

BÁO CÁO CHỈ SỐ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM 2021

Tăng trưởng vững chắc

Tổng quan

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) khảo sát hàng nghìn doanh nghiệp, tổng hợp các nguồn thông tin và đánh giá năm 2020 thương mại điện tử nước ta tăng trưởng khoảng 15%, đạt quy mô khoảng 13,2 tỷ USD và sẽ tiếp tục tăng trưởng vững chắc trong năm 2021 cũng như cả giai đoạn tiếp theo tới năm 2025.

Vượt qua khủng hoảng

Theo *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2020*, tốc độ tăng trưởng trung bình của thương mại điện tử giai đoạn 2016 – 2019 khoảng 30%. Do đó, quy mô thương mại điện tử bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng tăng từ 4 tỷ USD năm 2015 lên khoảng 11,5 tỷ USD năm 2019. Báo cáo dự đoán tốc độ tăng trưởng của năm 2020 tiếp tục duy trì ở mức trên 30% và đạt quy mô 15 tỷ USD.

Đại dịch Covid-19 đã tác động to lớn và toàn diện tới kinh tế - xã hội của đất nước trong đó có thương mại điện tử. Vượt qua khó khăn nghiêm trọng bởi đại dịch này thương mại điện tử vẫn đứng vững, thậm chí có sự bứt phá trong một số lĩnh vực. Tháng 5 năm 2020 ngay sau giai đoạn một của đại dịch lắng xuống, VECOM đã tiến hành khảo sát nhanh tác động của đại dịch và công bố báo cáo “*Thương mại điện tử tăng tốc sau Covid-19*”.ⁱ Báo cáo nhận định dịch Covid-19 nhanh chóng làm thay đổi thói quen tiêu dùng và mua sắm. Người tiêu dùng tiến hành mua sắm trực tuyến nhiều hơn. Trong giai đoạn cách ly cao điểm từ tháng Hai đến tháng Tư năm 2020, kênh mua sắm này trở thành kênh duy nhất để tiếp cận một số hàng hoá và dịch vụ. Điểm nổi bật là trong khủng hoảng doanh nghiệp trở nên năng động hơn trong việc ứng dụng công nghệ thông tin. Các doanh nghiệp nhanh chóng thay đổi bộ máy tổ chức và hoạt động kinh doanh của mình. Nhiều doanh nghiệp đã đẩy mạnh chuyển đổi số, đào tạo nguồn nhân lực, khai thác tốt các nền tảng trực tuyến trong điều hành nội bộ và kết nối với khách hàng.

Giai đoạn dịch Covid-19 lần thứ ba bùng phát khắp cả nước vào cuối tháng Một năm 2021 cận kề với ngày lễ lớn nhất năm là Tết Nguyên Đán Tân Sửu. Giãn cách xã hội trở nên cấp thiết. Trong bối cảnh khó khăn đó các doanh nghiệp một lần nữa thể hiện

sự năng động và tích cực triển khai kinh doanh trực tuyến. Chẳng hạn, nhiều nhà vườn đã nhảy bén cung cấp dịch vụ cho thuê hoa đào, quất, mai vàng trực tuyến. Sự thay đổi của hoạt động kinh doanh cụ thể này có thể phản ánh sự chuyển đổi chung của các doanh nghiệp thuộc mọi lĩnh vực kinh doanh.

Tăng trưởng vững chắc

Kết quả khảo sát nhanh của VECOM vào tháng Năm năm 2020 tiếp tục được củng cố cho cả năm 2020 và đầu năm 2021. Một mặt, các doanh nghiệp đã năng động, thích nghi và quan tâm hơn tới kinh doanh trực tuyến. Mặt khác, cộng đồng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến tăng nhanh. Kết hợp cả hai yếu tố này dẫn tới nhiều lĩnh vực kinh doanh trực tuyến duy trì được sự ổn định và tăng trưởng tốt, bao gồm bán lẻ hàng hoá trực tuyến, gọi xe và đồ ăn, giải trí trực tuyến, tiếp thị trực tuyến, thanh toán trực tuyến, đào tạo trực tuyến. Ước tính chung năm 2020 thương mại điện tử nước ta tăng trưởng khoảng 15% và đạt quy mô khoảng 13,2 tỷ USD.

Thông thoáng về chính sách

Trong giai đoạn đại dịch Covid-19, cộng đồng kinh doanh trực tuyến vẫn có thể nhận thấy một số chính sách mới đã được ban hành theo hướng tạo môi trường vĩ mô thuận lợi hơn nữa cho thương mại điện tử. Trước tiên là Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 15/5/2020 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025. Quyết định này đưa ra quan điểm doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử, việc hỗ trợ, tạo động lực phát triển cho thương mại điện tử được thực hiện theo mô hình: lựa chọn và hỗ trợ có trọng tâm trọng điểm một số lĩnh vực và địa phương phát triển thương mại điện tử để đóng vai trò đầu tàu, dẫn dắt, tạo sự lan toả trong xã hội. Với quan điểm này, Quyết định đề ra mục tiêu thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển thương mại điện tử. Cụ thể doanh số thương mại điện tử tăng 25%/năm và tới năm 2025 đạt 35 tỷ USD, chiếm 10% so với tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, đồng thời 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.

Tiếp đó, ngày 03/6/2020 Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.ⁱⁱ Quyết định nhấn mạnh thể chế cần phải đi trước một bước khi có thể, phát

triển nền tảng số là giải pháp đột phá để thúc đẩy chuyển đổi số nhanh hơn, giảm chi phí, tăng hiệu quả, mục tiêu tới năm 2025 kinh tế số chiếm 20% GDP.

Bám đuổi trong pháp luật

Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử 2020 đã nhấn mạnh tới các trở ngại cho sự tăng trưởng nhanh và bền vững của thương mại điện tử. Ngoài thu hút đầu tư, lòng tin người tiêu dùng, hoàn tất đơn hàng hay thanh toán trực tuyến, những trở ngại khác bao gồm môi trường pháp luật và sự chênh lệch rất lớn giữa Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh với các địa phương khác.

Thử thách khó vượt qua

Một trong những mục tiêu chính của Chỉ số thương mại điện tử là xem xét, so sánh theo chỉ tiêu định lượng mức độ phát triển thương mại điện tử giữa 63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (gọi tắt là các tỉnh hoặc các địa phương) với nhau trong mỗi năm và sự thay đổi qua các năm. Từ đó giúp các cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là các Sở Công thương, cũng như các doanh nghiệp có thêm thông tin hữu ích trong hoạt động quản lý và kinh doanh của mình.

Chỉ số thương mại điện tử trong những năm qua cho thấy mức độ chênh lệch giữa hai thành phố đầu tàu với các địa phương khác chưa có dấu hiệu thay đổi. Điều này có thể thấy rõ từ những chỉ tiêu định lượng đơn giản, riêng lẻ tới chỉ tiêu tổng hợp.

Không có phép màu

Chìa khoá để đạt được mục tiêu trên nằm ở nguồn nhân lực tại các địa phương. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử 2020 đã nhấn mạnh *khích lệ trên sáu triệu “chiến binh” – các doanh nghiệp và các hộ kinh doanh trên cả nước, đầu tư nhiều hơn vào nguồn nhân lực thương mại điện tử là yếu tố then chốt quyết định sự tăng trưởng nhanh và bền vững của thương mại điện tử Việt Nam*, đồng thời thu hẹp khoảng cách số giữa hai thành phố lớn nhất nước với các địa phương còn lại.

Nguồn: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM).
