TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Lâm Đồng: Nông sản hữu cơ tìm đầu ra bằng niềm tin

11:58 13/09/2026

Giữa vùng sản xuất rau lớn của cả nước, một phiên chợ nhỏ ở Đà Lạt đang thử cách đưa nông sản hữu cơ từ nhà vườn đến thẳng người tiêu dùng. Ở đó, giá bán không phải lợi thế lớn nhất. Thứ được kỳ vọng giữ chân khách hàng là sự minh bạch, chất lượng và niềm tin vào người làm ra sản phẩm.



Phiên chợ nông sản hữu cơ được tổ chức đều đặn 2 lần mỗi tháng tại số 85 Xô Viết Nghệ Tĩnh, Phường Lang Biang - Đà Lạt, nơi người mua và người trồng trực tiếp gặp gỡ, trao đổi về sản phẩm. (Ảnh: P.H)

Không chỉ bán một bó rau

Một sáng Chủ Nhật ở Đà Lạt, những bó rau vừa thu hoạch được đưa từ vườn đến Phiên chợ Nông sản Xanh. Bên cạnh rau củ theo mùa còn có bánh trái làm từ nguyên liệu tự nhiên, tinh dầu, sản phẩm thủ công, gạo, dầu, mắm, muối và nhiều sản phẩm phục vụ căn bếp gia đình.

Người mua ở đây thường không vội. Họ hỏi rau được trồng ở đâu, chăm sóc thế nào, thu hoạch khi nào rồi mới lựa. Có người tìm hiểu khá kỹ về cách canh tác trước khi quyết định mua.



Điểm đáng chú ý là người mua ở đây chấp nhận mức giá cao hơn ngoài chợ. Sự chấp nhận ấy cho thấy nông sản hữu cơ Đà Lạt đang đi theo một hướng khác.

Giữa nguồn cung nông sản dồi dào của Lâm Đồng, nhóm khách của phiên chợ không quá đông nhưng tương đối ổn định. Họ quay lại không hẳn vì giá rẻ, mà bởi biết mình đang mua sản phẩm từ ai. Đây cũng là điểm khác biệt mà những mô hình tiêu thụ trực tiếp có thể tạo ra cho nông sản hữu cơ.

Khi sản phẩm đi qua nhiều khâu trung gian, người tiêu dùng thường chỉ nhìn thấy sản phẩm cuối cùng. Còn tại phiên chợ, người mua có thể gặp trực tiếp người trồng, nghe họ nói về quá trình sản xuất và đặt câu hỏi về những gì mình chuẩn bị đưa vào bữa ăn.

Với nông sản hữu cơ, sự kết nối ấy càng có ý nghĩa. Bởi một bó rau hữu cơ không chỉ cạnh tranh với một bó rau khác bằng hình thức hay giá bán. Nó phải thuyết phục người mua rằng khoản tiền cao hơn họ bỏ ra là xứng đáng với quy trình sản xuất, chất lượng và sự an toàn mà sản phẩm mang lại.



Nông sản hữu cơ được bày bán tại Phiên chợ nông sản hữu cơ Đà Lạt, phường Lang Biang – Đà Lạt, thu hút người tiêu dùng lựa chọn nhờ nguồn gốc rõ ràng.

Điểm nghẽn vẫn là thị trường

Theo đại diện Trung tâm Khuyến nông tỉnh Lâm Đồng, thị trường tiêu thụ nông sản hữu cơ hiện còn hẹp và chưa ổn định. Một bộ phận người tiêu dùng chưa có đầy đủ nhận thức hoặc còn thiếu niềm tin đối với sản phẩm hữu cơ. Trong khi đó, chi phí sản xuất cao khiến giá bán khó cạnh tranh với nông sản thông thường.

Đây là bài toán không dễ giải. Sản xuất hữu cơ đòi hỏi người nông dân phải thay đổi quy trình canh tác, kiểm soát đầu vào và đầu tư cho đất, nước, hệ sinh thái. Với những vùng đã có thời gian dài sử dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật hóa học, quá trình chuyển đổi càng cần thời gian.

Trong khi đó, thị trường lại đòi hỏi sản phẩm phải có giá hợp lý, chất lượng ổn định và nguồn cung liên tục. Nói cách khác, muốn người tiêu dùng trả thêm tiền cho sản phẩm hữu cơ, người sản xuất trước hết phải tạo được niềm tin.



Phiên chợ hữu cơ tạo không gian để người tiêu dùng trực tiếp tìm hiểu và lựa chọn sản phẩm an toàn.

Niềm tin ấy không thể chỉ đến từ một dòng chữ “hữu cơ” trên bao bì. Nó cần được chứng minh bằng quy trình sản xuất, nguồn gốc sản phẩm, sự minh bạch của người bán và chất lượng được duy trì qua từng lần mua.

Đó là lý do những phiên chợ kết nối trực tiếp giữa nhà vườn và người tiêu dùng có thể trở thành một kênh thử nghiệm đáng chú ý.

Khi người trồng phải tự kể câu chuyện của mình

Tại Phiên chợ Nông sản Xanh, việc mở rộng từ hai phiên mỗi tháng lên tổ chức đều đặn vào mỗi Chủ Nhật không chỉ giúp khách hàng có thêm cơ hội mua sắm.

Với các nhà vườn, đó cũng là thêm một cơ hội tiếp xúc trực tiếp với thị trường. Người trồng có thể biết khách hàng quan tâm điều gì, sản phẩm nào được lựa chọn, vì sao họ quay lại hoặc vì sao họ không mua. Những phản hồi đó khó có được nếu sản phẩm chỉ đi qua các tầng nấc phân phối.



Từ một phiên chợ nhỏ, nông sản hữu cơ đang tìm đường đứng vững bằng giá trị thật.

Đây là giá trị của một kênh bán hàng tưởng nhỏ nhưng lại có khả năng tạo ra sự tương tác hai chiều. Người mua không chỉ mua sản phẩm. Họ kiểm chứng người bán. Ngược lại, người sản xuất cũng phải chứng minh bằng chính chất lượng sản

phẩm của mình.

Lâm Đồng hiện có 66 tổ chức, cá nhân được chứng nhận hữu cơ, với tổng diện tích sản xuất hơn 2.080ha. Toàn tỉnh có 171 vùng đủ điều kiện sản xuất hữu cơ đối với cây trồng, vật nuôi; đồng thời đã ban hành 17 quy trình sản xuất hữu cơ cho nhiều nhóm sản phẩm như rau, chè, cà phê, sầu riêng, bơ, chuối, atisô, nấm rơm, đương quy, bò thịt, gà đẻ...

Riêng lĩnh vực trồng trọt, diện tích sản xuất hữu cơ đạt hơn 2.000ha, gồm hơn 113ha rau, hơn 74ha cây ăn quả, 54ha lúa, hơn 226ha chè và hơn 330ha cà phê.

Quy mô ấy cho thấy dư địa của nông nghiệp hữu cơ còn lớn. Nhưng diện tích sản xuất chỉ là một phần của câu chuyện. Nếu không có thị trường ổn định, sản phẩm hữu cơ vẫn khó chuyển hóa thành giá trị kinh tế tương xứng với công sức của người nông dân.

Vì thế, bài toán đầu ra cần được nhìn từ cả hai phía: sản xuất đúng chuẩn và tạo dựng được lòng tin nơi người tiêu dùng.



Với nông sản hữu cơ, điều giữ chân người mua không chỉ là sản phẩm sạch, mà là sự tin cậy được tạo dựng qua từng phiên chợ.

Một phiên chợ, nhiều hơn chuyện mua bán

Từ nay, Phiên chợ Nông sản Xanh được tổ chức từ 8h đến 12h mỗi Chủ Nhật tại Green Box Cafe, 85 Xô Viết Nghệ Tĩnh, phường Lang Biang - Đà Lạt.



Phiên chợ nông sản hữu cơ được tổ chức đều đặn 2 lần mỗi tháng tại số 85 Xô Viết Nghệ Tĩnh, Phường Lang Biang - Đà Lạt, nơi người mua và người trồng trực tiếp gặp gỡ, trao đổi về sản phẩm.

Một sáng ở đây có thể bắt đầu bằng việc chọn bó rau theo mùa, thử chiếc bánh nóng, mua một chai tinh dầu hay vài sản phẩm cho căn bếp. Nhưng điều đáng kể hơn có lẽ nằm ở những cuộc trò chuyện giữa người mua và người bán.

Bởi để thay đổi thói quen tiêu dùng, nông sản hữu cơ cần nhiều hơn những lời quảng cáo về “sạch” hay “lành”. Người tiêu dùng cần được nhìn thấy cách sản phẩm được làm ra và có cơ sở để tin vào điều đó.



Việc mua bán không dừng ở chuyện lựa rau, củ, quả, mà mở ra những cuộc trao đổi cụ thể hơn về cách canh tác, thời điểm thu hoạch và hướng sản xuất.

Khi niềm tin được tích lũy qua từng bó rau, từng sản phẩm và từng lần mua bán, khoảng cách giữa nhà vườn với người tiêu dùng cũng được rút ngắn.

Một phiên chợ nhỏ vì thế có thể chưa giải được bài toán đầu ra cho toàn bộ nông sản hữu cơ Lâm Đồng. Nhưng nó đang cho thấy một hướng đi: muốn bán được sản phẩm có giá trị cao, trước hết phải tạo được giá trị đủ lớn trong mắt người mua. Và với nông sản hữu cơ, giá trị ấy bắt đầu từ niềm tin.

Hoàng Phương