

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

GIẢI PHÁP HỖ TRỢ KỊP THỜI TIÊU THỤ CÁC SẢN PHẨM NÔNG SẢN



Việc đẩy mạnh kết nối tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp của các địa phương thông qua các sàn thương mại điện tử (TMĐT) là giải pháp quan trọng để thúc đẩy phát triển kinh tế số nông thôn giúp hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, hợp tác xã kịp thời tiêu thụ các sản phẩm nông sản, đặc biệt là trong giai đoạn chịu ảnh hưởng nặng nề do dịch bệnh Covid-19.

Trong bối cảnh tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, việc kết nối tiêu thụ nông sản trên môi trường trực tuyến được đánh giá là một trong những giải pháp hiệu quả, là cánh tay nối dài bên cạnh phương thức phân phối truyền thống, từ đó giúp bà con nông dân mở rộng thị trường tiêu thụ khắp 63 tỉnh thành, tận dụng lợi thế của công nghệ, ứng dụng các giải pháp hiện đại trong hoạt động sản xuất kinh doanh, phát triển thị trường TMĐT cho cả nhà sản xuất và người tiêu dùng.

Lãnh đạo Bộ Công Thương xác định việc hỗ trợ đưa nông sản mở rộng kênh phân phối qua TMĐT và môi trường số là giải pháp cấp thiết đồng thời là một trong những nhiệm vụ được ưu tiên theo tinh thần chỉ đạo của Chính phủ nhằm một mặt đảm bảo công tác an toàn chống dịch toàn dân mặt khác góp phần cùng với hệ thống phân phối truyền thống duy trì chuỗi cung ứng và lưu thông hàng hoá, nông sản trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 còn hết sức phức tạp.

Theo báo cáo của các tỉnh, địa phương, năm nay thời tiết thuận lợi nên sản lượng nông sản vào mùa

cao hơn năm ngoái, chất lượng nông sản đồng đều, nhiều vùng trồng có ứng dụng truy xuất nguồn gốc xuất xứ, đáp ứng các tiêu chuẩn như Viet Gap, Global Gap... tuy nhiên do dịch bệnh Covid-19 bùng phát trở lại ở nhiều nước khiến nhiều thị trường nhập khẩu nông sản của Việt Nam ảnh hưởng đáng kể.

Trong khi đó, ngay tại thị trường trong nước, dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp ở nhiều tỉnh, thành phố, đặc biệt là các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM và một số tỉnh phía Nam đã khiến một lượng lớn nông sản, thủy hải sản, trái cây đến mùa lên đến hàng triệu tấn gặp rất nhiều khó khăn trong đầu ra tiêu thụ. Thêm vào đó, do yếu tố dịch bệnh nên việc vận chuyển hàng hoá giữa các tỉnh, địa phương trên cả nước cũng rất hạn chế.

Trước bối cảnh đó, việc tìm đầu ra cho các sản phẩm địa phương, nông sản địa phương là việc làm cấp bách, từ đó sớm có phương pháp đồng hành, hỗ trợ cụ thể nhằm tiêu thụ sản phẩm nông sản địa phương trên phạm vi cả nước giúp bà con nông dân ổn định đầu ra, đưa sản phẩm nông sản chất

lượng tốt đến tay người tiêu dùng theo đúng tiêu chuẩn phòng dịch, hướng đến phát triển mục tiêu kép vừa phòng chống dịch, giữ an toàn sức khỏe toàn dân vừa phục hồi và duy trì phát triển kinh tế - xã hội.

Bộ Công Thương đã chỉ đạo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số phối hợp với các Bộ ngành Trung ương như Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Thông tin và Truyền thông cũng như UBND các tỉnh, Sở ban ngành địa phương đã, đang và tiếp tục triển khai hàng loạt chương trình hỗ trợ, có ý nghĩa thiết thực, có hiệu quả và đóng góp tích cực giúp ổn định đầu ra tiêu thụ cho sản phẩm nông sản của các địa phương trên cả nước.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số đã phối hợp với Sở Công Thương các tỉnh, thành phố và các sàn TMĐT tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn và kết nối thương mại cho các doanh nghiệp sản xuất, hợp tác xã; đồng thời tổ chức các sự kiện, chương trình đặc biệt trên các sàn TMĐT để tiêu thụ các đặc sản của địa phương, góp phần đưa các sản phẩm này đến gần hơn với người tiêu dùng.

Tiêu biểu như: “Ngày Đặc sản Sơn La”; “Ngày hội xứ Dừa - Quê hương Bến Tre”; “Hội nghị kết nối, xúc tiến tiêu thụ Vải thiều Thanh Hà và nông sản tiêu biểu tỉnh Hải Dương năm 2021”; “Phiên chợ nông sản Việt”; “Tuần lễ nông sản Việt”; đưa sản phẩm Nhân lồng Hương Chi - Hưng Yên bán trên Sàn thương mại điện tử Sendo, Voso và Postmart hay chương trình hỗ trợ tiêu thụ Hành tím Vĩnh Châu...

Dấu ấn đậm nét nhất của TMĐT trong những ngày chống dịch bệnh Covid-19 phải kể đến việc vải thiều Lục Ngạn, Bắc Giang lần đầu tiên chính thức phân phối trên cả 6 sàn thương mại điện tử lớn nhất tại Việt Nam là Vò Sò, Sen Đỏ, Shopee, Tiki, Postmart, Lazada thông qua “Gian hàng Việt trực tuyến Quốc gia”. Thời điểm đó Bắc Giang đang là tâm dịch đánh dấu sự trở lại của dịch bệnh Covid-19 sau một thời gian dài Việt Nam không ghi nhận ca mắc nào ngoài cộng đồng.

Chương trình “Chung tay ủng hộ vải Bắc Giang” cũng đã gây tiếng vang lớn và mang lại kết quả trên cả mong đợi khi hơn 9.000 tấn vải thiều với hơn 1 triệu đơn hàng được tiêu trên các sàn thương mại điện tử lớn (không kể các kênh trực tuyến mạng xã hội khác). Con số này đã vượt xa kịch bản tốt nhất mà tỉnh Bắc Giang xây dựng thời điểm đó đối với việc tiêu thụ vải thiều trên TMĐT là khoảng 2.000 tấn.

Trước tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, một số thị trường tiêu thụ lớn các mặt hàng nông sản như Hà Nội, TP.HCM đang thực hiện giãn cách theo Chỉ thị 16/CT-TTg đã ảnh hưởng lớn đến sức tiêu thụ hàng hoá nói chung và mặt hàng nông sản nói riêng, đặc biệt là khó khăn trong khâu vận chuyển hàng hoá theo phương thức TMĐT. Bộ Công

Thủ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Phạm Anh Tuấn cho biết, thực hiện Kế hoạch 1034, Bộ tập trung vào việc đưa hộ nông dân sản xuất lên sàn TMĐT qua 2 sàn của Bưu điện Việt Nam (Postmart.vn) và Viettel Post (voso.vn). Bộ tập trung chỉ đạo các doanh nghiệp bưu chính, đặc biệt là Bưu điện Việt Nam và Viettel Post để đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn TMĐT, tập trung phát huy tối đa tiêu thụ trong nước; tập trung thông tin tuyên truyền giới thiệu nông sản Việt Nam trên các kênh truyền thông.

Các đơn vị công nghệ của Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ hỗ trợ cùng hai doanh nghiệp bưu chính để cung cấp nền tảng số hướng dẫn hỗ trợ hộ nông nghiệp sản xuất lên sàn. Khi một hộ lên sàn phải có chuẩn hoá đầy đủ thông tin về tài khoản, hồ sơ hộ nông dân, ID... Nền tảng cũng được chuẩn hoá để là nền tảng phát triển kinh tế số chung.

“Đến hết năm 2021, Bộ và các địa phương dự tính đưa 5 triệu hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn TMĐT và từng bước triển khai trong năm 2022 và các năm tiếp theo” - Thủ trưởng nhấn mạnh.

Thương đã có văn bản gửi các sàn TMĐT lớn đề nghị tăng cường hỗ trợ chuẩn bị nguồn hàng, xây dựng các chương trình bán hàng thiết yếu đảm bảo không đứt gãy nguồn cung hàng hóa, đồng thời khẩn trương làm việc với các Sàn thương mại điện tử Voso (Viettel Post), Sendo, Postmart, Tiki (Tiki Ngon) và các đối tác vận hành TMĐT... để tổ chức hàng hóa, tăng cường nguồn hàng cho người dân khu vực thực hiện giãn cách.

Bên cạnh đó, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số tiếp tục tăng cường phối hợp với các địa phương có nông sản vào mùa như Na Chi Lăng (Lạng Sơn), Bưởi Phúc Trạch (Hà Tĩnh) phân phối trên các thương mại điện tử như Voso, Postmart, Sendo... cũng như các đối tác vận hành TMĐT.

Các sàn TMĐT đã nhanh chóng triển khai các Chương trình như “Đi chợ tại nhà” của Sendo, “Tiếp sức Sài Gòn - Tiki trao tươi ngon” của Tiki, “Thực phẩm bình ổn” của Shopee hay Chương trình “An tâm

ở nhà” của Voso để cùng chung tay chung sức đảm bảo cung ứng hàng hoá và bình ổn giá cho thị trường TP.HCM và các tỉnh, thành phố thực hiện giãn cách xã hội, đặc biệt là các thực phẩm tươi sống, lương thực, hàng thực phẩm...

Trong thời gian tới sẽ còn nhiều hơn nữa những mặt hàng nông sản, các đặc sản vùng miền hay các sản phẩm của các doanh nghiệp tiêu biểu sẽ được hỗ trợ phân phối trên TMĐT một cách đồng bộ và chuyên nghiệp cũng như mang tới cho người tiêu dùng những mặt hàng nông sản quốc gia với chất lượng tốt, đạt tiêu chuẩn, nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, vừa giúp cho doanh nghiệp địa phương, hợp tác xã nông nghiệp có thêm một kênh tiêu thụ hàng hóa, vừa tạo luồng cung ứng hàng hoá đến tận tay người tiêu dùng theo đúng yêu cầu phòng dịch, góp phần duy trì ổn định luồng lưu thông hàng hoá trong giai đoạn chống dịch quyết liệt.

Bích Thảo