TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Mở rộng thị trường, nâng cao giá trị các sản phẩm OCOP tại tỉnh Cao Bằng

12:08 05/11/2023

Tỉnh Cao Bằng có tiềm năng rất lớn trong việc phát triển sản xuất nông sản đặc hữu của địa phương theo hướng hàng hóa. Tận dụng lợi thế đó, trong những năm qua, được sự hỗ trợ của các cấp, ngành tại địa phương, các sản phẩm nông sản gắn liền với bản sắc dân tộc, các sản phẩm OCOP tỉnh Cao Bằng không ngừng phát triển, được người tiêu dùng trong nước và quốc tế tin dùng và đánh giá cao.



Gian hàng sản phẩm OCOP của tỉnh Cao Bằng (Ảnh: internet)

Chương trình OCOP bắt đầu triển khai trên địa bàn tỉnh Cao Bằng từ năm 2020, thời gian qua, các cấp, ngành trên địa bàn tỉnh nỗ lực triển khai Chương trình OCOP nhằm nâng cao giá trị nông sản, tạo ra nhiều sản phẩm hàng hóa chất lượng mang tính đặc trưng của tỉnh.

Hiện, trên địa bàn tỉnh có trên 500 cơ sở ngành nghề, làng nghề nông thôn, trong đó: 213 cơ sở chế biến nông sản, thực phẩm; 177 cơ sở chế biến lâm sản; 118 hợp tác xã tham gia sản xuất nông, lâm, thuỷ sản; 07 làng nghề được UBND tỉnh công nhận. Đến nay toàn tỉnh có 97 sản phẩm OCOP (gồm 09 sản phẩm đạt hạng 4 sao và 88 sản phẩm đạt hạng 3 sao), thuộc 5 nhóm sản phẩm, gồm: 77 sản phẩm thuộc nhóm thực phẩm, 10 sản phẩm thuộc nhóm đồ uống, 03 sản phẩm thuộc nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, 04 sản phẩm thuộc nhóm thủ công mỹ nghệ, 03 sản phẩm thuộc nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch. Có 67 chủ thể thực hiện (22 HTX, 1 tổ hợp tác, 14 doanh nghiệp và 30 hộ sản xuất, kinh doanh).

Tính riêng năm 2023, toàn tỉnh phấn đấu có thêm 30 sản phẩm trở lên được đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn hạng 3 sao trở lên.

Mục tiêu của tỉnh đến năm 2025, phấn đấu có từ 150 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên, trong đó phấn đấu 04 - 05 sản phẩm tiềm năng 05 sao đề nghị Trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP Quốc gia; củng cố và nâng cấp ít nhất 50% sản phẩm OCOP đã được đánh giá, phân hạng; ưu tiên phát triển sản phẩm OCOP gắn với thương hiệu sản phẩm, phát triển dịch vụ du lịch nông thôn; ít nhất có 40% chủ thể OCOP là hợp tác xã, 30% chủ thể là doanh nghiệp nhỏ và vừa; 30% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, OCOP xanh gắn với vùng nguyên liệu ổn định; ít nhất 50% làng nghề có sản phẩm OCOP; 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...).

Hiện nay, nhiều sản phẩm đã có mặt tại một số chuỗi siêu thị và đại lý, cửa hàng bán lẻ tại thị trường trong và ngoài tỉnh, các sản phẩm có năng lực sản xuất lớn, tiêu thụ ổn định như: sản phẩm lạp sườn, thịt xông khói của HTX Tâm Hòa; nấm hương Việt Trúc Mai (xã Hưng Đạo, Thành phố); rượu ngô Đại Hoàng Cao Bằng; miến dong Tân Việt Á của HTX nông sản Tân Việt Á;...

Không chỉ vậy, một số sản phẩm OCOP của tỉnh Cao Bằng cũng đã được xuất khẩu qua các thị trường lớn như: sản phẩm hồng trà, lục trà của Công ty TNHH Kolia được xuất khẩu sang các nước: Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Australia; sản phẩm chiếu trúc, chiếu trúc hoạt hóa của Công ty TNHH một thành viên 668 được xuất khẩu sang Đài Loan (Trung Quốc), góp phần nâng cao thương hiệu, đưa sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Các sản phẩm OCOP của tỉnh Cao Bằng được khách hàng tin dùng và đánh giá cao, không chỉ đem lại hiệu quả kinh tế mà còn góp phần cơ cấu lại nông nghiệp, thay đổi tư duy sang sản xuất nông nghiệp hàng hóa đáp ứng những

chuẩn mực cao hơn. Đồng thời, thông qua việc phát triển các sản phẩm OCOP địa phương cũng góp phần tạo ra việc làm cho người lao động, thúc đẩy kinh tế địa phương đi lên.

Để nâng cao hiệu quả hiệu quả và phát huy chương trình OCOP tại các huyện, Thành phố cần tiếp tục, định hướng, hướng dẫn các chủ thể OCOP quan tâm, triển khai việc tạo sự khác biệt, tăng giá trị cho sản phẩm, đa dạng kích cỡ, mẫu mã sản phẩm để phù hợp với thị hiếu, nhu cầu người tiêu dùng; đảm bảo vùng nguyên liệu, chất lượng nguyên liệu đầu vào, đảm bảo truy xuất nguồn gốc; bên cạnh việc phát triển sản phẩm, các chủ thể quan tâm, duy trì, chủ động cập nhật các nội dung quy định hằng năm như: Chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm, mã vạch, kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu an toàn thực phẩm...

Đồng thời, chỉ đạo, định hướng cho chủ thể OCOP cần tích cực trong việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm như: kết nối với các siêu thị, nhà hàng, khách sạn, điểm dừng nghỉ, điểm du lịch... trong và ngoài tỉnh; chủ động tích cực tham gia các hội chợ OCOP, hội chợ thương mại tại các tỉnh, thành trên cả nước nhằm quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP, giúp chủ thể mở rộng thị trường, đảm bảo việc liên kết tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi được bền chặt, hiệu quả.

Thiên Trường *(t/h)*