

Hà Nội tăng tốc đưa nông sản lên môi trường số

08:50 26/11/2025

Trong những năm gần đây, song hành với mục tiêu phát triển nông nghiệp xanh và bền vững, Hà Nội chủ động thúc đẩy chuyển đổi số trong khâu tiêu thụ nông sản. Không còn phụ thuộc hoàn toàn vào hệ thống thương lái truyền thống, nhiều hợp tác xã và nhóm nông dân đã biết tận dụng các nền tảng trực tuyến để quảng bá, bán hàng và tiếp cận người tiêu dùng ở khắp mọi nơi.

Theo số liệu của Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội, hiện toàn thành phố có hàng trăm sản phẩm nông nghiệp và OCOP được đưa lên các sàn thương mại điện tử như Postmart, Voso, Sendo, Shopee. Cùng với đó là hàng trăm fanpage, tài khoản Facebook, Zalo, TikTok của các hợp tác xã và nông dân được sử dụng để quảng bá, bán hàng. Đến nay, gần 1.300 sản phẩm đã được gắn mã QR truy xuất nguồn gốc, bảo đảm minh bạch thông tin và củng cố niềm tin của người tiêu dùng.

Giám đốc Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội Nguyễn Xuân Đại khẳng định, chuyển đổi số trong tiêu thụ nông sản không chỉ là xu thế, mà đã trở thành yêu cầu tất yếu của nền kinh tế số. “Chúng tôi xem đây là khâu đột phá nhằm nâng cao giá trị nông sản, giúp người sản xuất tiếp cận thị trường nhanh hơn, minh bạch và bền vững hơn”, ông Đại nhấn mạnh.

Nếu trước đây, hình ảnh quen thuộc của nông dân Hà Nội là mang nông sản ra chợ phiên, thì nay, nhiều người đã trở thành những “người bán hàng số”. Ở các địa phương như Tam Hưng, Bình Minh, Hồng Vân, Gia Lâm..., việc livestream giới thiệu nông sản vào mỗi cuối tuần đã trở nên rất phổ biến. Giám đốc Hợp tác xã Song Phượng, ông Bùi Văn Nhân, chia sẻ: “Trước kia, chúng tôi phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái, giá cả thất thường. Giờ chỉ cần một chiếc điện thoại, hợp tác xã có thể giới thiệu bưởi Diễn, rau hữu cơ, mật ong... tới hàng nghìn người xem. Khách đặt hàng online, chuyển khoản, chúng tôi giao tận nhà. Doanh thu tăng rõ rệt, có vụ tăng hơn 20% so với trước”.



Đẩy mạnh giới thiệu nông sản trên các nền tảng xã hội. Ảnh minh họa

Tại xã Tam Hưng, nhóm nông dân trồng gạo chất lượng cao cùng các hộ làm sản phẩm làng nghề trong nhà màng đã lập fanpage “Sản phẩm nông sản, làng nghề Tam Hưng”. Trên trang này, họ thường xuyên đăng tải video ghi lại quá trình chăm sóc cây trồng, thu hoạch và đóng gói sản phẩm.

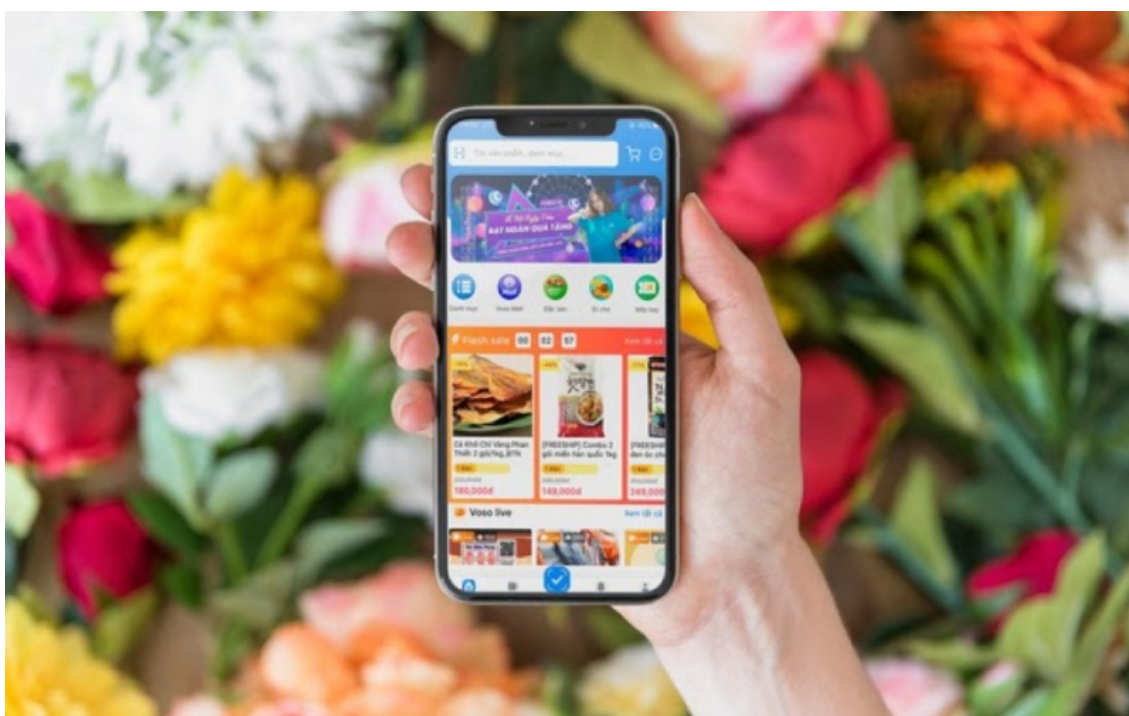
Anh Nguyễn Văn Thắng, một thành viên của nhóm, cho biết: “Lúc đầu chúng tôi còn ngại quay video, nói trước ống kính. Nhưng sau khi được hướng dẫn, mọi người thấy đây là việc rất thú vị. Người mua được xem trực tiếp quy trình sản xuất nên yên tâm hơn. Nhờ vậy, sản phẩm được quảng bá rộng rãi, lượng đặt hàng tăng lên rõ rệt, trong đó có nhiều đơn hàng lớn.”

Để xây dựng một nền tảng chuyển đổi số đồng bộ, Sở Nông nghiệp và Môi trường Hà Nội đã phối hợp với các sàn thương mại điện tử, bưu điện thành phố, ngân hàng và doanh nghiệp công nghệ triển khai nhiều khóa tập huấn kỹ năng số cho các hợp tác xã và tổ nhóm sản xuất. Hàng nghìn lượt nông dân đã được hướng dẫn thực hành các kỹ năng quan trọng như quay video, viết nội dung quảng bá, mở gian hàng trực tuyến, xử lý đơn hàng trên nền tảng số và sử dụng mã truy xuất nguồn gốc.

Đáng chú ý, mới đây Phó Chủ tịch UBND thành phố Hà Nội Trương Việt Dũng đã ký ban hành Kế hoạch số 256/KH-UBND về việc triển khai chương trình “Gian hàng số – nâng tầm thương nhân Thủ đô”, nhằm thúc đẩy tăng tỷ trọng kinh tế số trong GRDP của thành phố. Theo kế hoạch, trong năm 2025, Hà Nội sẽ thí điểm chương trình này và xây dựng “Gian hàng sản phẩm Thủ đô Hà Nội” trên

sàn thương mại điện tử Shopee. Các sản phẩm OCOP cùng những mặt hàng thế mạnh của thành phố sẽ được lựa chọn để giới thiệu trên gian hàng chung này.

Thành phố đặt mục tiêu hơn 60% sản phẩm thuộc từng nhóm OCOP (trừ nông – thủy sản tươi sống và thực phẩm sơ chế) được đưa lên “Gian hàng sản phẩm Thủ đô Hà Nội”. Đồng thời, 100% cơ sở sản xuất – kinh doanh tham gia chương trình phải ứng dụng đầy đủ các giải pháp công nghệ số trong hoạt động thương mại, từ chữ ký số, hợp đồng điện tử, hóa đơn điện tử đến hệ thống truy xuất nguồn gốc.



Doanh thu từ kênh bán hàng trực tuyến của nông sản Hà Nội mỗi năm đạt tới hàng tỷ đồng. Ảnh minh họa

Thực tế cho thấy, việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số đang mang lại những lợi ích rõ rệt: nông sản được tiêu thụ nhanh hơn, giảm phụ thuộc vào mùa vụ; chi phí trung gian được cắt giảm; người tiêu dùng dễ dàng kiểm chứng chất lượng. Các sản phẩm đạt chuẩn như VietGAP, GlobalGAP hay OCOP cũng có lợi thế cạnh tranh lớn hơn khi được ưu tiên hiển thị và quảng bá trên các sàn thương mại điện tử.

Theo tổng hợp từ các doanh nghiệp và hợp tác xã trong lĩnh vực nông nghiệp, doanh thu từ kênh bán hàng trực tuyến của nông sản Hà Nội mỗi năm đạt tới hàng tỷ đồng, mức tăng trưởng vượt trội so với giai đoạn trước chuyển đổi số. Nhiều hợp tác xã thậm chí ghi nhận doanh thu online chiếm 50-60% tổng doanh số, trở thành kênh tiêu thụ chủ lực.

Tuy vậy, quá trình đưa nông sản lên môi trường số vẫn đối mặt với không ít thách thức. Một số hợp tác xã quy mô nhỏ chưa có nhân lực am hiểu công nghệ; kỹ năng truyền thông số còn hạn chế; chi phí vận chuyển, kho lạnh và đóng gói sản phẩm tươi sống vẫn ở mức cao. Đặc biệt, hệ thống logistics kết nối giữa vùng sản xuất và các sàn thương mại điện tử chưa thực sự đồng bộ, gây ảnh hưởng đến tốc độ và chất lượng tiêu thụ.

Để tháo gỡ những vướng mắc này, thành phố đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ thúc đẩy sản xuất và thương mại số. Theo đó, Hà Nội sẽ xây dựng các trung tâm logistics nông sản, hệ thống kho bảo quản lạnh, trạm trung chuyển và kết nối dữ liệu trực tiếp với các sàn thương mại điện tử cũng như hệ thống thanh toán điện tử. Thành phố cũng mở rộng chương trình hỗ trợ hạ tầng số cho các hợp tác xã, cung cấp gói tài khoản bán hàng, phần mềm quản lý đơn hàng và bộ nhận diện thương hiệu điện tử.

Phó Giám đốc Sở Nông nghiệp và Môi trường Tạ Văn Tường nhấn mạnh: “Chúng tôi xác định chuyển đổi số không phải phong trào ngắn hạn mà là một quá trình lâu dài. Mỗi hợp tác xã, mỗi xã nông thôn mới nâng cao phải trở thành một ‘điểm sáng số’, vừa sản xuất sạch, vừa tiêu thụ thông minh”.

Hà Trần