TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thương mại điện tử đưa hàng hóa Việt vươn ra thị trường quốc tế như thế nào?

18:45 18/07/2024

Kinh tế Việt Nam vẫn tiếp tục tăng trưởng phục hồi và thương mại điện tử là phương thức mua bán hiện đại được doanh nghiệp và người tiêu dùng lựa chọn. Đặc biệt, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới (tính đến tháng 12/2023 theo Statista).

Theo nhận định từ các chuyên gia, mới ngày nào khái niệm thương mại điện tử vẫn là cụm từ xa xỉ trong tiềm thức của không ít người tiêu dùng. Đi liền đó là mô hình giản đơn, giao diện sơ sài và số lượng doanh nghiệp tham gia ứng dụng này còn tương đối hạn chế. Thế nhưng, với sự bùng nổ nhanh chóng và bứt tốc mạnh mẽ, nhất là kể từ khi dịch COVID-19, thương mại điện tử Việt Nam liên tục ghi nhận mức tăng trưởng vượt bậc ở mức 16 - 30%/năm.

Thực tế này chứng tỏ thương mại điện tử khẳng định là cấu phần quan trọng của nền kinh tế số tại Việt Nam và hình thành hệ thống cung ứng dịch vụ thứ cấp cho thị trường nhằm giúp tối ưu quy trình liên kết giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng.



Ảnh minh họa. Nguồn: Internet

Đánh giá về bức tranh thương mại điện tử, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân cho biết: Thời gian qua, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, quy định để hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số cũng như đồng hành trong hành trình ứng dụng thương mại điện tử và vươn ra thị trường quốc tế.

Theo đó, Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 đã được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 về việc đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực là một trong những nội dung quan trọng.

Cùng đó là Quyết định 1415/QĐ-TTg ngày 14/11/2022 của Thủ tướng Chính phủ về Đề án "Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030" khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia chuỗi sản xuất, cung ứng và phân phối hàng hóa toàn cầu, khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu; hỗ trợ doanh nghiệp tham gia xuất khẩu trực tuyến là một giải pháp cốt lõi.

Để thực hiện các Nghị quyết, Quyết định của Chính phủ, Bộ Công Thương giao Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số thực hiện nhiệm vụ triển khai Đề án xây dựng sàn thương mại điện tử hợp nhất 63 tỉnh, thành. Đặc biệt, từ chủ trương và chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Công Thương đã thực hiện hàng loạt chương trình hỗ trợ doanh nghiệp thúc đẩy kinh doanh trên thương mại điện tử. Có lẽ nhờ vậy, mô hình thương mại điện tử ngày càng đổi mới, các chuỗi cung ứng truyền thống với sự hỗ trợ của sức mạnh lan tỏa của số hóa và công nghệ thông tin đã góp phần đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và thúc đẩy xuất khẩu.

Bà Nguyễn Thị Minh Huyền, Phó Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương cho hay, kinh tế Việt Nam vẫn tiếp tục tăng trưởng phục hồi và thương mại điện tử là phương thức mua bán hiện đại được doanh nghiệp và người tiêu dùng lựa chọn. Năm 2023, quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam dự kiến đạt 20,5 tỷ USD, tăng khoảng 4 tỷ USD (tương đương 25%) so với năm 2022. Đặc biệt, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới (tính đến tháng 12/2023 theo Statista). Có khoảng 61 triệu người dân tham gia mua sắm qua thương mại điện tử, đưa giá trị mua sắm trung bình của mỗi người dân đạt 300 USD/người/năm.

Đáng lưu ý, với sự ra đời tích cực của sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Tiki, Tiktok Shop, Sendo… đóng góp nhiều cho sự phát triển bứt phá của thương mại điện tử, nhất là thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới

tăng trưởng mạnh mẽ.



Tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới.

Trong báo cáo mới nhất về hành vi mua sắm của người tiêu dùng Việt Nam của NielsenIQ Việt Nam cũng chỉ ra rằng, người tiêu dùng đang có tần suất mua sắm online cao gấp đôi so với năm 2023. Cụ thể, trung bình mỗi người dân mua hàng trực tuyến gần 4 lượt mỗi tháng và dành ra hơn 8 giờ mỗi tuần để mua sắm online. Con số này cao gần gấp đôi so với tần suất đi siêu thị hàng tháng của người Việt Nam.

Đáng lưu ý, nhóm 3 mặt hàng được mua nhiều nhất là thực phẩm, đồ uống và mỹ phẩm. Tiếp đến là các mặt hàng thời trang - thể thao, chăm sóc nhà cửa và công nghệ, mẹ và bé, dịch vụ số như đăng ký dịch vụ, đặt phòng online, vận chuyển hàng hóa... Điều này cho thấy thói quen đã được thay đổi và người tiêu dùng Việt đã thường xuyên đi chợ mạng để mua sắm nhu yếu phẩm hàng ngày.

Không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước, nắm bắt thời cơ, nhiều doanh nghiệp đã bắt nhịp với xu hướng kinh doanh trên nền tảng công nghệ và chính nhờ sự quyết tâm "thoát xác" trong cuộc đua toàn cầu và gặt hái quả ngọt. Sự xuất hiện của kênh xuất khẩu trực tuyến - thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường, trở thành con đường nhanh nhất để đưa hàng Việt ra thế giới.

Đặc biệt, một số đơn vị điều tra thị trường kỳ vọng kim ngạch xuất khẩu xuyên biên giới của Việt Nam có thể đạt 11,1 tỷ USD vào năm 2026 và 12,5 tỷ USD vào năm 2027 nếu doanh nghiệp được hỗ trợ thông tin, kiến thức.

“Việt Nam hiện tại đã có 32% các doanh nghiệp nhỏ và vừa thiết lập quan hệ kinh doanh với đối tác nước ngoài thông qua hình thức trực tuyến, giúp đa dạng kênh và cơ hội tiếp cận trực tiếp với người mua toàn cầu mà không giới hạn không gian, thời gian và thậm chí còn giúp giảm chi phí xây dựng chuỗi cung ứng, cũng như thiết lập văn phòng đại diện tại các thị trường mục tiêu. Hơn nữa, nhờ tận dụng tốt lợi thế từ hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, nhiều cam kết đã tạo thuận lợi hóa thương mại. Về xuất khẩu trực tuyến trước hết được hưởng lợi từ việc cắt giảm thuế quan, ưu đãi thủ tục hải quan theo các điều khoản cam kết chung của các FTA.

Hệ thống chính sách pháp luật được hoàn thiện, môi trường kinh doanh minh bạch tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu trực tuyến, giao dịch thông suốt và an toàn”, Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) thông tin.

Ông Nguyễn Quốc Lân - Phó Giám đốc Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại (Bộ Công Thương) dự báo, tổng doanh thu thương mại điện tử bán lẻ hàng hoá cả năm 2024 có thể tăng khoảng 45% so với năm 2023, lên gần 30 tỷ USD, chiếm xấp xỉ 14% tổng mức bán lẻ hàng hoá của cả nước, tăng mạnh so với tỷ trọng trên 10% trong năm 2023. Tuy nhiên, để thương mại điện tử phát triển bứt phá trong năm 2024 và những năm tiếp theo vẫn cần sự chung tay của các bộ, ngành trong việc đưa ra chiến lược cũng như giải pháp tổng thể.

Nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử theo hướng bền vững, theo Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân: Bộ Công Thương sẽ nghiên cứu, hoàn thiện hạ tầng chính sách và hướng dẫn thương nhân, tổ chức, cá nhân quy định pháp luật về thương mại điện tử. Mặt khác, tăng cường hoạt động quản lý, giám sát hàng hóa trên môi trường mạng; phát triển thương mại điện tử về thanh toán (keypay, thẻ việt); trục hợp đồng điện tử; ngày mua sắm trực tuyến quốc gia Online Friday, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu (GoExport, ECVN, Vietnamexport); nâng cao năng lực dự báo thương mại điện tử quốc gia.

Ngoài ra, Bộ Công Thương cũng sẽ thúc đẩy tiêu thụ nông sản, sản phẩm địa phương qua giao dịch trực tuyến; phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử và kinh tế số.

Theo thống kê của nền tảng số liệu thương mại điện tử Metric, trong quý IV/2024 ước tổng doanh thu trên 5 sàn thương mại điện tử bán lẻ trực tuyến lớn nhất Việt Nam gồm: Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktokshop đạt khoảng 85.000 tỷ đồng, tăng 78% so với cùng kỳ năm

2024. Tính chung 6 tháng đầu năm 2024, tổng doanh thu trên 5 sàn ước đạt 156 nghìn tỷ đồng, tăng 78% so với cùng kỳ năm 2023.

Trước đó, trong quý I/2024 doanh thu bán lẻ trên 5 sàn thương mại điện tử này đạt 71.200 tỷ đồng (chưa bao gồm doanh thu từ các phiên livestream), tăng 78,6 % so với quý I/2023. Con số tăng trưởng này cũng vượt xa so với dự báo doanh thu thị trường thương mại điện tử Việt Nam năm 2024 sẽ chỉ tăng khoảng 35% so với năm 2023.

Minh An (t/h)