

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP LOGISTIC TRONG BÁN LẺ ĐIỆN TỬ

VŨ THỊ NHƯ QUỲNH*

Trong tình hình phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử tại Việt Nam, quản trị logistics đóng vai trò quan trọng trong việc bảo đảm hoạt động mua sắm trực tuyến diễn ra một cách hiệu quả và thuận lợi cho cả người mua và người bán. Tuy nhiên, còn nhiều vấn đề cần giải quyết, như: cơ sở hạ tầng không đủ, hiệu suất nhân lực còn hạn chế, việc triển khai công nghệ chưa đầy đủ và chi phí logistics cao. Để giải quyết những thách thức này, cần có sự hợp tác của các bên liên quan và áp dụng đồng bộ các giải pháp, trong đó logistics trong bán lẻ điện tử cần được ưu tiên nghiên cứu và triển khai thực hiện.

Từ khóa: Bán lẻ điện tử; logistics; thương mại điện tử; quản trị logistics.

In the rapid development of e-commerce in Vietnam, logistics management plays an important role in ensuring that online shopping takes place effectively and conveniently for both buyers and sellers. However, there are many issues to be addressed such as inadequate infrastructure, limited human resource capacity, inconsistent technology implementation, and high logistics costs. In order to solve these issues, it is necessary to have the cooperation of stakeholders and select synchronous solutions, in which logistics in electronic retail should be prioritized for research and implementation.

Keywords: E-retail; logistics; e-commerce; logistics management.

NGÀY NHẬN: 20/9/2023

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 21/10/2023

NGÀY DUYỆT: 17/11/2023

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.334.2023.694>

1. Tổng quan về thương mại điện tử bán lẻ tại Việt Nam

Những năm đầu thập niên 90 thế kỷ XX, khi máy tính cá nhân được sử dụng rộng khắp tại công sở và gia đình, nhiều tổ chức tài chính và các doanh nghiệp sản xuất, thương mại đã mở rộng phát triển công nghệ sử dụng mạng internet và mang đến cho khách hàng ngày càng nhiều dịch vụ mới. Để tăng nguồn thu nhập, các tổ chức tài chính đã nghiên cứu và áp dụng nhiều phương tiện giao dịch thuận lợi, đồng thời hạ thấp chi phí

dịch vụ, rút ngắn thời gian giao dịch của khách hàng. Chính cạnh tranh trong việc phát triển công nghệ thương mại điện tử và các công nghệ trong cung cấp dịch vụ cho khách hàng là động lực thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử ngày càng phát triển. Doanh thu thương mại điện tử bán lẻ trên toàn cầu đã tăng trưởng đáng kể trong những năm qua (xem biểu đồ cuối bài).

Theo Báo cáo chỉ số thương mại điện tử

* TS, Trường Đại học Thương mại

Việt Nam 2023 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, thương mại điện tử tại Việt Nam tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong nền kinh tế số, với tốc độ tăng trưởng ấn tượng, dự kiến đạt 20,5 tỷ USD vào năm 2023, tăng 4 tỷ USD so với năm 2022, tương ứng với mức tăng 25%¹. Doanh thu thương mại bán lẻ toàn cầu năm 2022 tăng gấp đôi so với năm 2017, tại Việt Nam tỷ lệ này cũng được lặp lại ở giai đoạn 2018 và 2022, mặc dù tỷ lệ tăng trưởng năm 2012 có chiều hướng giảm xuống 16% nhưng lại bắt đầu tăng ở năm 2023 này².

Mặc dù dịch Covid-19 vẫn phức tạp trong giai đoạn 2020 - 2021, thương mại điện tử vẫn tiếp tục tăng trưởng không ngừng. Doanh thu năm 2021 tăng thêm 2.943 tỷ USD so với năm 2019. Điều này cho thấy, tác động của dịch Covid-19 cũng đã làm thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng và làm cho thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ hơn. Theo Sách trắng thương mại điện tử 2021, với 43,9 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến, Việt Nam trở thành quốc gia có tỷ lệ người dân mua sắm thương mại điện tử cao nhất Đông Nam Á³, điều đó cho thấy nhu cầu vận chuyển, giao hàng của ngành thương mại điện tử luôn rất cao, nhất là trong thời gian đại dịch Covid-19 diễn biến khó lường thì nhu cầu mua sắm trực tuyến càng ngày càng gia tăng. Điều đó khẳng định tầm quan trọng của dịch vụ logistics trong thương mại điện tử và đòi hỏi cần có một hệ thống giải pháp hoàn chỉnh hơn để đáp ứng nhu cầu điều chỉnh lĩnh vực này.

2. Lợi ích của logistics trong bán lẻ điện tử

Hoạt động logistics mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp bán lẻ điện tử và cho cả người mua hàng, như: (1) Cải thiện thông tin giao tiếp với khách hàng, giúp người mua có thể dễ dàng liên hệ và trao đổi với người bán, có thể nhanh chóng cập nhật những thay đổi về thông tin liên quan tới đơn hàng. (2) Tăng tính minh bạch của chuỗi cung ứng

bán lẻ điện tử, giúp khách hàng có thể theo dõi lịch trình giao, nắm bắt tình trạng cũng như thông tin đơn hàng...; (3) Cải thiện hiệu quả và giao hàng đúng hạn; tổ chức và theo dõi đơn hàng hiệu quả để tránh và giảm khiếu nại...; (4) Gia tăng sự hài lòng của khách hàng, bảo đảm khách hàng nhận được những gì khách hàng cần vào đúng thời điểm, đúng nơi và với chi phí tối thiểu; (5) Giảm chi phí logistics nhờ các phần mềm định tuyến giúp tối ưu trong giao hàng, định vị đơn hàng giúp giảm rủi ro trong giao hàng chặng cuối và nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng.

3. Nhận định một số vấn đề của logistics trong bán lẻ điện tử tại Việt Nam

Một là, cơ sở hạ tầng. Đầu tiên là địa chỉ tại một số khu vực không theo hệ thống nhất định. Địa chỉ không được đặt tên và đánh số một cách có hệ thống, khiến người vận chuyển khó tìm được đúng địa chỉ, dẫn đến việc giao hàng sai và thời gian giao hàng lâu hơn. Mặc dù các nhà cung cấp dịch vụ logistics đã phát triển hệ thống lập bản đồ để giảm nguy cơ xảy ra lỗi giao hàng, nhưng hệ thống lập bản đồ cần được cải thiện để giảm hơn nữa khả năng xảy ra lỗi giao hàng như giao hàng sai và hoặc không tìm ra địa chỉ. Ngoài ra, cơ sở hạ tầng giao thông không bảo đảm do sự gia tăng không cân đối giữa số lượng phương tiện và tuyến đường dẫn đến tình trạng tắc nghẽn giao thông đặc biệt là ở những thành phố lớn, gây khó khăn cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics. Mặc dù trong những năm gần đây đã có nhiều cải thiện nhưng cơ sở hạ tầng chuỗi cung ứng và logistics của Việt Nam vẫn chậm hơn so với các nước khác như: Xinh-ga-po, Thái Lan...

Theo các số liệu của Diễn đàn Kinh tế thế giới năm 2019, điểm số và thứ hạng năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam được đánh giá tăng nhiều nhất trên bảng xếp hạng GCI 4.0. Khi phân tích sâu hơn về các trụ cột cấu

thành GCI 4.0, có thể thấy, trong khi nhiều trụ cột khác tăng hoặc giữ nguyên về thứ hạng, thì vẫn còn 3 trụ cột trong bộ chỉ số bị đánh giá là giảm thứ hạng so với năm 2018. Gần đây nhất, Ngân hàng Thế giới vừa công bố bảng xếp hạng chỉ số năng lực hoạt động logistics ở cấp độ quốc gia (LPI - Logistics Performance Index) năm 2023, hệ thống logistics Việt Nam xếp vị trí thứ 43/160 quốc gia khảo sát. Chỉ số LPI của Việt Nam đã bị giảm 4 bậc so với thứ hạng 39 tại lần công bố LPI gần nhất vào năm 2018.

Hai là, hiệu quả hoạt động của nhân lực. Hiệu suất của nguồn nhân lực trong ngành logistics cũng là một vấn đề quan trọng đối với các nhà cung cấp dịch vụ logistics. Một số nhân viên phòng giao nhận và vận tải thiếu kiến thức cần thiết, dẫn đến việc thực hiện công việc không đúng cách, không đáp ứng được kỳ vọng của công ty và khách hàng.

Ba là, triển khai áp dụng công nghệ còn hạn chế. Các nhà cung cấp dịch vụ logistics ở Việt Nam không áp dụng đầy đủ công nghệ cho các hoạt động vận hành của họ. Nhiều nhà cung cấp dịch vụ logistics đã xây dựng hệ thống theo dõi giúp khách hàng theo dõi quá trình giao hàng. Tuy nhiên, hệ thống theo dõi vẫn chưa đạt tới độ chính xác 100%. Sự thiếu chính xác của hệ thống theo dõi khiến khách hàng không an tâm hoặc do dự khi mua sắm trực tuyến vì họ không thể theo dõi tình trạng vận chuyển của hàng hóa đã mua theo thời gian thực.

Bốn là, chi phí cho các hoạt động logistic cao. Số liệu từ Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ Logistics Việt Nam (VLA) cho thấy, chi phí logistics so sánh với tổng sản phẩm nội địa (GDP) của Việt Nam đang ở mức 16,8%, so với bình quân thế giới là 10,7%. Tính trong ASEAN, chi phí logistics Việt Nam cao hơn các nước Xinh-ga-po đang ở mức 8,5%, Ma-lai-xi-a 13% và Thái Lan là 15,5%⁴. Một trong những nguyên nhân dẫn đến gia tăng

chi phí logistics của Việt Nam đó là kết cấu hạ tầng logistics còn nhiều hạn chế, bao gồm kết cấu hạ tầng giao thông vận tải, các nút logistics (kho, trung tâm logistics, cảng...)

Năm là, giao dịch COD (thu tiền khi giao hàng) chứa đựng nhiều rủi ro. Việc giành được lòng tin của khách hàng vẫn là một thách thức đối với thương mại điện tử bán lẻ ở Việt Nam, vấn đề này nằm cả ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Nguyên nhân nằm trong mua sắm trực tuyến là rất cao, lý do hàng đầu khiến khách hàng do dự khi mua hàng trực tuyến là vấn đề về gian lận, rủi ro khi mua sắm trực tuyến. Đối với các nhà cung cấp dịch vụ logistics và thương mại điện tử bán lẻ, COD cũng gây ra vấn đề ở khâu xử lý tiền mặt. Những sự cố thường xảy ra như rủi ro tiền bị đánh cắp bởi các hãng giao hàng và khó hòa giải giữa thương mại điện tử và các nhà cung cấp dịch vụ logistics.

4. Giải pháp logistics cho bán lẻ điện tử tại Việt Nam

Thứ nhất, cải thiện hạ tầng kỹ thuật: cần xây dựng và cải thiện hệ thống đánh số địa chỉ rõ ràng và thống nhất. Điều này giúp cho việc giao hàng và định vị địa điểm trở nên dễ dàng hơn cho cả người mua và người bán. Cần nâng cấp mạng lưới đường bộ và giao thông công cộng để giảm tắc nghẽn giao thông và cải thiện khả năng vận chuyển hàng hóa, cần tăng cường đầu tư vào mạng lưới đường bộ và giao thông công cộng. Điều này bao gồm việc xây dựng và nâng cấp đường, cầu, và bến cảng, cũng như cải thiện dịch vụ giao thông công cộng để giảm lưu lượng xe cộ trên đường. Hỗ trợ cập nhật hệ thống bản đồ và định vị để hỗ trợ các nhà cung cấp dịch vụ logistics trong việc cập nhật và duy trì hệ thống bản đồ và định vị.

Thứ hai, đào tạo và nâng cao chất lượng nhân lực. Cung cấp đào tạo chuyên nghiệp cho nhân viên logistics và giao hàng, bao gồm cả kiến thức về quy trình logistics trong thương mại điện tử và sử dụng công nghệ để

tối ưu hóa quá trình làm việc. Bảo đảm tính chuyên nghiệp và thân thiện của nhân viên giao hàng để tạo trải nghiệm tích cực cho khách hàng.

Thứ ba, áp dụng công nghệ tiên tiến. Khuyến khích các nhà cung cấp dịch vụ logistics sử dụng công nghệ tiên tiến để tối ưu hóa quá trình vận hành và theo dõi đơn hàng. Đầu tư vào hệ thống theo dõi chính xác và đáng tin cậy cũng như tự động hóa các phần công việc thủ công để giảm thiểu lỗi và tăng hiệu suất.

Thứ tư, giảm chi phí logistics. (1) Sử dụng phần mềm định tuyến bằng cách áp dụng các phần mềm định tuyến hiệu quả giúp tối ưu hóa lộ trình giao hàng và giảm thời gian di chuyển. (2) Tối ưu hóa quy trình giao hàng, sử dụng công nghệ để theo dõi và quản lý tồn kho một cách hiệu quả, từ đó giảm thất thoát và tối ưu hóa sử dụng không gian lưu trữ. (3) Cải thiện kết cấu hạ tầng logistics bằng cách đầu tư vào kết cấu hạ tầng logistics cần thiết, bao gồm các kho bãi lưu trữ hiện đại, hệ thống phân phối thông minh và cơ sở lưu trữ lạnh nếu cần. (4) Hợp tác với các đối tác vận chuyển để đàm phán các thỏa thuận chi phí vận chuyển hợp lý.

Thứ năm, thay đổi phương thức thanh toán để giải quyết vấn đề thanh toán COD, khuyến khích khách hàng sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến an toàn hơn như thẻ tín dụng hoặc ví điện tử. Cung

cấp ưu đãi cho khách hàng sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến để tạo động lực cho họ chuyển đổi.

Thứ sáu, hợp tác và liên kết nhằm thúc đẩy hợp tác giữa các nhà cung cấp dịch vụ logistics, thương mại điện tử, và các bên liên quan khác. Các liên kết này có thể giúp cải thiện thông tin giao tiếp, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và chia sẻ tài nguyên để giảm chi phí và tăng hiệu quả.

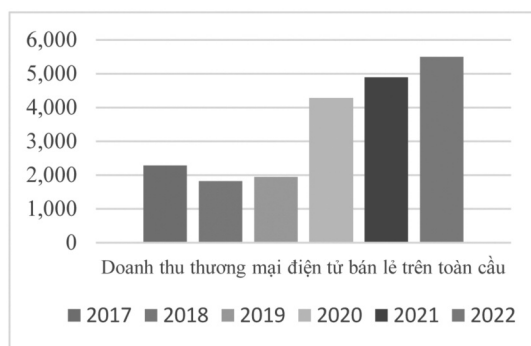
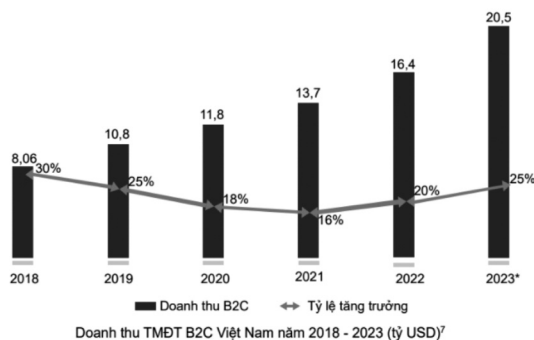
Để triển khai những giải pháp này cần sự hợp tác giữa các bên liên quan gồm Chính phủ, doanh nghiệp và các tổ chức thương mại để bảo đảm logistics trong thương mại điện tử bán lẻ tại Việt Nam có thể phát triển bền vững và cung cấp lợi ích cho cả người mua và người bán

Chú thích:

1. Thương mại điện tử Việt Nam năm 2023 dự kiến đạt hơn 20 tỷ USD. <https://vneconomy.vn>, ngày 05/8/2023.
2. Giảm phí logistics, cứu hàng xuất khẩu. <http://daidoanket.vn>, ngày 21/5/2023.

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công Thương. Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam năm 2020, 2021, 2022.
2. Chuyển đổi số trong ngành dịch vụ Logistics Việt Nam: Cơ hội tạo đột phá, hiện trạng và thách thức. <https://ictvietnam.vn>, ngày 19/02/2021.
3. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021, 2022.



(Nguồn: <https://vneconomy.vn>)