

LỜI NÓI ĐẦU

Năm 2021 thương mại điện tử Việt Nam sẽ tiếp tục phát triển nhanh và vững chắc. Nhận định này của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) có được từ xu hướng phát triển của lĩnh vực này trong giai đoạn năm năm 2016 – 2020 cũng như kết quả khảo sát hàng nghìn doanh nghiệp trên cả nước.

Trong giai đoạn bùng phát đầu tiên của đại dịch Covid-19, tháng 5 năm 2020 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 645/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025. Quyết định này nêu quan điểm doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử và đề ra mục tiêu thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương. Theo mục tiêu này, tới năm 2025 các địa phương ngoài Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch thương mại điện tử B2C của toàn quốc.

Liên tục từ Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2016 tới nay, VECOM luôn nhấn mạnh tới sự chênh lệch rất lớn trong lĩnh vực thương mại điện tử giữa hai thành phố này với các địa phương khác. Trong suốt giai đoạn trên, Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh liên tục chiếm trên 70% quy mô thương mại điện tử của cả nước. Năm 2019 VECOM đã đề xuất và triển khai Chiến lược phát triển thương mại điện tử nhanh và bền vững với mong muốn hỗ trợ các địa phương thu hẹp khoảng cách phát triển, đồng thời tạo thị trường lớn hơn cho các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến.

Sự phát triển của thương mại điện tử giai đoạn mới cùng sự tiến bộ nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông đòi hỏi phải rà soát phương pháp tính chỉ số thương mại điện tử. Phương pháp cũ được sử dụng từ năm 2012 và đã được sửa đổi, bổ sung một số lần. Phương pháp này cơ bản dựa trên khảo sát doanh nghiệp và tính toán bốn chỉ tiêu chính, bao gồm hạ tầng và nguồn nhân lực, giao dịch doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C), giao dịch doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và giao dịch giữa chính phủ với doanh nghiệp (G2B).

Từ năm 2021 VECOM điều chỉnh phương pháp tính để phản ánh tốt hơn tình hình và xu hướng phát triển thương mại điện tử cũng như khoảng cách giữa các địa phương. Theo phương pháp mới, chỉ tiêu G2B sẽ không được xem xét khi tính chỉ số do phần lớn các địa phương đã triển khai tốt dịch vụ công trực tuyến, đồng thời nhiều dịch vụ công trực tuyến quan trọng hỗ trợ doanh nghiệp không phải do địa phương mà do các bộ ngành triển khai. Việc đánh giá tiêu chí hạ tầng và nguồn nhân lực cũng có sự thay đổi lớn do sự phổ cập của máy tính cá nhân,

thiết bị di động và việc tiếp cận Internet tương đối dễ dàng với chi phí hợp lý. Ngoài ra, việc sử dụng thư điện tử, mạng xã hội đã trở nên thông dụng với các doanh nghiệp và người tiêu dùng. Trong khi đó, nhiều chỉ tiêu định lượng khác được chú ý hơn khi tính toán chỉ số, bao gồm tên miền Internet quốc gia .VN, các loại thẻ thanh toán và đơn vị chấp nhận thẻ, ví điện tử, dịch vụ chuyển phát cho bán lẻ trực tuyến, sự tham gia của các doanh nghiệp với các sàn thương mại điện tử, mức độ triển khai các giải pháp kinh doanh trực tuyến, v.v...

Phương pháp tính chỉ số thương mại điện tử mới không những khách quan, tin cậy hơn mà còn là nguồn thông tin hữu ích hơn cho mọi đối tượng quan tâm tới kinh doanh trực tuyến, bao gồm các doanh nghiệp, đơn vị nghiên cứu, tư vấn và đào tạo, các cơ quan xây dựng chính sách và pháp luật, các tổ chức quốc tế. Đặc biệt, các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương như Sở Công Thương, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư... có thể đề xuất các hoạt động cụ thể thuộc phạm vi quản lý của mình để thúc đẩy từng chỉ tiêu thành phần trong chỉ số chung, qua đó góp phần phát triển thương mại điện tử tại địa phương.

Hoạt động của Sở Công Thương và các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương cần hướng tới các mục tiêu cụ thể mang tính định lượng, vừa thúc đẩy thương mại điện tử vừa nâng cao chỉ số. Chẳng hạn, mục tiêu không phải là mỗi năm địa phương tổ chức được bao nhiêu lớp đào tạo, tập huấn mà là số lượng website thương mại điện tử đã tăng lên bao nhiêu.

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam xin trân trọng cảm ơn tất cả các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân đã giúp đỡ xây dựng Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử này. Nhiều Sở Công Thương, bao gồm Sở Công Thương An Giang, Bạc Liêu, Bắc Ninh, Bến Tre, Cà Mau, Cần Thơ, Đà Nẵng, Đồng Nai, Gia Lai, Hà Nội, Hà Tĩnh, Hải Phòng, Hoà Bình, Lâm Đồng, Lào Cai, Long An, Nghệ An, Phú Thọ, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Thái Bình, Thanh Hoá, Tp. Hồ Chí Minh, Yên Bái đã nhiệt tình hỗ trợ khảo sát tình hình triển khai thương mại điện tử của các doanh nghiệp tại địa phương.

Các doanh nghiệp hội viên và đối tác tiếp tục ủng hộ mạnh mẽ hoạt động xây dựng Báo cáo này. Hiệp hội xin cảm ơn sự giúp đỡ quý báu của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post), Công ty Cổ phần Chuyển phát nhanh Bưu điện (EMS), Công ty Cổ phần Công nghệ SAPO, Công ty TNHH MTV chuyển phát nhanh Thuận Phong (J&T Express), Công ty Cổ phần NAVEE, Visa Inc., Công ty Cổ phần Haravan, Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID), Công ty Cổ phần TM&CPN Nội Bài (NETCO).

Việc tính toán chỉ số theo phương pháp mới cũng đòi hỏi sự hỗ trợ khách quan của nhiều doanh nghiệp và đơn vị khác. VECOM xin gửi lời cảm ơn tới Tổng công ty Bưu chính Viettel

(Viettel Post), Công ty cổ phần Giao hàng Tiết kiệm, Công ty Cổ phần Giao hàng nhanh, Công ty Cổ phần Thanh toán quốc gia (NAPAS), Công ty cổ phần Dịch vụ Di động Trực tuyến (MOMO), Công ty Cổ phần Công nghệ IMGGroup, Công ty SmartOSC... Trường Đại học Thương mại, Trường Đại học Ngoại thương, Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) và nhiều đơn vị khác đã nhiệt tình hỗ trợ và cung cấp thông tin giá trị.

Chỉ số Thương mại điện tử 2021 không thể hoàn thành nếu thiếu sự chỉ đạo và hỗ trợ quý báu về chuyên môn của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số và Vụ Thị trường trong nước thuộc Bộ Công Thương. Đồng thời, hàng nghìn doanh nghiệp trên cả nước đã nhiệt tình cung cấp thông tin theo mẫu phiếu khảo sát.

Tôi xin trân trọng giới thiệu Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2021 và hoan nghênh mọi góp ý để có thể thực hiện tốt hơn nhiệm vụ này trong các năm tiếp theo.

Chủ tịch

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam



Nguyễn Thanh Hưng