

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH



**CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA
MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM**

GIAI ĐOẠN 2018-2020

THÁI NGUYÊN, 2020



Chuyên đề 2

NHỮNG KIẾN THỨC CƠ BẢN VỀ CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM - OCOP

TS NGUYỄN VĂN CÔNG

NỘI DUNG

1. Thông tin chung về Chương trình quốc gia Mỗi xã một sản phẩm
2. Các khái niệm cơ bản của chương trình
3. Quan điểm, mục tiêu, nội dung của Chương trình
4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP
5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP
6. Tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm

1. Giới thiệu chung về chương trình mỗi xã một sản phẩm

1.1. Nguồn gốc (Phong trào OVOP quốc tế):

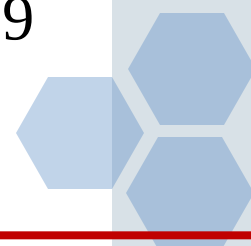
- Phong trào Mỗi làng một sản phẩm (OVOP) của Nhật Bản triển khai từ 1979, đến nay đã có trên 40 quốc gia, vùng lãnh thổ triển khai.
- Chương trình Mỗi cộng đồng một sản phẩm (OTOP) của Thái Lan triển khai từ năm 2001.

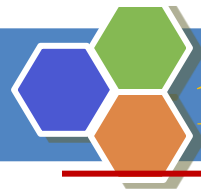


1. Giới thiệu chung về chương trình mỗi xã một sản phẩm

1.2. Vận dụng và thực hiện OCOP tại Việt Nam

- Đề án “Mỗi làng một nghề” (MLMN) giai đoạn 2005- 2016 tại Việt Nam
- Quyết định số 2277/QĐ-BNN-VPĐP ngày 05/6/2017, Phê duyệt đề cương đề án “chương trình quốc gia mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030
- Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 7/5/2018, Phê duyệt chương trình Mỗi xã một sản phẩm, giai đoạn 2018-2020
- Quyết định số 1048 /QĐ-TTg ngày 21/8/2019, 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 8/6/20120, Sửa đổi, bổ sung 1 số phụ lục tại Quyết định số 1048 /QĐ-TTg ngày 21/8/2019





1. Giới thiệu chung về chương trình mỗi xã một sản phẩm

1.2. Vận dụng và thực hiện OCOP tại Việt Nam

- Quyết định số 1594/QĐ-BNN-VPĐP ngày 05/5/2020, Thành lập hội đồng đánh giá phân hạng sản phẩm chương trình Mỗi xã một sản phẩm cấp Quốc gia
- Quyết định số 1653/QĐ-BNN-VPĐP ngày 11/5/2020, Ban hành quy chế hoạt động của Hội đồng đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia

Tại Việt Nam, Quảng Ninh là tỉnh đầu tiên trong cả nước triển khai Chương trình “Mỗi xã, phường một sản phẩm” (OCOP) một cách bài bản vào năm 2013.

Hiện Quảng Ninh đã có trên 300 sản phẩm OCOP được xếp hạng.

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.1. Khái niệm mỗi xã một sản phẩm.

" có hai thuật ngữ cần hiểu rõ, đó là "sản phẩm" và "xã".

Sản phẩm: Trong Chương trình này bao gồm đến 6 nhóm sản phẩm: (1) Thực phẩm; (2) Đồ uống; (3) Thảo dược; (4) Thủ công mỹ nghệ và trang trí; (5) Vải, may mặc và (6) Dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng

- Xã: 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: Sản phẩm hàng hoá và Sản phẩm dịch vụ

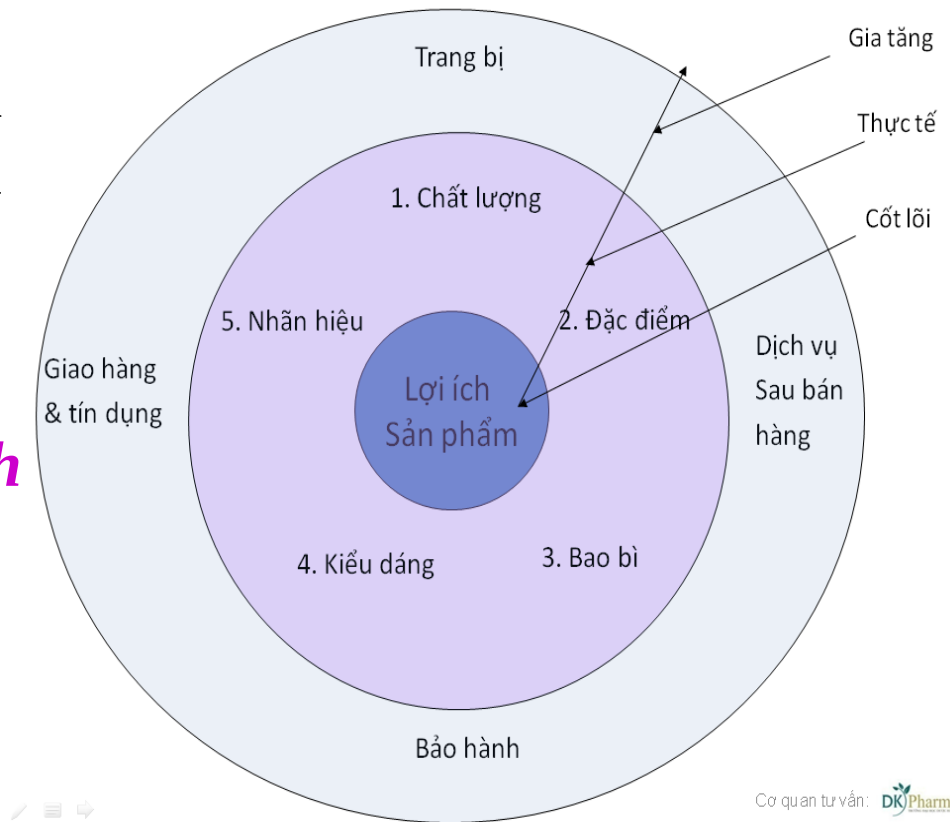
2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.2. Sản phẩm

Khái niệm: sản phẩm là những gì có thể thỏa mãn nhu cầu hay mong muốn và được chào bán trên thị trường

Ba yếu tố chính cấu thành sản phẩm

- Sản phẩm ý tưởng:
- Sản phẩm hiện thực
- Sản phẩm hoàn chỉnh



Hình 2.1: Các yếu tố cơ bản cấu thành sản phẩm hàng hóa

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.2. Sản phẩm

Tổ hợp tiếp thị của sản phẩm

- P1 (Sản phẩm): Sản phẩm hay dịch vụ được làm ra để thoả mãn nhu cầu nào đó,
- P2 (Giá): Giá bán của sản phẩm hay dịch vụ,
- P3 (Phân phối): Các kênh được sử dụng để phân phối sản phẩm đến thị trường
- P4 (Xúc tiến): Thông báo, thuyết phục và truyền thông với thị trường mục tiêu về sản phẩm và dịch vụ
- P5 (Con người): Đội ngũ nhân viên, con người tham gia quá trình hoạt động kinh doanh của tổ chức, doanh nghiệp
- **Với sản phẩm dịch vụ thêm**
 - P6 (Môi trường vật lý): Môi trường thực hiện kinh doanh
 - P7 (Quá trình): Tiến trình hoạt động

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.2. Sản phẩm

Phân loại sản phẩm

a. Sản phẩm tiêu dùng, gồm 4 loại cơ bản

- Tiêu dùng thường ngày
- Mua có lựa chọn
- Theo nhu cầu đặc biệt
- Theo nhu cầu thụ động

b. Sản phẩm tư liệu sản xuất, gồm 2 loại cơ bản:

- Vật tư, được sử dụng toàn bộ vào sản phẩm
- Tài sản cố định

c. Dịch vụ kinh doanh: Dịch vụ phục vụ kỹ thuật và sửa chữa, dịch vụ tư vấn,...

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.2. Sản phẩm

Ba trục sản phẩm nông nghiệp

- a) Trục sản phẩm quốc gia. Với 10 sản phẩm nông nghiệp có giá trị xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên
- b) Trục sản phẩm của cấp tỉnh. Các sản phẩm mang tính chất quy mô, đặc sản, quy mô sản xuất hàng hóa lớn của tỉnh
- c) Trục sản phẩm mỗi làng một sản phẩm (OCOP). Hiện cả nước có gần 19.000 xã,

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.3. Sản phẩm OCOP

Khái niệm

Là các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ xuất phát từ ý tưởng/ nguồn nguyên liệu/ công nghệ của cộng đồng, do các thành viên trong cộng đồng tổ chức sản xuất và kinh doanh

Tiêu chí sản phẩm OCOP. 3 tiêu chí cơ bản:

- 1) Các đặc sản địa phương
- 2) Có gia tăng giá trị;
- 3) Không ảnh hưởng xấu đến môi trường.

2. Các khái niệm cơ bản của chương trình

2.3. Sản phẩm OCOP

Phân loại sản phẩm OCOP:

1. Thực phẩm - ẩm thực (Food)
2. Đồ uống (Drink)
3. Thảo dược (Herbal)
4. Vải và may mặc (Fabric)
5. Trang trí – nội thất – lưu niệm (Decor)
6. Dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng OCOP (Service)



3. Chương trình OCOP Việt Nam

Khái quát

1. **Tên Chương trình Mỗi xã một sản phẩm**, giai đoạn 2018 - 2020
Tên tiếng Anh “ One commune one product”, viết tắt là OCOP.
2. **Cơ quan ban hành:** Thủ tướng Chính phủ
3. **Cơ quan chủ trì thực hiện:** Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.
4. **Phạm vi và địa bàn thực hiện:** Trong phạm vi quốc gia.
Lựa chọn đơn vị “xã”, vì: (1) Gắn với “Xã nông thôn mới” trong chương trình xây dựng nông thôn mới. (2) Gắn với hệ thống chính quyền cấp xã thực hiện trực tiếp.
5. **Sản phẩm:** Gồm sản phẩm (hàng hoá) và sản phẩm dịch vụ
6. **Chủ thể thực hiện**
Lấy chủ thể kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể làm nòng cốt, cụ thể là các hợp tác xã, các doanh nghiệp nhỏ và vừa

3. Chương trình OCOP Việt Nam

7. Logo của Chương trình :



Chữ **O** màu nâu: Tượng trưng cho đất, nền tảng của sản xuất, cuộc sống của làng, xã.

Chữ **C** màu xanh lá cây: Tượng trưng cho sản xuất nông nghiệp và phát triển bền vững.

Chữ **O** màu xanh dương: Tượng trưng cho trí tuệ, sức mạnh của con người

Chữ **P** màu vàng: Tượng trưng cho lợi ích, lợi nhuận của chương trình mà mỗi người dân, tổ chức tham gia được hưởng lợi.

3. Chương trình OCOP Việt Nam

3.1. Quan điểm của Chương trình

- ❖ 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.
- ❖ 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.
- ❖ Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện

3. Chương trình OCOP Việt Nam

3.2. Mục tiêu Chương trình OCOP

Mục tiêu tổng quát

- Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh
- Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân
- Góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý

3. Chương trình OCOP Việt Nam

Mục tiêu cụ thể (Giai đoạn 2018-2020)

* Phát triển sản phẩm

- Tiêu chuẩn hóa 50% sản phẩm, dịch vụ du lịch nông thôn hiện có
- Phát triển mới 1.000 SP (tập trung vào đa dạng hóa, chế biến sâu)
- Công nhận ít nhất 100 sản phẩm OCOP đạt hạng 5 sao cấp quốc gia.
- Phát triển 8-10 làng văn hóa du lịch

* Phát triển các tổ chức kinh tế:

- củng cố kiện toàn 100% tổ chức kinh tế sản xuất, kinh doanh
- Phát triển mới ít nhất 500 tổ chức kinh tế..

* Đào tạo, tập huấn chuyên môn quản lý sản xuất, kinh doanh cho:

- 1.200 cán bộ QLNN các cấp thực hiện Chương trình OCOP.
- 100% lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ sản xuất tham gia Chương trình OCOP được đào tạo quản lý sản xuất, quản trị kinh doanh.

3. Chương trình OCOP Việt Nam

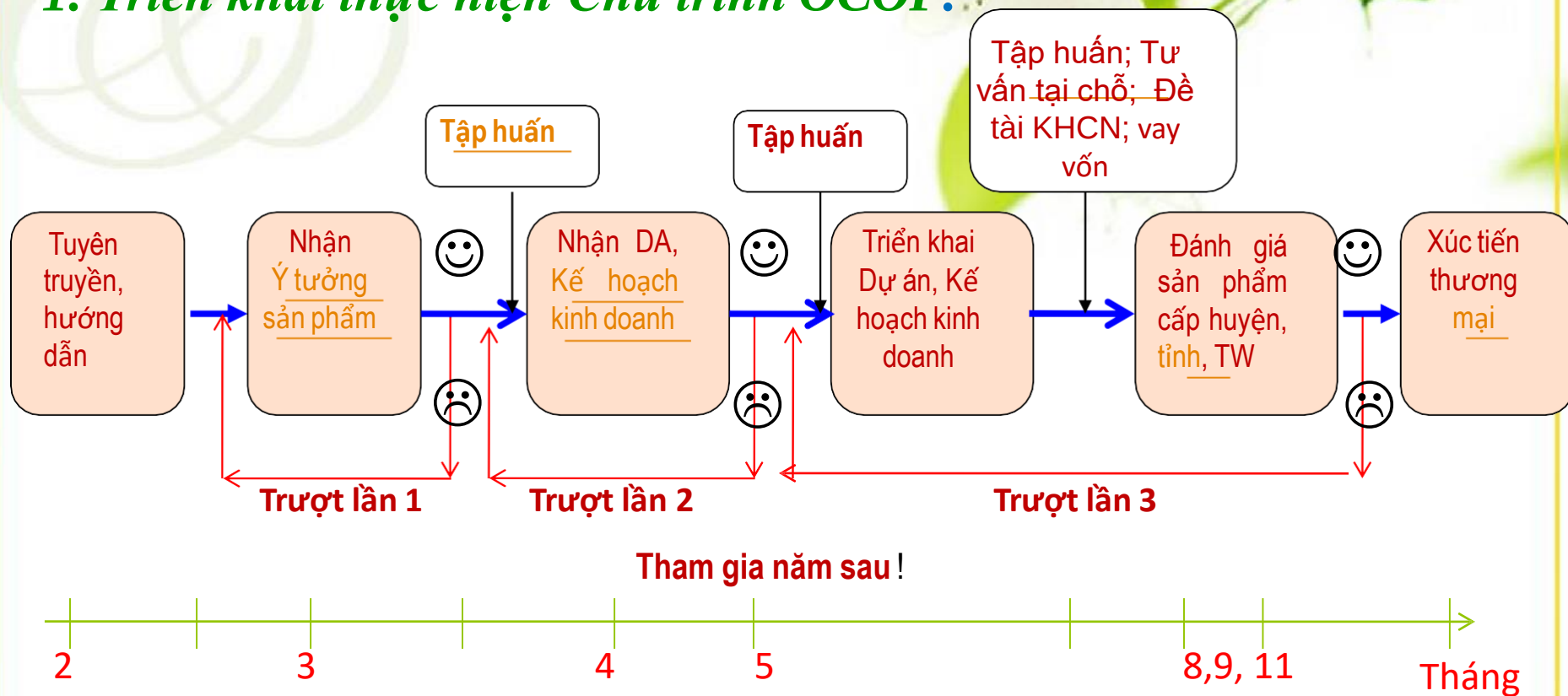
Kết quả chương trình OCOP cả nước

Tính đến hết tháng 5/2020

- Có 63/63 tỉnh thành trên cả nước đã tổ chức xây dựng, trong đó có 61 tỉnh, thành phố phê duyệt đề án, kế hoạch cấp tỉnh.
- Có 32 tỉnh, thành phố tổ chức đánh giá, phân hạng cho 1.711 sản phẩm (đạt 71,3% so với kế hoạch là 2.400 sản phẩm) của 986 chủ thể tham gia Chương trình OCOP (trong đó, có 22 sản phẩm đề xuất 5 sao; 604 sản phẩm đạt 4 sao và 1.085 sản phẩm 3 sao).

3.3. Nội dung cơ bản của Chương trình OCOP

1. Triển khai thực hiện Chu trình OCOP.



Từ dưới lên:

Dân biết – dân bàn – dân làm – dân kiểm tra và thụ hưởng

Từ trên xuống:

Cuộc chơi do Nhà nước đặt ra dành sẵn nguồn lực hỗ trợ khi đề xuất

Sơ đồ chu trình OCOP Thái Nguyên theo đề án số 3485

3.3. Nội dung cơ bản của Chương trình OCOP

2. Xác định và phát triển sản phẩm, dịch vụ OCOP

- a. Xác định sản phẩm, dịch vụ OCOP
- b. Phát triển các sản phẩm, dịch vụ OCOP

3. Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm OCOP

- a. Xây dựng và áp dụng bộ tiêu chí đánh giá và xếp hạng sản phẩm
- b. Quản lý nhãn hiệu, logo OCOP
- c. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu Chương trình OCOP
- d. Xây dựng hệ thống báo cáo theo Bộ chỉ số quốc gia OCOP
- e. Kiểm tra, giám sát

3.3. Nội dung cơ bản của Chương trình OCOP

4. Đào tạo nhân lực

a. Xây dựng Bộ tài liệu đào tạo, tập huấn của Chương trình OCOP

- Tài liệu quản lý chương trình OCOP
- Tài liệu quản lý sản xuất cho đối tượng DNVVN, HTX

b. Đối tượng đào tạo:

- Nhà quản lý, cán bộ vận hành Chương trình
- + Đào tạo chuyên gia cấp Trung ương, cấp tỉnh (Để đào tạo lại)
- + Đào tạo cán bộ quản lý cấp TU, cấp Tỉnh, cấp huyện, xã
- Chủ doanh nghiệp, hợp tác xã, cán bộ kinh doanh, kế toán DNVVN, HTX
- Lao động trực tiếp tại các DNVVN, HTX.

3.3. Nội dung cơ bản của Chương trình OCOP

5. Xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP

- a. Tổ chức xúc tiến thương mại
- b. Xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP

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

- a. Các dự án thành phần cấp tỉnh
- b. Các dự án thành phần cấp quốc gia

4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

4.1. Hệ thống tổ chức Chương trình OCOP

Khái quát hệ thống tổ chức

Chương trình OCOP được cơ cấu theo 3 nhóm chức năng, gồm:

- Hệ thống điều hành OCOP: Nhà nước, đóng vai trò kiến tạo sự phát triển
- Các tổ chức kinh tế tham gia OCOP: Nhà nông, đóng vai trò là chủ thể thực hiện Chương trình
- Hệ thống tư vấn và đối tác OCOP: Nhà doanh nghiệp và Nhà tư vấn, đóng vai trò hợp tác với các tổ chức kinh tế tham gia OCOP tại cộng đồng

4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

Hệ thống điều hành OCOP

Bao gồm: 4 cấp

- **Cơ quan thường trực ở Trung ương:** Bộ Nông nghiệp và PTNT.
Các Bộ phối hợp thực hiện: Bộ Công thương, Khoa học Công nghệ, Y tế, Văn hóa – Thể thao và Du lịch (Tổng Cục du lịch), Giao thông vận tải: Tổng Công ty hàng không (VNAirline, VietJet),...

- **Cơ quan thường trực ở cấp Tỉnh:** Sở Nông nghiệp và PTNT, hoặc Ban Xây dựng nông thôn mới Tỉnh.

- Cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách cấp tỉnh: Chi cục Phát triển nông thôn/ hoặc Phòng Nghiệp vụ OCOP

- **Cơ quan thường trực ở cấp huyện:** Phòng Nông nghiệp và PTNT, hoặc Phòng kinh tế.

- **Cấp xã** Có 1 cán bộ kiêm nhiệm phụ trách OCOP, được lồng ghép trong nhiệm vụ nông thôn mới tại xã

4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh và quốc gia

Nhiệm vụ: Đánh giá và xếp hạng các sản phẩm OCOP thường niên, theo bộ tiêu chí đã ban hành

Các tổ chức kinh tế tham gia OCOP

Các tổ chức kinh tế tham gia OCOP bao gồm: Hộ gia đình đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác, hợp tác xã, doanh nghiệp

4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

Hệ thống tư vấn và đối tác OCOP

a. Hệ thống tư vấn OCOP

OCOP gồm các cá nhân, pháp nhân (doanh nghiệp, viện, trường đại học) có kinh nghiệm và năng lực tư vấn toàn diện các hoạt động của Chương trình OCOP

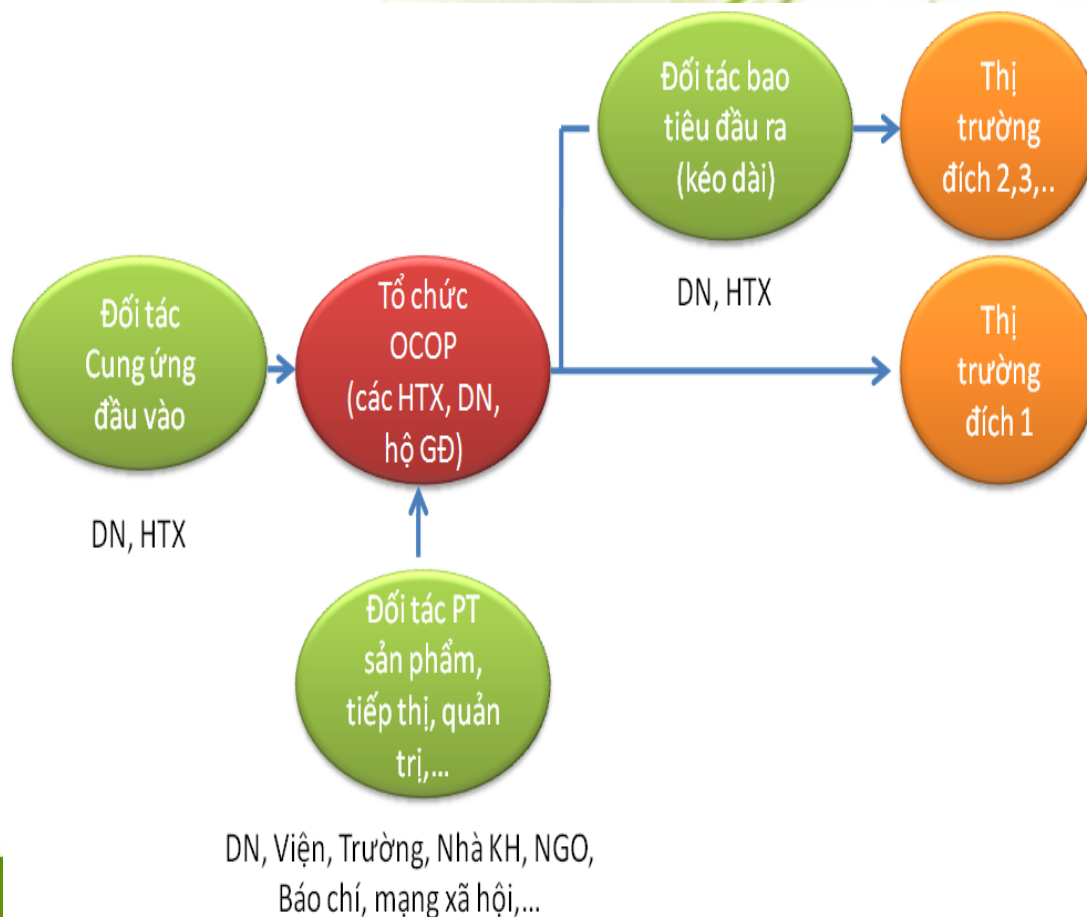


4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

Hệ thống tư vấn và đối tác OCOP

b. Hệ thống đối tác OCOP

Hệ thống đối tác OCOP bao gồm các cá nhân, pháp nhân có quan hệ với các chủ thể OCOP theo cách hợp tác cùng có lợi ích



4. Hệ thống tổ chức và nhân sự chương trình OCOP

4.2. Nhân sự chủ chốt trong Chương trình OCOP

Các nhân sự chủ chốt của Chương trình OCOP chủ yếu ở cấp tỉnh (tại Phòng nghiệp vụ OCOP tỉnh) và cấp huyện (chuyên viên phụ trách OCOP huyện).



5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

5.1. Mục tiêu của bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

- 1) Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ nhất của OVOP toàn cầu
- 2) Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ hai của OVOP (Tự tin và sáng tạo):
- 3) Cung cấp thông tin cho cộng đồng về các tiêu chuẩn để nghiên cứu phát triển sản phẩm
- 4) Làm cơ sở để các cán bộ OCOP cấp huyện, tỉnh tư vấn và hỗ trợ các tổ chức kinh tế của cộng đồng
- 5) Xây dựng thương hiệu OCOP:
- 6) Căn cứ để hỗ trợ xúc tiến thương mại:

5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

5.2. Nội dung bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

1-Tổng quan về bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

Theo Quyết định số 1048 /QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ ngày 21/8/2019, 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 của Thủ tướng chính phủ ngày 8/6/2020 sửa đổi, bổ sung 1 số phụ lục trong Quyết định số 1048 /QĐ-TTg ngày 21/8/2019

5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

1- Tổng quan về bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

Phụ lục I. Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP gồm 06 ngành hàng:

Phụ lục II. 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.

- Phụ lục III. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

2-Nội dung bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

Gồm 3 phần cho 26 bộ sản phẩm:

- **Phần A:** Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (35 điểm), gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; sức mạnh cộng đồng.
- **Phần B:** Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm), gồm: Tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm.
- **Phần C:** 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.

Trong 3 phần này, phần A và phần B là tương đối giống nhau ở tất cả các bộ tiêu chí, chỉ có phần C là khác nhau

5. Bộ tiêu chí đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

3- Phân hạng sản phẩm OCOP

- **Hạng 5 sao:** Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm, là sản phẩm cấp quốc gia, có thể xuất khẩu.
- **Hạng 4 sao:** Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến 89 điểm, là sản phẩm cấp tỉnh, có thể nâng cấp lên hạng 5 sao.
- **Hạng 3 sao:** Tổng điểm trung bình đạt từ 50 đến 69 điểm, là sản phẩm cấp tỉnh, đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 4 sao.
- **Hạng 2 sao:** Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến 49 điểm, sản phẩm chưa đạt tiêu chuẩn, có thể tiếp tục nâng cấp để nâng lên hạng 3 sao.
- **Hạng 1 sao:** Tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm, là sản phẩm khởi điểm tham gia Chương trình OCOP

6. Tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm

6.1. Hội đồng đánh giá và phân hạng sản phẩm

6.1.1. Thành phần Hội đồng cấp trung ương

Có từ 09 đến 11 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: là lãnh đạo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

6.1.2 Thành phần Hội đồng cấp tỉnh

Có từ 09 đến 11 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: là lãnh đạo Ủy ban nhân dân cấp tỉnh;

6.1.3. Thành phần Hội đồng cấp huyện

Có từ 05 đến 07 thành viên, gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: là lãnh đạo Ủy ban nhân dân cấp huyện;

6. Tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm

6.2. Nguyên tắc chấm điểm sản phẩm OCOP

- 1) Từng thành viên Hội đồng đánh giá chấm điểm, sau đó lấy điểm cộng trung bình của các thành viên Hội đồng cho từng sản phẩm.
- 2) Điểm của các thành viên trong Hội đồng không được chênh lệch quá 20/100 điểm.

6.3. Căn cứ chấm điểm sản phẩm OCOP

- Căn cứ vào hồ sơ dự thi đánh giá và phân hạng.
- Căn cứ vào các minh chứng. Các minh chứng gồm 2 loại:
 - + Minh chứng trực tiếp
 - + Minh chứng gián tiếp

TÓM TẮT

- **Cốt lõi của OCOP: Sản phẩm**
- **Yếu tố quyết định thành công:**
 - Quyết tâm của địa phương: Lãnh đạo các cấp
 - Nguồn lực: Từ CT Nông thôn mới
 - Có đánh giá: **Chu trình thường niên**, có thi thố hàng năm
 - Con người: Toàn năng
- **Các bên tham gia:**
 - Người dân: “Người chơi”
 - Như một **Doanh nghiệp thực thụ** mới tồn tại được
 - Nhà nước:
 - Tạo “sân chơi”: chu trình OVOP
 - Điều phối các nguồn lực
 - Nhà khoa học:
 - Cùng làm, chia sẻ lợi ích (theo hợp đồng)
 - Nhà doanh nghiệp:
 - Liên kết theo chuỗi giá trị
- **Các nhà khác:**
 - Tư vấn (cả chương trình, kỹ thuật, thiết kế mẫu mã, quản trị kinh doanh, sản xuất, thị trường,..), Nhà băng: Hợp đồng

Trân trọng cảm ơn quý vị !



TS NGUYỄN VĂN CÔNG