

XU HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

THS. VŨ THỊ BÍCH HÀ

Đại học Công nghiệp Hà Nội
Email: vuthibichha2014@gmail.com

M-commerce is simply defined as E-commerce which is based on wireless electronic devices. Basically, this is a term that describes online sale transactions that use wireless application protocol. M-commerce is a convenient and efficient process for both service provider and user.

In this article, the author would like to focus on the situation and development tendency of M-commerce in Vietnam as well as propose several solutions to facilitate further application of M-commerce in Vietnam in the coming time.

Từ khóa: Xu hướng, giải pháp, thương mại di động, Việt Nam

M-Commerce hay thương mại di động được định nghĩa ngắn gọn là thương mại điện tử trên nền tảng thiết bị di động. Về cơ bản là sự phân phối hàng hóa trực tiếp đến tay người tiêu dùng ở bất cứ đâu thông qua công nghệ mạng không dây. Đây là một trong những phương thức tiện lợi và hiệu quả cho cả người cung cấp dịch vụ lẫn người tiêu dùng, thu hưởng dịch vụ.

Trên thực tế, việc phát triển ứng dụng thương mại di động luôn đồng hành với sự phát triển của xu thế hội nhập, là một động lực quan trọng thúc đẩy tiến trình hội nhập nói chung cũng như ở nước ta, giúp tận dụng cơ hội kinh doanh, vượt qua thách thức mà hội nhập mang lại.

Trong bài viết này, tác giả sẽ tập trung phân tích thực trạng và xu thế phát triển của ứng dụng thương mại di động tại Việt Nam, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nhằm tạo điều kiện phát triển hơn nữa ứng dụng này tại Việt Nam trong thời gian tới.

1. Thực trạng ứng dụng thương mại di động tại Việt Nam

Hiện nay trên thế giới, thương mại điện tử là xu thế chung và đang có được sự tham gia sâu rộng của mọi tầng lớp người dân, người tiêu

dùng, các doanh nghiệp kinh doanh, các công ty, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ, phát triển công nghệ. Đặc biệt, thương mại điện tử trên nền tảng di động đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong thương mại điện tử nói riêng và trong phát triển thương mại, dịch vụ nói chung. Dự báo đến năm 2018, thương mại điện tử trên nền tảng di động sẽ chiếm tới gần 50% của thương mại điện tử trên toàn cầu. (Ví dụ tại Zalora Việt Nam, hiện tại lượng truy cập bằng máy tính để bàn chiếm 45-55% đơn hàng, cho doanh thu 55%. Trong khi đó, truy cập từ thiết bị di động đã vọt lên 40% và ứng dụng thông minh là 15% với lượng đơn hàng lần lượt là 20% và 25%, cho doanh thu 15% và 30%. Tại Sendo, lượng truy cập năm 2014 bằng thiết bị di động là 3%, năm 2015 là 60% và 2015 dự kiến tăng lên đến 75%. Lượng đơn hàng từ thiết bị di động mang lại trong năm 2014 là 5%, năm 2015 là 30% và năm 2016 ước

đạt 50%). Các dự báo đều cho thấy nền tảng di động là trung tâm và sẽ dần thay thế laptop và PC.

Tại Việt Nam, theo đo lường của Google, trung bình mỗi ngày, một người sẽ cầm điện thoại lên và xem khoảng 150 lần, tức là hơn 10 lần mỗi giờ. Trong khi đó, có đến 75% người dưới 35 tuổi sử dụng smartphone thay vì máy tính cho mọi mục đích: giải trí, tìm kiếm thông tin, kết nối mạng xã hội, mua sắm... Theo thống kê của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin Việt Nam thì TMDĐT trong năm 2013-2016 phát triển nhanh hơn 300% so với thương mại điện tử.

Dân số của Việt Nam hiện nay là hơn 90 triệu người, trong đó có 39% là sử dụng Internet, số lượng thuê bao di động trên 130 triệu thuê bao (trung bình 1 người Việt có 1,45 thẻ SIM điện thoại); 34% dân số có sử dụng internet qua nền tảng di động. Theo Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam năm 2014 của Bộ Công Thương, ước tính doanh thu thu được từ thương mại điện tử trên nền tảng di động (B2C) đạt 2,97 tỷ USD, tăng 35% so với năm 2013 và chiếm 2,12% tổng mức bán lẻ hàng hóa của cả nước. Bên cạnh hình thức truy cập internet truyền thống qua

máy tính xách tay, người tiêu dùng Việt Nam đang dần chuyển hướng sang sử dụng các thiết bị di động để truy cập internet. Năm 2010, số người truy cập internet qua điện thoại di động chỉ ở mức 27%, sau 4 năm tỷ lệ này đã tăng 38% và đạt mức 65% vào năm 2014. Điều đó cho thấy, dư địa dành cho hoạt động thương mại điện tử nói chung và hoạt động thương mại điện tử trên nền tảng di động của Việt Nam là rất lớn. Đây không phải là hiện tượng cá biệt ở Việt Nam mà nhìn sang nhiều quốc gia trên thế giới, thương mại điện tử đã trở thành một yếu tố rất quan trọng trong phát triển thương mại. Ở một số quốc gia phát triển có ứng dụng cao về công nghệ, doanh thu từ thương mại điện tử trên nền tảng di động chiếm gần 50% như Hàn Quốc, Nhật Bản.

2. Xu hướng phát triển ứng dụng thương mại di động tại Việt Nam

Thương mại điện tử trên nền tảng di động là hướng phát triển tất yếu trong thương mại điện tử. Hiện nay ở nước ta, lượng người dùng thiết bị di động có kết nối internet vẫn đang tăng lên rất nhanh. Đây cũng chính là cơ hội để các doanh nghiệp về thương mại điện tử khai thác, rất nhiều dịch vụ dành riêng cho nền tảng di động đã ra đời. Có 6 xu hướng thương mại điện tử trên di động tại Việt Nam hiện nay là:

- *Xu hướng thương mại điện tử trên di động cung cấp dịch vụ ngân hàng – thanh toán di động*: Hiện nay, hầu hết ngân hàng của Việt Nam đều đang triển khai ngân hàng điện tử để bắt kịp với xu hướng của thế giới, vì vậy những dịch vụ thương mại điện tử dành riêng cho ngân hàng cũng ra đời. Cùng với đó là những tiện ích trên nền tảng di động được tích hợp để mang lại tối đa sự thuận tiện cho khách hàng. Trong số đó nổi bật nhất là thanh toán và chuyển tiền di động.

- *Dịch vụ nổi dung số trên di động*: Dịch vụ này trước đây đã phổ biến trên điện thoại di động, cho phép người dùng tải về chuông, hình nền, nhạc chờ... từ các nhà cung cấp dịch vụ dưới hình thức miễn phí hoặc trả phí. Nhưng hiện nay đa phần các thiết bị di động đều có thể kết nối internet qua wifi hoặc 3G nên khách hàng có thể tải trực tiếp trên website xuống.

- *Ứng dụng, trò chơi di động*: Xu hướng thương mại điện tử trên di động này chủ yếu nhắm tới đối tượng khách hàng trẻ, những người ưa chuộng các thiết bị di động vào mục đích giải trí là chính. Rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam đều chú trọng phát triển các ứng dụng, trò

chơi đa nền tảng để phục vụ những yêu cầu khác nhau của người dùng.

- **Dịch vụ tương tác trên di động:** Các dịch vụ tương tác chỉ mới xuất hiện ở Việt Nam, chưa thực sự có những thành công lớn nào. Một số dịch vụ được các nhà cung cấp sử dụng như ứng dụng mobile voucher, coupon, thẻ thành viên cho người tiêu dùng... Ngoài ra, một số nhà sản xuất thiết bị di động cũng tham gia vào xu hướng thương mại điện tử này như Samsung, Microsoft khi tung ứng dụng mã giảm giá trên các dòng điện thoại của họ tại Việt Nam.

- **Dịch vụ giám sát, điều khiển từ xa trên di động bao gồm:** Giám sát các phương tiện vận tải, tài sản cá nhân, giám sát hoạt động của cá nhân, quản lý các hoạt động của gia đình...

5. Một số giải pháp

Nước ta có tiềm năng thị trường lớn cho sự phát triển của thương mại di động. Để thương mại di động phát triển một cách mạnh mẽ và bền vững, góp phần vào sự phát triển chung của thương mại điện tử tại Việt Nam, cần quan tâm đến một số vấn đề như sau:

- **Đào tạo nguồn nhân lực cho thương mại di động:** Thương mại điện tử nói chung, thương mại di động nói riêng đòi hỏi phải có mối quan hệ chặt chẽ giữa người sản xuất, người phân phối, người tiêu thụ, các nhà công nghệ và cơ quan chính phủ. Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử nói chung và thương mại di động nói riêng bao gồm hai bộ phận chính là nguồn nhân lực về công nghệ thông tin và nguồn nhân lực quản trị kinh doanh.

Nguồn nhân lực công nghệ thông tin truyền thông có nhiệm vụ đảm bảo cơ sở hạ tầng công nghệ, các phương tiện kỹ thuật cho thương mại di động, đồng thời đảm bảo duy trì, vận hành, phối hợp với nguồn nhân lực quản trị kinh doanh nhằm hoàn thiện, nâng cấp các hệ thống thương mại di động. Yêu cầu chủ yếu đối với nguồn nhân lực này là các kiến thức và kỹ năng kỹ thuật.

Nguồn nhân lực quản trị kinh doanh sử dụng các phương tiện kỹ thuật do nguồn nhân lực công nghệ thông tin tạo nên để tiến hành các hoạt động kinh doanh, hoạt động thương mại. Yêu cầu chủ yếu đối với bộ phận nguồn nhân lực này là các kiến thức và kỹ năng tổ chức và quản lý kinh doanh quốc tế.

Nguồn nhân lực phục vụ cho thương mại di động phải đáp ứng yêu cầu cao về chuyên môn như hiểu các thao tác kỹ thuật, những quy định và nguyên tắc thực hiện kinh doanh trực tuyến; nắm vững các vấn đề liên quan tới thương mại, công nghệ thông tin và truyền thông để có thể vận dụng thành thạo những ứng dụng công nghệ thông tin khi tiến hành các giao dịch, đồng thời phải thường xuyên cập nhập những công nghệ mới, nắm bắt



những cơ hội kinh doanh mới. Nhân lực cho thương mại di động cần có kiến thức rộng trong nhiều lĩnh vực như kinh tế, công nghệ thông tin, quản trị và ngoại ngữ, nên đòi hỏi thời gian đào tạo dài, các lớp ngắn hạn và dạy nghề chỉ giải quyết tạm thời trong thời gian còn thiếu nhân lực. Chính vì vậy đào tạo chính quy dài hạn tại các trường đại học là yếu tố quan trọng nhất để có nguồn nhân lực giỏi kỹ năng, kiến thức tay nghề trong lĩnh vực này. Các cơ sở đại học, đặc biệt là các trường đại học, cao đẳng cần dành quan tâm thích hợp cho ngành đào tạo thương mại điện tử nói chung, thương mại di động nói riêng, xác định rõ định hướng chuyên ngành, thiết kế chương trình đào tạo, xây dựng đội ngũ giáo viên, tăng cường mối liên kết với doanh nghiệp trong đào tạo.

Xây dựng kết cấu hạ tầng cho thương mại di động. Thương mại di động liên quan đến công nghệ thông tin, công nghệ viễn thông, mạng internet; công nghệ điện tử, điện lực cùng với hệ thống đào tạo, tiêu chuẩn công nghệ, nên kết cấu hạ tầng cho thương mại di động gắn với kết cấu hạ tầng cho các lĩnh vực nói trên. Cần xây dựng kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin, công

nghệ viễn thông và mạng internet, tính năng của các điện thoại di động vì đây là điều kiện tiên quyết bảo đảm các dịch vụ của thương mại di động.

- **Đảm bảo an toàn cho các giao dịch thương mại có ứng dụng thương mại di động:** Thương mại điện tử nói chung và ứng dụng thương mại di động có nhiều tác động tích cực nhưng cũng có mặt trái là dễ bị các tin tặc phát tán các virus, tấn công vào các website; phát tán các thư điện tử, tin nhắn rác; đánh cắp tiền từ các thẻ ATM... Mặt khác, qua internet cũng xuất hiện những giao dịch xấu như: mua bán dâm, ma túy, buôn lậu, bán hàng giả, hường dẫn làm bom thư, làm chất nổ phá hoại, tuyên truyền kích động bạo lực... Do vậy, các cơ quan quản lý nhà nước, bộ, ban ngành cần phối hợp chặt chẽ để đảm bảo cho các hoạt động thương mại di động được an toàn.

- **Xây dựng khung pháp lý cần thiết:** Cần ban hành quy định cụ thể về quản lý thương mại điện tử trên nền tảng di động cũng như chế tài tương ứng với hành vi vi phạm. Hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật đáp ứng yêu cầu thực tiễn cho hoạt động kinh doanh thương mại điện tử nói chung và thương mại di động nói riêng, đảm bảo đầy đủ các quy định để điều chỉnh các hoạt động thương mại di động, phù hợp với các điều ước quốc tế về giao dịch thương mại điện tử. Quy định việc đăng ký hoạt động dựa trên các điều kiện; đáp ứng các điều kiện của dịch vụ khác mà pháp luật có quy định; đáp ứng các điều kiện thương mại di động nhằm đảm bảo khả năng cung cấp dịch vụ và quyền lợi người tham gia; đối với nhà đầu tư nước ngoài thì phải phù hợp với các cam kết quốc tế của Việt Nam. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2014), *Báo cáo Thương mại điện tử trên nền tảng di động Việt Nam - 2014*, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin.

2. Bộ Công Thương (2015), *Hội thảo Phát triển thương mại điện tử trên nền tảng di động*.

Mobile Commerce: *opportunities and challenges*, (2008) http://www.gs1.org/docs/mobile/GS1_Mobile_Com_Whitepaper.pdf.

4. Fuad Husein, Andreas Gausrab, Elie Bensaci (2008) *Mobile commerce: A Business Model for Success*, <http://88.198.249.35/d/Mobile-Commerce-CATAAlliance.pdf>.