

Chợ truyền thống “lên đời”: Xuất hiện ki ốt tự động, livestream bán hàng để giữ chân khách

15:37 20/04/2026

Nhiều ban quản lý chợ truyền thống đã chủ động phối hợp với các nhà sáng tạo nội dung như TikToker, YouTuber để quảng bá hình ảnh chợ, đồng thời tổ chức các khóa tập huấn giúp tiểu thương làm quen với bán hàng online, livestream và kỹ năng thương mại điện tử.



Chợ Phan Thiết - phường Phú Thủy (tỉnh Lâm Đồng) thu hút lượng khách lớn mua bán

Theo Nghị quyết 88 vừa được Chính phủ ban hành về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước và kích cầu tiêu dùng, Bộ Công Thương được giao chủ trì phối hợp với các địa phương để nâng cấp, hiện đại hóa hệ thống chợ truyền thống. Mục tiêu không chỉ là cải thiện hạ tầng mà còn đưa công nghệ vào quản lý và vận hành, từ đó tạo ra mô hình chợ “lai” giữa truyền thống và hiện đại.



Lâm Đồng tổ chức các buổi livestream bán nông sản trên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy tiêu thụ nông sản theo hướng hiện đại, bền vững

Trong bối cảnh thương mại điện tử bùng nổ, nhiều khu chợ từng sầm uất đang rơi vào tình trạng vắng khách. Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc người tiêu dùng chuyển sang mua sắm trực tuyến, trong khi phần lớn tiểu thương chưa kịp thích ứng với xu hướng số hóa. Việc livestream bán hàng – một kênh hiệu quả hiện nay – lại đòi hỏi kỹ năng công nghệ, nội dung hấp dẫn và sự hỗ trợ chuyên nghiệp, điều mà nhiều tiểu thương còn thiếu.

Dù vậy, chợ truyền thống vẫn có lợi thế riêng mà các nền tảng online khó thay thế: Sự tương tác trực tiếp, trải nghiệm thực tế và giá trị văn hóa – lịch sử lâu đời. Đây chính là nền tảng để các cơ quan quản lý định hướng “hồi sinh” mô hình này theo cách mới.

Trong thời gian tới, các chợ quy mô lớn sẽ được cải tạo để đáp ứng tiêu chuẩn về vệ sinh, an toàn và phòng cháy chữa cháy, đồng thời tích hợp các mô hình bán lẻ hiện đại như cửa hàng tiện lợi, ki ốt tự động. Song song đó, việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý, thanh toán không tiền mặt và truy xuất nguồn gốc hàng hóa cũng sẽ được đẩy mạnh.

Đáng chú ý, nhiều ban quản lý chợ đã chủ động phối hợp với các nhà sáng tạo nội dung như TikToker, YouTuber để quảng bá hình ảnh chợ, đồng thời tổ chức các khóa tập huấn giúp tiểu thương làm quen với bán hàng online, livestream và kỹ năng thương mại điện tử.



Nhiều ngân hàng hỗ trợ mở tài khoản cho tiểu thương, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt tại các chợ truyền thống

Không chỉ dừng ở hạ tầng, chiến lược phát triển còn hướng đến xây dựng hệ sinh thái thương mại toàn diện. Các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh đưa sản phẩm lên nền tảng số, tham gia các chiến dịch livestream bán hàng, xây dựng “gian hàng Việt chuẩn số” cũng được triển khai đồng bộ.

Bên cạnh đó, Nhà nước tiếp tục thúc đẩy các chương trình kích cầu như “Tuần khuyến mại hàng Việt”, giảm giá dịp lễ, Tết, đồng thời tăng cường kiểm soát thị trường, chống hàng giả, gian lận thương mại và bình ổn giá cả.

Ở góc độ tài chính, doanh nghiệp và người dân sẽ được hỗ trợ tiếp cận tín dụng thuận lợi hơn, cùng với các chính sách ưu đãi thuế, phí. Ngân hàng Nhà nước cũng được giao nhiệm vụ đảm bảo nguồn vốn cho sản xuất – kinh doanh, đặc biệt trong các giai đoạn cao điểm tiêu dùng.

Việc “làm mới” chợ truyền thống không chỉ nhằm thích ứng với xu hướng tiêu dùng hiện đại, mà còn hướng đến mục tiêu dài hạn: giữ gìn giá trị văn hóa, đồng thời tạo động lực tăng trưởng kinh tế trong nước. Khi công nghệ và truyền thống kết hợp, chợ Việt có cơ hội trở thành điểm đến vừa quen thuộc, vừa mới mẻ trong mắt người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Hoàng Phương