

Thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng mạnh nhất trong khu vực

20:50 13/10/2022

Năm năm qua, thị trường thương mại điện tử khu vực và Việt Nam có sự bùng nổ tăng trưởng mạnh. Đến năm 2027, Việt Nam được dự đoán có mức tăng trưởng cao nhất trong khu vực, khoảng 28% và đạt mức 40 tỷ USD.

Báo cáo mới nhất của Tập đoàn Meta và Bain & Company công bố hôm nay (13/10) cho thấy, tại Việt Nam, gần 8/10 dân số tiêu biểu hiện là người tiêu dùng kỹ thuật số.

Tại Việt Nam, đóng góp trung bình của thương mại điện tử (TMĐT) vào tổng bán lẻ đã tiếp tục tăng ở mức 15% trong năm qua (so với mức tăng 10% của Ấn Độ và 4% của Trung Quốc), với tỷ trọng trực tuyến trên tổng bán lẻ là 6%.

Tổng lượng hàng hóa (GMV) của Việt Nam dự kiến sẽ tăng từ 10 tỷ USD năm 2021 lên 12 tỷ USD vào năm 2022, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) dự kiến tăng 28% từ năm 2022 đến năm 2027.



Thương mại điện tử Việt Nam dự báo tăng trưởng cao nhất khu vực

Ông Khôi Lê, Giám đốc quốc gia thị trường Việt Nam, Meta cho biết, Đông Nam Á luôn là thị trường có nhiều cơ hội, tích cực về số lượng người dùng. Trong năm qua, Việt Nam ghi nhận thêm 4 triệu người tiêu dùng số, đã có giao dịch mua hàng online. Đặc biệt, cứ 8/10 người trong độ tuổi làm việc đã là người tiêu dùng số. Điều này đồng nghĩa Việt Nam đang có 60 triệu người tiêu dùng số.

Nghiên cứu cho thấy người tiêu dùng khu vực đang ở một giai đoạn phát triển mới, ưu tiên trải nghiệm mua sắm tích hợp kết hợp hiệu quả giữa các trực tuyến và trực tiếp.

Sau đại dịch, 10% người Việt Nam được khảo sát đã chuyển ít nhất một trong các danh mục mua sắm từ kênh trực tuyến sang trực tiếp.

Tuy vậy, vẫn có nhiều danh mục mua sắm nhất định vẫn được người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn "chốt đơn" online, cho thấy mua sắm trực tuyến tiếp tục đóng vai trò là một kênh quan trọng đối với người mua sắm kỹ thuật số trong nước.

Trong giai đoạn khám phá, 84% người mua sắm Việt Nam xem trực tuyến là kênh truy cập của họ để duyệt và tìm các mặt hàng.

51% người tiêu dùng Việt Nam tham gia khảo sát chi tiêu trực tuyến qua kênh thương mại điện tử, trong khi các mạng xã hội chiếm gần một nửa lượng khám phá trực tuyến, bao gồm hình ảnh (16%), video trên mạng xã hội (22%) và các

công cụ liên quan như nhắn tin (9%).

Mạng xã hội và các công cụ liên quan như nhắn tin là những kênh tối quan trọng đối với người mua sắm kỹ thuật số của Việt Nam trong giai đoạn cân nhắc, chiếm 44% tỷ lệ người tham gia khảo sát.

Sự cởi mở của người tiêu dùng với việc tương tác và thử nghiệm cũng dẫn tới thay đổi về hành vi với 64% người dùng cho biết đã tương tác với một tài khoản kinh doanh hội thoại của doanh nghiệp trong năm qua. Tại Việt Nam, lượng bán hàng trung bình liên quan tới các phẩm giải trí, streaming và các sản phẩm liên quan đến các nhà sáng tạo nội dung trong 03 tháng trước cuộc khảo sát đã tăng 12 lần.

Đáng chú ý, Việt Nam nằm trong nhóm các thị trường đứng đầu về tỷ lệ đón nhận các công nghệ tương lai như công nghệ tài chính (fintech) và metaverse, bên cạnh Indonesia và Philippines. 58% người tiêu dùng số tại Việt Nam đã sử dụng các giải pháp fintech (ngân hàng trực tuyến, ví điện tử, ứng dụng chuyển tiền, ngân hàng số toàn năng...) trong năm vừa qua.

“Việc sử dụng công nghệ kỹ thuật số ở Việt Nam đang ở nhiều thời điểm chín muồi và chủ yếu được thúc đẩy bởi tính năng và sự tiện lợi. 7 trong số 10 người tiêu dùng số tại Việt Nam đã sử dụng công nghệ của metaverse (tiền điện tử, thực tế tăng cường/thực tế ảo, thế giới ảo và NFT) trong năm 2022. Đặc biệt, Việt Nam có tỷ lệ ứng dụng VR cao nhất trong các quốc gia Đông Nam Á với 29%”- báo cáo cho hay.

Thành Nam