TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Giữ vững thương hiệu nông sản hữu cơ để nông sản Lâm Đồng vươn xa

15:22 05/06/2026

Không chỉ tạo dựng niềm tin với người tiêu dùng, thương hiệu nông sản hữu cơ còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và giá trị gia tăng cho sản phẩm. Trong xu thế phát triển nông nghiệp xanh, việc giữ vững chất lượng, minh bạch nguồn gốc và tuân thủ các tiêu chuẩn hữu cơ sẽ là nền tảng để nông sản Lâm Đồng mở rộng thị trường, thúc đẩy tăng trưởng và khẳng định vị thế trên bản đồ nông nghiệp trong nước cũng như quốc tế.



Các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, ứng dụng khoa học - công nghệ sâu rộng và chuỗi giá trị ngày càng hoàn thiện. Ảnh: Vũ Văn

Đến cuối năm 2025, toàn tỉnh Lâm Đồng có 1.143 ha cây trồng đạt tiêu chuẩn hữu cơ với sản lượng hơn 7.543 tấn. Lĩnh vực chăn nuôi hữu cơ cũng ghi nhận những kết quả tích cực với 995 con bò sữa, 362 con bò thịt và 5.000 con gà đẻ đạt tiêu chuẩn hữu cơ. Bên cạnh đó, Nhà nước đã hỗ trợ gần 2 tỷ đồng để hoàn

thiện quy trình chứng nhận hữu cơ, xây dựng thương hiệu sản phẩm và xúc tiến thương mại cho các chủ thể sản xuất.

Tuy nhiên, xây dựng được thương hiệu đã khó, giữ vững thương hiệu còn khó hơn. Trong nền kinh tế hiện đại, thương hiệu không chỉ là nhãn hiệu trên bao bì mà còn là yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh và giá trị gia tăng của sản phẩm trên thị trường.



Ngành nông nghiệp và môi trường tỉnh phấn đấu đạt 150.000 ha diện tích nông nghiệp công nghệ cao và 8.000 ha nông nghiệp hữu cơ năm 2030. Ảnh: Vũ Văn

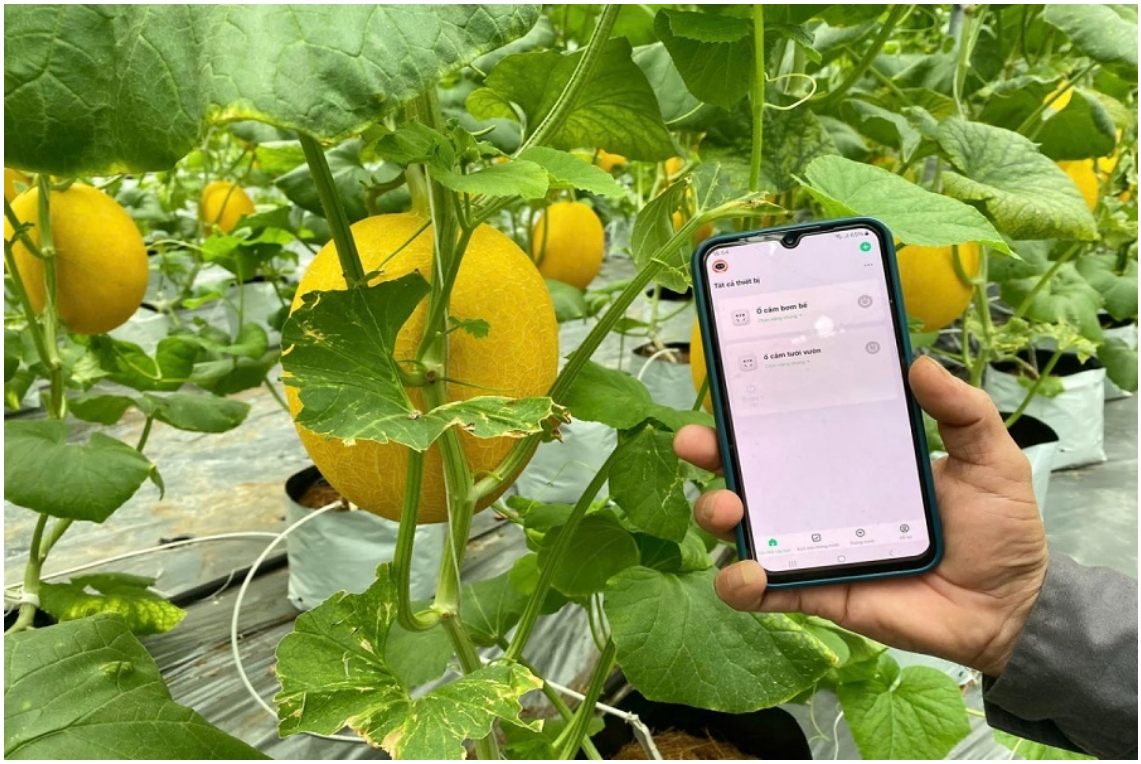
Niềm tin của thị trường tạo nên tài sản vô hình có giá trị lớn

Thương hiệu nông sản hữu cơ được xây dựng trên nền tảng niềm tin của người tiêu dùng. Khi một sản phẩm được thị trường công nhận về chất lượng, độ an toàn và nguồn gốc minh bạch, thương hiệu đó trở thành một tài sản vô hình có giá trị rất lớn đối với doanh nghiệp, hợp tác xã và người sản xuất.

Khác với các loại tài sản hữu hình có thể đo đếm bằng diện tích đất đai hay nhà xưởng, giá trị thương hiệu được hình thành từ sự tin tưởng của khách hàng qua nhiều năm. Một thương hiệu hữu cơ uy tín có thể giúp sản phẩm tiếp cận những thị trường khó tính, mở rộng hệ thống phân phối và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững.

Ngược lại, chỉ cần một sai phạm trong quy trình sản xuất hoặc một vụ việc gian lận liên quan đến chứng nhận hữu cơ cũng có thể làm tổn hại nghiêm trọng đến

uy tín đã gây dựng trong thời gian dài. Chính vì vậy, bảo vệ thương hiệu cũng chính là bảo vệ tài sản quý giá nhất của ngành nông nghiệp hữu cơ.



Nông nghiệp thông minh gói gọn trong một chiếc điện thoại. Ảnh: Nguyễn Nghĩa

Người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao cho sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng

Thực tế cho thấy, người tiêu dùng hiện nay không chỉ quan tâm đến hình thức sản phẩm mà còn đặc biệt chú trọng đến câu chuyện phía sau mỗi sản phẩm. Họ muốn biết nông sản được sản xuất ở đâu, bằng phương pháp nào, có bảo đảm an toàn hay không và ai là người chịu trách nhiệm về chất lượng.

Khi niềm tin được thiết lập, người tiêu dùng sẵn sàng chi trả mức giá cao hơn cho những sản phẩm mà họ tin tưởng về nguồn gốc, quy trình sản xuất và chất lượng. Đây chính là lợi thế nổi bật của nông sản hữu cơ so với sản phẩm sản xuất theo phương thức thông thường.

Để duy trì niềm tin đó, việc minh bạch thông tin đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Ứng dụng mã QR, hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử, nhật ký sản xuất số hay các chứng nhận hữu cơ trong nước và quốc tế giúp người mua dễ dàng kiểm chứng thông tin sản phẩm. Sự minh bạch không chỉ củng cố niềm tin mà còn góp phần nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường.



Ứng dụng mã QR, hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử, nhật ký sản xuất số hay các chứng nhận hữu cơ trong nước và quốc tế giúp người mua dễ dàng kiểm chứng thông tin sản phẩm. Ảnh: Nguyễn Nghĩa

Lâm Đồng hướng tới trung tâm nông nghiệp hữu cơ của Đông Nam Á

Một trong những yếu tố quyết định sự bền vững của thương hiệu hữu cơ là việc duy trì nghiêm ngặt các tiêu chuẩn sản xuất. Người sản xuất phải tuân thủ đầy đủ các quy định về đất đai, nguồn nước, giống cây trồng, vật nuôi, phân bón và thuốc bảo vệ thực vật sinh học; tuyệt đối không sử dụng hóa chất tổng hợp hay chất kích thích tăng trưởng.

Song song đó, Lâm Đồng đang đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ trong toàn chuỗi sản xuất, từ canh tác, bảo quản đến chế biến và tiêu thụ. Các sản phẩm chủ lực như rau, hoa, cà phê, sầu riêng, thanh long, bơ, dâu tằm và hồ tiêu đang được định hướng phát triển theo mô hình nông nghiệp xanh, tuần hoàn và công nghệ cao.

Tỉnh đặt mục tiêu đến năm 2030 phát triển 150.000 ha nông nghiệp công nghệ cao, 8.000 ha nông nghiệp hữu cơ, đưa giá trị sản xuất bình quân đạt 250 triệu đồng/ha/năm, từng bước trở thành trung tâm nông nghiệp công nghệ cao và hữu cơ của cả nước cũng như khu vực Đông Nam Á.



Rơm là một loại phụ phẩm nông nghiệp được sử dụng vào nhiều mục đích trong sản xuất nông nghiệp hữu cơ. Ảnh: Kiều Hằng

Bên cạnh đó, việc phát triển kinh tế tuần hoàn thông qua tái sử dụng phụ phẩm nông nghiệp để sản xuất phân bón hữu cơ, thức ăn chăn nuôi, trồng nấm và ứng dụng công nghệ vi sinh trong xử lý môi trường đang mở ra hướng đi mới nhằm gia tăng giá trị sản xuất, giảm phát thải và nâng cao hiệu quả kinh tế.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, nhiều thị trường lớn như châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc đang gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm hữu cơ. Đây là cơ hội lớn nhưng cũng đặt ra yêu cầu khắt khe về chất lượng và tính minh bạch.

Giữ vững thương hiệu nông sản hữu cơ vì thế không chỉ là trách nhiệm của doanh nghiệp hay người nông dân mà còn cần sự đồng hành của các cơ quan quản lý trong việc hoàn thiện tiêu chuẩn, tăng cường kiểm tra, bảo vệ thị trường và hỗ trợ xây dựng thương hiệu. Khi chất lượng được bảo đảm và niềm tin của người tiêu dùng được duy trì, thương hiệu nông sản hữu cơ sẽ trở thành động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng, nâng cao giá trị gia tăng và đưa nông sản Lâm Đồng vươn xa trên thị trường trong nước cũng như quốc tế.

Hoàng Phương