

Chuyển đổi số: Bước đột phá, đưa sản phẩm OCOP vươn ra thị trường quốc tế

10:26 21/08/2025

Theo nhận định của các chuyên gia, nhà quản lý, sản phẩm OCOP không chỉ là hàng hóa, mà còn là tinh hoa của các vùng miền. Do vậy, chuyển đổi số chính là bước đột phá, đưa tinh hoa ấy đến với đông đảo người tiêu dùng trong nước và vươn mạnh ra thị trường quốc tế...

Theo thống kê của Bộ Công Thương, sau hơn 7 năm triển khai, Chương trình OCOP đã đóng vai trò chủ lực trong việc khẳng định giá trị của các sản phẩm nông thôn. Các sản phẩm OCOP mang nét đặc trưng về văn hóa và truyền thống, ngày càng tiệm cận tiêu chuẩn chất lượng cao, phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

Chương trình OCOP trở thành nền tảng quan trọng thúc đẩy kinh tế vùng miền, góp phần khơi dậy nội lực cộng đồng và nâng tầm hàng chục nghìn sản phẩm truyền thống theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại...

Đến tháng 7/2025, cả nước đã có 17.068 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên của 9.195 chủ thể OCOP. Trong đó có 126 sản phẩm được công nhận OCOP 5 sao cấp quốc gia.



Khai mạc Tuần hàng tư vấn, giới thiệu và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm: OCOP, làng nghề, nông sản thực phẩm an toàn năm 2025 tại Hà Nội.

Ảnh: Minh Phú

Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm OCOP vẫn còn những hạn chế. Các doanh nghiệp OCOP chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là hợp tác xã. Một trong những rào cản là khả năng ứng dụng công nghệ thông tin chưa phổ biến, thiếu nhân lực có trình độ chuyên môn, chưa nắm bắt rõ quy trình, quy định để giao dịch trên sàn thương mại điện tử...

Theo ông Phương Đình Anh, Phó Chánh Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương (Bộ Nông nghiệp và Môi trường) cho biết, với quy mô sản xuất nhỏ, sản phẩm OCOP không thể cạnh tranh bằng số lượng mà cần tập trung vào chiều sâu văn hóa. Theo đó, cần truyền tải những giá trị văn hóa bản địa, những câu chuyện sống động gắn liền với mỗi dân tộc, mỗi vùng miền vào trong từng sản phẩm OCOP.

Thời gian qua, Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) đã phối hợp cùng Alibaba.com triển khai chương trình Vietnam Pavilion - gian hàng quốc gia trực tuyến trên nền tảng Alibaba.com đồng hành cùng hơn 200 doanh nghiệp OCOP trong đào tạo, thiết kế gian hàng và kết nối thị trường quốc tế. Nhờ đó, nhiều doanh nghiệp Việt Nam dần nâng cao kỹ năng số và vươn mạnh ra thị trường toàn cầu.



Một phiên Livestream bán hàng TikTok Shop - Quảng bá sản phẩm OCOP Quảng Nam. Ảnh: Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam

Tương tự, ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) cũng nhận định: Chuyển đổi số không chỉ giúp doanh nghiệp, chủ thể OCOP cắt giảm chi phí, mà còn rút ngắn khoảng cách, tăng tốc xử lý đơn hàng và mở rộng tệp khách hàng toàn cầu.

Thời gian qua, Cục Xúc tiến thương mại đã tập trung nghiên cứu, triển khai và điều chỉnh nhiều hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với tình hình thực tiễn; phối hợp với các đối tác trong nước và quốc tế tiến hành các hoạt động nhằm đồng hành hiệu quả nhất với các doanh nghiệp. Việc hỗ trợ doanh nghiệp số hóa các kênh phát triển thị trường trong tình hình mới đang là ưu tiên hàng đầu...

Bà Nguyễn Thị Phương Uyên, Giám đốc Marketing Alibaba.com tại Việt Nam cho biết: Rào cản lớn để sản phẩm OCOP lên sàn thương mại điện tử chính là hạn chế về tư duy và kỹ năng số. Câu chuyện về sản phẩm còn nghèo nàn, mô tả đơn sơ, hình ảnh chưa chuyên nghiệp... dù nhiều sản phẩm rất chất lượng và giàu bản sắc. Cùng với đó là việc nhiều chủ thể chưa biết cách thể hiện sản phẩm bằng “ngôn ngữ quốc tế” nên chưa tiếp cận rộng rãi với thị trường nước ngoài.

Ông Nguyễn Khánh Toàn, đại diện TikTok Việt Nam cũng chia sẻ: Với lợi thế về công nghệ, hành trình bán sản phẩm làng nghề trên TikTok có thể thông qua các video giải trí. Điều này tạo ra cảm xúc cho người mua, với hiệu ứng lan tỏa tốt hơn cách quảng bá thông thường. Một kênh bán hàng hoàn toàn có thể trở thành một diễn đàn để người mua chia sẻ quan điểm, kinh nghiệm sử dụng, công dụng sản phẩm... Từ đó, sức hút, sự lan tỏa của những sản phẩm truyền thống sẽ nhanh hơn gấp nhiều lần.

Tuấn Ngọc (t/h)