

Thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP - Liên hệ với các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long

TS. NGUYỄN TIẾN MINH

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội

● NGÀY NHẬN BÀI: 10/01/2023 ● NGÀY GỬI PHẢN BIỆN: 16/01/2023

● NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 10/02/2023

Tóm tắt: Chương trình “Một xã một sản phẩm - One Commune One Product (OCOP)” là chương trình đang được Chính phủ Việt Nam hết sức quan tâm, nhằm thúc đẩy sự phát triển kinh tế địa phương. Sự thành công của chương trình OCOP phụ thuộc rất lớn vào việc đảm bảo thị trường đầu ra cho các sản phẩm OCOP. Tại vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), các sản phẩm OCOP đang được các địa phương đầu tư phát triển từ khâu sản xuất, chế biến đến tiêu thụ. Tuy nhiên, trong bối cảnh đại dịch COVID-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, việc tìm kiếm các giải pháp để phát triển các sản phẩm OCOP, nhất là khâu tiêu thụ các sản phẩm này, là một trong những vấn đề cấp thiết. Bài viết khái quát về tình hình ứng dụng TMĐT (TMĐT) của Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19; phân tích về thực trạng phát triển các sản phẩm OCOP, cũng như việc ứng dụng TMĐT để quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm OCCOP tại một số tỉnh của ĐBSCL, từ đó đề xuất một số biện pháp tăng cường ứng dụng TMĐT nhằm thúc đẩy quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm OCOP tại khu vực.

Từ khóa: OCOP, TMĐT, đại dịch COVID-19.

1. KHÁI QUÁT VỀ CÁC SẢN PHẨM OCOP Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Chương trình OCOP, tên đầy đủ tiếng Anh là One Commune One Product, gọi tắt là Chương trình “Một xã một sản phẩm”, do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg, ngày 21-8-2019. Mục tiêu của OCOP chính là việc **phát triển hình thức tổ chức sản xuất,**

kinh doanh các sản phẩm truyền thống, có lợi thế ở khu vực nông thôn: Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh (ưu tiên phát triển hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa) để sản xuất các sản phẩm truyền thống, dịch vụ có lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần phát triển kinh tế nông thôn;

góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân và thực hiện hiệu quả nhóm tiêu chí “Kinh tế và tổ chức sản xuất” trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới; thông qua việc phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn hợp lý (hạn chế dân di cư ra thành phố), bảo vệ môi trường và bảo tồn những giá trị truyền thống tốt đẹp của nông thôn Việt Nam.

Chương trình OCOP chú trọng vào phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị. Đây là giải pháp, nhiệm vụ trong triển khai thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Trọng tâm của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và kinh tế tập thể thực hiện. Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện; định hướng quy hoạch các vùng sản xuất hàng hóa, dịch vụ; quản lý và giám sát tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; hỗ trợ các khâu: Đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật, ứng dụng khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, tín dụng.

Chương trình OCOP được triển khai thực hiện ở tất cả 63 tỉnh, thành phố trong cả nước và đã khơi dậy tiềm năng, thế mạnh của các địa phương về sản phẩm đặc sản, ngành, nghề nông thôn. Đến nay,

MỤC TIÊU CỦA OCOP CHÍNH LÀ VIỆC PHÁT TRIỂN CÁC HÌNH THỨC TỔ CHỨC SẢN XUẤT, KINH DOANH ĐỂ SẢN XUẤT CÁC SẢN PHẨM TRUYỀN THỐNG, DỊCH VỤ CÓ LỢI THẾ ĐẠT TIÊU CHUẨN, CÓ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH TRÊN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ, GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ NÔNG THÔN; NÂNG CAO THU NHẬP, ĐỜI SỐNG CHO NHÂN DÂN.

cả nước có hơn 7.460 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên của hơn 4.060 chủ thể OCOP; trong đó, hơn 38% chủ thể là hợp tác xã, gần 26% chủ thể là doanh nghiệp, hơn 33% chủ thể là cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác. Sản phẩm OCOP đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm, có mẫu mã, bao bì đa dạng, thân thiện môi trường và phù hợp yêu cầu của thị trường... nên ngày càng thu hút được sự quan tâm của người tiêu dùng trong và ngoài nước, giúp nhiều chủ thể OCOP thuận lợi trong tiêu thụ sản phẩm.

Tại khu vực ĐBSCL, sau hơn 3 năm triển khai, Chương trình OCOP đã đạt được những kết quả đáng khích lệ, nâng tầm sản phẩm đặc trưng, thế mạnh tại các địa phương trong vùng, tạo ra giá trị gia tăng, nâng cao thu nhập cho người dân, góp phần phát triển kinh tế nông thôn. Hiện ĐBSCL có 1.270 sản phẩm OCOP trong tổng số gần 7.500 sản phẩm của cả nước.

Các địa phương trong vùng đã phát huy lợi thế của các sản phẩm gắn với thế mạnh

của vùng như lúa gạo, trái cây, thủy sản, du lịch sinh thái... để lựa chọn, tập trung phát triển các sản phẩm OCOP mang đặc trưng của từng địa phương. Sản phẩm OCOP của vùng từng bước hình thành chuỗi liên kết bền vững, nâng cao giá trị cho người sản xuất, sản phẩm có chất lượng an toàn, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Trong 13 tỉnh khu vực ĐBSCL, đứng đầu là tỉnh Đồng Tháp, thứ hai là tỉnh Sóc Trăng và Bến Tre hiện đứng ở vị trí thứ ba về số lượng sản phẩm OCOP. Cụ thể:

Tính đến đầu năm 2022, Đồng Tháp có 265 sản phẩm được công nhận sản phẩm OCOP đạt 3 sao và 4 sao. Trong đó có 61 sản phẩm đạt 4 sao và 204 sản phẩm đạt 3 sao. Đặc biệt, năm 2020 có 3 sản phẩm du lịch nông thôn đạt 3 sao đầu tiên và 4 sản phẩm OCOP đạt trên 90 điểm mang đậm bản sắc địa phương đã được UBND tỉnh chọn đề nghị Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia xem xét đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP đạt hạng 5 sao.

Để hỗ trợ các chủ thể nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn của Chương trình OCOP, thời gian qua, các

sở, ngành địa phương thường xuyên phổ biến các cơ chế, chính sách giúp các chủ thể đổi mới trang thiết bị, thay đổi quy trình sản xuất, xử lý vấn đề ô nhiễm môi trường, mở rộng quy mô sản xuất, xây dựng vùng nguyên liệu an toàn, xây dựng thương hiệu và quảng bá sản phẩm (thay đổi mẫu mã, bao bì, xây dựng “câu chuyện sản phẩm”, tham gia bán hàng trên các trang TMĐT, xây dựng website giới thiệu đơn vị, giới thiệu sản phẩm, tham dự các hội chợ, triển lãm sản phẩm OCOP...). Nhằm mở rộng thị trường cho sản phẩm, Đồng Tháp còn xây dựng cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP, đặc sản Đồng Tháp ở Hà Nội, Phú Quốc, hỗ trợ xây dựng các điểm bán sản phẩm OCOP tại các khu, điểm du lịch của tỉnh. Tỉnh còn chọn các sản phẩm OCOP làm quà tặng trong các dịp lễ, Tết, giao lưu với các đoàn khách trong nước và quốc tế đến Đồng Tháp.

Sóc Trăng là tỉnh xếp thứ hai trong vùng về các sản phẩm OCOP được đánh giá, xếp hạng. Tính đến thời điểm hiện tại, Sóc Trăng có 21 chủ thể tham gia Chương trình OCOP. Trong quý I/2022, thành phố Sóc Trăng đã tổ chức hội thi đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP đợt 1, có 9 công ty, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh với tổng số 12 sản phẩm thuộc nhóm thực phẩm tham gia đánh giá, xếp hạng. Qua hội thi xếp hạng có 10 sản phẩm đạt tiêu chuẩn 3 sao, 1 sản phẩm đạt tiêu chuẩn 4 sao, 1 sản phẩm đạt tiêu chuẩn 5 sao và Hội đồng đánh giá xếp hạng sản phẩm OCOP thành phố trình Hội đồng đánh giá xếp hạng OCOP cấp tỉnh xem xét đánh giá công nhận 12 sản phẩm trên (<http://thst.vn/>).

ĐẾN NAY, CẢ NƯỚC CÓ HƠN 7.460 SẢN PHẨM OCOP ĐƯỢC CÔNG NHẬN ĐẠT TỪ 3 SAO TRỞ LÊN CỦA HƠN 4.060 CHỦ THỂ OCOP; TRONG ĐÓ, HƠN 38% CHỦ THỂ LÀ HỢP TÁC XÃ, GẦN 26% CHỦ THỂ LÀ DOANH NGHIỆP, HƠN 33% CHỦ THỂ LÀ CƠ SỞ SẢN XUẤT, HỘ KINH DOANH, CÒN LẠI LÀ TỔ HỢP TÁC.

Để đạt được các kết quả thực hiện Chương trình OCOP, trong thời gian qua Hội đồng đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP thành phố Sóc Trăng đã hỗ trợ các chủ thể OCOP trưng bày gian hàng sản phẩm OCOP tại các hội chợ trong và ngoài tỉnh; tổ chức kết nối cho hơn 20 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP với các siêu thị, cửa hàng kinh doanh sản phẩm OCOP; hỗ trợ kết nối cung cầu, giới thiệu, quảng bá sản phẩm, hỗ trợ tiêu thụ nông sản tại hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi cửa hàng tiện lợi, chợ; hỗ trợ các điểm trưng bày, bán hàng OCOP trên địa bàn thành phố như: Hướng dẫn và hỗ trợ các cơ sở, hộ kinh doanh có sản phẩm tiềm năng tham gia chương trình OCOP hoàn thiện về nhãn hiệu hàng hóa, tem truy xuất nguồn gốc, an toàn vệ sinh thực phẩm...

Bến Tre là một trong 12 tỉnh chỉ đạo điểm của Chương trình OCOP quốc gia giai đoạn 2018 - 2020. Theo Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP của Chính phủ, tính đến hết quý IV/2022, Bến Tre đã tổ chức đánh giá và xếp hạng được 131 sản phẩm OCOP của 54 chủ thể đạt từ 3 sao trở lên. Trong đó, 66 sản phẩm đạt 3 sao và 65 sản phẩm đạt 4 sao. Trong đó, có 16 sản phẩm tiềm năng 5 sao đã trình Trung ương xem xét để đánh giá. Riêng năm 2021, Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm giai đoạn 2021 - 2025 cấp tỉnh đã tổ chức 3 đợt đánh giá và UBND tỉnh đã công nhận 76 sản phẩm từ 3 sao trở lên, trong đó đợt 2 công nhận 17 sản phẩm, đợt 3 công nhận 43 sản phẩm. (<https://baodongkhoi.vn/>).

Sản phẩm OCOP của Bến Tre chủ yếu

TẠI KHU VỰC ĐBSCL, CHƯƠNG TRÌNH OCOP ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC NHỮNG KẾT QUẢ ĐÁNG KHÍCH LỆ, NÂNG TẦM SẢN PHẨM ĐẶC TRƯNG, THỂ MẠNH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG TRONG VÙNG. HIỆN ĐBSCL CÓ 1.270 SẢN PHẨM OCOP TRONG TỔNG SỐ GẦN 7.500 SẢN PHẨM CỦA CẢ NƯỚC.

thuộc ngành thực phẩm và thảo dược. Chương trình OCOP không chỉ nâng cao giá trị sản phẩm truyền thống của Bến Tre, mà còn giúp tăng thu nhập, góp phần cải thiện đời sống vật chất và tinh thần cho người dân ở khu vực nông thôn. Chương trình OCOP bước đầu đã trở thành chương trình phát triển kinh tế quan trọng trong việc thúc đẩy sản xuất các sản phẩm truyền thống, dịch vụ lợi thế đạt tiêu chuẩn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường, góp phần phát triển kinh tế, nâng cao thu nhập của người dân gắn với xây dựng nông thôn mới bền vững.

Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, cũng như nhiều lĩnh vực hoạt động sản xuất - kinh doanh khác, các chủ thể tham gia chương trình OCOP ở Việt Nam nói chung và tại ĐBSCL nói riêng chịu ảnh hưởng nặng nề, buộc phải cắt giảm nhân công, nguồn nguyên liệu cung ứng bị đứt gãy, rồi sản phẩm ứ đọng, năng lực sản xuất giảm mạnh cùng nhiều kế hoạch phát triển thị trường phải “đóng băng”. Nhiều gian hàng giới thiệu sản phẩm OCOP được bố trí ở khu vực chợ, hoặc trung tâm dân cư đều vắng bóng khách hàng. Trong bối cảnh nhiều địa phương trên cả nước thực

NHẪM MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG CHO SẢN PHẨM, ĐỒNG THÁP XÂY DỰNG CỬA HÀNG GIỚI THIỆU SẢN PHẨM OCOP, ĐẶC SẢN ĐỒNG THÁP Ở HÀ NỘI, PHÚ QUỐC, HỖ TRỢ XÂY DỰNG CÁC ĐIỂM BÁN SẢN PHẨM OCOP TẠI CÁC KHU, ĐIỂM DU LỊCH CỦA TỈNH.

hiện giãn cách xã hội để phòng chống dịch, phần lớn chủ thể sản phẩm OCOP cả nước nói chung và ở ĐBSCL nói riêng gặp khó khăn trong việc phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Thực tế đó đã và đang đặt ra nhiều thách thức cả trước mắt lẫn lâu dài, đòi hỏi chính quyền, các ngành liên quan và người sản xuất phải xây dựng nhiều kịch bản, chuẩn bị mọi phương án nhằm tránh bị động, giảm thiểu tối đa thiệt hại trước những ảnh hưởng của đại dịch.

2. PHÁT TRIỂN TMĐT TRONG QUẢNG BÁ, TIÊU THỤ CÁC SẢN PHẨM OCOP Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Sàn TMĐT là kênh tiêu thụ nông sản, các sản phẩm OCOP... không thể thiếu trong thời đại 4.0, nhất là khi tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp. Trong thời gian qua, Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) cùng các bộ, ngành Trung ương và địa phương đã triển khai nhiều chương trình, giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển TMĐT và chuyển đổi số cho sản phẩm OCOP. Đến nay, nhiều chương trình đã phát huy hiệu quả, góp phần tích cực vào việc quảng bá và tiêu

thụ sản phẩm OCOP như Chợ phiên OCOP, Chương trình livestream Giỏ quà Tết OCOP “Hội tụ giá trị - lan tỏa văn hóa”, Hội chợ OCOP “thực tế ảo”... Nhiều chủ thể OCOP và các đơn vị, địa phương cũng tham gia tích cực trong việc đưa sản phẩm OCOP lên các sàn TMĐT như Voso, Postmart, Lazada, Tiki, Shopee, Sendo, Ocopmall... Bên cạnh đó, với vai trò đầu mối, Bộ Công Thương đã phối hợp với các đơn vị liên quan triển khai việc kết nối và hỗ trợ bán hàng, tiêu thụ nông sản trên nền tảng số. Nhiều sản phẩm OCOP của vùng ĐBSCL được đưa lên các sàn TMĐT và TMĐT trở thành kênh tiêu thụ đầy tiềm năng cho các sản phẩm OCOP. Tại các tỉnh trong top 3 về sản phẩm OCOP như đã nêu trên, việc ứng dụng TMĐT cho việc quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm OCOP đã được thực hiện rất tích cực. Cụ thể:

Tại Đồng Tháp, tỉnh đã ra mắt website bán nông sản và đặc sản Đồng Tháp: <https://www.htxdacsandongthap.com>. Đây là website đầu tiên của tỉnh Đồng Tháp chuyên cung cấp các mặt hàng nông sản, đặc sản của tỉnh thông qua hình thức bán hàng trực tuyến. Với thiết kế hiện đại và tích hợp nhiều tính năng tiện dụng, người tiêu dùng thuận tiện hơn trong việc mua sắm các mặt hàng nông sản, đặc sản của Đồng Tháp. Đồng Tháp phấn đấu đưa 100% sản phẩm OCOP đáp ứng tiêu chí 3 sao của tỉnh lên sàn TMĐT Postmart.vn và Voso.vn. Đồng thời, số hóa 100% dữ liệu thông tin hộ sản xuất nông nghiệp phục vụ giao dịch, kinh doanh trên TMĐT; 100% sản phẩm nông nghiệp trên sàn TMĐT có đầy đủ các thông tin về nguồn gốc sản phẩm; phấn đấu có ít nhất 200 hộ sản xuất

nông nghiệp tham gia sàn TMĐT (<https://congthuong.vn/>).

Đồng Tháp cũng đã tổ chức thu thập và xây dựng danh sách, số hóa dữ liệu hộ sản xuất nông nghiệp, cũng như xác định sản phẩm và thông tin đăng bán trên nền tảng sàn TMĐT; tổ chức tập huấn, hướng dẫn các hộ sản xuất nông nghiệp khởi tạo tài khoản, đăng bán sản phẩm trên sàn TMĐT, kèm theo các kỹ năng cần thiết phục vụ bán hàng và quảng bá sản phẩm trên nền tảng số; đồng hành, hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp liên tục nâng cấp, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm địa phương; thực hiện marketing, quảng cáo bán lẻ sản phẩm nông nghiệp qua sàn TMĐT nội địa và quốc tế thông qua các chương trình xúc tiến thương mại... Bên cạnh đó, Sở Công Thương đã kết nối thị trường, hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp đẩy mạnh tiêu thụ nông sản; cung cấp thông tin đến các doanh nghiệp xuất khẩu trên địa bàn tỉnh để nghiên cứu tham gia sàn TMĐT phù hợp.

Tỉnh cũng hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp có tiềm năng xuất khẩu nông sản đưa sản phẩm lên các sàn giao dịch TMĐT quốc tế, qua đó thúc đẩy xuất khẩu nông sản thông qua mô hình “TMĐT xuyên biên giới”. Ngoài ra, Sở Công Thương Đồng Tháp còn cung cấp thông tin về thị trường tiêu thụ cho các hộ sản xuất nông nghiệp để định hướng sản xuất đáp ứng nhu cầu thị trường; cử cán bộ đầu mối phối hợp với các sở, ban, ngành liên quan và các sàn TMĐT triển khai thực hiện kế hoạch.

Hướng đến sự phát triển bền vững, nhiều chủ thể OCOP còn áp dụng hiệu quả các giải pháp chuyển đổi số vào hoạt

động sản xuất, kinh doanh như ứng dụng truy xuất nguồn gốc vào sản xuất nông nghiệp. Các sản phẩm nông sản, đặc sản, sản phẩm OCOP Đồng Tháp có mặt rộng rãi trên các kênh TMĐT Voso, Postmart, Shopee, Lazada,...

Tại Sóc Trăng - tỉnh đứng thứ hai về các sản phẩm OCOP của ĐBSCL, không chỉ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất mà các sở, ban, ngành tỉnh Sóc Trăng đã và đang nỗ lực ứng dụng công nghệ số đưa các sản phẩm lên sàn TMĐT. Đây được xem là giải pháp hữu hiệu nhằm quảng bá thương hiệu, giới thiệu và đẩy mạnh phân phối, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, nhất là các sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp tiêu biểu của địa phương. Nỗ lực xây dựng sản phẩm đạt chuẩn OCOP đã khó nhưng quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến tay người tiêu dùng còn khó hơn, nhất là các sản phẩm cùng chủng loại. Vì vậy, Sóc Trăng luôn quan tâm xây dựng chất lượng sản phẩm, nhằm tạo uy tín riêng cho các sản phẩm OCOP của mình.

Sàn TMĐT được xem là kênh quảng bá thương hiệu sản phẩm, vì khách mới luôn tìm kiếm sản phẩm trên các sàn TMĐT nhưng sau một lần mua thì khách hàng sẽ

SÓC TRĂNG ĐÃ HỖ TRỢ CÁC CHỦ THỂ OCOP TRƯNG BÀY GIAN HÀNG SẢN PHẨM OCOP TẠI CÁC HỘI CHỢ TRONG VÀ NGOÀI TỈNH; TỔ CHỨC KẾT NỐI CHO HƠN 20 DOANH NGHIỆP, CƠ SỞ SẢN XUẤT KINH DOANH SẢN PHẨM OCOP VỚI CÁC SIÊU THỊ, CỬA HÀNG KINH DOANH SẢN PHẨM OCOP.

CHƯƠNG TRÌNH OCOP KHÔNG CHỈ NÂNG CAO GIÁ TRỊ SẢN PHẨM TRUYỀN THỐNG CỦA BẾN TRE MÀ CÒN GIÚP TĂNG THU NHẬP, GÓP PHẦN CẢI THIỆN ĐỜI SỐNG VẬT CHẤT VÀ TINH THẦN CHO NGƯỜI DÂN Ở KHU VỰC NÔNG THÔN.

tự động liên hệ trực tiếp đại lý hoặc doanh nghiệp để giao dịch. Hiện tại, mặc dù doanh số bán hàng truyền thống vẫn chiếm ưu thế nhưng sàn TMĐT giúp các doanh nghiệp có được thị trường mới, khách hàng mới. Toàn tỉnh Sóc Trăng hiện có 156 sản phẩm OCOP đạt chuẩn 3 sao trở lên, trong đó có 84 sản phẩm OCOP và 20 sản phẩm khác tham gia các sàn TMĐT của Shopee, Sendo, Tiki, Voso, Posmart.vn và ngày càng có nhiều sản phẩm được người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh biết đến và lựa chọn. Điển hình như gạo ST 25 của Doanh nghiệp tư nhân Hồ Quang Trí, nếu vào sàn TMĐT của Tiki, Voso... sẽ dễ dàng tìm thấy sản phẩm này, và sản phẩm được người tiêu dùng đánh giá rất cao. Trong tháng 4 năm 2022, Sóc Trăng đã cho ra mắt sàn giao dịch TMĐT của tỉnh với tên miền là soctrangtrade.vn, tên ứng dụng di động là Sàn TMĐT tỉnh Sóc Trăng. Hiện tại, tất cả các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất (trong và ngoài tỉnh) đủ điều kiện đều được tham gia sàn TMĐT của tỉnh, riêng các sản phẩm OCOP tỉnh phần đầu đưa hết lên sàn. Các doanh nghiệp đăng ký tham gia phân phối, tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa trên Sàn TMĐT tỉnh Sóc Trăng sẽ được hưởng các chính sách hỗ trợ như: Tư vấn, hỗ trợ mở tài

khoản; duy trì tư cách thành viên trên sàn; tư vấn các thủ tục, hướng dẫn cách thức phân phối hàng hóa trên sàn; thiết kế nhận diện chung gian hàng của các đơn vị tham gia; tuyên truyền, quảng bá, mời các đơn vị tham gia giao dịch; xây dựng hình ảnh, video, số hoá các sản phẩm trưng bày của đơn vị tham gia; nâng hạng gian hàng và sử dụng dịch vụ gia tăng của sàn; hướng dẫn, đào tạo kỹ năng tham gia sàn... Sàn dự kiến sẽ vận hành trong 3 năm, đóng vai trò trung gian kết nối với người tiêu dùng, đồng thời giúp các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trong tỉnh quảng bá thương hiệu, giới thiệu và đẩy mạnh phân phối, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, nhất là các sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, các sản phẩm nông sản đạt chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ; đồng thời, tăng cường các hoạt động hợp tác xúc tiến, giao thương kết nối với các sàn TMĐT của các tỉnh, thành phố khu vực Nam sông Hậu và một số tỉnh, thành phố trong cả nước; qua đó giúp các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh mở rộng thị trường, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm nhanh, được giá và bền vững.

Ở tỉnh Bến Tre, tháng 10/2021, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn TMĐT, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Bến Tre năm 2021 và giai đoạn 2022-2025. Mục tiêu của Kế hoạch là nhằm hỗ trợ, thúc đẩy ứng dụng TMĐT, công nghệ số vào trong sản xuất, kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp. Đồng thời, đa dạng hóa các kênh phân phối nông sản, hạn chế hiện tượng ứ đọng sản

khi vào cao điểm vụ thu hoạch. Đối tượng được hỗ trợ là hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp, tổ hợp tác, hợp tác xã sản xuất nông nghiệp, Hội nông dân, doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp trên địa bàn tỉnh (gọi tắt là hộ sản xuất nông nghiệp). Theo đó, tỉnh Bến Tre sẽ hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp thiết lập gian hàng đưa sản phẩm lên các sàn giao dịch TMĐT như: Postmart, Voso, Sendo, Đặc sản Bến Tre. Trong đó, chú trọng các nông sản chủ lực, sản phẩm nông nghiệp đạt chứng nhận OCOP, Viet Gap, đặc sản của địa phương... nhằm quảng bá thương hiệu, kết nối tiêu thụ, mở rộng thị trường tiêu thụ cho nông sản địa phương; xây dựng, cung cấp, hướng dẫn vận hành các trang Landing Pages, website bán hàng cho các hộ sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là tổ hợp tác, hợp tác xã, hội nông dân, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp có nhu cầu. Đảm bảo thực hiện hiệu quả quy trình bán hàng trực tuyến, quy trình kinh doanh theo mô hình B2C, cách thức tích hợp công cụ thanh toán trực tuyến, cách thức quảng bá, marketing hiệu quả cho website thương mại; hỗ trợ thực hiện ứng dụng giải pháp SEO thông minh qua Landing Pages. Đồng thời, phối hợp với các đơn vị chuyên môn xây dựng các chương trình kết nối cung cầu, chợ phiên online; tạo điều kiện cho các hộ sản xuất nông nghiệp tham gia nhằm hỗ trợ cho các đơn vị chuyển đổi từ hình thức bán hàng trực tiếp sang trực tuyến. Các đơn vị được hỗ trợ khi đăng ký tham gia Kế hoạch nêu trên sẽ được miễn phí đào tạo, tập huấn, chuyển giao và hướng dẫn sử dụng các công nghệ số; có quyền lựa chọn

một trong các gói hỗ trợ phù hợp với thực tế để tham gia...

Ngoài các tỉnh nêu trên, hầu hết các tỉnh, thành của khu vực ĐBSCL cũng có nhiều biện pháp và hình thức khác nhau để thúc đẩy quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm OCOP thông qua sàn TMĐT như: An Giang, Long An, Tiền Giang, Cà Mau, thành phố Cần Thơ...

Tuy nhiên, việc phát triển TMĐT cho sản phẩm OCOP tại ĐBSCL vẫn còn gặp khó khăn do thiếu nguồn nhân lực, trang thiết bị mạnh mẽ, thiếu đồng bộ, nhiều chủ thể OCOP gặp khó trong tiếp cận và ứng dụng công nghệ để phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Một số nơi còn khá lúng túng trong xây dựng, triển khai các giải pháp để thúc đẩy, nâng cao hiệu quả kênh TMĐT cho sản phẩm OCOP của mình. Đồng thời, nhiều chủ thể OCOP còn hạn chế về trình độ ứng dụng công nghệ thông tin, khả năng chụp ảnh sản phẩm và cách thức xây dựng bài viết để cung cấp các thông tin một cách đầy đủ và hấp dẫn cho sản phẩm OCOP. Chủ thể OCOP cũng gặp khó trong xây dựng các website để quảng bá sản phẩm và thiếu nguồn nhân lực để liên tục cập nhật thông

NHIỀU SẢN PHẨM OCOP CỦA VÙNG ĐBSCL ĐƯỢC ĐƯA LÊN CÁC SÀN TMĐT VÀ TMĐT TRỞ THÀNH KÊNH TIÊU THỤ ĐẦY TIỀM NĂNG CHO CÁC SẢN PHẨM OCOP. ĐẾN NAY, NHIỀU SẢN PHẨM OCOP CỦA VÙNG ĐBSCL ĐƯỢC ĐƯA LÊN CÁC SÀN TMĐT VÀ TMĐT TRỞ THÀNH KÊNH TIÊU THỤ ĐẦY TIỀM NĂNG CHO CÁC SẢN PHẨM OCOP.

ĐỒNG THÁP ĐÃ TỔ CHỨC THU THẬP VÀ XÂY DỰNG DANH SÁCH, SỐ HÓA DỮ LIỆU HỘ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP, CỨNG NHƯ XÁC ĐỊNH SẢN PHẨM VÀ THÔNG TIN ĐĂNG BÁN TRÊN NỀN TẢNG SÀN TMĐT; TỔ CHỨC TẬP HUẤN, HƯỚNG DẪN CÁC HỘ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP KHỞI TẠO TÀI KHOẢN, ĐĂNG BÁN SẢN PHẨM TRÊN SÀN TMĐT, KÈM THEO CÁC KỸ NĂNG CẦN THIẾT PHỤC VỤ BÁN HÀNG VÀ QUẢNG BÁ SẢN PHẨM TRÊN NỀN TẢNG SỐ.

tin, tương tác với khách hàng và “trực” bán hàng theo hình thức online.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO TIÊU THỤ CÁC SẢN PHẨM OCOP

Để tiếp tục phát triển TMĐT, khuyến khích các doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức đẩy mạnh triển khai ứng dụng các phần mềm trên nền tảng công nghệ mới nhằm đẩy mạnh quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm OCOP, trong thời gian tới, các tỉnh ĐBSCL cần có giải pháp thiết thực, trong đó, tập trung vào một số giải pháp sau:

Thứ nhất, chính quyền các tỉnh ĐBSCL cần tiếp tục rà soát, bổ sung, hoàn thiện các quy định tại địa phương theo hướng tạo điều kiện, khuyến khích, hỗ trợ các hoạt động ứng dụng TMĐT và các mô hình kinh doanh mới trên nền tảng công nghệ số, ban hành văn bản hướng dẫn phù hợp, đặc biệt, ưu tiên cho việc quảng bá các sản phẩm OCOP của địa phương.

Thứ hai, tiếp tục xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong

TMĐT thông qua nhiều hình thức, như tuyên truyền, quảng cáo, tổ chức hội nghị, sự kiện,... từ đó tăng cường khả năng nhận biết và ứng phó của người tiêu dùng với những hành vi tiêu cực trong TMĐT, giúp người dân và doanh nghiệp hiểu được những mặt tích cực mà công nghệ cũng như TMĐT mang lại, giúp thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh và tiêu dùng theo phương thức hiện đại hơn, hiệu quả hơn... Mặt khác, các cơ quan quản lý tiếp tục nghiên cứu và xây dựng mô hình thanh toán TMĐT phù hợp; xây dựng giải pháp bán hàng trực tuyến; xây dựng hệ thống giám sát và quản lý hoạt động trên môi trường trực tuyến; đẩy mạnh việc hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua TMĐT xuyên biên giới... nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, định vị thương hiệu, kết nối khách hàng và tìm kiếm thị trường để đa dạng hóa các kênh xuất khẩu tại các thị trường nước ngoài, mở rộng mạng lưới kinh doanh.

Thứ ba, tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho TMĐT tại các tỉnh ĐBSCL. Trong đó, đẩy mạnh việc hoàn thiện, đồng bộ và nâng cấp hạ tầng công nghệ nói chung sẽ giúp bảo mật thông tin trên mạng được an toàn, giúp khách hàng yên tâm khi giao dịch trực tuyến. Đầu tư hoàn thiện hạ tầng dịch vụ chuyển phát và hạ tầng logistics trong TMĐT, từ đó sẽ giúp các quy trình phân phối, xuất khẩu hàng hóa thông suốt, tiết kiệm chi phí, thời gian và nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và cho doanh nghiệp Việt Nam.

Thứ tư, trên thực tế, nhiều chủ thể có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP nhưng chỉ tập trung cho hoạt động sản xuất, nguồn

lực còn hạn chế, chưa được trang bị các kỹ năng, kiến thức để có thể kinh doanh sản phẩm trên các sàn TMĐT. Do đó, để nâng cao khả năng tiếp cận thị trường, đặc biệt là các sàn TMĐT, cần tăng cường các hoạt động truyền thông, quảng bá thương hiệu và giá trị của các sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng. Thực tế cho thấy, nếu chỉ bán hàng theo kênh truyền thống thì lượng hàng tiêu thụ không nhiều, bên cạnh đó sản phẩm không được nhiều người biết đến. Các sản phẩm OCOP được hỗ trợ, hướng dẫn đưa sản phẩm quảng bá trên các trang TMĐT của tỉnh, kết hợp xây dựng mạng lưới cộng tác viên, bán hàng qua các trang Facebook, Zalo bên cạnh việc mở rộng mạng lưới tiêu thụ, còn có tác dụng mở rộng kết nối tiêu thụ với các khách hàng trên toàn quốc.

Thứ năm, tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền về ứng dụng TMĐT cho tiêu thụ sản phẩm OCOP tới người nông dân. Việc các sàn TMĐT quan tâm nhiều hơn đến phát triển các mô hình kinh doanh nhóm nông sản, thực phẩm sẽ là cơ hội cho các nhà cung cấp các sản phẩm đạt chứng nhận OCOP. Tuy nhiên, nhiều bà con nông dân, hay các HTX có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP chưa quen với việc kinh doanh trên môi trường trực tuyến, cũng như phương thức đóng gói, vận chuyển, thanh toán cho các giao dịch TMĐT. Do đó, các đơn vị sản xuất sản phẩm OCOP cần mạnh dạn liên kết với nhau để thực hiện các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại và bán hàng hiệu quả hơn. Các HTX bán hàng trực tiếp và trực tuyến cần hỗ trợ nông dân kỹ năng chụp ảnh, giới thiệu các sản phẩm theo tiêu chuẩn TMĐT, sau đó thành lập các gian

hàng đặc sản địa phương trên các trang TMĐT lớn như Lazada, Shopee, Sendo.

Thứ sáu, chính quyền các tỉnh ĐBSCL cần có các chương trình hỗ trợ, đào tạo kỹ năng cho các đơn vị sản xuất sản phẩm OCOP. Sản phẩm OCOP là những sản phẩm rất đặc thù, mỗi sản phẩm đó có một câu chuyện, một hành trình từ lúc đầu manh nha đến việc thay đổi quy trình sản xuất, hình thức mẫu mã, nâng cao chất lượng cùng những khó khăn trong quá trình thực hiện để đạt chứng nhận OCOP và được đưa lên sàn TMĐT. Quá trình này, cần phải được hỗ trợ về truyền thông, thúc đẩy TMĐT cho sản phẩm OCOP, quảng bá sản phẩm, tăng cường liên kết tiêu thụ sản phẩm... Để TMĐT trở thành kênh bán hàng mang lại doanh thu cao, bên cạnh các chương trình hỗ trợ của Nhà nước thì các chủ thể tham gia chương trình OCOP, các địa phương cần tích cực, chủ động thay đổi, nâng cao kỹ năng kinh doanh và quảng bá thương hiệu để phát triển thị trường cho các sản phẩm OCOP, đặc biệt là thị trường TMĐT, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động liên kết, hợp tác, mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm OCOP.

TOÀN TỈNH SÓC TRĂNG HIỆN CÓ 156 SẢN PHẨM OCOP ĐẠT CHUẨN 3 SAO TRỞ LÊN, TRONG ĐÓ CÓ 84 SẢN PHẨM OCOP VÀ 20 SẢN PHẨM KHÁC THAM GIA CÁC SÀN TMĐT CỦA SHOPEE, SENDO, TIKI, VOSO, POSMART.VN VÀ NGÀY CÀNG CÓ NHIỀU SẢN PHẨM ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG VÀ NGOÀI TỈNH BIẾT ĐẾN VÀ LỰA CHỌN.

UBND TỈNH BẾN TRE ĐÃ BAN HÀNH KẾ HOẠCH HỖ TRỢ ĐƯA HỘ SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP LÊN SÀN TMĐT, THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẾN TRE NĂM 2021 VÀ GIAI ĐOẠN 2022-2025.

Trong bối cảnh dịch COVID-19 đang diễn biến rất phức tạp, ảnh hưởng lớn đến sản xuất - kinh doanh, nhất là đầu ra cho sản phẩm OCOP, các địa phương cần tổ chức các lớp tập huấn nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nắm bắt và hiểu rõ về chuyển đổi số trong doanh nghiệp, làm chủ xu thế mới trong quản trị doanh nghiệp, chuẩn bị sẵn sàng phương án làm việc từ xa để duy trì và phát triển.

Thứ bảy, các đơn vị có sản phẩm OCOP cần xác định rõ yêu cầu phải tăng cường quảng bá trên các trang mạng, kênh bán hàng online và tìm kiếm thị trường mới để thích ứng với diễn biến phức tạp của dịch bệnh. Ngoài ra, phải điều chỉnh kế hoạch sản xuất, chủ động nghiên cứu phương thức cải tiến để không ngừng nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm, bao bì nhằm tăng sức cạnh tranh trên thị trường, thu hút người tiêu dùng. Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, bảo đảm uy tín, tính chuyên nghiệp trong hoạt động sản xuất - kinh doanh; tăng cường quảng bá, xúc tiến thương mại, chủ động phân phối hàng hóa hợp lý, đa dạng kênh tiêu thụ... Bên cạnh việc đưa những sản phẩm OCOP lên các sàn giao dịch TMĐT, các chủ thể OCOP cần nỗ lực triển khai

việc bán hàng trên các trang mạng như zalo, facebook... để có thêm cơ hội tiếp cận người tiêu dùng.

Hoạt động bán hàng thông qua các sàn TMĐT đang là xu hướng tất yếu, đảm bảo duy trì tốt chuỗi sản xuất, cung ứng sản phẩm. Chính vì vậy, việc đẩy mạnh tuyên truyền, truyền thông nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp, hợp tác xã, người sản xuất và tăng cường hỗ trợ để đưa tất cả những sản phẩm OCOP tham gia các sàn TMĐT lớn rất cần sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông và các chủ thể OCOP để mở rộng thị trường tiêu thụ, góp phần mang đến sự thành công của Chương trình OCOP trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Bộ Công Thương - Cục TMĐT và Kinh tế số (2019). Sách trắng TMĐT Việt Nam 2020.
- Hiệp hội TMĐT Việt Nam (2019). Báo cáo chỉ số TMĐT 2021.
- <https://vovworld.vn/vi-VN/viet-nam-quoc-gia-khoi-nghiep/thuong-mai-dien-tu-sau-dai-dich-covid19-co-hoi-va-thach-thuc-cho-cac-startup-viet-nam-1085761.vov>
- <http://thst.vn/t/den-nay-soc-trang-co-174-san-pham-ocop-cap-tinh>
- <https://baodongkhoi.vn/ben-tre-co-131-san-pham-ocop-3-sao-va-4-sao-13042022-a99094.html>
- <https://baodongkhoi.vn/diem-sang-ocop-khu-vuc-dong-bang-song-cuu-long-20042022-a99336.html>
- <https://baocantho.com.vn/tim-giai-phap-thuc-day-thuong-mai-dien-tu-cho-san-pham-ocop-a146320.html>
- Google và Temasek (2018). E-Conomy SEA 2018.
- Kantar và Worldpanel Division (2018). The future of e-Commerce in FMCG.