

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA NGÀNH BÁN LẺ: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC CHO HẢI PHÒNG

ThS. Trần Thị Việt Hà*

Tóm tắt: Trong bối cảnh kinh tế số phát triển mạnh mẽ, chuyển đổi số đang trở thành yêu cầu tất yếu đối với doanh nghiệp bán lẻ, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Bài viết tập trung nghiên cứu kinh nghiệm chuyển đổi số trong ngành bán lẻ của Singapore và Philippines nhằm rút ra các bài học gợi mở cho doanh nghiệp bán lẻ tại Hải Phòng. Nghiên cứu cho thấy Singapore thành công nhờ xây dựng lộ trình chuyển đổi số rõ ràng, hỗ trợ mạnh mẽ về tài chính, đào tạo nhân lực số và thúc đẩy mô hình bán lẻ đa kênh. Trong khi đó, Philippines chú trọng phát triển hạ tầng logistics, thanh toán số và bảo mật dữ liệu nhằm tạo nền tảng cho thương mại điện tử phát triển. Từ kinh nghiệm quốc tế, bài viết cho rằng doanh nghiệp bán lẻ tại Hải Phòng cần triển khai chuyển đổi số theo lộ trình phù hợp, đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử và bán lẻ đa kênh, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực số, tăng cường bảo mật dữ liệu và phát triển hệ thống logistics. Đồng thời, chính quyền địa phương cần đóng vai trò hỗ trợ và kiến tạo môi trường thuận lợi để thúc đẩy chuyển đổi số trong ngành bán lẻ phát triển bền vững.

Từ khóa: *chuyển đổi số, doanh nghiệp nhỏ và vừa, ngành bán lẻ*

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra mạnh mẽ, chuyển đổi số đã trở thành xu hướng phát triển tất yếu của nền kinh tế toàn cầu. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây và thương mại điện tử không chỉ làm thay đổi phương thức sản xuất mà còn tác động sâu sắc đến hoạt động thương mại và tiêu dùng. Đối với ngành bán lẻ, chuyển đổi số đang thúc đẩy sự thay đổi toàn diện từ mô hình kinh doanh, phương thức quản trị, tổ chức chuỗi cung ứng đến cách thức tương tác và phục vụ khách hàng. Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc ứng dụng công nghệ số không còn là lựa chọn mang tính bổ trợ mà đã trở thành điều kiện quan trọng để doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và thích ứng với xu hướng tiêu dùng mới.

Tại Việt Nam, ngành bán lẻ giữ vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế và phát triển thị trường nội địa. Những năm gần đây, cùng với sự phát triển của internet, thiết bị di động và các nền tảng thương mại điện tử, hoạt động bán lẻ đã có nhiều chuyển biến tích cực theo hướng hiện đại hóa và số hóa. Tuy

* Viện Kinh tế Việt Nam và Thế giới, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

nhiên, quá trình chuyển đổi số trong doanh nghiệp bán lẻ, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn doanh nghiệp mới chỉ ứng dụng các công cụ số ở mức cơ bản như bán hàng trực tuyến qua mạng xã hội, sử dụng phần mềm quản lý đơn giản hoặc thanh toán điện tử, trong khi việc ứng dụng các công nghệ số chuyên sâu như phân tích dữ liệu, quản trị khách hàng, tự động hóa hay bán lẻ đa kênh còn tương đối hạn chế. Bên cạnh đó, những khó khăn về nguồn lực tài chính, chất lượng nhân lực số, hạ tầng logistics và an toàn dữ liệu đang trở thành rào cản lớn đối với quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế lớn của khu vực phía Bắc với tốc độ phát triển thương mại và dịch vụ khá nhanh. Lợi thế về cảng biển, logistics, hạ tầng giao thông và quá trình đô thị hóa đang tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển thị trường bán lẻ và thương mại điện tử. Tuy nhiên, trước áp lực cạnh tranh ngày càng lớn và sự thay đổi nhanh của hành vi tiêu dùng, các doanh nghiệp bán lẻ tại Hải Phòng cần đẩy mạnh đổi mới mô hình kinh doanh, nâng cao năng lực quản trị và ứng dụng công nghệ số để thích ứng với môi trường kinh doanh mới.

Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về chuyển đổi số trong ngành bán lẻ có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn. Bài viết lựa chọn nghiên cứu trường hợp của Singapore và Philippines. Singapore là quốc gia đứng đầu trong khu vực về chuyển đổi số, quốc gia này có các chính sách và lộ trình rõ ràng hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp bán lẻ ngành bán lẻ. Trong khi đó, Philippines là quốc gia cùng nằm trong khu vực Đông Nam Á, có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam về cơ cấu doanh nghiệp, trình độ phát triển và những thách thức trong quá trình chuyển đổi số. Thông qua phân tích kinh nghiệm của hai quốc gia này, bài viết đề xuất một số bài học gợi mở nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành bán lẻ tại Hải Phòng trong thời gian tới.

2. Kinh nghiệm của Singapore

Singapore luôn là quốc gia đi đầu và truyền cảm hứng cho các nước khác trong khu vực Đông Nam Á. Bên cạnh đó, đây còn là nước đi đầu trong công cuộc chuyển đổi số và mức độ trưởng thành số hóa trong doanh nghiệp (Cisco, 2020). Kể từ năm 2014, Singapore đưa ra chiến lược Quốc gia thông minh và năm 2017, Singapore xây dựng ngân sách hàng năm để thúc đẩy chiến lược này. Đại dịch Covid-19 bùng nổ mạnh mẽ tuy gây ra những ảnh hưởng nặng nề đến Singapore nhưng thúc đẩy vô cùng mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số tại Singapore, xuất phát từ nhu cầu giảm thời gian đi lại, giảm tiếp xúc trực tiếp,

thanh toán nhanh gọn thông qua các sàn thương mại điện tử cũng như giúp các doanh nghiệp Singapore ứng dụng chuyển đổi số khắc phục những hậu quả dịch bệnh và phát triển ngay trong đại dịch **Invalid source specified..**

Để hỗ trợ doanh nghiệp nội địa Singapore thích ứng với chuyển đổi số cũng như giúp đỡ doanh nghiệp bán lẻ khi đại dịch Covid – 19 diễn ra, Singapore đã đưa ra chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) trong ngành bán lẻ (IMDA, 2022). Chương trình này là chỉ dẫn cho các DNVVN trong ngành bán lẻ ở Singapore số hóa hoạt động kinh doanh, tăng cường kỹ năng và tham gia vào các dự án thử nghiệm trong ngành bán lẻ. Chương trình được chính phủ Singapore xây dựng định hướng thông qua 3 bước:

Bước 1: Chuẩn bị sẵn sàng cho nền kinh tế kỹ thuật số

Trong bước này, DNVVN trong ngành bán lẻ số hóa các giải pháp kinh doanh và tối ưu hóa nguồn lực nhằm tăng hiệu quả kinh doanh. Các giải pháp được triển khai như thanh toán điện tử, điểm bán hàng tích hợp, thương mại điện tử, quản trị kho hàng.

(i) Điểm bán hàng tích hợp là công cụ kết hợp thu tiền hàng với quản lý kho hàng, ghi chép dữ liệu khách hàng và kế toán. Điều này cho phép các doanh nghiệp bán lẻ có thể theo dõi theo thời gian thực việc giao dịch với khách hàng, lượng hàng có sẵn trong kho và hoàn thành đơn hàng ở các cửa hàng của mình. Doanh nghiệp cũng có thể đồng bộ tồn kho hàng hóa cùng với hoạt động kinh doanh.

(ii) Thanh toán điện tử tạo điều kiện cho nhiều hình thức thanh toán khác nhau như ví điện tử, thanh toán bằng thẻ, chuyển khoản hoay mã QR. Thông qua đó, người tiêu dùng có thêm các lựa chọn về phương thức thanh toán, tiết kiệm thời gian thanh toán và thời gian phải ra ngân hàng. Bên cạnh đó, nhân viên thu ngân của các doanh nghiệp bán lẻ cũng tạo ra dịch vụ khách hàng có giá trị cao hơn.

(iii) Thương mại điện tử giúp khách hàng mua sắm hàng hóa ở bất kỳ đâu và vào bất kỳ khi nào chỉ cần có mạng internet và thiết bị kết nối. Doanh nghiệp bán lẻ hưởng lợi từ việc sản phẩm được bán thông qua các kênh trực tuyến và giảm chi phí hàng tồn kho vì hàng hóa được chuyển trực tiếp đến người tiêu dùng từ kho hàng.

(iv) Quản trị kho hàng giúp giám sát việc vận chuyển hàng hóa một cách thuận tiện nhờ có hệ thống giám sát. Vì thế, doanh nghiệp biết được mức độ tồn kho, di chuyển hàng hóa và vị trí của hàng hóa theo thời gian thực. Từ đó, doanh nghiệp có cơ sở đưa ra quyết định về giá cả hàng hóa, xúc tiến và mua thêm

hàng hóa. Quản trị kho hàng cũng giúp giảm lãng phí do hàng hóa hết hạn hoặc tồn quá nhiều, tối ưu hóa không gian và chi phí lưu kho.

Bước 2: Phát triển nền kinh tế kỹ thuật số

Ở bước này, các doanh nghiệp được hỗ trợ để nắm bắt các thị trường tiêu dùng mới, cùng với việc giảm chi phí hoạt động nhờ các nền tảng tích hợp và giải pháp thông qua thiết bị di động. Song song với đó, hoạt động của DNVVN sẽ ngày càng tự động hóa trong khi khách hàng sẽ được khuyến khích tự phục vụ nhiều hơn thông qua các ứng dụng kỹ thuật số. Một vài ví dụ về các giải pháp này là thanh toán qua thiết bị di động, tự thanh toán, tối ưu hóa bố cục cửa hàng, nền tảng tích hợp nguồn lực.

(i) Thanh toán qua thiết bị di động cho phép khách hàng thanh toán nhờ vào các thiết bị di động mà họ có, qua đó, khách hàng không phải chờ đợi thanh toán cũng như tiết kiệm thời gian xử lý và thời gian phải giao dịch tại ngân hàng.

(ii) Đặt hàng tại cửa hàng qua thiết bị di động cho phép khách hàng mua hàng hóa đã xem tại cửa hàng thông qua các thiết bị di động. Cách đặt hàng này tạo điều kiện lưu kho ở địa điểm khác mà không phải cửa hàng, tối ưu hóa không gian cửa hàng để trưng bày nhiều hàng hóa hơn, nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng tại cửa hàng vì không còn phải xếp hàng để thanh toán và trong quá trình mua sắm, khách hàng được cập nhật những chương trình ưu đãi mới nhất khi tham gia mua sắm.

(iii) Tối ưu hóa bố cục cửa hàng cung cấp thông tin dựa vào dòng lưu thông tại cửa hàng nhờ các công nghệ như phân tích video. Tối ưu hóa sơ đồ cửa hàng nhằm tối ưu vị trí, cách sắp xếp và trưng bày hàng hóa, điều này giúp khách hàng có trải nghiệm tốt hơn và thời gian khách lưu lại cửa hàng tăng lên.

(iv) Các nền tảng tích hợp nguồn lực cho phép kết hợp và chia sẻ nguồn lực như lưu kho, nhân sự, giao hàng. Đây là cơ sở chính để các doanh nghiệp bán lẻ tối ưu hóa việc sử dụng tài sản và nhân lực, mua sắm hàng hóa, dịch vụ với chi phí rẻ hơn thông qua các bên điều hành các nền tảng.

(v) Tự thanh toán tiên hàng giúp khách hàng có thể thanh toán mà không phải phụ thuộc vào nhân viên thu ngân, từ đó, giảm thời gian xếp hàng và nhân viên thu ngân sẽ thực hiện những công việc đem lại giá trị gia tăng lớn hơn.

Bước 3: Nhảy vọt

Ở bước này, doanh nghiệp tận dụng nền tảng kỹ thuật số và các công nghệ tiên tiến như mô hình bán hàng đa kênh nhằm vươn tới thị trường toàn cầu. Có thể điểm qua một số công nghệ như thương mại điện tử toàn cầu, robot hỗ trợ thông minh, hợp tác quảng cáo kỹ thuật số, xác thực sản phẩm,... Doanh nghiệp

tham gia vào nhiều kênh bán hàng khác nhau như bán tại cửa hàng, bán hàng trực tuyến, bán hàng qua catalog và trên các phương tiện truyền thông xã hội, qua đó, họ có thể tiếp cận nhiều khách hàng hơn và giới thiệu sản phẩm trên nhiều kênh khác nhau.

(i) Thị trường thương mại điện tử toàn cầu giúp khách hàng ở nước ngoài mua hàng qua mạng internet. Các doanh nghiệp có thể tận dụng những thị trường thương mại điện tử sẵn có để tăng doanh thu nhờ khả năng hiển thị sản phẩm tăng và lượng khách hàng trên phạm vi toàn cầu.

(ii) Robot hỗ trợ thông minh là những robot tự thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng như hướng dẫn mua sắm, nhận đơn đặt hàng,... Khi sử dụng robot, khách hàng có thể mua sắm mà không cần thêm nhân viên hỗ trợ, trong khi dịch vụ chăm sóc khách hàng vẫn được đảm bảo và có thể kéo dài thời gian hoạt động của doanh nghiệp.

(iii) Hợp tác quảng cáo kỹ thuật số giúp những doanh nghiệp có tư duy kinh doanh tương đồng, chia sẻ nguồn lực với nhau để nâng cao thương hiệu cũng như tầm ảnh hưởng qua các phương tiện kỹ thuật số như các nền tảng truyền thông xã hội, và hiển thị quảng cáo do các nền tảng thực hiện. Điều này giúp các doanh nghiệp có thể giảm chi phí quảng cáo, trong khi vẫn tăng cường hiển thị thương hiệu và giới thiệu sản phẩm. Bên cạnh đó, hợp tác quảng cáo kỹ thuật số tạo điều kiện cho doanh nghiệp bán kèm các dịch vụ và sản phẩm bổ trợ.

(iv) Xác thực sản phẩm cho phép khách hàng kiểm tra đặc điểm riêng có của sản phẩm. Đây chính là cách hiệu quả để bảo vệ thương hiệu, tránh hàng giả, hàng nhái, xây dựng niềm tin của khách hàng vào thương hiệu.

Song song với đó, chính phủ Singapore đã đưa ra 2 loại khóa học, gồm khóa cơ bản và khóa nâng cao, nhằm đào tạo về kỹ năng số cho nhân sự của doanh nghiệp bởi khi ngành bán lẻ mở rộng và phát triển, các kỹ năng kỹ thuật số đối với nhân sự sẽ trở nên cần thiết. Khóa cơ bản cung cấp nền tảng kiến thức quan trọng về kỹ thuật số, khóa học phù hợp với mọi đối tượng nhất là với người bán hàng, quản lý đơn hàng, marketing. Khóa nâng cao phù hợp với những người mong muốn am hiểu hơn về kỹ năng số. Những người này thường là những chuyên viên kinh doanh, sử dụng giải pháp kỹ thuật số để đạt được mục tiêu kinh doanh, như CEO, giám đốc hoạt động bán lẻ,...

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng được hỗ trợ, tư vấn về chuyển đổi số thông qua các dịch vụ tư vấn cơ bản hoặc chuyên môn. Ở cấp độ cơ bản nhất, các DNVVN có thể tiếp cận các cố vấn của trung tâm DNVVN và được phân tích, tư vấn miễn phí về các giải pháp kỹ thuật số liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp. Với những DNVVN cần những cố vấn chuyên sâu về các giải

pháp kỹ thuật số tiên tiến hơn, họ sẽ được giới thiệu tới các tư vấn viên chính ở trung tâm công nghệ kỹ thuật số của DNVVN. Doanh nghiệp cũng có thể sử dụng dịch vụ quản lý dự án điện tử để hỗ trợ họ trong quá trình thực hiện các giải pháp kỹ thuật số. Các quản lý dự án có thể giúp các doanh nghiệp thực hiện tái cấu trúc và thiết kế lại công việc để các doanh nghiệp có thể hưởng lợi nhiều nhất và có kết quả bền vững hơn từ việc tham gia vào thị trường thương mại điện tử.

Singapore cũng hỗ trợ tài chính và nhân lực để giúp doanh nghiệp khởi động hành trình thương mại điện tử của mình. “Gói tăng tốc thương mại điện tử” được Enterprise Singapore, cơ quan thuộc Bộ Thương mại và Công nghiệp Singapore, công bố nhằm hỗ trợ DNVVN chưa hoặc có ít kinh nghiệm chuyển đổi số. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến ngày càng phức tạp và nhiều người phải ở lại nhà, chuyển sang mua sắm qua mạng. Tổ chức doanh nghiệp Singapore ESG phối hợp với Lazada, Qoo10, Shopee và Amazon để các doanh nghiệp bán lẻ được giảm đến 90% chi phí khi tham gia chuyển đổi với số tiền hỗ trợ tối đa là 9.000 đô la và nền tảng thị trường thương mại điện tử sẽ trực tiếp hoàn trả chi phí này. Các bên cung cấp nền tảng thương mại điện tử làm việc với nhà bán lẻ để hỗ trợ và đăng ký sản phẩm trong 6 tháng, tham gia vào các chiến dịch quảng bá sản phẩm, hoàn thiện đơn hàng và phân tích dữ liệu bán hàng (SMEhorizon, 2020)

Ngoài ra, chính phủ Singapore còn cho ra mắt sáng kiến đổi mới, tập trung vào việc đưa ra trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng, ở cả nền tảng online và offline. Đồng thời, tập hợp các bên liên quan khác nhau như các bên bán buôn, thị trường thương mại điện tử, để tạo điều kiện cho người bán lẻ không chỉ bán từ cửa hàng vật lý, mà còn có sức cạnh tranh online và thực hiện giao hàng hiệu quả (Jamie Le, 2020; Retail asia, 2023).

3. Kinh nghiệm của Philippines

Trước tiên, để ngành bán lẻ chuyển đổi số, Chính phủ Philippines khuyến khích doanh nghiệp tham gia vào thương mại điện tử với chính sách được định hướng là “thương mại dễ dàng” - an toàn, đáng tin cậy, dễ dàng và hiệu quả ở mọi nơi **Invalid source specified..** Chính phủ Philippines đã công bố lộ trình thương mại điện tử trong giai đoạn 2017-2022 với mục tiêu tạo ra hệ sinh thái thúc đẩy sự phát triển của ngành, tạo nhiều việc làm, giúp nền kinh tế tăng trưởng toàn diện và tập trung vào phát triển 6 khía cạnh chính: cơ sở hạ tầng, đầu tư, đổi mới, tài sản trí tuệ, luồng thông tin và hội nhập. Chính phủ Philippines cũng đã đưa ra nhiều chính sách có lợi cho người bán hàng TMĐT trên thị trường.

Logistics là thành phần quan trọng cốt lõi để mang lại trải nghiệm mua sắm trực tuyến cho khách hàng và hạ tầng logistics là nền tảng cơ bản của ngành bán lẻ. Tại quốc gia như Philippines, Chính phủ đã đưa ra lộ trình đầu tư vào cơ sở hạ tầng logistics, lộ trình này bao gồm cả đầu tư trực tiếp vào cơ sở hạ tầng, chẳng hạn như kho hàng, phát triển và nâng cấp cảng, kho lạnh cũng như hiện đại hóa tổng công ty bưu chính Philippines (PHLPost) - cơ quan chính phụ trách các dịch vụ bưu chính của Philippines. Cũng như cơ sở hạ tầng cho vận tải và lưu trữ, bao gồm các hệ thống nâng cấp phần mềm để cải thiện hoạt động logistics, với sự phối hợp của nhiều cơ quan chính phủ và hiệp hội ngành logistics. Tuy nhiên, hiệu suất hậu cần thấp và chi phí cao là những vấn đề chính mà quốc gia này đang cố gắng khắc phục.

Bên cạnh đó, Chính phủ đã triển khai hệ thống thanh toán bán lẻ Quốc gia. Những cải cách gần đây trong Hệ thống Thanh toán Quốc gia của Philippines bao gồm Đạo luật hệ thống thanh toán Quốc gia, khuôn khổ hệ thống thanh toán bán lẻ Quốc gia và các sáng kiến như tiêu chuẩn hóa mã QR cho các khoản thanh toán và eGov Pay (số hóa các khoản thanh toán cho các cơ quan chính phủ). Philippines đã đạt được tiến bộ đáng kể trong việc cung cấp thanh toán bán lẻ có thể tương tác với Instapay và PESOnet (hệ thống thanh toán bán lẻ liên ngân hàng). Dù vậy nền kinh tế Philippines chủ yếu dựa vào tiền mặt, với các khoản thanh toán kỹ thuật số đang phát triển, nhưng vẫn còn sơ khai. Nhiều ngân hàng vẫn chưa tham gia Instapay và sự sẵn có của các dịch vụ thanh toán vẫn chưa phát triển theo hệ thống thanh toán bán lẻ Quốc gia. Cuối cùng, dù hệ thống thanh toán số (ví điện tử, thanh toán bằng QR,..) đã xuất hiện cũng như người tiêu dùng đã biết đến các phương thức thanh toán này, nhưng mọi người không sẵn sàng sử dụng chúng do tiền mặt được chấp nhận và sử dụng nhiều hơn, hơn nữa người tiêu dùng nhận thức được rủi ro về thanh toán trực tuyến.

Bên cạnh việc chú trọng đầu tư vào hạ tầng CNTT, Chính phủ cũng rất quan tâm đến khía cạnh rủi ro về quyền riêng tư và rủi ro an ninh mạng. Đạo luật về quyền riêng tư của dữ liệu đã được ký thành luật vào năm 2012 và các quy tắc và quy định thực hiện được ban hành vào năm 2016. Các quyền được pháp luật bảo vệ bao gồm: quyền được thông báo khi dữ liệu cá nhân sẽ được thu thập và xử lý, quyền truy cập vào bất kỳ thông tin nào do tổ chức nắm giữ liên quan đến dữ liệu cá nhân của một người, quyền phản đối hoặc từ chối sự đồng ý trong việc thu thập hoặc xử lý dữ liệu cá nhân và quyền ra lệnh tiêu hủy dữ liệu cá nhân, trong số những quyền khác. Đối với đạo luật phòng chống tội phạm mạng năm 2012 xử phạt các tội danh như truy cập máy tính hoặc hệ thống

bất hợp pháp, đánh cắp danh tính và gian lận thẻ tín dụng, cùng nhiều tội danh khác. Những điều luật này tạo nền tảng nhằm bảo vệ cho người tiêu dùng cũng như doanh nghiệp bán lẻ khi tham gia chuyển đổi số.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong chuyển đổi số, tuy nhiên, chất lượng chuyển đổi số ở Philippines còn thấp. Trong báo cáo Global Connectivity Index 2020 (Chỉ số kết nối toàn cầu) của Huawei, Philippines xếp hạng thứ 59 trên tổng số 79 quốc gia được đánh giá. Điểm số trung bình của Philippines là 38/120, cùng với Indonesia là hai quốc gia Đông Nam Á duy nhất nằm trong danh sách chuyển đổi số ở mức khởi đầu **Invalid source specified..** Điểm số này được Huawei đánh giá thông qua 4 chỉ số là: Mức độ cung cấp các dịch vụ Công nghệ Thông tin và Truyền thông (CNTT-TT); Nhu cầu kết nối; Kinh nghiệm kết nối; Tiềm năng phát triển trong tương lai của nền kinh tế số. Nguyên nhân sự thụt lùi của Philippines trong hội nhập xu thế chuyển đổi số là cơ sở hạ tầng và nền tảng phát triển còn ở mức thấp so với các quốc gia trong khu vực.

Đến năm 2025, mức độ chuyển đổi số của Philippines đã có những cải thiện đáng kể nhờ sự phát triển nhanh của thương mại điện tử, thanh toán số, hạ tầng viễn thông và các chương trình hỗ trợ số hóa doanh nghiệp của Chính phủ. Theo báo cáo Global Digitalization and Intelligence Index (GDII) 2025 của Huawei, Philippines được đánh giá là một nền kinh tế đang trong giai đoạn tăng tốc chuyển đổi số. Tuy nhiên, xét về hạ tầng số, dữ liệu số và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, Philippines vẫn còn khoảng cách đáng kể so với các quốc gia dẫn đầu khu vực Đông Nam Á như Singapore, Indonesia và Thailand. Các quốc gia này có lợi thế vượt trội về hạ tầng viễn thông, độ phủ 5G, trung tâm dữ liệu, điện toán đám mây, hệ sinh thái AI, nguồn nhân lực công nghệ cao và mức độ ứng dụng số trong doanh nghiệp. Trong khi đó, Philippines vẫn đối mặt với nhiều hạn chế như tốc độ Internet chưa ổn định, chi phí logistics cao, mức độ ứng dụng công nghệ tiên tiến trong doanh nghiệp nhỏ và vừa còn thấp, cũng như thiếu hụt nguồn nhân lực số chất lượng cao (Huawei, 2025).

4. Một số bài học gợi mở

Trước hết, doanh nghiệp bán lẻ tại Hải Phòng cần xác định chuyển đổi số là một quá trình theo lộ trình, phù hợp với quy mô, năng lực tài chính và mức độ sẵn sàng của từng doanh nghiệp. Kinh nghiệm của Singapore cho thấy hiệu quả của cách tiếp cận từng bước, bắt đầu từ các giải pháp cơ bản như phần mềm quản lý bán hàng, thanh toán điện tử, thương mại điện tử và quản trị kho, sau đó mới tiến tới các công nghệ nâng cao hơn như phân tích dữ liệu, tự động hóa quy trình và bán lẻ đa kênh. Cách tiếp cận này đặc biệt phù hợp với doanh nghiệp

nhỏ và vừa tại Hải Phòng, khi phần lớn doanh nghiệp còn hạn chế về nguồn lực công nghệ, nhân lực và kinh nghiệm thực thi.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp bán lẻ Hải Phòng cần chuyển mạnh từ mô hình bán hàng truyền thống sang mô hình bán lẻ đa kênh, kết hợp hài hòa giữa cửa hàng vật lý và nền tảng số. Sự phát triển nhanh của thương mại điện tử, mạng xã hội và hành vi mua sắm trực tuyến đã làm thay đổi cách người tiêu dùng tiếp cận hàng hóa và dịch vụ. Vì vậy, doanh nghiệp không nên chỉ coi cửa hàng truyền thống là kênh bán hàng duy nhất, mà cần tận dụng thêm các nền tảng trực tuyến để mở rộng thị trường, gia tăng độ phủ thương hiệu và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Việc kết hợp các kênh bán hàng, giao dịch và chăm sóc khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp gia tăng khả năng cạnh tranh trong bối cảnh thị trường bán lẻ ngày càng số hóa sâu rộng.

Thứ hai, cần coi trọng và tiếp tục phát triển hạ tầng logistics và hệ thống giao hàng trong bán lẻ. Kinh nghiệm của Philippines cho thấy dù thương mại điện tử và thanh toán số có phát triển đến đâu, nếu hạ tầng logistics yếu và chi phí giao hàng cao thì quá trình chuyển đổi số vẫn khó đạt hiệu quả thực chất. Với Hải Phòng, lợi thế về cảng biển, vận tải và kết nối vùng tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp bán lẻ phát triển các mô hình giao hàng nhanh, quản lý tồn kho thông minh và liên kết với các doanh nghiệp logistics. Đây là nền tảng quan trọng để giảm chi phí vận hành, rút ngắn thời gian phục vụ và nâng cao chất lượng trải nghiệm khách hàng.

Thứ ba, phát triển nguồn nhân lực số là điều kiện then chốt để bảo đảm chuyển đổi số đi vào chiều sâu. Không ít doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp khó khăn không phải vì thiếu công nghệ mà vì thiếu con người có khả năng vận hành, khai thác và tối ưu công nghệ. Do đó, doanh nghiệp bán lẻ Hải Phòng cần chú trọng đào tạo kỹ năng số cho người lao động, đặc biệt là các kỹ năng sử dụng phần mềm quản lý bán hàng, thương mại điện tử, marketing số, chăm sóc khách hàng trực tuyến và phân tích dữ liệu cơ bản. Đồng thời, chủ doanh nghiệp cũng cần được nâng cao nhận thức về quản trị số, đổi mới mô hình kinh doanh và ra quyết định dựa trên dữ liệu thay vì chỉ dựa vào kinh nghiệm.

Thứ tư, vấn đề bảo mật dữ liệu và an toàn giao dịch điện tử cũng cần được đặc biệt quan tâm. Kinh nghiệm của Philippines cho thấy niềm tin của người tiêu dùng có ảnh hưởng lớn đến quá trình chuyển đổi số trong bán lẻ. Do đó, doanh nghiệp cần đầu tư vào các giải pháp bảo mật thông tin khách hàng, bảo đảm an toàn thanh toán trực tuyến và nâng cao nhận thức về an ninh mạng cho người lao động. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp hạn chế rủi ro mà còn góp phần xây dựng niềm tin của khách hàng đối với môi trường mua sắm số.

Thứ năm, chính quyền thành phố Hải Phòng cần đóng vai trò kiến tạo và hỗ trợ quá trình chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành bán lẻ thông qua các chính sách hỗ trợ tài chính, ưu đãi tiếp cận công nghệ, phát triển hạ tầng số và thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Đồng thời, cần tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp bán lẻ với các doanh nghiệp công nghệ, tổ chức tài chính, sàn thương mại điện tử và cơ sở đào tạo nhằm tạo ra môi trường thuận lợi cho chuyển đổi số phát triển bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Cisco. (2020). *Global Digital Readiness Index 2019*.
2. Retail Asia. (2023). *Watsons Singapore pioneering the O+O strategy for a seamless retail experience*.
3. Department of Trade and Industry Philippines. (2020). *Baseline survey in digitalization of MSME*.
https://ecommerce.dti.gov.ph/madali/baseline_survey.html
4. Department of Trade and Industry Philippines. (2022). *e-Commerce Philippines 2022 roadmap*. Department of Trade and Industry Philippines.
5. Huawei. (2020). *Global connectivity index 2020: Shaping the new normal with intelligent connectivity*. Huawei.
6. Huawei. (2025). *Global digitalization and intelligence index (GDII) 2025*. Huawei. <https://www.huawei.com/minisite/gdii/en/>
7. Infocomm Media Development Authority. (2022). *Retail industry digital guide for SMEs*. https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/programme/smes-go-digital/industry-digital-plans/retail-idp/retail-industry-digital-guide-for-smes_v3.pdf
8. Lee, J. (2020). *Help for SME retailers to start selling online*. The Straits Times. <https://www.straitstimes.com/singapore/help-for-sme-retailers-to-start-selling-online>
9. Vân Phạm. (2020). *Singapore chi 352 triệu USD cho doanh nghiệp chuyển đổi số*. VnExpress. <https://vnexpress.net/fpt-van-hanh-so/singapore-chi-352-trieu-usd-cho-doanh-nghiep-chuyen-doi-so-4114172.html>
10. Retail Asia. (2023). *Watsons Singapore pioneering the O+O strategy for a seamless retail experience*. Retail Asia.
11. SMEhorizon. (2020). *Enterprise Singapore rolls out e-commerce booster package*. <https://www.smehorizon.com/enterprise-singapore-rolls-out-e-commerce-booster-package/>