

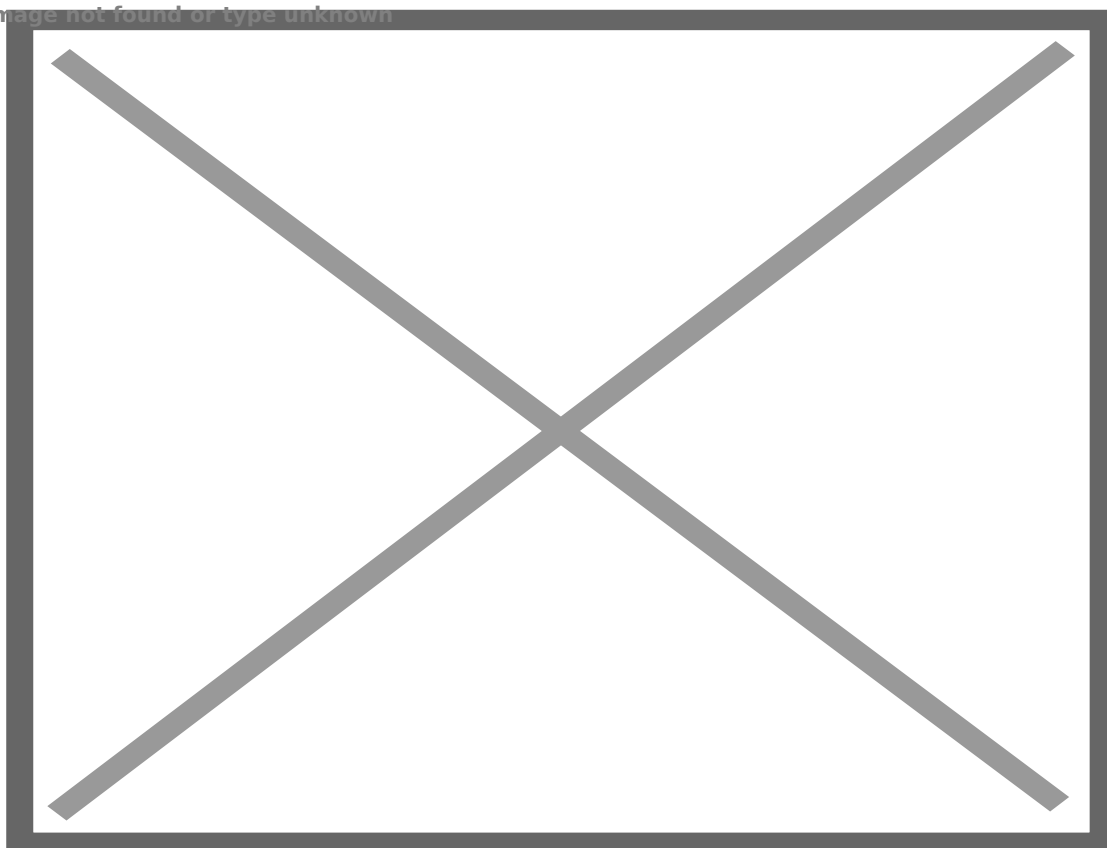
Đẩy mạnh truyền thông về giá trị cây thuốc nam

07:50 25/03/2022

Tác giả: Admin

Ngày 24/3, tại Hà Nội, dưới sự tài trợ của Phái đoàn Liên minh Châu Âu tại Việt Nam về việc thực hiện Dự án "Nâng cao năng lực quản trị chuỗi giá trị cây thuốc nam", Trung tâm Phát triển khoa học - công nghệ và chăm sóc sức khỏe cộng đồng Yên Bái (YEN BAI CDSH) đã tổ chức Hội thảo "Ngày sáng tạo về chuỗi giá trị cây thuốc nam".

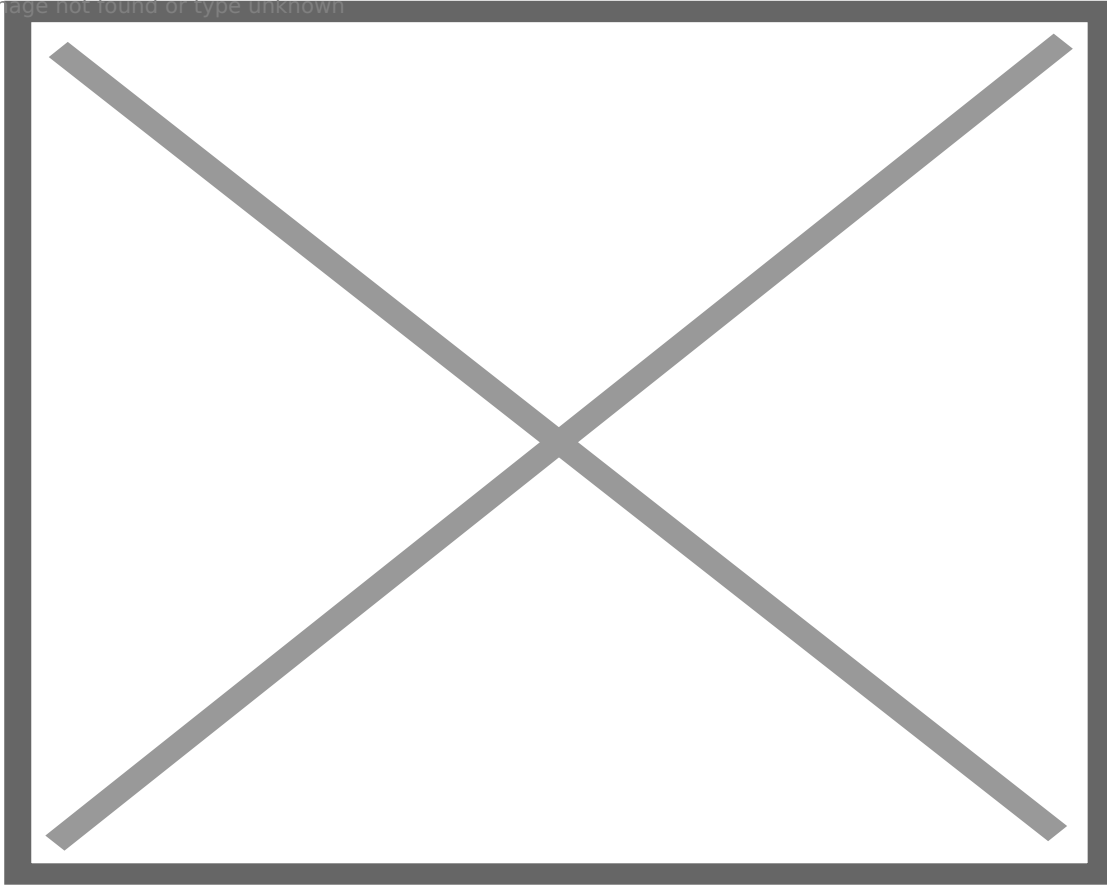
Image not found or type unknown



Quang cảnh Hội thảo.

Những năm gần đây, việc sử dụng các thuốc có nguồn gốc tổng hợp hóa dược gặp nhiều bất cập và tác dụng phụ, ảnh hưởng lâu dài đến sức khỏe người bệnh. Vì vậy, xu hướng sử dụng các thuốc có nguồn gốc từ thảo dược tự nhiên ngày càng nhiều, không chỉ ở các nước Á Đông, mà còn ở các nước phương Tây.

Image not found or type unknown

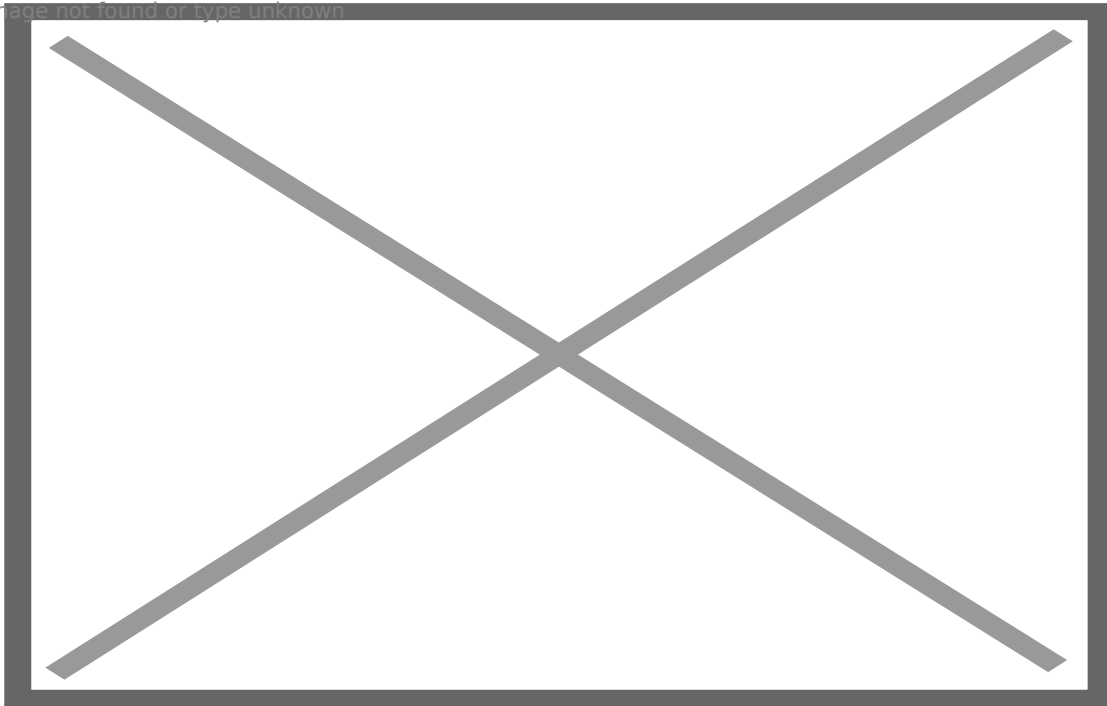


Các đại biểu bàn về việc đẩy mạnh truyền thông về giá trị cây thuốc nam

Theo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), khoảng 80% dân số nông thôn và các nước đang phát triển vẫn dựa vào thuốc thảo dược để chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Ở các nước có nền công nghiệp phát triển, 1/4 số thuốc thống kê trong các đơn đều có chứa hoạt chất thảo mộc. Còn tại Việt Nam, theo báo cáo của Cục Quản lý Dược, Bộ Y tế, mỗi năm nước ta tiêu thụ khoảng 50.000 - 60.000 tấn các loại dược liệu khác nhau, sử dụng vào việc chế biến vị thuốc y học cổ truyền, nguyên liệu ngành công nghiệp dược hoặc xuất khẩu.

Với một thị trường tiêu thụ nhiều như vậy, dược liệu nói chung và cây thuốc nói riêng đã mang lại giá trị kinh tế to lớn hơn bất kỳ cây lương thực, thực phẩm nào. Tuy nhiên hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thương mại kết nối đầu ra cho sản phẩm cây thuốc Nam cần được đẩy mạnh hơn nữa trong thời gian tới.

Image not found or type unknown

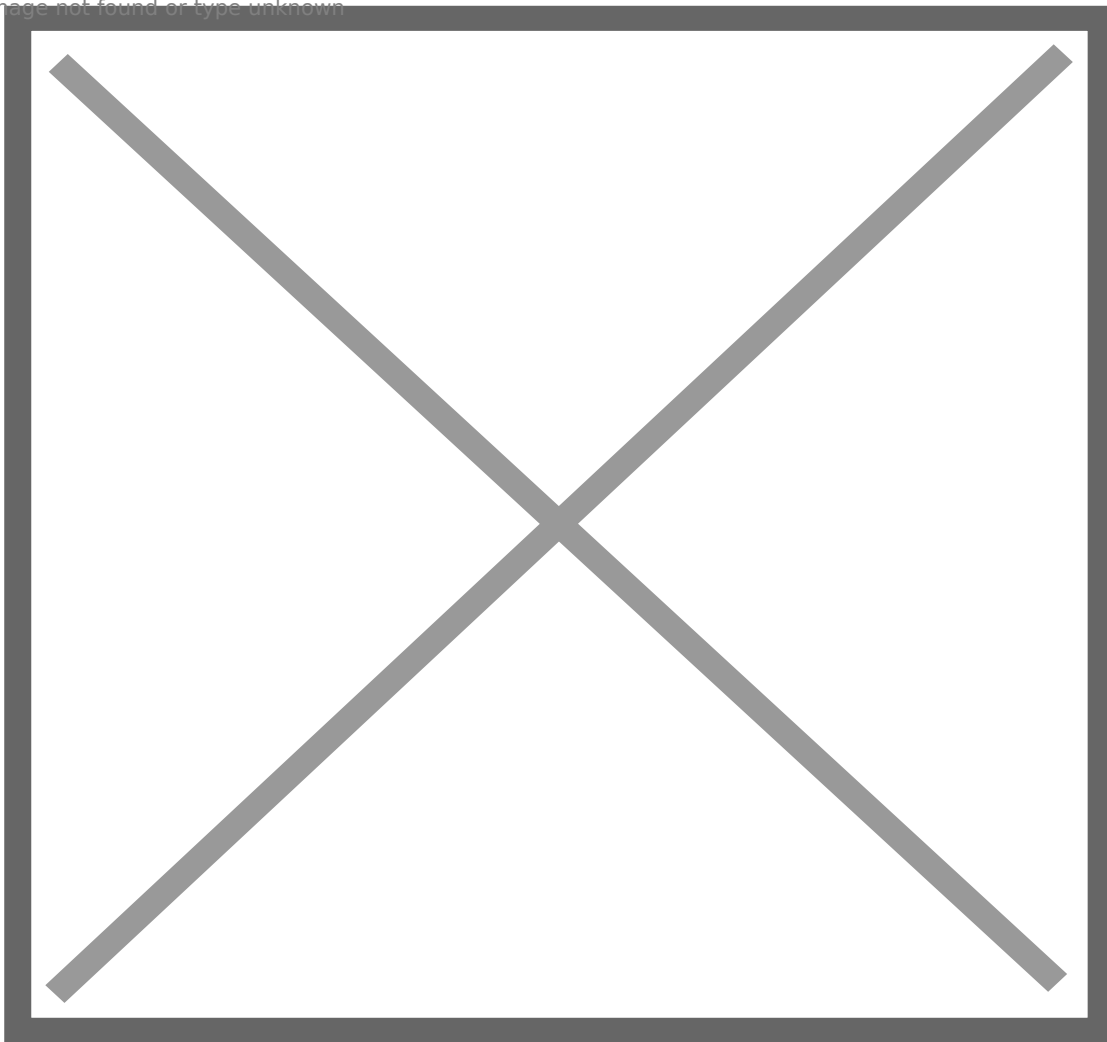


Ông Nguyễn Xuân Diệu - Phó Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Đại Việt, Tổng Giám đốc Công ty CP Tập đoàn DVH phát biểu

Liên quan đến công tác truyền thông cho dược liệu thuốc nam của Việt Nam, ông Nguyễn Xuân Diệu - Phó Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Đại Việt, Tổng Giám đốc Công ty CP Tập đoàn DVH cho biết cá nhân ông rất vui mừng và vinh dự được tham dự chương trình. Với vai trò của 1 người đã tham gia tư vấn và tập huấn nhiều chương trình của các dự án phi chính phủ, ông Diệu thấy rằng đây là một dự án tổ chức rất bài bản chuyên nghiệp. Ông Diệu đánh giá cao về sự quan tâm của các lãnh đạo dự án cũng như các lãnh đạo ban ngành. Đây là một điều kiện rất tuyệt vời cho các đơn vị sản xuất kinh doanh đặc biệt là những đơn vị ở vùng cao, những đơn vị đang tổ chức kinh doanh sản xuất ở quy mô nhỏ.

Là tập đoàn sản xuất và kinh doanh sản phẩm tảo xoắn Spirulina ở quy mô lớn, ông Diệu đã mạnh dạn chia sẻ con đường để thành công cho đầu ra sản phẩm cây thuốc nam này. Trong tất cả các dự án tập đoàn tham gia, ông Diệu thấy rằng các dự án luôn quan tâm hàng đầu đến việc đầu ra cho sản phẩm của các nhà sản xuất. Đây là 1 yếu tố vô cùng quan trọng cho sự tồn tại của các dòng sản phẩm, cho sự tồn tại của các nhà sản xuất tạo ra giá trị cho cộng đồng. Và ông Diệu mong rằng sự quan tâm của các cơ quan ban ngành cũng như các nhà khoa học của các dự án, các đơn vị sản xuất và kinh doanh trong lĩnh vực cây thuốc nam ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn nữa, ngày càng tạo ra sản phẩm hữu ích cho cộng đồng. Với nội dung này ông Diệu đã trình bày 5 vấn đề chính.

Image not found or type unknown



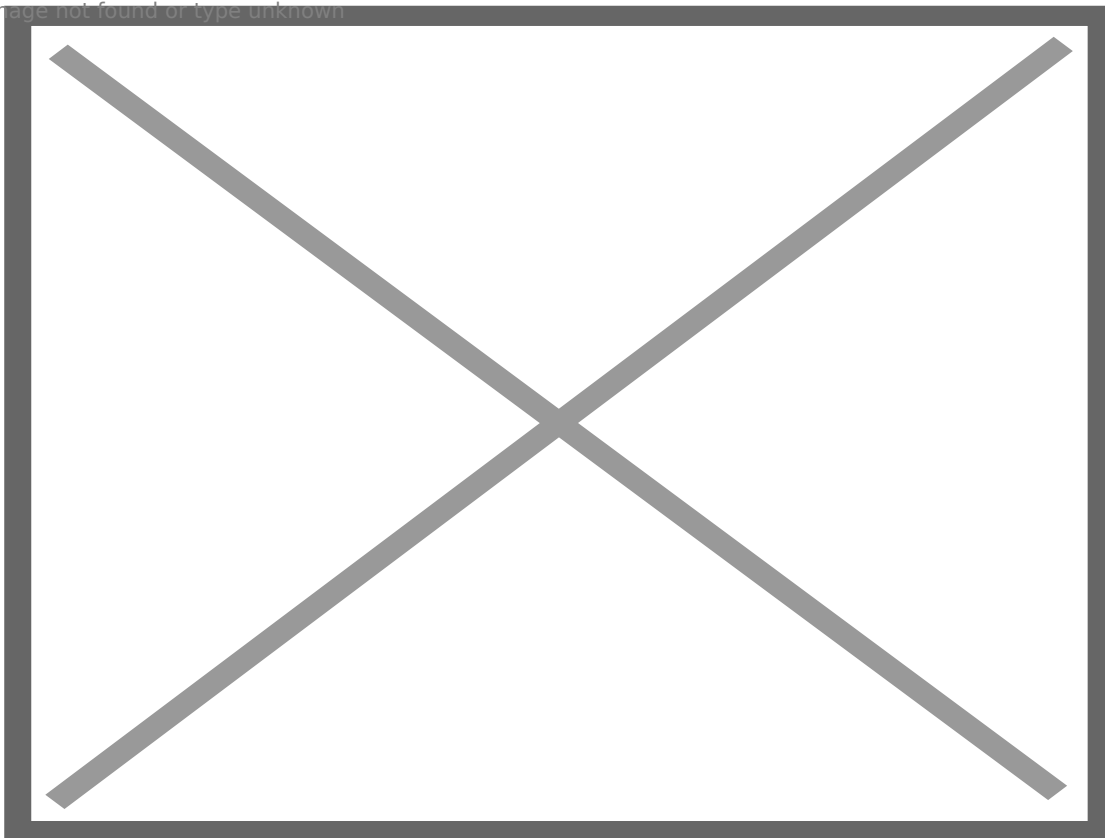
Sản phẩm tảo xoắn Đại Việt được trưng bày rộng rãi tại Hội thảo

Vấn đề thứ nhất là sản phẩm, theo ông Diệu, trong quá trình sản xuất và kinh doanh, để thành công, chúng ta phải hết sức quan tâm đến việc chiến lược sản phẩm, chiến lược sản phẩm là yếu tố then chốt hay còn gọi là linh hồn của doanh nghiệp. Nếu sản phẩm của chúng ta có thể rất tốt nhưng chiến lược sản phẩm sai, có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, và hoạt động kinh

doanh là mấu chốt để chúng ta có thể phát triển ở quy mô lớn. Chính vì vậy, về mặt chiến lược sản phẩm, chúng ta cần phải nghiên cứu kỹ sự phù hợp cho đối tượng người tiêu dùng. Xác định rõ chiến lược sản phẩm là một yếu tố quyết định sự thành công của tất cả các dự án. Chính vì vậy ông Diệu đã đề xuất cần phối hợp với các nhà khoa học, các chuyên gia, để nghiên cứu sâu về sự phù hợp của sản phẩm cho từng đối tượng tiêu dùng.

Lấy thí dụ tại Tập đoàn Đại Việt, ông Diệu cho biết thêm: Đến giờ phút này chúng tôi đã có hơn 50 dòng sản phẩm để phù hợp cho từng đối tượng, độ tuổi đến những sản phẩm hỗ trợ chữa bệnh cho người tiêu dùng. Để tổ chức hiệu quả hoạt động kinh doanh, chúng ta rất cần có tâm huyết tạo ra dòng sản phẩm khác biệt để cạnh tranh tốt. Nếu như không tạo ra được sự cạnh tranh đối với thị trường, chúng ta rất khó để phát triển và tổ chức kinh doanh một cách bài bản trên quy mô lớn. Chúng ta muốn sản xuất được ở quy mô lớn hay không phụ thuộc 90% vào công tác tổ chức hoạt động kinh doanh bởi sản phẩm của chúng ta có tốt, chúng ta mới sản xuất nhiều, tuy nhiên đầu ra sản phẩm không có thì chúng ta không thể tồn tại lâu dài.

Image not found or type unknown



Các đại biểu chụp ảnh lưu niệm

Giải pháp thứ ba, ông Diệu nêu đó là sự đa dạng và định vị sản phẩm phù hợp cho từng kênh. Kênh bán hàng là yếu tố quyết định cho sự thành công trong kinh doanh. Không phải sản phẩm nào cũng phù hợp cho từng kênh. Đến thời điểm hiện tại, chúng ta có 3 kênh bán hàng chính. Kênh thứ

nhất gọi là hệ thống phân phối, kênh thứ 2 gọi là hệ thống kinh doanh online, kênh thứ 3 là áp dụng công nghệ vào việc tổ chức bán hàng. Đối với tập đoàn Đại Việt, thời điểm hiện tại, ông Diệm đang áp dụng triệt để 3 kênh để xây dựng hệ thống bán hàng. Kênh thứ nhất chúng tôi gọi là kênh nòng cốt, gọi là hệ thống phân phối. Kênh thứ 2 gọi là tổ chức bán hàng thông qua kênh online. Kênh thứ 3 là áp dụng giải pháp affiliate marketing vào việc tổ chức bán hàng.

Thùy Dương

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/day-manh-truyen-thong-ve-gia-tri-cay-thuoc-nam>