

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI PHÚ YÊN

Nguyễn Thị Phúc Hậu

Học viện Ngân hàng – Phân viện Phú Yên

Email: hauntp@hvn.edu.vn

Ngày nhận bài: 16/09/2024; Ngày nhận đăng: 15/10/2024

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam có những bước phát triển và đang trở thành xu hướng kinh doanh ngày càng phổ biến. Lĩnh vực này hiện đang dẫn đầu trong nền kinh tế số, thúc đẩy sự phát triển kinh tế và hướng dẫn quá trình chuyển đổi số doanh nghiệp (DN). Bài viết phân tích thực trạng phát triển TMĐT tại Phú Yên trong thời gian qua, những khó khăn và vướng mắc trong quá trình phát triển TMĐT, từ đó đề xuất giải pháp phát triển TMĐT tại Phú Yên trong thời gian đến.

Từ khóa: Phát triển, thương mại điện tử, Phú Yên

Current situations and solutions for e-commerce development in Phu Yen

Nguyen Thi Phuc Hau

Banking Academy Phu Yen Campus

Received: September 16, 2024; Accepted: October 15, 2024

Abstract

In recent years, e-commerce in Vietnam has made significant strides and is becoming an increasingly popular business trend. This sector is currently leading the digital economy, driving economic growth, and guiding the digital transformation of businesses. This article analyzes the current state of e-commerce development in Phu Yen over the past period, the difficulties, and obstacles in the development process, and proposes solutions for the future development of e-commerce in Phu Yen

Keywords: Development, E-commerce, Phu Yen

1. Đặt vấn đề

Dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc áp dụng và khai thác tiềm năng của TMĐT đã trở thành yếu tố then chốt trong sự phát triển của nền kinh tế số toàn cầu. Trong bối cảnh kinh doanh ngày càng cạnh tranh phức tạp, việc thúc đẩy ứng dụng TMĐT không chỉ là một xu hướng mà còn là một yếu tố không thể thiếu để phát triển kinh tế hiện đại. TMĐT không chỉ đơn thuần là việc mua bán hàng hóa và dịch vụ qua internet mà còn là một hệ thống toàn diện, kết nối các DN, người tiêu dùng và cơ quan chính phủ, tạo nên một hệ sinh thái kinh doanh mới và mở ra nhiều cơ hội cho phát triển kinh tế.

Tại Việt Nam, TMĐT phát triển nhanh trong những năm gần đây, đặc biệt sau đại dịch Covid-19, với những lợi ích mang lại, TMĐT đang trở thành một trong những lựa chọn

hàng đầu của DN trong duy trì và phát triển các hoạt động kinh doanh. Theo số liệu thống kê từ Cục Thương mại điện tử và kinh tế số, nếu như năm 2018, tỉ trọng doanh thu của TMĐT trên tổng mức bán lẻ hàng hóa cả nước đạt 4,2% thì đến năm 2023 con số này lên đến 25% và doanh thu TMĐT bán lẻ (B2C) đạt 20,5 tỷ USD, chiếm khoảng 8% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước. Hiện nay, TMĐT đã trở thành một hình thức kinh doanh phổ biến cho các DN, đồng thời lan tỏa mạnh mẽ trong cộng đồng người tiêu dùng, nhất là giới trẻ.

Trong bối cảnh đó, Phú Yên, một tỉnh thuộc khu vực miền Trung Việt Nam cũng đang áp dụng TMĐT vào hoạt động sản xuất kinh doanh, góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy mô hình kinh tế số đang ngày càng phát triển tại địa phương. Việc thúc đẩy ứng dụng TMĐT tại Phú Yên không chỉ góp phần thuận lợi cho người tiêu dùng mà còn mở ra không gian phát triển rộng lớn cho các DN, góp phần vào việc thúc đẩy sự đa dạng hóa kinh tế và tạo nền tảng cho một môi trường kinh doanh cạnh tranh và bền vững.

2. Khái quát về thương mại điện tử

Có nhiều khái niệm về TMĐT, theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO): "Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên môi trường mạng Internet, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin được số hoá thông qua mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình". Bên cạnh đó, Ủy ban TMĐT của Tổ chức hợp tác kinh tế châu Á-Thái Bình Dương (APEC) định nghĩa: "Thương mại điện tử là công việc kinh doanh được tiến hành thông qua truyền thông số liệu và công nghệ tin học kỹ thuật số".

Theo quy định tại khoản 1, Điều 3, Nghị định 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về TMĐT, giải thích TMĐT: "Hoạt động TMĐT là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác".

TMĐT có nhiều khái niệm khác nhau, nhưng nhìn chung, đó là việc thực hiện một phần hoặc toàn bộ hoạt động thương mại của DN thông qua các phương tiện điện tử. Về cơ bản, TMĐT vẫn giữ các đặc điểm của hoạt động thương mại truyền thống. Tuy nhiên, nhờ vào các phương tiện điện tử như máy tính, điện thoại thông minh,... thì các hoạt động thương mại được thực hiện một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn, vượt qua khoảng cách địa lý, không gian, giúp mở rộng phạm vi kinh doanh và tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp.

Hiện nay có các mô hình kinh doanh TMĐT phổ biến như business to business (B2B), business to customer (B2C), customer to business (C2B), customer to customer (C2C), trong đó mô hình kinh doanh B2C là mô hình kinh doanh phổ biến nhất và đang chiếm phần lớn thị phần trên thị trường TMĐT. Tác giả trình bày trong phạm vi bài viết này là mô hình kinh doanh TMĐT B2C. Mô hình B2C là hình thức mà DN sẽ bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng thông qua các website TMĐT như Shopee, Lazada, Sendo, Tiki, Amazon, Tiktok shop và các nền tảng internet khác.

DN sẽ nhận được nhiều lợi ích khi tham gia B2C, đặc biệt trong việc chăm sóc khách hàng. Thông qua các trang web hoặc email, khách hàng có thể tiếp cận được các sản phẩm và dịch vụ DN cung cấp, đồng thời DN cũng nhận được những phản hồi từ họ, bằng cách này, DN có thể thu thập thông tin, kết nối và chăm sóc khách hàng một cách hiệu quả nhất. B2C cho phép các DN tiếp cận khách hàng ở bất kỳ nơi đâu, không bị giới hạn bởi

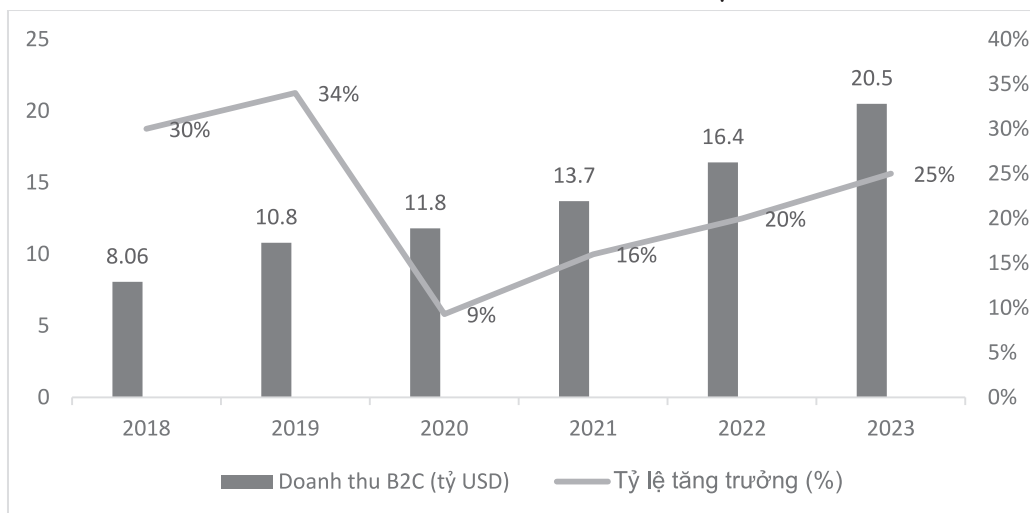
phạm vi địa lý cũng như thời gian. Điều này mang lại cho DN nhiều cơ hội để mở rộng kinh doanh. Mặt khác, khi mở một cửa hàng kinh doanh theo kiểu truyền thống, DN sẽ tốn nhiều chi phí cho việc thuê mặt bằng, chi phí nhân viên, ... tuy nhiên với sự phát triển của TMĐT B2C, DN sẽ giảm bớt được những lo lắng về các chi phí này. Bên cạnh đó, tham gia mô hình B2C giúp cho DN trở nên thuận lợi hơn trong công tác quản trị, các quy trình quản lý thông tin, hồ sơ khách hàng, quy trình giao hàng và các công tác quản lý DN khác được lưu trữ thông minh hơn, cập nhật theo yêu cầu của khách hàng và theo thời gian thực.

3. Thực trạng phát triển thương mại điện tử tại Phú Yên

Phát triển TMĐT tại Việt Nam

TMĐT Việt Nam đang bước vào thời kỳ phát triển mạnh mẽ nhờ vào sự phát triển của internet và khả năng tiếp cận công nghệ thông tin ngày càng dễ dàng. Sự gia tăng của điện thoại thông minh và truy cập internet qua các thiết bị di động đã mở ra nhiều cơ hội cho thị trường TMĐT.

Biểu đồ 1. Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam 2018-2023



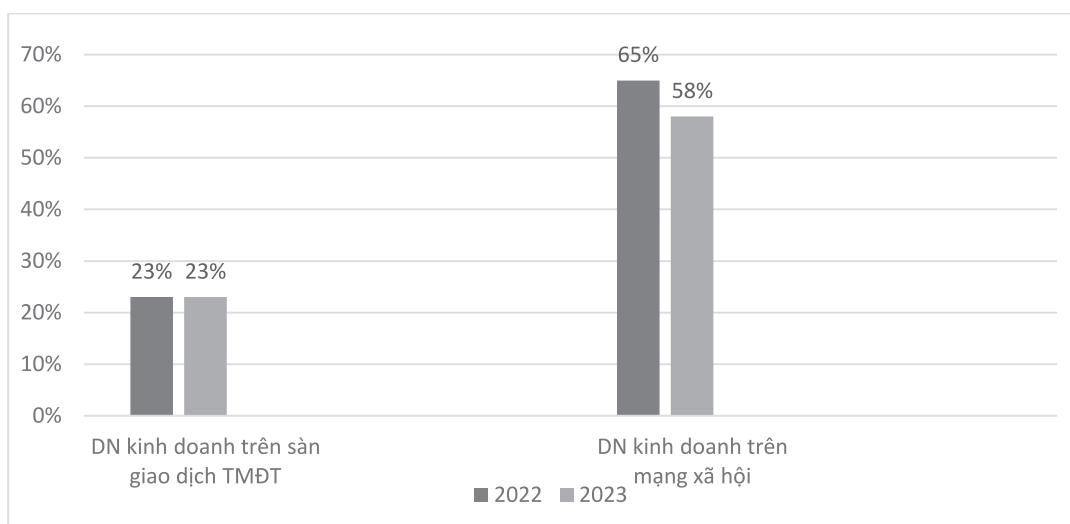
Nguồn: Bộ Công thương: TMĐT Việt Nam năm 2023

Theo báo cáo của Bộ Công thương (năm 2023), quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam liên tục tăng. Nhìn vào biểu đồ 1 cho thấy, nếu như năm 2018, doanh thu TMĐT B2C đạt khoảng 8,1 tỷ USD thì đến năm 2019, đã đạt 10,8 tỷ USD (so với năm 2018, tăng 34%) và đạt 11,8 tỷ USD vào năm 2020 (so với năm 2019, tăng 9,3%). Năm 2022, quy mô thị trường TMĐT bán lẻ đạt 16,4 tỷ USD (so với năm 2021, tăng 20%). Năm 2023 đã chứng kiến sự đột phá vượt bậc trong lĩnh vực TMĐT, quy mô thị trường TMĐT bán lẻ đạt 20,5 tỷ USD (so với năm 2022, tăng 25%). Với tốc tăng trưởng TMĐT 25%, Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia hàng đầu thế giới có tốc độ tăng trưởng TMĐT cao (Nhĩ Anh, 2024).

Theo báo cáo của Bộ Công thương, tỷ trọng doanh thu TMĐT trên tổng mức bán lẻ hàng hóa cả nước năm 2018 đạt 4,2% thì đến năm 2023 con số này lên đến 8%. Số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến tăng nhanh chóng. Năm 2018, cả nước có 39,9 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến thì đến năm 2023 là 61 triệu người. Giá trị mua sắm trực tuyến bình quân đầu người ước tính năm 2018 là 202 USD thì đến năm 2023 là 336 USD. Điều này cho thấy TMĐT ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với DN cũng như người tiêu dùng.

Theo khảo sát của Bộ Công thương về tình hình DN ứng dụng TMĐT cho thấy, năm 2022 có 23% DN bán sản phẩm trên các sàn TMĐT, 65% DN kinh doanh trên các trang mạng xã hội (biểu đồ 2). Năm 2023 con số này không biến động nhiều. Trong đó Shopee, Lazada và Tiktokshop là ba sàn TMĐT lớn nhất, mặc dù Tiktok mới hoạt động từ giữa năm 2022.

Biểu đồ 2. DN tham gia kinh doanh trên sàn giao dịch TMĐT và mạng xã hội



Nguồn: Bộ Công thương: TMĐT Việt Nam năm 2023

Qua phân tích cho thấy các DN từ lớn đến nhỏ đều đang chuyển hướng mở rộng kinh doanh của mình vào không gian trực tuyến mục đích xây dựng uy tín, quảng bá, nâng tầm thương hiệu, tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả. Người tiêu dùng cũng đang chuyển từ việc mua sắm truyền thống sang mua sắm trực tuyến với mong muốn tìm kiếm sự thuận tiện và đa dạng sản phẩm.

Tại Phú Yên

Ngày 30/09/2020, Ủy ban Nhân dân tỉnh Phú Yên đã phê duyệt Kế hoạch số 181/KH-UBND về Kế hoạch Phát triển TMĐT giai đoạn 2021 – 2025, Kế hoạch này đã đưa ra những mục tiêu và giải pháp cụ thể làm cơ sở cho thị trường TMĐT của tỉnh phát triển trong giai đoạn 5 năm tới.

Triển khai thực hiện Kế hoạch phát triển TMĐT của tỉnh, thời gian qua Sở Công thương đã hỗ trợ 9 DN áp dụng marketing tự động và xây dựng thương hiệu trực tuyến; hỗ trợ 7 DN xây dựng website để tiếp thị, quảng bá trực tuyến; giúp 11 DN, cửa hàng bán lẻ xây dựng phần mềm bán hàng; Hỗ trợ nhiều DN giới thiệu, quảng bá sản phẩm, tham gia hệ thống bán hàng trực tuyến đa kênh.

Tỉnh Phú Yên đã xây dựng Sàn TMĐT (Sở Công thương tỉnh Phú Yên là đơn vị chủ quản), tên web: <http://phuyentrade.gov.vn>, hoạt động hướng tới mục tiêu: kết nối DN, là kênh tiếp thị, quảng bá, bán hàng cho DN, đồng thời khẳng định vai trò cũng như sự mong muốn của chính quyền tỉnh trong việc đồng hành cùng sự phát triển của DN địa phương. Sàn giao dịch TMĐT của tỉnh từ khi xây dựng đến nay đã có hơn 100 DN và 300 sản phẩm được giới thiệu lên sàn, trong đó có hơn 90 sản phẩm OCOP, 67 sản phẩm công nghiệp nông thôn, tiêu biểu như bánh tráng, nước mắm, cà phê, gạo, thủy sản chế biến, ... (Võ Phê,

		hạng		hạng		hạng		hạng		hạng
2021	76,3	1	60,9	2	3,87	24	3,07	38	2,58	46
2022	83,3	1	82,4	2	19	25	20,5	24	14	42
2023	80,4	2	85,3	1	11,4	36	11,6	33	9,8	47

Nguồn: Báo cáo Chỉ số TMĐT VN qua các năm từ 2021-2023

VECOM cũng đưa ra xếp hạng về Chỉ số TMĐT qua các năm. Qua số liệu tổng hợp (bảng 2) cho thấy xếp hạng Chỉ số TMĐT của Phú Yên qua các năm khá là thấp. Cụ thể, năm 2021 là 5 điểm, thấp hơn điểm trung bình chung của cả nước 3,5 điểm, đứng thứ 45/56 tỉnh thành tham gia khảo sát; năm 2022 là 14 điểm, thấp hơn điểm trung bình chung của cả nước là 6,4 điểm, đứng thứ 38/56 tỉnh thành tham gia khảo sát; đến năm 2023 là 12,7 điểm, thấp hơn điểm trung bình chung của cả nước là 6,54, đứng thứ 46/58 tỉnh thành tham gia khảo sát. So với Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh hoặc các tỉnh lân cận như Khánh Hòa, Bình Định thì Phú Yên có khoảng cách quá xa.

Như vậy so với các địa phương trên cả nước thì TMĐT tại Phú Yên cũng chưa thật sự phát triển.

Bảng 2. Xếp hạng Chỉ số TMĐT một số tỉnh qua các năm

	Điểm trung bình chung cả nước	Hồ Chí Minh		Hà Nội		Khánh Hòa		Bình Định		Phú Yên	
		Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng
2021	8,5	55,66	2	67,63	1	9,71	8	6,33	24	5	45
2022	20,4	90,6	1	85,9	2	23	13	19,1	21	14	38
2023	19,24	89,2	1	85,7	2	23,3	8	16,6	28	12,7	46

Nguồn: Báo cáo Chỉ số TMĐT VN qua các năm từ 2021-2023.

Việc phát triển TMĐT tại Phú Yên gặp một số khó khăn:

- Nhiều DN có chất lượng sản phẩm tốt nhưng hiện vẫn chưa biết hoặc chưa sẵn sàng ứng dụng TMĐT nói riêng cũng như ứng dụng công nghệ nói chung để triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại trên các nền tảng số hóa khác nhau. Đây là điểm yếu của hầu hết các DN Việt Nam nói chung và Phú Yên nói riêng.

- Cơ sở hạ tầng công nghệ còn yếu; việc đảm bảo an toàn, an ninh mạng chưa cao; hệ thống giao thông kho hàng, bến bãi (logistics) là những thách thức với DN khi tham gia hoạt động TMĐT.

- Để xây dựng và vận hành sàn TMĐT của tỉnh chủ yếu lấy nguồn vốn ngân sách nhà nước, do vậy công nghệ lạc hậu, sản phẩm trên sàn nghèo nàn, thông tin sản phẩm ít được cập nhật, số giao dịch thấp, thiếu các dịch vụ hỗ trợ như hoàn tất đơn hàng, thanh toán, tiếp thị, ...

- Tình trạng gian lận thương mại, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn khá phổ biến. Trong lĩnh vực TMĐT với đặc tính ẩn danh, tính không biên giới cao nên tình trạng buôn lậu, gian lận ngày càng nhiều. Thông qua các kênh Facebook, Tiktok, Zalo, ... một số cá nhân, tổ chức thực hiện quảng cáo, đăng tải thông tin sai lệch, bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng

cho người mua ... Có trường hợp các đối tượng bán hàng sử dụng ảnh thật, giá bán thật của hàng chính hãng để chào bán cho khách hàng, nhưng khi giao hàng cho khách là hàng kém chất lượng. Các đối tượng vi phạm ngày càng tinh vi, gây khó khăn cho lực lượng chức năng trong quản lý, kiểm soát hoạt động TMĐT. Từ năm 2020 đến năm 2023, Ban chỉ đạo 389 của tỉnh Phú Yên đã phối hợp với các đơn vị chức năng đã kiểm tra phát hiện 57 vụ việc vi phạm quy định hoạt động TMĐT và đã xử phạt vi phạm hành chính hơn 3,3 tỷ đồng (Khang Anh, 2023)

4. Giải pháp phát triển thương mại điện tử tại Phú Yên trong thời gian đến

Ngày nay, thị trường TMĐT đã trở thành phương thức kinh doanh phổ biến và ngày càng được mở rộng. Để phát triển TMĐT tại Phú Yên, trong thời gian tới cần thực hiện các giải pháp sau:

Về phía Nhà nước:

- Thực hiện các cơ chế và chính sách để đáp ứng nhu cầu phát triển TMĐT: Áp dụng các chính sách và pháp luật theo hướng tạo điều kiện thuận lợi, khuyến khích và hỗ trợ các hoạt động ứng dụng TMĐT cũng như các mô hình kinh doanh mới dựa trên nền tảng số.

- Thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn kiến thức TMĐT cho đội ngũ thực thi pháp luật về TMĐT, trang bị những thiết bị hiện đại nhằm hỗ trợ cho đội ngũ này theo dõi, giám sát, xử lý các trường hợp vi phạm hoạt động TMĐT.

- Đào tạo kỹ năng ứng dụng TMĐT cho DN cũng như người dân trên địa bàn tỉnh nhằm tăng cường khả năng khai thác các ứng dụng TMĐT và nhận biết, ứng phó với những hành vi tiêu cực trong TMĐT.

- Tiếp tục hỗ trợ DN ứng dụng TMĐT, tham gia các sàn TMĐT, website có chức năng TMĐT, kết nối, liên kết với các sàn giao dịch kết nối cung – cầu theo ngành/lĩnh vực.

- Hỗ trợ các DN áp dụng các giải pháp công nghệ số như mã vạch, mã QR code và công nghệ blockchain để truy xuất nguồn gốc sản phẩm, xây dựng thương hiệu trực tuyến và quảng cáo sản phẩm trên môi trường điện tử. Đồng thời, hỗ trợ sử dụng hệ thống tra cứu, truy xuất và kiểm soát lưu thông hàng hóa dựa trên các giải pháp chứng từ điện tử trong thương mại, bao gồm tem điện tử, hóa đơn điện tử, chứng từ xuất kho điện tử, ...

- Nâng cấp cơ sở hạ tầng cho dịch vụ chuyển phát nhanh và logistics trong TMĐT, đồng thời áp dụng các công nghệ mới vào hoạt động logistics.

- Tăng cường ứng dụng các công nghệ số nhằm cải tiến mô hình hoạt động kinh doanh của DN. Hỗ trợ chuyển đổi số cho các DN nhỏ và vừa.

Về phía DN: Các DN tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh trong tỉnh cần nhận thức rõ về lợi ích của TMĐT, có tư duy đúng đắn và xác định mục tiêu cụ thể để đầu tư vào các mô hình và có giải pháp TMĐT phù hợp. DN cần xây dựng đội ngũ nhân lực có chất lượng và hạ tầng công nghệ thông tin để quản lý hoạt động và quản trị mạng, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và thông tin sản phẩm được cung cấp đến khách hàng đảm bảo tính trung thực. Đồng thời, cần đẩy mạnh quảng cáo và tiếp thị sản phẩm nhằm tiếp cận khách hàng một cách tốt nhất để tăng doanh số bán hàng.

Về phía người tiêu dùng: Khi mua sắm hàng hóa trên các website, Facebook, Zalo, ... cần kiểm tra kỹ thông tin sản phẩm, chọn những trang uy tín, những trang có nhiều đánh giá tốt về sản phẩm của khách hàng, mạnh dạn khiếu nại, phản ánh khi thấy quyền lợi bị xâm phạm hay có dấu hiệu hành vi gian lận thương mại □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo cáo xếp hạng TMĐT Việt Nam qua các năm*, truy cập từ <https://vecom.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam/>
- Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2023*, truy cập từ <https://valoma.vn/uncategorized/bao-cao-thuong-mai-dien-tu-viet-nam>.
- Bình Minh (2022), *Đưa sản phẩm OCOP lên sàn thương mại điện tử: 25 địa phương “về đích” sớm*, truy cập từ <https://mic.gov.vn/dua-san-pham-ocop-len-san-thuong-mai-dien-tu-25-dia-phuong-ve-dich-som-197155652.htm>
- Nhĩ Anh (2024), *Việt Nam nằm trong nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT nhanh nhất thế giới*, truy cập từ <https://vneconomy.vn/viet-nam-nam-trong-nhom-10-nuoc-co-toc-do-tang-truong-thuong-mai-dien-tu-nhanh-nhat-the-gioi.htm>
- Khang Anh (2023), *Kiểm soát buôn lậu, hàng giả và gian lận TMĐT*, truy cập từ <https://tptuyhoa.phuyen.gov.vn/cac-tin-khac/kiem-soat-buon-lau-hang-gia-va-gian-lan-thuong-mai-dien-tu-768523>
- Võ Phê (2023), *Thúc đẩy thương mại điện tử tiếp tục phát triển*, truy cập từ <https://tptuyhoa.phuyen.gov.vn/cac-tin-khac/thuc-day-thuong-mai-dien-tu-tiep-tuc-phat-trien-760296>
- UBND tỉnh Phú Yên (2020), *Kế hoạch phát triển thương mại điện tử Phú Yên giai đoạn 2021 – 2025*, truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Ke-hoach-181-KH-UBND-2020-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-tinh-Phu-Yen-giai-doan-2021-2025-457964.aspx>