

ỨNG DỤNG CHUYỂN ĐỔI SỐ NHẪM PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM CHO CÁC CHỦ THỂ OCOP TẠI THANH HÓA

Lê Thị Lan¹, Nguyễn Thị Mai¹

Bài viết phân tích thực trạng chuyển đổi số trong 110 đơn vị OCOP tại Thanh Hóa nhằm đánh giá mức độ nhận thức, hành động và ứng dụng công nghệ số vào sản xuất - kinh doanh. Kết quả cho thấy các chủ thể đã có nhận thức và tinh thần sẵn sàng cao, nhưng còn thiếu kế hoạch cụ thể và kỹ năng thực hành. Việc sử dụng mạng xã hội và mã QR khá phổ biến, tuy nhiên việc cập nhật website, ứng dụng phần mềm quản lý và tham gia sàn thương mại điện tử còn hạn chế. Từ đó, bài viết đề xuất 5 nhóm giải pháp trọng tâm nhằm thúc đẩy chuyển đổi số hiệu quả và hướng tới phát triển bền vững cho các chủ thể OCOP tại địa phương gồm: nâng cao nhận thức, hỗ trợ xây dựng kế hoạch, cung cấp hạ tầng - công cụ, phát triển hệ sinh thái số và hoàn thiện cơ chế chính sách.

Từ khóa: Chuyển đổi số, OCOP, chủ thể, phát triển, tỉnh Thanh Hóa.

DOI: <https://doi.org/10.70117/hdujs.83.1.2026.916/doi.org/>

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, chuyển đổi số không chỉ là xu hướng tất yếu mà còn là yêu cầu cấp thiết nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững cho các doanh nghiệp. Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) - một sáng kiến trọng tâm của Chính phủ trong phát triển kinh tế nông thôn theo hướng nội sinh và gia tăng giá trị - cũng đang bước vào giai đoạn cần tái cấu trúc, đổi mới mô hình sản xuất, kinh doanh để thích ứng với yêu cầu mới của thị trường. Chuyển đổi số được xem là “chìa khóa” giúp các chủ thể OCOP nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường, quản lý hiệu quả chuỗi giá trị và tiếp cận khách hàng thông minh hơn.

Tại Thanh Hóa, một tỉnh có quy mô chương trình OCOP lớn với hàng trăm sản phẩm đạt chuẩn từ 3 sao trở lên, nhiều đơn vị đã bước đầu ứng dụng chuyển đổi số như thiết lập hệ thống nhận diện thương hiệu, sử dụng mã QR truy xuất nguồn gốc, kết nối sàn thương mại điện tử và truyền thông qua mạng xã hội. Tuy nhiên, thực tiễn cũng cho thấy nhiều rào cản về năng lực công nghệ, vốn đầu tư, nhân lực và nhận thức số [3]. Xuất phát từ thực tiễn trên, nghiên cứu này nhằm phân tích thực trạng chuyển đổi số trong các chủ thể OCOP tại Thanh Hóa, qua đó đề xuất giải pháp thúc đẩy quá trình này theo hướng bền vững.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng hỏi gửi đến các chủ thể OCOP tại tỉnh Thanh Hóa, bao gồm doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và hộ kinh doanh cá thể. Khảo sát

¹Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: lelan@hdu.edu.vn

được triển khai kết hợp giữa khảo sát trực tiếp (tại địa phương, tại các hội chợ, triển lãm...) và khảo sát trực tuyến qua Google Forms, nhằm tối ưu hóa phạm vi và tốc độ thu thập dữ liệu.

Quy mô mẫu: Tổng số chủ thể tham gia chương trình OCOP là 474, với sự phân bố như sau: 78 doanh nghiệp (16,5%), 131 hợp tác xã (27,6%), 11 tổ hợp tác (2,3%), và 254 hộ kinh doanh (53,6%).

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2} = \frac{474}{1 + 474 * 0,05^2} = 217$$

Nhóm tác giả tiến hành khảo sát bằng phương pháp ngẫu nhiên 250 chủ thể chia tương ứng theo tỷ lệ các chủ thể tham gia OCOP (gồm 65 doanh nghiệp; 65 Hợp tác xã; 5 tổ hợp tác và 115 hộ kinh doanh). Tuy nhiên, trong quá trình khảo sát có phiếu thu về tỷ lệ không hợp lệ cao do bỏ sót câu hỏi đặc biệt là đối với hình thức khảo sát qua Google Forms. Sau khi lọc và làm sạch dữ liệu, thu được 110 phiếu hợp lệ.

2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp

Nghiên cứu cũng sử dụng các tài liệu thứ cấp như: Các báo cáo của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Thanh Hóa, Các báo cáo của Sở Thông tin và truyền thông tỉnh Thanh Hóa, Cổng thông tin chuyển đổi số tỉnh Thanh Hóa, các bài báo và công trình nghiên cứu liên quan đến chương trình OCOP và chuyển đổi số ở cấp quốc gia và địa phương, các văn bản pháp luật có liên quan, các văn bản hướng dẫn thực hiện OCOP...

2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Dữ liệu định lượng được xử lý bằng phần mềm Excel để thực hiện các thống kê mô tả, tính toán tần suất, tỷ lệ, mức độ trung bình. Dữ liệu định tính được tổng hợp, mã hóa theo chủ đề và phân tích nội dung nhằm làm rõ nhận thức, hành vi, bối cảnh và các yếu tố tác động đến quá trình chuyển đổi số.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Cơ sở lý luận

3.1.1. Chuyển đổi số trong doanh nghiệp nhỏ và vừa

Chuyển đổi số trong doanh nghiệp là quá trình ứng dụng công nghệ số nhằm thay đổi phương thức vận hành, quản trị, sản xuất, phân phối và tương tác với khách hàng, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động và tạo ra giá trị mới. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, chuyển đổi số có thể bắt đầu từ những bước cơ bản như xây dựng fanpage, sử dụng sàn thương mại điện tử, mã QR truy xuất nguồn gốc, hoặc ứng dụng phần mềm kế toán, quản lý đơn hàng [2]. Chuyển đổi số trong doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể chia thành ba mức độ cơ bản:

Mức độ 1 - số hóa, doanh nghiệp bắt đầu chuyển đổi các hoạt động thủ công sang dạng điện tử, chẳng hạn như quản lý sổ sách kế toán trên máy tính, sử dụng Excel thay cho sổ tay, chụp ảnh sản phẩm bằng điện thoại và quảng bá qua Facebook.

Mức độ 2 - ứng dụng công nghệ số, đánh dấu sự tham gia của doanh nghiệp vào các nền tảng kỹ thuật số như thương mại điện tử, phần mềm quản lý đơn hàng, ứng dụng mã QR cho truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hoặc các hệ thống CRM để chăm sóc khách hàng.

Mức độ 3 - chuyển đổi số toàn diện là khi doanh nghiệp tích hợp công nghệ số vào toàn bộ chuỗi giá trị từ sản xuất, quản lý, phân phối đến tiếp thị và dịch vụ hậu mãi. Doanh nghiệp ở cấp độ này có khả năng ra quyết định dựa trên dữ liệu (data-driven decision making), vận hành thông minh và có năng lực cạnh tranh bền vững.

3.1.2. Chủ thể OCOP và vai trò trong phát triển sản phẩm địa phương

Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) là một chủ trương lớn của Việt Nam, được triển khai toàn quốc từ năm 2018 với mục tiêu phát triển kinh tế khu vực nông thôn dựa trên khai thác lợi thế bản địa và nâng cao giá trị sản phẩm [8]. Sản phẩm OCOP không chỉ đơn thuần là nông sản hay hàng hóa địa phương mà còn bao gồm các dịch vụ du lịch cộng đồng, các sản phẩm chế biến từ nguyên liệu bản địa, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, đồ uống truyền thống, dược liệu, thảo mộc... Mỗi sản phẩm OCOP được đánh giá và xếp hạng theo bộ tiêu chí sao (từ 3 đến 5 sao), với trọng tâm là chất lượng, năng lực sản xuất, thị trường, nhãn hiệu và khả năng truy xuất nguồn gốc.

Chương trình OCOP không chỉ dừng lại ở phát triển sản phẩm mà còn góp phần thúc đẩy hình thành chuỗi giá trị, tăng cường liên kết vùng, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giữ gìn bản sắc địa phương - những yếu tố cốt lõi của phát triển bền vững [6]. Các địa phương triển khai chương trình OCOP không chỉ theo chiều rộng (tăng số lượng sản phẩm) mà còn theo chiều sâu (tăng giá trị gia tăng, kết nối thị trường, áp dụng công nghệ và chuyển đổi số), qua đó đảm bảo định hướng phát triển bền vững cả về kinh tế, xã hội và môi trường [1].

Chủ thể OCOP là các đơn vị tham gia chương trình OCOP, bao gồm doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và hộ kinh doanh. Các chủ thể này đóng vai trò cốt lõi trong việc phát triển, sản xuất và thương mại hóa các sản phẩm đặc trưng tại địa phương. Tuy nhiên, họ thường có quy mô nhỏ, trình độ công nghệ hạn chế và khả năng tiếp cận thị trường còn yếu, đặc biệt là hộ kinh doanh và các tổ hợp tác.

Với đặc điểm này, khả năng tiếp cận và triển khai chuyển đổi số của các chủ thể OCOP không đồng đều, phụ thuộc nhiều vào trình độ nhận thức, năng lực tài chính, và sự hỗ trợ từ bên ngoài.

3.1.3. Mối quan hệ giữa chuyển đổi số và phát triển sản phẩm OCOP của chủ thể

Chuyển đổi số có vai trò ngày càng quan trọng trong việc thúc đẩy hiệu quả của chương trình OCOP, đặc biệt trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh và người tiêu dùng có xu hướng dịch chuyển sang môi trường số. Các ứng dụng như bán hàng trực tuyến, truy xuất nguồn gốc sản phẩm bằng mã QR, tiếp thị số trên mạng xã hội, và tự động hóa quy trình sản xuất - kinh doanh giúp các chủ thể OCOP tăng khả năng tiếp cận thị trường, minh bạch hóa thông tin và tối ưu chi phí vận hành. Chuyển đổi số là một trong những giải pháp then chốt giúp sản phẩm OCOP phát triển theo hướng bền vững, đặc biệt trong giai đoạn phục hồi kinh tế sau đại dịch COVID-19 - cột mốc đánh dấu sự thay đổi lớn trong thói quen người tiêu dùng [4]. Mối quan hệ giữa chuyển đổi số và phát triển sản phẩm là mối quan hệ tương hỗ. Một mặt, chuyển đổi số tạo điều kiện cho việc phát triển sản phẩm tốt hơn. Mặt khác, yêu cầu phát triển sản phẩm sẽ thúc đẩy các chủ thể OCOP phải đổi mới và ứng dụng công nghệ nhiều hơn.

3.2. Thực trạng chuyển đổi số trong các đơn vị OCOP tại Thanh Hóa

3.2.1. Tổng quan chương trình OCOP tại Thanh Hóa

Thanh Hóa là một trong những địa phương triển khai sớm và có kết quả nổi bật trong thực hiện chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP). Trong giai đoạn 2019 - 2024, tổng số sản phẩm OCOP tại tỉnh Thanh Hóa đạt 627 sản phẩm, cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của chương trình qua các năm. Năm 2019 là năm khởi đầu, chỉ có 14 sản phẩm, chiếm 2,23% tổng số sản phẩm toàn giai đoạn. Đến năm 2020, số lượng tăng vọt lên 57 sản phẩm, tương ứng tăng thêm 43 sản phẩm, đạt mức tăng 307,14% so với năm trước.

Bảng 1. Sản phẩm OCOP tại Thanh Hóa tính đến 31/12/2024

Năm	Sản phẩm	Hạng			Chủ thể Tổng	Loại hình			
		3 sao	4 sao	5 sao		DN	HTX	THT	HKD
2019	14	11	2	1	8	6	0	0	2
2020	57	42	15	0	41	18	12	2	9
2021	90	64	26	0	57	15	26	2	14
2022	139	123	16	0	106	17	31	4	53
2023	190	189	1	0	154	15	45	3	91
2024	162	160	2	0	129	9	23	0	98
Tổng	627	568	58	1	474	78	131	11	254

Nguồn: Văn phòng Nông thôn mới - Sở NN&PTNT tỉnh Thanh Hóa

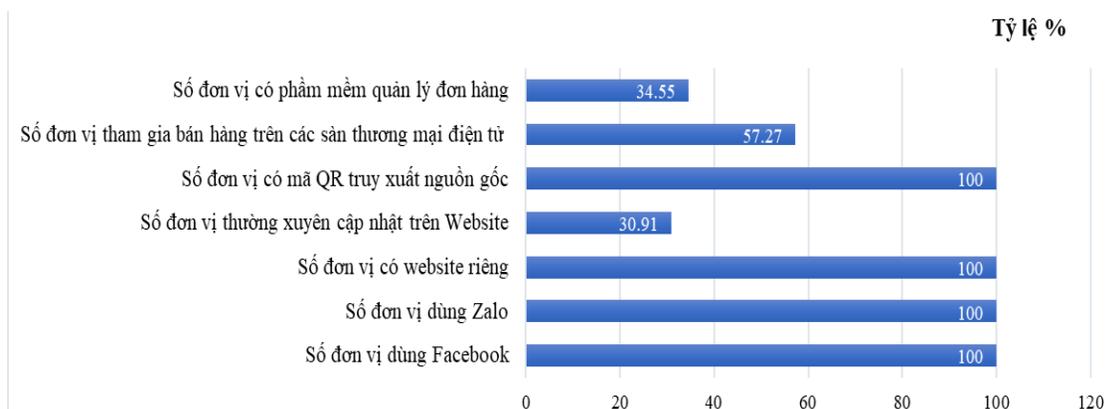
Kết quả thống kê tại bảng 1, cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của chương trình qua các năm: Năm 2019 là năm khởi đầu, chỉ có 14 sản phẩm, chiếm 2,23% tổng số sản phẩm toàn giai đoạn. Đến năm 2020, số lượng tăng vọt lên 57 sản phẩm, tương ứng tăng thêm 43 sản phẩm, đạt mức tăng 307,14% so với năm trước.

Xét theo xếp hạng sao, chương trình OCOP tỉnh Thanh Hóa có tổng cộng 627 sản phẩm được đánh giá trong giai đoạn 2019 - 2024, với 568 sản phẩm đạt 3 sao, 58 sản phẩm đạt 4 sao và chỉ có 1 sản phẩm đạt 5 sao. Tỷ trọng của các sản phẩm 3 sao chiếm 90,6% tổng số, sản phẩm 4 sao chiếm 9,3% và sản phẩm 5 sao chỉ chiếm 0,2%.

Trong toàn giai đoạn, tổng số chủ thể tham gia chương trình OCOP là 474, với sự phân bố như sau: 78 doanh nghiệp (16,5%), 131 hợp tác xã (27,6%), 11 tổ hợp tác (2,3%), và 254 hộ kinh doanh (53,6%). Cơ cấu này phản ánh vai trò áp đảo của khu vực hộ gia đình và tổ chức sản xuất nhỏ trong hệ sinh thái OCOP của tỉnh Thanh Hóa.

3.2.2. Mức độ chuyển đổi số của các chủ thể OCOP tại Thanh Hóa

Kết quả cho thấy phần lớn các đơn vị vẫn đang ở mức chuyển đổi số cơ bản tương ứng với cấp độ 1 và 2 theo phân loại của Bộ Thông tin và Truyền thông (2021). Cụ thể trong bảng 2. Theo đó, đa số các chủ thể đã bước đầu tiếp cận và ứng dụng các công cụ chuyển đổi số phổ biến, tuy nhiên mức độ ứng dụng sâu và hiệu quả thực tế còn nhiều hạn chế.



Hình 1. Thực trạng ứng dụng công nghệ số của các chủ thể OCOP tại Thanh Hoá năm 2024

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Tất cả 110 đơn vị (100%) đều sử dụng Facebook, Zalo và mã QR truy xuất nguồn gốc, phản ánh sự phổ biến và dễ tiếp cận của các nền tảng mạng xã hội và công nghệ truy xuất. Đây là các công cụ cơ bản và chi phí thấp, dễ sử dụng, phù hợp với năng lực công nghệ còn hạn chế của phần lớn hộ kinh doanh, hợp tác xã và doanh nghiệp nhỏ trong chương trình OCOP. Hơn nữa, đây cũng là những yêu cầu cơ bản đối với các sản phẩm tham gia OCOP nên tất cả các chủ thể đều đáp ứng được.

Đáng chú ý, 100% đơn vị được khảo sát cho biết có website riêng, tuy nhiên chỉ có 34 đơn vị (30,91%) thường xuyên cập nhật thông tin trên website. Điều này cho thấy mặc dù các đơn vị sở hữu website riêng theo như phổ biến và khuyến nghị, nhưng phần lớn các đơn vị mới chỉ dừng lại ở việc xây dựng hình thức, chưa thực sự sử dụng website như một kênh truyền thông và bán hàng hiệu quả. Việc thiếu cập nhật thường xuyên khiến website không phát huy được vai trò là kênh giao tiếp chủ đạo trong môi trường số.

Về kênh bán hàng hiện đại, có 63/110 đơn vị (57,27%) đã tham gia bán hàng trên các sàn thương mại điện tử như Voso, Postmart, Shopee, Tiki, Foodmap, hoặc nongsan.buudien.vn.

Có 48 đơn vị chiếm 34,55% sử dụng phần mềm quản lý đơn hàng, tức gần một nửa số đơn vị vẫn quản lý thủ công hoặc bán tự động. Các đơn vị sử dụng phần mềm quản lý chủ yếu là các doanh nghiệp hoặc hộ kinh doanh có quy mô tương đối lớn. Việc thiếu công cụ quản lý hiện đại ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất vận hành, khả năng mở rộng quy mô và chất lượng dịch vụ của các chủ thể.

Từ đó, đánh giá mức độ chuyển đổi số được thể hiện trong bảng 2.

Bảng 2. Tổng hợp mức độ chuyển đổi số của chủ thể OCOP

Mức độ chuyển đổi số	Số chủ thể	Tỷ lệ %
Mức độ 1	0	0
Mức độ 2	109	99,09
Mức độ 3	1	0,91

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát

Hầu hết các chủ thể OCOP đang ở mức độ 2 (109 chủ thể, chiếm 99,09%). Tuy nhiên, hoạt động chuyển đổi số còn tương đối rời rạc, thường dừng lại ở các hoạt động như có Website riêng, có mã QR truy xuất nguồn gốc sản phẩm, đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử... nhưng chưa có những hoạt động mang tính đồng bộ như có phần mềm quản lý chuyên nghiệp, chưa xây dựng được kế hoạch chiến lược, chưa hình thành được hệ sinh thái số trong đơn vị.

Kết quả này còn được lý giải từ kết quả khảo sát nhận thức của chủ thể về chuyển đổi số (bảng 3).

Mức độ hiểu biết về chuyển đổi số đạt điểm trung bình 3,59/5, cho thấy các chủ thể OCOP đã có nhận thức cơ bản về khái niệm và vai trò của chuyển đổi số, nhưng chưa thực sự hiểu sâu về nội dung, phương pháp hoặc công cụ áp dụng cụ thể. Trong đó có 2 chủ thể (là hộ kinh doanh) chưa hề có khái niệm về chuyển đổi số mặc dù sản phẩm của họ có website, có mã QR, có sử dụng Zalo, Facebook để phân phối; có 46 chủ thể (chiếm 41,8%) khẳng định có “hiểu biết bình thường” về chuyển đổi số; 57 chủ thể (chiếm 51,81%) có hiểu biết rõ và 5 chủ thể hiểu biết rất rõ.

Bảng 3. Nhận thức của chủ thể về chuyển đổi số

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ %
Số đơn vị có kế hoạch cụ thể về triển khai chuyển đổi số	39	35,45
Số đơn vị có tham gia đào tạo chuyển đổi số	51	46,36
Mức độ sẵn sàng chấp nhận thay đổi để chuyển đổi số của lãnh đạo đơn vị (điểm trung bình)	4,41	-
Mức độ hiểu biết về chuyển đổi số (điểm trung bình)	3,59	-

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Tuy nhiên, trong khi nhận thức tương đối tích cực thì tỷ lệ đơn vị có kế hoạch cụ thể để triển khai chuyển đổi số chỉ đạt 35,45% (39/110 đơn vị), cho thấy phần lớn các chủ thể OCOP mới dừng lại ở mức “nhận thức”, chưa có hành động cụ thể hóa bằng kế hoạch, mục tiêu hoặc phân bổ nguồn lực rõ ràng. Điều này đặt ra yêu cầu cần có sự hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn thực hành cụ thể hơn từ phía chính quyền địa phương có liên quan.

Tỷ lệ các đơn vị từng tham gia đào tạo về chuyển đổi số đạt 46,36% (51/110 đơn vị), cho thấy việc nâng cao năng lực số vẫn chưa bao phủ đến toàn bộ hệ thống OCOP tại địa phương. Điều này cũng phần nào lý giải cho việc các kế hoạch triển khai chuyển đổi số còn ít, do thiếu kiến thức và kỹ năng thực hành.

Nhận thức về sự sẵn sàng thay đổi là điểm nổi bật khi điểm đánh giá đạt 4,41/5 điểm. Điều này minh chứng rằng ý chí và tinh thần đổi mới của các chủ thể OCOP là có, nhưng họ đang gặp rào cản trong việc biến cam kết thành hành động cụ thể.

Như vậy, các chủ thể OCOP tại Thanh Hóa đã có nền tảng nhận thức và sẵn sàng tâm lý cho chuyển đổi số, tuy nhiên họ vẫn cần được tăng cường hỗ trợ từ phía cơ quan nhà nước để có thể chuyển đổi thành công và bền vững trong bối cảnh kinh tế số hiện nay.

3.3. Một số giải pháp nâng cao ứng dụng chuyển đổi số nhằm phát triển bền vững cho các chủ thể OCOP tại Thanh Hóa

3.3.1. Nâng cao nhận thức và năng lực số cho các chủ thể OCOP

Nhận thức là tiền đề quan trọng để các chủ thể OCOP chủ động tham gia và triển khai chuyển đổi số. Mặc dù điểm đánh giá mức độ hiểu biết và sự sẵn sàng chấp nhận thay đổi của lãnh đạo các đơn vị đạt mức khá cao (lần lượt là 3,59 và 4,41 điểm), nhưng tỷ lệ chủ thể có kế hoạch cụ thể và từng tham gia đào tạo còn hạn chế. Do đó, cần tổ chức các chương trình đào tạo chuyển đổi số một cách thiết thực, dễ tiếp cận, tập trung vào hướng dẫn kỹ năng thực hành và ứng dụng cụ thể cho từng loại hình chủ thể đặc biệt là các hộ kinh doanh, hợp tác xã. Bên cạnh đó, truyền thông về lợi ích, hiệu quả và các mô hình điển hình áp dụng chuyển đổi số thành công sẽ giúp lan tỏa nhận thức sâu rộng trong cộng đồng OCOP.

3.3.2. Tư vấn xây dựng chiến lược và kế hoạch chuyển đổi số phù hợp

Mặc dù nhiều chủ thể OCOP có sẵn tinh thần sẵn sàng thay đổi, song họ vẫn gặp khó khăn trong việc cụ thể hóa bằng chiến lược hoặc kế hoạch hành động phù hợp với quy mô và đặc điểm của đơn vị. Do đó, cần triển khai các chương trình tư vấn hỗ trợ xây dựng kế hoạch chuyển đổi số từ cơ bản đến nâng cao, có lộ trình rõ ràng và phân giai đoạn cụ thể. Đây là bước quan trọng giúp chủ thể OCOP từ “nhận thức” chuyển sang “hành động”, đảm bảo tính khả thi và bền vững trong triển khai.

3.3.3. Hỗ trợ hạ tầng và công cụ số hóa cơ bản

Đa phần các chủ thể OCOP là các đơn vị nhỏ lẻ, quy mô hộ cá thể hoặc hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, do đó việc tiếp cận và đầu tư vào các công cụ số còn gặp nhiều trở ngại. Để khắc phục, chính quyền và các tổ chức hỗ trợ cần ưu tiên triển khai các gói hỗ trợ hạ tầng cơ bản như phần mềm quản lý đơn hàng, hỗ trợ đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử... cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên. Riêng với các khu vực miền núi, vùng sâu vùng xa, cần có chính sách ưu tiên hơn trong đào tạo và cung cấp hạ tầng kết nối mạng internet để các chủ thể có khả năng tiếp xúc công nghệ cao hơn và tạo ra sự công bằng trong chuyển đổi số.

3.3.4. Phát triển hệ sinh thái chuyển đổi số OCOP cấp tỉnh

Chuyển đổi số không thể thành công nếu thiếu một hệ sinh thái vận hành đồng bộ. UBND tỉnh Thanh Hóa nên thiết lập các tổ hỗ trợ kỹ thuật chuyển đổi số OCOP tại địa phương - gồm cán bộ chuyên môn, giảng viên, sinh viên công nghệ và các đơn vị tư vấn - để hỗ trợ các chủ thể. Việc lựa chọn một số mô hình OCOP tiêu biểu làm điểm trình diễn chuyển đổi số sẽ góp phần nhân rộng và lan tỏa cách làm hiệu quả trên toàn tỉnh.

3.3.5. Cơ chế chính sách khuyến khích và giám sát quá trình chuyển đổi số

Tỉnh Thanh Hóa cũng cần có những cơ chế chính sách đồng bộ vừa mang tính khuyến khích, vừa có tính định hướng và giám sát. Các tiêu chí chuyển đổi số nên được lồng ghép vào hệ thống tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP nâng sao, công nhận lại, hỗ trợ xúc tiến

thương mại và các gói hỗ trợ tài chính. Việc đánh giá mức độ ứng dụng chuyển đổi số nên được thực hiện định kỳ hằng năm thông qua các biểu mẫu đơn giản và công khai, nhằm tạo động lực cạnh tranh tích cực giữa các chủ thể. Đồng thời, cần có hình thức khen thưởng cho các đơn vị ứng dụng hiệu quả và hỗ trợ tái đầu tư cho các đơn vị chậm tiến để đảm bảo mục tiêu phát triển đồng đều và bền vững.

4. KẾT LUẬN

Chuyển đổi số đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính bền vững cho các sản phẩm OCOP tại Thanh Hóa. Mặc dù các chủ thể đã có nhận thức khá tốt và sẵn sàng tâm lý cho quá trình chuyển đổi, nhưng tỷ lệ hành động cụ thể còn thấp do thiếu nguồn lực và hỗ trợ kỹ thuật. Kết quả nghiên cứu cho thấy chuyển đổi số tại các đơn vị OCOP hiện mới dừng ở mức cơ bản, chủ yếu tập trung vào truyền thông và nhận diện sản phẩm. Để thúc đẩy chuyển đổi số toàn diện, cần triển khai đồng bộ các giải pháp về nâng cao nhận thức, tư vấn chiến lược, hỗ trợ hạ tầng, phát triển hệ sinh thái số và chính sách khuyến khích phù hợp. Đây là con đường tất yếu để các chủ thể OCOP vươn ra thị trường rộng lớn hơn và phát triển một cách bền vững trong thời đại kinh tế số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2023), *Báo cáo tổng kết chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2022 và định hướng giai đoạn 2023 - 2025*, Hà Nội.
- [2] Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Sổ tay chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [3] Công Thông tin Chuyển đổi số tỉnh Thanh Hóa (2024), *Nông sản Thanh Hóa đẩy mạnh tiêu thụ qua nền tảng số*.
- [4] Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (2022), *Báo cáo tổng kết công tác năm 2021, phương hướng nhiệm vụ năm 2022*, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.
- [5] Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 về phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.
- [6] Nguyễn Minh Tiến (2020), *Phát triển chương trình OCOP gắn với xây dựng nông thôn mới bền vững*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 35(735).
- [7] Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương (2020), *Tài liệu hướng dẫn thực hiện chương trình OCOP*, Hà Nội.
- [8] Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 148/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy định đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm*.
- [9] Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Thanh Hóa (2019 - 2024), *Các báo cáo tổng kết thực hiện chương trình OCOP năm 2019 - 2024*.
- [10] Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Thanh Hóa (2019 - 2024), *Các quyết định công nhận sản phẩm OCOP năm 2019 - 2024*.

DIGITAL TRANSFORMATION APPLICATION FOR PRODUCT DEVELOPMENT FOR OCOP PARTICIPANTS IN THANH HOA

Le Thi Lan, Nguyen Thi Mai

ABSTRACT

This paper analyzes the current state of digital transformation among 110 OCOP (One Commune One Product) entities in Thanh Hoa province, aiming to assess their awareness, actions, and application of digital technologies in production and business activities. The findings indicate that while most entities demonstrate a high level of awareness and willingness to adopt digital transformation, they lack concrete implementation plans and practical digital skills. The use of social media platforms and QR codes is relatively common; however, limitations remain in website maintenance, utilization of management software, and participation in e-commerce platforms. Based on these insights, the paper proposes five core solution groups: enhancing awareness, supporting strategic planning, providing essential infrastructure and tools, developing a digital ecosystem, and improving institutional and policy frameworks. These solutions are expected to promote effective digital transformation and foster sustainable development for OCOP entities at the local level.

Keywords: *Digital transformation, OCOP, stakeholders, development, Thanh Hoa province.*

* Ngày nộp bài: 08/5/2025; Ngày gửi phản biện: 12/5/2025; Ngày duyệt đăng: 30/1/2026