

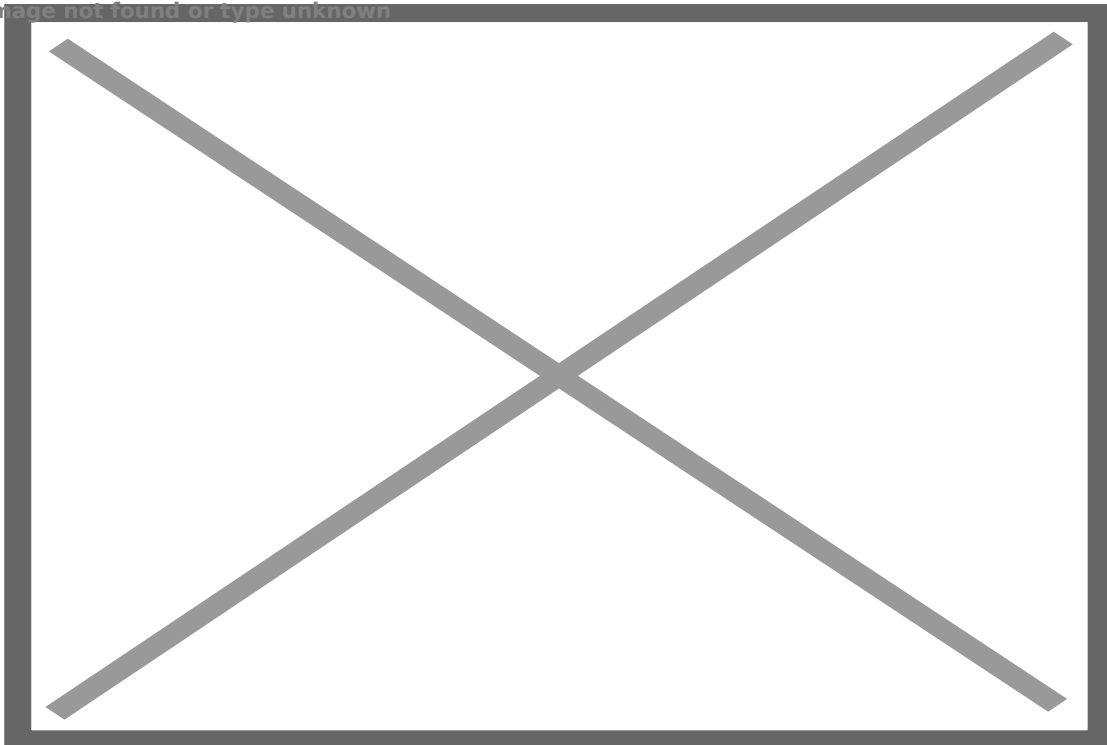
Việt Nam đứng đầu Đông Nam Á về số đơn hàng trực tuyến

16:05 13/07/2022

Tác giả: Thế Anh

Báo cáo nghiên cứu về hình thức kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới cho thấy, Việt Nam đứng đầu với số lượng mua hàng trực tuyến trung bình 104 đơn hàng/năm.

Image not found or type unknown



Tài xế xác nhận đơn hàng khách mua

Báo cáo được thực hiện bởi Ninja Van Group - công ty bưu chính thương mại điện tử (e-logistics) đang hoạt động tại các nước Đông Nam Á đã chỉ ra thói quen mua hàng quốc tế trên các sàn thương mại điện tử của người tiêu dùng ở khu vực này, đồng thời chỉ ra tiềm năng của hình thức kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới.

Theo báo cáo, Việt Nam là quốc gia đứng đầu với số lượng mua hàng trực tuyến trung bình lên đến 104 đơn hàng/năm, 73% người được khảo sát cho biết họ thường xuyên mua hàng trên các nền tảng mua sắm thương mại điện tử và 59% cho biết họ đã từng nhiều lần đặt hàng hoặc mua sắm trên các website quốc tế.

"Với nghiên cứu mang tính chiến lược thể hiện sự phát triển của ngành TMĐT và Bưu chính điện tử trong khu vực Đông Nam Á, chúng tôi tin rằng thị trường Việt Nam đang là một trong những quốc gia tiềm năng nhờ sự tăng trưởng bền vững và rõ nét trong những năm gần đây. Chúng tôi sẽ tích cực thực hiện những bước hỗ trợ cần thiết đi cùng các hình thức dịch vụ tương ứng để hỗ trợ sâu sát nhất cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp họ đẩy mạnh tăng cường khả năng thích ứng với sự thay đổi của ngành thương mại điện tử." - Ông Phan Xuân Dũng, Giám đốc Kinh doanh của Ninja Van Việt Nam chia sẻ.

Tiềm năng khai thác khách hàng quốc tế

Trong hai năm qua, số lượng người mua sắm trực tuyến ở khu vực Đông Nam Á đã tăng đáng kể, đạt khoảng 70 triệu người tính đến thời điểm hiện tại. Trên quy mô khu vực, 70% tổng dân số ở Đông Nam Á đã bắt đầu mua sắm trực tuyến trước cả khi đại dịch COVID-19 bùng phát. Số lượng người mua sắm trực tuyến tại Đông Nam Á dự kiến tăng đến con số 380 triệu trước năm 2026.

Theo số liệu Statista, tỷ trọng thương mại điện tử xuyên biên giới trung bình của Đông Nam Á tăng từ 74 tỷ USD năm 2020 lên 120 tỷ USD năm 2021. Giai đoạn 2016-2020, tốc độ tăng trưởng đạt trung bình 37,7%/năm, cao hơn mức trung bình toàn cầu 27,4%/năm. Dự báo, doanh thu thương mại điện tử năm 2025 tại khu vực Đông Nam Á dự kiến đạt 234 tỷ USD.

Ninja Van Group cũng từng công bố sự tăng trưởng vượt bậc về khối lượng bưu kiện quốc tế với mức tăng trưởng hai con số từ năm 2019 đến 2020. Tập đoàn cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể trong năm 2021 mặc dù nhiều quốc gia tạm đóng cửa biên giới để hạn chế dịch bệnh. Trong 12 tháng qua, Ninja Van Group đạt số lượng 2 triệu đơn hàng được giao mỗi ngày trong khu vực Đông Nam Á với mật độ phủ sóng 100%.

Trong năm 2022, số lượng người Việt mua hàng trực tuyến lên đến hơn 51 triệu, tăng 13,5% so với năm trước, tổng chi tiêu cho việc mua sắm trực tuyến đạt 12,42 tỷ USD. Cùng thời điểm này Google và Bain & Company dự báo quy mô của nền kinh tế số Việt Nam sẽ vượt ngưỡng 52 tỷ USD và giữ vị trí thứ 3 trong khu vực ASEAN vào năm 2025.

Trong báo cáo từ Ninja Van Group, Việt Nam hiện đang chiếm 15% tổng thị trường mua sắm trực tuyến tại Đông Nam Á, chỉ đứng sau Thái Lan với tỷ lệ 16% và ngang bằng với Philippines. Báo cáo cho thấy người Việt Nam yêu thích việc mua sắm online và đang dẫn đầu khu vực ở nhiều chỉ số. Theo một báo cáo khác từ Statista, Việt Nam dự kiến sẽ sở hữu thị trường thương mại điện tử lớn thứ 2 tại Đông Nam Á, chỉ sau Indonesia trước năm 2025. Việt Nam hiện đang có mức quy mô mua

hàng trung bình (ABS) là 26 USD, cao hơn hai nước đông dân là Thái Lan (25 USD) và Indonesia (18 USD).

Thương mại điện tử xuyên biên giới đang ngày càng phát triển, tạo bước đà cho các doanh nghiệp vươn mình ra thế giới, mở rộng quy mô kinh doanh tại nhiều quốc gia khác nhau. Tuy nhiên, do những thách thức đến từ cổng thanh toán, logistics, quy định và luật pháp, nhiều cửa hàng kinh doanh Việt Nam vẫn chưa tham gia hoạt động này.

Thực hiện nỗ lực đáp ứng quá trình chuẩn bị cho hoạt động kinh doanh xuyên biên giới đã và đang diễn ra tại khu vực Đông Nam Á, ngoài việc hỗ trợ cần thiết về công nghệ cho dịch vụ logistics sẵn có, Ninja Van Group hiện có thêm các dịch vụ giá trị gia tăng quản lý chuỗi cung ứng để hoàn thiện hệ sinh thái vận chuyển hàng hóa thương mại điện tử: Ninja Direct (xuất nhập khẩu hàng hóa), Ninja Fulfillment (dịch vụ hoàn tất đơn hàng), Ninja Retail (điểm tập hợp hàng hóa)... điều này cho thấy Ninja Van Group có khả năng cung cấp và tư vấn các dịch vụ trong chuỗi cung ứng từ đơn giản đến phức tạp cho các nhà sản xuất, nhà phân phối và giao hàng hiệu quả cho tất cả người dùng.

Theo VTV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/viet-nam-dung-dau-dong-nam-a-ve-so-don-hang-truc-tuyen>