TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thương mại di động tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức

08:48 26/07/2024

Theo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, thị trường thương mại di động tại Việt Nam đang trở nên cạnh tranh khốc liệt với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp lớn và nhỏ. Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần không ngừng đổi mới, cải tiến sản phẩm và dịch vụ, cũng như xây dựng chiến lược marketing hiệu quả.

Thương mại di động (Mobile Commerce viết tắt là M-Commerce) là việc sử dụng các thiết bị cầm tay không dây như điện thoại di động và máy tính bảng để thực hiện các giao dịch thương mại trực tuyến, bao gồm mua và bán sản phẩm, ngân hàng trực tuyến và thanh toán hóa đơn.

Hiện nay, sự phát triển M-Commerce đang được coi là tất yếu của thương mại điện tử và dần trở thành xu hướng chủ đạo tại Việt Nam khi số lượng người sử dụng điện thoại thông minh và internet phát triển mạnh mẽ. M-Commerce ngày càng được ưa chuộng vì nhiều ưu điểm nổi bật như thiết bị cầm tay dễ mang theo, dễ kết nối, nhiều tiện ích... Với khả năng tiếp cận rộng rãi, thương mại di động được dự đoán không chỉ thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng mà còn mở ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp.



M-Commerce đang được coi là xu hướng tất yếu trong thương mại điện tử

Sự phát triển của thương mại di động tại Việt Nam

Những năm gần đây, Việt Nam chứng kiến sự tăng trưởng nhanh chóng của người dùng di động và được đánh giá là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng người dùng điện thoại thông minh nhanh nhất thế giới. Theo báo cáo của We Are Social và Hootsuite, đến năm 2023, Việt Nam có hơn 70 triệu người dùng điện thoại thông minh, chiếm khoảng 70% dân số. Sự phổ biến của internet di động, với các gói cước 3G, 4G và sắp tới là 5G, đã thúc đẩy việc sử dụng các ứng dụng mua sắm trực tuyến trên di động.

Ngày càng nhiều doanh nghiệp triển khai các ứng dụng thương mại điện tử để phục vụ hoạt động mua sắm của người dùng. Các nền tảng thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, Tiki và Tiktok đã đầu tư mạnh mẽ vào việc phát triển ứng dụng di động, với giao diện thân thiện và nhiều tính năng tiện lợi. Các ứng dụng này cho phép người dùng tìm kiếm sản phẩm, so sánh giá cả, đọc đánh giá và thực hiện giao dịch một cách dễ dàng chỉ với vài thao tác trên điện thoại. Điều này không chỉ tăng cường trải nghiệm mua sắm mà còn thúc đẩy sự phát triển của thương mại di động.

Tại Việt Nam, thương mại di động mở ra cơ hội tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng từ các kênh mạng xã hội, đặc biệt là giới trẻ - nhóm đối tượng có tỉ lệ sử dụng điện thoại thông minh và internet di động cao. Điều này giúp các doanh nghiệp có được tệp khách hàng hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

Các công nghệ và tính năng mới của thiết bị di động ngày càng được nâng cấp giúp nâng cao trải nghiệm mua sắm di động, tạo ra những cơ hội mới cho các

doanh nghiệp. Các tính năng như tìm kiếm bằng hình ảnh, mua sắm trực tiếp qua livestream, và thanh toán di động (mobile payment) mang lại rất nhiều tiện lợi. Bên cạnh đó, trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) cũng được sử dụng để cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm, đưa ra các gợi ý sản phẩm phù hợp với sở thích và hành vi của người tiêu dùng. Đây đều là những yếu tố quan trọng trong việc thu hút và giữ chân khách hàng, đồng thời tăng cường lòng trung thành với thương hiệu.

Sự phát triển của thương mại di động không chỉ mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp mà còn đóng góp vào sự phát triển của kinh tế số tại Việt Nam. Thương mại di động tạo ra nhiều cơ hội việc làm, thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp phụ trợ và góp phần hiện đại hóa nền kinh tế.

Những xu hướng nổi bật của thương mại di động

Mua sắm qua mạng xã hội

Mua sắm qua mạng xã hội (social commerce) là hình thức bán hàng trực tuyến thông qua các nền tảng mạng xã hội và phổ biến tại Việt Nam trong những năm gần đây. Sự phổ biến cùng lượng người dùng đông đảo của mạng xã hội đã tạo bàn đạp vững chắc cho sự phát triển của hình thức Social commerce. Các nền tảng như Facebook, Instagram, và gần đây là TikTok, đã tích hợp các tính năng mua sắm trực tiếp, cho phép người dùng mua hàng ngay trong ứng dụng. Điều này không chỉ tạo ra một kênh bán hàng mới mẻ mà còn giúp các doanh nghiệp tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng.

Livestream bán hàng

Livestream bán hàng là một trong những xu hướng nổi bật của thương mại di động tại Việt Nam. Các buổi livestream không chỉ mang lại những trải nghiệm mua sắm thú vị mà còn giúp người bán tương tác trực tiếp với khách hàng, giải đáp thắc mắc và giới thiệu sản phẩm một cách chi tiết. Shopee Live và Lazada Live là hai nền tảng tiêu biểu đã khai thác tốt xu hướng này, thu hút hàng triệu người xem và mua sắm mỗi ngày.

Thanh toán di động



Thanh toán di động đã trở thành một phần không thể thiếu

Thanh toán di động đã trở thành một phần không thể thiếu của thương mại di động. Các ví điện tử như Momo, ZaloPay, và ViettelPay đã tích hợp sâu vào các ứng dụng mua sắm, cho phép người dùng thanh toán một cách nhanh chóng và tiện lợi. Bên cạnh đó, các ngân hàng cũng phát triển các ứng dụng mobile banking với nhiều tính năng hỗ trợ thanh toán trực tuyến, góp phần thúc đẩy sự phát triển của thương mại di động.

Giao hàng nhanh và tiện lợi

Dịch vụ giao hàng nhanh và tiện lợi là một yếu tố quan trọng giúp thúc đẩy thương mại di động. Các công ty dịch vụ vận chuyển hoạt động tại Việt Nam đã đang cải thiện đáng kể chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu giao hàng nhanh chóng của người tiêu dùng. Ngoài ra, việc các ứng dụng mua sắm tích hợp thêm tính năng theo dõi đơn hàng, cũng giúp người dùng dễ dàng kiểm tra trạng thái giao hàng hơn.

Thách thức đối với doanh nghiệp khi ứng dụng thương mại di động

Thị trường thương mại di động tại Việt Nam đang trở nên cạnh tranh khốc liệt với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp lớn và nhỏ. Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần không ngừng đổi mới, cải tiến sản phẩm và dịch vụ, cũng như xây dựng chiến lược marketing hiệu quả.

Bảo mật và quyền riêng tư cũng là một vấn đề quan trọng trong thương mại di động. Các vụ rò rỉ thông tin cá nhân và tấn công mạng có thể gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho cả người tiêu dùng và doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp, các nền tảng thương mại điện tử sẽ cần đầu tư vào các biện pháp bảo

mật và tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu khi triển khai ứng dụng thương mại di động.

Bên cạnh đó, yếu tố kỹ thuật cũng là bài toán khi phát triển thương mại di động. Sự đa dạng của các hệ điều hành (iOS, Android, Windows), đa dạng về các dòng thiết bị di động và sự khác biệt về cấu trúc và giao diện người dùng đòi hỏi sự linh hoạt và kiến thức sâu rộng về kỹ thuật.

Thương mại di động đang trở thành xu hướng chủ đạo tại Việt Nam, mang lại nhiều lợi ích và cơ hội cho cả người tiêu dùng và doanh nghiệp. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và hạ tầng di động đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự bùng nổ của các ứng dụng mua sắm trực tuyến và các dịch vụ liên quan. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa những cơ hội này, các doanh nghiệp cần phải đối mặt với những thách thức về cạnh tranh, bảo mật và hạ tầng kỹ thuật. Trong tương lai, việc ứng dụng các công nghệ mới và cải tiến trải nghiệm mua sắm sẽ tiếp tục thúc đẩy sự phát triển của thương mại di động tại Việt Nam, góp phần vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế số.

Minh Anh *(t/h)*