



HỖ TRỢ NGƯỜI DÂN ĐƯA NÔNG SẢN LÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vừa tổ chức Hội nghị kết nối tiêu thụ nhân và sản phẩm OCOP của tỉnh Đồng Tháp, Sóc Trăng theo hình thức trực tuyến, với sự tham gia đông đảo của các hợp tác xã, doanh nghiệp tại hơn 160 điểm cầu trên cả nước.

Đồng hành cùng nông dân tiêu thụ nông sản

Tác động của dịch bệnh Covid-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới các hoạt động truyền thống trong kinh doanh, phân phối, xuất khẩu các mặt hàng nông sản của Việt Nam. Trong điều kiện hiện nay, việc phân phối tiêu thụ

các mặt hàng nông sản trên các sàn thương mại điện tử, được xem là một trong những giải pháp quan trọng và hiệu quả trong tiêu thụ nông sản.

Mới đây, Bộ Công Thương vừa phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vừa tổ chức Hội nghị kết nối tiêu thụ nhân và sản phẩm OCOP của tỉnh Đồng Tháp, Sóc Trăng theo hình thức trực tuyến, với sự tham gia của Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn), Đại diện Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), Lãnh đạo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Sóc Trăng, Đồng Tháp, Sở Công Thương tỉnh Sóc Trăng, Sở Công Thương tỉnh Đồng Tháp, Lãnh đạo Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp cùng đông đảo hợp tác xã, doanh nghiệp tại các điểm cầu chính là Đồng

Tháp, Sóc Trăng và hơn 160 điểm cầu khác trên cả nước.

Theo thông tin từ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Đồng Tháp, tính đến nay toàn tỉnh có hơn 5.340 ha trồng nhãn, sản lượng mỗi năm ước tính hơn 53.000 tấn. Trong đó, quả nhãn tại huyện Châu Thành đã xuất khẩu ra nước ngoài, áp dụng các tiêu chuẩn Gap, VietGap; Khoai lang có 1.400 ha, sản lượng ước đạt hơn 35.000 tấn; Cá tra với diện tích 2.000 ha mặt nước với sản lượng lớn nhất đồng bằng sông Cửu Long 553.000 tấn. Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh còn có các nông sản khác như: Lúa 550.000 tấn, xoài 30.600 tấn, chanh 21.500 tấn, ổi 13.780 tấn, cam 6.400 tấn, quýt 5.100 tấn, mít 3.780 tấn, thanh long 2.000 tấn, mận 1.900 tấn, ớt 1.700 tấn.

Tỉnh Sóc Trăng cũng đã triển khai chương trình “Mỗi xã một sản

phẩm OCOP" nhằm đáp ứng nhu cầu hội nhập, nâng cao chất lượng sản phẩm và thế mạnh của từng địa phương, hướng đến mục tiêu phát triển nông nghiệp nông thôn hiệu quả, bền vững cùng những ý nghĩa thiết thực với 99 sản phẩm tham gia chương trình OCOP ở nhiều nhóm sản phẩm. Sóc Trăng có sản lượng lúa hàng năm trên 2 triệu tấn, trong số các sản phẩm OCOP của tỉnh có đến 4 sản phẩm thuộc mặt hàng gạo bao gồm: Gạo thơm ST24, gạo hữu cơ nông trường Cá Bờ Đập, gạo tài nguyên Phú Khang và gạo sữa An Cư... Bên cạnh đó, Sóc Trăng có nhiều sản phẩm truyền thống khác thuộc nhiều nhóm sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn chất lượng.

Đa phần các sản phẩm nông sản có tính chất mùa vụ, gặp phải áp lực tiêu thụ khi vào mùa thu hoạch. Do vậy khi đối mặt trước mùa dịch, mặt hàng không có thương lái đến thu mua vì bị cô lập chống dịch, người tiêu dùng giảm lượng mua do kinh tế khó khăn. Là địa phương nông nghiệp trọng điểm, sở hữu lượng nông sản dồi dào, tỉnh Đồng Tháp và Sóc Trăng luôn đảm bảo cung cấp đầy đủ những loại nông sản chất lượng an toàn trong mọi thời điểm cho thị trường.

Ông Lê Văn Hùng, Đại diện Hợp tác xã An Hòa - huyện Châu Thành tỉnh Đồng Tháp chia sẻ, đơn vị đã gặp rất nhiều khó khăn trong mùa dịch. Mặc dù hợp tác xã đã cố gắng giải quyết một phần khó khăn trong khâu tiêu thụ cho người nông dân, tuy nhiên người dân còn gặp các khó khăn trong việc vận chuyển hàng hóa, giá thành sản phẩm...

Ông Nguyễn Quốc Toàn - Cục trưởng Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản cho biết, hệ thống vận chuyển logistics là mắt xích quan trọng trong giá thành, lợi nhuận và thời gian bảo quản

của nông sản nên cần phát huy hết sức mạnh của hệ thống này. Các địa phương cần thống kê sản lượng nông sản theo từng huyện để xây dựng kịch bản tiêu thụ chi tiết, sau đó có chỉ đạo để các đơn vị hỗ trợ cho quá trình tiêu thụ như Bắc Giang đã làm với vụ vải thiều vừa qua.

"Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sẽ cùng phối hợp với Bộ Công Thương và các Bộ ngành để triển khai các chương trình hỗ trợ địa phương" - ông Toàn khẳng định.

Phân phối nông sản thông qua "Gian hàng Việt trực tuyến"

Một trong những giải pháp trọng tâm được đưa ra tại Hội nghị, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp khó lường là chương trình "Gian hàng Việt trực tuyến" do Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) triển khai từ cuối năm 2019. Đây là một trong những giải pháp hỗ trợ kịp thời cho sản phẩm nông sản vùng miền nói chung và các tỉnh phía Nam như Đồng Tháp, Sóc Trăng nói riêng.

Ông Bùi Huy Hoàng - đại diện Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương chia sẻ: "Hiện Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số đã có các chương trình hợp tác với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để giới thiệu các sản phẩm OCOP tiêu biểu trên các sàn thương mại điện tử. Chương trình "Gian hàng Việt trực tuyến" Quốc gia do Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số xây dựng với mô hình phân phối trực tiếp từ nhà sản xuất tới người tiêu dùng như "Siêu thị hàng Việt uy tín" trên các sàn thương mại điện tử như: Sen Đỏ, Vò Sò (Viettel Post), Tiki, Shopee, Postmart, Lazada theo các hình thức khác nhau nhằm hỗ trợ tiêu thụ các nông sản, hàng Việt đến tay người tiêu dùng trên cả nước.

"Với hình thức trên, chương trình "Gian hàng Việt trực tuyến Quốc gia" đang hỗ trợ tiêu thụ trên các sàn thương mại điện tử, đồng thời truyền thông, quảng bá sản phẩm địa phương khắp các vùng miền, từ đó có thể tiếp cận lượng khách hàng rộng khắp trên cả nước được cho là lợi thế của hình thức phân phối qua thương mại điện tử. Thông tin liên quan đến chương trình như các hoạt động, tài liệu, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chương trình, chúng tôi đều đăng tải trên Cổng thông tin Tự hào Việt (tuhaoviet.vn) là cổng thông tin chính thức hưởng ứng "Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) trực tiếp quản lý vận hành" - ông Hoàng cho biết thêm.

Thời gian vừa qua, chương trình "Gian hàng Việt trực tuyến" cùng các Sàn thương mại điện tử đã tổ chức những sự kiện mang tính lan tỏa và đem lại hiệu quả vô cùng thiết thực. Cụ thể, Cục thương mại điện tử và Kinh tế số đã phối hợp với các Sàn thương mại điện tử Sendo.vn, Voso.vn (Viettel Post) thông qua Chương trình "Gian hàng Việt trực tuyến" tiêu thụ nông sản, sản phẩm địa phương như "Ngày đặc sản Sơn La" (Sendo.vn), "Ngày hội xứ Dừa - Quê hương Bến Tre" (Sendo.vn), đẩy mạnh tiêu thụ hành tím Sóc Trăng, vải thiều Hải Dương (Voso.vn), Phiên chợ nông sản Việt trên sàn thương mại điện tử Sendo hay chương trình hỗ trợ nho xanh Ninh Thuận, bơ Đắk Lắk, khoai lang tím ở Vĩnh Long, mận hậu Sơn La, lê thơm Tai Nung (Lào Cai), sầu riêng Ri6 Trà Vinh... và đặc biệt là chương trình tiêu thụ vải thiều Bắc Giang, nhãn lồng Hưng Yên trên 6 sàn thương mại điện tử tại Việt Nam (bao gồm cả Sendo, Voso, Postmart, Tiki, Shopee, và Lazada) đã hỗ trợ tiêu thụ hàng nghìn tấn vải thiều thương phẩm.

Với vai trò đầu mối của Bộ Công Thương về quản lý và phát triển thương mại điện tử, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số sẽ kết nối và tổ chức cùng với các Sàn thương mại điện tử hợp tác với Cục để hỗ trợ đào tạo, hướng dẫn, hỗ trợ phân phối sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm địa phương, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm chất lượng tốt ở các tỉnh, thành phố. Đặc biệt, khi tham gia vào “gian hàng Việt trực tuyến”, doanh nghiệp sẽ được các chuyên gia thương mại điện tử “cầm tay chỉ việc”, tư vấn hoàn toàn miễn phí từng bước từ khâu đăng ký gian hàng, xử lý hình ảnh, đăng bán, đóng gói, giao hàng, các kỹ thuật hỗ trợ bán hàng hiện đại... Đặc biệt, các doanh nghiệp Việt, thương hiệu Việt tham gia phân phối trên “gian hàng Việt trực tuyến” còn được hỗ trợ truyền thông quảng bá sản phẩm, được hưởng các chính sách ưu đãi đặc biệt từ các sàn thương mại điện tử, được hỗ trợ chi phí chuyển phát, và hỗ trợ các giải pháp tài chính từ các đối tác của chương trình.

“Trong bối cảnh Covid-19 còn diễn biến phức tạp, chúng ta sẽ chủ động kết nối sản xuất cung cầu để hoàn thành mục tiêu kép Chính phủ đề ra”, ông Đào Văn Hồ - Giám đốc Trung tâm xúc tiến Thương mại Nông nghiệp khẳng định.

Tuy nhiên, để đưa được sản phẩm nông sản lên sàn thương mại điện tử không hề đơn giản, nguyên nhân chủ yếu vẫn là từ nhận thức của hợp tác xã, doanh nghiệp còn hạn chế đối với phương thức kinh doanh qua thương mại điện tử, thiếu cán bộ hiểu biết về công nghệ thông tin, quy trình bán hàng, marketing... Chính vì vậy, việc sàn thương mại điện tử không chỉ là đăng ký gian hàng và đưa sản phẩm lên các gian hàng TMĐT mà khâu quan trọng là làm sao để sản phẩm đến tay người tiêu dùng thì

Từ 3/8 đến 8/8/2021 sản phẩm nhãn lồng Hưng Yên - đặc sản tiến vua đã được Cục Thương mại điện tử và Kinh tế (Bộ Công Thương) phối hợp cùng Sàn thương mại điện tử Sendo triển khai sự kiện tiêu thụ tại thị trường Hà Nội. Đây là lần đầu tiên đặc sản của Hưng Yên được bán trên sàn thương mại điện tử Sendo.

Thời gian qua, Sàn thương mại điện tử Sendo đã phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số liên tục xây dựng các hoạt động trong loạt chương trình hỗ trợ quảng bá và tiêu thụ nhiều loại cây trái mùa vụ trên nền tảng thương mại điện tử. Nổi bật có các Chương trình vải thiều Thanh Hà - Hải Dương, vải thiều Bắc Giang, các chương trình Phiên chợ Nông sản hay Tuần lễ Nông sản Việt với các sản phẩm trái cây đặc sản các vùng miền như Xoài xanh, Mận Sơn La, Lê thơm Tai Nung - Lào Cai, Bơ Đắc Lắc, Bưởi da xanh Bến Tre, Nho xanh Ninh Thuận hay Sầu riêng Ri6 Trà Vinh... thông qua Chương trình “gian hàng Việt trực tuyến Quốc gia” đạt kết quả lên đến hàng trăm tấn đã trái cây đã được tiêu thụ.

Đối với các sự kiện tiêu thụ nông sản địa phương trong khuôn khổ Chương trình “gian hàng Việt trực tuyến”, bên cạnh việc mở bán trên sàn thì Sendo cũng có hoạt động hướng dẫn để bà con nông dân làm quen với công nghệ thương mại điện tử, bao gồm cách mở và quản lý gian hàng, đăng bán sản phẩm, đồng thời kết nối bà con với các đơn vị vận chuyển.

cần phải biết cách quảng bá, xây dựng hình ảnh sản phẩm bên cạnh đó là khâu chăm sóc khách hàng, những dịch vụ sau bán hàng, quản lý chất lượng sản phẩm...

Bà Vũ Thị Hậu - Chủ tịch Hiệp hội bán lẻ cho biết: “Hướng đi của các doanh nghiệp lên sàn thương mại điện tử là rất đúng đắn, qua đó có thể đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng, không chỉ trong nước mà còn vươn tầm ra quốc tế. Hy vọng các sàn thương mại điện tử sẽ hỗ trợ cho các nhà sản xuất, không chỉ trong dịch mà còn sau này nữa”.

“Tuy nhiên, ở góc độ bán lẻ

hàng hoá, các doanh nghiệp, hợp tác xã chúng ta đang sản xuất tốt nhưng vẫn còn yếu trong khâu kinh doanh, đặc biệt trên môi trường thương mại điện tử. Các nhà sản xuất cần xây dựng thêm phòng chuyên môn, vừa quảng bá hàng, vừa bán hàng trực tuyến để có thể hỗ trợ tiêu thụ và quảng bá sản phẩm tốt hơn nữa” - bà Hậu nhấn mạnh.

Phúc Thái