

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC

Vũ Quỳnh Nam

Tóm tắt: Những năm qua, sản phẩm OCOP đã khẳng định được vai trò trong việc phát triển sản phẩm thế mạnh của các địa phương. Khu vực Trung du và miền núi phía Bắc có lợi thế rất lớn về các sản phẩm nông sản đặc sản, vì vậy, việc các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP đã góp phần nâng cao chất lượng và quảng bá sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Bài viết phân tích thực trạng sản phẩm OCOP khu vực này giai đoạn 2020-2022 và kết quả khảo sát của 600 chủ thể sản xuất về vai trò của sản phẩm OCOP và 210 khách hàng tiêu dùng sản phẩm OCOP. Từ đó đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm OCOP trong quá trình hội nhập quốc tế.

Từ khóa: Khu vực Trung du và miền núi phía Bắc; Phát triển sản phẩm OCOP.

Đặt vấn đề

Sau 5 năm triển khai, Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) đã lan tỏa đến nhiều địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất. Chương trình đã chú trọng vào phát triển các vùng sản xuất gắn với cây, con chủ lực, thế mạnh của các ngành nghề truyền thống, đặc sản của địa phương; từng bước hình thành và nhân rộng các mô hình liên kết kinh tế, hợp tác xã nông nghiệp, phát triển các vùng chuyên canh, sản xuất hàng hóa gắn với ứng dụng khoa học công nghệ, kỹ thuật cao vào sản xuất. Công tác xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm được tỉnh và nhiều địa phương chú trọng, tạo nên thương hiệu và giá trị cao cho các sản phẩm. Mới đây, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025 để tiếp tục triển khai Chương trình OCOP giai đoạn tiếp (Thủ tướng Chính phủ, 2022). Chương trình đã tạo sự chuyển biến trong tư duy và cách thức tổ chức sản xuất của người dân khu vực nông thôn, từng bước chuyển đổi sản xuất quy mô nhỏ sang sản xuất theo hướng liên kết chuỗi giá trị khép kín,

gắn với vai trò của các HTX, doanh nghiệp (tỷ lệ chủ thể OCOP xây dựng được vùng nguyên liệu ổn định theo liên kết chuỗi giá trị sản phẩm OCOP là 34,6%). Chương trình đã góp phần tạo thêm việc làm, thúc đẩy hướng đi về phát triển sinh kế ở những vùng đặc biệt khó khăn và các nhóm yếu thế như: đồng bào dân tộc thiểu số, phụ nữ (tỷ lệ chủ thể OCOP mở rộng quy mô về lao động là 34,6%; tỷ lệ chủ thể OCOP là nữ là 40%; chủ thể là người dân tộc thiểu số khu vực đặc biệt khó khăn, miền núi chiếm 17,1%). Đồng thời, Chương trình cũng giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao thu nhập cho các chủ thể sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP tại các địa phương (tỷ lệ chủ thể OCOP gia tăng về sản lượng sau khi được công nhận OCOP là 46,0%; doanh thu bán hàng tăng bình quân 29,7%; tỷ lệ sản phẩm OCOP có giá bán twang lên là 50,43%, mức tăng giá bình quân là 17,5%) (Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023).

Trung du và miền núi phía Bắc là “vùng trũng”, “lõi nghèo” của cả nước, tỷ lệ nghèo đa chiều của khu vực năm 2022 là 22%, gấp 3 lần bình quân cả nước (Bộ Kế hoạch và Đầu tư,

2023). Trong khi đó, khu vực Trung du và miền núi phía Bắc chiếm 30,7% diện tích và 14,4% dân số cả nước, với nhiều dân tộc anh em cùng sinh sống: Thái, Mường, Dao, Mông, Tày, Nùng... (Wikipedia, 2024). Đây là khu vực có lợi thế rất lớn trong phát triển các sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp đặc sản: chè, lê, café, mật ong, quế, hồi,... Trong đó, đã có nhiều sản phẩm được bảo hộ tài sản trí tuệ: Chè Tân Cương, Thái Nguyên; Mật ong Bạc Hà, Hà Giang; Thạch đen Tràng Định, Lạng Sơn; Bơ Sơn La;... (Cục Sở hữu trí tuệ, 2022). Tuy nhiên, khu vực Trung du và miền núi phía Bắc gặp khó khăn trong phát triển sản phẩm OCOP và sản phẩm nông nghiệp do hạ tầng và giao thông hạn chế, sản xuất manh mún, thiếu vốn đầu tư, và kỹ năng quản lý chưa đầy đủ. Thêm vào đó, biến đổi khí hậu cũng ảnh hưởng tiêu cực đến năng suất và chất lượng sản phẩm. Việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ còn nhiều bất cập, khiến sản phẩm dễ bị làm nhái.

Ngày 09/01/2023 Quốc hội đã thông qua Nghị quyết số 81/2023/QH15 về Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, trong đó định hướng Quy hoạch Vùng Trung du và miền núi phía Bắc thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 với trọng tâm là phát triển vùng theo hướng xanh, bền vững và toàn diện trên cả ba trụ cột kinh tế-xã hội-môi trường, đẩy mạnh liên kết nội vùng, giữa vùng với các vùng khác trong nước, qua

đó tạo bước đột phá trong liên kết phát triển bền vững vùng, liên kết phát triển sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp các địa phương trong vùng với các địa phương khác và định hướng xuất khẩu. Bài viết này phân tích thực trạng sản phẩm OCOP khu vực này giai đoạn 2020-2022 và kết quả khảo sát của 600 chủ thể sản xuất về vai trò của sản phẩm OCOP và 210 khách hàng tiêu dùng sản phẩm OCOP, từ đó đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm OCOP trong quá trình hội nhập quốc tế.

1. Thực trạng phát triển sản phẩm OCOP khu vực Trung du và miền núi phía Bắc giai đoạn 2020-2022

Tính đến ngày 30/6/2023, cả nước có 63/63 tỉnh, thành phố đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP, tổng 9.852 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên, trong đó 66,9% sản phẩm 3 sao, 32,2% sản phẩm 4 sao, 0,6% sản phẩm tiềm năng 5 sao và 42 sản phẩm 5 sao (Văn phòng điều phối Nông thôn mới Trung ương, 2023) cho 5.069 chủ thể OCOP, trong đó 38,5% là HTX, 24,4% là doanh nghiệp, 34,1% là cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác. Các địa phương đã khai thác được tiềm năng, thế mạnh để phát triển sản phẩm OCOP, điển hình như: vùng Đồng bằng sông Hồng chiếm 31,36% tổng sản phẩm OCOP cả nước; vùng Trung du và miền núi phía Bắc chiếm 19,8% và vùng Đồng bằng sông Cửu Long chiếm 18,4%.

BẢNG 1. SỐ LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2020-2022

Khu vực/Vùng	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (%)		Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2020-2022 (%)
				2021/2020	2022/2021	
1. Trung du và miền núi phía Bắc	1.126	1.590	1.755	141,21	110,38	124,84
2. Khu vực đồng bằng sông Hồng	1.759	2.185	2.865	124,22	131,12	127,62
3. Bắc Trung Bộ	460	781	1.014	169,78	129,83	148,47
4. Duyên Hải Nam Trung Bộ	438	705	726	160,96	102,98	128,75
5. Tây Nguyên	379	584	643	154,09	110,10	130,25

Khu vực/Vùng	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (%)		Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2020-2022 (%)
				2021/2020	2022/2021	
6. Đông Nam Bộ	134	248	314	185,07	126,61	153,08
7. Khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long	796	1.276	1.568	160,30	122,88	140,35
TỔNG	5.092	7.369	8.876	144,72	120,45	132,03

Nguồn: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023.

Bảng 1 cho thấy, Trung du và miền núi phía Bắc là vùng có số lượng sản phẩm OCOP lớn thứ hai cả nước (1.755 sản phẩm OCOP, năm 2022), sau khu vực đồng bằng sông Hồng (2.865 sản phẩm OCOP, năm 2022). Vùng Đông Nam Bộ có số lượng sản phẩm OCOP thấp nhất cả nước, năm 2022 toàn vùng chỉ có 314 sản phẩm OCOP. Vùng Tây Nguyên thấp thứ 2 cả nước với 643 sản phẩm OCOP năm 2022. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2020-2022, vùng Đông Nam Bộ có tốc độ tăng bình quân cao nhất cả nước đạt 153,08%; thứ hai là vùng Bắc Trung Bộ với tốc độ tăng bình quân đạt

48,47%; thứ ba là khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long có tốc độ tăng bình quân đạt 140,43%. Tốc độ tăng bình quân chung cả nước về số lượng sản phẩm OCOP giai đoạn 2020-2022 là 132,03%. Số lượng sản phẩm OCOP tăng lên nhiều cho thấy sự phát triển kinh tế địa phương, nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường. Điều này phản ánh sự khai thác hiệu quả các sản phẩm đặc trưng, tạo việc làm và thu nhập cho người dân. Đồng thời, nó cũng khẳng định giá trị văn hóa và bản sắc địa phương, nâng cao nhận thức và sự tham gia tích cực của người dân vào chương trình phát triển kinh tế - xã hội.

BẢNG 2. SỐ LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP CÁC TỈNH KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC GIAI ĐOẠN 2020-2022

TT	Tỉnh	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (%)		Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2020-2022 (%)
					2021/2020	2022/2021	
1	Hà Giang	188	233	233	123,94	100,00	111,33
2	Tuyên Quang	79	128	128	162,03	100,00	127,29
3	Cao Bằng	24	58	58	241,67	100,00	155,46
4	Lạng Sơn	47	61	94	129,79	154,10	141,42
5	Lào Cai	102	120	139	117,65	115,83	116,74
6	Yên Bái	61	138	158	226,23	114,49	160,94
7	Thái Nguyên	74	129	127	174,32	98,45	131,00
8	Bắc Kạn	131	155	155	118,32	100,00	108,78
9	Phú Thọ	55	78	141	141,82	180,77	160,11
10	Bắc Giang	117	155	155	132,48	100,00	115,10
11	Hòa Bình	70	100	123	142,86	123,00	132,56
12	Sơn La	85	85	85	100,00	100,00	100,00

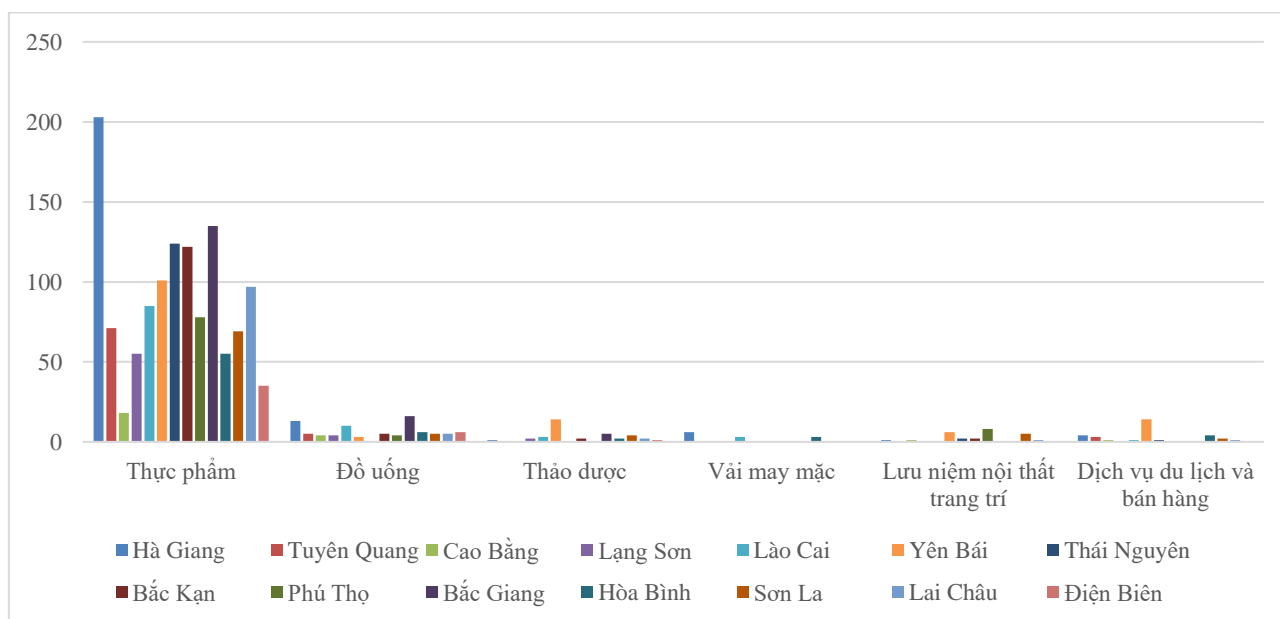
TT	Tỉnh	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (%)		Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2020-2022 (%)
					2021/2020	2022/2021	
13	Lai Châu	60	106	106	176,67	100,00	132,92
14	Điện Biên	33	44	53	133,33	120,45	126,73
	TỔNG	1.126	1.590	1.755	141,21	110,38	124,84

Nguồn: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023.

Số lượng sản phẩm OCOP một số tỉnh thuộc khu vực Trung du và miền núi phía Bắc có tốc độ phát triển mạnh trong giai đoạn 2020-2022 là tỉnh Cao Bằng với tốc độ tăng bình quân đạt 55,46%, tỉnh Phú Thọ có tốc độ tăng bình quân đạt 60,11%, tỉnh Yên Bái có tốc độ tăng bình quân đạt 60,94%... (Bảng 2). Tốc độ tăng bình quân giai

đoạn 2010-2022 về số lượng sản phẩm OCOP của toàn khu vực Trung du và miền núi phía Bắc đạt 124,84%. Tỉnh Điện Biên là tỉnh có số lượng sản phẩm OCOP thấp nhất vùng, đến hết năm 2022 toàn tỉnh có 53 sản phẩm đạt OCOP 3 sao và 4 sao, chưa có sản phẩm OCOP 5 sao. Nếu phân sản phẩm OCOP theo nhóm ngành năm 2022 ta có Hình 1.

HÌNH 1. SỐ LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC PHÂN THEO NHÓM NGÀNH NĂM 2022



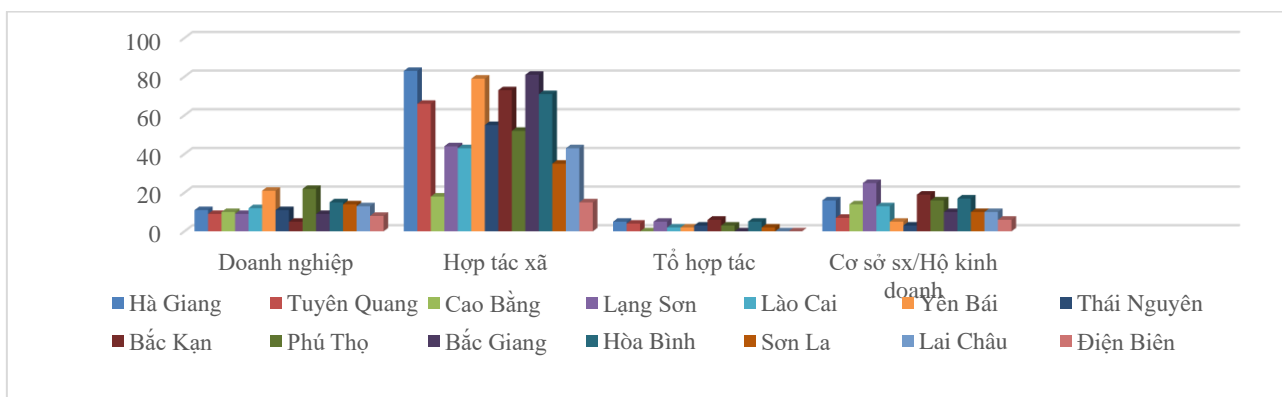
Nguồn: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023.

Hình 1 cho thấy, nhóm ngành sản phẩm OCOP chủ yếu của khu vực Trung du và miền núi phía Bắc là nhóm ngành thực phẩm (chiếm trên 86,73%); đồ uống (5,98%); thảo dược (2,5%); vải may mặc (0,83%); lưu niệm nội thất trang trí (1,18%); dịch vụ du lịch và bán hàng (2,15%).

Điều này đã khẳng định được mặt hàng chủ lực và thế mạnh của các tỉnh Trung du và miền núi phía Bắc.

Hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP khu vực Trung du và miền núi phía Bắc được trình bày ở Hình 2.

HÌNH 2. SỐ LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC PHÂN THEO HÌNH THỨC TỔ CHỨC SẢN XUẤT NĂM 2022

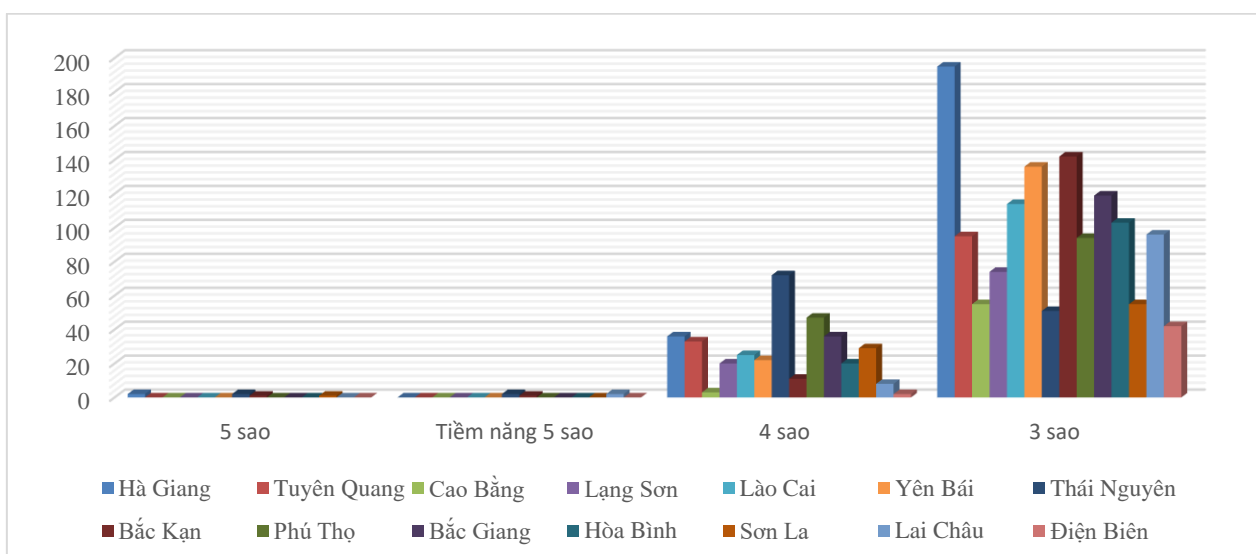


Nguồn: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023.

Hình 2 cho thấy, hình thức tổ chức sản xuất sản phẩm OCOP chủ yếu của khu vực Trung du và miền núi phía Bắc là Hợp tác xã (chiếm 66,78%); tiếp sau là doanh nghiệp (chiếm 14,89%), tổ hợp tác (chiếm 3,26%), hình thức tổ chức sản xuất sản phẩm OCOP là cơ sở sản xuất/Hộ kinh doanh chiếm 15,07%. Như vậy, hình thức cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh sản phẩm OCOP vẫn chiếm khá lớn. Đây cũng là một trong những hạn chế trong việc liên kết phát triển thị trường của các chủ thể sản xuất

kinh doanh sản phẩm OCOP trong vùng, do cơ sở sản xuất/ hộ kinh doanh quy mô nhỏ, thiếu tính chuyên nghiệp và khả năng tài chính hạn chế, dẫn tới hạn chế trong phát triển thị trường. Các đơn vị này thường hoạt động độc lập, thiếu sự hợp tác và liên kết, dẫn đến khó khăn trong tiêu chuẩn hóa sản phẩm và xây dựng thương hiệu. Để khắc phục, cần thúc đẩy mô hình hợp tác xã, doanh nghiệp và tăng cường hỗ trợ về vốn, kỹ thuật và thị trường cho các cơ sở sản xuất và hộ kinh doanh.

HÌNH 3. SỐ LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC PHÂN THEO HẠNG SAO NĂM 2022



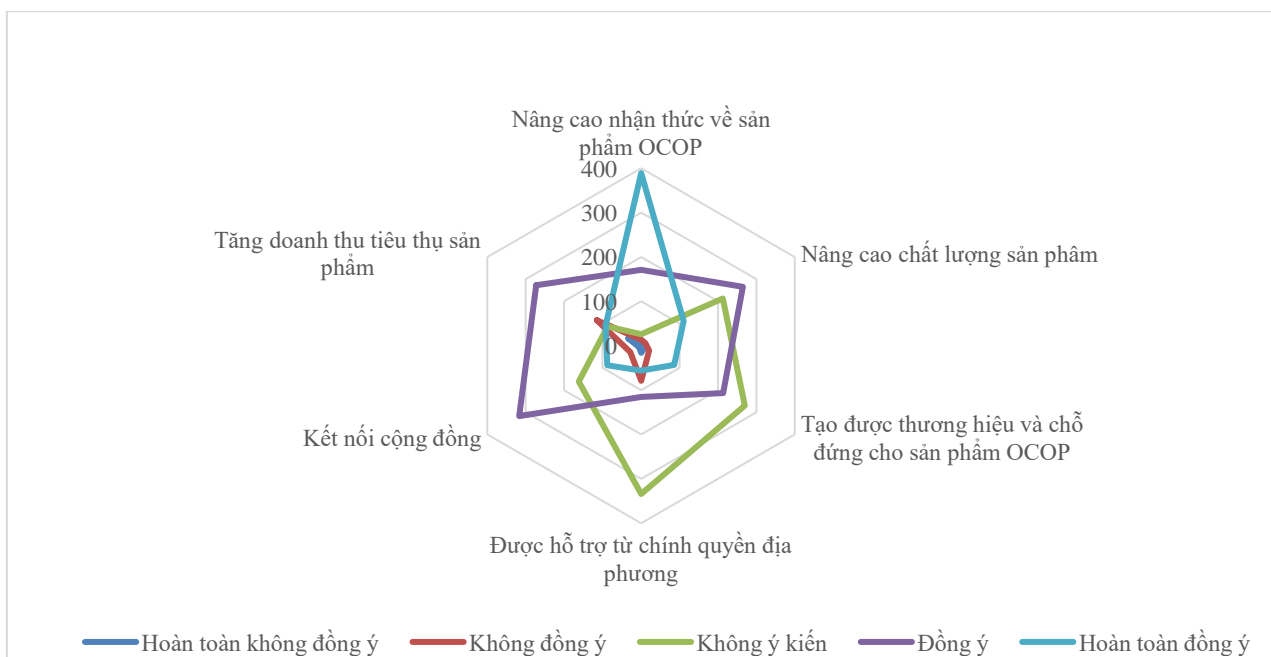
Nguồn: Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, 2023.

Hình 3 cho thấy, số lượng sản phẩm OCOP khu vực Trung du và miền núi phía Bắc phần lớn là sản phẩm OCOP 3 sao chiếm 78,52%, sản phẩm OCOP 4 sao chiếm 20,85%, sản phẩm OCOP tiềm năng 5 sao chiếm 0,29%, sản phẩm OCOP 5 sao chiếm 0,34%. Trong đó, tỉnh Lào Cai là tỉnh có số lượng sản phẩm OCOP 3 sao nhiều nhất vùng với 180 sản phẩm; thứ hai là tỉnh Bắc Giang với 140 sản phẩm OCOP 3 sao; thứ ba là tỉnh Yên Bái với 128 sản phẩm OCOP 3 sao. Tuy nhiên, trong các sản phẩm OCOP được công nhận thì số lượng sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ còn chưa nhiều. Theo số liệu thống kê của Văn phòng Điều phối nông thôn mới, khoảng gần 40% số lượng sản phẩm OCOP được công nhận là sản phẩm đã được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý). Mới đây, ngày 24/02/2023 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 148/QĐ-TTg về Bộ tiêu chí và quy định đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm, thì bắt buộc các sản phẩm OCOP đạt từ

4 sao trở lên phải được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Đây là thách thức, cũng là cơ hội cho các chủ thể sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp muốn duy trì và tăng hạng sao cho sản phẩm của mình.

Như vậy, có thể thấy số lượng sản phẩm OCOP khu vực Trung du và miền núi phía Bắc chủ yếu là sản phẩm OCOP 3 sao, chiếm 78,52%; hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh là HTX chiếm 66,78%. Các sản phẩm OCOP này, sau khi được công nhận đã gia tăng được giá trị, góp phần giúp các chủ thể tăng quy mô sản xuất và doanh thu. Hiện nay, tại khu vực, đã có 60,15% chủ thể OCOP đạt từ 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 18,76%/năm. Giá bán các sản phẩm OCOP được công nhận tăng bình quân 14,5-18,40% (Vũ Quỳnh Nam, 2022). Chương trình OCOP đã tạo được phong trào khởi nghiệp mạnh mẽ, hình thành nhiều vùng sản xuất nông nghiệp sạch, ứng dụng công nghệ cao gắn với chuỗi giá trị sản phẩm. Nhờ đó, sản phẩm OCOP đã từng bước khẳng định được vị thế và uy tín của mình trên thị trường.

HÌNH 4. ĐÁNH GIÁ CỦA CHỦ THỂ SẢN XUẤT SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC



Nguồn: Kết quả Đề tài cấp Nhà nước, Vũ Quỳnh Nam năm 2022.

2. Kết quả khảo sát chủ thể sản xuất và khách hàng về sản phẩm OCOP

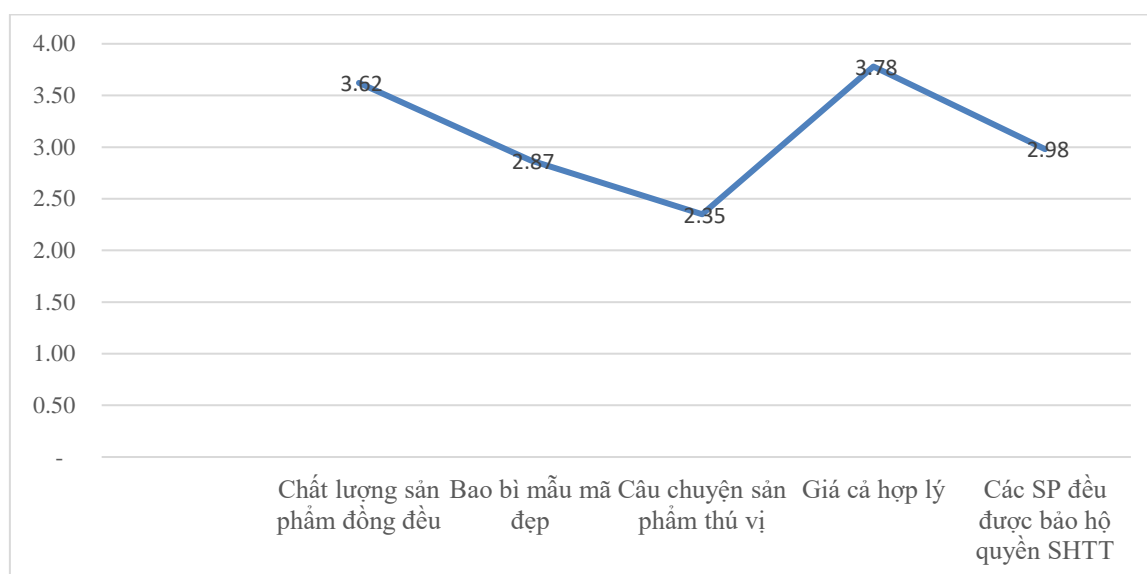
Để đảm bảo tính thuyết phục cho các nhận định trên, trong quá trình triển khai nhiệm vụ cấp quốc gia về “Nâng cao nhận thức, tập huấn về bảo hộ, phát triển tài sản trí tuệ cho các chủ thể sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp của khu vực Trung du và miền núi phía Bắc”, tác giả sử dụng thang đo likert 5 mức độ: 1: Hoàn toàn không đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý để khảo sát 600 chủ thể sản xuất là các doanh nghiệp, HTX, THT và các hộ sản xuất sản phẩm OCOP tại khu vực Trung du và miền núi phía Bắc (Vũ Quỳnh Nam, 2022) về tầm quan trọng của phát triển sản phẩm OCOP (Hình 4).

Hình 4 cho thấy, việc tham gia sản phẩm OCOP có vai trò rất lớn đối với các chủ thể trong việc nâng cao nhận thức về sản phẩm OCOP; nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP của chính các chủ thể và kết nối cộng đồng trong phát triển sản phẩm. Đây là một tín hiệu đáng mừng, bởi khi các chủ thể nâng cao được nhận thức và có khả năng kết nối cộng đồng sẽ

giúp nâng cao chất lượng sản phẩm tạo sự cạnh tranh của sản phẩm OCOP trên thị trường, qua đó tạo niềm tin cho người tiêu dùng, từ đó giúp tăng doanh thu tiêu thụ sản phẩm cho sản phẩm OCOP. Tuy nhiên, việc hỗ trợ của chính quyền địa phương đối với sản phẩm OCOP tại khu vực còn chưa thực sự đến được hết các chủ thể, nhiều chủ thể còn chưa được hỗ trợ và mức hỗ trợ của các chủ thể đã được hỗ trợ còn thấp; việc tạo được thương hiệu và chỗ đứng cho sản phẩm OCOP, đặc biệt là OCOP 3 sao còn chưa nhiều. Kết quả khảo sát cũng cho thấy, nhu cầu của các chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP của khu vực trong việc quảng bá tiêu thụ sản phẩm, mong muốn chính sách của nhà nước hướng tới “người Việt ưu tiên dùng sản phẩm OCOP”. Do vậy, để phát huy đúng vai trò và chức năng của Chương trình OCOP, các địa phương cần tập trung nhiều hơn vào việc hỗ trợ bảo bì, quảng bá tiêu thụ sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

Kết quả khảo sát 210 khách hàng đối với sản phẩm OCOP khu vực Trung du và miền núi phía Bắc được trình bày ở Hình 5.

HÌNH 5. ĐÁNH GIÁ CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI SẢN PHẨM OCOP KHU VỰC TRUNG DU VÀ MIỀN NÚI PHÍA BẮC



Nguồn: Kết quả Đề tài cấp Nhà nước, Vũ Quỳnh Nam năm 2022.

Hình 5 cho thấy, khách hàng cho rằng chất lượng sản phẩm OCOP chưa đồng đều, với mức đánh giá điểm trung bình là 3,62 điểm; bao bì mẫu mã còn khá đơn giản và đơn điệu (điểm trung bình 2,87 điểm); phần lớn khách hàng không quan tâm đến câu chuyện về sản phẩm OCOP (mức đánh giá điểm trung bình 2,35 điểm), mà quyết định mua hàng phụ thuộc vào thương hiệu OCOP mà sản phẩm có được và chất lượng sản phẩm. So với giá cả hàng hóa cùng loại, giá sản phẩm OCOP được khách hàng cho là hợp lý (mức đánh giá điểm trung bình là 3,78 điểm). Tuy nhiên, theo khách hàng, để biết sản phẩm OCOP đã được bảo hộ chưa là khá khó khăn, vì trên bao bì nhãn mác sản phẩm gần như chưa có thông tin về bảo hộ sản phẩm (mức đánh giá điểm trung bình về sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ là 2,98 điểm). Đây cũng là một trong những yếu tố mà khách hàng rất quan tâm khi mua sản phẩm OCOP hiện nay.

Kết luận và khuyến nghị

Chương trình OCOP đã đạt được những thành tựu nhất định, đặc biệt là việc nâng cao nhận thức của các chủ thể sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP tại khu vực Trung du và miền núi phía Bắc. Bên cạnh đó, nhiều chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP đã được triển khai ở cả cấp trung ương và địa phương, mang lại hiệu quả thiết thực: các hội chợ sản phẩm OCOP tại các địa phương, các gian hàng trưng bày và tiêu thụ sản phẩm, cùng các siêu thị, cửa hàng có khu vực bán hàng sản phẩm OCOP (Vũ Quỳnh Nam, 2022). Tuy nhiên, chất lượng sản phẩm còn chưa đồng đều, bao bì và mẫu mã vẫn còn đơn điệu. Các chính sách của trung ương và địa phương đối với sản phẩm OCOP đã được triển khai nhưng chưa thực sự hiệu quả, đặc biệt là việc nâng cao nhận thức về quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm OCOP chưa được chú trọng đúng mức. Do đó, để phát triển sản phẩm OCOP tại khu vực Trung du và miền núi phía

Bắc, các địa phương cần triển khai đồng bộ các giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao nhận thức về vai trò của sản phẩm OCOP đối với các chủ thể sản xuất, kinh doanh, nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sản xuất đáp ứng tiêu chuẩn OCOP khi yêu cầu thị trường về chất lượng và mẫu mã sản phẩm ngày càng cao và yêu cầu hội nhập quốc tế.

Thứ hai, tạo thói quen tiêu dùng sản phẩm OCOP của khách hàng thông qua việc xây dựng kế hoạch và tuyên truyền chiến dịch “Người Việt ưu tiên tiêu dùng sản phẩm OCOP”.

Thứ ba, quảng bá và truyền thông rộng rãi sản phẩm trong và ngoài tỉnh, định hướng xuất khẩu sản phẩm OCOP đối với những sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn của các quốc gia đối tác thông qua các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Tạo dựng các kênh phân phối hiệu quả và mở rộng thị trường qua các hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia các hội chợ, triển lãm để giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Thứ tư, thúc đẩy liên kết vùng và hợp tác chuỗi giá trị, xây dựng các mô hình liên kết giữa các hộ sản xuất với nhau và với các doanh nghiệp để tạo ra chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm, qua đó tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

Thứ năm, chú trọng đến việc bảo vệ và phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP thông qua việc đầu tư cho nghiên cứu và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ nhằm tạo ra các thương hiệu mạnh cho sản phẩm.

Thứ sáu, phát triển sản phẩm OCOP kết hợp với phát triển du lịch tại địa phương nhằm khai thác các giá trị văn hóa, lịch sử của khu vực để phát triển các sản phẩm du lịch gắn với sản phẩm OCOP, từ đó tạo ra giá trị gia tăng và thu hút khách.

Tài liệu tham khảo

1. Cục Sở hữu trí tuệ (2023). Truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/vi_VN/web/guest/tra-cuu-thong-tin ngày 02/4/2024.
2. Quốc hội (2023). *Nghị quyết số 81/2023/QH15 của Quốc Hội ngày 09/01/2023, về Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.*
3. Thủ tướng Chính phủ (2022). *Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025.*
4. Thủ tướng Chính Phủ (2023). *Quyết định số 148/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 24/02/2023 Về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy định đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm.*
5. Wikipedia (2024). *Trung du và miền núi phía Bắc.* Truy cập tại https://vi.wikipedia.org/wiki/Trung_du_v%C3%A0_mi%E1%BB%81n_n%C3%BAi_ph%C3%ADa_B%E1%BA%AFc ngày 2/4/2024.
6. Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương (2023). *Báo cáo tình hình thực hiện Chương trình OCOP giai đoạn 2020-2022.*
7. Vũ Quỳnh Nam (2022). Nâng cao nhận thức, tập huấn về bảo hộ, phát triển tài sản trí tuệ cho các chủ thể sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp của khu vực Trung du và miền núi phía Bắc. *Đề tài cấp Nhà nước. Mã số: SHTT.TW.09-2022.*
8. Vũ Quỳnh Nam, Nguyễn Hữu Phương, Nguyễn Anh Tú (2024). Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển sản phẩm OCOP tỉnh Tuyên Quang. *Tap chí Công thương*, Số 2 tháng 2/2024. Truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tich-danh-gia-thuc-trang-phat-trien-san-pham-ocop-tinh-tuyen-quang-118332.htm> ngày 2/4/2024.

Thông tin tác giả:**1. Vũ Quỳnh Nam, TS.**

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Thái Nguyên.
- Địa chỉ email: quynhnam@tueba.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/4/2024

Ngày nhận bản sửa: 29/4/2024

Ngày duyệt đăng: 10/5/2024