

OCOP - Sức sống mạnh mẽ và hướng đi mới cho nông thôn Việt Nam

07:36 19/10/2025

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) cùng với phát triển du lịch nông thôn đang trở thành động lực quan trọng thúc đẩy kinh tế nông thôn Việt Nam.

Theo báo cáo tại Hội nghị đánh giá kết quả phát triển sản phẩm OCOP và du lịch nông thôn giai đoạn 2021-2025, định hướng giai đoạn 2026-2030, cả nước hiện có gần 17.400 sản phẩm OCOP đạt chuẩn, hơn 600 mô hình du lịch nông thôn hoạt động hiệu quả và hàng nghìn chủ thể khởi nghiệp thành công, tạo ra sức sống mạnh mẽ cho kinh tế nông thôn trong bối cảnh hội nhập.



OCOP đã khẳng định được thương hiệu và ngày càng gia tăng giá trị.

Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam nhận định, OCOP và du lịch nông thôn không chỉ khai thác giá trị văn hóa, cảnh quan sinh thái đặc sắc, mà còn hình thành hệ sinh thái kinh tế “đa giá trị” tại các vùng quê. Từ khi triển khai giai đoạn đầu năm 2018, chương trình OCOP đã tạo bước chuyển biến rõ rệt về quy mô sản xuất, tư duy quản trị và chất lượng sản phẩm. Đến tháng 9/2025, hơn 60,7% chủ thể OCOP đạt từ 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 17,6%/năm; 42,3% chủ thể mở rộng quy mô lao động; 40% là phụ nữ và gần 20% thuộc đồng bào dân tộc thiểu số miền núi. Các sản phẩm OCOP ngày càng đáp ứng tốt tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm, mẫu mã và bao bì

thân thiện môi trường, góp phần quảng bá hình ảnh nông thôn Việt Nam năng động và sáng tạo.

OCOP không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn thúc đẩy liên kết chuỗi giá trị, phát triển vùng nguyên liệu địa phương ổn định và thúc đẩy phong trào khởi nghiệp nông thôn. Nhiều mô hình kết hợp trải nghiệm du lịch và tiêu thụ sản phẩm OCOP đang hình thành xu hướng mới, giúp người dân tăng thu nhập, tạo việc làm, đồng thời nâng cao sức hấp dẫn của các điểm đến nông thôn.



Sản phẩm Ocop ngày càng khẳng định được thương hiệu của mình, được đa số người tiêu dùng tin dùng.

Quyển Bộ trưởng Trần Đức Thắng nhấn mạnh, trong giai đoạn 2026-2030, OCOP sẽ chuyển trọng tâm từ số lượng sang chất lượng, lấy đổi mới sáng tạo, phát triển xanh và bền vững làm nền tảng. Các sản phẩm cần xây dựng thương hiệu vùng miền, nâng cao năng lực quản trị, đồng thời đẩy mạnh hợp tác quốc tế, ứng dụng công nghệ số, truy xuất nguồn gốc và xuất hiện trên các sàn thương mại điện tử. Mục tiêu là tạo ra các sản phẩm OCOP có câu chuyện, giá trị thương hiệu rõ ràng, đáp ứng nhu cầu thị trường hiện đại và mở rộng ra thị trường quốc tế.

Thực tiễn triển khai cho thấy OCOP là phong trào phát triển toàn diện nông thôn, từ tổ chức sản xuất, nâng cao năng lực cộng đồng đến bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa địa phương. Sản phẩm OCOP không chỉ đại diện cho một

vùng quê, mà còn thể hiện tinh thần sáng tạo, tự cường của người Việt trong quá trình hội nhập.

Các diễn đàn kết nối giao thương OCOP gần đây đã thu hút hàng nghìn lượt người tham dự, tạo cơ hội ký kết hợp tác giữa chủ thể OCOP với các siêu thị, nhà phân phối và doanh nghiệp, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển chuỗi cung ứng bền vững và tận dụng sức mạnh tiêu dùng nội địa. OCOP đang mở ra hướng đi mới cho nông thôn Việt Nam, hướng tới phát triển xanh, thông minh và hội nhập quốc tế.

Nam Sơn (t/h)