CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI BÁN LẺ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

● HỒ THỊ MAI SƯƠNG

TÓM TẮT:

Bài viết dựa vào số liệu thứ cấp từ các báo cáo để phân tích thực trạng chuyển đổi số trong hoạt động thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các doanh nghiệp đã nắm bắt được tốt xu hướng thị trường bán lẻ, thực hiện đa dạng kênh bán hàng, đáp ứng nhu cầu mới của khách hàng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức về vốn, nhân lực, công nghệ,... trong quá trình chuyển đổi số. Điều này đặt ra yêu cầu phải có những giải pháp đồng bộ của cơ quan quản lý nhà nước, cũng như các doanh nghiệp, nhằm thúc đẩy phát triển chuyển đổi số trong lĩnh vực bán lẻ.

Từ khóa: chuyển đổi số, thương mại bán lẻ, doanh nghiệp Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp 4.0, cùng với sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, người tiêu dùng đang có xu hướng chuyển dịch từ mua hàng truyền thống sang trực tuyến. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, năm 2016 có khoảng 32,7 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến thì đến năm 2020, đã tăng lên với 49,3 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến. Do đó, nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ đã chuyển đổi mô hình kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và có kết quả kinh doanh hiệu quả. Khảo sát của Bộ Công Thương cho thấy, năm 2020, có 81% doanh nghiệp đánh giá hiệu quả kinh doanh trực tuyến đạt từ hiệu quả và hiệu quả cao. Điều này chứng tỏ, thương mại điện tử tại Việt Nam đã phát triển mãnh mẽ, năm 2020, tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử bán lẻ đạt mức 18%, với doanh thu bán lẻ đạt 11,8 tỷ USD.

Mặt khác, hiện nay, Việt Nam cũng đã rất quan tâm đến chuyển đổi số, với 3 trụ cột là Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số. Trong đó, Chính phủ đã có nhiều chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số, nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường trong điều kiện mới. Đây là điều kiện thuận lợi giúp các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ có thể thực hiện chuyển đổi số. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, dưới tác động của đại dịch Covid-19 đã gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình thực hiện chuyển đổi số. Bài viết sẽ tập trung phân tích thực trạng vấn đề chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời phân tích những thuận lợi và khó khăn của các doanh nghiệp nhằm đưa ra các đề xuất giải pháp thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại bán lẻ.

2. Thực trạng chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam

Theo báo cáo Chuyển đổi số năm 2021 của Bộ

Kế hoạch và Đầu tư, mục đích tiếp cận kiến thức chuyển đổi số của các doanh nghiệp rất khác nhau, trong đó gần 50% doanh nghiệp được khảo sát chưa thực hiện chuyển đổi số, trong đó 26,3% doanh nghiệp chưa có nhu cầu chuyển đổi số và họ tiếp cận kiến thức để học tập và nghiên cứu; 22,1% doanh nghiệp có nhu cầu chuyển đổi số, nhưng đang tìm hiểu cách thức thực hiện để lên kế hoạch triển khai. Trong báo cáo này, nếu xét nhu cầu chuyển đổi số của các doanh nghiệp theo nghiệp vụ thì chuyển đổi số trải nghiệm khách hàng và bán hàng đa kênh chiếm 43,1% các doanh nghiệp tham gia khảo sát. Như vậy, nhu cầu tiếp cận kiến thức chuyển đổi số của các doanh nghiệp có sự khác nhau, trong đó, có hơn 50% doanh nghiệp trong mẫu khảo sát đã thực hiện chuyển đổi số; nhu cầu của các doanh nghiệp nhằm chuyển đổi số trải nghiệm khách hàng và bán hàng đa kênh chiếm tỷ lệ cao. Nhu cầu này là tất yếu vì trong điều kiện thương mại điện tử phát triển như hiện nay, bán hàng đa kênh sẽ giúp các doanh nghiệp có thể tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Bên cạnh đó, chuyển đổi số trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ cũng giúp doanh nghiệp tiếp cận và tương tác với khách hàng tốt hơn, mở rộng thị trường lớn hơn.

Thương mại điện tử hiện nay có sự phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, năm 2016, doanh thu giao dịch trực tuyến giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) đạt khoảng 5 tỷ USD và tăng gấp 2 lần vào năm 2019. Năm 2020, doanh thu tiếp tục tăng và đạt 11,8 tỷ USD. Hơn nữa, giá trị mua sắm trực tuyến tính trên đầu người cũng có xu hướng tăng lên từ 170 USD năm 2016 lên 240 USD năm 2020. Tỷ trọng doanh thu của thương mại điện tử B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước tăng từ 3% năm 2016 lên 5,5% năm 2020. Như vậy, thương mại điện tử đã có những đóng góp quan trọng, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp, trong đó có hoạt động bán lẻ. Các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số không chỉ áp dụng công nghệ đơn thuần mà cần có sự kết hợp với chuẩn hóa quy trình kinh doanh và quản trị doanh nghiệp.

Để thực hiện chuyển đổi số, các doanh nghiệp sẽ phải đầu tư các trang thiết bị công nghệ đồng bộ. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử 2021 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam đã thực hiện khảo sát về đầu tư và ứng dụng công nghệ trong quá trình chuyển đổi mô hình kinh doanh của các doanh nghiệp. (Hình 1)

Trong giai đoạn 2017 - 2020, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh trực tuyến đã thực hiện đầu tư, trang bị và ứng dụng công nghệ bằng việc mua các phần cứng, phần mềm, đầu tư đào tạo nhân sự phục vụ hoạt động thương mại điện tử. Các chi phí chủ yếu là mua sắm các phần cứng, phần mềm phục vụ cho quá trình chuyển đổi số, tỷ lệ doanh nghiệp tương ứng trên 40% và 25%. Mặc dù, tỷ lệ các doanh nghiệp đầu tư vào nhân sự và đào tạo thấp, khoảng 19% năm 2020, nhưng cũng có thể thấy các doanh nghiệp đã quan tâm đến nhân sự và đào tạo cho quá trình chuyển đổi số. Đây là một trong những yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công trong việc chuyển đổi mô hình kinh doanh sang trực tuyến của các doanh nghiệp.

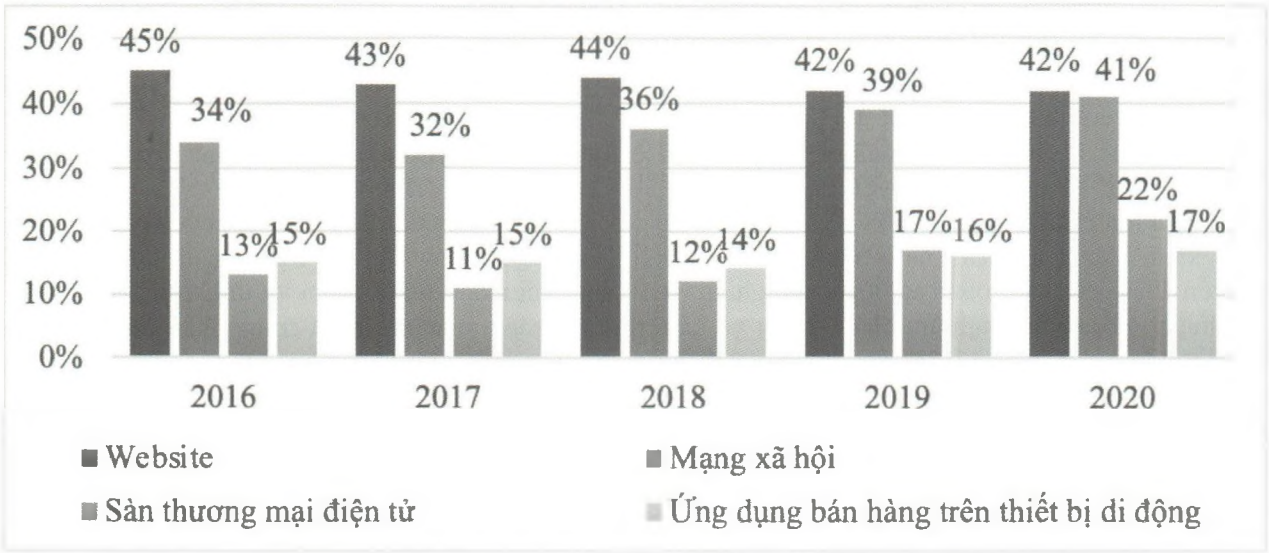
Hiện nay, việc áp dụng công nghệ đã giúp các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh truyền thống một cách có hiệu quả, đồng thời các doanh nghiệp triển khai đa dạng các kênh trực tuyến như website của doanh nghiệp, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử, thiết bị di động,... (Hình 2)

Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, trong giai đoạn 2016 - 2020, các kênh trực tuyến có sự gia tăng về tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng, trong đó website và mạng xã hội là các kênh mà

Hình 1: Chi phí mua sắm, trang bị và ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử

(Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021 - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam)

Hình 2: Các kênh kinh doanh trực tuyến của doanh nghiệp Việt Nam



(Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2021 - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam)

nhiều doanh nghiệp quan tâm. Các doanh nghiệp có website bán hàng thường lựa chọn tên miền Việt Nam ".vn" với 59% doanh nghiệp sử dụng, tiếp theo là tên miền quốc tế ".com" với 36% doanh nghiệp. Đây là 2 tên miền chủ yếu được sử dụng ở Việt Nam. Mạng xã hội cũng là một kênh có hiệu quả đối với các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến hiện nay. Trong giai đoạn 2016 - 2020, tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng mạng xã hội để kinh doanh tăng lên từ 34% lên 41%. Sàn thương mại điện tử, ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động là hai kênh đã được sử dụng, nhưng tỷ lệ các doanh nghiệp bán qua 2 kênh này còn thấp ở mức dưới 20% doanh nghiệp.

3. Những thuận lợi và khó khăn chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam

3.1. Những thuận lợi trong quá trình chuyển đổi số đối với hoạt động bán lẻ của các doanh nghiệp

Thứ nhất, chủ trương của Chính phủ về thúc đẩy chuyển đổi số

Ngày 03/6/2020, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt "Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030" xác định phát triển hạ tầng số là nhiệm vụ quan trọng, tạo nền móng cho chuyển đổi số quốc gia. Trong Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 01/01/2021 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và Dự toán ngân sách nhà nước năm 2021 đã xác định nhiệm vụ giải pháp cụ thể liên quan đến phát triển hạ tầng số: "Xây dựng hạ tầng kinh tế số, xã hội số, hạ tầng kết nối thông minh, phát triển trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật. Từng bước hình thành hạ tầng mạng thông tin di động 5G. Tăng cường sử dụng chung cơ sở hạ tầng công nghệ số và truyền thông, nền tảng dùng chung". Chính phủ đã cùng với các bộ, ngành đưa ra các phương hướng, biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số quốc gia với trụ cột là kinh tế số. Đây là điều kiện thuận lợi, giúp các doanh nghiệp chuyển đổi chiến lược phát triển mới, phù hợp với xu thế trên thế giới, đảm bảo phát triển dài hạn của các doanh nghiệp.

Thứ hai, cơ sở hạ tầng số ngày càng được quan tâm và phát triển

Trong năm 2021, Việt Nam triển khai thực hiện chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp giai đoạn 2021 - 2025; hạ tầng thông tin đã cơ bản được phủ sóng 4G; khả năng tiếp cận các dịch vụ về công nghệ thông tin và tỷ lệ sử dụng các thiết bị di động ở mức khá so với thế giới. Theo Báo cáo Internet Việt Nam, tên miền quốc gia ".vn" có tốc độ tăng trưởng 5,2% năm 2021 so với năm 2020; tỷ lệ sử dụng IPv6 trên mạng Internet Việt Nam năm 2021 là 47% cao gấp 1,7 lần trung bình toàn cầu tăng 2 bậc so với năm 2020 và đứng thứ 8 toàn cầu, gấp 2,3 lần trung bình khối ASEAN và đứng thứ 2 trong khu vực.

Thứ ba, niềm tin của người tiêu dùng vào mua bán trực tuyến

Với sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin nói chung và internet nói riêng, người tiêu dùng đã tiếp cận nhanh với hình thức mua sắm trực tuyến. Đặc biệt, khi đại dịch Covid-19 bùng phát mạnh và diễn biến phức tạp, việc mua hàng trực tuyến đã trở nên phổ biến. Trong giai đoạn 2016 - 2020, tỷ lệ người dân sử dụng internet ở Việt Nam có xu hướng tăng lên từ 54,2% năm 2016 lên 70% năm 2020. Số lượng người mua sắm trực tuyến cũng tăng từ 32,7 triệu người năm 2017 lên 49,3 triệu người vào năm 2020.

3.2. Những khó khăn trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp lĩnh vực bán lẻ

Bên cạnh những thuận lợi, các doanh nghiệp cũng gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi số. Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, các rào cản chung trong quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp chủ yếu là chi phí đầu tư, ứng dụng công nghệ số (60,1% doanh nghiệp tham gia khảo sát đối mặt với khó khăn này); 52,3% doanh nghiệp gặp khó khăn trong thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh bằng với tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn về nguồn nhân lực,... Trong lĩnh vực thương mại bán lẻ, việc chuyển sang mô hình kinh doanh trực tuyến, các doanh nghiệp cũng gặp những khó khăn về vốn, nhân lực, công nghệ, thói quen, tập quán kinh doanh,...

Thứ nhất, vốn đầu tư công nghệ

Đầu tư vào hoạt động chuyển đổi số đòi hỏi một khoản vốn tương đối lớn. Khoản chi phí này không chỉ để đầu tư công nghệ mới mà bao gồm cả các chi phí khác như chi phí đào tạo nguồn nhân lực, chi phí hạ tầng công nghệ thông tin, chi phí đảm bảo an ninh, an toàn, phòng chống rủi ro,... Đây là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp có tiềm lực tài chính hạn chế như doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa.

Thứ hai, nguồn nhân lực còn thiếu và yếu

Vấn đề nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn luôn là thách thức trong các lĩnh vực kinh tế nói chung, trong đó có hoạt động thương mại điện tử. Theo Hiệp hội Thương mại Việt Nam, tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về thương mại điện tử trong giai đoạn 2017 - 2020 không vượt quá 30% doanh nghiệp tham gia khảo sát. Trong đó, năm 2017, tỷ lệ doanh nghiệp có nguồn nhân lực có chuyên môn nghiệp vụ về thương mại điện tử chiếm 30%; tỷ lệ này giảm xuống còn 23% vào năm 2020. Trong đó, tỷ lệ doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa có lao động chuyên trách trong lĩnh vực thương mại điện tử thấp hơn so với doanh nghiệp lớn, tương ứng là 21% và 41%. Hơn nữa, khoảng 30% doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình tuyển dụng lao động có kỹ năng về thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

Thứ ba, khó khăn liên quan đến công nghệ

Để thực hiện chuyển đổi số, các doanh nghiệp không chỉ mua công nghệ mà còn tích hợp toàn diện với các khâu kinh doanh và quản trị. Do đó, đòi hỏi đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin đồng bộ. Tuy nhiên, theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có một tỷ lệ lớn các doanh nghiệp đánh giá khó khăn về vấn đề liên quan đến công nghệ như thiếu thông tin về công nghệ số, cơ sở hạ tầng, các giải pháp tích hợp công nghệ số. Đây là vấn đề cốt lõi của quá trình chuyển đổi số, do đó, nó cũng là một cản trở lớn đối với các doanh nghiệp.

Thứ tư, khó khăn trong việc thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh

Trong các giai đoạn chuyển đổi, sự thay đổi thói quen, tập quán cũng là một mối thắt quan trọng cần phải tháo gỡ. Thói quen và lối mòn sẽ tạo tâm lý ngại đổi mới của cả cấp quản lý cũng như người lao động trong doanh nghiệp. Theo báo cáo chuyển đổi số của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có hơn 50% doanh nghiệp cho biết đây là khó khăn rất lớn, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp quy mô vừa và quy mô lớn. Các doanh nghiệp này có cơ cấu tổ chức với nhiều phòng ban, các cấp quản lý, sự thay đổi này tương đối phức tạp.

Thứ năm, doanh nghiệp đối mặt với nhiều trở ngại của người tiêu dùng khi mua hàng trực tuyến

Mặc dù trong thời gian qua, số lượng người tiêu dùng mua hàng qua các kênh trực tuyến tăng cao. Tuy nhiên, việc mua hàng trực tuyến cũng có nhiều trở ngại đối với khách hàng. Trong báo cáo của Bộ Công Thương (2021), đối với nhóm khách hàng đã tham gia mua sắm trực tuyến, họ lo ngại thông tin bị lộ; chất lượng sản phẩm kém so với quảng cáo; vận chuyển và giao nhận kém; dịch vụ chăm sóc khách hàng chưa tốt; hoặc cách thức đặt hàng trực tuyến quá rắc rối. Đối với nhóm người tiêu dùng chưa tham gia mua sắm trực tuyến, tỷ lệ lớn các khách hàng cho rằng mua hàng ở các cửa

hàng thuận tiện hơn; họ sợ lộ thông tin cá nhân, không kiểm định được chất lượng hàng hóa; không tin tưởng vào đơn vị bán hàng.

4. Giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số trong thương mại bán lẻ các doanh nghiệp Việt Nam

4.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

- Hoàn thiện các văn bản pháp luật, chính sách liên quan đến hoạt động chuyển đổi số quốc gia. Cần quan tâm đến các quy định chặt chẽ về bảo mật thông tin, an ninh, an toàn trong giao dịch trực tuyến.

- Thực hiện công tác truyền thông về chuyển đổi số quốc gia đến các doanh nghiệp, cung cấp các thông tin, kiến thức về pháp luật liên quan đến chuyển đổi số, các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số của Chính phủ đối với các doanh nghiệp. Thông qua các hiệp hội, ngành nghề để tuyên truyền phổ biến kiến thức cũng như lựa chọn các doanh nghiệp điển hình trong chuyển đổi số để lan tỏa, truyền cảm hứng, chia sẻ.

- Triển khai nhanh chóng các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số đối với các doanh nghiệp bao gồm hỗ trợ về vốn, đào tạo nhân lực, tư vấn, tích hợp các giải pháp công nghệ.

- Thúc đẩy quá trình đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng số, các cơ sở dữ liệu số, kết nối đồng bộ, đặc biệt, đẩy nhanh triển khai dịch vụ 5G trên toàn quốc,... Đảm bảo an ninh, an toàn thông tin, kết nối, chia sẻ dữ liệu.

- Kết nối các doanh nghiệp công nghệ trong nước với các doanh nghiệp có nhu cầu chuyển đổi số, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng thời thu hút các doanh nghiệp công nghệ nước ngoài tham gia đầu tư và hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước.

- Đổi mới giáo dục, đào tạo theo hướng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong điều kiện công nghiệp 4.0, đặc biệt, đào tạo nguồn nhân lực lĩnh vực thương mại điện tử.

4.2. Đối với doanh nghiệp

- Các doanh nghiệp cần có sự thay đổi tư duy và nhận thức của người lãnh đạo về công nghệ, chuyển đổi số. Cần quyết tâm xây dựng mô hình chuyển đổi kinh doanh, áp dụng công nghệ số nhằm thúc đẩy năng suất và hiệu quả. Chủ động liên kết với các doanh nghiệp công nghệ nhằm có được kiến thức, thông tin, giải pháp công nghệ phù hợp với lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời, tuyên truyền đến người lao động về lợi ích, quy trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

- Lên các phương án lựa chọn cách tiếp cận nguồn vốn một cách hiệu quả. Chủ động tìm hiểu điều kiện hỗ trợ kinh phí của quá trình chuyển đổi số từ các chương trình quốc gia nhằm tận dụng tối đa các nguồn lực.

- Tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng người lao động về các kỹ năng công nghệ thông tin và thương mại điện tử, cách tiếp cận khách hàng trong kinh doanh trực tuyến, đặc biệt đào tạo lao động có kỹ năng bán hàng online, kỹ năng hỗ trợ khách hàng trong quá trình mua hàng, đảm bảo quy trình đơn giản, nhanh gọn.

- Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ số, đảm bảo được khả năng kết nối, lưu trữ dữ liệu, bảo mật thông tin của doanh nghiệp cũng như khách hàng. Tập trung đẩy mạnh áp dụng công nghệ thông tin vào quy trình bán hàng và dịch vụ sau bán của doanh nghiệp. Đảm bảo luôn giám sát vấn đề an ninh mạng để bảo vệ dữ liệu, ứng dụng và trình duyệt nhằm phục vụ vận hành hệ thống và quản lý công nghệ một cách an toàn, hiệu quả.

5. Kết luận

Trong điều kiện công nghiệp 4.0 và tác động của dịch bệnh Covid-19, Chính phủ đã quan tâm, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp. Hơn nữa, cùng với phát triển hạ tầng mạng thông tin, tỷ lệ người tiêu dùng sử dụng internet ngày càng nhiều, trong đó những người dùng internet để mua hàng trực tuyến càng tăng cao. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực hoạt động bán lẻ đã nắm bắt được xu hướng và sớm thực hiện các hoạt động chuyển đổi số mà trong đó trọng tâm là chuyển đổi mô hình kinh doanh từ truyền thống sang trực tuyến. Những thành công của các doanh nghiệp này cho thấy sự cần thiết thay đổi tư duy, áp dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh.

Các doanh nghiệp đã đầu tư các trang thiết bị, ứng dụng công nghệ, phát triển đa dạng các kênh bán hàng,... thu hút được lượng khách hàng lớn mua sắm. Tuy nhiên, các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi số như khó khăn về vốn, nguồn nhân lực, công nghệ, thói quen, tập quán kinh doanh và thậm chí là các trở ngại của khách hàng khi mua hàng trực tuyến. Do đó, cần có các giải pháp đồng bộ từ phía cơ quan quản lý cũng như doanh nghiệp nhằm giải quyết các khó khăn trên, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương (2021), *Báo cáo Tổng kết năm 2021 và triển khai kế hoạch năm 2022 ngành Công Thương,* NXB Công Thương, Hà Nội.

2. Bộ Công Thương (2021), *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021,* NXB Công Thương, Hà Nội.

3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), *Báo cáo chuyển đổi số doanh nghiệp 2021.*

4. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021), *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử việt Nam năm 2021.*

5. Trung tâm Internet Việt Nam (2021), *Báo cáo Internet, tài nguyên Internet Việt Nam.*

Ngày nhận bài: 15/2/2022
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/3/2022
Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:
ThS. HỒ THỊ MAI SƯƠNG
Trường Đại học Thương mại

THE CURRENT DIGITAL TRANSFORMATION OF VIETNAMESE RETAILERS

● Master. **HO THI MAI SUONG**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Based on secondary data from reports, this study analyzes the current digital transformation of Vietnamese retailers. The results show that Vietnamese retailers have well caught market trends, diversified sales channels, and met new customer needs. However, Vietnamese enterprises have also faced many difficulties and challenges in terms of capital, human resources, technology, etc. in the digital transformation process. It it necessary for Vietnamese state agencies and enterprises to have synchronous solutions to facilitate the digital transformation in the retail sector.

Keywords: digital transformation, retail, Vietnamese enterprises.