

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH VĨNH PHÚC

Ths. Phan Thị Thu Giang*

Thời gian qua, tỉnh Vĩnh Phúc đã triển khai thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp nhằm từng bước đưa thương mại điện tử trên địa bàn phát triển mạnh mẽ, qua đó góp phần nâng cao năng lực của doanh nghiệp, thay đổi thói quen mua sắm, tiêu dùng của người dân, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Mặc dù vậy, sự phát triển của thương mại điện tử cũng gặp khá nhiều rào cản, hạn chế. Bài viết sẽ làm rõ thực trạng này, từ đó đưa ra đề xuất cho cơ quan quản lý nhà nước cùng các doanh nghiệp nhằm thúc đẩy thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc.

• Từ khóa: thương mại điện tử, kinh tế số, phát triển kinh tế - xã hội, tỉnh Vĩnh Phúc.

Recently, Vinh Phuc province has synchronously implemented many solutions to gradually develop e-commerce in the area, thereby contributing to improving the capacity of businesses and changing purchasing habits, people's shopping and consumption, positively contributing to the province's socio-economic development. However, the development of e-commerce also faces many barriers and limitations. This article will clarify this situation, thereby providing suggestions for state management agencies and businesses to promote e-commerce in Vinh Phuc province.

Key word: e-commerce, digital economy, socio-economic development, Vinh Phuc province.

Ngày nhận bài: 19/02/2024

Ngày gửi phản biện: 22/02/2024

Ngày nhận kết quả và sửa sau phản biện: 29/3/2024

Ngày chấp nhận đăng: 03/5/2024

Đặt vấn đề

Phát triển thương mại điện tử là xu hướng tất yếu trong quá trình chuyển đổi số, xây dựng xã hội số, kinh tế số. Xác định thương mại điện tử là một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, giúp doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh, UBND tỉnh đã ban hành Đề án Phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030, trong đó, mục tiêu phấn đấu đến năm 2030 Vĩnh Phúc trở thành tỉnh có thị trường thương mại điện tử phát triển, chỉ số thương mại điện tử thuộc nhóm 10 tỉnh dẫn đầu của cả nước. Các chỉ tiêu đạt được phải cao hơn mục tiêu chung của cả nước. Đồng thời, đề ra mục tiêu cụ thể đến năm 2025 đạt khoảng 55% người dân

trên địa bàn 2 thành phố Vĩnh Yên, Phúc Yên và 30% người dân tại các huyện tham gia mua sắm trực tuyến; doanh số thương mại điện tử B2C (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) chiếm hơn 10% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh. Đến năm 2030, khoảng 80% người dân trên địa bàn 2 thành phố Vĩnh Yên, Phúc Yên và 50-60% người dân tại các huyện tham gia mua sắm trực tuyến; doanh số thương mại điện tử B2C (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) chiếm hơn 20% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh. Để đạt được những mục tiêu này, thì việc nghiên cứu thực trạng phát triển thương mại điện tử tại Vĩnh Phúc là rất cần thiết để làm cơ sở xây dựng những giải pháp phù hợp.

Cơ sở lý luận về thương mại điện tử

Theo nghĩa hẹp, thương mại điện tử là việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, đặc biệt là máy tính và internet. Theo nghĩa rộng, thương mại điện tử bao gồm các giao dịch thương mại thông qua các mạng viễn thông và sử dụng các phương tiện điện tử. Nó bao gồm thương mại điện tử gián tiếp (trao đổi hàng hoá hữu hình) và thương mại điện tử trực tiếp (trao đổi hàng hoá vô hình).

OECD (1997) cho rằng, thương mại điện tử gồm các giao dịch thương mại liên quan đến các tổ chức và cá nhân dựa trên việc xử lý và truyền đi các dữ kiện đó được số hoá thông qua các mạng mở (như Internet) hoặc các mạng đóng có cổng thông với mạng mở (như AOL).

Tại Việt Nam, Nghị định số 52/2013/NĐ đã phân loại 2 hình thức thương mại điện tử phổ biến là: (i) website thương mại điện tử bán hàng; (ii) sàn giao dịch thương mại điện tử. Theo đó, website thương mại

* Trường Đại học Thương mại

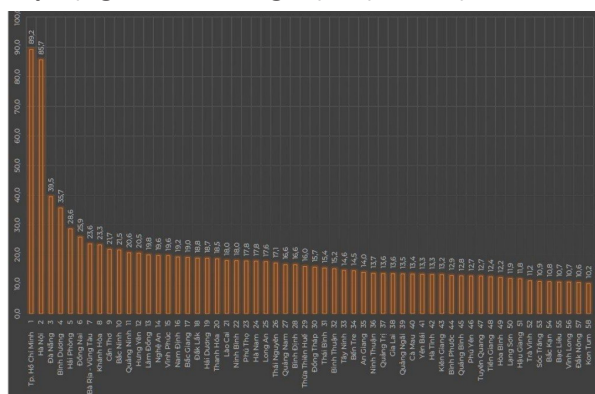
điện tử là trang thông tin điện tử được thiết lập để phục vụ một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động mua bán hàng hóa hay cung ứng dịch vụ, từ trưng bày giới thiệu hàng hóa, dịch vụ đến giao kết hợp đồng, cung ứng dịch vụ, thanh toán và dịch vụ sau bán hàng. Đây có thể coi là trường hợp thương nhân tự lập website và bán hàng hoá, dịch vụ của chính mình. Còn sản phẩm giao dịch thương mại điện tử là website thương mại điện tử cho phép các thương nhân, tổ chức, cá nhân không phải chủ sở hữu website có thể tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình mua bán hàng hóa, dịch vụ trên đó. Đây là trường hợp thương nhân lập sàn giao dịch thương mại điện tử và cho phép người dùng khác đăng tải thông tin và mua bán hàng hoá, dịch vụ trên đó.

Thực trạng phát triển thương mại điện tử tại tỉnh Vĩnh Phúc

Một số kết quả đạt được

Giai đoạn 2021-2023, Vĩnh Phúc luôn duy trì nằm trong top 15 tỉnh, thành phố có chỉ số phát triển thương mại điện tử tốt nhất cả nước. Cụ thể, năm 2021, Vĩnh Phúc xếp vị trí 14, đạt 7,19 điểm; năm 2022, xếp vị trí 11. Đến năm 2023, chỉ số thương mại điện tử của Vĩnh Phúc đạt 19,6 điểm, xếp vị trí 15 trên cả nước.

Xếp hạng Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2023



Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2023

Theo thống kê của Cục thương mại điện tử và kinh tế số (Bộ Công Thương), năm 2023, doanh số thương mại điện tử bán lẻ của Vĩnh Phúc đạt hơn 543 tỷ đồng, xếp vị trí thứ 16/63 tỉnh, thành phố, tỷ lệ mua hàng trực tuyến của tỉnh xếp thứ 17/63 tỉnh, thành phố trên cả nước.

Tỷ lệ doanh nghiệp và người dân giao dịch qua các sàn thương mại điện tử lớn và các ứng dụng mạng xã hội ở Vĩnh Phúc có tốc độ tăng trưởng khá. Các phương thức thương mại điện tử như doanh nghiệp - người tiêu dùng (B2C), doanh nghiệp - doanh nghiệp (B2B), chính phủ - người dân (G2C), chính phủ - doanh nghiệp (G2B)... được doanh nghiệp và người dân sử dụng rộng rãi trên địa bàn tỉnh. Trong đó, hình

thức B2B được doanh nghiệp sử dụng rộng rãi trên các kênh thanh toán và đặt hàng mua nguyên vật liệu hay sản phẩm. Trong khi đó, phương thức B2C được doanh nghiệp sử dụng chính trong hoạt động bán hàng trực tuyến thông qua các website có tính năng đặt hàng, các ứng dụng mạng xã hội cho phép bán hàng hay trả tiền cho số lượt truy cập (Facebook, Youtube...), hay là các ứng dụng trên sàn thương mại điện tử như Lazada, Shopee, Sendo, Tiki...

Hơn nữa, số lượng gian hàng trên các sàn thương mại điện tử trong nước của doanh nghiệp ngày một gia tăng; số lượng website của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh có chức năng mua bán tăng 10-15%/năm, tương đương mức khá của vùng Đồng bằng sông Hồng.

Để đạt được những kết quả trên, trong thời gian qua, Vĩnh Phúc đã đẩy mạnh phát triển hạ tầng thương mại điện tử. Nhờ đó, hạ tầng viễn thông, internet có sự phát triển rõ rệt với mạng lưới phủ kín rộng khắp các vùng miền trên địa bàn, tạo tiền đề cho việc thúc đẩy thương mại điện tử. Vĩnh Phúc hiện có 5 nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, internet, truyền hình với 700 tuyến cáp quang có tổng chiều dài hơn 4.500 km được kết nối đến 100% các địa phương trong tỉnh. Bên cạnh đó, Tỉnh sở hữu hơn 3.000 trạm thu phát sóng thông tin di động phủ sóng mạng 2G, 3G, 4G, 5G, số lượng thuê bao sử dụng điện thoại thông minh hơn 1,1 triệu thuê bao, chiếm 86% tổng số thuê bao di động toàn tỉnh, cao hơn mức trung bình của cả nước; hơn 3.800 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông và công nghệ số. Về hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt, trên địa bàn Tỉnh có gần 240 ATM và hơn 890 POS lắp đặt tại các cơ sở kinh doanh, siêu thị, cửa hàng bán lẻ, nhà hàng, khách sạn, cơ sở y tế. Đặc biệt, tỉnh Vĩnh Phúc đã hình thành một sàn thương mại điện tử (Sàn giao dịch Công nghệ và Thiết bị trực tuyến tỉnh Vĩnh Phúc). Đây là sàn thương mại điện tử chuyên về máy móc, công nghệ và thiết bị với hơn 2.000 doanh nghiệp tham gia, chiếm 27,2% số doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Tuy vậy, tỷ lệ doanh nghiệp truy cập sàn còn rất thấp so với kỳ vọng.

Bên cạnh đó, Vĩnh Phúc luôn chú trọng tổ chức hoạt động tuyên truyền phổ biến các kiến thức về thương mại điện tử dưới nhiều hình thức. Tỉnh đã chủ động xây dựng kế hoạch phổ cập kiến thức thương mại điện tử với nguồn ngân sách huy động từ địa phương. Từ năm 2014 đến nay, tỉnh đã tổ chức 33 lớp tập huấn, phổ biến kiến thức về thương mại điện tử cho các đối tượng là cán bộ, công chức, viên chức của tỉnh, cán bộ quản lý kinh doanh tại các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn các huyện, thành phố trong tỉnh với tổng số hơn 3.500 lượt học viên tham gia. Nội dung tập huấn tập trung vào phổ biến kiến

thức về thương mại điện tử cho các đối tượng là cán bộ, công chức, viên chức, quản lý kinh doanh của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể, các cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn. Qua đào tạo, nhiều cán bộ, công chức, viên chức đã nắm chắc quy trình vận hành của hệ thống chính quyền điện tử. Thời gian xử lý công việc đã được rút gọn hơn so với trước, làm gia tăng sự hài lòng cho người dân và các tổ chức kinh tế, xã hội. Học viên đến từ khối doanh nghiệp đã nắm chắc kiến thức và thay đổi tư duy sản xuất và bán hàng theo lối truyền thống. Tùy thuộc vào lĩnh vực, ngành nghề và loại hình doanh nghiệp mà mức độ áp dụng kiến thức khác nhau. Phần lớn các doanh nghiệp trong khối thương mại, dịch vụ vận dụng triệt để kiến thức về thương mại điện tử.

Những mặt hạn chế

Thương mại điện tử ở Vĩnh Phúc có nhiều điểm sáng và tăng trưởng nhanh trong thời gian qua, bước đầu đóng góp cho tăng trưởng kinh tế của tỉnh, song phát triển chưa bền vững, thể hiện qua các khía cạnh sau:

- Hệ sinh thái cho thương mại điện tử bao gồm dịch vụ thanh toán, logistics và các dịch vụ phụ trợ còn chưa hoàn thiện. Tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt trong giao dịch thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc vẫn còn cao. Hạ tầng, chất lượng vận chuyển, thời gian vận chuyển, thủ tục thông quan, chi phí, các dịch vụ theo dõi và truy xuất đơn hàng vẫn chưa phát triển đồng bộ và còn bộc lộ nhiều hạn chế.

- Quy mô và chất lượng giao dịch thương mại điện tử của cả khối cơ quan hành chính nhà nước, các doanh nghiệp và người dân còn thấp. Các hình thức thương mại điện tử G2B, G2C, G2G còn rất hạn chế. Số doanh nghiệp có giao dịch với các sản phẩm thương mại điện tử lớn trong nước còn ít. Đa số doanh nghiệp sản xuất vẫn kinh doanh theo phương thức truyền thống.

Sự tăng trưởng nóng của thị trường thương mại điện tử trên địa bàn Tỉnh dẫn đến hệ lụy là các hành vi gian lận thương mại, hàng giả và hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ xuất hiện ngày càng nhiều, khiến người dân và doanh nghiệp còn e dè giao dịch trên nền tảng thương mại điện tử.

- Việc ứng dụng thương mại điện tử phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đã trở nên phổ biến, nhưng phần lớn doanh nghiệp còn chưa có chiến lược cũng như đầu tư thích đáng để khai thác các ứng dụng thương mại điện tử theo chiều sâu, chưa chuẩn bị sẵn sàng để bắt kịp những tiến bộ công nghệ mới về thương mại điện tử của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

- Hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới của các doanh nghiệp, doanh nhân còn ít. Chỉ có một số ít doanh nghiệp có hoạt động mua bán trực tuyến với các doanh nghiệp nước ngoài. Đa số doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu thực hiện thương mại xuyên biên giới theo cách tiếp cận truyền thống. Chưa có doanh nghiệp trên địa bàn chủ động ký hợp đồng với các sản phẩm thương mại điện tử quốc tế lớn như Amazon, Alibaba, Ebay, BestBuy, Walmart... để thực hiện thương mại điện tử xuyên biên giới.

- Nguồn nhân lực cho phát triển thương mại điện tử còn hạn chế. Báo cáo đánh giá nhân lực công nghệ thông tin của tỉnh cho thấy tình trạng thiếu nhân lực trầm trọng trong cơ quan quản lý nhà nước: toàn tỉnh có 106 cán bộ chuyên trách về công nghệ thông tin, nhưng chỉ có 80% trong số đó có bằng công nghệ thông tin. Trong 57 cơ quan hành chính của tỉnh, thì chỉ có 35 cơ quan là có cán bộ chuyên trách. Đối với khối doanh nghiệp, số liệu thống kê cho thấy, tính đến tháng 6/2023, toàn tỉnh có 3.801 doanh nghiệp công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông và công nghệ số; 540 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải và logistic sử dụng công nghệ số; 472 doanh nghiệp khởi nghiệp về công nghệ số. Hầu hết các doanh nghiệp ngoài nhà nước và không có vốn FDI chỉ bố trí cán bộ kiêm nhiệm phụ trách về công nghệ thông tin. Với doanh nghiệp có nhiều hơn 20 lao động và có sử dụng website, thông thường cán bộ kinh doanh hoặc bộ phận văn phòng kiêm nhiệm quản lý việc cập nhật thông tin trên website. Với doanh nghiệp có dưới 20 lao động và có website, việc quản lý website nhiều khi do chính chủ doanh nghiệp tự đảm nhận.

Giải pháp đẩy mạnh thương mại điện tử tại tỉnh Vĩnh Phúc

Một là, rà soát khung pháp lý, chính sách về thương mại điện tử để kịp thời đề xuất cấp có thẩm quyền điều chỉnh, bổ sung, hoàn thiện khung khổ pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vận hành nền tảng công nghệ phát triển các mô hình, giải pháp và dịch vụ thương mại điện tử dựa trên ứng dụng công nghệ tiên tiến, đảm bảo đối xử bình đẳng giữa mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh ứng dụng công nghệ, nâng cao tỷ trọng thương mại điện tử trong tổng mức bán lẻ hàng hóa.

Xây dựng các chính sách khuyến khích phát triển thương mại điện tử: chính sách, quy định và triển khai các giải pháp toàn diện nhằm tăng tỷ lệ thanh toán điện tử, thanh toán trên nền tảng di động trong giao dịch trực tuyến và giảm tỷ lệ sử dụng tiền mặt, phương thức giao hàng nhận tiền (COD) trong thương mại điện tử; chính sách hỗ trợ, phát triển hạ tầng thương mại điện tử.

từ, dịch vụ hoàn thiện đơn hàng và giao hàng chặng cuối cho thương mại điện tử.

Hai là, các cơ quan quản lý cần tiếp tục nghiên cứu và xây dựng mô hình thanh toán thương mại điện tử; xây dựng giải pháp bán hàng trực tuyến; xây dựng hệ thống giám sát và quản lý hoạt động trên môi trường trực tuyến; đẩy mạnh việc hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới... nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, định vị thương hiệu, kết nối khách hàng và tìm kiếm thị trường để đa dạng hóa các kênh xuất khẩu tại các thị trường nước ngoài, mở rộng mạng lưới kinh doanh.

Ba là, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử

- Phát triển các hạ tầng, giải pháp hỗ trợ giao dịch điện tử tích hợp thanh toán trong thương mại và dịch vụ công; đảm bảo an ninh, an toàn thanh toán để góp phần thúc đẩy thanh toán điện tử trong giao dịch thương mại điện tử.

- Đầu tư xây dựng Sàn thương mại điện tử tỉnh Vĩnh Phúc theo hướng hiện đại, tiện dụng, liên kết cao và hiệu quả. Chủ động tạo liên kết với các doanh nghiệp, sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế để hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ kinh doanh, người dân trên địa bàn tỉnh liên kết mua bán hàng hóa ở sàn giao dịch trong nước và quốc tế.

- Ưu tiên phát triển các loại hình thương mại thương mại điện tử có tính lan tỏa, có tác động đáng kể trong hỗ trợ sản xuất và lưu thông. Đặc biệt chú trọng quan tâm phát triển một số loại hình cơ bản như B2B, B2C, C2B, C2C..., tập trung hình thành một hệ thống trung tâm logistics cơ bản hoàn chỉnh, kho thương mại điện tử có quy mô lớn có tính liên kết cao, ưu tiên xây dựng hạ tầng kho giao vận hoàn chỉnh và hiện đại.

- Xây dựng và phát triển hệ sinh thái thương mại điện tử đồng bộ và hiện đại (hệ thống hạ tầng thương mại điện tử, nền tảng thương mại điện tử, dịch vụ phát triển thương mại điện tử, hệ thống vận chuyển...) phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của thị trường thương mại điện tử.

- Phát triển logistics điện tử phục vụ hoạt động thương mại điện tử; xây dựng và nâng cao năng lực mạng lưới dịch vụ vận chuyển, hạ tầng logistics, giao nhận hàng hóa trong địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc và với các địa phương khác trong cả nước. Qua đó, các doanh nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc có thể dễ dàng tiếp cận với doanh nghiệp ở trên khắp cả nước.

Mặt khác, tỉnh Vĩnh Phúc cần xây dựng các kho giao vận quy mô lớn, dịch vụ chuyển phát, giao hàng nhanh chóng, thuận tiện, đảm bảo chất lượng hàng

hóa cho thương mại điện tử đảm bảo. Khuyến khích thí điểm và triển khai ứng dụng các phương tiện giao thông mới hỗ trợ việc vận chuyển, giao nhận hàng hóa trong thương mại điện tử; khuyến khích các giải pháp tổng thể liên kết doanh nghiệp hậu cần từ chặng đầu tới chặng cuối.

- Hoàn thiện hạ tầng thanh toán, tăng cường phát triển các tiện ích thanh toán trên nền tảng di động, ví điện tử, mã QR code, NFC, POS... để từng bước thay đổi nhận thức và thói quen người tiêu dùng.

Bốn là, tiếp tục xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử, thông qua nhiều hình thức, như: tuyên truyền, quảng cáo, tổ chức hội nghị, sự kiện... từ đó tăng cường khả năng nhận biết và ứng phó của người tiêu dùng với những hành vi tiêu cực trong thương mại điện tử, đồng thời giúp người dân và doanh nghiệp hiểu được những mặt tích cực mà công nghệ cũng như thương mại điện tử mang lại, giúp thay đổi thói quen tập quán kinh doanh và tiêu dùng theo phương thức hiện đại hơn, hiệu quả hơn...

Năm là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thương mại điện tử theo hướng chuyên nghiệp, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của quá trình phát triển thương mại điện tử trong nước và xuyên biên giới.

Theo đó, cần tăng cường đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật về thương mại điện tử thông qua việc thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng thương mại điện tử, trang bị các phương tiện hiện đại để hỗ trợ việc theo dõi, giám sát, giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm các hoạt động thương mại điện tử trên môi trường trực tuyến; tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn cho doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh về thương mại điện tử theo các chủ đề chuyên sâu, phù hợp với điều kiện và lĩnh vực sản xuất, kinh doanh.

Bên cạnh đó, khuyến khích các trường đại học, cao đẳng, trường nghề, doanh nghiệp và tổ chức xã hội nghề nghiệp trên địa bàn tỉnh liên kết xây dựng các hệ thống đào tạo trực tuyến, hệ thống học liệu phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập về thương mại điện tử. Kết nối nhu cầu tuyển dụng nhân lực thương mại điện tử giữa nhà trường và doanh nghiệp, cộng đồng./.

Tài liệu tham khảo:

- Chính phủ (2013). Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử.
Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2023). Thương mại điện tử Việt Nam 2023.
Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2023). Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2023.
UBND tỉnh Vĩnh Phúc (2023). Quyết định số 2361/QĐ-UBND, ngày 01/11/2023 về việc ban hành Quyết định phê duyệt đề án phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030.
UBND tỉnh Vĩnh Phúc (2020). Kế hoạch số 211/KH-UBND, ngày 31/12/2020 về phát triển thương mại điện tử tỉnh Vĩnh Phúc giai đoạn 2021-2025.