

Thương mại điện tử 2021: Cơ hội để doanh nghiệp bứt phá

06:04 01/01/2021

Năm 2021, thương mại điện tử sẽ là cơ hội để doanh nghiệp Việt bứt phá, tạo ra những chiến lược kinh doanh mới, tiếp cận các kênh phân phối hiện đại, uy tín. Điều này, giúp doanh nghiệp vực dậy sau đại dịch, phát triển và mở rộng thị trường.

Gia nhập thị trường mới

Trong thời gian qua, đại dịch Covid-19 xuất hiện với những diễn biến phức tạp, lan rộng toàn cầu.

Đối với nền kinh tế Việt Nam, hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng nên chịu nhiều tác động tiêu cực của dịch bệnh trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội. Các hoạt động sản xuất, cung ứng, thông thương... đều bị đình trệ, gián đoạn; không ít doanh nghiệp đã phải thu hẹp quy mô sản xuất, tạm ngừng kinh doanh, giải thể.

Giai đoạn này, cũng là cơ hội để các doanh nghiệp kiểm chứng lại sức chịu đựng và khả năng thích nghi với tình hình mới; tự đánh giá về thực trạng sản xuất, kinh doanh, điểm mạnh, điểm yếu và lợi thế cạnh tranh, trên cơ sở đó cải tiến mô hình hoạt động theo hướng hiệu quả và bền vững.

Mặc dù đại dịch Covid-19 đã gây thiệt hại nặng nề cho nền kinh tế, song hậu Covid-19 sẽ là thời điểm vàng để các doanh nghiệp Việt chuyển mình, tiếp cận với những phương thức kinh doanh, mở rộng thị trường cho doanh nghiệp Việt.

Không ít doanh nghiệp Việt đã nhanh chóng chuyển hướng đi mới và triển khai những giải pháp nhằm duy trì hoạt động như đẩy mạnh hoạt động trên thị trường thương mại điện tử (TMĐT), cải thiện sản phẩm, chuyển đổi dịch vụ để phù hợp với thị trường, tích cực tìm kiếm thị trường đầu ra.

Một thực tế đó là khi xảy ra đại dịch, hầu hết các quốc gia, trong đó có Việt Nam đã thực hiện giãn cách xã hội. Điều này, đã khiến người tiêu dùng thay đổi

thói quen mua hàng, từ thương mại truyền thống sang mua bán trực tuyến, đồng thời thúc đẩy các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực TMĐT, logistics thực hiện chuyển đổi số nhằm hỗ trợ giao hàng đến tận nhà, cải thiện chất lượng dịch vụ và nắm bắt cơ hội để lĩnh vực TMĐT ngày càng phát triển.

Không chỉ cộng đồng doanh nghiệp Việt, mà các cơ quan quản lý nhà nước cũng đã phối hợp, đưa ra những nghị định, chú trọng tìm ra những giải pháp phòng chống dịch và tháo gỡ khó khăn cho sản xuất, kinh doanh.

Hơn nữa, chính sách hội nhập quốc tế được Bộ Công Thương ký kết, sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, hình thành chuỗi giá trị mới, đặc biệt là những lợi thế từ Hiệp định EVFTA.



Hậu Covid-19 là thời điểm vàng để các doanh nghiệp Việt chuyển mình.

Tăng trưởng trong khó khăn

2020 là một năm bản lề cho việc chuyển mình của các doanh nghiệp Việt khi ứng dụng công nghệ số và TMĐT để phát triển kênh phân phối mới trong giai đoạn 2021 - 2025.

Báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam 2020, kinh doanh trực tuyến tiếp tục phát triển mạnh mẽ và đa dạng - “TMĐT trở nên phổ biến và trở thành kênh mua sắm thường xuyên của một bộ phận đáng kể người tiêu dùng” (VECOM, 2020a). Tốc độ tăng trưởng bình quân (CAGR) của TMĐT trong giai đoạn 2016 - 2019 là 30%. Nhiều doanh nghiệp đã khai thác tốt các nền tảng trực tuyến.

Khảo sát tình hình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp chịu tác động bởi đại dịch Covid-19 của Tổng cục Thống kê cũng cho thấy, đẩy mạnh TMĐT là một

trong các giải pháp được nhiều doanh nghiệp lựa chọn để đối phó với đại dịch.

Rõ ràng, TMĐT đã dần trở nên phổ biến, vừa là giải pháp cho doanh nghiệp Việt, vừa tạo nên xu hướng mới, thuận tiện cho người tiêu dùng.

Với chức năng quản lý và phát triển TMĐT, Bộ Công Thương đã phối hợp chặt chẽ, chỉ đạo các sở công thương triển khai các đề án thuộc Chương trình phát triển TMĐT và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng, từng bước đặt nền móng cho hạ tầng phát triển TMĐT tại Việt Nam như Hệ thống thanh toán TMĐT quốc gia KeyPay, Hệ thống trực điện tử kết nối doanh nghiệp ERP Store, Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam Online Friday, Gian hàng quốc gia Việt Nam trên các sàn TMĐT lớn...

Năm 2020, trong khó khăn, thách thức, TMĐT vẫn chứng kiến những sự tăng trưởng bùng nổ ngay sau khi hàng hóa biên giới được thông thương thuận lợi trở lại. Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam 2020 - chương trình được Bộ Công Thương giao cho Cục TMĐT và Kinh tế số triển khai, đã ghi nhận trên 113 triệu lượt xem và tương tác của người tiêu dùng trên các nền tảng trực tuyến của Online Friday, thị trường ghi nhận 3,7 triệu đơn hàng được giao dịch trong 60h, tăng 267% so cùng kỳ năm trước.

Các doanh nghiệp sản xuất trong nhóm lớn nhất cả nước đều đưa TMĐT vào chiến lược phát triển dài hạn để đối phó với khủng hoảng và xây dựng kênh phân phối mới. Bên cạnh đó, Việt Nam trong Năm Chủ tịch ASEAN, cũng đã chính thức đề xuất và tổ chức thành công sự kiện Ngày mua sắm trực tuyến ASEAN 2020, được đưa vào lịch trình tổ chức thường niên vào ngày 8/8 hằng năm.

Trong xu hướng chuyển đổi số và phát triển thị trường mua bán trực tuyến, Cục TMĐT và Kinh tế số đã triển khai chương trình Gian hàng Việt trực tuyến trên 3 sàn TMĐT lớn tại Việt Nam là Tiki, Sendo và Voso, tạo một sân chơi mới cho các doanh nghiệp sản xuất phát triển hệ thống phân phối bằng các giải pháp chuyển đổi số, liên kết theo chuỗi giá trị, ứng dụng hình thức TMĐT và công nghệ số, kết nối thị trường trong nước.

Cùng với việc phát triển các kênh phân phối mới, TMĐT cần xây dựng được những tiêu chuẩn tín nhiệm để gia tăng niềm tin của khách hàng vào các hoạt động mua bán, thanh toán trong môi trường TMĐT.

Mô hình về hoàn thiện nền tảng tín nhiệm (Circle of Trust) trong giai đoạn 2015 – 2025, bao gồm: Xây dựng hệ thống thanh toán đảm bảo ESCROW; giải quyết tranh chấp trực tuyến TrustON; ứng dụng chứng từ điện tử trong thương mại;

ứng dụng dịch vụ chuyển phát tiêu chuẩn trong TMĐT...

Cơ hội vàng cho DN...

Từ năm 2021, Cục TMĐT và Kinh tế số sẽ triển khai Chương trình GoOnline - với nhiệm vụ đồng hành cùng doanh nghiệp trong quá trình ứng dụng TMĐT từ khi bắt đầu đến lúc kinh doanh, hoạt động được trên môi trường trực tuyến.

Chương trình có sự đồng hành của các tập đoàn viễn thông, công nghệ, hệ thống TMĐT lớn nhất cả nước, nhằm đến đối tượng là các nhà sản xuất, kinh doanh, DN, cá nhân trên toàn quốc muốn tiếp cận và ứng dụng TMĐT. Đặc biệt, trong những tình huống khẩn cấp như dịch bệnh và hàng hóa cần “giải cứu”, chương trình cũng hình thành một liên minh có kết nối chặt chẽ để triển khai các công tác hỗ trợ.

Các nhóm giải pháp được đưa ra cụ thể, như: Triển khai chương trình hỗ trợ doanh nghiệp lên sàn TMĐT; chương trình hỗ trợ chi phí chuyển phát; chương trình dán nhãn chuyển phát an toàn; hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khi tham gia lên các sàn TMĐT; xây dựng nhà phân phối sản phẩm Việt uy tín và phát động truyền thông Chương trình GoOnline.

Cùng với sự nỗ lực phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị, thị trường TMĐT Việt Nam sẽ ngày càng hoàn thiện, đảm bảo an toàn trong giao dịch, mua bán. Từ đó, tạo dựng lòng tin đối với người tiêu dùng và bức tranh toàn cảnh cho TMĐT Việt Nam trong giai đoạn 2021 - 2025 sẽ có nhiều bứt phá.

Anh Minh