/Kế hoạch Chương trình OCOP cấp tỉnh, huyện được cấp có thẩm quyền phê duyệt và tình hình thực tế, các địa phương (tỉnh, huyện, xã) chủ động rà soát, phối hợp với các chủ thể tham gia, cơ quan chức năng có liên quan và đơn vị tư vấn (nếu có) dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn.

c) Dự kiến nguồn lực thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia bao gồm:

Trên cơ sở dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ thực hiện, các địa phương làm rõ khả năng huy động nguồn vốn thực hiện bao gồm: nguồn vốn hỗ trợ từ ngân sách Trung ương, nguồn vốn ngân sách địa phương (tỉnh, huyện, xã) được cấp có thẩm quyền thông báo dự kiến, nguồn vốn đối ứng của các chủ thể tham gia thực hiện Chương trình OCOP, vốn tín dụng và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác từ người dân và cộng đồng để thực hiện.

d) Giải pháp và nội dung trọng tâm tập trung thực hiện (Tuyên truyền, nâng cao năng lực, các nội dung, nhiệm vụ trọng tâm cần thực hiện, xúc tiến thương mại, quảng bá, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, phát triển các chuỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP, hỗ trợ các chủ thể OCOP; kiểm tra, giám sát...).

Đặc biệt, kế hoạch cần xây dựng và ưu tiên giải pháp để hỗ trợ sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, phân hạng nhằm mục đích nâng hạng và phát triển thị trường. Trong đó, chú trọng các giải pháp về quản lý chất lượng, sở hữu trí tuệ, xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường sản phẩm OCOP.

đ) Đề xuất, kiến nghị (nếu có).

2.1.4. Các bước lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP

a) Cấp xã:

Cấp xã đóng vai trò rất quan trọng trong việc xác định và đề xuất sản phẩm dựa trên các lợi thế của địa phương về: vùng nguyên liệu, lao động, kỹ thuật truyền thống, ngành nghề nông thôn... Do vậy, để xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP, cấp xã cần quan tâm, chỉ đạo và tổ chức triển khai các nội dung, gồm:

- Tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao năng lực của người dân, cán bộ, các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội về Chương trình OCOP;

- Thông báo cho các chủ thể và người dân đăng ký, đề xuất tham gia phát triển các sản phẩm OCOP trên địa bàn.

- Ban quản lý cấp xã tổ chức họp với các chủ thể và người dân có liên quan để thống nhất lựa chọn các sản phẩm và hoạt động ưu tiên hỗ trợ trong kế hoạch triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn xã đảm bảo phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án các cấp (tỉnh, huyện) đã được phê duyệt và nguồn lực bố trí thực hiện.

- Ủy ban nhân dân xã tổng hợp kế hoạch triển khai Chương trình OCOP vào Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới của xã gửi UBND huyện.

b) Cấp huyện:

- Rà soát, dự kiến kế hoạch triển khai các hoạt động phát triển Chương trình OCOP của cấp huyện (*quản lý chỉ đạo, đào tạo, nâng cao năng lực, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm; hỗ trợ các mô hình phát triển sản phẩm OCOP quy mô liên xã; kết nối, xây dựng và phát triển các chuỗi liên kết sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện từ sản xuất, chế biến, bảo quản và tiêu thụ giữa các chủ thể OCOP với các doanh nghiệp, HTX...*); dự kiến nguồn vốn ngân sách Trung ương và khả năng huy động nguồn lực triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn.

- Tổng hợp chung kế hoạch triển khai OCOP cấp huyện và kế hoạch của các xã trên địa bàn trong Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới của huyện gửi Văn phòng Điều phối nông thôn mới của tỉnh. Đồng thời, gửi Kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP của huyện cho cơ quan được giao chủ trì triển khai Chương trình OCOP của tỉnh để tổng hợp.

c) Cấp tỉnh :

- Cơ quan được giao chủ trì triển khai Chương trình OCOP cấp tỉnh: Tổng hợp chung kế hoạch triển khai Chương trình OCOP của các huyện trên địa bàn; dự kiến kế hoạch triển khai các hoạt động thực hiện Chương trình OCOP cấp tỉnh theo quy định gửi Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh để tổng hợp chung trong Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới

- Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, ký ban hành Dự kiến kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để tổng hợp; giao Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính tổng hợp kế hoạch và nhu cầu kinh phí ngân sách Nhà nước (Trung ương, địa phương) để cân đối bố trí thực hiện Chương trình OCOP trong Kế hoạch kinh phí thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

① Chú ý: Các cấp (Tỉnh, Huyện, Xã) đều phải có Quyết định ban hành kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP hàng năm

Sản phẩm cuối cùng là bản Quyết định ban hành kế hoạch thực hiện Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) năm.....

*** Những yếu tố quyết định chất lượng lập kế hoạch:**

- Tổ chức đánh giá tiềm năng sản phẩm phải nghiêm túc
 - Người dân được tuyên truyền thông tin đầy đủ về Chương trình OCOP;
 - Cán bộ hỗ trợ Chương trình OCOP các cấp thực hiện tốt nhiệm vụ, theo đúng nguyên tắc, theo đúng chu trình.
- Rà soát thông tin, xác định tính khả thi tốt
 - Lãnh đạo các cấp thực hiện việc rà soát ý tưởng sản phẩm, đặc biệt là cấp xã.
 - Tổ chức tốt thẩm định tính khả thi kế hoạch OCOP cấp xã, huyện

2.2. Đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm (cấp xã, huyện)

① Chú ý: Các cấp (Huyện, Xã) sử dụng bộ tiêu chí để đánh giá tiềm năng sản phẩm

Sản phẩm cuối cùng là bản Danh sách các sản phẩm OCOP tiềm năng năm.....

2.2.1. Hướng dẫn cấp xã đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm

Dựa vào phiếu đăng kí đề xuất ý tưởng của các chủ thể, cấp xã thẩm định, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của các đề xuất ý tưởng và bản lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể. Sau khi đánh giá, UBND xã sẽ gửi danh mục đề xuất các sản phẩm OCOP tiềm năng lên cấp huyện (Phòng NN&PTNT).

❖ **Thành phần:** Lãnh đạo UBND xã; cán bộ phụ trách Chương trình OCOP cấp xã; Cán bộ Kế toán/tài chính xã (Tổ thực hiện Chương trình OCOP cấp xã), đơn vị/chuyên gia tư vấn OCOP (nếu có).

❖ **Thời gian:** Tháng 7 hàng năm, sau khi hoàn thành tổng hợp và nhập kết quả từ các biểu.

❖ **Nội dung chuẩn bị:**

- Toàn bộ các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm, kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể;

- Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo Quyết định 1048/QĐ-TTg và Quyết định 718/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ;

- Thông tin về các chương trình dự án, tổng hợp theo nguồn vốn đối với các hoạt động đã thực hiện trong năm trước.

❖ Các bước tiến hành:

In/photo các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm và lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể để tiện rà soát;

- **Nội dung đánh giá:** Thảo luận, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của các đề xuất ý tưởng theo điều kiện thực tế của chủ thể so với yêu cầu, nội dung của Chương trình OCOP, đặc biệt tập trung vào các khía cạnh sau:

+ Chất lượng sản phẩm: đánh giá về tính đặc trưng, độc đáo về chất lượng sản phẩm đề xuất, đặc biệt là đánh giá về các yếu tố liên quan đến lợi thế (đất đai, thời tiết, kỹ năng – kỹ xảo...); tính cộng đồng đối với sản phẩm (hình thành gắn với cộng đồng và do cộng đồng tổ chức sản xuất;... để đảm bảo yêu cầu về sự độc đáo, mang bản sắc địa phương;

+ Nguyên liệu: đặc điểm và tiềm năng sử dụng nguyên liệu địa phương, lợi thế để thúc đẩy sự tham gia và hưởng lợi của cộng đồng vào phát triển sản phẩm;

+ Đặc điểm của chủ thể đăng ký: là HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp hay hộ sản xuất, khả năng phát triển và nâng cao năng lực của chủ thể để đáp ứng yêu cầu. Chú ý đến yếu tố đóng góp cho cộng đồng, khả năng mở rộng và phát triển sản phẩm trong cộng đồng.

+ Thị trường: đặc điểm của thị trường và đối tượng tiêu dùng, định hướng về thị trường mà sản phẩm tiếp cận đến;

+ Mục tiêu hướng đến: đánh giá điều kiện, tiềm năng để so sánh với yêu cầu của Chương trình, trên cơ sở đó xác định được mục tiêu (hạng sao có thể đạt).

- **Lập danh sách sản phẩm tiềm năng cấp xã:** lập danh sách các sản phẩm tiềm năng cấp xã, theo thứ tự ưu tiên, trong đó ưu tiên sản phẩm thể hiện được các giá trị truyền thống, đặc sắc của địa phương, mang lại lợi ích về kinh tế gắn với cộng đồng. Cần ghi rõ/ **cập nhập** lý do tại sao hoạt động **không thể thực hiện** (Không hợp lệ) được hoặc **cần xác minh** gì thêm vào cột Ghi chú.

2.2.2. Hướng dẫn cấp huyện đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm

Cấp huyện tiến hành rà soát, xác định các sản phẩm tiềm năng của địa phương, đảm bảo các yêu cầu về: đặc trưng, truyền thống và có lợi thế trên địa bàn

huyện để phát triển thành sản phẩm OCOP để nâng cao giá trị cho các sản phẩm, góp phần thúc đẩy kinh tế vùng nông thôn phát triển.

❖ **Thành phần:** Lãnh đạo UBND huyện; cán bộ phụ trách chương trình OCOP cấp huyện; Cán bộ Kế toán/tài chính huyện... (Tổ thực hiện chương trình OCOP cấp huyện); đơn vị/chuyên gia tư vấn (nếu có);

❖ **Thời gian:** Tháng 8 hàng năm, sau khi nhận danh mục tổng hợp và nhập kết quả từ UBND xã.

❖ **Nội dung chuẩn bị:**

- Danh sách sản phẩm tiềm năng của huyện theo đề xuất của cấp xã;
- Toàn bộ các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm, kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể;
- Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo Quyết định 1048/QĐ-TTg và Quyết định 718/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ;
- Thông tin về các chương trình, tổng hợp theo nguồn vốn đối với các hoạt động đã thực hiện trong năm trước.

❖ **Các bước tiến hành:**

- In/photo các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm và lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể để tiện rà soát;

- **Đánh giá ý tưởng đề xuất:** Thảo luận, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của từng sản phẩm được đề xuất từ cấp xã. Tham khảo kết quả đánh giá của cấp xã và phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm (nếu cần thiết).

- Phân loại, xếp hạng các ý tưởng theo thứ tự ưu tiên để tham gia vào Chương trình. Các nội dung để căn cứ xếp loại có thể gồm: 1) chất lượng đặc trưng, lợi thế; 2) Mức độ hoàn thiện của sản phẩm; 3) Năng lực sản xuất của chủ thể và khả năng ảnh hưởng đến cộng đồng; 4) Tiềm năng về thị trường... Có thể tổ chức đánh giá thứ tự ưu tiên bằng phiếu (nếu cần thiết).

- Lập danh sách sản phẩm tiềm năng cấp huyện theo thứ tự ưu tiên.

- **Dự kiến nguồn vốn:** Căn cứ các chương trình/ dự án, nguồn vốn dự kiến có thể có trên địa bàn, tiêu chí đầu tư của từng nguồn, chỉ thảo luận và xác định nguồn vốn cho những hoạt động có trạng thái **Hợp lệ**, ghi tên nguồn/ chương trình dự án vào cột **Nguồn vốn**.

2.3. Tiếp nhận và đánh giá ý tưởng sản phẩm

2.3.1. Hướng dẫn tiếp nhận ý tưởng sản phẩm

2.3.1.1. Cấp xã

- Bước 1: Chủ thể cần hoàn thiện phiếu ý tưởng sản phẩm OCOP theo quy định.

- Bước 2: Chủ thể OCOP gửi phiếu ý tưởng hoàn thiện tới UBND cấp xã (qua bộ phận một cửa của UBND cấp xã hoặc qua cán bộ phụ trách nông nghiệp - địa chính được phân công).

- Bước 3: Cán bộ thường trực tại bộ phận một cửa của UBND cấp xã (hoặc cán bộ nông nghiệp - địa chính được phân công) có trách nhiệm tiếp nhận, kiểm tra ban đầu. Nếu phiếu ý tưởng không theo quy định thì hướng dẫn chủ thể bổ sung, hoàn thiện lại; nếu phiếu ý tưởng đầy đủ theo quy định thì viết giấy biên nhận.

2.3.1.2. Cấp huyện

- Bước 1: Cán bộ phụ trách nông thôn mới của Phòng Nông nghiệp & Phát triển nông (đối với huyện), Phòng Kinh tế (đối với thành phố, thị xã) có trách nhiệm tiếp nhận, kiểm tra phiếu ý tưởng sản phẩm theo quy định;

- Bước 2: Phòng Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (Phòng Kinh tế) trình Chủ tịch UBND (Phó chủ tịch UBND) cấp huyện quyết định phê duyệt ý tưởng sản phẩm.

2.3.2. Hướng dẫn đánh giá ý tưởng sản phẩm

Đánh giá ý tưởng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP cần căn cứ vào một số tiêu chí như sau: Sử dụng nguyên liệu và tài nguyên sẵn có ở địa phương; Có gia tăng giá trị; Có tiềm năng thị trường; Mô hình tổ chức sản xuất; Sử dụng lao động địa phương; Câu chuyện sản phẩm; Tính khả thi công nghệ; Nguy cơ gây hại môi trường; Có tiềm năng thành thương hiệu của huyện/thành phố.

2.3.2.1. Sử dụng nguyên liệu và tài nguyên sẵn có ở địa phương

Chương trình OCOP hướng tới những sản phẩm truyền thống, sản phẩm có thế mạnh của địa phương và giá trị sản phẩm OCOP phải ở lại chính cộng đồng, vì vậy chương trình khuyến khích phát triển những sản phẩm sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh. Nếu sản phẩm sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc sẽ không được tham gia Chương trình OCOP.

2.3.2.2. Có gia tăng giá trị

Chương trình OCOP khuyến khích những sản phẩm có gia tăng giá trị thay vì những sản phẩm thô sơ, chưa qua chế biến. Gia tăng giá trị của sản phẩm bằng nhiều biện pháp: chủ động nguồn nguyên liệu; mở rộng, phát triển thị trường; đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị; thực hiện chế biến sâu, tinh chế; áp dụng hệ thống quản lý tiên tiến, hợp lý hóa tổ chức, điều hành; thực hành tiết kiệm, giảm chi phí, hạ giá thành; liên doanh, liên kết; xây dựng thương hiệu.

2.3.2.3. Có tiềm năng thị trường

Thị trường đầu ra là yếu tố sống còn đối với mỗi sản phẩm, vì vậy nếu sản phẩm OCOP có tiềm năng thị trường thì sẽ là lợi thế lớn. Để đánh giá tiềm năng thị trường của một sản phẩm cần căn cứ trên các khía cạnh như: mức độ quan tâm của khách hàng mục tiêu, phù hợp với thu nhập của khách hàng mục tiêu, khách hàng mục tiêu có khả năng tiếp cận tới một sản phẩm.

2.3.2.4. Mô hình tổ chức sản xuất

Chương trình OCOP khuyến khích những sản phẩm mà chủ thể của sản phẩm đó có sự hợp tác, cộng tác giữa các thành viên. Theo quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, chủ thể sản phẩm OCOP phải thuộc một trong bốn loại hình: HTX, doanh nghiệp, tổ hợp tác, các hộ gia đình có đăng ký kinh doanh.

2.3.2.5. Sử dụng lao động địa phương

Chương trình OCOP hướng tới những sản phẩm của cộng đồng với mong muốn tạo nhiều công ăn việc làm cho người dân địa phương. Do đó, Chương trình OCOP yêu cầu sản phẩm muốn tham gia Chương trình OCOP phải sử dụng $\geq 50\%$ lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động \geq mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.

Các quy định tối thiểu được ghi rõ trong Quyết định 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

2.4. Tiếp nhận và đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh (cấp xã, huyện)

2.4.1. Tiếp nhận phương án/dự án sản xuất kinh doanh

Phương án/dự án sản xuất kinh doanh là yêu cầu bắt buộc của hồ sơ đăng ký sản phẩm OCOP, vì vậy, phương án/dự án sản xuất kinh doanh được nộp cùng với hồ sơ đăng ký sản phẩm OCOP theo các bước được hướng dẫn tại mục 2.6 (*Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm và tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh*).

2.4.2. Đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh

Đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh cần căn cứ vào các tiêu chí như sau:

2.4.2.1. Phương án/dự án sản xuất kinh doanh đúng theo mẫu quy định hay không

Phương án/dự án sản xuất kinh doanh tham gia Chương trình OCOP cần thực hiện theo đúng mẫu quy định của chương trình (*biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ*).

2.4.2.2. Đánh giá các nội dung chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh

- Mục tiêu phương án/dự án sản xuất kinh doanh;
- Quy mô phương án/dự án sản xuất kinh doanh;
- Cách thức tiến hành phương án/dự án sản xuất kinh doanh: Dự kiến các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh của phương án; Xác định các hoạt động sản xuất, kinh doanh;
- Phân tích tính khả thi: Đánh giá tính khả thi của phương án/dự án sản xuất kinh doanh thông qua một số chỉ tiêu như: Đánh giá khả năng cung cấp các yếu tố đầu vào; Đánh giá khả năng tiêu thụ sản phẩm; Đánh giá hiệu quả của phương án sản xuất kinh doanh; Phân tích điểm mạnh, yếu, cơ hội phát triển và thách thức của phương án/dự án sản xuất kinh doanh.

2.4.2.3. Đánh giá vấn đề tài chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh

- Phương án huy động và sử dụng vốn;
- Phương án về doanh thu, chi phí, lợi nhuận;
- Phương án tài chính khác.

2.5. Hướng dẫn chủ thể xây dựng hồ sơ sản phẩm

2.5.1. Yêu cầu về hồ sơ

- Theo quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/08/2019, Hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, gọi tắt là hồ sơ sản phẩm do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, HTX, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất...) chuẩn bị. Ủy ban nhân dân cấp huyện hướng dẫn, kiểm tra. Bao gồm:

Bảng 2.1. Yêu cầu về hồ sơ sản phẩm OCOP

TT	Nội dung	Yêu cầu
1	Yêu cầu bắt buộc	

TT	Nội dung	Yêu cầu
-	Phiếu đăng ký ý tưởng sản phẩm, đăng ký sản phẩm	Có theo mẫu đính kèm (biểu số 01, 02 <i>biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg</i>)
-	Phương án, kế hoạch kinh doanh sản phẩm	Có theo mẫu đính kèm (biểu số 03 <i>biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg</i>)
-	Giới thiệu bộ máy tổ chức	Có theo mẫu đính kèm (biểu số 04 <i>biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg</i>)
-	Giấy đăng ký kinh doanh	Bản sao có công chứng, chứng minh hoạt động kinh doanh hợp pháp (đối với các đơn vị/cá nhân có đăng ký kinh doanh)
-	Sản phẩm mẫu	05 đơn vị sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ)
2	Yêu cầu tài liệu minh chứng bổ sung	
-	Giấy đủ điều kiện sản xuất	Bản sao có công chứng (đối với sản phẩm cần phải có giấy chứng nhận theo quy định hiện hành)
-	Công bố chất lượng sản phẩm	Bản sao tài liệu, chứng minh chất lượng sản phẩm được công bố
-	Tiêu chuẩn sản phẩm	Bản sao tài liệu, chứng minh tiêu chuẩn sản phẩm được công bố
-	Phiếu kết quả kiểm tra chỉ tiêu an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn công bố	Bản sao tài liệu, chứng minh đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm
-	Mã số mã vạch, tem truy xuất nguồn gốc, chứng nhận sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu sản phẩm...	Bản sao tài liệu, chứng minh mã, tem, sở hữu thương hiệu...
-	Nguồn gốc nguyên liệu, liên kết chuỗi	Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận, hợp đồng, hóa đơn... chứng minh việc mua bán nguyên vật liệu, hợp đồng, thỏa thuận liên kết
-	Bảo vệ môi trường	Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận Kế hoạch bảo vệ môi trường, chứng minh cam kết, đánh giá tác động môi trường
-	Hệ thống quản lý chất lượng	Bản sao tài liệu: chứng nhận Hệ thống quản

TT	Nội dung	Yêu cầu
	tiên tiến, kiểm soát chất lượng	lý chất lượng tiên tiến, chứng minh hệ thống quản lý đạt tiêu chuẩn
-	Kế toán	Bản sao tài liệu, minh chứng hoạt động kế toán của cơ sở
-	Phát triển thị trường, hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại	Bản sao tài liệu: Hợp đồng, cam kết, xác nhận về phân phối sản phẩm, xuất khẩu sản phẩm, hoạt động xúc tiến thương mại...
-	Câu chuyện về sản phẩm	Bản sao tờ rơi, hình ảnh, phim, ghi âm... minh chứng về câu chuyện của sản phẩm
-	Kế hoạch kiểm soát chất lượng, ghi hồ sơ lô sản xuất...	Bản sao tài liệu, minh chứng về hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm theo từng lô sản xuất
-	Giải thưởng của sản phẩm, bình chọn của các tổ chức uy tín trong nước và quốc tế...	Bản sao tài liệu, minh chứng về các thành tích, giải thưởng, bình chọn...

- Hiện nay, nhiều đơn vị đã xây dựng các tài liệu hướng dẫn về chuẩn bị tài liệu minh chứng gắn với Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm. *Các địa phương có thể tham khảo và vận dụng tài liệu tại Phụ lục 5.*

2.5.2. Một số kinh nghiệm trong hướng dẫn chủ thể xây dựng bộ hồ sơ dự thi

- Chuẩn bị ngay từ sớm, từ đầu, không để đến khi chuẩn bị đánh giá mới hoàn thiện;

- Hoàn thiện minh chứng theo tiêu chí đánh giá, càng đầy đủ minh chứng và minh chứng càng có giá trị pháp lý càng tốt. Xác định sản phẩm của mình theo tiêu chí đánh giá nào thì hoàn thiện minh chứng theo bộ tiêu chí đó ở hệ số điểm cao nhất có thể;

- Minh chứng nào dễ thì hoàn thiện trước, khó làm sau; lưu ý và quan tâm đến các minh chứng để chứng minh các điều kiện tối thiểu phải đạt theo Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020;

- Những minh chứng cần nhiều thời gian để hoàn thiện phải làm sớm như đăng ký sở hữu trí tuệ; phân tích kiểm nghiệm chất lượng...;

- Sắp xếp minh chứng theo một trật tự logic; Có danh mục các minh chứng theo từng tiêu chí;

- Tuyệt đối không làm giả, làm gian lận minh chứng hồ sơ;
- Nên tham khảo ý kiến chuyên gia, cán bộ tư vấn;
- Hồ sơ cho một sản phẩm cụ thể, không phải tên sản phẩm chung chung.

2.6. Tiếp nhận hồ sơ và tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

2.6.1. Xác nhận của cấp xã về nguyên liệu và lao động

- Để hoàn thiện hồ sơ đánh giá sản phẩm, phải có văn bản xác nhận về tỷ lệ nguyên liệu và tỷ lệ lao động địa phương của các chủ thể (theo quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg);

- Nội dung xác nhận của UBND cấp xã gồm: 1) Tỷ lệ nguyên liệu tại địa phương của chủ thể; 2) Tỷ lệ lao động là người địa phương trong tổng số lao động làm việc chính thức của chủ thể;

- Phương pháp để xác nhận: cán bộ phụ trách OCOP hoặc nông thôn mới (cán bộ được giao nhiệm vụ) xác minh về thông tin qua 2 cách: 1) Yêu cầu chủ thể cung cấp bằng chứng như: hợp đồng mua nguyên liệu; bảng lương chi trả cho lao động...; 2) Kiểm tra thực tế (nếu cần thiết) đối với chủ thể hoặc tổ chức, cá nhân cung cấp đầu vào;...

2.6.2. Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm, tổ chức đánh giá, xếp hạng cấp huyện, tỉnh

- Căn cứ vào số lượng hồ sơ đăng ký, đặc điểm về thời vụ của sản phẩm các địa phương có thể tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng thường xuyên. Hoạt động đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP phải căn cứ vào yêu cầu đối với các chỉ tiêu tối thiểu phải đạt theo phân hạng sao được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

- Để tạo điều kiện thuận lợi, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ sản phẩm OCOP, các địa phương cần hướng dẫn chủ thể: Hồ sơ cung cấp cho thành viên Hội đồng OCOP các cấp gồm các tài liệu theo quy định tại Mục 3, phụ lục II, quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ; các hồ sơ khác (tài liệu minh chứng bổ sung...) chuẩn bị một bộ đầy đủ để các thành viên hội đồng kiểm chứng tại các buổi họp (trong trường hợp cần thiết và nếu có yêu cầu).

- Hiện nay, nhiều địa phương đang xây dựng và áp dụng phần mềm chấm điểm nhằm thuận lợi hóa quá trình đánh giá, phân hạng sản phẩm, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ. Do đó, các địa phương tùy vào điều kiện có thể áp dụng phần mềm chấm điểm.

- Việc đánh giá, phân hạng sản phẩm được thực hiện theo quy trình đánh giá

(đã trình bày ở phần 1). Chi tiết các hoạt động cần thực hiện để tiếp nhận hồ sơ, tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện và tỉnh được thực hiện theo khung kế hoạch sau:

Bảng 2.2. Khung Kế hoạch tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

<i>I</i>	<i>Công tác chuẩn bị</i>		
1.1	Xây dựng kế hoạch tổ chức đánh giá/phân hạng sản phẩm OCOP	Trường trực OCOP	
1.2	Tuyên truyền về Hội thi đánh giá sản phẩm OCOP	Trường trực OCOP	
1.3	Thông báo chuẩn bị hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá/xếp hạng sản phẩm OCOP đến các tổ chức kinh tế	Trường trực OCOP (tỉnh/huyện)	Trước thời điểm đánh giá 5 ngày
1.4	Chuẩn bị hồ sơ theo (Tùy trường hợp, cán bộ phụ trách OCOP sẽ hướng dẫn, tập huấn, hỗ trợ cộng đồng)	Tổ chức kinh tế	
1.5	Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm từ các cá nhân/tổ chức đăng ký sản phẩm tham dự đánh giá/phân hạng sản phẩm OCOP	Trường trực OCOP	Nộp lần 1 trước 2 ngày trước thời điểm đánh giá
1.6	Kiểm tra thể thức, thông báo hoàn thiện hoàn thiện hồ sơ	Trường trực OCOP	Hoàn thiện (hồ sơ đầy đủ) nộp trước 2 ngày trước thời điểm đánh giá
1.7	Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP	Trường trực OCOP	Trước thời điểm đánh giá sản phẩm 1 ngày
1.8	Chuẩn bị hồ sơ sản phẩm: 1 bộ/sản phẩm/thành viên Hội đồng	Thư ký Hội đồng	Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày
1.9	Chuẩn bị Hội trường	Thư ký Hội đồng	Trước buổi đánh giá
1.10	Công tác văn thư: Hồ sơ, tài liệu, copy, in ...	Thư ký Hội đồng	Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày

1.11	Gửi hồ sơ sản phẩm (trừ sản phẩm mẫu), giấy mời, quyết định thành lập Hội đồng,... đến cho các thành viên Hội đồng	Thư ký Hội đồng	Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày
1.12	Công tác hậu cần khác	Thư ký Hội đồng	Trước buổi đánh giá
II	<i>Họp đánh giá/phân hạng sản phẩm</i>		
2.1	Đọc quyết định thành lập Hội đồng đánh giá, danh mục sản phẩm đánh giá	Thư ký Hội đồng	Trong buổi đánh giá
2.2	Thông qua chương trình làm việc	Chủ tịch Hội đồng	Trong buổi đánh giá
2.3	Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá tương ứng thông qua hồ sơ sản phẩm, sản phẩm mẫu	Các thành viên Hội đồng	Trong buổi đánh giá
2.4	Hội đồng thảo luận và thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể (nếu có)	Các thành viên Hội đồng	Trong buổi đánh giá
2.5	Thư ký tổng hợp kết quả đánh giá, điểm các tiêu chí được tính trung bình từ điểm đánh giá của các thành viên đánh giá	Thư ký Hội đồng đánh giá	Trong và cuối buổi đánh giá
2.6	Hội đồng thống nhất và thông qua kết quả đánh giá	Các thành viên Hội đồng	Cuối buổi đánh giá
2.7	Kết luận	Chủ tịch Hội đồng	
3	Thông báo kết quả đánh giá đến các đơn vị có sản phẩm tham gia đánh giá	Thường trực OCOP	Sau buổi đánh giá không quá 5 ngày
4	Chuyển hồ sơ dự thi sản phẩm đến cấp thi cao hơn/quyết định công nhận kết quả/cấp chứng nhận	Thường trực OCOP	

2.6.3. Một số lưu ý

- Tiếp nhận và sắp xếp hồ sơ theo thứ tự được đánh giá;
- Tiếp nhận, sắp xếp và bố trí sản phẩm: Các sản phẩm tham gia dự thi cần được bố trí theo đơn vị và theo nhóm sản phẩm. Chuẩn bị thành khu trưng bày cẩn thận. Cần có thông tin cụ thể về từng sản phẩm dự thi;
- Tổng hợp danh mục hồ sơ và sản phẩm dự thi: Các thông tin về kết quả đánh giá của cấp huyện, các biên bản kèm theo, các ý kiến của tổ giúp việc và tư vấn... cần được tổng hợp để cung cấp thông tin đầy đủ cho hội đồng đánh giá;
- Quản lý hồ sơ và sản phẩm dự thi: Cần lưu ý đối với những sản phẩm có giá trị kinh tế cao;
- Bố trí hội trường: Hội trường họp hội đồng nên chia thành các khu vực dành cho thành viên hội đồng; Khu vực dành cho chủ thể; Khu vực dành cho tổ giúp việc, tư vấn và chuyên gia; khu vực dành cho báo chí; và khu vực dành cho những người quan tâm. Mỗi khu vực nên có biển tên. Các điều kiện về hậu cần như máy chiếu, âm thanh, ánh sáng, nước uống... cần được chuẩn bị kỹ;

2.7. Quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Cùng với các quy định chung của Nhà nước về quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm, ta cần xác định được rằng việc quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP (sau khi được công nhận) còn liên quan đến thành bại của chương trình. Việc quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP chặt chẽ sẽ giúp người tiêu dùng có niềm tin khi sử dụng sản phẩm mang tên OCOP. Các chủ thể sản xuất cũng đưa ra sản phẩm tốt nhất đến người tiêu dùng.

2.7.1. Nội dung quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Sản phẩm OCOP phải được xác định là sản phẩm có điều kiện, được đánh giá và công nhận với rất nhiều tiêu chí khác nhau, do đó cần được quản lý trên nhiều nội dung. Tuy nhiên, để đảm bảo sản phẩm duy trì chất lượng, các yếu tố theo yêu cầu thì cần lưu ý những nội dung sau:

- Danh mục sản phẩm được công nhận OCOP, gắn với chủ thể sản xuất;
- Chất lượng sản phẩm: bao gồm chất lượng đặc thù (mang yếu tố đặc trưng) và chất lượng phân tích (kiểm nghiệm) theo tiêu chuẩn công bố;
- Nguồn gốc sản phẩm (yếu tố nguyên liệu và nơi sản xuất);
- Quy trình và chứng nhận quản lý chất lượng áp dụng;

- Bao bì, nhãn mác;
- Sử dụng dấu hiệu OCOP: sử dụng logo, dấu hiệu OCOP trên nhãn hàng hóa, các phương tiện giới thiệu, quảng bá sản phẩm...
- Sản lượng cung: số lượng sản phẩm cung ứng ra thị trường gắn với chứng nhận OCOP mà chủ thể có khả năng, đăng ký sản xuất.

2.7.2. Công cụ quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Để quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP cần phải có hệ thống các công cụ, làm cơ sở để các cơ quan, tổ chức, cộng đồng kiểm tra và giám sát. Căn cứ vào điều kiện thực tiễn của các địa phương để có thể xây dựng các công cụ quản lý như sau:

1) Danh sách sản phẩm OCOP được chứng nhận

Danh sách sản phẩm OCOP của các địa phương cần được cập nhật thường xuyên và đầy đủ thông tin, trong đó cần có các thông tin tối thiểu sau:

- Tên sản phẩm OCOP;
- Chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP;
- Số chứng nhận OCOP;
- Thời gian công nhận, thời gian hết hạn chứng nhận sản phẩm OCOP.

2) Bản công bố sản phẩm OCOP

Mỗi sản phẩm được công nhận là sản phẩm OCOP cần được xây dựng 1 bản mô tả ngắn gọn về sản phẩm, trong đó cần tập trung về:

- Tên sản phẩm OCOP;
- Chủ thể sản xuất sản phẩm;
- Địa chỉ, điện thoại liên lạc;
- Quy cách sản phẩm: trọng lượng, yếu tố chất lượng đặc trưng dùng để phân biệt sản phẩm nếu có (ví dụ như: độ đậm của nước mắm; độ rượu...); hình thức đóng gói nếu có;
- Thương hiệu, nhãn hiệu sử dụng (nếu có);
- Các chứng nhận về an toàn thực phẩm, quản lý chất lượng tiên tiến;
- Các công bố về tiêu chuẩn chất lượng;
- Mùa vụ sản xuất (nếu có);

- Sổ chứng nhận OCOP; thời gian chứng nhận.

3) Tem truy suất nguồn gốc sản phẩm OCOP

Tem truy suất nguồn gốc sản phẩm OCOP là tem điện tử, do cơ quan quản lý OCOP xây dựng và quản lý. Mục tiêu là cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin về sản phẩm mà họ có thể lựa chọn. Giúp người tiêu dùng trực tiếp đánh giá, so sánh giữa thông tin về hồ sơ OCOP, sản phẩm OCOP được chứng nhận với sản phẩm đang bán trên thị trường. Hệ thống thông tin sẽ được cơ quan quản lý OCOP xây dựng từ hồ sơ dự thi và thông tin cập nhật theo đề nghị của chủ thể (nếu có và phù hợp).

4) Công cụ khác

Ngoài những công cụ được nêu trên, các địa phương có thể xây dựng cơ sở dữ liệu riêng về sản phẩm OCOP để đưa lên hệ thống website sản phẩm OCOP nhằm cung cấp thông tin cho người tiêu dùng. Hoặc tham khảo các kinh nghiệm của các địa phương như: hệ thống camera giám sát chủ thể sản xuất (Hà Tĩnh)...

2.7.3. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Để quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP cần dựa vào nhiều hình thức tổ chức khác nhau, trong đó các địa phương có thể xem xét, lựa chọn hình thức phù hợp với điều kiện, nguồn lực và khả năng áp dụng:

(1) Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể:

Các chủ thể phải là người đầu tiên tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP, chịu trách nhiệm trước người tiêu dùng và cơ quan quản lý về sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP đưa ra thị trường so với hồ sơ công bố và được chứng nhận.

Thông thường, các chủ thể áp dụng các quy trình quản lý chất lượng tiên tiến (Gap, ISO, HACCP...) thì đều gắn với yêu cầu sử dụng các hệ thống theo dõi, giám sát của từng chứng nhận. Đồng thời, các tổ chức chứng nhận sẽ thực hiện các hoạt động đánh giá, kiểm tra định kỳ theo quy định.

Đối với các chủ thể chưa áp dụng thì cần có sổ nhật ký sản xuất, kinh doanh (sổ nhật ký có thể do các cơ quan quản lý OCOP xây dựng). Đồng thời, chủ thể phải có trách nhiệm ghi đầy đủ thông tin vào sổ nhật ký, đây là cơ sở để các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện các hoạt động kiểm tra, giám sát.

(2) Kiểm soát từ cộng đồng

(a) Giám sát từ cộng đồng sản xuất:

Giám sát cộng đồng là hoạt động dễ triển khai và dễ thực hiện nhất, hoạt động sản xuất, kinh doanh của chủ thể sẽ được các tổ chức, cá nhân khác trong cộng đồng giám sát, theo dõi. Tuy nhiên, để thực hiện được thì cần phải:

- Công khai, minh bạch về thông tin: bản công bố về sản phẩm OCOP của các chủ thể phải được các cơ quan quản lý thông tin kịp thời, công khai, minh bạch đến cộng đồng;

- Xây dựng các phương tiện để cộng đồng phản ánh thông tin.

(b) Giám sát, phản ánh từ người tiêu dùng:

Có thể xây dựng các hình thức đánh giá, phản ánh của người tiêu dùng về sản phẩm, bằng các hình thức được công khai trên bao bì, hoặc tại nơi bán hàng để tiếp nhận những phản ánh của người tiêu dùng đối với sản phẩm OCOP.

(3) Kiểm soát bởi các cơ quan quản lý OCOP

Các cơ quan quản lý Chương trình OCOP có thể xây dựng và tổ chức hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm và chất lượng sản phẩm theo các hình thức:

- Xây dựng và quản lý tem truy suất nguồn gốc OCOP;
- Tổ chức kiểm tra, giám sát định kỳ đối với các chủ thể;
- Tổ chức kiểm tra, giám sát đột xuất (trong trường hợp nhận được các phản ánh về sản phẩm và chất lượng sản phẩm).

Tuy nhiên, để thực hiện các chính sách về thanh, kiểm tra, tránh gây phiền hà cho doanh nghiệp, tổ chức sản xuất, kinh doanh thì hoạt động kiểm tra, giám sát trực tiếp cần được hạn chế. Quan trọng và xây dựng các hệ thống quản lý gián tiếp (phòng ngừa) để nâng cao ý thức trách nhiệm của chủ thể và khả năng tiếp nhận thông tin từ cộng đồng và người tiêu dùng.

(4) Thanh tra, kiểm tra chuyên ngành

Cơ quan quản lý OCOP cần thông tin, cập nhật danh sách, bản mô tả sản phẩm đến các cơ quan quản lý chuyên ngành để đề nghị giám sát sản phẩm OCOP. Theo đó:

- Sở Khoa học và Công nghệ: về kiểm tra, giám sát thực hiện công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng hàng hóa.

- Sở Y tế: về quản lý an toàn thực phẩm;

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: về an toàn thực phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng.

Việc tổ chức phân tích, kiểm nghiệm chất lượng sản phẩm nên hạn chế, trừ trường hợp cần thiết theo ý kiến của các đoàn kiểm tra chuyên ngành. Trường hợp, cơ quan quản lý OCOP phát hiện các vấn đề sai phạm về chất lượng (tiêu chuẩn, an toàn thực phẩm) thì nên mời các cơ quan quản lý chuyên ngành để thực hiện thanh tra, kiểm tra.

2.8. Tổ chức xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm

Các sản phẩm OCOP đã được đánh giá, phân hạng OCOP: các địa phương cần tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP. Cụ thể là:

1) Quảng bá, tiếp thị sản phẩm:

- Cán bộ quản lý cần xây dựng kế hoạch và triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá sản phẩm OCOP trên các phương tiện truyền thông đại chúng: (1) Xây dựng video clip, tin bài quảng bá cho các sản phẩm có thứ hạng sao cao (từ 3-5 sao); (2) Phát sóng trên truyền hình hoặc đăng trên các trang báo, tạp chí của tỉnh, trung ương; (3) Xây dựng, xuất bản ấn phẩm, tạp chí chuyên đề OCOP quảng bá trên hệ thống vận chuyển hành khách lớn, du lịch. 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.

- Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại mang sản phẩm OCOP tiêu biểu (tùy thị trường) đến giới thiệu tại các thị trường trong nước và quốc tế. Tham gia các Hội chợ quốc tế, kết nối các tổ chức sản xuất sản phẩm OCOP với các đối tác phân phối

2) Tổ chức các điểm trưng bày và bán các sản phẩm OCOP

Cán bộ quản lý OCOP xây dựng kế hoạch và tổ chức các điểm trưng bày và bán các sản phẩm OCOP theo Quyết định số 920/QĐ-BTC ngày 16/4/2019. Hướng dẫn và hỗ trợ các chủ thể tham gia.

3) Hỗ trợ và hướng dẫn chủ thể tham gia hội chợ, triển lãm:

Cung cấp thông tin và hỗ trợ chủ thể tham gia các hội chợ OCOP được tổ chức thường niên tại trong và ngoài tỉnh. Các hội chợ, triển lãm khác: Lồng ghép các gian hàng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trong các hội chợ, triển lãm.

4) Khảo sát, thu thập, phân tích, dự báo thị trường:

- Thông tin thị trường được thu thập từ: Hệ thống cán bộ quản lý OCOP các cấp (quốc gia, tỉnh, huyện, xã), hệ thống cơ sở dữ liệu OCOP (được toàn hệ thống cập nhật thường xuyên), từ các cơ quan/tổ chức liên quan,...

- Thông tin thu thập được tổng hợp, phân tích dựa trên cả 3 yếu tố cung - cầu - cạnh tranh làm cơ sở dự báo nhu cầu tiêu dùng, xu hướng thị trường, kết nối thị trường mới,... góp phần định hướng sản xuất kinh doanh cho các sản phẩm OCOP.

- Hoạt động khảo sát, thu thập, phân tích, dự báo thị trường được thực hiện thường xuyên.

5) Thương mại điện tử:

- Đào tạo, tập huấn về kỹ năng bán hàng trực tuyến (online);

- Hỗ trợ chủ thể tham gia hệ thống sàn bán hàng điện tử OCOP.

2.9. Phát triển vùng nguyên liệu

Sản phẩm OCOP hướng đến các sản phẩm mang giá trị, lợi thế của địa phương, nâng cao giá trị gắn với chuỗi giá trị. Do đó, các địa phương cần tập trung vào các giải pháp nhằm phát triển vùng nguyên liệu gắn với chuỗi giá trị sản phẩm OCOP, trong đó ưu tiên tập trung vào các giải pháp:

- Hỗ trợ tổ chức liên kết sản xuất theo hợp đồng, hình thành vùng nguyên liệu tập trung gắn với các chủ thể OCOP; đặc biệt ưu tiên phát triển các Hợp tác xã nhằm nâng cao vai trò, sức ảnh hưởng của OCOP đến cộng đồng;

- Nghiên cứu, áp dụng, đẩy mạnh ứng dụng các quy trình kỹ thuật đồng bộ, cải tiến quy trình kỹ thuật phù hợp với kỹ thuật truyền thống của địa phương; áp dụng các quy trình kỹ thuật, quản lý chất lượng tiên tiến cho vùng nguyên liệu;

- Thúc đẩy tổ chức vùng nguyên liệu theo hướng cảnh quan, gắn với du lịch, đặc biệt là vùng sản xuất đặc sản;

- Rà soát, đánh giá điều kiện để xây dựng vùng nguyên liệu phục vụ cho các làng nghề truyền thống gắn với sản phẩm OCOP, góp phần thúc đẩy kinh tế của địa phương.

2.10. Đào tạo nghề cho lao động nông thôn

Một trong những giải pháp chính sách quan trọng cần thực hiện hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm OCOP đó là đào tạo nghề cho lao động. Trong đó, cần tập trung vào các giải pháp sau:

- Xây dựng kế hoạch đào tạo nghề lao động nông thôn (theo Quyết định

1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009; Quyết định số 971/QĐ-TTg ngày 1/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020”) của cấp huyện, cấp tỉnh dựa trên nhu cầu đào tạo nghề gắn với sản phẩm OCOP của địa phương. Tổ chức đánh giá, nhu cầu đào tạo nghề của các HTX, doanh nghiệp tham gia Chương trình OCOP để hỗ trợ đào tạo nghề;

- Tập trung ưu tiên đào tạo nghề gắn với bảo tồn và phát triển các nghề, làng nghề truyền thống của địa phương; đặc biệt là đào tạo kỹ năng về phát triển nghề, kỹ năng về đổi mới, sáng tạo trong phát triển nghề, phát triển sản phẩm;

- Xác định và lập kế hoạch đào tạo nghề gắn với vùng nguyên liệu tập trung sản phẩm OCOP cấp xã gắn với quy hoạch xây dựng nông thôn mới.

2.11. Một số chính sách hỗ trợ Chương trình OCOP

Để triển khai Chương trình OCOP, Chính phủ đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách để hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP, trong đó tập trung vào 2 nhóm:

- Nhóm chính sách trực tiếp, gồm có: Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020; Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP; và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 về sửa đổi bổ sung Quyết định số 1048/QĐ-TTg;

- Nhóm chính sách hỗ trợ: ngoài những chính sách trên, chủ thể tham gia chương trình OCOP được tiếp cận các chính sách của Nhà nước về phát triển ngành nghề, phát triển nông nghiệp, nông thôn, chính sách hỗ trợ lãi suất tín dụng, khoa học, công nghệ, đào tạo nhân lực... Trong đó, ngoài các chính sách hỗ trợ trực tiếp từ Chương trình, các chủ thể cần quan tâm đến các chính sách: Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/7/2018 về phát triển ngành nghề nông thôn; Nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 17/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; Nghị định số 55/2015/NĐ-TTg ngày 09/6/2015 và Nghị định số 116/2018/NĐ-CP ngày 07/9/2018 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày của Chính phủ Về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Nghị định số 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018 của Chính phủ về khuyến nông...

- Ngoài ra còn có các chính sách hỗ trợ của địa phương thông qua các chương trình, dự án, đề án được phê duyệt. Hiện nay, nhiều địa phương đã xây

dựng chính sách riêng để hỗ trợ triển khai Chương trình: *Quảng Ninh, Lào Cai, Thái Nguyên, Quảng Nam, Hà Nam, Nam Định, Hà Tĩnh, Lâm Đồng, Bến Tre...*

2.11.1. Nội dung chính sách trực tiếp từ Chương trình OCOP

Đối với các chủ thể, chính sách hỗ trợ trực tiếp từ Chương trình OCOP được quy định cụ thể tại Thông tư số 08/2019/TT-BTC ngày 30/1/2019, cụ thể như sau:

a) Chi xây dựng Đề án, Kế hoạch cấp tỉnh, huyện, bao gồm chi hỗ trợ điều tra, khảo sát, thu thập dữ liệu sản phẩm, thuê chuyên gia tư vấn xây dựng đề án, kế hoạch;

b) Chi hỗ trợ truyền thông, thông tin tuyên truyền; dữ liệu sản phẩm, tham gia hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm đạt sao OCOP; xây dựng tài liệu hướng dẫn, tập huấn, quảng bá phục vụ Chương trình OCOP;

c) Chi kiểm tra, hướng dẫn thực hiện Chương trình OCOP;

d) Chi tập huấn, đào tạo cán bộ thực hiện Chương trình OCOP, bao gồm tham quan, học tập kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh. Trường hợp tổ chức đi thăm quan, học tập kinh nghiệm quốc tế cần được thực hiện theo các chỉ đạo của cấp có thẩm quyền, đúng quy định quản lý tài chính;

đ) Chi tập huấn, đào tạo tổ chức, cá nhân tham gia chu trình OCOP các cấp;

e) Chi tổ chức thi và đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP các cấp hàng năm, trong đó bao gồm chi thuê chuyên gia, vận chuyên và bảo quản sản phẩm dự thi, tổ chức chấm thi, chi phí kiểm tra chất lượng sản phẩm theo yêu cầu, tổ chức công bố kết quả;

g) Chi hỗ trợ quản lý nhãn hiệu các sản phẩm OCOP, bao gồm cả chi phí đăng ký nhãn hiệu sản phẩm, hỗ trợ chi phí thiết kế nhãn hiệu sản phẩm tham gia chu trình OCOP, in tem, giấy chứng nhận.

(Các chủ thể OCOP được hưởng chính sách trong các mục đ, e, g)

2.11.2. Một số chính sách hỗ trợ cho các chủ thể OCOP

a) *Chính sách vốn, tín dụng nông nghiệp, nông thôn*

Để tạo điều kiện cho người dân khắc phục các khó khăn về vốn cho sản xuất trong nông nghiệp và phát triển nông thôn, Nhà nước đã thực hiện nhiều chính sách thể hiện bằng việc tổ chức và vận hành các Ngân hàng, các tổ chức tín dụng, quỹ tín dụng nhân dân. Cụ thể là các văn bản sau:

- Nghị định 55/2015/NĐ-CP ngày 09/06/2015 về Chính sách tín dụng phục vụ

phát triển nông nghiệp nông thôn;

- Nghị định 116/2018/NĐ-CP ngày 07/09/2018 về sửa đổi, bổ sung nghị định 55/2015/NĐ-CP;

- Văn bản số 18/2018/VBHN-NHNN ngày 25/09/2018 về Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn (Thông tư 10/2015/TT-NHNN hướng dẫn thực hiện Nghị định 55/2015/NĐ-CP và Thông tư 25/2018/TT-NHNN ngày 24/10/2018 sửa đổi Thông tư 10/2015/TT-NHNN).

b) Chính sách phát triển nguồn nhân lực nông nghiệp, nông thôn:

Việc đào tạo nguồn nhân lực cho nông nghiệp và nông thôn có ý nghĩa quyết định đến phát triển nông nghiệp và nông thôn. Cùng với các hệ thống giáo dục và đào tạo theo hệ thống giáo dục Việt Nam, Chính phủ và các Bộ ngành đã thực hiện chính sách hỗ trợ đào tạo cho lao động nông thôn, cụ thể:

- Quyết định 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020”. Sửa đổi bằng Quyết định số 971/QĐ-TTg ngày 1/7/2015;

- Thông tư 152/2016/TT-BTC ngày 17/10/2016 về Quy định quản lý và sử dụng kinh phí hỗ trợ đào tạo trình độ sơ cấp và đào tạo dưới 3 tháng;

- Thông tư 40/2019/TT-BTC ngày 28/6/2019 về sửa đổi Thông tư 152/2016/TT-BTC.

c) Chính sách phát triển HTX

Luật HTX 2012 đã đánh dấu một bước đột phá cho phát triển HTX ở Việt Nam nói chung và phát triển HTX nông nghiệp nói riêng. Chính phủ đã ban hành một số văn bản để hướng dẫn, hỗ trợ HTX phát triển:

- Nghị định 193/2013/NĐ-CP ngày 21/11/2013 về Quy định chi tiết một số điều của Luật HTX;

- Quyết định số 2261/2014/QĐ-TTg, ngày 15/12/2014 về việc phê duyệt chương trình hỗ trợ phát triển HTX giai đoạn 2015-2020;

- Thông tư 340/2016/TT-BTC ngày 29/12/2016 về hướng dẫn về mức hỗ trợ và cơ chế tài chính hỗ trợ bồi dưỡng nguồn nhân lực của HTX, tổ chức lại hoạt động của HTX theo chương trình hỗ trợ phát triển HTX giai đoạn 2015-2020;

- Quyết định 461/QĐ-TTg ngày 28/4/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển 15.000 HTX, liên hiệp HTX nông nghiệp hoạt động có

hiệu quả đến năm 2020.

d) Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa luôn là đối tượng yếu thế trong cạnh tranh, trong khi đó các doanh nghiệp nhỏ và vừa có một vị trí quan trọng trong nền kinh tế. Việc hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa được thể hiện:

- Nghị định 39/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018 về Quy định chi tiết một số điều của Luật hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa;

- Thông tư 49/2019/TT-BTC ngày 8/8/2019 về hướng dẫn quản lý và sử dụng kinh phí ngân sách Nhà nước hỗ trợ Phát triển nhân lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa;

Với đặc điểm của sản xuất nông nghiệp, việc phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ có tác động tốt đến phát triển nông nghiệp, nông thôn.

đ) Chính sách khoa học công nghệ

Nhằm tăng cường thu hút đầu tư khoa học công nghệ vào sản xuất nông nghiệp, Chính phủ và các địa phương đã có các chính sách khuyến khích và thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực này.

- Nghị định 57/2018/NĐ-CP ngày 17/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

- Thông tư 04/2018/TT-BKHĐT ngày 6/12/2018 về hướng dẫn thực hiện nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 14/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

Đồng thời Chính phủ cũng có những chương trình đầu tư phát triển công nghệ cao cho các lĩnh vực sản xuất và đời sống;

- Quyết định số 2457/QĐ-TTg ngày 31/12/2010 về việc phê duyệt chương trình Quốc gia Phát triển Công nghệ cao;

- Thông tư 02/2012/TT-BKHHCN ngày 18/01/2012 về hướng dẫn quản lý chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020;

- Quyết định 66/2014/QĐ-TTg ngày 25/11/2014 về việc phê duyệt danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển và danh mục sản phẩm công nghệ cao được khuyến khích phát triển.

e) Chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất

Có nhiều chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất, liên kết tiêu thụ sản phẩm, có

thể trực tiếp hoặc gián tiếp, cụ thể như sau:

- Nghị định 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018 của Chính phủ về công tác Khuyến nông;

- Thông tư 05/2017/TT-BNNPTNT ngày 1/3/2017 về hướng dẫn một số nội dung thực hiện chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020. Thông tư 04/2019/TT-BNNPTNT ngày 1/4/2019 sửa đổi Thông tư 05/2017/TT-BNNPTNT;

- Quyết định 4781/QĐ-BNN-VPĐP năm 2017 về Sổ tay hướng dẫn phát triển sản xuất;

- Nghị định 98/2018/NĐ-CP ngày 21/8/2018 về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

Việc liên kết phát triển sản xuất và tiêu thụ theo chuỗi giá trị đã tạo ra một động lực mới cho phát triển sản xuất nông nghiệp bền vững, đáp ứng nhu cầu về sản phẩm nông nghiệp cho tiêu dùng trong nước và cho xuất khẩu.

f) Chính sách phát triển ngành nghề

Để phát triển ngành nghề nông thôn, Chính phủ đã ban hành:

- Nghị định 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 về Phát triển ngành nghề nông thôn;

- QĐ 1511/QĐ-BNN-KTHT ngày 04/05/2019 Ban hành kế hoạch triển khai thực hiện nghị định 52/2018/NĐ-CP.

g) Chính sách hỗ trợ bảo hiểm nông nghiệp

Để hỗ trợ cho người nông dân và sản xuất nông nghiệp tránh được rủi ro, chủ động đầu tư cho sản xuất, Chính phủ đã ban hành:

- Nghị định 58/2018/NĐ-CP ngày 18/4/2018 về Bảo hiểm nông nghiệp;

- Quyết định 22/2019/QĐ-TTg ngày 26/6/2019 về thực hiện chính sách hỗ trợ bảo hiểm nông nghiệp.

2.12. Hướng dẫn lựa chọn tổ chức, cá nhân tư vấn Chương trình OCOP

Trên cơ sở điều kiện và nhu cầu thực tiễn, các địa phương có thể lựa chọn tổ chức, cá nhân tư vấn Chương trình OCOP giúp các chủ thể tham gia Chương trình OCOP và các cơ quan quản lý ở địa phương trong xây dựng kế hoạch, hình thành ý tưởng, lựa chọn sản phẩm, hỗ trợ kỹ thuật (hỗ trợ theo chuỗi giá trị để hình thành sản phẩm OCOP), nâng cao năng lực, nâng cấp và hoàn thiện các điều kiện để được

công nhận sản phẩm OCOP, phát triển sản phẩm và xúc tiến thương mại; lựa chọn tổ chức, cá nhân tư vấn Chương trình OCOP có kinh nghiệm về lĩnh vực cung cấp dịch vụ tư vấn, đảm bảo chất lượng, hiệu quả và phát triển được sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của đối tượng tư vấn, cụ thể:

- Đối với tổ chức: Có tư cách pháp nhân, có năng lực và kinh nghiệm trong lĩnh vực tư vấn, đào tạo nghề Chương trình OCOP; Có kinh nghiệm, năng lực trong tư vấn và hỗ trợ phát triển chuỗi giá trị sản phẩm;

- Đối với cá nhân: có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm thuộc lĩnh vực tư vấn, đào tạo nghề và am hiểu về Chương trình OCOP.

Ưu tiên các tổ chức, cá nhân tư vấn có sự am hiểu về Chương trình OCOP, bám sát tình hình thực tế của địa phương. Có tinh thần hỗ trợ, đoàn kết để chia sẻ, phối hợp với các tổ chức, cá nhân tư vấn khác để xây dựng và phát triển Chương trình OCOP bền vững và hiệu quả.

2.13. Thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

Thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP là một trong những tiết thực hành quan trọng nhằm giúp các học viên là cán bộ quản lý Chương trình OCOP có kỹ năng thành thạo chấm điểm và phân hạng sản phẩm theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg vào ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 8/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

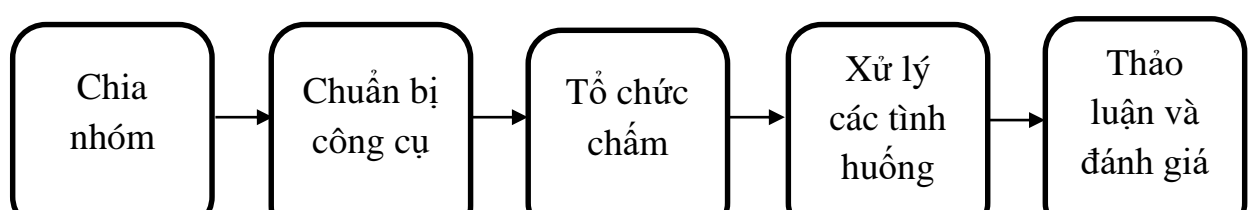
2.13.1. Khái quát chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

Chấm đánh giá sản phẩm OCOP là dựa vào bộ tiêu chí đánh giá cho từng sản phẩm OCOP, chúng ta lựa chọn bộ tiêu chí và phiếu chấm phù hợp đối với từng phân nhóm sản phẩm để chấm điểm.

Xếp hạng sản phẩm OCOP chính là phân hạng sao cho sản phẩm OCOP (1 sao, 2 sao, 3 sao, 4 sao và 5 sao), là kết quả hay tổng số điểm trên phiếu chấm cho từng phân nhóm sản phẩm dựa theo bộ tiêu chí. Phân hạng sao cho sản phẩm OCOP đều phải căn cứ vào quy định phân hạng cho sản phẩm OCOP trong Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 8/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

2.13.2. Tổ chức dạy thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

Để tổ chức dạy thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP một cách có hiệu quả nhất thông thường chúng ta phải thực hiện theo 5 bước cơ bản theo sơ đồ sau:



Hình 2.2. Các bước thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

a) Bước 1: Chia nhóm sản phẩm

- *Chia nhóm sản phẩm:* Nhóm sản phẩm được chia thành 6 nhóm theo phân loại sản phẩm tham gia Chương trình OCOP trong Quyết định số 1048/QĐ-TTg, gồm:

- + Nhóm 1: Ngành thực phẩm;
- + Nhóm 2: Ngành đồ uống;
- + Nhóm 3: Ngành thảo dược;
- + Nhóm 4: Ngành thủ công mỹ nghệ, trang trí;
- + Nhóm 5: Ngành vải, may mặc;
- + Nhóm 6: Ngành Dịch vụ du lịch cộng đồng và Điểm du lịch.

- *Chia nhóm học viên:* Dựa vào số lượng học viên thực tế tham gia lớp đào tạo để chúng ta chia nhóm, cơ bản học viên sẽ được chia thành các nhóm nhỏ, mỗi một nhóm phải có đủ số người tương ứng với hội đồng cấp huyện ít nhất có 5 - 7 người, hội đồng cấp tỉnh ít nhất là có 9 - 11 người (số lượng thành viên cho một hội đồng cấp huyện và cấp tỉnh). Để việc tổ chức buổi thực hành có hiệu quả, ta có thể chia nhóm học viên theo 2 phương pháp.

+ *Phương pháp 1:* Chia nhóm học viên theo địa lý, tức là các học viên thuộc cùng một huyện hoặc cùng một tỉnh vào thành một nhóm.

Ưu điểm: Các học viên trong một huyện hoặc một tỉnh trong chương trình đào tạo OCOP hầu như đều có mối quan hệ trong công việc và có quen biết nhau nên tương tác trong nhóm tương đối tốt.

Nhược điểm: Các thành viên dễ bị chi phối lẫn nhau về quan hệ phân cấp chức vụ. Thành viên có vị trí công việc thấp hơn so với các thành viên khác trong nhóm dễ bị chi phối về suy nghĩ, đưa ra quyết định và thường không chủ động và phát huy hết được vai trò của mình trong vai được đảm nhiệm.

+ *Phương pháp 2:* Chia nhóm học viên theo vị trí ngồi trong lớp đào tạo.

Ưu điểm: Các học viên ở đâu ngồi đó không lộn xộn, có thể đưa ra các chứng

kiến, ý kiến và quan điểm của mình mà không bị chi phối về vị trí mối quan hệ trong công việc trong huyện và tỉnh.

Trên đây là hai phương pháp cơ bản dùng để chia nhóm trong tổ chức thực hành chấm đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP, mặc dù phương pháp nào đều nhược điểm của nó nhưng không đáng kể.

b) Bước 2: Chuẩn bị công cụ

Chuẩn bị công cụ cho việc tổ chức thực hành là bước hết sức cần thiết cho bước tổ chức chấm. Để bước tổ chức chấm đạt hiệu quả cao thì bước chuẩn bị công cụ cần chuẩn bị như sau:

- Hồ sơ mẫu cho tất cả 6 nhóm ngành. Ngành thực phẩm; Ngành đồ uống; Ngành thảo dược; Ngành thủ công mỹ nghệ, trang trí; Ngành vải, may mặc; Ngành Dịch vụ du lịch cộng đồng và Điềm du lịch;

- Chuẩn bị 6 phiếu đã chấm và phân hạng sản phẩm OCOP theo bộ tiêu chí cho 6 nhóm sản phẩm;

- Chuẩn bị các phiếu chấm điểm theo bộ tiêu chí cho 6 nhóm sản phẩm, số lượng phiếu sẽ tương đương với số lượng thành viên trong nhóm;

- Sản phẩm mẫu đối với 5 nhóm ngành sau: Ngành thực phẩm; Ngành đồ uống; Ngành thảo dược; Ngành thủ công mỹ nghệ, trang trí. Đối với ngành dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng thì cần có hình ảnh hoặc video minh chứng;

- Chuẩn bị dụng cụ để phục vụ cho tiết thực hành như: Máy tính, chuột, bút, máy chiếu, loa đài, tivi hoặc màn hình chiếu, file hồ sơ mềm cho 6 nhóm sản phẩm.

c) Bước 3: Tổ chức chấm

Đây là bước chính trong tiết thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP. Sau khi hoàn thành bước 1 và bước 2 thì đối với mỗi nhóm đảm nhiệm chấm cho mỗi nhóm sản phẩm và mỗi nhóm cũng được coi là một hội đồng chấm sản phẩm OCOP. Trong mỗi nhóm sẽ tự phân vai cho nhau, mỗi vai có chức năng và vai trò trả lời từng vị trí mà thành viên đó đảm nhiệm.

Đối với hội đồng cấp tỉnh: Có từ 09 đến 11 thành viên, trong đó có Chủ tịch Hội đồng: là lãnh đạo Ủy ban nhân dân cấp tỉnh. Đại diện các sở ngành có: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Chi cục Quản lý chất lượng nông lâm sản và thủy sản); Công Thương; Khoa học và Công nghệ (Tiêu chuẩn đo lường chất lượng, Sở hữu trí tuệ); Văn hóa, Thể thao và Du lịch; đại diện cơ quan tham mưu triển khai chương trình nông thôn mới, Chương trình OCOP cấp tỉnh; Đại diện các

sở, ngành có liên quan khác tùy theo đối tượng sản phẩm: Y tế; Tài nguyên và Môi trường... Đại diện khác: Chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP; đại diện các hiệp hội, hội có liên quan (*mục 2-b, phụ lục II Quyết định số 1048/QĐ-TTg*).

Đối với hội đồng cấp huyện: Có từ 05 đến 07 thành viên, chủ tịch Hội đồng (lãnh đạo Ủy ban nhân dân cấp huyện); Đại diện từ các phòng ban chuyên môn, tổ chức có liên quan, chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP (*mục 2-c, phụ lục II Quyết định số 1048/QĐ-TTg*).

Tổ chức thực hành chấm sẽ được tổ chức lần lượt cho từng sản phẩm trong 6 nhóm sản phẩm và đảm bảo rằng tất cả các nhóm đều được thực hành chấm hết 6 nhóm sản phẩm này.

Cuối cùng là kết quả tổng điểm chấm và phân hạng sao cho từng sản phẩm của 6 nhóm sản phẩm từ các nhóm.

d) Bước 4: Xử lý các tình huống

Thời gian: Nếu thời gian không được sắp xếp một cách hợp lý thì sẽ ảnh hưởng đến tính hiệu quả của buổi thực hành. Cho nên trong tình huống này chúng ta cần phải sắp xếp thời gian một cách chính xác.

Một số tình huống chúng ta sẽ gặp trong các sắm vai cho các thành viên trong hội đồng chấm, một số nhóm sẽ thừa thành viên. Trong trường hợp này chúng ta xử lý tình huống bằng cách, một vị trí trong thành viên trong hội đồng có thể do 2 hay nhiều người đảm nhiệm cùng một lúc và họ sẽ phải thảo luận với nhau về câu trả lời cũng như mục chấm điểm mà do họ đảm nhiệm và đưa ra kết quả cuối cùng cho nhóm.

đ) Bước 5: Thảo luận và đánh giá

Đây được coi là bước cuối cùng của buổi thực hành, là bước thảo luận và đánh giá kết quả chấm đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP của từng nhóm cho từng sản phẩm trong 6 nhóm sản phẩm. Bước này được tiến hành như sau:

- Đưa bảng kết quả điểm và phân hạng sản phẩm đã chấm do người hướng dẫn thực hành chấm trước chiếu lên màn hình, so sánh kết quả tổng điểm và phân hạng sao cho sản phẩm OCOP;

- So sánh lần lượt số điểm chấm theo bộ tiêu chí cho từng sản phẩm của người hướng dẫn thực hành chấm và các nhóm chấm;

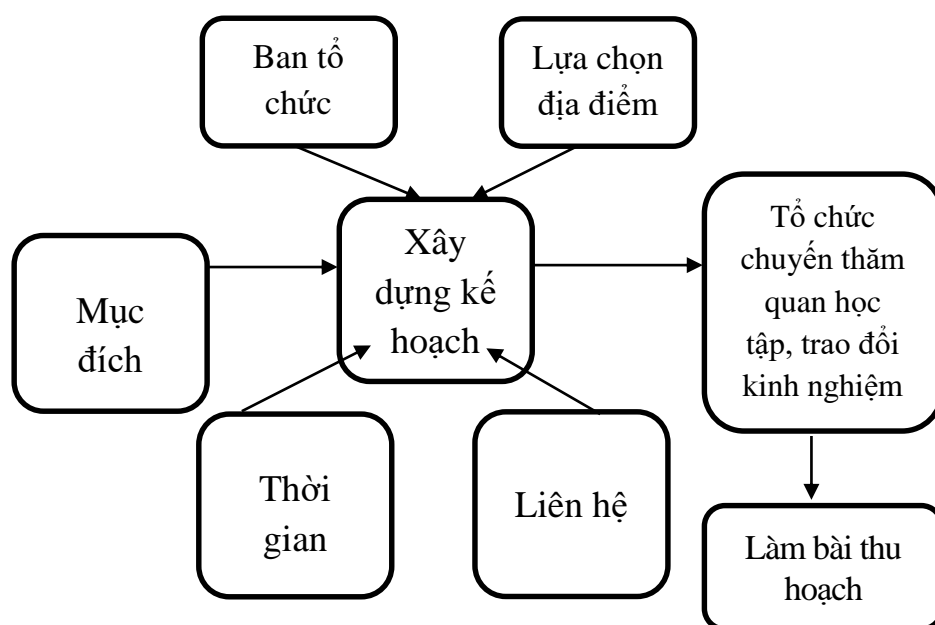
- Đưa ra nhận xét và thảo luận nếu như số điểm và phân hạng sao cho sản phẩm giữa người hướng dẫn thực hành và các nhóm chênh lệch nhau;

- Kết luận cuối cùng cho tổng số điểm cho từng sản phẩm và kết luận cho kết quả chấm điểm và phân hạng sao sản phẩm OCOP của từng nhóm;

- Nêu một số lưu ý và khắc phục mà các nhóm vướng phải khi tham gia thực hành chấm đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP.

2.14. Tổ chức học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh

- Tổ chức học tập và trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh đối với lớp cán bộ quản lý Chương trình OCOP chúng ta cần thực hiện 4 bước như sau:



Hình 2.3. Các bước tổ chức học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh

a) Bước 1. Mục đích

Để tổ chức được một lớp thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh bài bản và có hiệu quả điều đầu tiên chúng ta cần xác định được mục đích của chuyến thăm quan.

Mục đích

Xác định rõ mục đích chuyến thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh sẽ đạt được kinh nghiệm gì và kiến thực tiễn nào?

- Tổ chức hội đồng đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh;
- Các sản phẩm/dịch vụ đạt phân hạng cao trong OCOP.

a) Bước 2. Xây dựng kế hoạch

Ban tổ chức

1. Thường mỗi lớp đều cử ra ban cán sự lớp trong đó có lớp trưởng và lớp phó..., ban tổ chức chuyên thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm thường là do ban cán sự lớp đảm nhiệm và lên kế hoạch sau khi thống nhất với các thành viên trong lớp học.

2. Thay mặt lớp liên hệ địa điểm thăm quan cũng như tổ chức chuyên thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm.

Lựa chọn địa điểm

1. Đúng mục đích chuyên thăm quan;
2. Phù hợp với kinh phí tổ chức;
3. Thuận tiện việc đi lại.

Thời gian

1. Thời gian phù hợp với việc tổ chức và mục đích chuyên thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm;

2. Trao đổi cụ thể với bên là địa đến của buổi thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm để đưa ra thời gian chính xác.

Liên hệ: Liên hệ với người phụ trách chính về OCOP của các huyện và tỉnh nơi địa điểm đến cần thăm quan (cán bộ quản lý Chương trình OCOP cấp huyện hoặc tỉnh).

- Kế hoạch thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm trong và ngoài tỉnh dựa trên mẫu *tham khảo tại Phụ lục 6.*

Bước 3: Tổ chức buổi thăm quan học tập

Sau khi chúng ta hoàn thành bước 1 và bước 2, bước thứ 3 là bước thực hiện tổ chức chuyên thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm dựa trên bản kế hoạch.

Bước 4: Làm bài thu hoạch

- Sau khi chuyên thăm quan học tập và chia sẻ kinh nghiệm các học viên làm bài thu hoạch, bài thu hoạch được đánh giá dựa vào các tiêu chí:

- Nắm hết các nội dung của chuyên học tập, chia sẻ kinh nghiệm;
- Với các đối tượng, nhóm sản phẩm đã được thăm quan so với các tiêu chí đánh giá OCOP hiện tại đang phân hạng nào và muốn lên hạng thì những tiêu chí nào khả thi nhất?

- Đưa ra nhận xét và kết luận cho bài thu hoạch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018-2020;
2. Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP;
3. Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số Phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP;
4. Quyết định số 1653/QĐ-BNN-VPĐP ngày 11 tháng 5 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT về việc ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia;
5. Công văn số 6384/BNN-VPĐP ngày 15 tháng 9 năm 2020 của Bộ Nông nghiệp và PTNT về việc hướng dẫn triển khai một số nội dung thuộc Chương trình OCOP;
6. Công văn số 6022/BNN-VPĐP ngày 01 tháng 9 năm 2020 của Bộ Nông nghiệp và PTNT về việc lựa chọn tổ chức, cá nhân tư vấn Chương trình OCOP;
7. Bộ Nông nghiệp và PTNT (2020), Sổ tay hỏi – đáp Chương trình OCOP;
8. TS. Trần Thanh Nam, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT (2020), Bài giảng “Quan điểm, mục tiêu, yêu cầu, nội dung và nhiệm vụ giải pháp triển khai thực hiện Chương trình OCOP”;
9. Bộ tài liệu tập huấn Chương trình OCOP năm 2018 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Hướng dẫn một số nội dung triển khai Chu trình OCOP

(Ban hành kèm theo văn bản số 6384/BNN-VPĐP ngày 15/9/2020 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)

I. NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP

1. Tuyên truyền, hướng dẫn về Chương trình OCOP

1.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

a) Ủy ban nhân dân (UBND) cấp xã:

- Tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức cho cộng đồng, người dân và các chủ thể OCOP trên địa bàn xã về Chương trình OCOP;

- Rà soát các sản phẩm tiềm năng trên địa bàn xã và hướng dẫn các chủ thể đăng ký tham gia Chương trình OCOP.

b) UBND cấp huyện:

- Tổ chức triển khai tuyên truyền nâng cao nhận thức về Chương trình OCOP trên phạm vi huyện;

- Phối hợp, hỗ trợ, hướng dẫn UBND cấp xã rà soát các sản phẩm tiềm năng.

c) UBND cấp tỉnh: Tổ chức triển khai tuyên truyền về Chương trình OCOP trên phạm vi toàn tỉnh.

1.2. Yêu cầu: Ngoài những nội dung theo các văn bản pháp lý về Chương trình OCOP, các địa phương cần chú ý thêm một số vấn đề sau:

- Quan điểm của Chương trình: Chương trình OCOP là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa...) và gia tăng giá trị, nâng cao thu nhập của cư dân nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới; Phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị; Chủ thể thực hiện là thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh) và kinh tế tập thể (tổ hợp tác, HTX); Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách, kiểm tra, giám sát và hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm...

- Yêu cầu của Chương trình: Phát huy các tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa; Phát huy sự sáng tạo và sức mạnh cộng đồng để tổ chức sản xuất và hình

thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng; Phát triển liên kết theo chuỗi giá trị để nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

2. Nhận ý tưởng sản phẩm

2.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

a) Chủ thể tham gia OCOP:

- Khảo sát, đánh giá hiện trạng sản phẩm về: nhu cầu, thị hiếu của thị trường đối với sản phẩm; vùng nguyên liệu; lực lượng lao động có tay nghề; khả năng đầu tư phát triển sản phẩm OCOP theo yêu cầu của Chương trình;

- Xây dựng phiếu đăng ký ý tưởng/sản phẩm OCOP.

b) UBND cấp xã:

- Chủ trì tổ chức, phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp huyện, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để hỗ trợ các chủ thể hoàn thiện ý tưởng/sản phẩm đăng ký;

- Xây dựng kế hoạch về ý tưởng/sản phẩm của cấp xã.

c) UBND cấp huyện:

- Tổng hợp kế hoạch, đề xuất về ý tưởng/sản phẩm đăng ký của cấp xã;

- Chủ trì, phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp tỉnh, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tổ chức đánh giá và lựa chọn ý tưởng/sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Xây dựng kế hoạch tổng hợp ý tưởng/sản phẩm của cấp huyện và gửi kết quả về cơ quan quản lý OCOP cấp tỉnh.

d) UBND cấp tỉnh

- Nhận kế hoạch của các huyện, khảo sát, xây dựng và phê duyệt danh sách ý tưởng/sản phẩm tham gia Chương trình OCOP của tỉnh;

- Xây dựng kế hoạch và tổ chức tập huấn về xây dựng phương án kinh doanh trên phạm vi toàn tỉnh và kế hoạch đào tạo nghề OCOP.

2.2. Yêu cầu: Ý tưởng/sản phẩm đăng ký cần được đánh giá trên các nội dung, bao gồm:

- Sự phù hợp của sản phẩm so với mục tiêu, quan điểm của chương trình: Sản phẩm tham gia Chương trình OCOP ưu tiên các sản phẩm đặc trưng, truyền thống, lợi thế của địa phương, gắn với đời sống và có tiềm năng mang lại lợi ích kinh tế

cho cộng đồng. Sản phẩm đã hình thành nhưng chưa hoàn thiện, sản phẩm tiềm năng đều được đưa vào kế hoạch của địa phương;

- Sự phù hợp của các tổ chức, cá nhân đăng ký: Các tổ chức, cá nhân đăng ký tham gia Chương trình gồm: HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh.

3. Nhận phương án sản xuất kinh doanh (phương án kinh doanh)

3.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

a) Chủ thể tham gia OCOP:

- Xây dựng phương án kinh doanh sản phẩm của chủ thể theo biểu mẫu số 3, Phụ lục 2, Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ, do UBND cấp xã cung cấp;

- Gửi phương án kinh doanh.

b) UBND cấp xã: Phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp huyện, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể xây dựng phương án kinh doanh;

c) UBND cấp huyện:

- Chủ trì, phối hợp với tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tổ chức đánh giá, lựa chọn các phương án kinh doanh;

- Thông báo kết quả đánh giá, lựa chọn phương án kinh doanh cho UBND cấp xã và các chủ thể.

d) UBND cấp tỉnh:

- Tổng hợp danh sách kết quả lựa chọn phương án kinh doanh từ các huyện;

- Tổ chức tập huấn về phương pháp triển khai phương án kinh doanh.

3.2. Yêu cầu: Phương án kinh doanh được xây dựng và lựa chọn ngoài các yêu cầu chung, cần phải xác định rõ các định hướng, giải pháp để thực hiện các yêu cầu tương ứng với mục tiêu phân hạng sản phẩm theo Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm.

4. Triển khai phương án kinh doanh

4.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

a) Chủ thể tham gia OCOP: Chủ động, phối hợp với các cơ quan quản lý OCOP các cấp, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tiếp cận các chính sách hỗ trợ về tín dụng, khoa học công nghệ, liên kết chuỗi giá trị, đào tạo nghề,... Tổ chức triển

khai các nội dung, giải pháp theo phương án kinh doanh nhằm phát triển sản xuất, kinh doanh và sản phẩm OCOP.

b) UBND cấp xã: Tổ chức theo dõi tiến độ, nắm bắt thông tin về quá trình triển khai phương án kinh doanh để phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước cấp huyện, tổ chức/chuyên gia tư vấn hỗ trợ các chủ thể OCOP.

c) UBND cấp huyện

- Hướng dẫn các chủ thể tiếp cận các chính sách hỗ trợ của nhà nước, đặc biệt là về các chính sách: tín dụng, khoa học công nghệ, liên kết chuỗi giá trị, đào tạo nghề,...

- Chủ trì, phối hợp với các tổ chức/chuyên gia tư vấn để hướng dẫn, tư vấn, hỗ trợ trực tiếp tại thực địa, thường xuyên và liên tục đối với các chủ thể để triển khai phương án kinh doanh;

- Hỗ trợ đào tạo nghề Chương trình OCOP cho các chủ thể;

- Tổ chức theo dõi tiến độ triển khai, xác định các khó khăn/vấn đề và nhu cầu hỗ trợ của các chủ thể.

d) UBND cấp tỉnh

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới/cơ quan quản lý Chương trình OCOP cấp tỉnh chủ trì, phối hợp với tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể tiếp cận các chính sách hỗ trợ của nhà nước;

- Các Sở, ngành tổ chức các hoạt động hỗ trợ gắn với chức năng, nhiệm vụ được phân công.

4.2. Yêu cầu: Tùy vào từng trường hợp, nội dung hỗ trợ cần tập trung để giúp các chủ thể nâng cao năng lực, đáp ứng các yêu cầu của Bộ tiêu chí, như: nguồn nguyên liệu; sử dụng lao động địa phương; đào tạo/tập huấn về tay nghề; mở rộng quy mô sản xuất; tiêu chuẩn chất lượng; bao bì, nhãn mác sản phẩm; phát triển liên kết và mở rộng kênh phân phối...

5. Đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP

5.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

a) Chủ thể tham gia OCOP

- Xây dựng hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

- Gửi hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tới UBND cấp huyện.

b) UBND cấp xã:

- Căn cứ vào phương án kinh doanh, thực tế của các chủ thể để xác nhận về tỷ lệ lao động, nguyên liệu địa phương theo quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

- Tiếp nhận thông báo về kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện; trao đổi với các chủ thể về kết quả và xây dựng kế hoạch hỗ trợ tiếp theo (nếu cần thiết).

c) UBND cấp huyện

- Tiếp nhận hồ sơ, tổ chức Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp huyện;

- Thông báo kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm của Hội đồng cấp huyện cho UBND cấp xã và các chủ thể;

- Hoàn thiện và chuyển hồ sơ, sản phẩm mẫu đối với những sản phẩm đạt từ 50 100 điểm để đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

d) UBND cấp tỉnh

- Tiếp nhận hồ sơ và tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp tỉnh;

- Ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao, 4 sao; tổ chức công bố kết quả;

- Thông báo kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm cho UBND cấp huyện;

- Chuyển hồ sơ sản phẩm đạt từ 90 đến 100 điểm tới Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp Trung ương;

- Tổ chức rà soát, xem xét và đánh giá lại (nếu cần) đối với sản phẩm chưa đạt 5 sao theo Quyết định của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp quốc gia; ban hành Quyết định công nhận và cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao hoặc 4 sao theo kết quả rà soát, đánh giá lại của Hội đồng cấp tỉnh.

5.2. Yêu cầu: Quá trình xây dựng hồ sơ, tổ chức đánh giá phải đảm bảo công khai, minh bạch và theo đúng quy định.

6. Xúc tiến thương mại

6.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

a) UBND cấp huyện:

- Xây dựng kế hoạch, tổ chức hoạt xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện;

- Hỗ trợ các chủ thể OCOP tham gia xúc tiến thương mại cấp tỉnh, trung ương.

b) UBND cấp tỉnh

- Lập kế hoạch xúc tiến thương mại hằng năm của tỉnh;

- Tổ chức các hoạt động quảng bá, giới thiệu, kết nối và phát triển kênh phân phối các sản phẩm OCOP ở phạm vi trong tỉnh, quốc gia và quốc tế. Huy động nguồn lực hỗ trợ từ trung ương, địa phương, các tổ chức liên quan để tổ chức: hệ thống trung tâm OCOP/cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP; kết nối cung - cầu; giới thiệu sản phẩm theo chuỗi; mạng lưới liên kết OCOP giữa các địa phương cấp tỉnh; tổ chức các hội chợ OCOP định kỳ...

6.2 Yêu cầu: Hoạt động xúc tiến thương mại phải là trọng tâm của Chương trình, được cấp huyện, tỉnh tổ chức thường xuyên và liên tục.

II. MỘT SỐ NỘI DUNG CẦN QUAN TÂM TRONG TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP

1. Chu trình OCOP thường niên bao gồm 6 bước, căn cứ vào điều kiện thực tế, đặc biệt là sản phẩm tham gia Chương trình, các địa phương làm rõ nội dung, triển khai phù hợp và hiệu quả gắn với trách nhiệm của các cấp trong hỗ trợ các chủ thể.

2. Xác định rõ những nội dung tập trung ưu tiên đối với hai nhóm sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm:

a) Các sản phẩm tiềm năng: Ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế, tiềm năng của địa phương; tập trung hỗ trợ hình thành các phương án kinh doanh để phát triển sản phẩm hàng hóa theo chuỗi giá trị; phải có sự tham gia của cấp xã, cấp huyện để hỗ trợ từ khi hình thành ý tưởng, xây dựng và triển khai phương án kinh doanh, hỗ trợ chủ thể tiếp cận tín dụng, ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo nghề... để các chủ thể nâng cao năng lực, phát triển sản phẩm OCOP;

b) Các sản phẩm OCOP đã hình thành và sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng OCOP: Tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP.

3. Tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh:

a) Căn cứ vào số lượng hồ sơ đăng ký, đặc điểm về thời vụ của sản phẩm các địa phương có thể tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng thường xuyên. Hoạt động

đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP phải căn cứ vào yêu cầu đối với các chỉ tiêu tối thiểu phải đạt theo phân hạng sao được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

b) Để tạo điều kiện thuận lợi, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ đánh giá sản phẩm OCOP, đề nghị các địa phương hướng dẫn các chủ thể: hồ sơ cung cấp cho thành viên Hội đồng OCOP các cấp gồm các tài liệu theo quy định tại Mục 3, Phụ lục II, Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ; các hồ sơ khác (tài liệu minh chứng bổ sung,...) chuẩn bị 1 bộ đầy đủ để các thành viên Hội đồng kiểm chứng tại các buổi họp (trong trường hợp cần thiết và nếu có yêu cầu).

Phụ lục 2. Phân loại các sản phẩm trong Chương trình OCOP

STT	Phân loại sản phẩm	Bộ chủ trì quản lý
I	NGÀNH THỰC PHẨM	
1	Nhóm: Thực phẩm tươi sống	
1.1	<i>Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
1.2	<i>Phân nhóm: Thịt, trứng, sữa tươi</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế	
2.1	<i>Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2.2	<i>Phân nhóm: Mật ong, các sản phẩm từ mật ong, mật khác</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Nhóm: Thực phẩm chế biến	
3.1	<i>Phân nhóm: Đồ ăn nhanh</i>	Công Thương
3.2	<i>Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3.3	<i>Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3.4	<i>Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương
3.5	<i>Phân nhóm: Chế biến từ thủy, hải sản</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
4	Nhóm: Gia vị	
4.1	<i>Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
4.2	<i>Phân nhóm : Gia vị khác</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5	Nhóm: Chè	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5.1	<i>Phân nhóm: Chè tươi, chế biến</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5.2	<i>Phân nhóm: Các sản phẩm khác từ chè, trà</i>	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

6	Nhóm: Cà phê, Ca cao	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
II	NGÀNH ĐỒ UỐNG	
1	Nhóm: Đồ uống có cồn	
1.1	<i>Phân nhóm: Rượu trắng</i>	Công Thương
1.2	<i>Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác</i>	Công Thương
2	Nhóm: Đồ uống không cồn	
2.1	<i>Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết</i>	Y tế
2.2	<i>Phân nhóm: Đồ uống không cồn</i>	Công Thương
III	NGÀNH THẢO DƯỢC	
1	Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, thuốc Y học cổ truyền	Y tế
2	Nhóm: Mỹ phẩm	Y tế
3	Nhóm: Trang thiết bị, dụng cụ y tế	Y tế
4	Nhóm: Thảo dược khác	Y tế
IV	NGÀNH THỦ CÔNG MỸ NGHỆ, TRANG TRÍ	
1	Nhóm: Thủ công mỹ nghệ, trang trí	Khoa học và Công nghệ
2	Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng	Khoa học và Công nghệ
V	NGÀNH VẢI, MAY MẶC	Công Thương
IV	NGÀNH DỊCH VỤ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ ĐIỂM DU LỊCH	Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Nguồn: Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ

Phụ lục 3. Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điều kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm OCOP

TT	Nhóm sản phẩm	Tiêu chuẩn/quy chuẩn sản phẩm	Công bố	Điều kiện cơ sở sản xuất	
				Bắt buộc	Khuyến khích
1	Thực phẩm				
1.1	Tươi sống				
	Rau quả	Quy định dư lượng thuốc trừ sâu và chất ô nhiễm	Công bố		VietGAP, Organic
	Mật ong	Tiêu chuẩn mật ong, Các yêu cầu về tính chất hóa học	Công bố		VietGAP, Organic
1.2	Chế biến, nguyên liệu thô				
	Gạo	Tiêu chuẩn gạo	Công bố		VietGAP, Organic
	Thịt tươi và thủy sản tươi	Quy định về vi sinh vật và hóa chất	Công bố	VSATTP	
2	Thực phẩm tiện lợi (SX công nghiệp)				
	Đồ ăn nhanh (bánh, kẹo,...)	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Công bố	VSATTP	
	Tương ớt, nước mắm	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Công bố	VSATTP	
	Sản phẩm chế biến từ rau, quả	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Công bố	VSATTP	
	Sản phẩm chế biến từ thịt, trứng, sữa	Quy định về vi sinh vật và hóa chất	Công bố	VSATTP	
	Sản phẩm chế biến từ	Quy định về vi sinh vật và hóa chất	Công bố	VSATTP	

TT	Nhóm sản phẩm	Tiêu chuẩn/quy chuẩn sản phẩm	Công bố	Điều kiện cơ sở sản xuất	
				Bắt buộc	Khuyến khích
	thủy sản				
	Sản phẩm chế biến từ ngũ cốc	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Công bố	VSATTP	
3	Đồ uống				
	Đồ uống có cồn	Tiêu chuẩn đồ uống có cồn	Công bố	VSATTP	
	Đồ uống không cồn	Tiêu chuẩn đồ uống không cồn, Tiêu chuẩn nước uống giải khát	Công bố	VSATTP	
4	Thủ công mỹ nghệ	(Không yêu cầu)			
5	Thảo dược				
	Dược liệu	Quy định về vi sinh vật và hóa chất			
	Thuốc YHCT	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Số ĐK	GMP Đông dược	
	Thuốc từ dược liệu	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Số ĐK	GMP Đông dược	
	Thực phẩm chức năng	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Số ĐK	VSAT thực phẩm	
	Mỹ phẩm	Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng	Số ĐK	GMP Mỹ phẩm	
	Sản phẩm khác		Hợp chuẩn/ tự công bố		
6	Dịch vụ du lịch				
	Bộ tiêu chuẩn cơ sở du lịch			Điều kiện đăng ký	

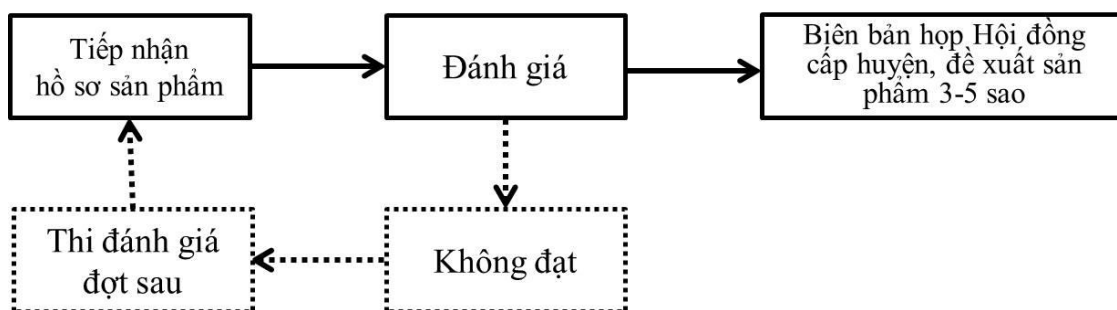
Phụ lục 4. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

- Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP được chia làm 03 cấp: cấp huyện, cấp tỉnh và cấp Trung ương;

- Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

I. Quy trình đánh giá, phân hạng cấp huyện

Các huyện, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh tổ chức đánh giá, xếp hạng sơ bộ sản phẩm theo quy trình ở hình 1.



Hình 1. Sơ đồ quy trình đánh giá sản phẩm OCOP tại cấp huyện

Các bước đánh giá và xếp hạng bao gồm:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ:

- Ủy ban nhân dân cấp huyện tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ từ các cá nhân/tổ chức đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện kiểm tra thể thức, nội dung, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp huyện.

(2) Đánh giá:

- Đối tượng đánh giá: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) và hồ sơ sản phẩm.

Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, điểm du lịch: Các thành viên cần kiểm tra thực tế và có đánh giá trước tại thực địa

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 01 ngày làm việc;

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên, thống nhất, thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh giá cấp tỉnh, báo cáo kết quả gửi Ủy ban nhân dân huyện và UBND cấp xã để tiếp tục hướng dẫn chủ thể phát triển sản phẩm.

(3) Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng:

- Căn cứ kết quả điểm số đánh giá của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 01 đến 05 sao;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần);

- Ủy ban nhân dân cấp huyện chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm đạt từ 50 đến 100 điểm đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

II. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp tỉnh:

Các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh theo quy trình ở hình 2.

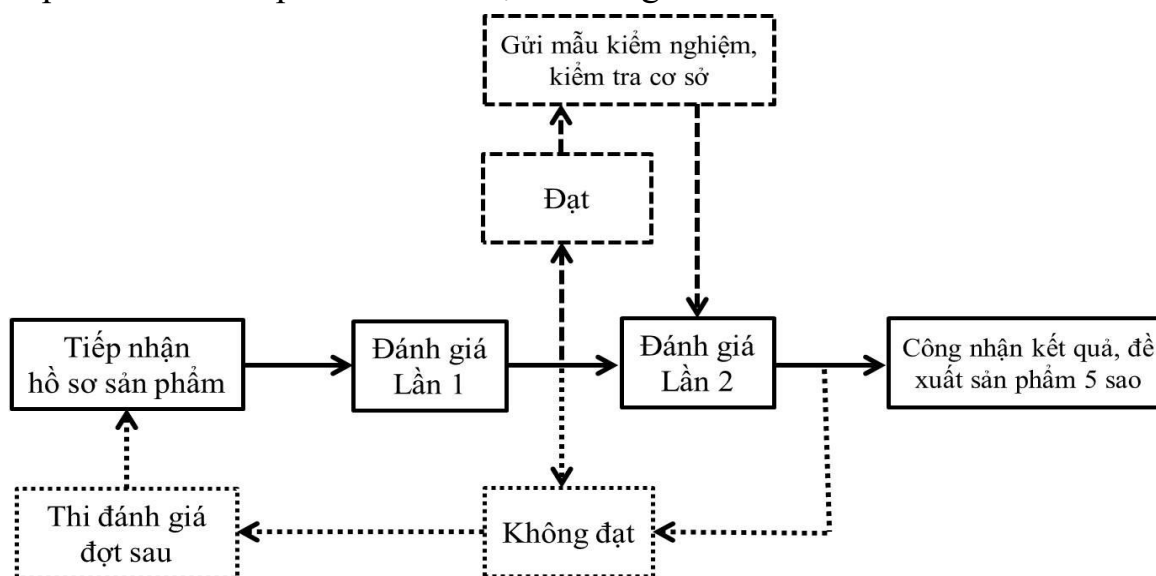
Các bước đánh giá và xếp hạng bao gồm:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm:

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp huyện;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần);

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp tỉnh và kế hoạch đánh giá.



Hình 2. Sơ đồ quy trình đánh giá sản phẩm OCOP tại cấp tỉnh

(2) Tổ chức đánh giá lần thứ nhất (Lần 1):

- Đối tượng: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) và hồ sơ sản phẩm.

Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng: cần có đánh giá trước tại thực địa (tại cơ sở, địa điểm cung cấp dịch vụ, bán hàng). Các thành viên tiến hành kiểm tra thực tế chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch theo các tiêu chí.

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 02 ngày làm việc.

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên. Điểm của các thành viên không được chênh lệch quá 10 điểm. Trong trường hợp chênh lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại;

+ Hội đồng thống nhất, thông qua kết quả đánh giá lần thứ nhất, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh giá lần thứ hai (có tiềm năng đạt 03 sao trở lên, cần bổ

sung các kết quả kiểm nghiệm, kiểm tra chất lượng...).

(3) Tổ chức đánh giá lần thứ hai (Lần 2):

- Đối tượng: Các sản phẩm tiềm năng đạt 03 sao trở lên theo kết quả đánh giá lần 1. Hội đồng gửi mẫu kiểm tra các thông tin, chỉ tiêu cần kiểm định tại các cơ quan, đơn vị có thẩm quyền, tổ chức kiểm tra thực tế tại cơ sở sản xuất, điểm cung ứng dịch vụ du lịch, bán hàng;

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm, các tài liệu xác minh kiểm nghiệm, kiểm tra và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 02 ngày làm việc;

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên. Điểm của các thành viên không được chênh lệch quá 10 điểm. Trong trường hợp chênh lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại;

+ Hội đồng thống nhất, thông qua kết quả đánh giá lần thứ hai, đề xuất các sản phẩm có thể tham gia đánh giá cấp Trung ương (đạt từ 90 điểm trở lên), báo cáo kết quả tới Ủy ban nhân dân tỉnh và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

(4) Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp quốc gia:

- Căn cứ kết quả điểm số đánh giá lần thứ hai của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 01 đến 05 sao;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần) và UBND cấp huyện để tiếp tục hướng dẫn chủ thể phát triển sản phẩm;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt ba (03) và bốn (04) sao; tổ chức công bố kết quả;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm có tiềm năng đạt năm (05) sao (từ 90 đến 100 điểm) đề nghị cấp Trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP quốc gia;

- Trường hợp Hội đồng cấp trung ương đánh giá có kết quả không đạt yêu cầu (đạt 5 sao), Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tổ chức đánh giá lại và hoàn thiện hồ sơ theo thẩm quyền được phân cấp.

III. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Trung ương

Hội đồng đánh giá cấp Trung ương hoạt động theo quyết định số 1653/QĐ-BNN-VPĐP ngày 11/5/2020 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc ban hành quy chế hoạt động của hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia. Quy trình đánh giá được thực hiện theo quyết định số 1048/QĐ-TTg, theo đó thì Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn là cơ quan thường trực Chương trình OCOP tổ chức đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia theo quy trình ở hình 1.4.

Các bước tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP cụ thể như sau:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm, dịch vụ du lịch:

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp tỉnh theo quy định.

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

- Thời gian tiếp nhận hồ sơ sản phẩm OCOP đề nghị đánh giá cấp quốc gia thực hiện từ ngày 01 đến ngày 30 tháng 6 hàng năm.

(2) Tổ chức Hội đồng đánh giá chuyên ngành:

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp, báo cáo Hội đồng số lượng sản phẩm, công tác đánh giá của địa phương và Tổ tư vấn;

- Tổ tư vấn báo cáo kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP;

- Cơ quan thường trực Chương trình OCOP cấp tỉnh, chủ thể OCOP bổ sung nội dung báo cáo (nếu cần);

- Thành viên Hội đồng thực hiện đánh giá sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg, thảo luận về các vấn đề liên quan mức độ đạt tiêu chí của sản phẩm, thực hiện chấm điểm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá;

- Chủ trì phiên họp kết luận cuộc họp, kết quả đánh giá, phân hạng tại phiên họp, đề xuất Chủ tịch Hội đồng OCOP cấp Quốc gia tổ chức đánh giá lần 2 nếu đạt yêu cầu;

- Cơ quan thường trực Hội đồng hoàn thiện hồ sơ đánh giá, gồm: Báo cáo kết quả đánh giá, Biên bản họp Hội đồng (do Lãnh đạo Bộ chuyên ngành chủ trì phiên họp ký), Hồ sơ sản phẩm;

- Trường hợp không đạt yêu cầu, Cơ quan thường trực Hội đồng tham mưu văn bản thông báo kết quả cho địa phương theo quy định.

- Hội đồng đánh giá sản phẩm theo chuyên ngành được tổ chức trong khoảng thời gian từ ngày 01 tháng 7 đến ngày 15 tháng 8 hàng năm.

(3) Tổ chức họp Hội đồng OCOP cấp quốc gia:

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp, báo cáo Hội đồng số lượng sản phẩm, công tác đánh giá của địa phương, Tổ tư vấn và kết quả đánh giá theo chuyên ngành;

- Tổ tư vấn báo cáo kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở, kết quả kiểm nghiệm, lấy ý kiến cộng đồng (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP;

- Thành viên Hội đồng thực hiện đánh giá sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg, thảo luận về các vấn đề liên quan mức độ đạt tiêu chí của sản phẩm, thực hiện chấm điểm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá;

- Chủ trì phiên họp kết luận cuộc họp và công bố kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm tại phiên họp;

- Cơ quan thường trực hoàn thiện hồ sơ đánh giá của Hội đồng, gồm: Báo cáo kết quả đánh giá, Biên bản họp Hội đồng (do Chủ tịch Hội đồng ký), Hồ sơ sản phẩm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tham mưu văn bản thông báo kết quả cho địa phương theo quy định.

- Hội đồng OCOP cấp Quốc gia tổ chức đánh giá sản phẩm trong tháng 9 hàng năm.

(4) Xếp hạng và công bố kết quả đánh giá:

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt năm (05) sao (là sản phẩm OCOP cấp quốc gia), tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp trung ương không đạt 05 sao, Hội đồng cấp trung ương gửi trả hồ sơ về Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để đánh giá lại và hoàn thiện hồ sơ theo thẩm quyền được phân cấp.

Phụ lục 5. Hướng dẫn xây dựng tài liệu minh chứng gắn với Bộ tiêu chí

(Phụ lục được xây dựng bởi

Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh)

Phụ lục 5.1. Hướng dẫn minh chứng sản phẩm

NỘI DUNG	ĐIỂM	YÊU CẦU HỒ SƠ MINH CHỨNG
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)		
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT		
1.1. Nguồn nguyên liệu	3 điểm	Hợp đồng và hóa đơn chứng minh (đối nông dân không cần hóa đơn); xác nhận của UBND xã.
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	3 Điểm	
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>		
1.2. Gia tăng giá trị	3 Điểm	Bảng thuyết minh quy trình sản xuất gắn với dây chuyền, công nghệ sản xuất tại cơ sở
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1 Điểm	Sản phẩm sau khi thu hoạch được sơ chế (tách vỏ, hạt, rửa sạch, làm sạch sản phẩm trong quá trình chế biến) bán ra thị trường, không sử dụng máy móc, làm thủ công
<input type="checkbox"/> Chế biến	2 Điểm	Sản phẩm sau khi thu hoạch qua sơ chế, chế biến thủ công và một phần sử dụng máy móc, trong quá trình sơ chế, chế biến
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn)	3 Điểm	Có sử dụng công nghệ trong chế biến
1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối	4 Điểm	
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)</i>		
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1 Điểm	Sản phẩm làm ra đáp ứng nhu cầu trong tỉnh (Có kèm theo hợp đồng, hóa đơn mua bán); Quy mô hộ gia đình.

<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2 Điểm	Sản phẩm làm ra đáp ứng nhu cầu trong tỉnh và trong khu vực; Quy mô doanh nghiệp.
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3 Điểm	Sản phẩm có khả năng sản xuất hàng loạt, với số lượng lớn nhưng chỉ phục vụ người tiêu dùng trong nước và chưa có tiềm năng xuất khẩu, vốn đầu tư 100 tỷ, 200 lao động có đóng bảo hiểm
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu	4 Điểm	Hợp đồng; Hóa đơn xuất khẩu nước ngoài kèm theo hoặc danh sách địa chỉ tên khách hàng xuất khẩu
1.4. Liên kết sản xuất	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh)	1 Điểm	Có hợp đồng liên kết, thanh lý hợp đồng liên kết, đầu vào đến đầu ra.
<input type="checkbox"/> Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết.	2 Điểm	Các hợp đồng chứng minh có liên kết chuỗi sản xuất với số hợp đồng từ 50% số lượng nguyên liệu phục vụ cho nhu cầu sản xuất của cơ sở là hợp đồng liên kết trong tỉnh hoặc có sổ hộ nghèo của hộ liên kết kèm theo.
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất	1 Điểm	Có minh chứng hình ảnh về việc có quan tâm đến bảo vệ môi trường, không bị phản ảnh gây ô nhiễm môi trường.
<input type="checkbox"/> Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành	2 Điểm	Có hồ sơ hoặc đã nộp hồ sơ thủ tục môi trường chờ phê duyệt, trong quá trình hoạt động chưa bị phản ảnh gây ô nhiễm môi trường
<input type="checkbox"/> Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành	3 Điểm	Có thủ tục môi trường được phê duyệt (giấy xác nhận đăng ký Kế hoạch BVMT UBND huyện xác nhận); trong quá trình hoạt động chưa bị phản ảnh gây ô nhiễm môi trường
<input type="checkbox"/> Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng	4 Điểm	Có thủ tục môi trường được phê duyệt (giấy xác nhận đăng ký Kế hoạch BVMT UBND huyện xác nhận); trong quá trình hoạt động chưa bị phản ảnh gây ô nhiễm môi trường; có thêm công trình xử lý môi trường (hình ảnh kèm theo) như thu gom rác thải (hợp đồng thu

		gom), xử lý chất thải,...
<input type="checkbox"/> Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất	5 Điểm	Có thủ tục môi trường được phê duyệt (Giấy xác nhận Đề án BVMT được UBND huyện xác nhận); trong quá trình hoạt động chưa bị phản ảnh gây ô nhiễm môi trường; có thêm công trình xử lý môi trường (hình ảnh kèm theo) và có sử dụng/tái chế phụ phẩm để sử dụng lại hoặc người khác sử dụng, cung ứng thị trường
1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,...)/công nghệ thân thiện môi trường	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,...)/công nghệ thân thiện môi trường	1 Điểm	Biên bản nghiệm thu thanh lý, hợp đồng lắp đặt hệ thống điện mặt trời, biogas, điện gió; Sử dụng cho sản xuất, tùy từng loại sản phẩm làm ra.
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM		
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	3 Điểm	Bản chính phiếu đăng ký sản phẩm đã có. Xem xét sản phẩm đã có trên thị trường chưa? Có gì mới? Hội đồng kết luận điểm thống nhất
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì.	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường	2 Điểm	Sản phẩm phát triển trên ý tưởng riêng của chủ thể (Chủ thể phải thuyết minh)
<input type="checkbox"/> Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương	3 Điểm	Sản phẩm phát triển trên ý tưởng riêng của chủ thể và phải là đặc sản, sản phẩm chủ lực hoặc sản phẩm mang nét đặc trưng của địa phương gắn với lịch sử, con người, văn hóa, khí hậu, nguyên liệu,.. (Chủ thể phải thuyết minh)

2.2. Tính hoàn thiện của bao bì	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1 Điểm	Ghi thông tin thành phần, hướng dẫn sử dụng, chỉ tiêu chất lượng, cách bảo quản và thời hạn sử dụng
<input type="checkbox"/> Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc	2 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và truy xuất nguồn gốc thông qua mã vạch, QR code
<input type="checkbox"/> Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp	3 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và truy xuất nguồn gốc thông qua mã vạch, mã QR code; đính kèm phiếu bảng độc quyền kiểu dáng công nghiệp.
2.3. Phong cách, hình thức của bao bì	2 Điểm	Tùy theo cảm nhận hội đồng
<input type="checkbox"/> Không thuận tiện, không đẹp	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thuận tiện hoặc đẹp	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thuận tiện, đẹp, sang trọng	2 Điểm	
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG		
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3 Điểm	
3.1. Loình tổ chức sản xuất -- kinh doanh	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; đối với Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn và hộ khẩu chứng minh là người địa phương trên địa bàn huyện dưới 51%
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty	3 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; đối với Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy

cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$		chứng nhận góp vốn và hộ khẩu chứng minh là người địa phương trên địa bàn huyện trên 51%
3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành	2 Điểm	
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>		
a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác		
<input type="checkbox"/> Có $< 50\%$ số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh $< 50\%$ số thành viên tổ hợp tác	1 Điểm	Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn; danh sách tên chức vụ kèm theo và hộ khẩu kèm theo
<input type="checkbox"/> Có $\geq 50\%$ số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc $< 50\%$ số thành viên quản trị cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương	2 Điểm	Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn; danh sách tên chức vụ kèm theo và hộ khẩu kèm theo
b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình		
<input type="checkbox"/> Giám đng hợp 2: không phông đng hợp 2: Cô thôn	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh	1 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh và hộ khẩu kèm theo
3.3. Sử dụng lao động địa phương	1 Điểm	Hợp đồng lao động/ bảng kê lao động tại cơ sở có xác nhận UBND xã
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $< 50\%$ lao động là người địa phương	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 50\%$ lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động \geq mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.	1 Điểm	Hợp đồng lao động/ bảng kê lao động tại cơ sở có xác nhận của cán bộ xã/ minh chứng thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của tỉnh

3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tăng trưởng \geq 10% về doanh thu so với năm trước liền kề	1 Điểm	Báo cáo tài chính/ doanh thu hàng năm
3.5. Kế toán	2 Điểm	Báo cáo thuế, hóa đơn đỏ tài chính phù hợp, những công ty được miễn thuế thì minh chứng bằng hóa đơn, hoặc báo cáo doanh thu có xác nhận của chủ thể
<input type="checkbox"/> Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên	1 Điểm	Dựa trên bảng lương hoặc hợp đồng và bảng cấp
<input type="checkbox"/> Có Tổ chức hệ thống kế toán	2 Điểm	Dựa trên danh sách trả lương (chức danh) hoặc hợp đồng và bảng cấp; chức năng nhiệm vụ trong sơ đồ tổ chức hệ thống (có từ 02 người trở lên), có hóa đơn đỏ và báo cáo thuế.
Tổng Điểm phần A: Điểm		
Phần B:		
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)		
4. TIẾP THỊ		
4.1. Khu vực phân phối chính	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1 Điểm	Hợp đồng đại lý, hợp đồng phân phối tên địa chỉ hoặc hóa đơn bán hàng địa chỉ trong huyện
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2 Điểm	Hợp đồng đại lý, hợp đồng phân phối tên địa chỉ hoặc hóa đơn bán hàng địa chỉ ngoài huyện (dưới 5)
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có \geq 5 đại diện/đại lý phân phối	3 Điểm	Hợp đồng đại lý, hợp đồng phân phối tên địa chỉ hoặc hóa đơn bán hàng địa chỉ ngoài huyện (trên 5)
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế	5 Điểm	Hợp đồng xuất khẩu nước ngoài và tờ khai hàng hóa xuất khẩu kèm theo & xác nhận khối lượng toàn bộ công te---nơ vận chuyển

		quốc tế hoặc danh sách tên và địa chỉ khách hàng xuất khẩu kèm theo; đối với trường hợp xuất khẩu qua tiểu ngạch phải có hợp đồng ủy thác hoặc bao bì xuất khẩu và mã vạch của chủ cơ sở.
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	5 Điểm	Giới thiệu về tổ chức tham gia chương trình OCOP
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1 Điểm	Mẫu giới thiệu về tổ chức tham gia chương trình OCOP có thể hiện trong cơ sở có người chịu trách nhiệm thực hiện công tác phân phối sản phẩm
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3 Điểm	Sơ đồ tổ chức có bộ phận, phòng ban quản lý của cơ sở/ doanh nghiệp/ HTX/ THT kèm theo hợp đồng.
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	5 Điểm	Mẫu giới thiệu về tổ chức tham gia chương trình OCOP; Ứng dụng công nghệ phần mềm trong quản lý sản phẩm; hợp đồng phần mềm quản lý kèm theo hoặc hóa đơn mua phần mềm ứng dụng
4.3. Quảng bá sản phẩm	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1 Điểm	Hình ảnh, hợp đồng tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại và không có website
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2 Điểm	Hình ảnh, hợp đồng tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại và có website giới thiệu về sản phẩm (đính kèm hình ảnh) tham gia hội chợ trong tỉnh
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3 Điểm	Hình ảnh, hợp đồng tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại và có website giới thiệu về sản phẩm (đính kèm hình ảnh) tham gia hội chợ ngoài tỉnh
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	5 Điểm	Hình ảnh, hợp đồng và Phiếu đăng ký tham gia hội chợ nước ngoài; Hợp đồng dịch vụ tham gia xúc tiến thương mại quốc tế; hợp đồng quảng cáo sản phẩm
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM		

5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5 Điểm	Xây dựng trên quan điểm bán câu chuyện (thu hút người tiêu dùng qua câu chuyện)
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1 Điểm	Có giới thiệu sản phẩm trên các mạng xã hội (hình ảnh chứng minh), có bảng thuyết minh giới thiệu về sản phẩm.
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2 Điểm	Câu chuyện có đầy đủ các nội dung: (1) Tên sản phẩm, (2) Thị trường mục tiêu, (3) Lý do để tin tưởng, (4) Đặc tính sản phẩm, (5) Kênh phân phối thể mạnh của sản phẩm, (6) Yếu tố độc nhất của sản phẩm, (7) Lợi ích sản phẩm và (8) lịch sử sản phẩm (nếu có)
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3 Điểm	Có câu chuyện được tư liệu hóa, được in ấn trên nhãn bao bì hoặc tờ rơi
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4 Điểm	Có câu chuyện được tư liệu hóa, được in ấn trên nhãn bao bì/tờ rơi và đăng trên website
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5 Điểm	Có câu chuyện được tư liệu hóa, được in ấn trên nhãn bao bì/tờ rơi và đăng trên Website bằng các clip, chuyên đề giới thiệu về câu chuyện sản phẩm
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1 Điểm	Có câu chuyện sản phẩm, nhưng chủ thể không thuyết trình được ý tưởng của mình về sản phẩm đó.
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng	2 Điểm	Có câu chuyện sản phẩm, câu chuyện thể hiện ý tưởng riêng của chủ thể (Chủ thể phải thuyết minh)
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương	3 Điểm	Có câu chuyện sản phẩm, câu chuyện thể hiện ý tưởng riêng của chủ thể và sản phẩm mang nét đặc trưng của địa phương: lịch sử, con người, văn hóa, khí hậu, nguyên liệu,.. (Chủ thể phải thuyết minh)

5.3. Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>		2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	1 Điểm	Có câu chuyện sản phẩm nhưng còn thiếu một số nội dung: (1) Tên sản phẩm, (2) Thị trường mục tiêu, (3) Lý do để tin tưởng, (4) Đặc tính sản phẩm, (5) Kênh phân phối thế mạnh của sản phẩm, (6) Yếu tố độc nhất của sản phẩm, (7) Lợi ích sản phẩm và (8) lịch sử sản phẩm (nếu có)	
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	2 Điểm	Câu chuyện có đầy đủ các nội dung: (1) Tên sản phẩm, (2) Thị trường mục tiêu, (3) Lý do để tin tưởng, (4) Đặc tính sản phẩm, (5) Kênh phân phối thế mạnh của sản phẩm, (6) Yếu tố độc nhất của sản phẩm, (7) Lợi ích sản phẩm và (8) lịch sử sản phẩm (nếu có)	
Tổng Điểm phần B: Điểm			
Phần C:			
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)			
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN			
6.1. Tạp chất lạ		3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có tạp chất, không chấp nhận được	0 Điểm		
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1 Điểm	Dựa vào phiếu kiểm nghiệm và bảng tự công bố	
<input type="checkbox"/> Sạch, không có tạp chất	3 Điểm	Sản phẩm được sản xuất theo quy trình khép kín máy móc hiện đại; Bảng tự công bố và kết quả kiểm nghiệm	
<i>Ghi chú: Nếu bị 0 điểm, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>			
6.2. Ngoại hình		3 Điểm	Nhìn sản phẩm đánh giá tùy theo từng loại sản phẩm dựa vào cảm nhận của thành viên hội đồng
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0 Điểm		
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1 Điểm		
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2 Điểm		
<input type="checkbox"/> Đồng đều	3 Điểm		

6.3. Màu sắc	3 Điểm	Nhìn sản phẩm đánh giá tùy theo từng loại sản phẩm dựa vào cảm nhận của thành viên hội đồng
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm	3 Điểm	
6.4. Mùi	5 Điểm	Thử sản phẩm đánh giá tùy theo từng loại sản phẩm dựa vào cảm nhận của thành viên hội đồng
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ, chấp nhận được	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Mùi không rõ, chấp nhận được	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm	5 Điểm	
6.5. Vị	5 Điểm	Thử sản phẩm đánh giá tùy theo từng loại sản phẩm dựa vào cảm nhận của thành viên hội đồng
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phù hợp với sản phẩm	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phù hợp, hấp dẫn	5 Điểm	
6.6. Kết cấu/cách sắp đặt	2 điểm	Nhìn sản phẩm đánh giá tùy theo từng loại sản phẩm dựa vào cảm nhận của từng người
<input type="checkbox"/> Nghèo nàn	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Trung bình	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tốt	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Rất tốt	3 điểm	
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5 Điểm	Cảm nhận của Hội đồng
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>		
<input type="checkbox"/> Trung bình	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1 Điểm	Sản phẩm có nhiều trên địa bàn tỉnh, đóng gói thủ công sử dụng bao bì không thân thiện môi trường

<input type="checkbox"/> Độc đáo	3 Điểm	Sản phẩm chủ lực của tỉnh, có tính độc đáo riêng, bao bì thuận tiện cho người dụng và không hưởng đến môi trường
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo	5 Điểm	Sản phẩm chủ lực của tỉnh, có tính độc đáo riêng, có khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường trong và ngoài nước, bao bì thuận tiện cho người dụng và không hưởng đến môi trường
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ		
8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm	3 điểm	Tùy theo loại sản phẩm, ngành chức năng có chỉ tiêu kiểm tra cụ thể, sản phẩm được quyền tự công bố gửi cơ quan chức năng (có nhiệm vụ công bố trên trang Website
<input type="checkbox"/> Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng)	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có bản tự công bố nhưng thiếu	1 Điểm	Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP và Bản tự công bố phù hợp quy định ATTP
<input type="checkbox"/> Có bản tiêu chuẩn sản phẩm	2 Điểm	Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP, Bản tự công bố và giấy xác nhận công bố phù hợp quy định ATVSTP của cấp có thẩm quyền bao gồm các tiêu chuẩn sản phẩm.
<input type="checkbox"/> Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm	3 Điểm	Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATVSTP, Giấy xác nhận công bố phù hợp quy định ATVSTP; Bảng tự công bố và có phiếu kết quả phân tích, thử nghiệm kèm theo.
Ghi chú: Bảng tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP		
8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP	2 Điểm	Tùy theo sản phẩm, đơn vị quản lý chịu trách nhiệm kiểm tra cụ thể; không có quy định bắt buộc, theo Nghị định 15/2018, chủ thể tự đem mẫu đi kiểm tra
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1 Điểm	Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATVSTP (thời hạn quá 1 năm và không đầy đủ các chỉ tiêu)
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2 Điểm	Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP và Kết quả kiểm nghiệm (màu sắc và mùi vị) và thành phần phụ gia kèm theo; kiểm tra định kỳ 6 tháng tối đa 1 năm tùy thời điểm nộp hồ sơ
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM		
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0 Điểm	

<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có ghi hồ sơ lô sản xuất	2 Điểm	Có nhật ký ghi lô sản xuất hoặc ghi lô sản xuất trên truy suất nguồn gốc
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất	3 Điểm	Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm 6 tháng 1 lần, Có nhật ký ghi lô sản xuất hoặc ghi lô sản xuất trên truy suất nguồn gốc
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/ GMP/ HACCP...)	4 Điểm	Giấy chứng nhận hệ thống quản lý ATVSTP phù hợp theo tiêu chuẩn HACCP/ISO/GMP, Giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm của các nước tiên tiến: BRC, ASC,... (nếu có)
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích	5 Điểm	Giấy chứng nhận hệ thống quản lý ATVSTP phù hợp theo tiêu chuẩn HACCP/ISO/GMP, Giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm của các nước tiên tiến: BRC, ASC,... (nếu có), hợp đồng xuất khẩu sang thị trường đích; Giấy kiểm dịch xuất khẩu kèm theo và tờ khai hàng hóa xuất khẩu kèm theo & xác nhận khối lượng toàn bộ công te----nơ vận chuyển quốc tế
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định</i>		
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực	1 Điểm	03 nước Đông Dương (Lào, Việt Nam, Campuchia) và khu vực ASEAN
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực	3 Điểm	Ngoài khu vực ASEAN
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5 Điểm	Có hợp đồng xuất khẩu sang các nước Mỹ, Nhật, EU, Australia, Newzeland...
Tổng Điểm phần C: Điểm		
Kết quả		
Tổng Điểm (Phần A + B + C): Điểm		
Xếp hạng: sao		

Phụ lục 5.2. Hướng dẫn minh chứng sản phẩm Dịch vụ du lịch cộng đồng

NỘI DUNG	ĐIỂM	HƯỚNG DẪN TÀI LIỆU MINH CHỨNG
Phần A		
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)		
1. TỔ CHỨC DỊCH VỤ CỘNG ĐỒNG	15 Điểm	
1.1. Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	1 Điểm	* Điểm du lịch - Sơ đồ tổ chức, mô tả chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận, kèm Quyết định thành lập bộ phận điều phối quản lý và các tổ dịch vụ * Dịch vụ du lịch cộng đồng - Bảng mô tả hoạt động dịch vụ, người phụ trách từng hoạt động dịch vụ.
<input type="checkbox"/> Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ, có kế hoạch và tổ chức triển khai kế hoạch quản lý, điều hành	3 Điểm	* Điểm du lịch (Cộng đồng làm du lịch) - Sơ đồ tổ chức, mô tả chức năng, nhiệm vụ phòng ban điều phối quản lý, điều hành phải có hợp đồng làm việc; kèm Quyết định thành lập các tổ dịch vụ. - Phương án/kế hoạch hoạt động của tổ chức tại điểm du lịch * Dịch vụ du lịch cộng đồng (Dịch vụ du lịch đơn lẻ) - Bảng mô tả hoạt động dịch vụ, người phụ trách

		từng hoạt động dịch vụ. - Phương án/kế hoạch hoạt động du lịch của hộ.
1.2. Cơ chế quản lý/quy định	6 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có cơ chế/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ	2 Điểm	* Điểm du lịch (Cộng đồng làm du lịch) Phối hợp quản lý điều hành điểm du lịch cộng đồng, thực hiện quy chế quản lý * Dịch vụ du lịch cộng đồng (Dịch vụ du lịch đơn lẻ) Quy định quản lý của hoạt động dịch vụ
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng	4 Điểm	* Điểm du lịch (Cộng đồng làm du lịch) Vai trò và chức năng, nhiệm vụ của các của các bên liên quan trong phối hợp quản lý điều hành điểm du lịch cộng đồng, thực hiện quy chế quản lý. * Dịch vụ du lịch cộng đồng (Dịch vụ du lịch đơn lẻ) Quy định quản lý của hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng trên cơ sở người dân địa phương tham gia quản lý và vận hành và hưởng lợi (trực tiếp/gián tiếp)	6 Điểm	* Điểm du lịch (Cộng đồng làm du lịch) Vai trò và chức năng, nhiệm vụ của các của các bên liên quan trong phối hợp quản lý điều hành điểm du lịch cộng đồng, thực hiện quy chế quản lý. Minh chứng cộng đồng tham gia vào quản lý, điều hành (có mô tả sơ đồ quản lý có phân nhiệm và sổ hộ khẩu minh chứng dân địa phương) * Dịch vụ du lịch cộng đồng (Dịch vụ du lịch đơn lẻ) Quy định quản lý của hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng, người dân địa phương tham gia vào ban quản lý và vận hành (có mô tả phân công công việc và hợp đồng, Sổ hộ khẩu minh chứng dân địa phương)
1.3. Bảo vệ môi trường trong cộng đồng làm du lịch/điểm du lịch	4 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể về bảo vệ môi trường (thu gom rác thải, nước thải sinh hoạt...)	1 Điểm	Hình ảnh các hoạt động bảo vệ môi trường tại cơ sở dịch vụ (thu gom rác, xử lý chất thải)
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và trang bị hạ tầng kỹ thuật chung về bảo vệ môi trường	2 Điểm	Kế hoạch bảo vệ môi trường tại điểm du lịch (kèm hình ảnh hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường)
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường	3 Điểm	- Kế hoạch bảo vệ môi trường tại điểm du lịch (kèm hình ảnh hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường);

trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường		- Quyết định/Danh sách tổ tự quản về môi trường tại điểm dịch vụ du lịch (kèm Bảng quy định chức năng, nhiệm vụ tổ tự quản và cam kết bảo vệ môi trường các thành viên tổ)
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường, đạt chuẩn tiêu chí về môi trường trong xây dựng NTM hoặc có đánh giá tác động môi trường theo quy định hiện hành	4 Điểm	- Quyết định/Danh sách tổ tự quản về môi trường tại điểm dịch vụ du lịch (kèm Bảng quy định chức năng, nhiệm vụ tổ tự quản và cam kết bảo vệ môi trường các thành viên tổ); - Giấy xác nhận của cơ quan có thẩm quyền về đạt chuẩn tiêu chí về môi trường trong xây dựng nông thôn mới tại xã hoặc có đánh giá tác động môi trường theo quy định
1.4. Sử dụng năng lượng tiết kiệm	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có giải pháp tiết kiệm năng lượng (băng hoạt động cụ thể)	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có giải pháp tiết kiệm, thu hồi năng lượng, tái sử dụng năng lượng, nguyên liệu tại địa phương và sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường	2 Điểm	
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	7 Điểm	
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm dịch vụ du lịch	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên sản phẩm của nơi khác, có dựa trên lợi thế và đặc trưng của địa phương	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, không trùng lặp với các sản phẩm du lịch khác	3 Điểm	Mô tả chi tiết trang bảng thuyết minh về các sản phẩm du lịch và ý tưởng hình thành nên sản phẩm
<input type="checkbox"/> Có tính độc đáo, khác biệt và có gắn kết các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương vào sản phẩm du lịch	5 Điểm	Bảng mô tả cụ thể điểm độc đáo, khác biệt và có gắn kết các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương vào sản phẩm du lịch
2.2. Tổ chức dịch vụ theo thị trường mục tiêu	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu	1 Điểm	Mô tả cụ thể kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu

<input type="checkbox"/> Có kế hoạch và có các sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với thị trường mục tiêu.	2 Điểm	Mô tả cụ thể kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu và hình ảnh sản phẩm kèm theo
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	13 Điểm	
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; đối với Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn và hộ khẩu chứng minh là người địa phương trên địa bàn huyện dưới 51%
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương \geq 51%	3 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; đối với Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn và hộ khẩu chứng minh là người địa phương trên địa bàn huyện trên 51%
3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành	2 Điểm	
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>		
a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác		Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn; danh sách tên chức vụ kèm theo và hộ khẩu kèm theo
<input type="checkbox"/> Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác	1 Điểm	Công ty cổ phần minh chứng bằng giấy chứng nhận góp vốn; danh sách tên chức vụ kèm theo và hộ khẩu kèm theo
<input type="checkbox"/> Có \geq 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ	2 Điểm	

địa phương		
b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình		
<input type="checkbox"/> Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh	1 Điểm	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh và hộ khẩu kèm theo
<input type="checkbox"/> Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh hoặc đã từng làm việc thường xuyên trong tỉnh từ 6 tháng trở lên	2 Điểm	
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương	3 Điểm	Hợp đồng bảng lương. Hộ khẩu minh chứng lao động là người địa phương
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có tăng trưởng về doanh thu so với năm trước liền kề	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề	3 Điểm	Báo cáo tài chính hàng năm hoặc trong kê khai mẫu phụ lục 1
3.5. Kế toán	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có kế toán khi có yêu cầu, thời vụ	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên	2 Điểm	Dựa trên danh sách trả lương (chức danh) hoặc hợp đồng và bảng cấp, có báo cáo thu, chi hàng tháng
Tổng Điểm phần A:..... Điểm		
Phần B		
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)		
4. TIẾP THỊ	17 Điểm	
4.1. Liên kết chuỗi giá trị trong quảng bá sản phẩm du lịch	5 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có ≥ 3 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	3 Điểm	Hợp đồng với các công ty lữ hành/Hợp đồng liên kết quảng bá với các công ty truyền thông
<input type="checkbox"/> Có ≥ 5 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	5 Điểm	

4.2 Liên kết vùng và chuỗi giá trị trong sản phẩm dịch vụ du lịch	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	1 Điểm	Hợp đồng liên kết các điểm du lịch trong tỉnh
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong và ngoài tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	2 Điểm	Hợp đồng liên kết các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh/Bản đồ du lịch/Chương trình Tour tại điểm gắn với các điểm khác trong và ngoài tỉnh
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong, ngoài tỉnh và quốc tế để hình thành tours sản phẩm du lịch	3 Điểm	Hợp đồng liên kết các điểm du lịch trong, ngoài tỉnh, quốc tế /Bản đồ du lịch/Chương trình Tour tại điểm gắn với các điểm khác trong ngoài tỉnh và quốc tế
4.3. Tổ chức quảng bá, bán hàng	2 Điểm	
<i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>		
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý quảng bá, bán hàng	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý quảng bá, bán hàng, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý/bán hàng	2 Điểm	Sơ đồ tổ chức có bộ phận, phòng ban phòng quản lý phân phối phải có hợp đồng làm việc; Ứng dụng công nghệ phần mềm trong quản lý các sản phẩm du lịch, có bán tour trên các trang mạng điện tử, minh chứng bằng hình ảnh, đại chỉ trang web
4.4. Quảng bá sản phẩm	4 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch	1 Điểm	Hình ảnh các hoạt động quảng bá du lịch; Địa chỉ trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online)	2 Điểm	Hình ảnh các hoạt động quảng bá du lịch; Địa chỉ trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch; Địa chỉ trang đặt hàng trực tuyến (online)
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến	3 Điểm	Hình ảnh các hoạt động quảng bá du lịch; Địa chỉ trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch; Địa chỉ trang đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín

(online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...)		(Booking, Agoda, NPB, Trip Advisor, Traveloka, iVivu...)
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá quốc tế, có trang thông tin điện tử (website) bằng tiếng nước ngoài giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) có hoạt động quảng bá quốc tế	4 Điểm	Hình ảnh các hoạt động quản bá du lịch; Địa chỉ trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch; Địa chỉ trang đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, Trip Advisor, Traveloka, iVivu...), hình ảnh quảng bá ngoài nước
4.5. Bộ nhận diện quảng bá sản phẩm	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch được thể hiện bằng tiếng cả tiếng Việt và ít nhất 01 tiếng nước ngoài phù hợp, <i>có đăng ký nhãn hiệu dịch vụ du lịch của cộng đồng</i>	3 Điểm	
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	8 Điểm	
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	4 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện	4 Điểm	

trí tuệ bản sắc địa phương và được thể hiện bằng tiếng nước ngoài phù hợp		
5.2. Trình bày câu chuyện sản phẩm	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm cung cấp dịch vụ du lịch	1 Điểm	Hình ảnh cẩm nang được tư liệu hóa
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.	2 Điểm	Hình ảnh cẩm nang được tư liệu hóa và có trình bày tại các điểm trong và ngoài tỉnh
5.3. Sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn đạt chuẩn NTM	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Cộng đồng du lịch/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp chưa được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới hoặc không thuộc khu vực nông thôn.	1 Điểm	
<input type="checkbox"/> Cộng đồng du lịch/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp đã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới	2 Điểm	Giấy xác nhận của cơ quan có thẩm quyền về đạt chuẩn trong xây dựng nông thôn mới tại xã
Phần C		
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)		
6. Vị trí	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận	1 Điểm	Hình vẽ/ Bảng mô tả vị trí điểm du lịch
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề khu vực có lợi thế phát triển du lịch	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề và có tính liên kết với khu vực/địa điểm có lợi thế phát triển du lịch khác.	3 Điểm	Hình vẽ/ Bảng mô tả vị trí điểm du lịch/hình ảnh google earth thể hiện liên kết khu vực/địa điểm phát triển du lịch khác
7. Kiến trúc và cảnh quan môi trường	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp	1 Điểm	Thực tế tại điểm
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng	2 Điểm	- Bảng thuyết minh (kèm hình ảnh) kiến trúc dịch vụ du lịch mang tính đặc trưng, có tính dân tộc;

miền, có tính dân tộc;		
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc; xã/thôn đạt tiêu chí sáng - xanh - sạch đẹp trong xây dựng nông thôn mới	3 Điểm	- Hình ảnh cảnh quan xung quanh. - Bảng thuyết minh (kèm hình ảnh) kiến trúc dịch vụ du lịch mang tính đặc trưng, có tính dân tộc; - Kết quả đánh giá Tiêu chí xã/thôn đạt tiêu chí sáng - xanh - sạch đẹp trong xây dựng nông thôn mới
8. Bảo vệ, bảo tồn các di sản văn hóa, thiên nhiên, đa dạng sinh học liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	1 Điểm	Giấy cam kết bảo vệ môi trường, khai thác du lịch không ảnh hưởng đến các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học (có xác nhận của cơ quan quản lý nhà nước)
<input type="checkbox"/> Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	2 Điểm	Minh chứng bằng chương trình hành động hoặc kế hoạch bảo vệ, bảo tồn di sản VH hoặc cảnh quan thiên nhiên, đa dạng sinh học
<input type="checkbox"/> Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, cả cộng đồng đều có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	4 Điểm	Minh chứng bằng chương trình hành động hoặc kế hoạch của cả cộng đồng trong bảo vệ, bảo tồn di sản VH hoặc cảnh quan thiên nhiên, đa dạng sinh học
9. Chất lượng về điều kiện kinh doanh dịch vụ	3 Điểm	
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>		
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> Dưới 50% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	1 Điểm	Chứng nhận cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định
<input type="checkbox"/> Có từ 50% đến dưới 75% cơ sở dịch vụ được chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch	2 Điểm	

vụ lưu trú, vận chuyển, ...)		
<input type="checkbox"/> Có trên 75% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	3 Điểm	
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> Có đăng ký kinh doanh dịch vụ du lịch	1 Điểm	Giấy đăng ký kinh doanh
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh dịch vụ du lịch	2 Điểm	Giấy giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh dịch vụ du lịch
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận đủ điều kiện và đạt chuẩn về kinh doanh dịch vụ du lịch	3 Điểm	Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh trong du lịch và giấy chứng nhận đạt chuẩn kinh doanh dịch vụ du lịch
10. Chất lượng an toàn và an ninh trật tự	2 Điểm	
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>		
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> An ninh trật tự tốt và có ít nhất 75% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định	1 Điểm	Giấy xác nhận của UBND cấp xã về An ninh trật tự tốt Chứng nhận cơ sở kinh doanh đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ hoặc hình ảnh trang bị phòng chống cháy nổ
<input type="checkbox"/> An ninh trật tự tốt và có 100% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định	2 Điểm	
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> An ninh trật tự tốt và đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định	1 Điểm	Giấy xác nhận của UBND cấp xã về An ninh trật tự tốt hoặc hợp đồng thuê bảo vệ tại điểm Chứng nhận cơ sở kinh doanh đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ hoặc hình ảnh trang bị phòng chống cháy nổ
<input type="checkbox"/> An ninh trật tự tốt, đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo	2 Điểm	Giấy xác nhận của UBND cấp xã về An ninh trật tự tốt Chứng nhận cơ sở kinh doanh đảm bảo yêu

quy định và có bảo vệ, nhân viên phòng chống cháy nổ được tập huấn định kỳ		cầu về phòng chống cháy nổ hoặc hình ảnh trang bị phòng chống cháy nổ; Hợp đồng thuê tập huấn phòng chống cháy nổ ít nhất 2 lần/năm
11. Tính hoàn thiện của quá trình dịch vụ	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống địa phương	1 Điểm	Hình ảnh điểm trưng bày, bán sản phẩm truyền thống địa phương
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ	2 Điểm	Hình ảnh điểm trưng bày, bán sản phẩm truyền thống, sản phẩm OCOP địa phương. Tờ bướm, catalog giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ, địa điểm bán có hạ tầng (bãi đỗ, nhà vệ sinh, khu giới thiệu về dịch vụ) được bố trí hài hòa.	3 Điểm	Hình ảnh điểm trưng bày, bán sản phẩm truyền thống, sản phẩm OCOP địa phương. Tờ bướm, catalog giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ du lịch Sơ đồ tại điểm du lịch
12. Hoạt động trải nghiệm	2 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có hoạt động trải nghiệm	1 Điểm	Hình ảnh hoạt động trải nghiệm
<input type="checkbox"/> Có mô hình hoạt động trải nghiệm	2 Điểm	Bảng thuyết minh về ý nghĩa hoạt động trải nghiệm
13. Quản lý và nhân viên	4 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có dưới 50% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	1 Điểm	Hợp đồng lao động (kèm giấy chứng nhận bằng cấp, hoặc tham gia các lớp đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ liên quan)
<input type="checkbox"/> Có từ 50-75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	2 Điểm	Hợp đồng lao động (kèm giấy chứng nhận bằng cấp, hoặc tham gia các lớp đào tạo/tập huấn chuyên môn, nghiệp vụ liên quan)
<input type="checkbox"/> Trên 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ; có nhân viên tiếp đón thành thạo ít nhất 1 ngoại ngữ	4 Điểm	Hợp đồng lao động (kèm giấy chứng nhận bằng cấp, hoặc tham gia các lớp đào tạo/tập huấn chuyên môn, nghiệp vụ liên quan); Bằng cấp, giấy chứng nhận (hoặc phỏng vấn trực tiếp) lao động làm việc thành thạo ít nhất 01 ngoại ngữ
14. Chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch	4 Điểm	

<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn	1 Điểm	Hình ảnh
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao	2 Điểm	Hình ảnh, chứng nhận an toàn, chất lượng
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	3 Điểm	Kết quả đánh giá của khách hàng
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao, mang đặc sắc vùng miền và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4 Điểm	Hình ảnh và thuyết minh sản phẩm mang đặc sắc vùng miền Kết quả đánh giá của khách hàng
15. Chất lượng phục vụ	4 Điểm	
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo	1 Điểm	Bảng đánh giá/ lấy ý kiến của du khách hoặc kiểm tra cơ sở
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao	2 Điểm	Bảng đánh giá/ lấy ý kiến của du khách hoặc kết quả kiểm tra cơ sở
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4 Điểm	Hình ảnh nhận xét dịch vụ trên phiếu đánh giá hoặc trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...)
16. Tiện nghi	3 Điểm	

a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1 Điểm	Bảng đánh giá/ lấy ý kiến của du khách hoặc kết quả kiểm tra cơ sở
<input type="checkbox"/> Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, xã/thôn có các tiêu chí (giao thông, điện, nước, vệ sinh môi trường, vệ sinh ATTP) đạt chuẩn nông thôn mới.	3 Điểm	Bảng đánh giá/ lấy ý kiến của du khách hoặc kết quả kiểm tra cơ sở Kết quả đánh giá tiêu chí (giao thông, điện, nước, vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm) đạt chuẩn nông thôn mới
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch		
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1 Điểm	Bảng đánh giá/ lấy ý kiến của du khách hoặc kết quả kiểm tra cơ sở
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, đảm bảo chất lượng và khách đánh giá cao.	3 Điểm	Kết quả đánh giá của khách hàng
17. Hoạt động thu hút khách du lịch	3 Điểm	
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ, hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch	1 Điểm	Hình ảnh minh chứng
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 2 lần/năm	2 Điểm	Kế hoạch/Giấy xin phép cung cấp, tổ chức tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 02 lần/năm được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng, đặc sắc văn hóa dân tộc, vùng miền ít nhất 2 lần/năm	3 Điểm	Kế hoạch/Giấy xin phép cung cấp, tổ chức tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 02 lần/năm được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt Lễ hội mang tính đặc sắc văn hóa dân tộc, vùng miền
18. Hàng hóa dịch vụ (ăn uống, đồ lưu niệm...)	2 Điểm	

<input type="checkbox"/> Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương	1 Điểm	Hóa đơn/Hợp đồng mua hàng hóa
<input type="checkbox"/> Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương, và bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, có sản phẩm OCOP được bày, bán	2 Điểm	Hóa đơn/Hợp đồng mua hàng hóa Chứng nhận đảm bảo chất lượng hàng hóa hoặc hàng hóa là sản phẩm OCOP
Tổng Điểm phần C:..... Điểm		
Tổng Điểm (Phần A + B + C):..... Điểm		
Xếp hạng:..... Sao		

Phụ lục 6. Kế hoạch thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm

Phụ lục 6. Kế hoạch thăm quan học tập, trao đổi kinh nghiệm

STT	THỜI GIAN	NỘI DUNG	ĐỊA ĐIỂM
Ngày....tháng Năm..... (ngày thứ nhất)			
1	Sáng: Từđến....	Tập trung và bắt đầu di chuyển đến điểm thăm quan, nội dung chuyến thăm quan	Địa điểm tập trung; địa điểm đến; địa điểm chuyến thăm quan
2	Nghỉ trưa: Từ....đến	Nghỉ ăn trưa	Địa điểm nghỉ ăn trưa
3	Chiều: Từ...đến	Di chuyển đến địa điểm tiếp theo; Nội dung chuyến thăm quan tiếp theo	Địa điểm học tập và chia sẻ kinh nghiệm tiếp theo
4	Tối: Từ....đến....	Ăn cơm tối và nghỉ ngơi	Địa điểm ăn cơm tối và nghỉ ngơi
Ngày....tháng Năm..... (ngày thứ nhất)			
1	Sáng: Từđến....	Tập trung và bắt đầu di chuyển đến điểm thăm quan, nội dung chuyến thăm quan	Địa điểm tập trung; địa điểm đến; địa điểm chuyến thăm quan
2	Nghỉ trưa: Từ....đến	Nghỉ ăn trưa	Địa điểm nghỉ ăn trưa

3	Chiều: Từ...đến	Di chuyển đến địa điểm tiếp theo; Nội dung chuyến thăm quan tiếp theo	Địa điểm học tập và chia sẻ kinh nghiệm tiếp theo
4	Tối: Từ....đến....	Ăn cơm tối và nghỉ ngơi	Địa điểm ăn cơm tối và nghỉ ngơi

