

# Các giải pháp thúc đẩy phát triển thương mại điện tử bền vững tại Việt Nam: Góc nhìn từ môn học Quản trị chiến lược

Nguyễn Thị Kim Oanh\*

\*ThS. Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Vinh

Received: 25/11/2024; Accepted: 3/12/2024; Published: 10/12/2024

**Abstract:** E-commerce has become a strong development trend in Vietnam in the context of the 4.0 industrial revolution. To maintain sustainable e-commerce development, businesses must face many challenges and require innovation in business strategy, technology, and management. Based on analyzing the current status of e-commerce development in Vietnam, the author proposes solutions to help businesses improve competitiveness and aim for sustainable development in the process of applying e-commerce.

**Keywords:** E-commerce, sustainable e-commerce, sustainable development

## 1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử (TMĐT) là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính (Wikipedia). Khi ngành công nghiệp này tiếp tục phát triển, sự tác động tới môi trường cũng ngày càng lớn. Với xu thế hiện nay, các doanh nghiệp (DN) không chỉ cần chú trọng vào tăng trưởng ngắn hạn mà còn phải quản trị chiến lược (QTCL) dài hạn để giải quyết các vấn đề như bảo vệ môi trường, tối ưu hóa nguồn lực, và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Điều này hình thành khái niệm về TMĐT bền vững – chỉ các hoạt động kinh doanh trực tuyến được thiết kế và thực hiện theo cách có trách nhiệm với môi trường, xã hội và nền kinh tế. Việc phát triển TMĐT bền vững không chỉ giúp các DN nâng cao uy tín, giảm chi phí vận hành mà còn góp phần thúc đẩy nền kinh tế xanh và công bằng xã hội, phù hợp với xu thế toàn cầu.

## 2. Nội dung nghiên cứu

### 2.1. Quá trình phát triển của TMĐT tại Việt Nam

2.1.1. Giai đoạn bùng nổ (2016 - 2020). TMĐT tăng trưởng vượt bậc: Lượng người dùng internet tăng nhanh, đạt hơn 70 triệu người vào năm 2020, chiếm hơn 70% dân số. Thanh toán điện tử phát triển mạnh, nhờ sự ra đời của các ví điện tử như MoMo, ZaloPay, và VNPAY. Cạnh tranh gay gắt giữa các sàn TMĐT: Shopee, Lazada, Tiki, và Sendo... Shopee chiếm ưu thế nhờ mô hình Marketplace và giá rẻ. Các ngành hàng phát triển mạnh là thời trang, điện tử, và thực phẩm. Sự hỗ trợ của Chính phủ như thúc đẩy chương trình “Chuyển đổi số quốc gia”, khuyến khích DN và người dân tham gia TMĐT.

### 2.1.2. Giai đoạn phát triển bền vững (2021 - nay).

Hơn 70% giao dịch được thực hiện qua điện thoại di động. Người tiêu dùng (NTD) bắt đầu quan tâm đến các sản phẩm thân thiện với môi trường và các DN có trách nhiệm xã hội. Livestream bán hàng trở thành kênh mua sắm phổ biến nhờ các nền tảng như TikTok và Facebook. Tăng trưởng sau đại dịch COVID-19: Đại dịch đã thúc đẩy mạnh mẽ TMĐT, khi NTD chuyển sang mua sắm trực tuyến do giãn cách xã hội. Thị trường mở rộng: Năm 2023, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam ước tính đạt khoảng 20 tỷ USD, và tiếp tục tăng trưởng nhờ sự đầu tư của cả DN trong và ngoài nước.

2.1.3. Tương lai của TMĐT tại Việt Nam: Theo xu hướng toàn cầu hóa, hướng đến tính bền vững. Việc phát triển TMĐT bền vững không chỉ giúp các DN nâng cao uy tín, giảm chi phí vận hành mà còn góp phần thúc đẩy nền kinh tế xanh và công bằng xã hội.

### 2.2. Thực trạng về TMĐT bền vững ở Việt Nam hiện nay

Theo bà Lê Hoàng Oanh - Cục trưởng TMĐT - Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, TMĐT Việt Nam có tốc độ phát triển TMĐT nhanh và năng động trên thế giới, tăng trưởng đạt 25% trong năm 2023 và dự kiến sẽ chiếm 10% tổng doanh thu bán lẻ vào năm 2025, nhưng TMĐT vẫn bộc lộ các yếu tố chưa thực sự bền vững.

Về hợp đồng TMĐT, tính đến hết tháng 8/2024, hơn 490.000 hợp đồng điện tử đã được chứng thực, với sự tham gia của gần 49.000 DN là minh chứng cho sự phát triển tích cực của dịch vụ này. Luật Giao dịch điện tử 2023 có hiệu lực từ tháng 7/2024 cho

thấy tầm nhìn xa của Chính phủ cho sự phát triển bền vững.

Vấn đề vi phạm trong TMĐT còn khá phổ biến, ảnh hưởng đến niềm tin của NTD. Chính phủ đã ban hành điều luật mới nhằm bảo vệ quyền lợi NTD, cụ thể theo quy định mới tại Nghị định số 85/2021/NĐ-CP, thông tin về hàng hóa, dịch vụ đối với website TMĐT phải được cung cấp chi tiết, tuy nhiên vẫn chưa đủ sức răn đe.

TMĐT Việt Nam mới chỉ phát triển tập trung ở một số thành phố lớn. Năm 2023, TP.HCM là địa phương có doanh số mua hàng TMĐT cao nhất nước, đạt 6,2 tỷ USD, chiếm 29% quy mô cả nước, doanh số bán hàng TMĐT đạt 4,7 tỷ USD, chiếm 23% quy mô TMĐT cả nước. Ở các tỉnh, thành phố xa xôi, năng lực giao hàng của các công ty chuyển phát đã vượt tới các vùng sâu, vùng xa, tuy nhiên mật độ sử dụng TMĐT chưa nhiều.

Mỗi ngày có hàng trăm nghìn đơn hàng được vận chuyển qua TMĐT, gây áp lực không nhỏ tới môi trường. Tại Việt Nam, quy mô thị trường bán lẻ hàng hóa trực tuyến năm 2023 ước tính khoảng 17,3 tỷ USD, với 1,84 tỷ gói, kiện hàng hóa được vận chuyển. Theo ước tính của Cục Biển và Hải Đảo, năm 2023 TMĐT tại Việt Nam sử dụng 332 nghìn tấn bao bì, trong đó bao bì nhựa chiếm 171 nghìn tấn. Với tốc độ tăng trưởng trên 25% mỗi năm, đến năm 2030 lượng rác thải nhựa từ TMĐT có thể lên tới 800 nghìn tấn.

Shopee, Lazada và Tiki đã bắt đầu áp dụng các sáng kiến giảm thiểu bao bì và vận chuyển tập trung để tối ưu hóa quy trình logistics, xu hướng xanh hóa và tiêu dùng bền vững được khuyến khích, tuy nhiên, các giải pháp bền vững này mới chỉ triển khai ở quy mô nhỏ..

### 2.2.1. Những thuận lợi về TMĐT bền vững tại Việt Nam

- Sự quan tâm ngày càng tăng của DN. Các DN nhỏ và nhà bán lẻ bắt đầu khuyến khích các sản phẩm thân thiện với môi trường và sử dụng bao bì sinh học, chú trọng việc cung cấp sản phẩm từ nguồn nguyên liệu tái chế, hữu cơ, hoặc có chứng nhận bền vững (như OCOF, Fair Trade).

- Thanh toán và giao hàng không dùng tiền mặt. Sự phát triển của các ví điện tử (MoMo, ZaloPay, VNPAY) và ngân hàng số giúp giảm tiêu thụ giấy trong giao dịch. Một số đơn vị vận chuyển (như Grab, Ahamove) bắt đầu thử nghiệm xe điện để giảm khí thải carbon trong giao hàng.

- Sự hỗ trợ của Chính phủ. Chương trình Chuyển

đổi số quốc gia và các chính sách phát triển kinh tế số đã tạo điều kiện cho việc tích hợp các yếu tố bền vững trong hoạt động kinh doanh. Nghị định 85/2021/NĐ-CP về TMĐT khuyến khích các DN tuân thủ các quy định bảo vệ môi trường.

- Nhận thức của NTD được cải thiện. Theo Nielsen: Có 86% tiêu dùng Việt sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm đến từ thương hiệu có ảnh hưởng tích cực đến xã hội và môi trường. DN cam kết có trách nhiệm với môi trường cũng tác động đến quyết định mua hàng đến 62%.

### 2.2.2. Những thách thức đối với TMĐT bền vững tại Việt Nam

- Các DN thiếu nhận thức và ưu tiên thực sự cho TMĐT. Nhiều DN TMĐT tại Việt Nam chưa đặt yếu tố bền vững làm mục tiêu chính do áp lực cạnh tranh giá cả, NTD vẫn ưu tiên giá rẻ hơn là tính bền vững của sản phẩm.

- Hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng vẫn khá phổ biến. Nhiều shop điện tử không có kho hàng hay cửa hàng, chỉ tiếp nhận đặt online, hàng hóa xé lẻ, phân tán trữ tại nhiều nơi; chỉ giao hàng với số lượng dè dặt nhỏ lẻ, gây khó khăn cho lực lượng chức năng xử phạt. Việc các website và các trang mạng xã hội dễ dàng được tạo ra và đóng lại trong thời gian nhanh chóng khiến lực lượng chức năng rất khó kiểm soát.

- Hệ thống đóng gói và vận chuyển chưa thân thiện môi trường. Hầu hết các DN vẫn sử dụng bao bì nhựa và vật liệu không tái chế. Lượng rác thải từ TMĐT, đặc biệt là bao bì nhựa và hộp carton, tăng mạnh do sự bùng nổ mua sắm trực tuyến. Việc tối ưu hóa giao hàng để giảm khí thải carbon vẫn chưa được chú trọng tại nhiều DN.

- Hạ tầng tái chế và xử lý rác thải còn yếu. Việt Nam chưa có hệ thống thu gom và xử lý rác thải hiệu quả để tái chế các bao bì từ TMĐT. Các chương trình tái sử dụng, thu gom bao bì cũ vẫn còn rất hạn chế.

- Cơ sở hạ tầng số còn yếu; an ninh mạng chưa được bảo đảm; vấn đề mạng lưới giao hàng hay kho bãi (logistics). Ngay cả khi DN có mạng lưới logistics, thì vẫn phải dựa vào các đối tác thứ 3 để thực hiện các đơn đặt hàng của TMĐT dẫn đến chi phí giao hàng cao và thời gian giao hàng là 5-6 ngày. Việc bảo mật thông tin vẫn còn nhiều bất cập. Tình trạng tấn công mạng, lừa đảo trực tuyến và mất cắp dữ liệu đang gia tăng. Các DN gặp khó khăn trong việc bảo vệ hệ thống thanh toán và dữ liệu khách hàng khỏi các mối đe dọa an ninh mạng.

- Chi phí đầu tư cho bền vững cao. Việc áp dụng

các giải pháp bền vững như đầu tư vào hạ tầng công nghệ xanh, bao bì thân thiện môi trường, phát triển logistics như xe điện, xe chạy bằng năng lượng mặt trời và xây dựng hệ thống vận tải tối ưu để giảm lượng khí thải carbon đòi hỏi một nguồn vốn lớn.

- Thiếu hành lang pháp lý rõ ràng. Hiện tại, Việt Nam chưa có quy định cụ thể nào về việc bắt buộc các sản phẩm TMĐT phải áp dụng các tiêu chuẩn bền vững trong hoạt động của mình.

### **2.3. Đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển TMĐT bền vững tại Việt Nam dưới góc nhìn môn học Quản trị chiến lược**

**2.3.1. Đề cao vai trò của QTCL trong TMĐT tại các DN.** Xây dựng tầm nhìn dài hạn về TMĐT cho DN, cần có chiến lược rõ ràng để phát triển bền vững trong môi trường số. Tăng cường QTCL để đối mặt với những thay đổi nhanh chóng trong từ công nghệ, hành vi NTD đến quy định pháp lý và cạnh tranh... Tích hợp yếu tố ESG (Môi trường, xã hội và quản trị).

**2.3.2. Nâng cao nhận thức NTD.** Các cơ quan quản lý cần tăng cường các chiến dịch truyền thông về lợi ích của sản phẩm và dịch vụ bền vững, tác động tiêu cực của rác thải nhựa và nâng cao nhận thức của NTD. Cần khuyến khích NTD lựa chọn các sản phẩm thân thiện với môi trường và tham gia vào phong trào TMĐT xanh. Khi khách hàng có nhu cầu cao hơn về tính bền vững, các DN buộc phải điều chỉnh chiến lược kinh doanh

**2.3.3. Cải tiến đóng gói, bao bì.** Các DN nên chuyển sang sử dụng vật liệu bao bì có thể tái chế, phân hủy sinh học. Bao bì là nguyên nhân lớn gây ra chất thải trong TMĐT.

**2.3.4. Ứng dụng công nghệ xanh, tối ưu hóa vận chuyển.** Áp dụng AI và big data để tối ưu hóa quá trình vận chuyển, giảm thiểu khí thải. Thử nghiệm và triển khai xe điện, xe sử dụng năng lượng sạch cho giao hàng. Sử dụng phần mềm để lập kế hoạch các tuyến đường giao hàng hiệu quả nhất, giảm tiêu thụ nhiên liệu và khí thải.

**2.3.5. Tập trung đào tạo nguồn nhân lực số, nhân lực TMĐT.** Ngành TMĐT Việt Nam là một ngành mới, hiện đang có sự chênh lệch và thiếu hụt cả về số lượng và chất lượng của nhân lực số so với nhu cầu từ thị trường. Cần tăng cường hợp tác liên kết giữa DN và nhà trường, đẩy mạnh chất lượng đào tạo, đáp ứng nhu cầu nhân lực TMĐT trong các DN.

**2.3.6. Hỗ trợ từ Chính phủ.** Chính phủ cần ban hành các quy định khuyến khích DN TMĐT tích hợp yếu tố bền vững. Đưa ra chính sách ưu đãi thuế cho các

DN áp dụng mô hình bền vững. Hệ thống pháp luật về TMĐT không những phải theo kịp sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT mà còn phải đảm bảo tính đồng bộ và nhất quán, tạo môi trường thông thoáng cho DN và người dân ứng dụng TMĐT hiệu quả, bền vững.

**2.3.7. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến.** Ứng dụng các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, và dữ liệu lớn (Big Data) để tối ưu hóa quy trình giao dịch, phân tích dữ liệu khách hàng, và nâng cao trải nghiệm người dùng, giúp DN tạo ra lợi thế cạnh tranh.

**2.3.8. Thúc đẩy hợp tác giữa DN, nhà cung cấp và đơn vị vận chuyển trong việc xây dựng chuỗi cung ứng bền vững.** Hỗ trợ, hợp tác với các tổ chức vì môi trường để hỗ trợ các dự án tái trồng rừng, bảo tồn, tái tạo năng lượng sạch. Công khai những nỗ lực quyền góp bảo vệ môi trường để khách hàng ủng hộ. Tham gia vào các hiệp định thương mại tự do (FTA) giúp DN Việt Nam tiếp cận các thị trường quốc tế, tạo cơ hội xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ thông qua các nền tảng TMĐT.

## **3. Kết luận**

TMĐT bền vững không chỉ là một xu hướng mà còn là chiến lược lâu dài để đảm bảo phát triển bền vững cho nền kinh tế số Việt Nam. Cùng với chủ trương chuyển đổi số toàn diện từ Chính phủ: các hạ tầng số như dịch vụ logistics, thanh toán điện tử, hoá đơn điện tử, hợp đồng điện tử, xác thực định danh điện tử đều đang có những bước chuyển mình nhanh chóng... Với những nỗ lực đồng bộ, TMĐT không chỉ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam mà còn đảm bảo phát triển hài hòa giữa lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường, hướng tới một tương lai bền vững hơn. Để đạt được mục tiêu này, Việt Nam cần thực hiện các giải pháp đồng bộ và hiệu quả. Chỉ khi tạo ra được một hệ sinh thái TMĐT vững chắc và đồng bộ, Việt Nam mới có thể tận dụng tối đa tiềm năng của TMĐT, góp phần vào sự phát triển kinh tế lâu dài và bền vững.

### **Tài liệu tham khảo**

- [1]. Bộ Công Thương - Cục TMĐT và Kinh tế số (2021). Sách trắng TMĐT Việt Nam 2021.
- [2]. Trương Minh Hòa, Nguyễn Thanh Tùng (2022). *Phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*. NXB Khoa học và Kỹ thuật
- [3]. Cục Biên và Hải đảo (2023). *Báo cáo dự án "Giảm thiểu rác thải nhựa đại dương tại Việt Nam"*.
- [4]. Báo Dân trí (2024). *TMĐT Việt Nam hướng đến phát triển bền vững*.