TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Đưa các sản phẩm OCOP vào siêu thị, sàn thương mại điện tử

13:44 27/03/2023

Lãnh đạo TP. Hồ Chí Minh cùng các doanh nghiệp phân phối lớn mong muốn là làm sao đưa các sản phẩm bản địa, đặc sản vùng miền, các sản phẩm trong chương trình OCOP vào được các hệ thống bán lẻ hiện đại như siêu thị, sàn thương mại điện tử.

Cuối tuần qua, lãnh đạo TP. Hồ Chí Minh cùng các doanh nghiệp phân phối lớn, sàn thương mại điện tử có mặt tại TP Vinh, tỉnh Nghệ An để gặp gỡ doanh nghiệp sản xuất vùng phía Bắc, Bắc Trung Bộ, tìm kiếm nguồn hàng và thúc đẩy thị trường trong nước.

Đây là hoạt động nằm trong chuỗi kết nối cung cầu thành phố đã thực hiện trong một tháng qua. Một trong những nội dung được các lãnh đạo thành phố và các doanh nghiệp phân phối hướng đến đó là làm sao đưa các sản phẩm bản địa, đặc sản vùng miền, các sản phẩm trong chương trình OCOP vào được các hệ thống bán lẻ hiện đại như siêu thị, sàn thương mại điện tử.

Có mặt trên thị trường gần 10 năm, sản phẩm đạt chứng nhận OCOP 4 sao đã xuất khẩu sang nhiều thị trường, nhưng Công ty cổ phần Nông sản Bắc Kạn vẫn loay hoay tìm đường vào siêu thị trong nước.



Ảnh minh hoạ.

"Sản phẩm của chúng tôi thuộc vùng Bắc Kạn, được tỉnh hỗ trợ rất nhiều từ truyền thông đến marketing nhưng chúng tôi vẫn không thể nào kết nối với các đơn vị, vì không có cơ hội giao lưu, gặp gỡ và chia sẻ về các đặc trưng sản phẩm của mình", chị Lê Thị Hương, Phó Giám đốc Công ty cổ phần Nông sản Bắc Kạn, cho biết.

Xây dựng không gian riêng cho các sản phẩm OCOP trong siêu thị, Tập đoàn Central Retail Việt Nam cho biết, có rất nhiều sản phẩm dù được đưa lên kệ hàng nhưng không phát huy hết tiềm năng. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp, các sản phẩm cùng loại, ngoài đảm bảo chất lượng, nhà sản xuất phải đáp ứng yêu cầu số lượng, mẫu mã, giá thành...

"Nhiều sản phẩm OCOP tương đồng với nhau nên cần cải thiện mẫu mã vì người tiêu dùng khi đi ngang qua, họ có 02 giây để quyết định chọn sản phẩm. Lưu ý đảm bảo nguồn hàng luôn luôn có, tối đa hóa chuỗi logistics, có thể liên kết với nhau thành các hợp tác nhỏ để đi với nhau cùng một chuyến hàng cho giá thành giảm đi", bà Nguyễn Thị Bích Vân, Giám đốc truyền thông Tập đoàn Central Retail Việt Nam, cho biết.

Lắng nghe ý kiến của doanh nghiệp sản xuất, các hệ thống phân phối, lãnh đạo TP. Hồ Chí Minh yêu cầu các nhà bán lẻ phải quan tâm hơn tới hợp tác xã, sản phẩm OCOP, tham gia cùng nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất. Các địa phương sẽ liên kết với nhau để xây dựng vùng nguyên liệu, vùng hàng.

"Phải bỏ tư duy có gì mua nấy. Người ta ở xa thì mình tìm cách đưa họ đến gần với thị trường TP. Hồ Chí Minh như hỗ trợ trực tuyến qua thương mại điện tự, hỗ trợ trực tiếp qua các hoạt động xúc tiến. Các địa phương cũng nên hỗ trợ doanh nghiệp, tạo cho các doanh nghiệp không gian riêng để quảng bá sản phẩm thay

vì không gian chung", ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch UBND TP. Hồ Chí Minh, nhận định.

Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh cho biết, sau hoạt động kết nối tại phía Bắc và Bắc Trung Bộ, sẽ tập hợp danh sách sản phẩm OCOP đang hiện diện tại các siêu thị, đặc trưng cụ thể và mức độ quan tâm của người tiêu dùng, gửi về Sở Công Thương các địa phương, cùng doanh nghiệp, hợp tác xã tìm phương án hợp lý nhất để tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng.

**Thiên Trường (T/h)**