

Hà Nội đưa nông sản vào chuỗi giá trị, mở rộng đầu ra bền vững

08:37 03/09/2026

Từ 183 chuỗi liên kết nội thành đến 1.388 chuỗi cung ứng an toàn kết nối với 14 tỉnh, thành phố, Hà Nội đang tổ chức lại sản xuất nông nghiệp theo hướng gắn chặt với thị trường, truy xuất nguồn gốc và các kênh phân phối hiện đại.

Sản xuất được nông sản chất lượng mới chỉ là một nửa chặng đường. Bài toán quan trọng hơn với nông nghiệp Hà Nội hiện nay là sản phẩm được bán ở đâu, với giá trị như thế nào và đầu ra có đủ ổn định để người dân yên tâm đầu tư lâu dài.

Từ yêu cầu đó, thành phố đang đẩy mạnh phát triển các chuỗi liên kết từ sản xuất, sơ chế, chế biến đến phân phối, tiêu thụ. Thay cho tình trạng sản xuất riêng lẻ, phụ thuộc vào thương lái và biến động thị trường, ngày càng nhiều nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp được kết nối trong một quy trình có sự ràng buộc về chất lượng, sản lượng và đầu ra.

Đến nay, Hà Nội đã hình thành, duy trì 183 chuỗi liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản, gồm 62 chuỗi sản phẩm chăn nuôi và 121 chuỗi sản phẩm trồng trọt.

183 chuỗi liên kết, đưa sản xuất gần hơn với thị trường

Điểm đáng chú ý của các chuỗi liên kết là sự tham gia ngày càng rõ nét của doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất. Liên kết không chỉ diễn ra ở khâu cuối cùng là thu mua nông sản mà được mở rộng từ cung ứng vật tư, dịch vụ đầu vào, tổ chức sản xuất đến thu hoạch, sơ chế, chế biến và tiêu thụ.

Cách tổ chức này từng bước khắc phục tình trạng mỗi hộ sản xuất theo một quy trình, chất lượng không đồng đều và khó hình thành lượng hàng hóa đủ lớn để tiếp cận hệ thống phân phối hiện đại.

Khi tham gia chuỗi, người sản xuất có điều kiện tiếp cận quy trình kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng và thông tin thị trường ngay từ đầu. Doanh nghiệp cũng chủ động hơn về nguồn nguyên liệu, sản lượng và chất lượng hàng hóa. Quan trọng

hơn, sản phẩm được gắn với thị trường tiêu thụ thay vì sản xuất xong mới tìm nơi bán.



Chuỗi liên kết chăn nuôi, thu mua và tiêu thụ sữa của Công ty Cổ phần Sữa Con Bò Vàng Ba Vì với các hộ chăn nuôi tại xã Suối Hai.

Thực tế nhiều mô hình khuyến nông tại Hà Nội đang đi theo hướng này. Các mô hình sản xuất lúa VietGAP, hữu cơ; trồng cây dược liệu hay sản xuất khoai tây chế biến vụ đông đều được triển khai gắn với tiêu thụ sản phẩm.

Thông qua hợp đồng bao tiêu và liên kết với doanh nghiệp, đầu ra của nông sản được xác định rõ hơn, giảm áp lực tiêu thụ vào thời điểm thu hoạch tập trung. Đây cũng là cơ sở để nông dân mạnh dạn đầu tư vào giống, kỹ thuật và mở rộng quy mô sản xuất.

Kết nối 14 tỉnh, thành phố với 1.388 chuỗi cung ứng an toàn

Với quy mô dân số và sức mua lớn, khả năng tự cung cấp nông sản của Hà Nội không thể đáp ứng toàn bộ nhu cầu của thị trường. Vì vậy, phát triển chuỗi liên kết không dừng trong địa giới Thủ đô.

Hà Nội hiện liên kết với 14 tỉnh, thành phố, phát triển và duy trì 1.388 chuỗi cung ứng nông, lâm, thủy sản an toàn.

Thông qua các chuỗi này, nhiều nhóm hàng thiết yếu như gạo, rau, củ, quả, thủy sản, thịt lợn, thịt gia cầm và thực phẩm chế biến được đưa về thị trường Hà Nội.

Mạng lưới liên kết liên tỉnh vừa giúp Thủ đô có thêm nguồn thực phẩm an toàn, ổn định, vừa tạo thị trường tiêu thụ lớn cho các vùng sản xuất ngoài thành phố. Quan hệ giữa Hà Nội với các địa phương vì vậy đang chuyển dần từ mua - bán nông sản đơn thuần sang tổ chức vùng cung ứng theo yêu cầu của thị trường.

Đây cũng là một trong những giải pháp giúp cân đối cung - cầu các mặt hàng thiết yếu, hạn chế nguy cơ đứt gãy nguồn cung khi thị trường biến động, đồng thời hỗ trợ kiểm soát chất lượng thực phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng.

Muốn vào siêu thị, nông sản phải thay đổi từ khâu sản xuất

Thị trường nông sản đang thay đổi nhanh. Người tiêu dùng không chỉ quan tâm sản phẩm có tươi, ngon hay không mà ngày càng chú ý đến nguồn gốc, quy trình sản xuất và mức độ an toàn.

Yêu cầu của các hệ thống bán lẻ hiện đại còn cao hơn. Muốn có mặt ổn định trong siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử và các mạng lưới phân phối lớn, nông sản phải bảo đảm chất lượng đồng đều, sản lượng ổn định, bao bì phù hợp và có khả năng truy xuất nguồn gốc.

Điều này buộc sản xuất nông nghiệp phải thay đổi ngay từ đầu chuỗi.

Ngành nông nghiệp Hà Nội đang tiếp tục phát triển sản xuất theo các tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, HACCP, hữu cơ; đồng thời thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin và mã QR truy xuất nguồn gốc tại các cơ sở sản xuất, hợp tác xã, trang trại, cơ sở giết mổ, sơ chế, chế biến, hệ thống phân phối và điểm bán lẻ.

Khi thông tin về sản phẩm được theo dõi xuyên suốt từ nơi sản xuất đến nơi bán, truy xuất nguồn gốc không chỉ phục vụ kiểm tra an toàn thực phẩm. Đây còn là cách để sản phẩm tạo dựng niềm tin với người tiêu dùng và đáp ứng điều kiện của những thị trường có yêu cầu cao.

Không thể để nông dân đơn độc tìm đầu ra

Một trong những vấn đề của sản xuất nông nghiệp quy mô nhỏ là khả năng kết nối thị trường của từng hộ rất hạn chế. Nông dân có thể làm ra sản phẩm tốt nhưng khó tiếp cận doanh nghiệp chế biến, siêu thị hoặc các hệ thống phân phối lớn.

Để rút ngắn khoảng cách này, Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội đã chỉ đạo tăng cường kết nối giữa cơ sở sản xuất, doanh nghiệp, đơn vị sơ chế, chế biến và tiêu thụ.

Các Diễn đàn Khuyến nông @ Liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp được Trung tâm Khuyến nông Hà Nội tổ chức tại nhiều xã, phường, tạo không gian gặp trực tiếp giữa người sản xuất và thị trường.

Mỗi diễn đàn thu hút hơn 200 đại biểu, từ cơ quan quản lý, nhà khoa học đến hợp tác xã, chủ trang trại, nông dân, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh và phân phối nông sản an toàn.

Điều quan trọng là những cuộc gặp này không chỉ dừng ở trao đổi kinh nghiệm. Nhiều thỏa thuận hợp tác tiêu thụ nông sản đã được ký kết, giúp các bên xác lập quan hệ cung - cầu và mở thêm thị trường cho sản phẩm.

Với nông dân, một hợp đồng tiêu thụ ổn định có thể tạo khác biệt lớn. Khi biết sản xuất cho ai, theo tiêu chuẩn nào và sản lượng bao nhiêu, người dân có cơ sở tính toán đầu tư thay vì chạy theo giá thị trường từng vụ.

Chuyển từ bán nông sản sang bán giá trị

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng lớn, tăng sản lượng không còn là con đường duy nhất để nâng thu nhập cho người sản xuất. Một kilogram nông sản bán dưới dạng nguyên liệu và cùng sản phẩm đó sau sơ chế, chế biến, đóng gói, xây dựng thương hiệu có thể tạo ra giá trị rất khác nhau.

Bởi vậy, hướng phát triển tiếp theo của nông nghiệp Hà Nội được đặt vào chế biến sâu, xây dựng thương hiệu, phát triển chuỗi giá trị và xúc tiến thương mại.

Thành phố cũng tiếp tục nghiên cứu các cơ chế, chính sách hỗ trợ những chủ thể tham gia chuỗi, từ sản xuất, sơ chế, chế biến đến thương mại và tiêu thụ.

Cùng với đó là yêu cầu tăng liên kết giữa nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp chế biến và đơn vị phân phối thông qua hợp đồng bao tiêu. Mối liên kết càng chặt chẽ, rủi ro “được mùa, mất giá” càng có điều kiện được hạn chế.

Đây cũng là bước chuyển từ tư duy “sản xuất nông nghiệp” sang “kinh tế nông nghiệp”: không chỉ quan tâm làm ra bao nhiêu sản phẩm, mà phải tính từ nhu cầu thị trường, tiêu chuẩn sản xuất, chế biến đến cách đưa sản phẩm tới người mua và giá trị cuối cùng thu được.

Xây nền nông nghiệp xanh từ những chuỗi liên kết

Cùng với phát triển thị trường, Hà Nội định hướng cơ cấu lại ngành theo hướng hiện đại, ứng dụng công nghệ cao; mở rộng nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp đô thị, nông nghiệp sinh thái kết hợp du lịch.

Trong quá trình đó, chuỗi liên kết đóng vai trò kết nối các mắt xích vốn dễ bị chia cắt trong sản xuất nông nghiệp.

Nếu người sản xuất tuân thủ tiêu chuẩn nhưng thiếu doanh nghiệp thu mua, chuỗi khó bền vững. Nếu doanh nghiệp cần nguyên liệu lớn nhưng vùng sản xuất manh mún, chất lượng không đồng đều, chế biến cũng khó phát triển. Và nếu sản phẩm đã được đầu tư bài bản nhưng thiếu thương hiệu, truy xuất nguồn gốc và hệ thống phân phối, giá trị gia tăng vẫn khó đến được với người sản xuất.

Vì vậy, con số 183 chuỗi liên kết tại Hà Nội và 1.388 chuỗi cung ứng an toàn kết nối với các địa phương không chỉ phản ánh quy mô mạng lưới. Quan trọng hơn là khả năng đưa sản xuất - chất lượng - chế biến - thị trường vào cùng một dòng chảy.

Đó cũng là hướng để nông nghiệp Thủ đô giảm dần sản xuất manh mún, nâng giá trị trên một đơn vị sản phẩm, bảo đảm nguồn thực phẩm an toàn cho thị trường và đóng góp vào mục tiêu tăng trưởng GRDP năm 2026 của thành phố từ 11% trở lên.

Khi đầu ra được tính ngay từ đầu vào, nông sản Hà Nội sẽ không còn chỉ cạnh tranh bằng sản lượng. Chất lượng, nguồn gốc, thương hiệu và sức mạnh của chuỗi liên kết mới là những yếu tố quyết định sản phẩm đi được bao xa trên thị trường.

Minh Thẩm