

OCOP: Động lực nâng thu nhập và chuyển dịch kinh tế nông thôn

07:17 21/02/2026

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) đang tạo chuyển biến mạnh mẽ trong phát triển kinh tế nông thôn, khi ngày càng nhiều đặc sản địa phương được chuẩn hóa, nâng cao chất lượng và tiếp cận thị trường rộng lớn hơn. Cùng với định hướng phát triển du lịch nông thôn trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, OCOP không chỉ góp phần gia tăng giá trị sản phẩm mà còn mở ra cơ hội việc làm, cải thiện thu nhập và gìn giữ bản sắc văn hóa vùng miền.

Tính đến cuối năm 2025, cả nước có gần 17.400 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên. Hơn 9.300 chủ thể tham gia chương trình, trong đó khoảng 40% là phụ nữ và gần 20% là người dân tộc thiểu số. Những con số này cho thấy tính lan tỏa và bao trùm của OCOP, tạo cơ hội cho nhiều nhóm đối tượng tham gia phát triển kinh tế ngay tại địa phương.

Đáng chú ý, hiệu quả kinh tế của chương trình ngày càng rõ nét. Có tới 60,7% số chủ thể OCOP ghi nhận doanh thu tăng bình quân 17,6% mỗi năm; 42,3% đơn vị mở rộng quy mô lao động. Nhiều hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và hộ sản xuất đã từng bước chuyển đổi phương thức kinh doanh, đầu tư nâng cấp bao bì, tiêu chuẩn chất lượng và xây dựng thương hiệu bài bản hơn.



Xã Hóc Môn, Thành phố Hồ Chí Minh thành lập Câu lạc bộ OCOP và bố trí mặt bằng để giúp các chủ thể tham gia chương trình OCOP trưng bày, giới thiệu sản phẩm.

Chuyển đổi số cũng đang trở thành động lực quan trọng. Hiện có hơn 4.000 sản phẩm OCOP được gắn mã QR phục vụ truy xuất nguồn gốc, gần 3.000 sản phẩm được phân phối trên các sàn thương mại điện tử như Postmart, Voso, Shopee và Lazada. Nhờ đó, sản phẩm nông thôn không còn bó hẹp trong phạm vi địa phương mà đã tiếp cận người tiêu dùng trên cả nước, thậm chí vươn ra thị trường quốc tế.

Du lịch nông thôn gắn với OCOP và làng nghề truyền thống cũng ghi nhận kết quả tích cực, với doanh thu ước đạt hơn 25.000 tỷ đồng mỗi năm, chiếm khoảng 15% tổng giá trị sản xuất khu vực nông thôn. Nhiều địa phương đã xây dựng các điểm du lịch trải nghiệm, kết hợp tham quan quy trình sản xuất, thưởng thức đặc sản và khám phá văn hóa bản địa, qua đó gia tăng giá trị sản phẩm và kéo dài chuỗi dịch vụ.

Một số sản phẩm OCOP tiêu biểu như gạo ST25, cà-phê rang xay, tinh dầu quế, hạt điều, mật ong rừng, chè thảo mộc... đã có mặt tại hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ, góp phần nâng cao hình ảnh nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Việc đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc ngày càng được chú trọng, giúp tăng sức cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập sâu rộng.

Bước sang giai đoạn 2026-2030, ngành nông nghiệp định hướng chuyển từ phát triển OCOP theo từng sản phẩm riêng lẻ sang tiếp cận theo vùng nguyên liệu và chuỗi giá trị. Mục tiêu đến năm 2030 là có 20.000 sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên, trong đó 150 sản phẩm đạt chuẩn 5 sao quốc gia. Cùng với đó, việc hoàn thiện cơ chế, chính sách ưu đãi về đất đai, tín dụng, công nghệ; xây dựng cơ sở dữ liệu số quốc gia phục vụ quản lý, truy xuất và kết nối thị trường được xem là những giải pháp trọng tâm.

Với đà tăng trưởng hiện nay, OCOP không chỉ là phong trào nâng cấp đặc sản địa phương mà đang trở thành động lực quan trọng thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển theo hướng hiện đại, bền vững và hội nhập.

Nam Sơn (t/h)