

Cà Mau: Khơi dậy tiềm năng, phát triển sản phẩm OCOP

13:52 15/12/2023

Hiện trên địa bàn tỉnh Cà Mau có 145 sản phẩm được công nhận OCOP, đây là kết quả của sự nỗ lực của các chủ thể sản xuất - kinh doanh các sản phẩm OCOP, sự hỗ trợ của chính quyền các cấp và sự tham gia tích cực của các tổ chức chính trị - xã hội ở địa phương.



Các sản phẩm OCOP tỉnh Cà Mau.

Sau hơn 05 năm triển khai thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP), tính đến nay, tỉnh Cà Mau có 145 sản phẩm được công nhận OCOP, trong đó có 32 sản phẩm 4 sao, 113 sản phẩm 3 sao.

Cụ thể, có 127 sản phẩm thuộc sản phẩm thực phẩm (chiếm 86%); 10 sản phẩm thuộc Sản phẩm đồ uống (chiếm 7%); 08 sản phẩm thuộc Sản phẩm thủ công mỹ nghệ (chiếm 7%). Có 67 chủ thể được công nhận OCOP, trong đó: 17 công ty/doanh nghiệp (chiếm 25%), 28 hợp tác xã (chiếm 42%), 22 hộ kinh doanh (chiếm 33%).

Với diện tích hơn 303.320ha nuôi trồng thủy sản của tỉnh Cà Mau phát triển mạnh so với cả nước, trong đó diện tích nuôi tôm 278.365ha (chiếm khoảng 40% cả nước), có nhiều loại hình nuôi như: Siêu thâm canh, thâm canh, bán thâm canh, quảng canh cải tiến, quảng canh kết hợp.

Toàn tỉnh Cà Mau có diện tích gieo trồng lúa hơn 111.000 ha với sản lượng đạt 549.619 tấn. Mặc dù diện tích và sản lượng lúa của Cà Mau không lớn so với các tỉnh trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long nhưng ngành hàng lúa gạo Cà Mau có lợi thế cạnh tranh lớn về chất lượng, nhất là các sản phẩm gạo sinh thái, hữu cơ.

Hiện nay, có 145 sản phẩm OCOP của tỉnh Cà Mau đã có mặt tại các sàn giao dịch thương mại điện tử như: Viettel (voso.vn), Lazada mall, Amazon, Alibaba... đặc biệt 100% sản phẩm OCOP của Cà Mau đều được đưa lên trang sàn thương mại điện tử của tỉnh Cà Mau (madeincamau.com).

Bên cạnh đó, các sản phẩm OCOP của tỉnh còn được tiêu thụ qua nhiều kênh bán hàng như điểm giới thiệu và bán sản phẩm đặc sản, đặc trưng OCOP gắn với các khu du lịch trên địa bàn tỉnh, một số sản phẩm được đưa vào các hệ thống phân phối hiện đại trong và ngoài tỉnh để giới thiệu, quảng bá sản phẩm.

Hiện có 42 sản phẩm OCOP của 14 chủ thể được đưa vào các hệ thống phân phối trong và ngoài tỉnh (Siêu thị Big C, Siêu thị CO.OPMART, CO.OP FOOD, cửa hàng thực phẩm an toàn, Siêu thị Aeon, MEGA Market, siêu thị Finelife supermarket, Fuji Mart, Top Go, chuỗi cung ứng Nutrimart).

Tại khu vực ĐBSCL, đã có 2.046 sản phẩm được công nhận đạt từ 3 sao trở lên (chiếm 18,8% tổng số sản phẩm OCOP của cả nước), với 922 chủ thể OCOP, trong đó: 28,5% là doanh nghiệp, 18,9% là HTX và 52,4% là các cơ sở sản xuất, kinh doanh.

Với sự đa dạng về sản phẩm và chất lượng không ngừng được nâng cao, các sản phẩm OCOP tỉnh Cà Mau có tiềm năng rất lớn trong liên kết phát triển sản phẩm OCOP với các tỉnh trong và ngoài khu vực.

Tuy nhiên, nhìn chung các chủ thể OCOP của tỉnh Cà Mau nói riêng và các tỉnh, thành trên cả nước nói chung hầu hết là các Hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh và các doanh nghiệp tương đối nhỏ, nên năng lực tiếp cận thị trường còn nhiều khó khăn, khả năng nắm bắt, thích ứng để linh hoạt thay đổi theo xu hướng, thị hiếu còn hạn chế, khó khăn trong tiếp cận và ứng dụng công nghệ thông tin; liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị các sản phẩm đã được hình thành nhưng chưa ổn định, thiếu bền vững...

Để kết nối tiêu thụ và xúc tiến thương mại nông sản, thủy sản chủ lực và sản phẩm OCOP của Cà Mau, theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh, cần thực hiện tốt công tác dự báo thị trường để xây dựng kế hoạch sản xuất các sản phẩm nông sản, thủy sản chủ lực và sản phẩm OCOP theo nhu cầu của thị trường; thực hiện có hiệu quả công tác kết nối tiêu thụ nội địa giữa các doanh nghiệp sản xuất, hợp tác xã, bà con nông dân với doanh nghiệp thu mua, cơ sở chế biến, các hệ thống phân phối.

Đồng thời, tăng cường xúc tiến thương mại trên nền tảng internet để quảng bá, kết nối tiêu thụ các sản phẩm nông sản, thủy sản chủ lực và sản phẩm OCOP.

Chú trọng tổ chức nhiều hoạt động xúc tiến thương mại, như: Tổ chức và tham gia các hội chợ, triển lãm, các hoạt động hội nghị hội thảo, diễn đàn; ký kết ghi nhớ hợp tác giữa các chủ thể OCOP và các hệ thống siêu thị, gian hàng thương mại để nâng cao trải nghiệm thực tế; tham gia các sàn giao dịch điện tử; mở rộng các điểm trưng bày sản phẩm trên địa bàn tỉnh.

PV (t/h)