

Đưa nông sản lên sàn thương mại điện tử: Bước đi dài hạn cho kinh tế số nông thôn

06:32 20/04/2026

Trong tiến trình chuyển đổi số quốc gia, việc đưa nông sản lên sàn thương mại điện tử (TMĐT) đang trở thành hướng đi chiến lược, không chỉ giúp mở rộng đầu ra cho nông dân mà còn tạo nền tảng cho kinh tế số nông nghiệp phát triển bền vững. Từ giải pháp hỗ trợ tiêu thụ theo mùa vụ, TMĐT đang dần trở thành kênh phân phối quan trọng, góp phần thay đổi cách sản xuất, kinh doanh và tiếp cận thị trường của khu vực nông thôn.

Chủ trương này đã được Chính phủ và các bộ, ngành thúc đẩy mạnh mẽ trong những năm gần đây. Một trong những dấu mốc quan trọng là kế hoạch hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp tham gia sàn TMĐT do Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành từ năm 2021. Đây được xem là bước đi cụ thể nhằm đưa chương trình chuyển đổi số quốc gia đến gần hơn với người nông dân.

Song song với đó, Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới cũng được gắn kết với TMĐT. Nhiều sản phẩm OCOP đạt chuẩn từ 3 sao trở lên đã được ưu tiên đưa lên các nền tảng số, qua đó mở rộng thị trường và nâng cao giá trị hàng hóa địa phương.



Các livestream bán hàng nông sản tại vườn ngày càng được người nông dân ứng dụng trong thương mại nông sản

Nhờ sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp công nghệ và hệ thống bưu chính, hàng triệu hộ sản xuất nông nghiệp đã được đào tạo kỹ năng số, hướng dẫn mở gian hàng trực tuyến, chụp ảnh sản phẩm, xây dựng nội dung quảng bá và tiếp cận khách hàng online. Hệ thống điểm phục vụ bưu chính phủ rộng cả nước cũng đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối nông sản từ vùng sâu, vùng xa đến tay người tiêu dùng.

Thực tế cho thấy, TMĐT đã tạo ra thay đổi rõ nét trong tiêu thụ nông sản. Trong các mùa thu hoạch cao điểm, nhiều loại trái cây như vải thiều, nhãn, xoài hay đặc sản gạo chất lượng cao ghi nhận doanh số tăng mạnh nhờ bán hàng trực tuyến. Việc có thêm kênh phân phối mới giúp giảm áp lực phụ thuộc thương lái, hạn chế tình trạng ứ ứ hàng hóa và góp phần ổn định giá bán cho người nông dân.

Không chỉ hỗ trợ tiêu thụ, TMĐT còn giúp rút ngắn chuỗi trung gian. Người sản xuất có thể tiếp cận trực tiếp người mua, nắm bắt nhu cầu thị trường và chủ động hơn trong việc định giá sản phẩm. Đây là bước chuyển quan trọng khi nông dân không chỉ dừng ở vai trò sản xuất mà bắt đầu tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị.

Một lợi ích khác là thúc đẩy chuẩn hóa nông sản. Khi đưa hàng lên sàn, sản phẩm buộc phải có bao bì rõ ràng, thông tin minh bạch, nguồn gốc xuất xứ cụ thể và chất lượng đồng đều hơn. Nhiều địa phương đã áp dụng mã QR truy xuất

nguồn gốc, tem nhận diện vùng trồng hoặc chứng nhận chất lượng để nâng sức cạnh tranh.

Xu hướng bán hàng qua livestream cũng đang mở ra cơ hội mới cho nông nghiệp số. Việc giới thiệu sản phẩm trực tiếp, tương tác với khách hàng theo thời gian thực giúp tăng niềm tin và thúc đẩy doanh số nhanh chóng. Không ít hợp tác xã, hộ kinh doanh nông sản đã đạt kết quả tích cực khi ứng dụng mô hình này.

Tuy nhiên, quá trình đưa nông sản lên sàn TMĐT vẫn còn nhiều thách thức. Khoảng cách số giữa các vùng miền còn lớn, một bộ phận nông dân chưa quen sử dụng công nghệ, thanh toán điện tử hay quản lý đơn hàng trực tuyến. Trong khi đó, hạ tầng logistics cho nông sản tươi sống như kho lạnh, vận chuyển nhanh vẫn thiếu, khiến chi phí cao và khó đảm bảo chất lượng hàng hóa.

Ngoài ra, chất lượng sản phẩm chưa đồng đều cũng là rào cản lớn. Nếu không kiểm soát tốt tiêu chuẩn, trải nghiệm khách hàng sẽ bị ảnh hưởng và niềm tin vào nông sản online khó duy trì lâu dài.

Để TMĐT thực sự trở thành động lực cho kinh tế số nông nghiệp, cần tiếp tục đẩy mạnh đào tạo kỹ năng số cho nông dân, đầu tư logistics chuyên biệt cho nông sản, mở rộng truy xuất nguồn gốc và hỗ trợ kết nối với các nền tảng lớn trong nước lẫn quốc tế.

Thực tiễn cho thấy, đưa nông sản lên sàn TMĐT không còn là xu hướng ngắn hạn mà là bước đi dài hạn để hiện đại hóa nông nghiệp Việt Nam. Khi người nông dân trở thành “người bán hàng số”, giá trị nông sản sẽ không chỉ nằm ở sản lượng, mà còn ở thương hiệu, dữ liệu và khả năng chinh phục thị trường rộng lớn hơn.

Nam Sơn