

Nông sản địa phương tìm cơ hội trên sàn thương mại điện tử

09:02 28/10/2026

Thương mại điện tử giúp sản phẩm địa phương mở rộng thị trường, tiếp cận nhiều khách hàng và nâng cao giá trị thương hiệu.

Với sản phẩm địa phương, phạm vi tiêu thụ hạn hẹp từng là trở ngại lớn trong mở rộng thị trường. Dù có chất lượng tốt, sản phẩm vẫn khó tăng doanh thu và xây dựng thương hiệu nếu chỉ tiêu thụ tại chỗ.

Thương mại điện tử đang giúp sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương vượt qua giới hạn địa lý, tiếp cận người tiêu dùng tại nhiều thị trường. Tại Quảng Ngãi, xu hướng này ngày càng rõ nét.

Giữa năm 2025, Quảng Ngãi có 642 sản phẩm OCOP còn thời hạn, trong đó tỏi Lý Sơn và mạch nha Quảng Ngãi (đường Mantoza) đạt chuẩn OCOP 5 sao cấp Trung ương. Cùng với hàng nghìn sản phẩm nông sản đặc trưng và sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, đây là nguồn hàng hóa có nhiều tiềm năng phát triển trên môi trường số.

Tuy nhiên, nhiều hợp tác xã, hộ kinh doanh và chủ thể OCOP vẫn phụ thuộc vào cửa hàng truyền thống, đại lý, hội chợ và khách hàng quen. Khi kinh doanh trực tuyến, họ cần đáp ứng thêm các yêu cầu về hình ảnh, nội dung, livestream, quản lý gian hàng, thanh toán, vận chuyển và chăm sóc khách hàng. Vì vậy, thương mại điện tử không chỉ bổ sung kênh bán hàng mà còn mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường cho sản phẩm địa phương.



Sản phẩm địa phương mở rộng thị trường nhờ thương mại điện tử,

Tại Hội chợ Công Thương và OCOP Quảng Ngãi năm 2025, sự kiện thu hút hơn 25.000 lượt khách, mang lại doanh thu trên 5 tỷ đồng cho các đơn vị tham gia. Nhiều gian hàng kết hợp livestream bán hàng trực tuyến, góp phần mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng.

Sở Công Thương Quảng Ngãi xác định bán hàng trên nền tảng số là hướng đi trọng tâm trong xúc tiến thương mại, giúp sản phẩm địa phương vượt qua giới hạn về không gian và thời gian, tiếp cận người tiêu dùng ở nhiều thị trường mà không cần mở rộng hệ thống cửa hàng trực tiếp.

Tháng 10/2026, hơn 30 doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể OCOP tại Quảng Ngãi tham gia livestream bán hàng tại Hội nghị kết nối giao thương và ứng dụng giải pháp số trong thương mại điện tử xuyên biên giới. Các đơn vị được hướng dẫn thực hành từ chuẩn bị thông tin, hình ảnh, giá bán đến giới thiệu sản phẩm, tương tác với khách hàng và chốt đơn.

Công ty TNHH Nông Lâm Nghiệp TBT mang đến các sản phẩm gạo lứt đạt OCOP 4 sao. Trước đây, doanh nghiệp chủ yếu bán hàng theo phương thức truyền thống nên doanh số chưa có nhiều đột phá. Việc được hướng dẫn livestream giúp đơn vị tự tin hơn khi tiếp cận khách hàng qua kênh trực tuyến.

Tương tự, Công ty TNHH Hương Quế Trà Bồng cũng có kế hoạch đẩy mạnh bán hàng trên nền tảng số sau khi trải nghiệm tại hội nghị.

Thực tế cho thấy, đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử mới chỉ là bước đầu. Để thu hút khách hàng, các chủ thể cần đầu tư nội dung, hình ảnh, kỹ năng livestream và cách giới thiệu sản phẩm nhằm tạo dựng niềm tin. Tuy nhiên, hiệu quả của kênh bán hàng trực tuyến vẫn phụ thuộc vào chất lượng hàng hóa và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường.

Đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử mới là bước đầu; muốn giữ chân khách hàng, sản phẩm phải bảo đảm chất lượng, bao bì, truy xuất nguồn gốc và nguồn cung ổn định.

Thương mại điện tử giúp đặc sản địa phương mở rộng thị trường, nâng cao giá trị và phát triển thương hiệu mà không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý.

Hà Trần