



Chương trình “Một xã một sản phẩm” (OCOP) trong bối cảnh chuyển đổi hệ thống lương thực, thực phẩm bền vững ở Việt Nam

NGUYỄN MAI HƯƠNG

Viện Chiến lược, Chính sách nông nghiệp và môi trường

Chuyển đổi hệ thống lương thực, thực phẩm (LTTP) đang trở thành một yêu cầu toàn cầu trong bối cảnh dân số tăng, biến đổi khí hậu, suy giảm tài nguyên và nhu cầu tiêu dùng bền vững ngày càng cao. Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế này khi vừa cần đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, vừa phải hướng tới một nền nông nghiệp sinh thái, tuần hoàn và có trách nhiệm với môi trường. Việt Nam đã ban hành Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 [5] và Kế hoạch hành động quốc gia chuyển đổi hệ thống LTTP minh bạch, trách nhiệm và bền vững đến năm 2030 [6], khẳng định cam kết mạnh mẽ trong việc xây dựng nền nông nghiệp hiện đại, bền vững. Trong tiến trình chuyển đổi đó, Chương trình “Một xã một sản phẩm” (OCOP) được xem là công cụ quan trọng, không chỉ nhằm nâng cao giá trị sản phẩm, mà còn góp phần thúc đẩy chuyển đổi hệ thống LTTP theo hướng đa giá trị, vừa đảm bảo sinh kế, vừa tạo ra các sản phẩm an toàn, có nguồn gốc rõ ràng, thân thiện môi trường và giàu bản sắc văn hóa. Chương trình OCOP là một mắt xích trong chiến lược phát triển nông nghiệp, nông thôn bền vững của Việt Nam.

1. TỔNG QUAN VỀ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Khởi nguồn từ mô hình “Một làng một sản phẩm” (One Village, One Product - OVOP) của Nhật Bản, Chương trình OCOP được chính thức triển khai rộng rãi trên cả nước từ năm 2018 theo Quyết định số 490/QĐ-TTg [1] và Quyết định số 919/QĐ-TTg năm 2022 [2]. OCOP là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực thông qua việc khai thác hiệu quả các lợi thế về nguyên liệu và lao động địa phương, trí tuệ và sự sáng tạo của cộng đồng, văn hóa bản địa, từ đó gia tăng giá trị cũng như nâng cao thu nhập cho cư dân nông thôn. Tiếp cận của Chương trình OCOP hoàn toàn phù hợp với xu hướng chuyển đổi hệ thống LTTP, trong đó nhấn mạnh tầm quan trọng của các hệ thống thực phẩm địa phương, nông nghiệp sinh thái và sự tham gia của cộng đồng. Nhà nước đóng vai trò kiến tạo thể chế, ban hành chính sách hỗ trợ, trong khi chủ thể chính là các hợp tác xã, tổ hợp tác, doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ sản xuất, kinh doanh.

Từ khi triển khai, Chương trình OCOP đặt trọng tâm vào phát triển sản phẩm theo chuỗi giá trị, gắn kết sản xuất với thị trường, tập trung vào việc tăng năng suất, chú trọng đến chất lượng, an toàn thực phẩm, giá trị dinh dưỡng và tác động môi trường. Cách tiếp cận này phản ánh sự thay đổi quan điểm từ “sản xuất nhiều hơn” sang “sản xuất tốt hơn” - một nguyên tắc cốt lõi của chuyển đổi hệ thống LTTP bền vững. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP cũng nhấn mạnh đến tính bền vững, bao gồm yếu tố môi trường, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, cùng khả năng phát triển thương hiệu và xuất khẩu [3].

Chương trình OCOP xây dựng và triển khai phù hợp với những nguyên tắc căn bản của phát triển bền vững. Thứ nhất, bền vững về mặt kinh tế khi Chương trình OCOP nhằm tạo ra giá trị gia tăng cao cho nông sản thông qua chế biến, đóng gói và xây dựng thương hiệu; đảm bảo thu nhập ổn định cho người sản xuất. Thứ hai, bền vững về mặt xã hội khi Chương trình OCOP hướng tới bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống; tạo việc làm tại chỗ, đặc biệt cho phụ nữ và người dân tộc thiểu số; tăng cường sự gắn kết cộng đồng. Thứ ba, bền vững về mặt môi trường khi Chương trình OCOP khuyến khích sử dụng nguyên liệu địa phương, giảm thiểu vận chuyển và phát thải các-bon; ưu tiên các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học.

2. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Sản phẩm OCOP được đánh giá và phân hạng theo 6 nhóm: thực phẩm, đồ uống, dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, hàng thủ công mỹ nghệ, sinh vật cảnh và dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, điểm du lịch. Tính đến tháng 6/2025, cả nước có 16.855 sản phẩm OCOP đạt hạng từ 3 sao trở lên, tăng gần 3,6 lần so với năm 2020, trong đó có 126 sản phẩm được công nhận sản phẩm OCOP 5 sao. Trong cơ cấu các sản phẩm OCOP được công nhận, nhóm thực phẩm chiếm chủ yếu (hơn 75%). Số lượng chủ thể OCOP đạt 9.084, trong đó 32,9% là hợp tác xã, 25,3% là doanh nghiệp nhỏ, 33,5% là cơ sở sản xuất/hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác [4]. Sự tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng sản phẩm, chủ thể tham gia thể hiện sự quan tâm, hưởng ứng tích cực của các địa phương, người dân và cho thấy



Chương trình OCOP đã tạo ra một hệ sinh thái sản xuất đa dạng, linh hoạt, phù hợp với đặc điểm của từng địa phương.

Chương trình OCOP đã đạt nhiều kết quả nổi bật, đóng góp vào phát triển nông nghiệp nông thôn và chuyển đổi hệ thống LTTP, cụ thể:

Đóng góp vào phát triển kinh tế nông thôn:

Chương trình đã góp phần quan trọng trong việc khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế của địa phương, hình thành các vùng sản xuất tập trung quy mô lớn hơn, nâng cao thu nhập, tạo thêm việc làm tại chỗ, nhất là lao động nữ và đồng bào dân tộc thiểu số. Tỷ lệ các chủ thể OCOP do phụ nữ làm chủ và có sự tham gia của người dân tộc thiểu số lần lượt là 40,0% và 17,1%.

Đóng góp vào an ninh lương thực và dinh dưỡng:

Các sản phẩm OCOP được đánh giá theo tiêu chí về chất lượng, an toàn thực phẩm và giá trị dinh dưỡng. Điều này góp phần nâng cao chất lượng bữa ăn của người Việt Nam, đặc biệt là ở khu vực nông thôn. Chương trình OCOP khuyến khích phát triển các sản phẩm địa phương đặc trưng, từ đó làm phong phú thêm bộ sưu tập thực phẩm quốc gia và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu một số mặt hàng. Hệ thống đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP đưa ra yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, góp phần xây dựng lòng tin của người tiêu dùng và nâng cao an toàn thực phẩm.

Đóng góp vào bảo tồn đa dạng sinh học và giá trị văn hóa địa phương:

Chương trình OCOP đã góp phần quan trọng trong việc bảo tồn các giống cây trồng, vật nuôi bản địa thông qua việc thương mại hóa chúng. Nhiều giống lúa, rau màu, cây ăn quả đặc sản đã được phục hồi và phát triển nhờ có thị trường tiêu thụ ổn định từ chương trình. Đồng thời, các kỹ thuật chế biến truyền thống, công thức gia truyền được lưu giữ và phát huy thông qua các sản phẩm OCOP, góp phần bảo tồn di sản văn hóa phi vật thể.

Thúc đẩy nông nghiệp sinh thái: Nhiều sản phẩm OCOP đã áp dụng các quy trình sản xuất hữu cơ, sử dụng phân bón hữu cơ, thuốc bảo vệ thực vật sinh học. Điều này không chỉ đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn góp phần BVMT đất, nước và không khí. Một số mô hình OCOP đã áp dụng thành công nguyên tắc kinh tế tuần hoàn, tận dụng phụ



Sản phẩm OCOP được bày bán rộng rãi tại các trung tâm thương mại, siêu thị

phẩm nông nghiệp để sản xuất ra các sản phẩm có giá trị, giảm thiểu chất thải và tăng hiệu quả sử dụng tài nguyên.

Mở rộng thị trường tiêu thụ: Nhiều sản phẩm OCOP đã từng bước tiếp cận được các kênh phân phối hiện đại như siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử. Các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu được tổ chức thường xuyên ở các cấp, giúp sản phẩm OCOP được biết đến rộng rãi hơn. Một số sản phẩm tiềm năng đã bắt đầu có mặt tại thị trường quốc tế, mở ra cơ hội xuất khẩu cho nông sản Việt Nam.

Nâng cao nhận thức và năng lực chủ thể: Thông qua các lớp tập huấn, đào tạo về kỹ năng quản lý, phát triển sản phẩm, marketing và xây dựng thương hiệu, tư duy sản xuất của các chủ thể OCOP và người dân nông thôn đã có sự chuyển biến tích cực từ sản xuất nhỏ lẻ, manh mún sang sản xuất theo hướng hàng hóa, đáp ứng yêu cầu của thị trường. Sự thay đổi này không chỉ thể hiện ở việc cải thiện chất lượng sản phẩm mà còn ở cách tiếp cận thị trường, xây dựng thương hiệu và quản lý kinh doanh của các chủ thể OCOP.

Đóng góp vào xây dựng nông thôn mới (NTM): Phát triển sản phẩm OCOP gắn liền với việc bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, bảo vệ cảnh quan môi trường sinh thái và thúc đẩy du lịch nông thôn. Nhiều sản phẩm OCOP không chỉ mang giá trị kinh tế mà còn là những "đại sứ văn hóa" giới thiệu về bản sắc, truyền thống của từng vùng miền. Chương trình đã góp phần thực hiện hiệu quả các tiêu chí trong Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng NTM, đặc biệt là nhóm tiêu chí NTM cấp xã về cơ sở vật chất, văn hóa (tiêu chí số 6), thu nhập



(tiêu chí số 10), lao động (tiêu chí số 12), tổ chức sản xuất và phát triển kinh tế nông thôn (tiêu chí số 13).

3. THÁCH THỨC TRONG TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Sau hơn 7 năm triển khai, Chương trình OCOP đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận, song cũng còn nhiều tồn tại cần được giải quyết để phát triển bền vững trong giai đoạn tới.

Vấn đề về chất lượng và tính bền vững: Mặc dù có hệ thống đánh giá chặt chẽ với bộ tiêu chí đánh giá chi tiết cho 26 bộ sản phẩm, nhưng việc duy trì chất lượng ổn định của sản phẩm OCOP, nhất là hàng nông sản, vẫn là một thách thức lớn. Nhiều sản phẩm chưa đạt được sự nhất quán về chất lượng do phụ thuộc vào điều kiện thời tiết, kỹ thuật canh tác và năng lực quản lý của nông dân. Hệ thống giám sát chất lượng sau công nhận còn gặp nhiều khó khăn do hạn chế về nguồn lực và cơ chế giám sát, dẫn đến tình trạng một số sản phẩm không duy trì được tiêu chuẩn ban đầu, ảnh hưởng đến uy tín chung của chương trình.

Hạn chế trong xây dựng thương hiệu và marketing: Phần lớn các sản phẩm OCOP, đặc biệt là ở quy mô nhỏ, chưa có chiến lược xây dựng thương hiệu bài bản. Câu chuyện sản phẩm - yếu tố quan trọng để tạo sự khác biệt và giá trị gia tăng chưa được khai thác hiệu quả. Hoạt động marketing, quảng bá còn mang tính manh mún, thiếu chuyên nghiệp và hạn chế về nguồn lực đầu tư.

Liên kết trong chuỗi giá trị chưa chặt chẽ: Sự liên kết giữa các khâu trong chuỗi giá trị OCOP - từ sản xuất nguyên liệu, chế biến, đóng gói đến phân phối còn lỏng lẻo, các chủ thể hoạt động thiếu đồng bộ. Điều này dẫn đến tình trạng tổn thất, lãng phí trong toàn bộ chuỗi sản xuất và cung ứng, không tối ưu hóa được giá trị của sản phẩm. Vai trò của các hợp tác xã trong việc dẫn dắt, tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm chưa thực sự mạnh.

Khó khăn trong tiếp cận thị trường: Việc đưa sản phẩm OCOP vào các

kênh phân phối hiện đại và thị trường xuất khẩu đòi hỏi tiêu chuẩn cao về chất lượng, quy cách đóng gói, chứng nhận quốc tế. Đây vẫn là rào cản lớn đối với nhiều chủ thể do hạn chế về vốn, công nghệ và hiểu biết về yêu cầu thị trường. Ngoài ra, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các sản phẩm nhập khẩu và các thương hiệu lớn đòi hỏi sản phẩm OCOP phải không ngừng nâng cao chất lượng và giá trị.

Nguồn lực đầu tư còn hạn chế: Mặc dù có sự hỗ trợ từ nhà nước, nhưng nguồn vốn đầu tư cho phát triển sản phẩm OCOP, đặc biệt là vốn đối ứng của các chủ thể, còn eo hẹp. Việc tiếp cận các nguồn vốn tín dụng ưu đãi còn khó khăn do thủ tục phức tạp và yêu cầu đảm bảo cao.

Các vấn đề khác: Năng lực quản lý và vận hành của một số chủ thể còn yếu, đặc biệt là các hộ sản xuất và hợp tác xã nhỏ. Việc đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ và hệ thống truy xuất nguồn gốc chưa được quan tâm đúng mức, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh và bảo vệ thương hiệu sản phẩm.

4. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN OCOP GIAI ĐOẠN 2026-2030

Giai đoạn 2026-2030 được dự báo sẽ chứng kiến những thay đổi nhanh chóng về công nghệ, thị trường và xu hướng tiêu dùng. Kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn sẽ là những xu hướng chủ đạo. Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến các sản phẩm an toàn, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, thân thiện với môi trường và mang đậm bản sắc văn hóa. Sản phẩm OCOP là một trong ba nhóm sản phẩm trụ cột của Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2050 (bao gồm sản phẩm chủ lực quốc gia; sản phẩm chủ lực cấp tỉnh và sản phẩm đặc sản địa phương theo mô hình OCOP) [5], vì vậy, Chương trình OCOP trong giai đoạn tới cần phải điều chỉnh để thích ứng với bối cảnh mới nhằm phát huy nguồn lực nội sinh, nâng cao chuỗi giá trị, cải thiện sinh kế nông thôn và chuyển đổi hệ thống LTTP một cách bền vững, thân thiện với môi trường và thích ứng với biến đổi khí hậu.

Thứ nhất, chất lượng là ưu tiên hàng đầu: Phát triển theo chiều sâu, nâng cao giá trị gia tăng thay vì chạy theo số lượng. Tiêu chuẩn hóa sản phẩm theo các chuẩn quốc gia và quốc tế (như VietGAP,



Chị Nguyễn Thị Mai (Đắk Nông) bên vườn cam sành, quýt đường của gia đình đạt sản phẩm OCOP được xếp hạng 4 sao. Ảnh: Hoàng Hoài.



hữu cơ, HACCP, GlobalGAP,...) gắn với hệ thống truy xuất nguồn gốc. Đây là nền tảng để nâng cao chất lượng, an toàn thực phẩm, đồng thời khẳng định uy tín và bản sắc của sản phẩm OCOP.

Thứ hai, chuyển đổi xanh và bền vững: Hướng tới sản xuất xanh thông qua ưu tiên phát triển các sản phẩm theo quy trình hữu cơ, nông nghiệp sinh thái, ứng dụng công nghệ giảm phát thải và từng bước sử dụng năng lượng tái tạo trong các khâu sản xuất, chế biến. Bên cạnh đó, việc khuyến khích sử dụng vật liệu tái chế, bao bì sinh học, thân thiện môi trường sẽ giúp hạn chế rác thải, nâng cao hình ảnh sản phẩm OCOP trong mắt người tiêu dùng. Đồng thời, phát triển vận chuyển xanh thông qua hệ thống logistics phát thải thấp, từ hoạt động vận tải và lưu thông sản phẩm.

Thứ ba, đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ: Đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản lý, sản xuất và thương mại sản phẩm OCOP; xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia, phát triển nền tảng số kết nối cung - cầu, hỗ trợ đào tạo trực tuyến cho chủ thể OCOP. Các giải pháp nông nghiệp thông minh dựa trên IoT và trí tuệ nhân tạo (AI) sẽ hỗ trợ giám sát, dự báo, tối ưu hóa quy trình sản xuất, từ đó nâng cao năng suất, giảm chi phí và hạn chế lãng phí tài nguyên. Hệ thống truy xuất nguồn gốc minh bạch, gia tăng niềm tin người tiêu dùng và mở rộng thị trường quốc tế.

Thứ tư, thích ứng với biến đổi khí hậu: Trong bối cảnh biến đổi khí hậu diễn biến ngày càng phức tạp, Chương trình OCOP cũng phải đặt trọng tâm vào việc nâng cao khả năng thích ứng và chống chịu của hệ thống sản xuất. Chương trình OCOP chú trọng phát triển giống cây trồng, vật nuôi chống chịu thời tiết khắc nghiệt; xây dựng hệ thống cảnh báo sớm và quản lý rủi ro khí hậu cho vùng sản xuất; đồng thời đa dạng hóa sản phẩm nhằm giảm thiểu rủi ro, tăng khả năng thích ứng và bảo đảm nguồn cung ổn định.

Thứ năm, thị trường là mục tiêu: Hướng đến đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường trong nước và quốc tế, gắn kết OCOP với du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái, tăng cường xúc tiến thương mại quốc tế, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

5. KẾT LUẬN

Chương trình OCOP, sau hơn 7 năm triển khai, đã chứng minh được tính hiệu quả và phù hợp với điều kiện phát triển của Việt Nam, khẳng định là một trụ cột quan trọng trong xây dựng NTM. Kết quả đạt được đã cho thấy khả năng kết nối sản xuất với thị trường, BVMT, bảo tồn đa dạng sinh học, phát huy giá trị văn hóa địa phương và tạo sinh kế bền vững cho người dân. Chương trình thể hiện sự đồng bộ cao với Chiến lược phát triển nông nghiệp nông

thôn bền vững 2021-2030, góp phần hiện thực hóa mục tiêu xây dựng nông thôn hiện đại, nông nghiệp sinh thái, hiệu quả và thích ứng với biến đổi khí hậu. Đồng thời, Chương trình OCOP là công cụ thiết thực để thực hiện Chương trình hành động quốc gia về chuyển đổi hệ thống LTTP, góp phần tạo ra một hệ sinh thái LTTP minh bạch, an toàn và thân thiện với môi trường, đáp ứng yêu cầu của thị trường. Trong giai đoạn tới, Chương trình OCOP cần được định hướng mạnh mẽ hơn theo hướng tập trung vào nâng cao chất lượng, chuyển đổi xanh, ứng dụng công nghệ số, phát triển chuỗi giá trị bao trùm, gắn kết chặt chẽ giữa kinh tế - xã hội - môi trường, nhằm vừa nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp nông thôn, vừa đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường. Đây chính là chìa khóa để Chương trình OCOP tiếp tục phát huy hiệu quả, đóng góp thiết thực vào mục tiêu đưa nông nghiệp nông thôn Việt Nam tiến gần hơn đến một tương lai xanh, bền vững và thịnh vượng■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 480/QĐ-TTg ngày 7/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020.
2. Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 1/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025.
3. Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ Tiêu chí và Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm.
4. Văn phòng Điều phối NTM Trung ương, 2025. Báo cáo kết quả công tác tháng 6, sơ kết 6 tháng đầu năm và phương hướng, nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2025.
5. Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/1/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.
6. Quyết định số 300/QĐ-TTg ngày 28/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch hành động quốc gia chuyển đổi hệ thống LTTP minh bạch, trách nhiệm và bền vững ở Việt Nam đến năm 2030.
7. Giang, N.T.P., và cs. (2024). Exploring Drivers of Sellers' Intention to Continue OCOP Agricultural Sales on Digital Platforms. *International Review of Management and Marketing*, 15(3), tr. 177-188.
8. Trang, N. T., W. Kopp, S., và Tu, V. H. (2025). Sustainable development of local livelihoods in Vietnam: A demand-driven approach through "One Commune, One Product". *Sustainable Development*, 33(1), tr. 270-286. doi: 10.1002/sd.3118.