

# Thương mại điện tử: Thực trạng và xu thế phát triển

**ThS. ĐỖ QUANG HUY & CTV**

*Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương*

● NGÀY NHẬN BÀI: 28/8/2022 ● NGÀY GỬI PHẢN BIỆN: 07/9/2022

● NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 03/10/2022

**Tóm tắt:** Ra đời trên cơ sở phát triển của Internet và các công nghệ của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, thương mại điện tử (TMĐT) đã có sự phát triển hết sức mạnh mẽ và trở thành xu thế chủ đạo trong thương mại của mỗi quốc gia cũng như trên thế giới. Bài viết tập trung đánh giá thực trạng thị trường TMĐT thế giới cũng như ở Việt Nam, phân tích các yếu tố tác động đến sự phát triển TMĐT, từ đó gợi mở những xu hướng phát triển của TMĐT trong thời gian tới.

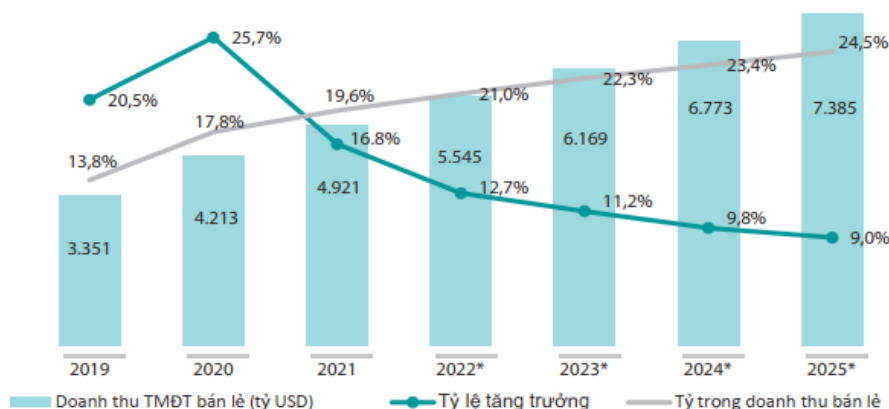
**Từ khóa:** Internet, thương mại, thương mại điện tử, doanh nghiệp, người tiêu dùng, Việt Nam.

## 1. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI

Theo báo cáo của eMarketer, doanh thu TMĐT bán lẻ toàn cầu năm 2021 đạt 4.921 tỷ USD, tăng 16,8% so với năm trước đó

và chiếm 19,6% tỷ trọng doanh thu bán lẻ. Top 10 quốc gia có thị phần TMĐT lớn nhất năm 2021 là: Trung Quốc (52,1%), Mỹ (19%), Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đức, Pháp, Ấn Độ, Brazil và Canada.

Quy mô thị trường TMĐT B2C toàn cầu



Nguồn: eMarketer.com<sup>5</sup>

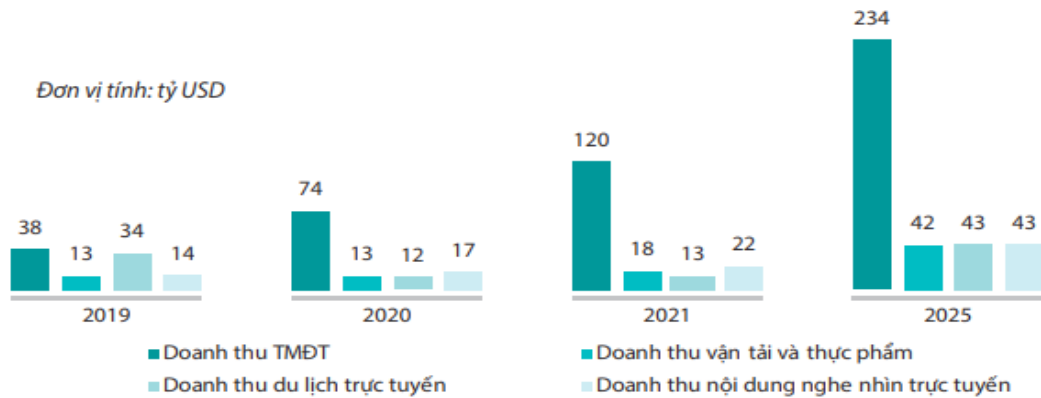
\* Số liệu dự báo

Theo báo cáo “Digital 2022 global overview report” của We are social & Hootsuite, 58,4% người dùng Internet có mua hàng hóa hoặc dịch vụ hàng tuần, 28,3% người dùng Internet đặt mua hàng tạp hóa qua một cửa hàng trực tuyến hàng tuần, 24,6% người dùng Internet đã sử dụng dịch vụ so sánh giá trực tuyến, 17,8% người dùng Internet sử dụng dịch vụ mua ngay, trả sau.

Còn theo báo cáo “Kinh tế khu vực Đông

Nam Á năm 2021” của Google, Temasek & Company, năm 2021 có 440 triệu người sử dụng Internet tại khu vực Đông Nam Á, 45% người tiêu dùng đã từng mua sắm trực tuyến. Trong nền kinh tế Internet của khu vực Đông Nam Á, doanh thu TMĐT đạt 120 tỷ USD, doanh thu vận tải và thực phẩm đạt 13 tỷ USD, doanh thu du lịch trực tuyến đạt 12 tỷ USD, doanh thu nội dung nghe nhìn trực tuyến đạt 17 tỷ USD.

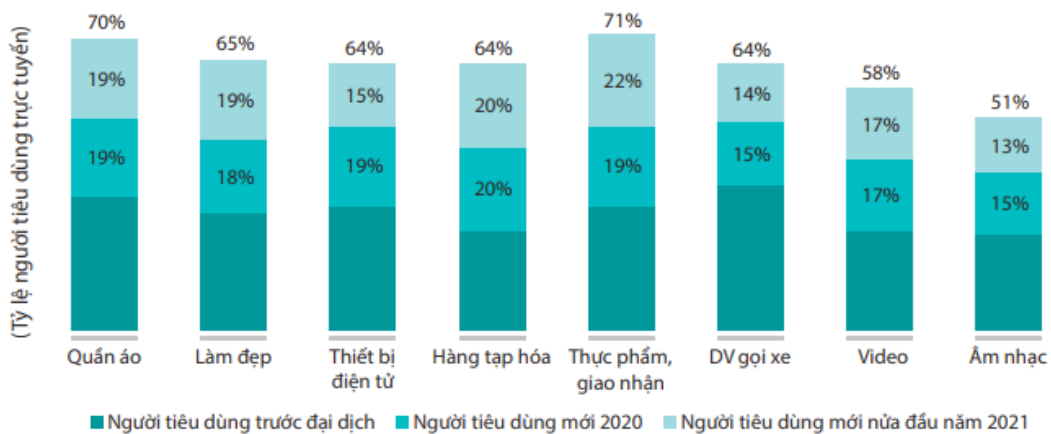
Quy mô nền kinh tế Internet khu vực Đông Nam Á



Nguồn: Báo cáo “Kinh tế khu vực Đông Nam Á năm 2021” của Google, Temasek và Bain & Company

Có 3 loại hàng hóa, dịch vụ thường được người tiêu dùng mua sắm trực tuyến: thực phẩm (71%), quần áo (70%), dịch vụ làm đẹp (65%).

Hàng hóa, dịch vụ được người tiêu dùng mua sắm trực tuyến



Nguồn: Báo cáo “Đông Nam Á, ngôi nhà cho sự chuyển đổi kỹ thuật số” của Facebook và Bain & Company

**GIAO DỊCH TMĐT NGÀY NAY KHÔNG CHỈ DIỄN RA TRÊN WEBSITE MÀ CÒN PHÁT TRIỂN MẠNH TRÊN CÁC ỨNG DỤNG QUA CÁC THIẾT BỊ ĐIỆN TỬ KHÁC NHƯ ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH, ĐỒNG HỒ THÔNG MINH, MÁY TÍNH BẢNG.**

## 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

### 2.1. Quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam

Theo Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2022, thị trường TMĐT B2C (doanh nghiệp – người tiêu dùng) của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khoảng 16%/năm, đạt 13,7 tỷ USD vào năm 2021, chiếm 7% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước. Số người tham gia mua sắm trực tuyến đạt gần 54,6 triệu người, với mức chi tiêu bình quân khoảng 251 USD/năm. Trong năm 2022, quy mô thị trường TMĐT bán lẻ đạt khoảng 16,4 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng đạt 20%, chiếm khoản 7,2 - 7,8% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước, giá trị mua sắm trực tuyến trung bình là 260 - 285 USD/người.

Theo đánh giá của Google và Temasek tại báo cáo mới công bố “Kinh tế Internet Đông Nam Á năm 2021”, trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam tiếp tục là quốc gia có quy mô nền kinh tế Internet (bao gồm các lĩnh vực: bán lẻ trực tuyến, vận tải và thực phẩm, du lịch trực tuyến và nội dung nghe nhìn trực tuyến) đứng thứ 3 trong khu vực (sau Indonesia, Thái Lan), đạt 49 tỷ USD năm 2022. Báo cáo trên cũng đưa ra dự báo trong giai đoạn 2022 - 2025, kinh tế Internet Việt Nam sẽ có tốc độ tăng trưởng

dẫn đầu khu vực, đạt khoảng 31%/năm.

### 2.2. Thực trạng ứng dụng thương mại điện tử của người tiêu dùng tại Việt Nam

Năm 2022, tỷ lệ dân số Việt Nam sử dụng Internet là 75%. Điện thoại di động đang là phương tiện chiếm ưu thế và được sử dụng phổ biến để truy cập Internet của người dân. Mục đích truy cập Internet rất đa dạng, trong đó có 59% người truy cập Internet có mục đích mua sắm trực tuyến. Việc mua bán qua các website TMĐT đã trở thành phổ biến với doanh nghiệp và người tiêu dùng. Các mặt hàng mua sắm trực tuyến ngày càng đa dạng. Phương thức thanh toán và giao hàng cũng được các doanh nghiệp thực hiện tương đối linh hoạt, đáp ứng hầu hết các yêu cầu của người mua từ chuyển khoản, thanh toán bằng thẻ cho đến thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng - COD. Giao dịch TMĐT ngày nay không chỉ diễn ra trên website mà còn phát triển mạnh trên các ứng dụng qua các thiết bị điện tử khác như điện thoại thông minh, đồng hồ thông minh, máy tính bảng.

- *Về loại hình hàng hóa, dịch vụ thường được mua bán trực tuyến:* Trong năm 2021, có 74,8% người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến và 3 loại hàng hóa, dịch vụ được mua sắm nhiều nhất trên mạng là quần áo, giày dép và mỹ phẩm (69%), thiết bị đồ dùng gia đình (64%) và hàng công nghệ và điện tử (51%).

- *Về các kênh mua sắm:* Người tiêu dùng thường mua sắm trên các website TMĐT (78%), các ứng dụng mua hàng trên thiết bị di động (47%), qua diễn đàn, mạng xã hội (42%).

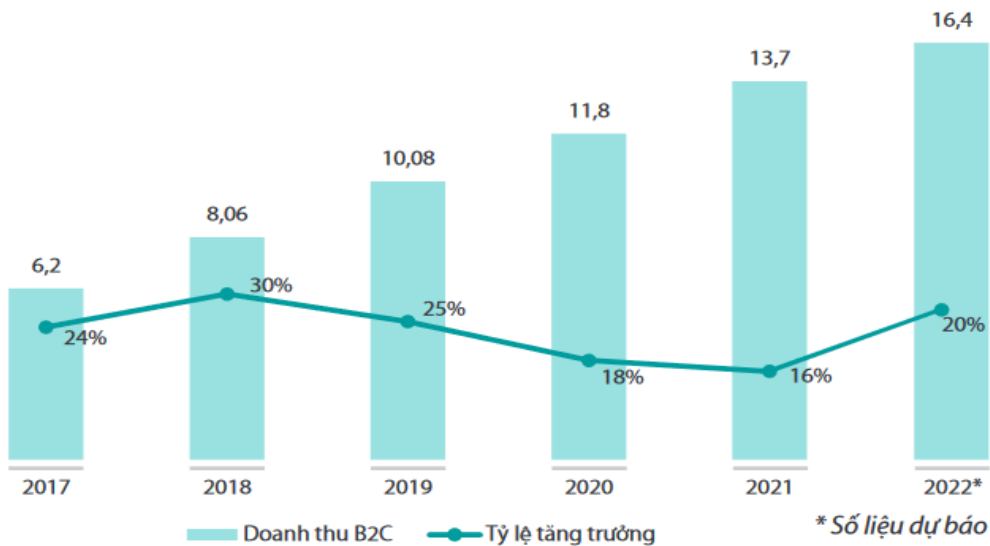
- *Về hình thức thanh toán:* Tiền mặt khi nhận hàng vẫn là hình thức thanh toán

phổ biến nhất (73%), tiếp đến là ví điện tử (37%), thẻ ATM nội địa (27%), thẻ tín dụng (24%).

- Về mức độ hài lòng khi mua sắm trực tuyến: 65% người tiêu dùng đánh giá từ mức độ hài lòng và rất hài lòng khi mua

sắm trực tuyến; chỉ 2% đánh giá không hài lòng. Người tiêu dùng quan tâm nhất đến 3 tiêu chí khi mua sắm trực tuyến là: uy tín của website ứng dụng bán hàng; giao hàng nhanh và linh hoạt theo lịch đặt của khách hàng; nhiều chương trình khuyến mại.

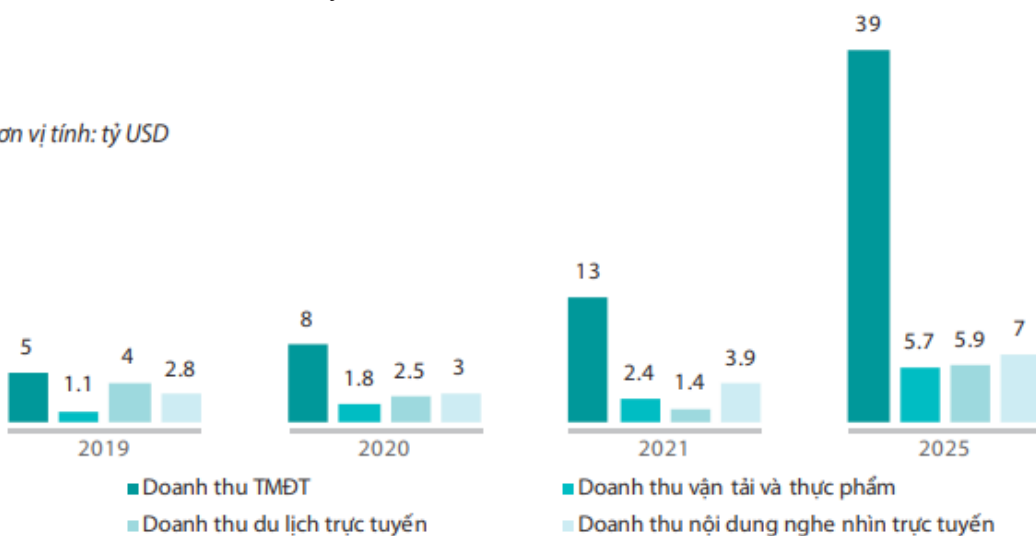
Quy mô thị trường TMĐT Việt Nam giai đoạn 2017 - 2022



Nguồn: Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2022

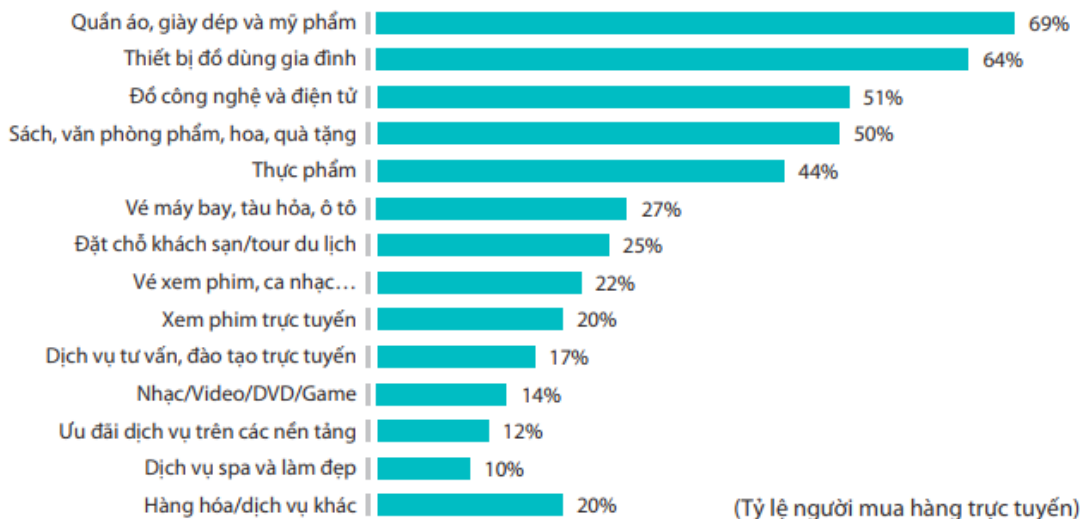
Quy mô nền kinh tế Internet Việt Nam

Đơn vị tính: tỷ USD



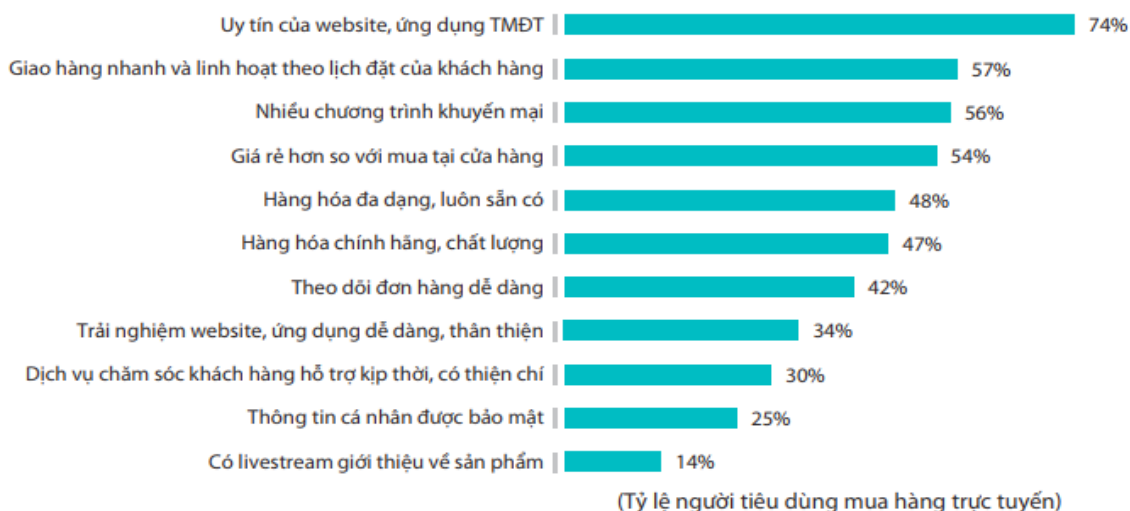
Nguồn: Báo cáo "Kinh tế khu vực Đông Nam Á năm 2021" của Google, Temasek và Bain & Company

*Loại hàng hóa, dịch vụ thường được mua trên mạng*



*Nguồn: Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2022*

*Các tiêu chí người tiêu dùng quan tâm khi mua sắm trực tuyến*



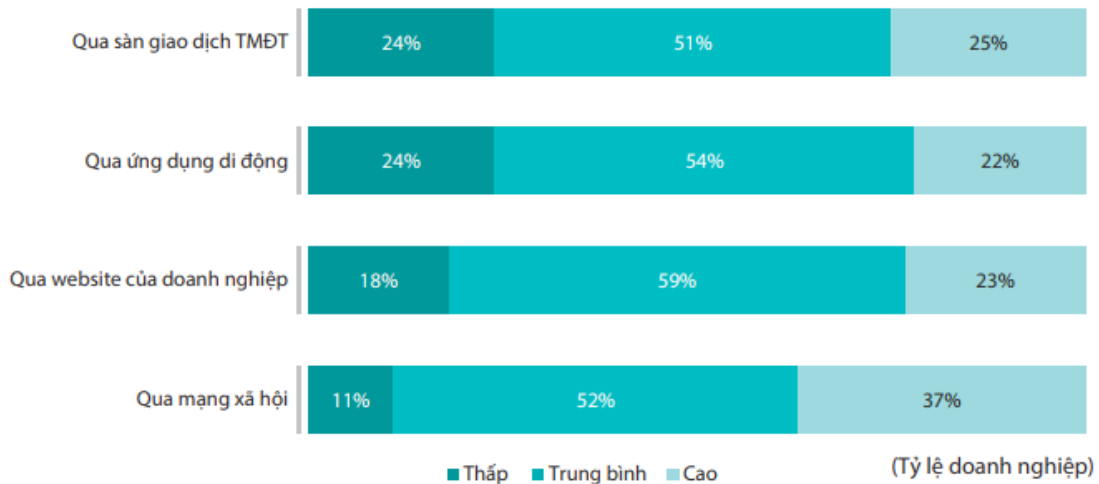
*Nguồn: Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2022*

**2.3. Tình hình ứng dụng thương mại điện tử của doanh nghiệp**

Thương mại điện tử đã góp phần thay đổi hành vi của người tiêu dùng cũng như phương thức kinh doanh của doanh nghiệp

để hình thành nên một nền thương mại theo hướng hiện đại, dựa trên công nghệ tiên tiến. Sự đa dạng về mô hình hoạt động, về đối tượng tham gia, về quy trình hoạt động và chuỗi cung ứng hàng hóa, dịch vụ

## Hiệu quả của bán hàng qua các hình thức



Nguồn: Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2022

với sự hỗ trợ của hạ tầng Internet và công nghệ hiện đại đã đưa TMĐT trở thành trụ cột quan trọng trong tiến trình phát triển kinh tế số của quốc gia. Đặc biệt, hai năm đại dịch COVID-19 đã mang đến nhiều thách thức lớn đối với nền kinh tế nhưng lại góp phần tạo nên sự tăng trưởng bứt phá của TMĐT. Việt Nam trở thành một trong những thị trường TMĐT tiềm năng nhất khu vực Đông Nam Á. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, thị trường TMĐT càng trở nên sôi động hơn và việc ứng dụng công nghệ số, xây dựng kênh phân phối mới đang trở thành một phương án hữu hiệu để các doanh nghiệp Việt Nam vượt qua khó khăn, tận dụng những cơ hội mới từ nhu cầu mới phát sinh của thị trường. Hầu hết các doanh nghiệp sử dụng ít nhất một trong các loại phần mềm: kế toán tài chính (88% doanh nghiệp sử dụng); quản lý nhân sự (56%); quản lý chuỗi cung ứng (27%). Ngoài ra, 72% doanh nghiệp sử dụng chữ ký số; 73% doanh nghiệp có hóa đơn điện

tử; 42% doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử.

Có thể khái quát tình hình ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp như sau:

- Về xây dựng website/ứng dụng: 43% doanh nghiệp có website TMĐT, trong đó 16% doanh nghiệp có website phiên bản di động; 17% doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động. Trong số các doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động, 83% ứng dụng cho phép người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trên thiết bị di động. Ngoài ngôn ngữ tiếng Việt, 26% website/ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp có ngôn ngữ tiếng Anh.

- Về tham gia sàn giao dịch TMĐT/mạng xã hội: 22% doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMĐT để bán hàng hóa, dịch vụ; 57% doanh nghiệp có kinh doanh trên mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram...).

- Về phương thức thanh toán: 89% doanh nghiệp chấp nhận phương thức thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng; 86% doanh

nghiệp sử dụng phương thức chuyển khoản; 20% doanh nghiệp sử dụng ví điện tử.

- Về đánh giá hiệu quả qua các hình thức bán hàng: 37% doanh nghiệp đánh giá cao bán hàng qua mạng xã hội; 25% doanh nghiệp đánh giá cao hiệu quả bán hàng qua sàn giao dịch TMĐT; 23% doanh nghiệp đánh giá cao hiệu quả bán hàng qua website của doanh nghiệp.

### 3. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THỜI GIAN TỚI

Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển mạnh mẽ, TMĐT ngày càng có vai trò quan trọng trong cơ cấu kinh tế mỗi quốc gia. Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Đặc trưng của Cách mạng công nghiệp 4.0 là sự hợp nhất về mặt công nghệ; khả năng kết nối thông qua các thiết bị di động và khả năng tiếp cận với cơ sở dữ liệu lớn; những tính năng xử lý thông tin sẽ được nhân lên bởi những đột phá công nghệ trên nhiều lĩnh vực. So sánh với các cuộc cách mạng công nghiệp trước đây, Cách mạng công nghiệp 4.0 phát triển với tốc độ ở cấp số nhân chứ không phải cấp số cộng, biến đổi toàn bộ các hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị. Cách mạng công nghiệp 4.0 được xây dựng trên nền tảng của cuộc cách mạng kỹ thuật số với các công nghệ tiên tiến ngày càng giúp thu hẹp khoảng cách giữa thế giới thực và thế giới mạng.

Xu hướng số hóa nền kinh tế và các hoạt động xã hội là nền tảng cho phép Cách mạng công nghiệp 4.0 bùng nổ. Hiện nay, một nửa dân số thế giới đã kết nối trực tuyến, một phần ba tham gia mạng xã hội,

**3 LOẠI HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐƯỢC MUA SẮM NHIỀU NHẤT TRÊN MẠNG LÀ QUẦN ÁO, GIÀY DÉP VÀ MỸ PHẨM (69%), THIẾT BỊ ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH (64%) VÀ HÀNG CÔNG NGHỆ VÀ ĐIỆN TỬ (51%).**

53% là qua điện thoại di động và bao phủ ở mọi lứa tuổi, chủng tộc, khu vực địa lý và trình độ trên khắp hành tinh. Có thể nói, sự phát triển kỹ thuật số đã và đang thay đổi các nền kinh tế trên toàn cầu với tốc độ chóng mặt. Nếu như năm 2016, nền kinh tế số toàn cầu trị giá 11,5 nghìn tỷ USD, chiếm khoảng 15,5% GDP của thế giới thì trong thập kỷ tới được kỳ vọng sẽ nâng lên tới mức 25% GDP của thế giới.

Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ đến Việt Nam, tạo ra thời cơ mới cho Việt Nam hội nhập sâu rộng hơn và hiệu quả hơn vào nền kinh tế thế giới, tiến thẳng vào lĩnh vực công nghiệp mới, tranh thủ các thành tựu khoa học - công nghệ tiên tiến để đẩy nhanh hơn tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và thu hẹp khoảng cách phát triển. Kinh tế số thời gian gần đây ở Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ, kỳ vọng sẽ mang lại cơ hội cho nhiều doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ. Các nền tảng TMĐT có thể đưa doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ đến với những thị trường lớn cả trong và ngoài nước. Khi tham gia vào thị trường lao động trong nền kinh tế số, người lao động phải đổi mới để thích nghi vì các kỹ năng, kiến thức và các phương thức kinh doanh truyền thống trước đây cũng chuyển sang môi trường số.

Việc này sẽ mang lại nhiều cơ hội hơn cho doanh nghiệp và người lao động.

### 3.1. Các công nghệ số chủ đạo tác động đến sự phát triển của thương mại điện tử








Các công nghệ số mới nổi như chuỗi khối (blockchain), trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn và Internet vạn vật có thể tạo ra những bước nhảy vọt về cơ sở hạ tầng công nghiệp, đơn giản hóa chuỗi cung ứng và logistics, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn.

#### 3.1.1. Internet vạn vật (IoT)

Internet vạn vật (IoT) được ứng dụng ngày càng rộng rãi. Năm 2016, mạng không dây 4G LTE được triển khai lắp đặt tại Việt Nam với kế hoạch phủ sóng hơn 95% dân số vào năm 2020. Các dịch vụ di động không dây cũng có thể hỗ trợ các mạng diện rộng công suất thấp, vốn đóng vai trò thiết yếu cho các dịch vụ IoT. Các công ty viễn thông và công nghệ thông tin Việt Nam như Viettel, VNPT, FPT và CMC đang đầu tư vào IoT, điển hình là các hệ

### Các công nghệ số tác động đến TMĐT

Các công nghệ số mới nổi và ứng dụng

| CÔNG NGHỆ SỐ MỚI NỔI   | KHÁI NIỆM VÀ ỨNG DỤNG   |
|--|---|
|  <p><b>Internet vạn vật</b> – gồm cảm biến, mạng lưới, máy bay không người lái và phương tiện giao thông tự động</p> | <p>Ứng dụng trong giám sát môi trường và tự động hóa từ xa trên các trang trại thông minh, thành phố thông minh, phương tiện tự động, máy bay không người lái, khai thác mỏ từ xa và hệ thống phòng thủ điều khiển từ xa.</p> <p>Những thiết bị này thường được tích hợp vào hệ thống GPS hiện đại hoặc hệ thống không gian địa lý. Công nghệ này cần có mạng lưới băng thông rộng không dây tốt và dịch vụ điện toán đám mây. Công nghệ này có thể thiết lập các hệ thống không gian mạng thực – ảo (cyber-physical systems) – được sử dụng để giám sát hệ cây trồng, vật nuôi, môi trường sống hoặc sức khỏe con người thông qua công nghệ cảm biến và các thiết bị đeo thông minh.</p> |
|  <p><b>Phân tích dữ liệu lớn (big data)</b></p>   | <p>Cung cấp dịch vụ tùy chỉnh cho từng khách hàng, thiết lập hồ sơ thông tin cá nhân, đánh giá bảo mật, mô hình hóa các hệ thống lớn như hệ thống thời tiết và môi trường, thị trường, giao thông, hành vi tiêu dùng, sức khỏe và nghiên cứu gen. Công nghệ này có thể thực hiện phân tích dự đoán hành vi, dự báo thời tiết hoặc bảo trì cơ sở hạ tầng, v.v.</p>   |
|  <p><b>Trí tuệ nhân tạo, học máy, công nghệ người máy</b></p>   | <p>Các hệ thống và công nghệ người máy có thể tự điều chỉnh cho phù hợp với những thay đổi của môi trường, ứng phó với nhiều hoàn cảnh hoặc trả lời các câu hỏi dựa vào dữ liệu đầu vào có sẵn. Các ứng dụng bao gồm xử lý ngôn ngữ, nhận diện giọng nói, công nghệ người máy bao gồm phương tiện giao thông và nhà máy, y tế, vận tải và kinh doanh được vận hành tự động.</p>   |
|  <p><b>Công nghệ blockchain</b></p>   | <p>Là sổ cái phân tán (distributed ledger) và các mạng lưới tin nhiệm bên thứ ba được sử dụng để tạo các tiền ảo – ví dụ như Bitcoin. Đây cũng là những ứng dụng được sử dụng rộng rãi trong công nghệ truy xuất nguồn gốc thực phẩm, khai thác khoáng sản, hệ thống bỏ phiếu, thanh toán, mạng xã hội, hợp đồng thông minh và nền tảng giao dịch.</p>  |
|  <p><b>Thực tế ảo và thực tế ảo tăng cường</b></p>  | <p>Các lớp hình ảnh ảo chồng lên nhau có tác dụng cải thiện hiệu quả hoạt động, tạo ra trò chơi (ví dụ Pokémon Go) hoặc giúp người dùng quan sát trực quan các cấu trúc mới. Được ứng dụng trong ngành dược, đào tạo và phát triển, giải trí, khai thác mỏ, bất động sản, du lịch, phương tiện giao thông, kính mắt và các mô hình nhà “thông minh”.</p>  |
|  <p><b>In 3D</b></p>  | <p>Một công cụ để tạo ra sản phẩm bằng cách bồi đắp các lớp vật liệu lên nhau cho đến khi hình dạng của sản phẩm khớp với thiết kế số. In 3D rất phù hợp trong thiết kế nguyên mẫu vì công nghệ này có khả năng tùy biến cao, theo yêu cầu và chi phí trên mỗi sản phẩm thấp nếu sản xuất một lượng sản phẩm có hạn. Các ứng dụng có thể thấy trong ngành dược, dệt may, hàng không vũ trụ và xe có động cơ.</p>  |
|  <p><b>Điện toán đám mây</b></p>  | <p>Một kho lưu trữ đơn giản cung cấp các dịch vụ điện toán theo yêu cầu qua Internet. Công nghệ này là nền tảng phát triển các ứng dụng số như dịch vụ phát sóng video trực tuyến, mạng xã hội, lưu trữ dữ liệu số và sao lưu theo yêu cầu, thử nghiệm và phát triển ứng dụng, và quan trọng nhất là phân tích dữ liệu lớn và Internet vạn vật.</p>   |

Nguồn: Báo cáo Tương lai nền kinh tế số Việt Nam của Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam và Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc



**NGƯỜI TIÊU DÙNG QUAN TÂM NHẤT ĐẾN 3 TIÊU CHÍ KHI MUA SẴM TRỰC TUYẾN LÀ: UY TÍN CỦA WEBSITE ỨNG DỤNG BÁN HÀNG; GIAO HÀNG NHANH VÀ LINH HOẠT THEO LỊCH ĐẶT CỦA KHÁCH HÀNG; NHIỀU CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI.**

thống thử nghiệm về cơ sở hạ tầng thành phố thông minh đang được thực hiện từ năm 2008. Các doanh nghiệp nước ngoài như CISCO, Bosch và Sumimoto Corporation và cả chính phủ các nước như Nhật Bản, Singapore, Hà Lan, Thụy Điển và Đức cũng đang đầu tư rất nhiều vào các dự án thành phố thông minh ở Việt Nam. Chính phủ Úc, cùng với Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) và Chương trình Sáng kiến Kinh doanh Mekong, đã tổ chức Cuộc thi Sáng kiến thành phố thông minh để tìm kiếm giải pháp cho các vấn đề đô thị của Việt Nam từ các nhà đổi mới sáng tạo trên toàn cầu. Chính phủ Việt Nam cũng đã phân bổ một khoản ngân sách đáng kể để đầu tư cho các dự án thành phố thông minh, đặc biệt là ở Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong nước và trong lĩnh vực IoT, Khu Công nghệ cao Hòa Lạc bắt đầu đi vào hoạt động từ năm 2016 nhằm hỗ trợ các công ty khởi nghiệp về IoT. Và từ năm 2016, Khu Công nghệ cao Sài Gòn tại Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức một số cuộc thi khởi nghiệp về IoT và các chương trình vườn ươm doanh nghiệp, từ đó hỗ trợ hơn 40 công ty khởi nghiệp IoT trong năm 2017. Nhiều doanh nghiệp lớn trong nước

như Vinamilk và Cầu Đất Farm cũng đang trong quá trình tự động hóa hầu hết các cơ sở chế biến của mình bằng mạng cảm biến và hệ thống logistics ứng dụng IoT.

### **3.1.2. Dữ liệu lớn**

Dữ liệu số thu thập được từ điện thoại, máy tính bảng, ứng dụng, nền tảng, công cụ tìm kiếm, trang web, hệ thống mạng cảm biến, máy ảnh và hình ảnh vệ tinh đang tạo ra một cơn “sóng thần” về dữ liệu để phục vụ cho việc phân tích và kết hợp giữa các bộ dữ liệu từ nhiều nguồn. Trong năm 2016, ước tính có khoảng 17,6 tỷ thiết bị thu thập dữ liệu được kết nối với mạng Internet trên toàn cầu. Và đến năm 2025, con số này có thể lên tới 80 tỷ. Điều này tạo ra nhu cầu phân tích dữ liệu và đưa dữ liệu vào các ứng dụng phức tạp hơn, trong đó có nhiều ứng dụng liên quan đến trí tuệ nhân tạo. Các doanh nghiệp sẽ không ngừng khai thác những cơ hội từ dữ liệu và các phân tích liên quan đến dữ liệu hoặc sử dụng hiểu biết mà dữ liệu đem lại để nâng cao hiệu quả của tổ chức, dự đoán xu hướng dịch vụ khách hàng hoặc mở rộng thị trường. Dự kiến doanh thu từ dữ liệu lớn trên toàn cầu sẽ tăng 14% tổng tăng trưởng hàng năm và tăng gấp 4 lần (từ 18,3 tỷ USD vào năm 2013 lên 88,5 tỷ USD vào năm 2025). Tuy nhiên, khi thị trường trở nên bão hòa, mức tăng trưởng này có thể sẽ giảm xuống.

### **3.1.3. Trí tuệ nhân tạo**

Trong những năm gần đây, đã có những bước tiến đột phá trong lĩnh vực AI và hệ thống tự động. Máy tính và robot hiện đang giải quyết những vấn đề phức tạp thông qua những chiến lược do chính chúng tạo ra. Khả năng xử lý vấn đề không cần đến

sự trợ giúp của con người - như các quy tắc rõ ràng, hướng dẫn hay chỉ dẫn - chính là điểm mấu chốt để phát triển công nghệ này trong tương lai. Thập kỷ tới sẽ chứng kiến những tiến bộ lớn hơn trong hệ thống cảm biến, học máy, phân tích dự đoán và trí tuệ nhân tạo nói chung. Tuy nhiên, có một số điểm khác biệt trong dự báo về thị trường AI do có nhiều cách hiểu về khái niệm này. Dù vậy, hầu hết dự báo đều chỉ ra rằng AI sẽ tăng trưởng và tích hợp nhanh chóng vào các quy trình kinh doanh. Một số dự báo cho rằng tổng giá trị gia tăng của thị trường trí tuệ nhân tạo toàn cầu đạt 61,6 tỷ USD vào năm 2020 và lên tới 8,3 nghìn tỷ USD vào năm 2035. Tập đoàn Công nghệ CMC của Việt Nam cho rằng, phần lớn công nghệ AI đã được phát triển ở các nước khác không thể sử dụng được tại Việt Nam do sự khác biệt về cơ cấu quản lý, chính sách và triết lý kinh doanh. Từ đó dẫn đến nhu cầu rất cao đối với các phần mềm được nội địa hóa. CMC đang phát triển AI cho thị trường Việt Nam nhưng đơn vị này không phải là doanh nghiệp duy nhất. Năm 2017, Công ty Cổ phần CNTT FPT đã cho ra mắt một nền tảng hội thoại bằng AI và các nhà phát triển có thể tích hợp vào trong phần mềm hoặc thiết bị thông minh của họ. Đến năm 2018, nền tảng này đã tạo ra lượng hội thoại với thời gian tương đương 4,8 năm và có khả năng chuyển đổi 2,5 tỷ ký tự từ giọng nói.

### 3.1.4. Blockchain

Thị trường blockchain toàn cầu dự kiến sẽ tăng trưởng 58,4% mỗi năm, đạt mức 10,6 tỷ USD vào năm 2023. Theo dự báo thị châu Á - Thái Bình Dương sẽ là khu vực đóng góp phần lớn vào mức tăng trưởng này. Những sự kiện và các chương trình gần đây

**TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19, THỊ TRƯỜNG TMĐT Càng trở nên sôi động hơn và việc ứng dụng công nghệ số, xây dựng kênh phân phối mới đang trở thành một phương án hữu hiệu để các doanh nghiệp Việt Nam vượt qua khó khăn, tận dụng những cơ hội mới từ nhu cầu mới phát sinh của thị trường.**

ở Việt Nam như Thử thách Sáng tạo cùng Công nghệ Tài chính Việt Nam (5/2018), Tuần lễ Blockchain Việt Nam (3/2018) và Câu lạc bộ Blockchain Việt Nam (thành lập năm 2017 và hiện đang có khoảng 3.000 thành viên trên mạng xã hội) cho thấy một khởi đầu đầy hứa hẹn cho việc phát triển và áp dụng công nghệ này. Một số dự án thử nghiệm sử dụng công nghệ Blockchain đang được triển khai ở Việt Nam để hỗ trợ quá trình truy xuất nguồn gốc thực phẩm và chuyển kiều hối. Tạp chí Forbes cho rằng Việt Nam sẽ sớm trở thành trung tâm sáng kiến phát triển blockchain của Đông Nam Á.

### 3.1.5. Thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR)

Theo sau sự phát triển điện thoại thông minh, VR và AR được dự đoán sẽ phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu, đặc biệt là ở lĩnh vực y tế, đào tạo, trò chơi công nghệ số và du lịch. Dự đoán thị trường AR/VR toàn cầu sẽ đạt 94,4 tỷ USD vào năm 2023, trong đó khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ là đầu tàu tăng trưởng. Các tập đoàn công nghệ hàng đầu Việt Nam như FPT, Viettel

**NẾU NHƯ NĂM 2016, NỀN KINH TẾ SỐ TOÀN CẦU TRỊ GIÁ 11,5 NGHÌN TỶ USD, CHIẾM KHOẢNG 15,5% GDP CỦA THẾ GIỚI THÌ TRONG THẬP KỶ TỚI ĐƯỢC KỶ VỌNG SẼ NÂNG LÊN TỚI MỨC 25% GDP CỦA THẾ GIỚI.**

và VNG đã cho ra mắt mô hình du lịch và giải trí sử dụng công nghệ VR tại các hội thảo trong năm 2017 và 2018. Các môn học về phát triển AR/VR cũng được đưa vào chương trình giảng dạy của trường Đại học RMIT (cơ sở tại Thành phố Hồ Chí Minh).

### **3.1.6. Công nghệ in 3D**

Sản xuất bồi đắp (hay còn gọi là in 3D) là một ngành công nghệ mới nổi của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Cho tới nay thì việc áp dụng công nghệ này trên thế giới vẫn chỉ dừng lại ở việc tạo nguyên mẫu. Chính Việt Nam cũng được xếp trong số các quốc gia ứng dụng làn sóng thứ ba của công nghệ này. Tuy nhiên, trong vòng hai thập kỷ tới, nếu công nghệ này được áp dụng phổ biến hơn sẽ có thể nhanh chóng thúc đẩy sản xuất, đơn giản hóa và toàn cầu hóa chuỗi cung ứng (bởi vì các sản phẩm có thể được thiết kế ở bất cứ địa điểm nào nhưng lại có thể được in ra tại nơi sử dụng), cắt giảm chi phí và tự động hóa các công việc sản xuất. Công nghệ in 3D ngày càng trở nên rẻ và nhanh hơn, các chủ doanh nghiệp trong khối các nước ASEAN mong đợi rằng công nghệ này sẽ sớm trở thành động lực chính cho ngành công nghiệp sản xuất - thậm chí là ngay trong năm 2025. Công ty Tư vấn Frost & Sullivan dự đoán đến năm 2025, doanh thu ngành công

ng nghiệp in 3D của châu Á - Thái Bình Dương sẽ đạt mức 5,6 tỷ USD.

### **3.1.7. Điện toán đám mây**

Theo công ty tư vấn Gartner, trong khoảng từ 2018 - 2021, doanh thu từ các dịch vụ điện toán đám mây trên toàn cầu tăng từ 175,8 tỷ USD lên 278,3 tỷ USD. Xét về tốc độ triển khai điện toán đám mây, Việt Nam tương đối chậm so với các quốc gia khác, xếp hạng cuối cùng trong tổng số 24 nước được đánh giá về mức độ sẵn sàng triển khai công nghệ này cũng như mức độ tăng trưởng của các dịch vụ điện toán đám mây. Các vấn đề về môi trường pháp lý và quy định, mức độ đảm bảo an ninh mạng và những bất cập trong việc thực thi Luật Sở hữu Trí tuệ đã gây cản trở cho việc phát triển và nghiên cứu về công nghệ điện toán đám mây. Những cản trở khác, bao gồm: ngân sách đầu tư còn hạn chế và không nhiều người hiểu rõ những lợi ích của công nghệ này. Tuy nhiên, nhìn chung thì điện toán đám mây đang được ứng dụng ngày càng rộng rãi ở Việt Nam. Theo nghiên cứu của Trường Chính sách công Lý Quang Diệu (Singapore) thì ở Việt Nam, doanh thu đến từ các dịch vụ công nghệ điện toán đám mây tăng 64,4% trong khoảng từ năm 2010 đến 2016 - mức độ tăng trưởng nhanh hơn Thái Lan, Phi-líp-pin và In-đô-nê-xi-a. Những người khai thác công nghệ này ở Việt Nam đã chỉ rõ lợi ích của đám mây gồm nâng cao tính linh hoạt, khả năng nhân rộng, mức độ cạnh tranh, khả năng sinh lời và sự hài lòng của khách hàng.

Tự động hóa thay thế nhiều việc làm. Đến năm 2045, có tới 38,1% việc làm hiện tại ở Việt Nam có thể bị chuyển đổi hoặc thay thế do quá trình tự động hóa. Theo

**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÙNG NỔ VÀ NHANH CHÓNG BẮT KỊP VỚI DOANH SỐ BÁN LẺ TRUYỀN THỐNG, LÀM NHỮNG CỬA HÀNG MUA SẮM TRỞ NÊN VẮNG HƠN. VÌ VẬY, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC CỬA HÀNG TMĐT NGÀY CÀNG GIA TĂNG, ĐƯA CÁC NHÀ BÁN LẺ TRỰC TUYẾN ĐẾN GẦN HƠN VỚI KHÁCH HÀNG.**

một đánh giá lạc quan hơn thì khoảng 15% trong tổng số các việc làm ở Việt Nam sẽ được tự động hóa vào năm 2033.

### **3.2. Một số xu hướng phát triển thương mại điện tử**

#### **3.2.1. Sự nổi lên của các nhãn hiệu độc lập**

Sự bùng nổ của mô hình kinh doanh D2C (Direct to Consumer) trong vài năm qua - là mô hình mà doanh nghiệp phân phối sản phẩm trực tiếp đến khách hàng, không cần phải qua bất kỳ kênh phân phối nào, đã giúp cho các thương hiệu tiếp cận trực tiếp với khách hàng và đạt được lợi nhuận tốt. Cũng nhờ đó mà khách hàng đã tiếp cận được trực tiếp thương hiệu với mức giá thấp hơn.

Nhưng giờ đây, xu hướng này đang ngày càng thay đổi. Khách hàng đang chuyển sang sử dụng các sản phẩm có thương hiệu riêng để tiếp cận những sản phẩm cao cấp và trải nghiệm mua sắm tốt hơn. Ví dụ, trên thế giới có Nike, Adidas, HM, ở Việt Nam có canifa, vascara, cũng đang thực hiện mô hình kinh doanh D2C.

#### **3.2.2. Thương mại bằng giọng nói**

Mua sắm bằng giọng nói sẽ là một trong những xu hướng TMĐT cần chú ý trong thời

gian tới. Mặc dù nó đã xuất hiện từ năm 2018 nhưng trong năm 2021 nó trở nên phổ biến hơn. Thực tế cho thấy, con người đang ngày càng bị phụ thuộc vào các thiết bị trợ lý giọng nói như Google Assistant, Alexa, Amazon Echo để làm mọi thứ như tìm kiếm sản phẩm, thông tin trực tuyến, gửi tin nhắn,...

Theo Voicebot, 75% người Mỹ sẽ có loa thông minh vào năm 2025 và trên thực tế cho thấy, khi TMĐT bằng giọng nói xuất hiện sẽ thu về 40 tỷ USD vào năm 2022. Amazon và Google cũng đang đẩy mạnh ngôn ngữ khu vực trong trợ lý giọng nói của họ để hỗ trợ khách hàng được mua sắm thoải mái, thuận tiện.

#### **3.2.3. Thương mại điện tử ngoại tuyến**

Ngay cả Amazon cũng tham gia vào xu hướng này với việc mở một chuỗi cửa hàng tiện lợi thực tế. Chúng ta thấy gia tăng sự hiện diện các thương hiệu TMĐT trên các con phố lớn, chiếm lĩnh các cửa hàng pop-up và cửa hàng đa kênh, mang Internet vào cuộc sống.

#### **3.2.4. Sự gia tăng của AR trong thương mại điện tử**

AR (thực tế tăng cường) đã tồn tại trong một thời gian dài nhưng bây giờ nó mới thành xu hướng và trở thành một tính năng quan trọng trong TMĐT. Theo như nghiên cứu của Statista, vào năm 2023 dự đoán AR sẽ trở thành một ngành công nghiệp trị giá 18 tỷ USD. Cùng với đó là chi tiêu của người dùng vào các ứng dụng di động áp dụng công nghệ AR sẽ đạt khoảng 15 tỷ USD vào năm 2022.

#### **3.2.5. Sự hỗ trợ của AI**

Trí tuệ nhân tạo (AI) từ lâu đã được sử

dụng trong TMĐT để đưa ra những đề xuất chọn lọc thông minh, giúp khách hàng hình dung rõ hơn về sản phẩm và hỗ trợ doanh nghiệp giải quyết những thắc mắc của khách hàng. AI giúp cho các công ty TMĐT tìm kiếm khách hàng. AI sẽ phân tích các xu hướng hiện tại cùng với sản phẩm, khách hàng, kênh khách hàng và hành vi của người mua để xác định kênh mua sắm, thời gian và giá tốt nhất để niêm yết sản phẩm. Điều này giúp các doanh nghiệp tiết kiệm thời gian thu thập số liệu, đẩy nhanh doanh số bán hàng, tạo biểu đồ và viết báo cáo.

### **3.2.6. Video marketing trở thành trọng tâm**

Trước kia, tiếp thị TMĐT chỉ xoay quanh văn bản sau đó dần dần chuyển sang hình ảnh. Hiện nay, video marketing đang chiếm vị trí quan trọng để tiếp thị tại chỗ cho các doanh nghiệp TMĐT. Các bài đánh giá và tiếp thị được thực hiện và nó sẽ trở thành xu hướng chủ đạo. Các video về sản phẩm có bản chất toàn diện, không gây cảm giác thừa thãi hay tẻ nhạt. Chúng làm cho cách kể chuyện trở nên sống động khi cung cấp cái nhìn toàn diện về sản phẩm, đồng thời giải đáp các câu hỏi của khách hàng. Khi

**KHÁCH HÀNG ĐANG CHUYỂN SANG SỬ DỤNG CÁC SẢN PHẨM CÓ THƯƠNG HIỆU RIÊNG ĐỂ TIẾP CẬN NHỮNG SẢN PHẨM CAO CẤP VÀ TRẢI NGHIỆM MUA SẮM TỐT HƠN. CHÚNG TA THẤY GIA TĂNG SỰ HIỆN DIỆN CÁC THƯƠNG HIỆU TMĐT TRÊN CÁC CON PHỐ LỚN, CHIẾM LĨNH CÁC CỬA HÀNG POP-UP VÀ CỬA HÀNG ĐA KÊNH, MANG INTERNET VÀO CUỘC SỐNG.**

thực hiện đúng, Video Sản phẩm là sự kết hợp của Marketing, Đánh giá (Review) và Trả lời cho Câu hỏi thường gặp (FAQ)/.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

- Báo cáo “Digital 2022 global overview report” của We are social & Hootsuite.
- Báo cáo “Kinh tế khu vực Đông Nam Á năm 2021” của Google, Temasek & Company.
- Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2022 của Bộ Công Thương.
- Báo cáo Tương lai nền kinh tế số Việt Nam của Bộ Khoa học và công nghệ Việt Nam và Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc.