

Thanh Hóa: Nhiều sản phẩm OCOP của HTX khó mở rộng thị trường tiêu thụ

16:56 19/08/2023

Sau hơn 4 năm triển khai thực hiện, Chương trình OCOP đã và đang tạo điều kiện để các HTX trên địa bàn tỉnh phát triển sản xuất theo chuỗi giá trị. Tuy đã có hơn 60 HTX với gần 100 sản phẩm được gắn sao OCOP, song vấn đề mở rộng thị trường tiêu thụ cho nhiều sản phẩm vẫn là bài toán khó. Nhất là việc đưa các sản phẩm OCOP của các HTX vào hệ thống phân phối lớn để tiêu thụ rộng rãi trên thị trường trong, ngoài tỉnh.



Sản xuất sản phẩm OCOP sọt cói, đĩa cói của HTX Thủ công mỹ nghệ Tân Thọ (Nông Cống).

Tháng 12/2020, sản phẩm dưa hấu Đồng Quê của HTX dịch vụ nông nghiệp Hoàng Thắng (Hoàng Hóa) được chứng nhận sản phẩm OCOP 3 sao cấp tỉnh. Trung bình mỗi năm, HTX sản xuất hơn 4.000 tấn dưa. Mặc dù công nhận là sản phẩm OCOP, song đến nay dưa hấu mang nhãn hiệu Đồng Quê vẫn chủ yếu được các thành viên tiêu thụ tự do trên thị trường, thông qua chợ truyền thống

và các thương lái. Tỷ lệ sản phẩm tiêu thụ thông qua các hợp đồng liên kết và hệ thống tiêu dùng hiện đại còn hạn chế.

Ông Hoàng Văn Mạo, Giám đốc HTX dịch vụ nông nghiệp Hoàng Thắng, cho biết:

Trên địa bàn hiện có khoảng 30 ha sản xuất dưa hấu, song chỉ có 5 ha được công nhận sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP. Với sản lượng lớn song sản phẩm dưa hấu Đồng Quê có chất lượng tốt, được người tiêu dùng đánh giá cao, HTX cũng mong muốn đưa sản phẩm vào tiêu thụ ở hệ thống phân phối hiện đại. Tuy nhiên, để tiêu thụ tại các siêu thị, hệ thống thương mại hiện đại đòi hỏi chi phí lớn để vận chuyển, thủ tục, hồ sơ nhiều, thời gian quay vòng, thu hồi vốn lâu,... đang là những khó khăn khiến các thành viên HTX chưa tiếp cận được.

Hiện nay, mới có khoảng 20% sản lượng sản phẩm OCOP được tiêu thụ thông qua các HTX liên kết sản xuất, còn lại chủ yếu là tiêu thụ tự do trên thị trường.

Với khoảng hơn 60 HTX phát triển được sản phẩm OCOP thì có nhiều HTX đã khẳng định tên, tuổi trên thị trường, như: HTX Nông lâm nghiệp Bình Sơn (Triệu Sơn) với các sản phẩm từ chè, HTX Nông nghiệp hữu cơ Trúc Phượng với 3 sản phẩm từ nấm; HTX Thủ công mỹ nghệ Tân Thọ với sản phẩm sọt cói, đĩa cói; HTX Sản xuất miến gạo Thăng Long với sản phẩm miến gạo...

Bên cạnh đó cũng có không ít HTX sản xuất sản phẩm OCOP vẫn khó mở rộng thị trường tiêu thụ. Sản phẩm chủ yếu tiêu thụ thông qua các nền tảng mạng xã hội, bán lẻ, hoặc bán qua các thương lái quen nên thị trường không ổn định, giá trị kinh tế không cao.

Ông Nguyễn Ngọc Thân, Giám đốc HTX Dược liệu Pù Luông, cho biết:

Chúng tôi có sản phẩm mật ong Pù Luông được công nhận OCOP 3 sao năm 2021. Mặc dù, sản phẩm đã được thị trường và người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng nhưng do điều kiện địa lý cách trở, khả năng tiếp cận thị trường của đội ngũ cán bộ quản lý HTX còn hạn chế nên phần lớn sản lượng mật ong được sản xuất ra tiêu thụ theo hình thức truyền thống, tự do trên thị trường...

Theo phân tích của Liên minh HTX tỉnh, một trong những nguyên nhân dẫn đến việc HTX loay hoay tìm thị trường tiêu thụ cho sản phẩm là do sản xuất quy mô nhỏ, việc hình thành chuỗi sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm còn ít.

Ngoài ra, nhiều HTX chưa chú trọng đầu tư về quảng bá sản phẩm, mẫu mã còn nghèo nàn, nhiều sản phẩm sản xuất mang tính thời vụ nên khó cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại trên thị trường. Để giải quyết khó khăn này, Liên minh

HTX tỉnh đã phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức nhiều hội nghị tập huấn, đào tạo kỹ năng quảng bá sản phẩm trên sàn thương mại điện tử; đồng thời, hỗ trợ nguồn vốn ưu đãi để các HTX có điều kiện đầu tư, ứng dụng công nghệ, nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm OCOP. Thông qua các sở, ngành, đơn vị liên quan, các HTX cần chủ động tham gia các hội chợ, triển lãm, các chương trình kết nối cung cầu nhằm đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng.

PV (T/h)