

Chuyển đổi số - nâng tầm sản phẩm OCOP

Trong thời đại công nghệ số, kinh doanh online trở thành kênh bán hàng và tiếp cận khách hàng hiệu quả, phù hợp xu thế tất yếu. Chuyển đổi số tạo cú hích giúp chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) của tỉnh vươn xa trên hành trình mở rộng thị phần, tiếp cận thị trường rộng lớn.



Sản phẩm gạo sạch Anh Thoại đạt tiêu chuẩn OCOP 3 sao có mã QR truy xuất nguồn gốc rõ ràng. Ảnh: CẨM TÚ

Sản phẩm mở lời qua kênh số

Nắm bắt xu hướng kinh doanh hiện đại, anh Huỳnh Công Thiện, chủ hộ kinh doanh cơ sở sản xuất Huỳnh Anh, xã Vĩnh Tuy đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh sản phẩm kẹo khóm, khóm sấy được chứng nhận đạt OCOP 3 sao trên mạng xã hội, sàn thương mại điện tử. Nhờ vậy, sản phẩm tiếp cận được nhiều khách hàng, mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao giá trị sản phẩm. Theo anh Thiện, kinh doanh online không chỉ giúp anh bán được nhiều sản phẩm hơn mà còn dễ dàng tiếp cận khách hàng ở xa, thu thập phản hồi trực tiếp của khách hàng. Trên cơ sở đó, anh Thiện rút kinh nghiệm, điều chỉnh công thức chế biến, cải thiện hương vị để sản phẩm phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của thị trường.

Hiện nay, doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, chủ thể OCOP từng bước tiếp cận, khai thác thế mạnh thương mại điện tử để quảng bá, kinh doanh sản phẩm. Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Zalo, TikTok là kênh phổ biến, được chủ thể OCOP tận dụng

để đa dạng hóa kênh tiêu thụ, quảng bá sản phẩm rộng rãi đến người tiêu dùng. Việc tham gia thương mại điện tử không đơn thuần là đăng bán sản phẩm lên sàn, các chủ thể OCOP phải học cách làm thương hiệu, kể chuyện sản phẩm, tương tác với khách hàng qua bình luận, đánh giá; đảm bảo quy trình đóng gói, giao nhận đúng chuẩn.

Khác với kênh bán hàng truyền thống, kênh thương mại điện tử giúp doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có thể giới thiệu, quảng bá, đưa thông tin đầy đủ, chi tiết về sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng. Từ nông trại đến bàn ăn, từ vùng nguyên liệu đến các sàn thương mại điện tử, hành trình đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng đang được rút ngắn nhờ ứng dụng công nghệ số. Cùng với việc đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm, sản phẩm OCOP ngày càng được chú trọng về mẫu mã, có thông tin truy xuất nguồn gốc rõ ràng, đáp ứng yêu cầu tiêu dùng hiện đại của khách hàng.

Thương hiệu địa phương vươn xa

Nếu như trước đây, sản phẩm OCOP địa phương chỉ tiêu thụ ở trong tỉnh thì nay thông qua các kênh bán hàng trực tuyến nhiều sản phẩm đã vươn xa cả nước, thậm chí nước ngoài. Điều này làm gia tăng đáng kể doanh thu cho cơ sở sản xuất, chủ thể OCOP.

Tham gia bán hàng trên nền tảng số, cơ sở gạo sạch Anh Thoại, xã An Biên thuận lợi hơn trong tiếp cận người tiêu dùng, mở rộng thị trường, đa dạng hóa kênh tiêu thụ. Theo chị Nguyễn Thị Diệu Hà - Chủ cơ sở gạo sạch Anh Thoại, chuyển đổi số tạo cơ hội cho chủ thể OCOP nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh, năng lực cạnh tranh, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm. Việc bán hàng qua sàn thương mại điện tử, các nền tảng mạng xã hội giúp đơn hàng tăng lên đáng kể, sản phẩm gạo sạch Anh Thoại đạt chuẩn OCOP 3 sao của gia đình chị được khách hàng nhận diện tốt hơn.

Phát biểu tại hội nghị “Ứng dụng chuyển đổi số trong phát triển các sản phẩm OCOP xuất khẩu” diễn ra vào ngày 1/8 vừa qua tại Hà Nội, ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công thương) nhấn mạnh chuyển đổi số là con đường tất yếu để doanh nghiệp OCOP tăng trưởng bền vững và khai phá thị trường. Chuyển đổi số không đơn thuần là công nghệ mà còn thể hiện tư duy mới trong sản xuất, tiếp thị và kinh doanh. Do vậy, chuyển đổi số không còn là lựa chọn mà đã trở thành yêu cầu bắt buộc nếu sản phẩm OCOP của tỉnh muốn phát triển, mở rộng thị trường trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Thực tế cho thấy, việc giới thiệu, bán sản phẩm trên sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Vở Sò và mạng xã hội góp phần hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm hiệu quả, giúp chủ thể OCOP tiết kiệm chi phí, tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng, thuận lợi trong việc chăm sóc khách hàng. Chuyển đổi số là giải pháp tối ưu đưa sản phẩm OCOP đến gần

hơn, nhanh hơn với người tiêu dùng cả nước, hướng đến mục tiêu phát triển hiệu quả, bền vững, thật sự là chìa khóa đưa sản phẩm OCOP vươn xa.

Chương trình mỗi xã một sản phẩm được triển khai đồng bộ, lan tỏa rộng khắp, khơi dậy tiềm năng, lợi thế của địa phương, nhất là các giá trị văn hóa vùng, miền để hình thành sản phẩm OCOP giá trị, phù hợp nhu cầu tiêu dùng. Toàn tỉnh có 582 sản phẩm OCOP được công nhận tại 102 đơn vị hành chính cấp xã, chủ yếu tập trung ở nhóm thực phẩm, với 506 sản phẩm, còn lại là sản phẩm thủ công mỹ nghệ, thức uống, dược liệu...

CẨM TÚ

Nguồn: Báo và Phát thanh, Truyền hình An Giang