

Số: 1963/QĐ-UBND

An Giang, ngày 20 tháng 8 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP
tỉnh An Giang, giai đoạn 2021-2023**

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH AN GIANG

Căn cứ Luật Tổ chức Chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức chính phủ và Luật tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020;

Căn cứ Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm;

Căn cứ Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm;

Căn cứ Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12/5/2017 của Bộ trưởng Bộ Tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

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

Căn cứ Quyết định số 1625/QĐ-UBND ngày 3/7/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang về việc phê duyệt Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh An Giang giai đoạn từ nay đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 (gọi tắt OCOP_AG);

Theo đề nghị của Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tại Tờ trình số 465/TTr-TTXXTMĐT ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Giám đốc Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang, giai đoạn 2021-2023.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh; Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư; Thủ trưởng các Sở, Ban, Ngành tỉnh, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố và các cá nhân, tổ chức có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- TT. Tỉnh ủy; TT. HĐND tỉnh, TT.UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQVN tỉnh;
- Sở, Ban, Ngành tỉnh;
- UBND huyện, thị xã, thành phố;
- VPUBND tỉnh: LĐVP, KTN, TH, KTTH, TTCB-TH;
- Công thông tin điện tử tỉnh;
- Lưu: VT.

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**

Trần Anh Thư

ĐỀ ÁN**Quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang
giai đoạn 2021-2023**

*(Kèm theo Quyết định số 1963/QĐ-UBND ngày 20 tháng 8 năm 2021
của UBND tỉnh An Giang)*

PHẦN I**GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VÀ THỰC TRẠNG****1. Giới thiệu chung**

- Tên đề án: Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang, giai đoạn 2021-2023.
- Cơ quan chủ trì: Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư.
- Cơ quan phối hợp: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Tài chính, Sở Y tế, Văn phòng điều phối Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới tỉnh An Giang, Hội Nông dân tỉnh, Liên minh Hợp tác xã, Hội liên hiệp Phụ nữ tỉnh, UBND huyện, thị xã, thành phố, Đài Phát thanh và Truyền hình An Giang, Báo An Giang, Tỉnh đoàn, Ngân hàng nhà nước Việt Nam - chi nhánh tỉnh An Giang.
- Đơn vị tham gia thực hiện: Các chủ thể kinh tế (bao gồm: các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh) có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP và sản phẩm tiềm năng (ý tưởng sản phẩm) đăng ký tham gia Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh An Giang.
- Cơ quan ban hành: Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang
- Thời gian thực hiện: Năm 2021-2023.
- Phạm vi thực hiện: trong và ngoài tỉnh.

2. Cơ sở xây dựng đề án**2.1. Cơ sở thực tiễn**

Sản phẩm OCOP chính là những sản phẩm được “sinh ra từ làng” (Mỗi xã, phường một sản phẩm) mà chủ thể của nó chính là những nông dân, dựa vào tính đặc thù, đặc trưng vùng miền, cộng với văn hoá, thị hiếu người tiêu dùng, dựa vào thế mạnh của nguyên, vật liệu, tay nghề của địa phương, truyền thống gia đình, sản xuất ra những sản phẩm nhằm phục vụ nhu cầu thiết yếu cho người dân. Vậy để sản phẩm OCOP có thể vươn xa, hội nhập tiến tới xuất khẩu, theo đó cần quan tâm một số vấn đề như sau:

Một là: do sản phẩm được sinh ra từ làng nên mẫu mã, bao bì, đóng gói, thiết kế còn đơn điệu, chưa đạt chuẩn, đôi khi chưa phù hợp, khó có khả năng cạnh tranh và tiến tới xuất khẩu. Vì vậy cần được các đơn vị tư vấn chuyên nghiệp hỗ trợ.

Thứ hai: do hạn chế về mặt địa lý nên sản phẩm cần được hỗ trợ truyền thông rộng rãi, đồng thời tìm hiểu những đặc điểm của sản phẩm để thể hiện rõ về xuất xứ hàng hóa, tạo nên chiều sâu về văn hóa của sản phẩm từ đó chuyển tải đến đông đảo người tiêu dùng biết và tin dùng sản phẩm.

Thứ ba: cần có hệ thống phân phối đủ mạnh đứng ra tổ chức tiếp nhận và luân chuyển sản phẩm, giới thiệu đến người tiêu dùng về những thế mạnh của sản phẩm đặc trưng mang đậm nét văn hoá, truyền thống và độc đáo của các vùng miền.

Thứ tư: vấn đề về vốn. Do quy mô nhỏ lẻ, nên các hộ sản xuất, các Hợp tác xã không đủ tài sản thế chấp khi vay vốn, không đủ kinh phí để mở rộng sản xuất và đổi mới công nghệ, dây chuyền sản xuất, cũng như không đủ nguồn kinh phí cho truyền thông quảng bá sản phẩm.

Thứ năm: về đào tạo. Sự chuyển đổi từ một nông dân trở thành doanh nghiệp, nên việc quản trị doanh nghiệp, quảng bá sản phẩm, ứng dụng công nghệ thông tin vào sản xuất kinh doanh, marketing và thương mại điện tử... mới bắt đầu tiếp cận.

Những vấn đề trên, cần sự chung tay của các cơ quan quản lý Nhà nước, các nhà khoa học có liên quan, các tổ chức tín dụng cũng như có những doanh nghiệp đủ tâm huyết để hình thành chuỗi tiêu thụ sản phẩm giúp cho sản phẩm OCOP nói riêng và sản phẩm đặc trưng vùng miền nói chung có cơ hội tiếp cận rộng rãi đến người tiêu dùng, giúp cho cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” ngày càng đi vào thực chất. Từ đó, nâng cao thu nhập của người dân góp phần phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

2.2. Cơ sở pháp lý

Căn cứ Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020;

Căn cứ Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm; Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg;

Căn cứ Công văn số 1100/BNN-VPĐP ngày 24/02/2021 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc tiếp tục thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm năm 2021;

Căn cứ Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12/5/2017 của Bộ trưởng Bộ Tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020; Thông tư số 08/2019/TT-BTC ngày 30/01/2019 của Bộ Tài chính sửa đổi, bổ sung một số

điều của Thông tư số 43/2017/TT-BTC ngày 12/5/2017 của Bộ Tài chính quy định quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020;

Căn cứ Quyết định số 1625/QĐ-UBND ngày 03/7/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang về việc phê duyệt Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh An Giang giai đoạn từ nay đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 (gọi tắt OCOP_AG);

Căn cứ Kế hoạch số 557/KH-UBND ngày 12/9/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang về triển khai thực hiện “Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh An Giang giai đoạn từ nay đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030”;

Căn cứ Kế hoạch số 152/KH-UBND ngày 24/3/2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc Triển khai thực hiện Đề án Mỗi xã một sản phẩm tỉnh An Giang năm 2021;

Căn cứ Quyết định số 105/QĐ-UBND ngày 19/01/2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh về ban hành chương trình công tác năm 2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh;

3. Thực trạng quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang

- Tổ chức 02 sự kiện: Ngày hội sản phẩm OCOP và hàng hóa đặc trưng các tỉnh, thành năm 2021 và sự kiện sản phẩm OCOP đồng hành cùng người tiêu dùng năm 2021 với quy mô 200 gian hàng, số lượng khách tham quan mua sắm 130 ngàn lượt khách, tổng doanh số bán hàng đạt khoảng 25 tỷ đồng. Đây là động lực mạnh mẽ thúc đẩy kết nối cung - cầu hàng hóa giữa các nhà sản xuất và các đầu mối tiêu thụ, định hướng phát triển sản xuất sản phẩm theo nhu cầu phát triển của thị trường. Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP và hỗ trợ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác hoàn thành chỉ tiêu chất lượng, nhãn hiệu của từng sản phẩm làm ra.

- Đẩy mạnh thực hiện công tác xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm đặc trưng của tỉnh thông qua việc tham gia các hội chợ, triển lãm, hội nghị kết nối cung cầu; kết quả đã kết nối được nhiều sản phẩm đặc trưng của tỉnh vào hệ thống siêu thị. Cụ thể, tỉnh đã tham gia các hội chợ, triển lãm tổ chức trưng bày sản phẩm thuộc danh mục sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và sản phẩm đặc sản tại các sự kiện tại TP.HCM, Bến Tre, Bạc Liêu, Nam Định, Hà Nội, Đồng Tháp, Phú Quốc. Ngoài ra, tỉnh cũng đã có thông tin, giới thiệu các sự kiện kết nối giao thương, xúc tiến thương mại đến các chủ thể kinh tế có các sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và sản phẩm đặc sản tham gia các kỳ hội chợ, hệ thống siêu thị và các sự kiện liên quan khác tại các tỉnh, thành bạn tổ chức (Lào Cai, Lâm Đồng, Tây Nguyên...).

- Thực hiện trưng bày, triển lãm sản phẩm đặc sản, sản phẩm OCOP của tỉnh tại Đại hội Đảng bộ Khối Cơ quan và Doanh nghiệp tỉnh An Giang (từ ngày 27/7 – 29/7/2020) và Đại hội Đảng bộ tỉnh (từ ngày 23/9 – 25/9/2020), Hội nghị đánh giá Chương trình nông thôn mới phía Nam, giai đoạn 2018-2020 (diễn ra vào ngày 16/11/2020).

- Tổ chức thành công hội thảo “Vận hành và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang” vào ngày 16/12/2020. Diễn giả: Trung tâm nghiên cứu kinh doanh và hỗ trợ doanh nghiệp (BSA) và PGS.TS Nguyễn Phú Sơn, giảng viên Trường Đại học Cần Thơ, với sự tham dự của 80 đại biểu.

- Thông tin, vận động và hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các hội chợ, sự kiện trong và ngoài tỉnh. Kết quả có 20 lượt doanh nghiệp đăng ký tham gia. Thông tin và hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký tham gia Hội nghị kết nối giao thương trực tuyến với các nước: Ấn Độ, Trung Quốc, Singapore, Hà Lan... do Cục Xúc tiến Thương mại – Bộ Công Thương tổ chức.

- Tổ chức các đoàn công tác như: Đoàn gặp gỡ, kết nối, trao đổi, học tập kinh nghiệm về hoạt động xúc tiến tại Kiên Giang và TP. Hồ Chí Minh; Đoàn khảo sát doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, hợp tác xã, Tổ hợp tác để đẩy mạnh xúc tiến tìm đầu ra cho sản phẩm nông sản của tỉnh và tham gia Hội thảo khởi động dự án hỗ trợ truy xuất hàng hóa và phát triển xuất khẩu; Đoàn công tác tham gia Hội thảo sản phẩm xuất khẩu và chuỗi chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam thông qua hệ thống siêu thị AEON tại TP. Hồ Chí Minh. Qua đó, tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, hợp tác xã, tổ hợp tác tham gia các sự kiện, hội chợ, hội nghị kết nối giao thương để tiếp cận thị trường, định hướng thêm các thị trường xuất khẩu, đối tác trong và ngoài nước, nâng cao chất lượng sản phẩm và quy trình sản xuất để đáp ứng nhu cầu xuất khẩu trên thị trường hiện nay.

- Phối hợp với Sở Công thương, Trung tâm Xúc tiến 04 tỉnh ABCD Mekong (An Giang, Bến Tre, Cần Thơ, Đồng Tháp) đưa hàng hóa vào Siêu thị Tứ Sơn, Trung tâm giới thiệu Ẩm thực, Đặc sản, Du lịch Đồng Tháp và các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long tại Phú Quốc.

- Tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh xây dựng 02 điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP - Đặc sản tỉnh An Giang tại xã Thới Sơn, huyện Tịnh Biên và cửa hàng tại TP. Long Xuyên đã đưa vào hoạt động. Đây là kênh truyền thông quan trọng, tạo sự thu hút của khách hàng tiềm năng để mở rộng thị trường của các sản phẩm OCOP và sản phẩm đặc trưng An Giang; đồng thời qua đó, giúp doanh nghiệp nắm bắt thông tin từ người tiêu dùng để đổi mới phương thức sản xuất kinh doanh, cải thiện chất lượng, mẫu mã, hoàn thiện sản phẩm OCOP của tỉnh nhà.

- Phối hợp với các ngành, các cấp cùng các huyện, thị xã, thành phố trong tỉnh sử dụng sản phẩm OCOP làm quà tặng chính thức trong các hoạt động đối ngoại để giới thiệu đến đại biểu các ngành, các cấp, đối tác và các mối quan hệ khác trong và ngoài tỉnh về hình ảnh, sản phẩm và đặc sản tỉnh An Giang nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp An Giang đã và đang từng bước hoàn thiện và tiến dần đến OCOP.

4. Dự báo cho việc quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang

Thông qua việc cải tiến mẫu mã, bao bì: thúc đẩy sự sáng tạo để hình thành các sản phẩm gắn với nhu cầu của thị trường (yêu cầu về an toàn thực

phẩm, mẫu mã, bao bì, sự tiện dụng...), nhưng vẫn bảo đảm sự đặc sắc và nổi bật (đặc biệt về chất lượng, văn hóa truyền thống...).

Chương trình xúc tiến thương mại, kết nối “cung - cầu” với các tỉnh, thành phố để giúp nhà phân phối, nhà đầu tư trao đổi thông tin giới thiệu sản phẩm; kết hợp hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh của tỉnh, nhất là các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc thù của tỉnh; xây dựng và phát triển thương hiệu, nhãn hiệu, mở rộng thị trường, kết nối giao thương, tăng lượng tiêu thụ và nâng cao giá trị hàng hóa của tỉnh. Đồng thời, các đơn vị, doanh nghiệp sau khi tham gia các hội chợ đã tiếp cận được nhiều khách hàng trong và ngoài tỉnh, có cơ hội học tập, trao đổi kinh nghiệm sản xuất, kinh doanh, quảng bá thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ, đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển thị trường trong và ngoài tỉnh ngày càng tốt hơn, đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng, nhiều kênh phân phối lớn.

Hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh ứng dụng, đổi mới, cải tiến công nghệ máy móc, trang thiết bị theo hướng tiên tiến và hiện đại đáp ứng nhu cầu thị trường.

Chuẩn hóa và phát triển sản phẩm dựa trên thế mạnh và lợi thế của các địa phương, tập trung nâng cao năng lực của các chủ thể kinh tế (quản trị, tổ chức sản xuất và marketing...).

Với phương châm khai thác tối đa và hiệu quả các thế mạnh, lợi thế của địa phương, đặc biệt là các sản vật, làng nghề truyền thống, việc xây dựng và khai thác các thương hiệu địa phương (như: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận) tạo thành sức mạnh tổng hợp, góp phần nâng cao giá trị về chất lượng, hình ảnh để tiếp cận thị trường, giá bán và hiệu quả của sản xuất cho các chủ thể OCOP.

PHẦN II

NỘI DUNG ĐỀ ÁN

Trên cơ sở kế thừa các kết quả đã được trong thực hiện Chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020, Đề án “quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang giai đoạn 2021 - 2023” sẽ thúc đẩy sự phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị của các sản phẩm đạt chứng nhận OCOP và các sản phẩm tiềm năng tham gia Chương trình OCOP; từ đó góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho người dân nông thôn và là giải pháp, nhiệm vụ trong triển khai Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 – 2025.

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

- Phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị góp phần xây dựng nông thôn mới.

- Nhằm quảng bá, giới thiệu và phát triển các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm OCOP tiềm năng thế mạnh của tỉnh An Giang, góp phần tiêu thụ sản phẩm,

thúc đẩy sản xuất phát triển, phục vụ nhu cầu tiêu dùng của người dân, đẩy mạnh xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP và hỗ trợ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác hoàn thành chỉ tiêu chất lượng, nhãn hiệu của từng sản phẩm làm ra.

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh để sản xuất các sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn.

- Góp phần nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.

1.2. Mục tiêu cụ thể

1.2.1. Năm 2021

- Tiếp tục hỗ trợ, phát triển các sản phẩm OCOP năm 2020.
- Cải tiến mẫu mã bao bì sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên.
- Tiêu chuẩn hóa 5 sản phẩm đặc thù của tỉnh, trong đó phần đầu có 02 sản phẩm tham gia sản phẩm OCOP quốc gia.
- Thực hiện kết nối tiêu thụ với các điểm bán lẻ, siêu thị như Coop Mart, VinMart, Bách Hóa Xanh, Tứ Sơn... trên địa bàn tỉnh.
- Phối hợp các tỉnh ABCD Mekong xây dựng và tham gia hệ thống trưng bày các sản phẩm OCOP của 4 tỉnh ABCD Mekong tại An Giang, Đồng Tháp, Bến Tre, Cần Thơ.

- Đào tạo tập huấn 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ có đăng ký kinh doanh tham gia chương trình OCOP và tiềm năng OCOP.

1.2.2. Năm 2022

- củng cố các thành quả đã đạt được trong năm 2021.
- Phần đầu có 01 điểm trưng bày sản phẩm OCOP gắn với điểm du lịch.
- Cải tiến mẫu mã bao bì sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên.
- Đào tạo tập huấn 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ có đăng ký kinh doanh tham gia chương trình OCOP và tiềm năng OCOP.
- Thực hiện kết nối tiêu thụ với các điểm bán lẻ, siêu thị như Coop Mart, VinMart, Bách Hóa Xanh, BigC, Tứ Sơn, MM Mega Market...

- Phối hợp các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long xây dựng và tham gia hệ thống trưng bày các sản phẩm OCOP của 13 tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long.

- Lựa chọn 01-02 sản phẩm OCOP uy tín để xúc tiến thị trường ngoài nước, hướng tới xuất khẩu.

1.2.3. Năm 2023

- củng cố các thành quả đã đạt được trong năm 2022.
- Phần đầu có 01 điểm trưng bày sản phẩm OCOP gắn với điểm du lịch.
- Cải tiến mẫu mã bao bì sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên.

- Đào tạo tập huấn 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ có đăng ký kinh doanh tham gia chương trình OCOP và tiềm năng OCOP.

- Thực hiện kết nối tiêu thụ với các điểm bán lẻ, siêu thị như Coop Mart, VinMart, Bách Hóa Xanh, Vinmart, BigC, Tứ Sơn...

- Phấn đấu chọn 03 sản phẩm OCOP uy tín để xúc tiến thị trường ngoài nước, hướng tới xuất khẩu.

1.3. Hiệu quả mang lại của Đề án

- Doanh nghiệp có điều kiện thâm nhập thị trường, mở rộng quy mô sản xuất, góp phần tạo việc làm cho lao động, nâng cao thu nhập, đời sống của người nông dân, thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn, đặc biệt là phát huy vai trò của phụ nữ và đồng bào dân tộc.

- Góp phần quản lý và nâng cao chất lượng, giá trị của sản phẩm OCOP tỉnh An Giang.

- Khơi dậy được tiềm năng, thế mạnh của các địa phương về sản phẩm đặc sản, ngành nghề nông thôn gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, vùng nguyên liệu và văn hóa truyền thống để gia tăng giá trị sản phẩm OCOP.

- Thúc đẩy sản phẩm OCOP nâng cao tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm; có mẫu mã, bao bì đa dạng và thân thiện với môi trường, phù hợp yêu cầu của thị trường. Đặc biệt, nhiều sản phẩm OCOP được đổi mới, sáng tạo để nâng cao chất lượng, đã tiếp cận thị trường xuất khẩu.

2. Nhiệm vụ, giải pháp của Đề án

2.1. Triển khai các hoạt động nâng cao giá trị sản phẩm OCOP

- Triển khai Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ trên địa bàn tỉnh An Giang; Hướng dẫn các tổ chức kinh tế tham gia Đề án OCOP của tỉnh về các thủ tục đăng ký xác lập quyền sở hữu trí tuệ về nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp.

- Hỗ trợ chi phí cho các sản phẩm đạt chứng nhận OCOP của tỉnh thay đổi mẫu mã bao bì.

- Hướng dẫn ghi nhãn hàng hóa, công bố chất lượng sản phẩm OCOP.

- Hỗ trợ các tổ chức kinh tế, cộng đồng đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ trong phát triển sản xuất (Quyết định số 71/2019/QĐ-UBND ngày 23/12/2019 của UBND tỉnh ban hành Quy định hỗ trợ thúc đẩy hoạt động chuyển giao, ứng dụng, đổi mới công nghệ trên địa bàn tỉnh An Giang).

2.2. Chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng

- Hỗ trợ tuyên truyền, quảng bá các điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP đã triển khai trên các kênh truyền thông.

- In ấn tài liệu phục vụ hoạt động truyền thông cho sản phẩm OCOP.

- Tuyên truyền sản phẩm OCOP trên các kênh truyền thông: Quảng bá thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp OCOP trên các phương tiện thông tin, báo đài, web. Thường xuyên cập nhật thông tin doanh nghiệp đưa lên web để giới thiệu và tìm kiếm đối tác, hợp tác kinh doanh và đầu tư mở rộng phát triển sản xuất kinh doanh. Hỗ trợ, tư vấn doanh nghiệp lựa chọn tham gia các chương trình quảng bá thương hiệu sản phẩm do các tổ chức trong và ngoài nước thực hiện.

- Trưng bày, giới thiệu các sản phẩm OCOP tại các sự kiện trong và ngoài tỉnh.

- Phát huy trang web để tăng cường thông tin, giới thiệu các sản phẩm OCOP của tỉnh.

2.3. Chương trình mở rộng thị trường, đưa sản phẩm OCOP vào các hệ thống phân phối

- * Đối với các sản phẩm định hướng xuất khẩu

- Lựa chọn sản phẩm OCOP uy tín để xúc tiến thị trường ngoài nước, hướng tới xuất khẩu vào thị trường các nước: Campuchia, Lào, Thái Lan, Trung Quốc...

- Tổ chức và hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ nước ngoài theo Chương trình xúc tiến Quốc gia hoặc của các nước có quan hệ hợp tác với Việt Nam để các doanh nghiệp tiếp cận thị trường và tìm kiếm đối tác. Phối hợp với các cơ quan đơn vị của Việt Nam tại các nước tổ chức kết nối, giao dịch thương mại tại nước ngoài.

- Phối hợp tổ chức hoặc tham gia các diễn đàn doanh nghiệp, diễn đàn xuất khẩu do Bộ ngành Trung ương, các tổ chức xúc tiến tổ chức để kết nối hỗ trợ doanh nghiệp tỉnh với doanh nghiệp trong và ngoài nước thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa.

- * Đối với các sản phẩm tiêu thụ thị trường nội địa

- Duy trì tổ chức các sự kiện, hội chợ trong tỉnh: Ngày hội sản phẩm OCOP và hàng hóa đặc trưng các tỉnh, thành; Phiên chợ OCOP tại TP. Long Xuyên và một số huyện, thị xã, thành phố.

- Tổ chức và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia hội chợ ngoài tỉnh thuộc các vùng kinh tế trọng điểm trong cả nước đặc biệt là Miền Trung - Tây Nguyên và Hà Nội...

- Tổ chức kết nối doanh nghiệp với doanh nghiệp theo phương thức B2B hoặc Face to Face để kết nối giao thương giữa doanh nghiệp An Giang với các doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm OCOP.

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến các tỉnh thành giới thiệu, đưa hàng hóa của doanh nghiệp An Giang thâm nhập các siêu thị, Trung tâm thương mại, các chợ truyền thống của TP.HCM và các tỉnh thành. Phối hợp các tỉnh ABCD Mekong tham gia hệ thống trưng bày các sản phẩm OCOP và sản phẩm nông thôn tiêu biểu của 4 tỉnh ABCD Mekong tại Đồng Tháp, Bến Tre, Cần Thơ, TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội.

- Lựa chọn và xây dựng điểm bán hàng tại các khu điểm du lịch, hệ thống đình, chùa có khả năng thu hút du khách.

- Hỗ trợ kết nối các điểm trưng bày bán sản phẩm OCOP tại các tỉnh, thành trong cả nước.

2.4. Chương trình vốn

- Tham mưu UBND tỉnh có cơ chế, chính sách về nguồn vốn hỗ trợ các cơ sở sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp đạt chứng nhận OCOP và tiềm năng OCOP.

- Thực hiện có hiệu quả chương trình kết nối ngân hàng – doanh nghiệp, các chương trình tín dụng đối với ngành, lĩnh vực theo chủ trương của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

Thực hiện công tác tuyên truyền, phổ biến các cơ chế, chính sách tín dụng ngân hàng đối với doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất; phối hợp với các đơn vị tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh trong việc ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ thực hiện Chương trình tại địa phương.

- Kịp thời nắm bắt những khó khăn, vướng mắc trong việc tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng trên địa bàn, đặc biệt quan tâm các đối tượng tham gia Chương trình OCOP để có các giải pháp tháo gỡ thiết thực, hiệu quả.

2.5. Chương trình đào tạo

- Đào tạo mỗi năm 03 lớp xúc tiến thương mại kỹ năng cho doanh nghiệp về quản lý, định giá sản phẩm, bán hàng, xây dựng và phát triển thương hiệu, xây dựng hệ thống phân phối, mẫu mã, bao bì... theo yêu cầu của doanh nghiệp.

- Lựa chọn cử cán bộ tham dự các chương trình đào tạo tập huấn do Bộ ngành Trung ương và các tỉnh tổ chức.

2.6. Chương trình hỗ trợ khác (học tập kinh nghiệm, khảo sát các mô hình OCOP...)

Hàng năm, tổ chức các đoàn học tập kinh nghiệm, khảo sát các mô hình OCOP thành công tại các tỉnh, thành phố.

PHẦN III

KINH PHÍ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

1. Tổng kinh phí thực hiện đề án giai đoạn 2021-2023: 16.935 triệu đồng, trong đó:

- Ngân sách Trung ương: 1.905 triệu đồng.

- Ngân sách tỉnh: 11.720 triệu đồng.

- Doanh nghiệp: 3.310 triệu đồng

(Đính kèm phụ lục kinh phí)

Phần kinh phí khác: Ngoài nguồn kinh phí đã được phê duyệt trong Đề án, các đơn vị Sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp tham gia Đề án được sử dụng

các nguồn kinh phí: ngân sách trung ương (nếu có), chương trình MTQG (nếu có), từ các Chương trình, dự án, đề án trong và ngoài nước để lồng ghép thực hiện Đề án.

Riêng về phân chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp tham gia sẽ thực hiện theo quy định hiện hành và theo từng Chương trình, kế hoạch phục vụ Đề án.

2. Phân kỳ kinh phí thực hiện hằng năm, theo từng nguồn tương ứng:

- Năm 2021: tổng kinh phí thực hiện: 160 triệu đồng chi từ nguồn chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Riêng đối với các nhiệm vụ của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư cần đối sử dụng từ dự toán đã được phân bổ đầu năm 2021 của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư.

- Năm 2022: tổng kinh phí thực hiện: 8.010 triệu đồng, trong đó: nguồn ngân sách trung ương là 1.395 triệu đồng (kinh phí đề xuất Bộ Công Thương là 1.045 triệu đồng, kinh phí chi từ nguồn chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới là 350 triệu đồng), ngân sách tỉnh là 5.120 triệu đồng và doanh nghiệp đóng góp là 1.495 triệu đồng.

- Năm 2023: tổng kinh phí thực hiện: 8.645 triệu đồng, trong đó: nguồn ngân sách trung ương là 350 triệu đồng chi từ nguồn chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, ngân sách tỉnh là 6.600 triệu đồng và doanh nghiệp đóng góp là 1.695 triệu đồng.

PHẦN IV

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư

- Chủ trì và phối hợp với các cơ quan có liên quan xây dựng kế hoạch, chương trình cụ thể hàng năm thực hiện đề án.

- Chủ trì xây dựng hướng dẫn Chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng; chương trình mở rộng thị trường, đưa sản phẩm OCOP vào các hệ thống phân phối; chương trình hỗ trợ khác (học tập kinh nghiệm, khảo sát các mô hình OCOP...).

- Hướng dẫn địa phương có sản phẩm OCOP tham gia chương trình xây dựng kế hoạch cụ thể và lộ trình công việc để triển khai thực hiện. Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Đề án.

- Phối hợp cùng các Sở, ngành có liên quan tổ chức sơ kết 6 tháng, hàng năm và giai đoạn triển khai Đề án.

- Định kỳ báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh kết quả triển khai thực hiện, tổng hợp và đề xuất các giải pháp kịp thời xử lý các vướng mắc trong quá trình triển khai.

2. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Văn phòng điều phối Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới tỉnh An Giang

- Hằng năm sẽ chủ trì xây dựng chương trình đào tạo cho cán bộ quản lý Chương trình OCOP và các Chủ thể kinh tế liên quan đến việc đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư tỉnh và các đơn vị có liên quan trong công tác đào tạo về các nội dung liên quan đến quảng bá, xúc tiến thương mại cho sản phẩm, chuyển đổi số, thương mại điện tử, kỹ năng cho doanh nghiệp,...(theo các nội dung tại mục 2.5 của Đề án).

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố lựa chọn danh mục các sản phẩm OCOP cần được quảng bá.

- Vận động các chủ thể OCOP tham gia đề án.

3. Sở Công Thương

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thực hiện Chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng; chương trình mở rộng thị trường, đưa sản phẩm OCOP vào các hệ thống phân phối; chương trình hỗ trợ khác (học tập kinh nghiệm, khảo sát các mô hình OCOP...).

- Cung cấp thông tin tham khảo về thị trường, giá cả các mặt hàng nông, thủy sản, các Hiệp định thương mại tự do song phương, đa phương và các điều ước quốc tế nhằm thông tin cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

- Phối hợp các ngành kết nối thương mại các sản phẩm nông nghiệp thông qua hệ thống các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, tăng cường hỗ trợ quảng bá tiêu thụ sản phẩm thông qua các sàn giao dịch thương mại điện tử.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Hằng năm ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp khi triển khai các hoạt động nâng cao giá trị sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh.

- Phối hợp với các sở ngành có liên quan triển khai các chương trình phục vụ đề án khi được phân công phối hợp.

5. Sở Tài chính

Căn cứ đề án được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt, hằng năm Sở Tài chính phối hợp Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư và các Sở ngành có liên quan xem xét, thẩm định tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện trên cơ sở lồng ghép với các chương trình.

6. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Thông tin và Truyền thông, Đài phát thanh và truyền hình An Giang, Báo An Giang

Sở Thông tin và Truyền thông phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, Đài phát thanh và truyền hình

An Giang, Báo An Giang trong công tác định hướng thông tin tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm OCOP và tiềm năng OCOP trên địa bàn tỉnh.

7. Sở Y tế

Chủ trì và phối hợp với các cơ quan có liên quan thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm cho các sản phẩm OCOP thuộc phạm vi ngành Y tế được quy định tại Khoản 1, Điều 1 của Quyết định số 783/QĐ-UBND ngày 10 tháng 4 năm 2018.

8. Liên minh Hợp tác xã, Hội Nông dân tỉnh, Tỉnh đoàn, Hội Liên hiệp Phụ nữ tỉnh

Tuyên truyền, triển khai đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất tham gia vận động các chủ thể OCOP, tiềm năng OCOP tham gia đề án.

9. Ủy ban nhân dân huyện, thị xã, thành phố

- Lựa chọn sản phẩm OCOP của địa phương tham gia đề án.
- Bố trí, lồng ghép các nguồn ngân sách địa phương tham gia đề án.

10. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chi nhánh tỉnh An Giang

- Phối hợp cùng các Sở, ngành có liên quan tổ chức thực hiện Chương trình vốn của Đề án.
- Chỉ đạo hướng dẫn các tổ chức tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tiếp cận nguồn vốn vay để tổ chức sản xuất.

11. Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao để thực hiện Đề án, các cơ quan, đơn vị thực hiện báo cáo định kỳ hàng tháng (trước ngày 20 của tháng), năm (trước ngày 20/12 của năm) hoặc đột xuất theo yêu cầu gửi về Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư để tổng hợp báo cáo UBND tỉnh.

Trong quá trình triển khai thực hiện Đề án quảng bá, xúc tiến và phát triển sản phẩm OCOP tỉnh An Giang giai đoạn 2021 – 2023, nếu có khó khăn, vướng mắc các cơ quan, đơn vị có liên quan thông tin về Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư để tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh chỉ đạo kịp thời./.