

Xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP đã khó, giữ được và phát triển càng khó hơn

13:51 24/10/2025

Đây là chia sẻ của bà Hoàng Thị Hoà, Trưởng phòng Phát triển nông thôn, Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội tại buổi Toạ đàm “Phát triển làng nghề Hà Nội gắn với xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP”, được tổ chức ngày 24/10.

Cụ thể, chia sẻ tại buổi toạ đàm, bà Hoàng Thị Hoà khẳng định: Xây dựng được thương hiệu cho sản phẩm làng nghề, sản phẩm OCOP đã khó, giữ được và phát triển OCOP thành thương hiệu mạnh lại càng khó hơn.

Từ nhận định trên, Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội xác định rõ, duy trì và nâng tầm chất lượng là giải pháp cốt lõi để giữ vững thương hiệu OCOP và sản phẩm làng nghề. Từ đó, xây dựng và triển khai một loạt giải pháp.

Trọng tâm trong các giải pháp của Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội là duy trì và nâng cao chất lượng sản phẩm. Đây được xem là nền tảng của thương hiệu, là yếu tố quyết định sự tồn tại của thương hiệu OCOP.



Các diễn giả chia sẻ tại tọa đàm “Phát triển làng nghề Hà Nội gắn với xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP”. Ảnh: PH

Bà Hoàng Thị Hoà cũng cho biết, thời gian qua, Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội đã thực hiện tốt công tác quản lý, giám sát sản phẩm sau khi được chứng nhận OCOP. Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành liên quan hàng năm thành lập đoàn kiểm tra liên ngành TP. Hà Nội tổ chức kiểm tra, giám sát sản phẩm OCOP sau khi được chứng nhận, lưu thông trên thị trường...

Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội cũng triển khai các giải pháp hỗ trợ các chủ thể áp dụng các tiêu chuẩn quản lý chất lượng tiên tiến như VietGAP, GlobalGAP, HACCP, ISO. Đặc biệt là chú trọng kiểm soát nghiêm ngặt nguồn gốc nguyên liệu đầu vào, nhất là đối với nông sản, thực phẩm.

“Giải pháp của Sở Nông nghiệp và Môi trường là một quá trình liên tục, lấy chất lượng và sự đổi mới làm trọng tâm, được bảo vệ bằng pháp lý và công nghệ, nhằm đảm bảo thương hiệu OCOP Hà Nội không chỉ được công nhận mà còn phát triển vững mạnh theo thời gian”, bà Hoàng Thị Hoà nhấn mạnh.



Sản phẩm OCOP từ làng nghề Hà Nội được trưng bày, giới thiệu bên lề tọa đàm. Ảnh: PH

Cũng tại buổi tọa đàm, bà Nguyễn Thị Lan Hương, Chủ tịch Liên hiệp Hợp tác xã Tiêu dùng Việt Nam (VCCU) cho rằng, sản phẩm OCOP ngày càng có được chỗ đứng trong lòng người tiêu dùng Thủ đô và cả nước. Mặc dù vậy, điều này cũng đặt ra thách thức về việc làm thế nào để có thể giữ được “chữ tín” cho thương hiệu OCOP.

Tương tự, chia sẻ tại buổi tọa đàm, đại diện các doanh nghiệp trên địa bàn TP. Hà Nội cũng cho rằng, làm ra được sản phẩm tốt rồi, nhưng tiêu thụ thế nào là vấn đề lớn đối với các cơ sở. Cụ thể, không chỉ vấn đề tiêu thụ, việc giữ cho được thương hiệu OCOP cho sản phẩm trên thị trường đầy biến động và đa dạng hiện nay cũng là bài toán khiến các cơ sở sản xuất, kinh doanh phải “đau đầu”.

Tuấn Ngọc