TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Phát triển sản phẩm OCOP bền vững: Từ "nhiều sao" đến nhiều giá trị

13:27 26/07/2026

Sau hơn 7 năm triển khai, Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) đã góp phần thay đổi diện mạo kinh tế nông thôn, tạo ra hàng chục nghìn sản phẩm mang bản sắc địa phương. Tuy nhiên, khi quy mô không còn là thước đo duy nhất, yêu cầu phát triển theo chiều sâu, lấy chất lượng, giá trị gia tăng và tính bền vững làm trọng tâm đang mở ra một giai đoạn mới cho OCOP.

Bước chuyển từ số lượng sang chất lượng

Theo báo cáo sơ kết 6 tháng đầu năm 2026 của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, đến hết tháng 6, cả nước có 21.028 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, tăng gần 2.000 sản phẩm so với cuối năm 2025; 166 sản phẩm đạt chuẩn OCOP 5 sao và 10.657 chủ thể tham gia chương trình. Đáng chú ý, thay vì tiếp tục mở rộng bằng mọi giá, mục tiêu hiện nay là nâng cao chất lượng, gia tăng giá trị và khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm.

Sự thay đổi này được cụ thể hóa bằng Quyết định số 26/2026/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP mới. Bộ tiêu chí không chỉ đánh giá chất lượng sản phẩm mà còn bổ sung nhiều tiêu chí về phát triển cộng đồng, xây dựng thương hiệu, năng lực tiếp thị, truy xuất nguồn gốc, trách nhiệm môi trường và khả năng phát triển thị trường.

Điều đó cho thấy OCOP đang chuyển từ tư duy "có sản phẩm đạt sao" sang "xây dựng sản phẩm có sức sống lâu dài trên thị trường".

Phát triển bền vững bắt đầu từ vùng nguyên liệu

Một trong những hạn chế của nhiều sản phẩm OCOP hiện nay là nguồn nguyên liệu chưa ổn định, quy mô sản xuất còn nhỏ lẻ và phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên. Điều này khiến không ít sản phẩm khó duy trì chất lượng đồng đều khi mở rộng thị trường.

Chính vì vậy, nhiều địa phương đang ưu tiên phát triển vùng nguyên liệu tập trung, sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ và hướng tới mô hình kinh tế tuần hoàn.

Các sản phẩm OCOP được trưng bày tại hội chợ xúc tiến thương mại, góp phần quảng bá đặc sản địa phương và mở rộng thị trường tiêu thụ. Ảnh minh hoạ

Lâm Đồng là một trong những địa phương sớm xác định hướng đi này khi triển khai Chương trình OCOP giai đoạn 2026–2030. Theo kế hoạch, tối thiểu 30% chủ thể OCOP sẽ phát triển chuỗi giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, OCOP xanh gắn với vùng nguyên liệu ổn định, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong sản xuất, chế biến và quản lý chất lượng.

Đây cũng là định hướng được nhiều tỉnh, thành phố lựa chọn nhằm giảm phát thải, sử dụng hiệu quả tài nguyên và nâng cao giá trị sản phẩm ngay từ khâu đầu vào.

Chuyển đổi số và thương hiệu – "chìa khóa" gia tăng giá trị

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh và người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến nguồn gốc sản phẩm, chuyển đổi số đang trở thành một trong những yếu tố quyết định sự phát triển bền vững của OCOP.

Không còn dừng lại ở việc dán tem truy xuất nguồn gốc, nhiều chủ thể OCOP đã đầu tư xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu, mã QR, nền tảng bán hàng trực tuyến và quảng bá trên các sàn thương mại điện tử.

Theo định hướng triển khai giai đoạn mới, các địa phương đều chú trọng đưa sản phẩm OCOP lên môi trường số, mở rộng hệ thống phân phối hiện đại và hỗ trợ chủ thể nâng cao năng lực marketing, bán hàng trực tuyến. Riêng Lâm Đồng đặt mục tiêu 100% sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên được giới thiệu trên sàn thương mại điện tử, đồng thời tăng tỷ lệ sản phẩm tham gia hệ thống siêu thị và chuỗi bán lẻ hiện đại.

Song song với đó, việc đăng ký nhãn hiệu, bảo hộ sở hữu trí tuệ và xây dựng câu chuyện thương hiệu cũng đang được xem là giải pháp quan trọng để gia tăng giá trị cho sản phẩm OCOP, nhất là trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Nhiều sản phẩm OCOP đang được đầu tư nâng cao chất lượng, mẫu mã và truy xuất nguồn gốc nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu. Ảnh minh hoạ

Gắn OCOP với kinh tế xanh và du lịch nông thôn

Một điểm mới đáng chú ý trong giai đoạn phát triển hiện nay là OCOP không chỉ hướng tới tiêu thụ sản phẩm mà còn mở rộng sang lĩnh vực dịch vụ và du lịch.

Nhiều địa phương đã khai thác hiệu quả lợi thế làng nghề, văn hóa truyền thống và cảnh quan thiên nhiên để phát triển các sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái đạt chuẩn OCOP.

Việc kết hợp giữa sản phẩm đặc sản với trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và không gian nông thôn không chỉ giúp kéo dài chuỗi giá trị mà còn tạo thêm sinh kế cho người dân, góp phần giữ gìn nghề truyền thống và bản sắc địa phương.

Theo Bộ tiêu chí OCOP mới, nhóm sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng và du lịch sinh thái tiếp tục được khuyến khích phát triển, tạo điều kiện để các địa phương xây dựng mô hình kinh tế nông thôn đa giá trị thay vì chỉ dựa vào sản xuất nông nghiệp.

2. Các hội chợ OCOP trở thành cầu nối giúp doanh nghiệp, hợp tác xã quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ và xây dựng thương hiệu địa phương. Ảnh minh hoạ

Phát triển bền vững cần sự đồng hành của nhiều chủ thể

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, OCOP vẫn đối mặt với không ít thách thức như năng lực quản trị của các chủ thể còn hạn chế, quy mô sản xuất nhỏ, thiếu liên kết chuỗi, khả năng đổi mới công nghệ chưa đồng đều và sức cạnh tranh của nhiều sản phẩm trên thị trường quốc tế còn khiêm tốn.

Để OCOP phát triển bền vững, các chuyên gia cho rằng cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế hỗ trợ về tín dụng, khoa học - công nghệ, chuyển đổi số và xúc tiến thương mại; đồng thời tăng cường đào tạo kỹ năng quản trị, xây dựng thương hiệu và phát triển thị trường cho các hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và hộ sản xuất.

Việc kiểm soát chất lượng sau khi được công nhận cũng cần được thực hiện thường xuyên nhằm bảo đảm uy tín của Chương trình OCOP, tránh tình trạng sản phẩm đạt sao nhưng không duy trì được chất lượng.

Đặc biệt, việc nâng cao năng lực quản trị cho hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và hộ sản xuất cũng sẽ quyết định khả năng duy trì chất lượng sau khi được công nhận OCOP. Bởi danh hiệu chỉ là điểm khởi đầu; điều giữ chân người tiêu dùng

chính là chất lượng ổn định và uy tín thương hiệu.

Trong giai đoạn phát triển mới, OCOP không chỉ hướng tới nhiều sản phẩm đạt sao hơn mà còn hướng tới những sản phẩm có giá trị kinh tế cao hơn, thân thiện với môi trường hơn và đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Khi chất lượng, đổi mới sáng tạo và phát triển xanh trở thành nền tảng, OCOP sẽ tiếp tục là động lực quan trọng thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển theo hướng hiện đại, bền vững và bao trùm.

Hà Trần