TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Sản phẩm OCOP tạo thêm không gian phát triển kinh tế nông thôn

07:52 10/09/2022

Chương trình OCOP tạo thêm không gian phát triển kinh tế, hòa quyện chung cho giai đoạn sắp tới là phát triển kinh tế nông thôn. Các địa phương cần thay đổi tư duy, đầu tư hơn trong xây dựng sản phẩm đặc trưng để tạo ra sự khác biệt nhằm nâng cao giá trị sản phẩm.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tính đến ngày 31/08, tất cả 63 tỉnh, thành phố đã tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm. Cả nước đã có 8.478 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên - trong đó 65,4% sản phẩm 3 sao, 33,4% sản phẩm 4 sao, 1% sản phẩm tiềm năng 5 sao và 0,2% sản phẩm 5 sao; đã có hơn 4.351 chủ thể OCOP, trong đó 38,3% là hợp tác xã, 26,1% là doanh nghiệp, 33,3% là cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác có sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên.



Các địa phương đã đánh giá và công nhận 65 sản phẩm OCOP thuộc nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch.

Bộ trưởng Lê Minh Hoan nhìn nhận kết quả thực hiện Chương trình OCOP thời gian qua là đáng khích lệ nhưng chưa có gì bảo đảm thành công lâu dài trong một thế giới cạnh tranh. Bởi theo ông, ngày nay là thời đại "bi kịch của người sản xuất" vì có quá nhiều sản phẩm tương đồng để người tiêu dùng lựa chọn.

Ví dụ, trà hoa vàng tưởng là đặc sản riêng có của Quảng Ninh nhưng ở Bắc Kạn, Hà Nội nay cũng có. "Bởi vậy, muốn bán được hàng, ngoài sản phẩm có chất lượng tốt, chúng ta cần phải kể được câu chuyện đầy cảm xúc để lôi cuốn khách hàng", Bộ trưởng Lê Minh Hoan nhấn mạnh.

Lấy thêm ví dụ về quả măng cụt, Bộ trưởng Lê Minh Hoan nói rằng ở nước ta, măng cụt chủ yếu bán tươi, còn ở Thái Lan thì được chế biến rất đa dạng như: măng cụt sấy, nước ép măng cụt, nước măng cụt lên men, viên nén bổ sung chất chống ôxy hóa từ vỏ măng cụt... Hay với quả xoài, người Thái Lan đã tạo ra các sản phẩm xoài sấy dẻo và tạo tác thành những bông hoa đựng trong hộp bảo quản trong suốt để đưa vào nhà hàng, khách sạn cho thực khách thưởng thức cùng nước trà, cà phê...



Từ những góc tiếp cận và cách làm sáng tạo ấy, Thái Lan có thể nâng giá trị sản phẩm lên gấp 10 lần sản phẩm thông thường. "Thay vì sản xuất 10 sản phẩm để có 10 đồng, chúng ta hãy chăm chút, đào sâu nghiên cứu, sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã, quảng bá xây dựng thương hiệu để

bán 1 sản phẩm với giá 10 đồng, đó chính là tư duy kinh tế", Bộ trưởng gợi mở.

Theo người đứng đầu ngành nông nghiệp, chương trình nông thôn mới giai đoạn trước thành công và mang lại ý nghĩa to lớn nhưng nay là lúc khởi tạo cho giai đoạn mới. Đối với Chương trình OCOP, Bộ trưởng Lê Minh Hoan cho biết sẽ tạo thêm không gian phát triển kinh tế, hòa quyện chung cho giai đoạn sắp tới là phát triển kinh tế nông thôn.

Các địa phương cần thay đổi tư duy, đầu tư hơn trong xây dựng sản phẩm đặc trưng để tạo ra sự khác biệt nhằm nâng cao giá trị sản phẩm. Mỗi tỉnh, thành phố cần quan tâm, xây dựng các không gian để quảng bá sản phẩm OCOP tại những vị trí đắc địa, các khách sạn, nhà hàng, nơi có nhiều người qua lại.

OCOP là chương trình phát triển kinh tế nông thôn được triển khai theo Quyết định 490/QĐ-TTg năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ, nhằm phát huy nội lực, thúc đẩy nâng cao giá trị sản phẩm, thu nhập của người dân và mục tiêu cuối cùng là nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân khu vực nông thôn. Sau hơn 04 năm triển khai, chương trình đã có sự lan tỏa mạnh mẽ, trở thành một giải pháp được ưu tiên trong phát triển kinh tế nông thôn, gắn với xây dựng nông thôn mới.

Lê Xuân (t/h)