

Khi nông dân kể câu chuyện nhà vườn và niềm tin đến từ sự minh bạch

12:04 25/01/2026

Công nghệ số đang mở ra một cách tiếp cận mới cho nông sản truyền thống, giúp minh bạch nguồn gốc, rút ngắn khoảng cách giữa nhà vườn và người tiêu dùng đô thị, đặc biệt trong bối cảnh thị trường Tết ngày càng cạnh tranh.

Từ nỗi lo thị trường đến nhu cầu minh bạch hóa

Mỗi dịp cận Tết, thị trường nông sản truyền thống lại trở nên sôi động. Nhu cầu tiêu dùng tăng cao kéo theo mong muốn của người dân đô thị về những sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng ổn định và đúng với giá trị “đặc sản” địa phương. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, không ít sản phẩm trôi nổi, chất lượng không đồng đều nhưng vẫn được gắn mác “đặc sản”, gây nhiễu loạn thị trường và làm suy giảm niềm tin người tiêu dùng.



Làm nông không chỉ là gieo hạt, mà là gieo niềm tin và giữ trọn cái tâm với đất. Lão nông công nghệ bên sản phẩm của Langbiang Farm

Những năm gần đây, tình trạng rau quả và hoa tươi mang thương hiệu nông sản Đà Lạt nhưng có giá rẻ bất thường, không rõ xuất xứ xuất hiện tràn lan. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến người mua mà còn tác động trực tiếp đến uy tín của các nhà vườn, hợp tác xã sản xuất theo hướng hữu cơ, bài bản và được chứng nhận chất lượng.



Mô hình trồng rau hữu cơ của Langbiang Farm

Trong bối cảnh đó, ứng dụng công nghệ số vào quảng bá và tiêu thụ nông sản không còn là giải pháp mang tính thử nghiệm, mà đang dần trở thành hướng đi tất yếu để bảo vệ giá trị thật của nông sản truyền thống.

Kết nối trực tiếp nhà vườn và người tiêu dùng qua môi trường số

Từ thực tế sản xuất rau quả và hoa tươi theo hướng hữu cơ tại các nhà vườn, hợp tác xã đạt tiêu chuẩn chất lượng - tiêu biểu như Nông trại Langbiang Farm với các sản phẩm đạt chứng nhận OCOP 3 sao - việc kết nối trực tiếp người trồng với người mua thông qua nền tảng số đang cho thấy một cách tiếp cận mới.



Ông Trần Huy Đường livestream tại trang trại Langbiang Farm

Ông Trần Huy Đường, Chủ tịch Langbiang Farm đã trực tiếp Livestream ngay tại phiên chợ nông sản hữu cơ đầu tiên năm 2026 với nội dung: Áp dụng tư duy công nghiệp vào nông nghiệp công nghệ cao: Chuẩn hoá quy trình sản xuất; Giảm rủi ro do thời tiết, con người và thị trường; Tối ưu chi phí, nhân lực và vận hành trang trại; Nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của nông sản; Tạo nền tảng phát triển bền vững, làm nông nghiệp dài hạn.



Khách tham quan và thu hoạch dâu tây tại trang trại Langbiang Farm

Thay vì “đẩy hàng” ra thị trường, người sản xuất chủ động mở rộng không gian tiếp cận, đưa người tiêu dùng đến gần hơn với vườn trồng, quy trình canh tác và giá trị thực của sản phẩm, dù là trực tiếp hay thông qua trải nghiệm trực tuyến.



Khách tham quan và thu hoạch dâu tây tại trang trại Langbiang Farm

Công nghệ không làm thay đổi bản chất của nông nghiệp, nhưng làm thay đổi cách nông sản được kể câu chuyện của mình. Khi người mua có thể theo dõi quá trình chăm sóc, thu hoạch, đóng gói rau quả và hoa tươi, niềm tin không còn đến từ lời quảng cáo, mà được xây dựng trên sự minh bạch. Đây chính là yếu tố then chốt giúp nông sản truyền thống giữ được giá trị trong mùa Tết - thời điểm cạnh tranh gay gắt nhất trong năm.

Mô hình tiêu thụ mới: Giá trị thực cho nhà vườn và người mua

Điểm đáng chú ý của việc ứng dụng công nghệ số trong tiêu thụ nông sản truyền thống không nằm ở hình thức, mà ở những thay đổi thực chất trong cách tổ chức sản xuất và thị trường. Khi tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng cuối cùng, nhà vườn có thể chủ động hơn trong kế hoạch thu hoạch, giá bán và xây dựng thương hiệu riêng.



Mục sở thị mô hình trồng trọt, thân thiện với môi trường, tìm hiểu cách công nghệ kiến tạo nên nền nông nghiệp bền vững.

Thông qua nền tảng số, quá trình thu hoạch không còn bị dồn dập trong thời gian ngắn trước Tết. Khách hàng có thể đặt trước, lựa chọn thời điểm nhận hàng, thậm chí tham gia trải nghiệm thu hái và đóng gói theo nhu cầu. Điều này giúp giảm áp lực lao động, hạn chế hao hụt và giữ được chất lượng nông sản ở trạng thái tốt nhất.

Quan trọng hơn, mỗi vườn, mỗi hộ sản xuất giữ được dấu ấn riêng, không bị đánh đồng với các nguồn hàng khác. Thương hiệu nông sản vì thế không chỉ gắn với địa danh, mà gắn với chính người trồng - với cam kết và uy tín lâu dài.



Mua sắm những nông sản sạch, chất lượng cao trực tiếp từ nhà vườn.

Về phía người tiêu dùng, giá trị nhận được không chỉ là sản phẩm phục vụ mâm ngũ quả hay nhu cầu tiêu dùng ngày Tết. Việc tiếp cận thông tin rõ ràng, thậm chí có cảm giác “sở hữu” một cây trồng cụ thể trong vườn, mang lại sự an tâm và trải nghiệm khác biệt. Đây là xu hướng phù hợp với nhu cầu tiêu dùng hiện đại, khi sức khỏe, nguồn gốc thực phẩm và trải nghiệm ngày càng được coi trọng.

Công nghệ số và hành trình tái định hình nông sản truyền thống

Chia sẻ với phóng viên Thương hiệu và Công luận, ông Trần Huy Đường - người được mệnh danh là “Lão nông công nghệ”, có nhiều năm kinh nghiệm kết nối nông sản với thị trường đô thị cho rằng: “Việc ứng dụng công nghệ trong tiêu thụ nông sản không chỉ nhằm giải quyết bài toán bán hàng theo mùa, mà hướng tới tạo giá trị bền vững cho từng vùng sản xuất. Khi trải nghiệm nông nghiệp gắn với du lịch nông đặc sản và câu chuyện làng quê, người tiêu dùng không chỉ mua sản phẩm mà còn tiếp nhận một phần văn hóa bản địa.



Lần đầu chia sẻ triết lý làm nông "Gieo chất lượng - gặt yêu thương".

Mô hình này góp phần điều chỉnh lại mối quan hệ cung - cầu trong mùa Tết. Thay vì chạy theo số lượng và cạnh tranh bằng giá, nông sản truyền thống có cơ hội đi theo hướng nâng cao giá trị, lấy chất lượng, minh bạch và trải nghiệm làm lợi thế. Công nghệ số, trong trường hợp này, không thay thế vai trò của người nông dân, mà làm rõ hơn giá trị lao động của họ".



Chia sẻ cách Langbiang Farm trồng cà chua Berrymato chuẩn GlobalG.A.P.

Từ những mô hình như Nông trại Langbiang Farm, có thể thấy hành trình của nông sản truyền thống đang dần được tái định hình. Khi công nghệ được sử dụng đúng cách, nó không làm mất đi bản sắc, mà trở thành công cụ bảo vệ và lan tỏa giá trị nông sản Việt – đặc biệt trong những thời điểm nhạy cảm như mùa Tết, khi niềm tin thị trường là yếu tố quyết định.

Hoàng Phương