

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM OCOP TỪ CÁC SẢN PHẨM CÂY TRỒNG, VẬT NUÔI TẠI KHU VỰC MIỀN NÚI TỈNH THANH HÓA

Nguyễn Mậu Toàn¹, Phạm Anh Tâm¹, Mai Xuân Phương¹, Nguyễn Thị Mai²

TÓM TẮT

Thanh Hóa nằm ở phía bắc của khu vực Bắc Trung Bộ và vùng duyên hải miền Trung, với địa hình đa dạng, bao gồm ba hệ sinh thái: Khu vực núi, khu vực đồng bằng và khu vực ven biển. Sự phát triển của các sản phẩm nông nghiệp và chăn nuôi đặc biệt của vùng núi trong thời gian gần đây vẫn còn nhiều hạn chế về tổ chức sản xuất, xây dựng thương hiệu, quảng bá và xúc tiến thị trường. Nghiên cứu đã đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả khai thác tiềm năng của các sản phẩm cây trồng và vật nuôi địa phương ở khu vực miền núi, có khả năng trở thành sản phẩm chủ lực.

Từ khoá: Cây trồng, vật nuôi, bản địa, khu vực miền núi, OCOP.

DOI: <https://doi.org/10.70117/hdujs.86.4.2026.1346>

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vùng miền núi Việt Nam, với những đặc trưng về địa hình, khí hậu và văn hóa, luôn ẩn chứa tiềm năng to lớn về phát triển nông nghiệp, đặc biệt là cây trồng, vật nuôi và dược liệu đặc hữu. Tuy nhiên, để biến tiềm năng này thành lợi thế cạnh tranh, cần có sự đồng hành mạnh mẽ từ các chính sách vĩ mô. Thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều Nghị quyết, Quyết định quan trọng, thể hiện sự quan tâm sâu sắc và định hướng rõ ràng cho sự phát triển của các tổ chức, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực này, góp phần tạo nên những bước chuyển mình đáng kể cho khu vực.

Nền tảng cho sự phát triển này là hệ thống chính sách hỗ trợ đa chiều, bao trùm nhiều khía cạnh. Nghị quyết số 120/2020/QH14 của Quốc hội về chủ trương đầu tư Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030 [1] đã tạo ra một khuôn khổ lớn, cung cấp nguồn lực tài chính, hỗ trợ về hạ tầng và đào tạo, hướng tới mục tiêu nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người dân vùng cao.

Quyết định số 1719/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021 - 2030 [4] tiếp tục khẳng định cam kết của Chính phủ trong việc ưu tiên phát triển các vùng khó khăn, trong đó có khu vực miền núi. Sự tập trung nguồn lực vào các chương trình quốc gia này chính là đòn bẩy quan trọng, giúp huy động sức mạnh tổng hợp từ nhiều bộ, ngành và địa phương.

¹ Ban quản lý Vườn quốc gia Xuân Liên; Email: toanxuanlien@gmail.com

² Khoa Nông - Lâm - Ngư nghiệp, Trường Đại học Hồng Đức

Chương trình OCOP là động lực phát triển từ cơ sở. Một trong những chương trình mang tính đột phá và có sức lan tỏa mạnh mẽ là Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP). Quyết định số 919/QĐ-TTg phê duyệt chương trình này giai đoạn 2021 - 2025 [5] đã đặt ra mục tiêu cụ thể là phát huy lợi thế sản xuất đặc trưng của từng địa phương, biến các sản phẩm nông nghiệp, thủ công truyền thống thành những sản phẩm có thương hiệu, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường. Tại các địa phương cụ thể, chương trình OCOP cũng được triển khai mạnh mẽ. Tỉnh Thanh Hóa, với vị trí địa lý và tài nguyên đa dạng, đã tiên phong trong việc xây dựng và thực hiện Đề án Chương trình OCOP. Quyết định số 5363/QĐ-UBND phê duyệt Đề án giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2030 [8], cùng với Kế hoạch số 268/KH-UBND thực hiện chương trình giai đoạn 2021 - 2025 [7], đã tạo động lực cho các xã, thôn xây dựng và phát triển các sản phẩm thế mạnh. Để đảm bảo tính minh bạch, công bằng và nâng cao giá trị sản phẩm, Bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP đã được ban hành. Quyết định số 1048/QĐ-TTg năm 2020 [3] và cập nhật mới nhất là Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 [6], cung cấp một khung pháp lý chuẩn mực cho việc đánh giá chất lượng, quy trình sản xuất và tiềm năng thị trường của các sản phẩm OCOP. Việc áp dụng bộ tiêu chí này không chỉ giúp người sản xuất cải thiện quy trình, nâng cao chất lượng mà còn tạo dựng niềm tin cho người tiêu dùng, từ đó gia tăng khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm nông nghiệp và đặc sản vùng miền núi.

Dù gặp khó khăn trong phát triển kinh tế, vùng miền núi vẫn có nhiều thế mạnh về sản xuất cây trồng, vật nuôi, dược liệu và sản phẩm đặc sản. Về lâm sản, khu vực có các loại cây gỗ quý hiếm như Lim xẹt, Gụ, Pơ mu, Sến mật, Luồng...; các loài thuộc họ tre như Luồng, Nứa, Vầu... và nhiều nguồn gen lúa đặc sản có giá trị kinh tế cao như lúa Nếp cái hoa vàng, lúa Nếp hạt cau, lúa Gạo. Các loài cây ăn quả như Quýt vôi, Quýt hôi, Cam Vân Du, Bưởi Luận Văn... Về nguồn gen động vật nuôi quý, chất lượng thịt thơm ngon như bò vàng, vịt cổ lũng, ngan sen... có mặt trong vùng. Về nguồn dược liệu có khoảng 20 loài dược liệu quý chủ yếu tập trung ở các khu vực miền núi như ba kích, sa nhân, cà gai leo... Đây là tiềm năng, lợi thế lớn trong phát triển nông nghiệp, nông thôn của tỉnh Thanh Hóa.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đối tượng

Các doanh nghiệp (sản xuất, chế biến, kinh doanh), chủ thể HTX, chủ thể hộ gia đình tham gia vào chuỗi giá trị sản xuất, chế biến và kinh doanh sản phẩm cây trồng vật nuôi bản địa.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu kế thừa tài liệu: Nghiên cứu tài liệu thứ cấp nhằm đảm bảo tính kế thừa tiết kiệm nhân lực và chi phí mà vẫn đảm bảo các yêu cầu cần thiết, đồng thời góp phần định hướng quan trọng cho các hoạt động nghiên cứu tiếp theo.

Phương pháp điều tra phỏng vấn có sự tham gia: Nhằm thu thập thông tin về thực trạng các loài cây trồng, vật nuôi bản địa, sản phẩm đặc sản tại khu vực miền núi của tỉnh Thanh Hóa.

Phương pháp chuyên gia: Lấy ý kiến chuyên gia, các nhà quản lý về các chính sách quản lý, cơ chế tài chính, phương thức phối hợp, kế hoạch sản xuất sản phẩm hàng hóa để lựa chọn cây trồng vật nuôi có lợi thế. Tổ chức hội thảo là đưa ý kiến ra các nhóm chuyên gia, chính quyền địa phương để nghe thảo luận và phân tích.

Phương pháp xử lý số liệu: Tổng hợp thông tin về thực trạng, xác định được danh mục, lập danh sách phân tích các nội dung để hoàn thiện kế hoạch, lựa chọn các sản phẩm tiềm năng từ các loài cây trồng, vật nuôi bản địa, sản phẩm đặc sản tại khu vực miền núi của tỉnh Thanh Hóa.

2.3. Phạm vi: Khảo sát và đánh giá tại các xã thuộc vùng miền núi của tỉnh Thanh Hóa.

2.4. Thời gian thực hiện: Từ năm 2023 đến năm 2025

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng phát triển các sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi bản địa trên địa bàn khu vực miền núi tỉnh Thanh Hóa

Vùng miền núi tỉnh Thanh Hóa, với hệ sinh thái phong phú và đa dạng, đang nắm giữ trong tay nguồn tài nguyên quý giá từ cây trồng, vật nuôi bản địa. Nhận thức rõ tiềm năng này, tỉnh đã và đang triển khai nhiều giải pháp nhằm khai thác hiệu quả, biến những sản phẩm truyền thống thành những sản phẩm OCOP có giá trị kinh tế cao. Tuy nhiên, chặng đường phát triển vẫn còn đối mặt với những thách thức không nhỏ, đòi hỏi sự chung tay của cả chính quyền, doanh nghiệp và người nông dân.

Kết quả khảo sát và điều tra cho thấy, trên địa bàn miền núi Thanh Hóa có tới 142 sản phẩm cây trồng, vật nuôi bản địa và các sản phẩm đặc sản tiềm năng. Đây là nguồn nguyên liệu quý báu, có khả năng phát triển mạnh mẽ để trở thành các sản phẩm OCOP chất lượng cao trong giai đoạn 2023 - 2025.

Với quan điểm tối ưu hóa việc sử dụng nguồn tài nguyên đất đai, những năm gần đây, Thanh Hóa đã có những bước đi chiến lược trong việc chuyển đổi cơ cấu cây trồng. Tỉnh đã từng bước hình thành các vùng chuyên canh tập trung, như: vùng cây ăn quả, vùng cây thức ăn chăn nuôi, vùng cây công nghiệp gắn liền với hoạt động chế biến, cùng với đó là sự phát triển của các vùng nuôi trồng thủy sản. Sự chuyển đổi này không chỉ nâng cao năng suất mà còn tạo ra chuỗi sản xuất khép kín, từ đó gia tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp.

Ngoài việc phát triển các chuỗi sản xuất, nông sản của Thanh Hóa còn có lợi thế tiêu thụ đa dạng thông qua nhiều kênh thị trường. Hệ thống chợ truyền thống, các cửa hàng nông sản thực phẩm phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội tỉnh đóng vai trò quan trọng. Bên cạnh đó, một phần sản phẩm còn được tiêu thụ ngoài tỉnh thông qua đội ngũ tư thương, cho thấy sự linh hoạt trong việc tiếp cận thị trường. Chính sự đa dạng trong kênh tiêu thụ này đã giúp các sản phẩm nông sản của Thanh Hóa phần nào hạn chế được tình trạng “được mùa, mất giá” thường thấy ở nhiều địa phương khác.

Tuy nhiên, nhìn nhận thực tế, phần lớn nông sản của Thanh Hóa hiện nay vẫn đang được tiêu thụ dưới dạng thô, chưa qua chế biến sâu. Điều này dẫn đến giá trị kinh tế thu

được chưa cao, chưa khai thác hết tiềm năng vốn có của sản phẩm. Để giải quyết vấn đề này, tỉnh Thanh Hóa đang triển khai đồng bộ nhiều giải pháp mang tính chiến lược.

Để khắc phục hạn chế về chế biến sâu, Thanh Hóa đang tập trung vào việc tích tụ ruộng đất, tạo điều kiện thuận lợi cho việc hình thành các vùng sản xuất quy mô lớn, hiện đại. Song song đó, tỉnh chú trọng đầu tư hạ tầng, từ giao thông, thủy lợi đến các cơ sở vật chất phục vụ sản xuất và chế biến. Việc hoàn thiện các cơ chế, chính sách hỗ trợ, khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp, đặc biệt là lĩnh vực chế biến sâu, cũng được đặt lên hàng đầu. Vai trò của các Hợp tác xã trong việc đổi mới hình thức tổ chức sản xuất cũng đang được nâng cao. Bên cạnh đó, tỉnh tích cực thu hút các doanh nghiệp có năng lực, tâm huyết đầu tư vào nông nghiệp, nhất là vào khâu chế biến, nhằm gia tăng giá trị cho nông sản, tạo động lực và sự yên tâm cho người nông dân trong quá trình sản xuất.

Dựa trên bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP theo các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ (Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 và Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023), cơ quan chủ trì đã phối hợp với Văn phòng điều phối xây dựng nông thôn mới tỉnh Thanh Hóa tổ chức nhiều hội thảo. Các hội thảo có sự tham gia của các nhà khoa học, nhà quản lý và các chủ thể sản xuất đã phân tích, chọn lọc kỹ lưỡng các sản phẩm tiềm năng, đảm bảo các tiêu chí để xây dựng kế hoạch phát triển thành sản phẩm OCOP.

Kết quả, trên cơ sở tư vấn và góp ý từ các đơn vị liên quan, đã xây dựng được 36 kế hoạch phát triển sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi bản địa. Trong đó, có 24 sản phẩm cây trồng và 12 sản phẩm vật nuôi bản địa. Mục tiêu là phát triển các sản phẩm này thành sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên, với 12 sản phẩm được xác định là sản phẩm đặc sản. Ngoài ra, tỉnh cũng định hướng hỗ trợ hai chủ thể phát triển hai sản phẩm cây trồng và một sản phẩm vật nuôi để xây dựng thành sản phẩm OCOP 3 sao, cho thấy sự tập trung vào việc nâng tầm các sản phẩm nông nghiệp địa phương.

Bảng 1. Tổng hợp sản phẩm cây trồng, vật nuôi và sản phẩm đặc sản tại khu vực miền núi tỉnh Thanh Hoá được lựa chọn xây dựng kế hoạch phát triển

TT	Xã	Xây dựng kế hoạch phát triển sản phẩm		Chọn lựa Sản phẩm đặc sản (Sản phẩm)
		Số lượng kế hoạch từ Cây trồng (Sản phẩm)	Số lượng kế hoạch từ Vật nuôi (Sản phẩm)	
1	Xã Quang Chiêu			1
2	Xã Pù Nhi	1		
3	Xã Trung Lý		1	
4	Xã Sơn Điện		1	1
5	Xã Tam Lư	1		
6	Xã Hồi Xuân		1	1
7	Xã Nam Xuân	1		
8	Xã Bá Thước	1		
9	Xã Thiết Ống	1		
10	Xã Điền Lư	1		
11	Xã Linh Sơn		1	1

12	Xã Yên Khương	1		
13	Xã Yên Thắng	1		
14	Xã Đồng Lương	1		
15	Xã Cẩm Thạch	1		
16	Xã Ngọc Lặc		1	1
17	Xã Ngọc Liên	2		
18	Xã Minh Sơn	1		
19	Xã Thạch Quảng	1		
20	Xã Thành Vinh	1	1	1
21	Xã Vân Du	1		
22	Xã Hóa Quý		2	2
23	Xã Thượng Ninh	1		
24	Xã Như Thanh		1	1
25	Xã Mậu Lâm	1	1	1
26	Xã Yên Thọ		1	1
27	Xã Như Xuân	3		
28	Xã Xuân Bình		1	1
29	Xã Tân Thành	1		
30	Xã Vạn Xuân	2		
	Tổng cộng	24	12	12

Từ kết quả bảng 1, tổng hợp 36 kế hoạch, giúp UBND xã chỉ đạo, hướng dẫn các chủ thể hoàn thiện các nội dung có liên quan để phát triển sản phẩm cây trồng, sản phẩm vật nuôi trở thành sản phẩm OCOP, có 03/36 kế hoạch được hỗ trợ để xây dựng 03 sản phẩm OCOP 3 sao trong quá trình nghiên cứu tại xã Vạn Xuân 02 sản phẩm Măng khô Xuân Liên, Rượu Na rừng Xuân Liên³, xã Mậu Lâm là 01 sản phẩm Trứng gà canxi Hoàng Thủy⁴.

Những năm gần đây, Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) đã trở thành đòn bẩy quan trọng, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội tại tỉnh Thanh Hóa. Với sự nỗ lực không ngừng, tỉnh đã gặt hái được những thành tựu đáng khích lệ, minh chứng rõ nét qua số lượng sản phẩm OCOP ngày càng tăng và khả năng vươn ra thị trường quốc tế. Tính đến tháng 11 năm 2024, toàn tỉnh Thanh Hóa tự hào với con số ấn tượng: 560 sản phẩm OCOP đã được công nhận. Đặc biệt, hơn 23 sản phẩm OCOP của tỉnh đã thành công chinh phục 17 thị trường quốc tế khó tính, bao gồm các quốc gia lớn như Đức, Mỹ, Úc, Nga, Pháp, Trung Quốc, Canada, Thụy Sĩ, Thụy Điển, Bồ Đào Nha và nhiều nước khác tại Châu Âu. Sự hiện diện của nông sản và đặc sản Thanh Hóa tại các thị trường này không chỉ khẳng định chất lượng vượt trội, khả năng cạnh tranh cao mà còn là minh chứng sống động cho những nỗ lực bền bỉ trong công tác triển khai Chương trình OCOP của tỉnh. Trong bức tranh tổng thể về OCOP Thanh Hóa, khu vực miền núi đóng vai trò quan trọng, là nơi sản sinh ra nhiều sản phẩm đặc sắc mang đậm bản sắc văn hóa địa phương. Thống kê cho thấy, 136/560 sản phẩm OCOP toàn tỉnh đến từ khu vực miền núi, chiếm một tỷ lệ đáng kể. Nghiên cứu của đề tài

³ Chủ thể hỗ trợ: Hợp tác xã Nông nghiệp và Dịch vụ du lịch Xuân Liên

⁴ Chủ thể hỗ trợ: Hợp tác xã Sản xuất nông nghiệp và Dịch vụ chăn nuôi Hoàng Thủy

đã ghi nhận 21/36 kế hoạch phát triển sản phẩm đã được công nhận là OCOP, trong đó có 03 sản phẩm đã nhận được sự hỗ trợ trực tiếp từ đề tài để phát triển và nâng cao chất lượng. Điều này cho thấy tiềm năng to lớn và sự đầu tư có trọng điểm vào việc phát triển sản phẩm chủ lực của các huyện miền núi.

Để đạt được những thành tựu này, công tác tuyên truyền và quảng bá đóng vai trò then chốt. Tỉnh Thanh Hóa đã triển khai đa dạng các hình thức truyền thông, tiếp cận hiệu quả đến nhiều đối tượng khách hàng. Từ các kênh truyền hình, báo chí Trung ương và địa phương, việc giới thiệu các sản phẩm OCOP qua các bản tin sản xuất, thị trường và tiêu thụ đã được thực hiện đều đặn hàng năm. Đặc biệt, việc đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử lớn như Postmart.vn và Voso.vn đã mở ra cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, giúp các sản phẩm OCOP Thanh Hóa đến gần hơn với người tiêu dùng cả nước. Bên cạnh hoạt động truyền thông, Thanh Hóa còn chú trọng đẩy mạnh chương trình xúc tiến thương mại. Việc phát triển các điểm bán hàng OCOP, tổ chức các hội nghị, hội chợ, lễ hội, và xây dựng các gian hàng giới thiệu, bán sản phẩm đã tạo cơ hội để các nhà sản xuất, chủ cơ sở có thể trực tiếp kết nối với người tiêu dùng và đối tác. Nhờ đó, nhiều chủ cơ sở đã thiết lập được mối quan hệ cung cầu bền vững, đưa sản phẩm của mình đến với khách hàng một cách hiệu quả, góp phần gia tăng doanh thu và cải thiện đời sống.

3.2. Giải pháp triển khai thực hiện phát triển các sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi bản địa trên địa bàn khu vực miền núi tỉnh Thanh Hoá thành sản phẩm OCOP

3.2.1. Tổ chức các hoạt động tuyên truyền về Chương trình

Tuyên truyền là đòn bẩy thúc đẩy phát triển sản phẩm OCOP miền núi Thanh Hóa. UBND cấp xã tại các khu vực miền núi là đơn vị trực tiếp tiếp cận với người dân, do đó cần đặt công tác tuyên truyền lên hàng đầu trong kế hoạch hoạt động hàng năm. Đồng thời, cần phổ biến sâu rộng về tầm quan trọng, ý nghĩa, nguyên tắc và chu trình đầy đủ của Chương trình OCOP, giúp các tổ chức, cá nhân hiểu rõ mục tiêu và lợi ích khi tham gia.

Nội dung tuyên truyền cần tập trung vào ba khối thông tin cốt lõi: Cơ chế, chính sách hỗ trợ từ Nhà nước và tỉnh; các mô hình thành công đã được thực hiện tại địa phương và toàn quốc; và khơi dậy tinh thần tự lực, tự tin sáng tạo cho người dân. Việc giới thiệu chi tiết các chính sách vay vốn, hỗ trợ công nghệ, tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm sẽ giúp người sản xuất không còn lo lắng về rào cản pháp lý. Giới thiệu các mô hình điển hình trong tỉnh Thanh Hóa sẽ tạo ra gương mẫu, khích lệ cộng đồng chủ động đề xuất ý tưởng sản phẩm phù hợp với điều kiện địa phương.

3.2.2. Hướng dẫn các chủ thể tham gia Chu trình OCOP và phát triển sản phẩm

Dựa trên 36 kế hoạch đã được xây dựng, hệ thống hướng dẫn chi tiết cho chủ thể tham gia đã được triển khai để giúp họ xây dựng và phát triển sản phẩm theo tiêu chuẩn OCOP, từ việc lựa chọn ý tưởng đến việc ra mắt thị trường. Bước đầu tiên trong quá trình hướng dẫn là xác định và lựa chọn các cây trồng, vật nuôi có thể mạnh thực sự của từng xã miền núi. UBND các địa phương sẽ chỉ đạo chủ thể lựa chọn ý tưởng sản phẩm phù hợp với điều

kiện sản xuất tự nhiên, đồng thời đáp ứng nhu cầu thị trường thực tế. Tất cả các hoạt động đều được xây dựng theo chuỗi giá trị hoàn chỉnh, đảm bảo sản phẩm không chỉ đạt chất lượng mà còn có khả năng phát triển bền vững dài hạn.

Để giúp chủ thể tham gia OCOP vượt qua các rào cản về kiến thức và nguồn lực, hệ thống hướng dẫn bao gồm nhiều gói hỗ trợ chi tiết:

Hoàn thiện hồ sơ pháp lý và xây dựng kế hoạch kinh doanh: Tư vấn hoàn thiện hồ sơ đăng ký sản phẩm, xây dựng phương án kinh doanh hiệu quả, cùng với việc tối ưu cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý hoạt động.

Nâng cao năng lực sản xuất: Hướng dẫn hoàn thiện nhà xưởng, đầu tư máy móc và thiết bị phù hợp với tiêu chuẩn sản xuất, đồng thời hỗ trợ điều chỉnh sản phẩm cho phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

Xây dựng thương hiệu và nhận diện sản phẩm: Tư vấn thiết kế bộ nhận diện thương hiệu, mẫu mã, bao bì và hệ thống tem truy xuất nguồn gốc, giúp sản phẩm khác biệt và tạo dựng niềm tin với khách hàng.

Chuẩn bị hồ sơ đánh giá OCOP: Hướng dẫn chi tiết quy trình và tiêu chí để hoàn thiện hồ sơ tham gia đánh giá cấp sao OCOP.

Phát triển thị trường và áp dụng chuyển đổi số: Cung cấp kiến thức về marketing, bán hàng, xúc tiến thương mại và hướng dẫn áp dụng công nghệ số trong sản xuất và kinh doanh để mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng.

3.2.3. Xúc tiến thương mại

Bước đầu tiên trong chiến lược xúc tiến thương mại là xây dựng hệ thống cửa hàng trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại nhiều cấp độ: Từ cấp xã tại địa phương đến cấp tỉnh với quy mô lớn hơn. Hệ thống này không chỉ là nơi giới thiệu sản phẩm mà còn là điểm bán hàng tiện lợi cho người dân và du khách. Bên cạnh đó, các đơn vị còn triển khai gắn kết gian hàng OCOP tại các vị trí có lưu lượng người đông đúc như siêu thị, chợ truyền thống, khu dân cư lớn, cùng các điểm bán tại khách sạn, nhà hàng, sân bay, nhà ga và các khu du lịch trọng điểm. Việc này giúp sản phẩm OCOP tiếp cận được với đối tượng khách hàng rộng rãi hơn, tạo ra cơ hội bán hàng liên tục mỗi ngày.

UBND các cấp liên tục tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm và trưng bày sản phẩm OCOP không chỉ trong tỉnh mà còn ra các tỉnh lân cận và quốc tế. Các sự kiện này không chỉ giúp giới thiệu thương hiệu sản phẩm OCOP đến với khách hàng tiềm năng mà còn tạo cơ hội hợp tác giữa các chủ thể sản xuất và đối tác thương mại. Bên cạnh đó, nâng cao năng lực hệ thống logistics là yếu tố then chốt để đảm bảo sản phẩm OCOP được vận chuyển nhanh chóng, an toàn và chi phí hợp lý từ nơi sản xuất đến tay người tiêu dùng.

Phát Triển Thương mại điện tử và sử dụng nền tảng xã hội, tổ chức các khóa tập huấn chuyên sâu cho các chủ thể về cách sử dụng TikTok để quảng bá sản phẩm. Hỗ trợ xây dựng video quảng bá ngắn và bộ nhận diện thương hiệu phù hợp với xu hướng người dùng TikTok. Triển khai các chương trình livestream bán hàng trực tiếp, giúp kết nối trực tiếp giữa người bán và người mua, tăng tỷ lệ chuyển đổi bán hàng.

3.2.4. Nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ nâng cao giá trị và phát triển bền vững sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh

Nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ được tập trung vào việc xây dựng và phát triển mô hình chuỗi giá trị hoàn chỉnh cho từng sản phẩm OCOP, bao gồm các khâu sản xuất, chế biến, tiêu thụ và xây dựng thương hiệu. Thay vì chỉ tập trung vào giai đoạn sản xuất đơn lẻ, các nhà khoa học và đơn vị chức năng phối hợp cùng các chủ thể tham gia OCOP để tối ưu hóa toàn bộ quá trình: Từ lựa chọn giống cây trồng, áp dụng kỹ thuật canh tác hiện đại, đến quy trình chế biến nâng cao chất lượng, xây dựng kênh phân phối hiệu quả và xây dựng thương hiệu mang đậm bản sắc địa phương. Mô hình này giúp kết nối chặt chẽ giữa người sản xuất và thị trường, giảm thiểu rủi ro và tối đa hóa lợi nhuận.

Một phần quan trọng của giải pháp là tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ các chủ thể OCOP xác lập và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Đặc biệt, sự chú trọng được dành cho các sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc thù và các làng nghề truyền thống có tiềm năng phát triển thành thương hiệu OCOP. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý và các sáng tạo công nghệ giúp bảo vệ lợi ích cho người sản xuất, ngăn chặn hàng giả, hàng kém chất lượng xâm nhập thị trường, đồng thời nâng cao giá trị thương hiệu sản phẩm OCOP trên toàn quốc.

Điểm nhấn của giải pháp là xây dựng mô hình ứng dụng khoa học công nghệ để nâng cao hiệu quả sản xuất. Theo kế hoạch, việc áp dụng công nghệ sẽ giúp tăng năng suất từ 10 - 15% so với phương pháp sản xuất đại trà, đồng thời nâng cao giá trị sản phẩm từ 15 - 20%. Các công nghệ được nghiên cứu và triển khai bao gồm: Kỹ thuật bảo quản nông sản sau thu hoạch, quy trình chế biến hiện đại, công nghệ làm sạch và đóng gói sản phẩm, giúp duy trì chất lượng và độ tươi lâu hơn. Đối với các sản phẩm nông nghiệp thủ công, các nhà khoa học cũng nghiên cứu cách tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế.

3.2.5. Kiểm tra, giám sát, thử nghiệm và tổng kết thực hiện Chương trình

Các cấp, các ngành cần thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát, thử nghiệm việc duy trì chất lượng sản phẩm đã được đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP. Biện pháp, khen thưởng các chủ thể đã duy trì, nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời công bố các sản phẩm không còn đáp ứng tiêu chí, chất lượng không đảm bảo, thu hồi các quyết định công nhận sản phẩm để tránh ảnh hưởng tới uy tín, thương hiệu sản phẩm khác, giảm tính hiệu quả của Chương trình.

Tổ chức hội nghị sơ kết, tổng kết Chương trình OCOP; rà soát, đánh giá và tổng kết bài học kinh nghiệm về tổ chức, triển khai Chương trình OCOP hàng năm và phương hướng triển khai giai đoạn tiếp theo

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu đã xác định 142 sản phẩm thuộc các mô hình phát triển sản xuất theo chuỗi giá trị thuộc các chủ thể là doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ gia đình, các sản phẩm cây trồng vật nuôi bản địa. Đã tiến hành lựa chọn, xây dựng 36 kế hoạch (24 sản phẩm cây

trồng, 12 sản phẩm vật nuôi bản địa) đã được xác nhận làm cơ sở phát triển thành sản phẩm OCOP 3 sao trở lên, đồng thời xác định được 12 sản phẩm đặc sản. Xác định trên toàn tỉnh đến tháng 11/2024 đã công nhận 560 sản phẩm OCOP, có 136 sản phẩm OCOP tại khu vực miền núi. Đã lựa chọn 02 chủ thể tổ chức triển khai phát triển 02 sản phẩm cây trồng, 01 sản phẩm vật nuôi định hướng hỗ trợ chủ thể đó xây dựng sản phẩm OCOP 3 sao, đến tháng 11/2024 đã có 21/36 kế hoạch phát triển sản phẩm được công nhận là sản phẩm OCOP. Kết quả phân tích xây dựng 05 giải pháp tổ chức thực hiện, là căn cứ để UBND xã và chủ thể nghiên cứu triển khai phát triển các kế hoạch đã được lựa chọn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Quốc Hội (2020), *Nghị quyết số 120/2020/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2020 của Quốc hội về phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030*.
- [2] Quỳnh Tâm (2023), *Thanh Hóa: Phát triển mạnh cây dược liệu ở các huyện miền núi*, Báo dân tộc phát triển, <https://dantocphattrien.vietnamnet.vn/thanh-hoa-phat-trien-manh-cay-duoc-lieu-o-cac-huyen-mien-nui-1682831785413.htm#:~:text=Theo%20s%E1%BB%91%20li%E1%BB%87u%20th%E1%BB%91ng%20k%C3%AA%20c%E1%BB%A7a%20S%E1%BB%9F%20N%C3%B4ng,xuy%C3%AA%20t%C3%A2m%20li%C3%AA%20ng%E1%BB%87%20v%C3%A0ng%20c%C3%A0%20gai%20leo%E2%80%A6>
- [3] Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm*.
- [4] Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định số 1719/QĐ-TTg, ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Chương trình mục tiêu Quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030*.
- [5] 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*.
- [6] Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 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*.
- [7] Ủy ban Nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2021), *Kế hoạch số 268/KH-UBND ngày 08/12/2021 của UBND tỉnh về việc thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2021- 2025, tỉnh Thanh Hóa*.
- [8] Ủy ban Nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2018), *Quyết định số 5363/QĐ-UBND ngày 28/12/2018 của UBND tỉnh phê duyệt Đề án Chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thanh Hóa, giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2030*.

CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS FOR DEVELOPING OCOP PRODUCTS FROM CROPS AND LIVESTOCK IN THE MOUNTAINOUS REGION OF THANH HOA PROVINCE

Nguyen Mau Toan, Pham Anh Tam, Mai Xuan Phuong, Nguyen Thi Mai

ABSTRACT

Thanh Hoa province is located in the northern part of the North Central on and the Central Coastal region, with diverse topography encompassing three ecosystems: mountainous, plain, and coastal areas. The development of agricultural and livestock products, particularly those from the mountainous region, has recently been hampered by rudimentary approaches to production organization, branding, promotion, and market development. This study examines the situation and proposes solutions to enhance the exploitation of the potential of local crops and livestock in the mountainous area, with the potential for success.

Keywords: *Crops, livestock, indigenous, mountainous region, OCOP.*

* Ngày nộp bài: 25/5/2025; Ngày gửi phản biện: 2/6/2025; Ngày duyệt đăng: 26/4/2026