**Tham luận: “Đề xuất, giải pháp để quản lý và khai thác thương hiệu “Lúa gạo Krông Nô”**

*Hợp tác xã sản xuất lúa gạo Buôn Choah*

**Kính thưa Hội nghị!**

Hợp tác xã sản xuất Lúa gạo Buôn Choah đóng chân trên địa bàn xã Buôn Choah, huyện Krông Nô. Hợp tác xã hiện có 07 thành viên, thực hiện liên kết sản xuất với 115 hộ dân trên diện tích trên 178,16 ha, chứng nhận VietGAP trên 100 ha. Sản lượng lúa hàng năm ước đạt 2.500 tấn, công suất nhà máy chế biến khoảng 700 tấn/năm.

Đến với Hội nghị hôm nay, Tôi xin trình bày bài tham luận với chủ đề: “*Đề xuất, giải pháp để quản lý và khai thác thương hiệu “Lúa gạo Krông Nô*”

Gạo Buôn Choah nói riêng, gạo Krông Nô nói chung đã được nhiều người tiêu dùng biết đến và đánh giá cao về chất lượng. Tuy nhiên, trong nhiều năm qua, nguồn lúa tươi sau thu hoạch chủ yếu xuất bán cho thương lái các tỉnh phía Nam với giá cả bấp bênh, thường xuyên bị “*ép giá*”, dẫn đến làm giảm giá trị sản phẩm. Với định hướng tập trung phát triển các sản phẩm tiềm năng, chủ lực của huyện, nhu cầu trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ của các hộ dân trên địa bàn xã, Hợp tác xã sản xuất lúa gạo Buôn Choah đã phối hợp với các cấp chính quyền tiếp nhận và xây dựng kế hoạch phát triển nhãn hiệu lúa gạo Krông Nô, đưa sản phẩm lúa gạo của huyện trở thành sản phẩm chủ lực, có giá trị kinh tế cao, góp phần ổn định đầu ra, nâng cao thu nhập cho người nông dân, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại địa phương. Để quản lý và khai thác hiệu quả thương hiệu “*Lúa gạo Krông Nô*” Hợp tác xã sản xuất lúa gạo Buôn Choah xin đề xuất một số giải pháp như sau:

**1. Đối với cơ quan quản lý Nhà nước**

*Trước hết,* tập trung nguồn lực phát triển vùng sản xuất lúa ứng dụng công nghệ cao trên cơ sở Quyết định số 152/QĐ-UBND, ngày 26/01/2021 của UBND tỉnh Đắk Nông.Trong đó, nguồn lực về tài chính có vai trò then chốt, hỗ trợ Hợp tác xã đầu tư cơ sở vật chất, ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất, thu hoạch và chế biến sau thu hoạch; giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm, gia tăng tối đa giá trị kinh tế của hạt gạo. Bên canh đó, nguồn lực về nhân lực để chuyển tải các tiến bộ kỹ thuật mới đến nông dân và hướng dẫn nông dân phát triển sản xuất theo quy hoạch, quy trình sản xuất tốt (GAP), sử dụng các công nghệ canh tác mới, giống mới, đảm bảo nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh của sản phẩm gạo.

*Thứ hai,* Hỗ trợ pháp lý về bảo hộ thương hiệu “*Lúa gạo Krông Nô*”, lựa chọn giống lúa có giá trị kinh tế cao, năng suất tốt, phù hợp với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng vùng đất Buôn Choah để hỗ trợ xây dựng, phát triển thành thương hiệu gạo vùng, địa phương hướng tới trở thành thương hiệu quốc gia.

*Thứ ba,* chủ trì liên hệ với các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu gạo lớn để giới thiệu cho Hợp tác xã liên kết tiêu thụ sản phẩm. Bên cạnh đó, hỗ trợ cung cấp thông tin cho Hợp tác xã về nguồn cung ứng vật tư nông nghiệp đảm bảo chất lượng, hiệu quả trong quá trình sản xuất, ưu tiên các sản phẩm theo hướng hữu cơ, ít ảnh hưởng đến môi trường.

**2. Đối với Hợp tác xã**

*Trước hết,* cần xây dựng diện tích sản xuất theo tiêu chuẩn hữu cơ, GlobalGAP, …giúp đáp ứng được yêu cầu ngày càng khắt khe của người tiêu dùng và phù hợp với xu thế của thị trường.

*Thứ hai,* đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ vào chế biến gạo. Một yếu tố quan trọng gây hạn chế chất lượng gạo là công nghệ sau thu hoạch, cần quan tâm đầu tư nâng cấp công nghệ thu hoạch, bảo quản sau thu hoạch (*dùng máy sấy thay cho phơi thủ công*). Tăng cường đầu tư cho công nghiệp xay xát, chế biến gạo, áp dụng các các tiêu chuẩn, quy chuẩn trong chế biến gạo, đảm bảo chất lượng gạo đến tay người tiêu dùng là tốt và an toàn nhất.

*Thứ ba,* phát triển thị trường một cách ổn định và bền vững. Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các doanh nghiệp chế biến gạo. Để tăng sức cạnh tranh của thương hiệu “*Lúa gạo Krông Nô*” trên thị trường cần phải có nhiều giải pháp đồng bộ, không chỉ là tăng năng suất, chất lượng sản phẩm, mà còn phải mở rộng và ổn định thị trường theo hướng đa dạng hóa, đảm bảo chữ “*tín*” với khách hàng, tăng cường tiếp thị, đầu tư nghiên cứu và dự báo thị trường.

*Thứ tư,* giải pháp về xúc tiến thương mại. Hợp tác xã trực tiếp thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm: nghiên cứu thị trường; tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm,... bằng cách thực hiện các chiến dịch quảng cáo, tham gia hội chợ, triển lãm, hội nghị kết nối cung cầu, trưng bày sản phẩm tại các diễn đàn, sàn thương mại điện tử, …Bên cạnh sự hỗ trợ của Nhà nước trong vấn đề thị trường, các doanh nghiệp phải chủ động tìm bạn hàng và phương thức kinh doanh thích hợp để xâm nhập, duy trì và mở rộng chỗ đứng trên thị trường gạo.

Để quản lý và khai thác thương hiệu “Lúa gạo Krông Nô” một cách tốt nhất, cần có sự phối hợp chủ động, nhịp nhàng giữa các cơ quan quản lý Nhà nước, Hợp tác xã và các doanh nghiệp tiêu thụ. Tôi tin với năng lực quản lý của các cơ quan Nhà nước, cùng với sự chủ động, nỗ lực vươn lên của Hợp tác xã, thương hiệu “lúa gạo Krông Nô” sẽ ngày càng phát triển, xứng đáng là sản phẩm tiềm năng, sản phẩm OCOP 4 sao của tỉnh.

**Tôi xin kết thúc bài tham luận và xin chúc hội nghị thành công tốt đẹp.**

**Xin chân thành cảm ơn!**