CÁC CHÍNH SÁCH LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP

A. Giới thiệu về Chương trình OCOP

**I. Thông tin chung**

\* Chương trình mỗi xã một sản phẩm có tên tiếng Anh là One commune One product, viết tắt là OCOP được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 và thay được thay thế bằng Quyết định 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022.

Chương trình lựa chọn đơn vị xã vì gắn với xã xây dựng nông thôn mới và hệ thống chính quyền cấp xã thực hiện trực tiếp.

Một xã, hoặc nhiều xã, liên xã, liên huyện sản xuất một hoặc nhiều sản phẩm. Khuyến khích thực hiện Chương trình cả ở khu vực đô thị (phường, thị trấn). Sản phẩm: bao gồm sản phẩm hàng hoá và sản phẩm dịch vụ.

\* Bộ tiêu chí đánh giá phân hạng Chương trình Mỗi xã một sản phẩm được Thủ tướng chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 thay thế Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định 781 sửa đổi bổ sung một số nội dung.

**II. Sự cần thiết của Chương trình mỗi xã một sản phẩm(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 hơn 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.

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.

**III. Tham gia Chương trình OCOP có lợi ích gì?**

**\* Đối với sản phẩm:**

1. Được chuẩn hóa (Các điều kiện ra thị trường) - để tự tin bước ra, để không sợ bị phạt…vi phạm qui định của pháp luật

2. Được gia tăng giá trị (chế biến, mẫu mã, kiểu dáng, truy suất nguồn gốc…) để không phải bán nguyên liệu nữa, để được định giá cao hơn…

3. Được công nhận- để củng cố niềm tin khách hàng, người tiêu dùng

4. Được quảng bá xúc tiến thương mại – Được nhiều người biết đến, tiếp cận

**\* Đối với Chủ thể:**

1. Được thay đổi tư duy- để được định hướng không đi sai đường

2. Được đào tạo kiến thức (sản xuất, kinh doanh, quản trị, bán hàng…) để làm tốt hơn, để biến thành người chủ thực sự

3. Được có người hỗ trợ và đồng hành

4. Được kết giao: ví dụ: tham gia Cộng đồng, hiệp hội OCOP – để không phải làm một mình (cô đơn), để mở rộng quan hệ đối tác và học hỏi

5. Được hỗ trợ nguồn lực (vốn, tư liệu sản xuất, chi phí xây dựng, nâng cấp và hoàn thiện sản phẩm)

**IV.** **Quan điểm, phạm vi, đối tượng, yêu cầu thực hiện**

**1. Quan điểm**

- 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.

- Trọng tâm Chương trình OCOP 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 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.

**2. Phạm vi thực hiện**

- Phạm vi về không gian: Chương trình OCOP được triển khai trên địa bàn nông thôn cả nước. Các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương căn cứ vào điều kiện thực tế chủ động tổ chức triển khai phù hợp ở khu vực đô thị.

- Phạm vi về thời gian: Chương trình OCOP được triển khai thực hiện đến hết năm 2025, định hướng đến năm 2030

**3. Đối tượng thực hiện**

- Chủ thể thực hiện: Các hợp tác xã, tổ hợp tác, doanh nghiệp nhỏ và vừa, trang trại và hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh. Đối với nhóm sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch, chủ thể, bao gồm: Các đối tượng trên và các hội/hiệp hội, Trung tâm điều hành hoặc tổ chức tương đương.

- Sản phẩm: Gồm sản phẩm hàng hóa và dịch vụ du lịch có nguồn gốc địa phương, có đặc trưng về giá trị văn hóa, lợi thế của địa phương; đặc biệt là các sản phẩm đặc sản vùng miền, sản phẩm làng nghề, dịch vụ du lịch dựa trên các thế mạnh, lợi thế về điều kiện tự nhiên, nguồn nguyên liệu, tri thức và văn hóa bản địa.

**Sản phẩm được phân theo 6 nhóm, gồm:**

1) Nhóm thực phẩm, gồm: Nông, thủy sản tươi sống; nông, thủy sản sản sơ chế, chế biến và các thực phẩm khác.

2) Nhóm đồ uống, gồm: Đồ uống có cồn; đồ uống không cồn.

3) Nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, gồm: Sản phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền, mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược, tinh dầu và dược liệu khác.

4) Nhóm hàng thủ công mỹ nghệ, gồm: Các sản phẩm từ gỗ, sợi tự nhiên, kim loại, gốm sứ, dệt may, thêu ren... làm đồ lưu niệm, đồ trang trí, đồ gia dụng.

5) Nhóm sinh vật cảnh, gồm: Hoa, cây cảnh, động vật cảnh.

6) Nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch.

**4. Yêu cầu thực hiện**

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

- Phát huy sáng tạo và sức mạnh cộng đồng trong sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng.

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

**V. MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI ĐẾN NĂM 2025(theo Kế hoạch số 309/KH-UBND ngày 15/9/2022 Triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2022-2025, tỉnh Lào Cai)**

1. Phấn đấu đến năm 2025, có ít nhất 240 sản phẩm được công nhận đạt từ 3 sao trở lên (mỗi năm có khoảng 30 sản phẩm). Tập trung ưu tiên phát triển các sản phẩm đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, văn hóa của địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn.

2. Củng có và nâng cấp ít nhất 50% sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng; ưu tiên phát triển sản phẩm OCOP gắn với thương hiệu sản phẩm, phát triển dịch vụ du lịch nông thôn.

3. Ưu tiên phát triển các HTX, doanh nghiệp nhỏ và vừa, phấn đấu ít nhất 60% chủ thể OCOP là hợp tác xã, 20% chủ thể là doanh nghiệp nhỏ và vừa.

4. Có ít nhất 30% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị theo hướng OCOP xanh gắn với vùng nguyên liệu ổn định; trong đó ưu tiên các sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng.

5. Có ít nhất 20% làng nghề truyền thống có sản phẩm OCOP, góp phần bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống.

6. Tỷ lệ lao động được đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ phù hợp làm việc tại các chủ thể OCOP đạt tối thiểu 20%; phấn đấu có ít nhất 40% chủ thể OCOP là nữ, ít nhất 20% chủ thể OCOP là người dân tộc thiểu số điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh.

7. Có ít nhất 50% chủ thể OCOP tham gia vào các kênh bán hàng hiện đại (hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn giao dịch thương mại điện tử…); 100% sản phẩm OCOP được đưa lên sàn thương mại điện tử, tạo gian hàng số và có tài khoản thanh toán điện tử; phấn đấu mỗi huyện, thị xã, thành phố có 01 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

8. Tham gia các Hội chợ OCOP thường niên và Diễn đàn hợp tác quốc tế mỗi làng/xã một sản phẩm được tổ chức hằng năm nhằm đưa các sản phẩm được chứng nhận OCOP đến tay người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

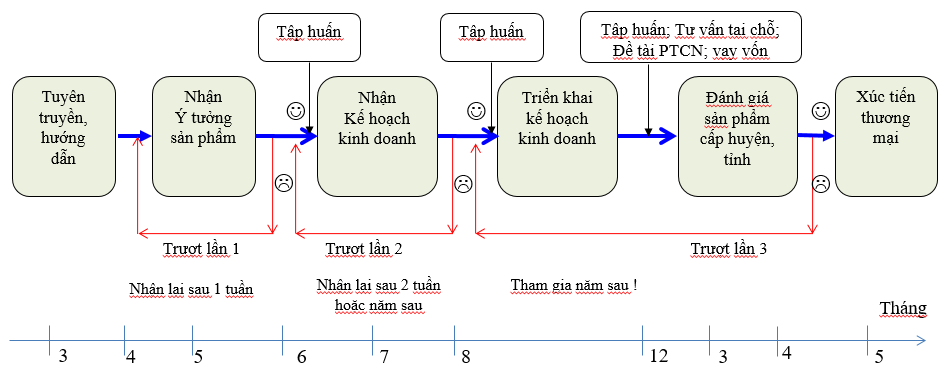
9. Vận hành hiệu quả hệ thống cơ sở dữ liệu Chương trình OCOP nhằm hỗ trợ tích cực công tác quản lý Nhà nước, kết nối thông tin và chuyển đổi số.

10. 100% các sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên được hỗ trợ bổ sung Logo OCOP vào bao bì sản phẩm, 80% chủ thể có sản phẩm được chứng nhận OCOP có Website riêng phục vụ quảng bá và xúc tiến thương mại điện tử.

**VI. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM**

**1. Triển khai thực hiện Chu trình OCOP**

Chu trình OCOP được thực hiện theo 06 bước trên nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra và thụ hưởng” (đề xuất nhu cầu từ dưới lên, theo khả năng của hộ sản xuất, doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), Hợp tác xã (HTX). Trong đó quan trọng là bước thi đánh giá chất lượng sản phẩm.



*Chu trình thực hiện OCOP*

***a) Tuyên truyền về OCOP***

Triển khai các hoạt động tuyên truyền về Chương trình OCOP đến hệ thống quản lý các cấp và cộng đồng. Nội dung bao gồm: Sự cần thiết; 3 nguyên tắc của OCOP; bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng; nội dung Chương trình OCOP; các chính sách hỗ trợ của Nhà nước; đề xuất ý tưởng sản phẩm, từ đó khởi đầu chu trình OCOP của cộng đồng.

Các kênh tuyên truyền bao gồm: Các phương tiện truyền thông cấp tỉnh, huyện, xã (truyền thanh, truyền hình, báo chí,…); tại các hội nghị, hội thảo cấp tỉnh, huyện, xã, thôn (lồng ghép); họp, hội nghị của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp (lồng ghép);...

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, thực hiện hàng năm (trọng tâm vào tháng 02 trong năm).

Trách nhiệm: Bộ phận/cá nhân chịu trách nhiệm truyền thông trong Chương trình OCOP các cấp, các cơ quan truyền thông.

Kinh phí: Sử dụng nguồn kinh phí hoạt động thường xuyên hoặc nguồn phân bổ cho OCOP.

***b) Nhận ý tưởng sản phẩm***

Sau khi được tuyên truyền, cộng đồng khởi đầu tham gia Chương trình OCOP bằng việc đăng ký ý tưởng sản phẩm (theo mẫu biểu số 01, số 02 tại phụ lục) nộp lên cơ quan thường trực OCOP cấp huyện. Từng ý tưởng sản phẩm sẽ được xem xét, lựa chọn các ý tưởng tốt nhất (làm cơ sở để triển khai). Các ý tưởng không được chọn có thể hoàn thiện, nộp lại sau 01 tuần hoặc tham gia cùng thời điểm vào năm sau.

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, trọng tâm vào tháng 2-3 và tháng 8-9 hằng năm.

Cơ quan chủ trì thực hiện: OCOP cấp huyện (thường trực Ban chỉ đạo các chương trình MTQG cấp huyện).

***c) Nhận kế hoạch kinh doanh***

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

Thời gian thực hiện: Liên tục trong năm, trọng tâm vào tháng 3-4 hằng năm.

Cơ quan chủ trì thực hiện: OCOP cấp huyện (thường trực Ban chỉ đạo các chương trình MTQG cấp huyện).

***d) Triển khai kế hoạch kinh doanh***

Triển khai các kế hoạch kinh doanh được chấp nhận. Trong quá trình triển khai, chủ thể chủ động thực hiện các nội dung để phát triển sản phẩm theo kế hoạch và đồng thời sẽ nhận được sự tư vấn tại chỗ, kết nối của cán bộ OCOP cấp huyện hoặc tư vấn của Chương trình OCOP, dưới dạng các chuyến thăm và làm việc định kỳ. Tùy mức độ đơn giản hay phức tạp và điều kiện sẵn có, một sản phẩm có thể nhận một hoặc tất cả những hình thức hỗ trợ từ Chương trình OCOP, bao gồm: Hình thành mới hoặc tái cơ cấu các tổ chức kinh tế đã có; huy động vốn; xây dựng và triển khai các Dự án phát triển sản phẩm; tập huấn về nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D); xây dựng và triển khai các đề tài khoa học công nghệ; hợp đồng với các nhà khoa học; tham gia khóa đào tạo “CEO chân đất”; kết nối thị trường; kết nối với các nhà cung ứng đầu vào.

Trách nhiệm: Cán bộ OCOP cấp huyện, tỉnh hoặc tư vấn OCOP; Sở KHCN (các đề tài KHCN); Sở Y tế (công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm); Sở Nông nghiệp và PTNT (phát triển sản xuất, khuyến nông); Sở Công Thương (xúc tiến thương mại, khuyến công); Sở Lao động Thương binh Xã hội (đào tạo); Sở Kế hoạch – Đầu tư (hình thành tổ chức & vốn); Sở Tài chính (vốn); Sở Thông tin Truyền thông (xúc tiến thương mại); Liên minh HTX (hình thành các HTX); các trường cao đẳng, trung cấp cấp tỉnh (đào tạo).

***e) Đánh giá và phân hạng sản phẩm***

Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP bắt buộc tham gia đánh giá/phân hạng tại 02 cấp (cấp huyện, cấp tỉnh), trong đó các sản phẩm đạt từ 03-05 sao ở cấp huyện sẽ tham gia đánh giá ở cấp tỉnh. Các sản phẩm được đánh giá và phân hạng tại các cấp sẽ do Hội đồng đánh giá sản phẩm cấp tương ứng (huyện, tỉnh) thực hiện. Các sản phẩm không được đánh giá cao (01-02 sao) và các sản phẩm đạt 03-04 sao kỳ trước có thể hoàn thiện và dự thi đánh giá và phân hạng vào năm tiếp theo. Các sản phẩm đạt 05 sao cấp tỉnh sẽ được đăng ký dự thi đánh giá, phân hạng ở cấp quốc gia theo kế hoạch năm của Chương trình OCOP Quốc gia.

***f) Xúc tiến thương mại***

Các sản phẩm dự thi đạt 03 sao trở lên sẽ được hỗ trợ xúc tiến thương mại tại các cấp tương ứng nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tại thị trường địa phương, tỉnh, quốc gia và quốc tế.

Thời gian thực hiện: Thực hiện liên tục trong năm.

Trách nhiệm: OCOP tỉnh, OCOP huyện, Sở Công thương

Kinh phí: Sử dụng nguồn kinh phí hoạt động thường xuyên hoặc nguồn phân bổ cho OCOP.

***- Công tác quảng cáo, quảng bá sản phẩm***

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

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

***- Thương mại điện tử (E-commercial)***

+ Lựa chọn, tham gia phân phối sản phẩm OCOP trên các trang mạng giới thiệu và bán sản phẩm nông sản, sản phẩm đặc sản hiện có. Ví dụ: Các trang facebook (Đặc sản vùng miền, Chợ Đặc sản,…), các trang bán hàng online (Lazada.vn, Shopee.vn, Sendo.vn,…) hoặc tổ chức kinh tế tự xây dựng trang web của cơ sở để giới thiệu và bán hàng.

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

+ Tham gia hệ thống Sàn thương mại điện tử OCOP theo hướng dẫn của Thường trực OCOP Trung ương. Quản lý số lượng, chất lượng sản phẩm OCOP của tỉnh trên Sàn thương mại điện tử.

***- Tổ chức sự kiện hội chợ, triển lãm***

+ Hội chợ OCOP được tổ chức thường niên tại cấp tỉnh 01 đến 02 lần/năm, tập trung vào các sự kiện văn hóa, du lịch lớn của tỉnh. Ngoài ra còn có các hội chợ, triển lãm tổ chức tại các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh, ...

+ Các hội chợ, triển lãm khác: Lồng ghép các gian hàng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trong các hội chợ, triển lãm (OCOP tỉnh, OCOP huyện kết nối, các doanh nghiệp chủ động tham gia, có thể được hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách Nhà nước tùy theo thực tế).

***- Hệ thống giới thiệu và bán hàng***

Xây dựng các trung tâm, điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP. Kinh phí xây dựng bố trí từ ngân sách Nhà nước trên cơ sở phù hợp với quy hoạch, chủ trương của tỉnh và yêu cầu chung của chương trình OCOP, có giám sát, kiểm tra của hệ thống quản lý, điều hành Chương trình OCOP.

Hệ thống giới thiệu và bán sản phẩm OCOP gồm: (1) Trung tâm OCOP (cấp huyện, cấp tỉnh); (2) Gian hàng OCOP tại các siêu thị, chợ truyền thống, khu dân cư lớn; (3) Điểm bán hàng OCOP tại các khách sạn, nhà hàng; (4) Quầy giới thiệu sản phẩm OCOP tại trung tâm hành chính (cấp huyện, tỉnh). Xây dựng điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP Lào Cai tại các trung tâm kinh tế lớn trên cả nước (Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh,... định hướng mở rộng đến các tỉnh trong cả nước,…)

**2. Tổ chức sản xuất gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng:**

- Ưu tiên đầu tư hợp lý cơ sở hạ tầng vùng nguyên liệu, dựa trên lợi thế về điều kiện tự nhiên, văn hóa, tập quán sản xuất của người dân khu vực nông thôn, đặc biệt là khu vực miền núi, đồng bào dân tộc, góp phần phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu.

- Phát triển sản phẩm OCOP gắn với xây dựng vùng nguyên liệu nông sản, dược liệu đặc trưng được cấp mã số vùng trồng, theo hướng sản xuất hữu cơ, nông nghiệp sinh thái, tiết kiệm tài nguyên, bảo tồn thiên nhiên, đa dạng sinh học, đảm bảo an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, duy trì cảnh quan nông thôn và bảo vệ môi trường.

- Tăng cường liên kết bền vững, khả năng truy xuất nguồn gốc giữa chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP với vùng nguyên liệu.

**3. Chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường**

- Đẩy mạnh chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương, bao gồm:

+ Các đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, giá trị văn hóa địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn.

+ Các sản phẩm mới hình thành dựa trên ứng dụng khoa học công nghệ, nền tảng lợi thế của địa phương, có chất lượng nổi trội, đặc sắc, trong đó ưu tiên: (i) Sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề truyền thống được nghệ nhân, cộng đồng sáng tạo; (ii) Sản phẩm được chế biến, chế biến sâu từ sản phẩm đặc sản, nguyên liệu địa phương và tri thức bản địa; (iii) Sản phẩm có đóng góp vào bảo tồn văn hóa truyền thống.

+ Xây dựng bộ công cụ hướng dẫn chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn sản phẩm tham gia Chương trình theo Bộ tiêu chí OCOP.

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

+ Đầu tư ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới, hoàn thiện công nghệ, quy trình sản xuất, sơ chế, bảo quản, chế biến sản phẩm nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm OCOP.

+ Sản xuất theo quy trình quản lý chất lượng tiên tiến, hình thành các sản phẩm OCOP đặc trưng, chất lượng và an toàn thực phẩm, thân thiện với môi trường, đáp ứng yêu cầu của thị trường; xây dựng các mô hình phát triển vùng nguyên liệu gắn với sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị.

+ Xây dựng các mô hình dịch vụ du lịch trải nghiệm nông nghiệp, nông thôn gắn với vùng nguyên liệu, sản phẩm OCOP đặc trưng theo vùng, miền và dân tộc.

- Nâng cấp và hoàn thiện sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng (đạt 3 sao trở lên) gắn với nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Xây dựng tiêu chuẩn và thử nghiệm, phát triển sản phẩm OCOP xanh theo hướng kinh tế tuần hoàn gắn với thị trường xuất khẩu, dựa trên lợi thế đặc hữu về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của từng khu vực.

**4. Nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động cho các chủ thể OCOP**

- Tăng cường nâng cao năng lực cho chủ thể OCOP về năng lực cộng đồng và tinh thần hợp tác; đổi mới hình thức tổ chức sản xuất, kỹ năng quản trị; đổi mới, sáng tạo về sản phẩm; quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm; kỹ năng về thiết kế bao bì, ghi nhãn và mẫu mã sản phẩm; sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị, tăng cường sử dụng và khai thác thương hiệu cộng đồng các sản phẩm từ khu vực nông thôn.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa gắn với chuỗi liên kết giá trị sản phẩm OCOP.

**5. Về quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu**

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP thông qua các hội chợ, triển lãm, sự kiện tôn vinh, quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP đặc sắc thường niên gắn với văn hóa cấp quốc gia, cấp vùng, địa phương và quốc tế; thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm OCOP gắn với thị trường du lịch trọng điểm.

- Xây dựng và quản lý đồng bộ, hiệu quả thương hiệu OCOP Việt Nam (nhãn hiệu chứng nhận); tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ, nâng cao hình ảnh, khả năng nhận diện và giá trị sản phẩm OCOP trên thị trường.

- Thử nghiệm và nhân rộng mô hình điểm bán hàng OCOP; các tuyến phố OCOP; hệ thống phân phối sản phẩm OCOP trên các phương tiện giao thông; các mô hình xúc tiến thương mại trên nền tảng công nghệ số (Làng thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP, hội chợ và triển lãm thực tế ảo OCOP); các Trung tâm giới thiệu OCOP đồng bộ, hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin, gắn với khai thác lợi thế về du lịch nông thôn.

- Xây dựng hệ thống phân phối phù hợp, từng bước thiết lập hệ thống giới thiệu và bán sản phẩm OCOP riêng và đặc trưng gắn với các sản phẩm quà tặng, quà biếu, sản phẩm đặc sản địa phương.

- Xây dựng hệ thống xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm OCOP ra thị trường quốc tế; nâng cao năng lực hệ thống logistic trong thương mại sản phẩm OCOP; xây dựng và triển khai chương trình xúc tiến thương mại, quảng bá và nhận diện thương hiệu đối với các sản phẩm OCOP quốc gia.

- Xây dựng Không gian triển lãm và phát triển sản phẩm OCOP quốc gia nhằm quảng bá, giới thiệu, đào tạo, kết nối cung - cầu và thị trường sản phẩm OCOP.

- Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế trong quảng bá, giới thiệu và xúc tiến thương mại nhằm phát triển sản phẩm OCOP ra thị trường nước ngoài.

**6. Xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP**

- Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP thường niên, tăng cường áp dụng công nghệ số trong tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Xây dựng và triển khai hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia quản lý và giám sát sản phẩm OCOP đồng bộ và thống nhất nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả trong quản lý, giám sát, thúc đẩy kết nối cung - cầu sản phẩm.

- Xây dựng quy chế và đẩy mạnh hoạt động kiểm tra, giám sát việc áp dụng chính sách, quy định về đánh giá, phân hạng sản phẩm ở các địa phương, duy trì điều kiện sản xuất của các chủ thể và chất lượng sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, công nhận.

- Nghiên cứu xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật về quy trình giám sát và đánh giá sản phẩm OCOP.

- Thử nghiệm và xây dựng lộ trình phù hợp áp dụng cơ chế xã hội hóa trong hoạt động giám sát, đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP.

**7. Nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình**

- Tổ chức quản lý, điều hành hoạt động các Trung tâm thiết kế sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP vùng, cấp tỉnh với Chương trình khởi nghiệp, quảng bá, giới thiệu và thương mại sản phẩm OCOP của các vùng trên cả nước, nhằm thu hút sự tham gia của các chủ thể và kết nối du lịch.

- Xây dựng tiêu chí, nâng cao năng lực và tổ chức quản lý, giám sát mạng lưới tư vấn nhằm hình thành mạng lưới tư vấn Chương trình OCOP chuyên nghiệp, có kinh nghiệm, năng lực, đoàn kết và thống nhất trong hỗ trợ triển khai Chương trình trên cả nước.

- Nâng cao năng lực hệ thống các cơ sở đào tạo nghề gắn với Chương trình OCOP; các trung tâm thiết kế, sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP; điều chỉnh, bổ sung các quy định về đào tạo nghề (khung chương trình, nội dung đào tạo nghề, độ tuổi học nghề...) gắn với sản phẩm OCOP; tăng cường năng lực cho cán bộ nông nghiệp ở các địa phương (khuyến nông, khuyến công).

- Thúc đẩy phong trào phụ nữ, thanh niên khởi nghiệp, hợp tác xã khởi nghiệp gắn với phát triển sản phẩm OCOP.

**8. Tăng cường chuyển đổi số**

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông; xây dựng hồ sơ và quản lý dữ liệu sản phẩm OCOP, số hóa quá trình tiếp nhận hồ sơ, chấm điểm, phân hạng sản phẩm; số hóa sản phẩm và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị sản phẩm OCOP; hướng tới hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về Chương trình OCOP.

- Thúc đẩy phát triển thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP thông qua các sàn thương mại điện tử, các kênh bán hàng trực tuyến (online), bán hàng tương tác trực tiếp (livestream), đặc biệt cho các sản phẩm có quy mô nhỏ, sản phẩm đặc sản vùng miền, địa phương.

- Triển khai sáng kiến “Mỗi nông dân là một thương nhân” nhằm tối ưu hóa ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, thương mại sản phẩm OCOP.

**VII. QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP**

**1.Công tác đánh giá tạicấp xã**: Ủy ban nhân dân cấp xã tổ chức đánh giá một số nội dung của Hồ sơ sản phẩm đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, bao gồm các tiêu chí sau: nguồn gốc sản phẩm/nguyên liệu địa phương; sử dụng lao động địa phương; nguồn gốc ý tưởng sản phẩm; bản sắc/trí tuệ địa phương. Căn cứ vào điều kiện và đặc điểm thực tế của địa phương, Chủ tịch UBND cấp xã tổ chức họp với các bộ phận liên quan để lấy ý kiến về các nội dung đánh giá, sau đó ban hành Báo cáo đánh giá của UBND cấp xã về các tiêu chí trên.

**2. Công tác đánh giá tại cấp huyện**



- Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp huyện thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP từ 09 đến 11 thành viên, gồm:Đại diện lãnh đạo UBND cấp huyện; các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Y tế, Công Thương, Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Khoa học và Công nghệ, Tài nguyên và Môi trường. Trong đó, thành phần bắt buộc là đại diện các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Khoa học và Công nghệ, Tài nguyên và Môi trường và Sở quản lý sản phẩm và các phòng, ban chuyên môn, tổ chức có liên quan cấp huyện.

- UBND cấp huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 3 sao, tổ chức công bố kết quả.

- UBND cấp huyện chuyển hồ sơ các sản phẩm có số điểm đạt từ 70 điểm đến 100 điểm (từ 4 sao trở lên) lên Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP.

**3. Công tác đánh giá tại cấp tỉnh**



*Sơ đồ trình tự đánh giá tại cấp tỉnh*

- Chủ tịch UBND cấp tỉnh thành lập Hội đồng có từ 09 đến 11 thành viên, bao gồm:Đại diện lãnh đạo UBND tỉnh, sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Công Thương; Y tế; Khoa học và Công nghệ; Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Tài nguyên và Môi trường; đại diện cơ quan tham mưu triển khai Chương trình nông thôn mới, Chương trình OCOP cấp tỉnh.

- UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 4 sao, tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh không đạt 4 sao, Hội đồng cấp tỉnh gửi trả kết quả (bằng văn bản) và hồ sơ về UBND cấp huyện:

+ Đối với những sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá không đạt 70 điểm trở lên (nhưng đạt trên 50 điểm), UBND cấp huyện xem xét, lấy làm căn cứ để ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận đạt 3 sao, hoặc tổ chức đánh giá và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp.

+ Đối với sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá là hồ sơ không hợp lệ theo quy định, UBND cấp huyện hoàn thiện hồ sơ, đánh giá và phân hạng sản phẩm theo thẩm quyền được phân cấp.

- UBND cấp tỉnh chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 90 điểm đến 100 điểm lên Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

**VIII. KẾT QUẢ THỰC HIỆN**

Đến nay, cả nước đã có 63/63 tỉnh, thành phố đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP, đến tháng 7/2023, đã có 9.852 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên, trong đó 66,9% sản phẩm 3 sao, 32,2% sản phẩm 4 sao, 0,6% sản phẩm tiềm năng 5 sao và 42 sản phẩm 5 sao (được Bộ Nông nghiệp và PTNT công nhận). Đã có 5.069 chủ thể OCOP, trong đó có 38,5% là HTX, 24,4% là doanh nghiệp, 34,1% là cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác. Sản phẩm OCOP đang từng bước khẳng định được giá trị và chất lượng trên thị trường, được người dân tín nhiệm. Đã có 42 sản phẩm OCOP 5 sao (Bộ Nông nghiệp và PTNT công nhận). Đặc biệt, các sản phẩm OCOP 5 sao đã được Lãnh đạo Đảng và Nhà nước tin tưởng, lựa chọn làm quà tặng trong các hội nghị quan trọng và các chuyến công tác nước ngoài; đồng thời, được một số bộ, ngành sử dụng làm quà tặng đại biểu trong các hội nghị của ngành.

Đối với tỉnh Lào Cai, sau 5 năm triển khai tỉnh có **163** sản phẩm OCOP (25 sản phẩm 4 sao và 138 sản phẩm 3 sao) đang hoạt động sản xuất kinh doanh của **80** doanh nghiệp, HTX, hộ gia đình trên địa bàn **60** xã, phường, thị trấn thuộc 9/9 huyện, thị xã, thành phố. Các sản phẩm thuộc **05** nhóm ngành là thực phẩm 139 sản phẩm, đồ uống 10 sản phẩm, thủ công mỹ nghệ trang trí 05 sản phẩm, dược liệu 08 sản phẩm và Dịch vụ du lịch và bán hàng 01 sản phẩm.

- Sau khi sản phẩm được công nhận, tỉnh đã tổ chức xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP, quảng bá trên các phương tiện thông tin thị trường như Bản tin thị trường nông sản, bản tin xúc tiến thương mại nông sản, bản tin khuyến nông, khuyến công; Phối hợp với VTV1 Đài Truyền hình Việt Nam thực hiện chương trình “Nông nghiệp sạch cho người Việt Nam và cho Thế giới” ghi hình tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm nông sản an toàn của Lào Cai; chỉ đạo Đài phát thanh và Truyền hình tỉnh thực hiện phát sóng 50 số tuyên truyền về Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên sóng truyền hình, thời lượng 10 phút/số.

Cập nhật thường xuyên thông tin sản phẩm OCOP để tăng tin, bài trên cổng thông tin điện tử của các Sở, ngành và bản tin của ngành Công Thương, Nông nghiệp, trên sàn thương mại điện tử, cổng hành chính công (Zalo) của tỉnh… Xây dựng các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại thành phố Lào Cai, thị xã Sa Pa và các điểm dừng nghỉ; Tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP tại các Hội chợ triển lãm trong nước và quốc tế; Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và PTNT tổ chức thành công Hội chợ Nông nghiệp và các sản phẩm OCOP khu vực phía Bắc tại Lào Cai năm 2020; Phối hợp với TP Hà Nội tổ chức Tuần lễ nhận diện nông sản an toàn của tỉnh Lào Cai, tuần lễ Quýt và các sản phẩm nông sản Mường Khương tại Hà Nội; Phối hợp với Bưu điện tỉnh Lào Cai đưa 136sản phẩm OCOP lên sàn giao dịch thương mại điện tử PostMart,… Thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại các sản phẩm nông sản của Lào Cai nói chung và sản phẩm OCOP của Lào Cai nói riêng đã được người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng, nhiều sản phẩm đã được các doanh nghiệp trong và ngoài nước khai thác ký kết hợp đồng tiêu thụ ổn định lâu dài, đến nay nhiều sản phẩm OCOP của Lào Cai cũng đã có mặt tại các siêu thị, trung tâm thương mại, tại thị trường các thành phố lớn.

**B. MỘT SỐ CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ CHƯƠNG TRÌNH OCOP**

**I. Chính sách của Trung ương**

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 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2021-2025.

- Nhóm chính sách hỗ trợ: 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...

**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 55/2023/TT-BTC ngày 15/8/2023, cụ thể như sau:

a) Chi hỗ trợ xây dựng Đề án, Kế hoạch cấp tỉnh, huyện; hỗ trợ tư vấn phát triển sản phẩm, xây dựng hồ sơ sản phẩm 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, xây dựng câu chuyện sản phẩm.

b) Chi hỗ trợ đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông; xây dựng hồ sơ và quản lý dữ liệu sản phẩm OCOP, số hóa quá trình tiếp nhận hồ sơ, chấm điểm, phân hạng sản phẩm; số hóa sản phẩm và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị sản phẩm OCOP.

c) Chi hỗ trợ xây dựng bộ công cụ hướng dẫn chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn sản phẩm tham gia chương trình theo Bộ tiêu chí OCOP; tài liệu hướng dẫn; tập huấn, đào tạo cán bộ thực hiện Chương trình OCOP các cấp, cá nhân tham gia chu trình OCOP; thiết kế mẫu mã sản phẩm, bao bì đóng gói (chi thuê chuyên gia).

d) Chi hỗ trợ tổ chức các hoạt động quảng bá, XTTM, kết nối cung cầu sản phẩm OCOP

đ) Chi hỗ trợ điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Mức hỗ trợ tối đa từ ngân sách trung ương không quá 50% tổng kinh phí xây dựng điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP được cấp có thẩm quyền phê duyệt. Căn cứ dự toán được cấp có thẩm quyền giao, điều kiện, thực tế của từng nhiệm vụ, địa phương, khả năng ngân sách, quy định chế độ chi tiêu tài chính hiện hành và quy định tại Thông tư này.

e) Chi hỗ trợ xây dựng và đăng ký nhãn hiệu các sản phẩm OCOP. Mức hỗ trợ tối đa không quá 35 triệu đồng/nhãn hiệu;

g) Chi hỗ trợ chi phí bao bì, in tem. Mức hỗ trợ thực hiện theo hóa đơn thực tế và quyết định phê duyệt của cấp có thẩm quyền;

h) Chi tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP thường niên, bao gồm:

i) Chi giải thưởng cho các sản phẩm đạt sao. Mức chi các giải thưởng đạt 5 sao, 4 sao, 3 sao tương ứng với 15 triệu đồng/giải; 10 triệu đồng/giải; 8 triệu đồng/giải. Số lượng các giải thưởng thực hiện theo quyết định công nhận sản phẩm OCOP được cấp có thẩm quyền phê duyệt. Mỗi sản phẩm OCOP chỉ được nhận giải thưởng một (01) lần ở cùng mức độ sao được công nhận, trường hợp được công nhận nâng hạng sao thì được thường thêm phần chênh lệch giữa hai mức độ sao.

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

*a) Chính sách vốn, tín dụng nông nghiệp, nông thôn:* 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; Nghị định số 28/2022/NĐ-CP, ngày 26/4/2022 của Chính phủ về chính sách tín dụng ưu đãi thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2030, giai đoạn 1: từ năm 2021 đến năm 2025.

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

- Quyết định số 46/2015/QĐ-TTg ngày 28/9/2015 của Thủ tướng Chính phủ quy định chính sách hỗ trợ đào tạo trình độ sơ cấp, đào tạo dưới 03 tháng;

- 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*: Nghị định [193/2013/NĐ-CP](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Nghi-dinh-193-2013-ND-CP-huong-dan-Luat-hop-tac-xa-216089.aspx) ngày 21/11/2013 về Quy định chi tiết một số điều của Luật HTX và Nghị định 107/2017/NĐ-CP ngày 15/9/2017 sửa đổi bổ sung Nghị định 193.

*d) Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp; khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn:* 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;Nghị định 57/2018/NĐ-CP ngày 17/4/2018 của Chính phủ.

*e) Chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất*: Nghị định 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018 của Chỉnh phủ về công tác Khuyến nông;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.

*f) Chính sách phát triển ngành nghề*: Nghị định 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 về Phát triển ngành nghề nông thôn; Quyết định 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 XTTM:* Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện chương trình XTTM quốc gia và Quyết định số 12/2019/QĐ-TTg ngày 26/02/2019 của Thủ tướng sửa đổi bổ sung Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg.Các Thông tư: số 171/2014/TT-BTC ngày 14/11/2014 của Bộ Tài Chính về việc hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện Chương trình XTTM quốc gia; số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện hoạt động XTTM phát triển ngoại thương thuộc chương trình cấp quốc gia về XTTM; Số 40/2020/TT-BCT ngày 30/11/2020 của Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019.

**II. CHÍNH SÁCH CỦA TỈNH**

**Hỗ trợ trực tiếp sản phẩm OCOP đạt sao:** tại Điều 10 Nghị quyết số 26/2020/NQ-HĐND của HĐND tỉnh Lào Cai quy định “Tổ chức, hộ sản xuất có sản phẩm OCOP đạt chứng nhận được hỗ trợ như sau:

- Đối với sản phẩm OCOP đạt chứng nhận cấp tỉnh: Hỗ trợ 15 triệu đồng/sản phẩm 3 sao; 30 triệu đồng/sản phẩm 4 sao.

- Đối với sản phẩm OCOP đạt chứng nhận cấp quốc gia: Hỗ trợ 80 triệu đồng/sản phẩm 5 sao.

- Khi các sản phẩm được chứng nhận nâng hạng thì sẽ được hỗ trợ tiếp phần chênh lệch tăng thêm tương ứng với hạng được chứng nhận với hạng đã được hỗ trợ trước đó”.

Chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP đạt chứng nhận theo Nghị quyết số 26 được xây dựng trên cơ sở Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Chính phủ, nhưng hiện naytheo Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 thì cấp tỉnh cấp giấy chứng nhận cho sản phẩm 04 sao, cấp huyện cấp giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao. Do vậy, các huyện khi cấp giấy chứng nhận OCOP cho các chủ thể sẽ khó khăn trong việc chi trả kinh phí hỗ trợ cho các chủ thể có sản phẩm được chứng nhận OCOP.

Trong thời gian tới, nghiên cứu, đề xuất HĐND tỉnh sửa đổi, bổ sung khoản 1, điều 10, Nghị quyết 26/2020/NQ-HĐND, để phù hợp với Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 của Thủ tướng Chính phủ, đảm bảo tính công bằng, kịp thời động viên, khuyến khích các các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh ở nông thôn tham gia phát triển kinh tế, không làm phát sinh kinh phí hỗ trợ.