

TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TỈNH BÌNH DƯƠNG TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ VÙNG ĐÔNG NAM BỘ

Nguyễn Thanh Tâm^{1*}

¹Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

*Tác giả liên hệ: Nguyễn Thanh Tâm, nguyenthantam@dntu.edu.vn

THÔNG TIN CHUNG

Ngày nhận bài: 04/3/2025

Ngày nhận bài sửa: 21/3/2025

Ngày duyệt đăng: 31/3/2025

TỪ KHOÁ

Thương mại điện tử;

Khu vực Đông Nam Bộ;

Triển vọng phát triển;

Kinh tế.

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm mục đích phân tích chỉ số thương mại điện tử, để đánh giá triển vọng phát triển của ngành thương mại điện tử tại tỉnh Bình Dương trong bối cảnh hội nhập kinh tế vùng Đông Nam Bộ. Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp thống kê mô tả, so sánh và tổng hợp trên cơ sở các báo cáo chỉ số thương mại điện tử do Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam phát hành từ năm 2021 đến 2024. Kết quả cho thấy Bình Dương duy trì vị trí thứ hai về tốc độ phát triển thương mại điện tử trong khu vực, chỉ đứng sau TP. Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra các cơ hội lớn mà tỉnh có thể khai thác để thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ hơn trong tương lai. Trên cơ sở nghiên cứu, tác giả đề xuất những chiến lược quản trị nhằm thúc đẩy sự phát triển thương mại điện tử tại Bình Dương, góp phần vào sự tăng trưởng chung của ngành thương mại điện tử Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vùng Đông Nam Bộ là khu vực kinh tế trọng điểm của Việt Nam, đóng vai trò then chốt trong sự phát triển kinh tế - xã hội của cả nước. Đây là khu vực có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử cao nhất, đồng thời cũng là trung tâm về thương mại, dịch vụ, giáo dục, đào tạo và ứng dụng khoa học - công nghệ. Với sự đổi mới sáng tạo mạnh mẽ và chuyển đổi số nhanh chóng, Đông Nam Bộ không chỉ dẫn đầu cả nước mà còn có ảnh hưởng sâu rộng trong nước cũng như khu vực Đông Nam Á. Hơn nữa, vùng này giữ vị trí quan trọng trong việc thúc đẩy sự liên kết giữa các khu vực kinh tế khác. Trong suốt thập kỷ qua, thương mại điện tử đã trở thành xu hướng phát triển tất yếu, góp phần quan trọng vào hệ thống bán lẻ quốc gia. Đặc biệt, trong bối cảnh đại dịch

Covid-19, thương mại điện tử đã khẳng định vai trò quan trọng trong việc duy trì hoạt động kinh doanh và đáp ứng nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng khiến việc sử dụng thương mại điện tử trên toàn cầu tăng nhanh. Theo báo cáo Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) năm 2020 chứng minh Covid-19 đã thúc đẩy sự mở rộng toàn cầu của thương mại điện tử trên thế giới và đã làm gia tăng đáng kể số lượng người mua sắm trực tuyến trên thế giới. Chính nhờ sự tác động của Covid-19 và sự ra đời của Internet kết hợp quá trình số hóa phát triển không ngừng đã tạo điều kiện lớn cho người tiêu dùng hưởng lợi ích từ các đặc quyền giao dịch trực tuyến.

Thương mại điện tử có thể là cơ hội quan trọng để phát triển kinh tế quốc gia. Bán hàng trực tuyến cho phép doanh nghiệp, người dân tiếp

cận được nhiều khách hàng hơn, cả trong và ngoài nước. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử trên thế giới, Việt Nam có thể được xem là nước dẫn đầu trên thị trường thương mại điện tử so với các nước trong khu vực Đông Nam Á. Điều này tạo ra cơ hội để Việt Nam thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Doanh số bán lẻ trực tuyến của Việt Nam tăng 18 - 25% trong năm 2024, đạt khoảng 25 tỷ USD, trong đó có các nền tảng thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, TikTok Shop, Tiki và Sendo chiếm gần 2/3 giá trị của nền kinh tế số (Tô, 2024). Thành công của thương mại điện tử tại Việt Nam là kết quả của sự đóng góp tích cực từ các cơ quan, tổ chức thông tin qua việc xây dựng các báo cáo định hướng và chiến lược phát triển lâu dài.

Tỉnh Bình Dương là tỉnh nằm trong khu vực Đông Nam Bộ - một trong những trung tâm công nghiệp, dịch vụ logistics hàng đầu cả nước, thương mại điện tử đã và đang có những bước phát triển vượt bậc. Theo chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam (EBI) do Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) công bố năm 2024, Bình Dương nhiều năm liền kề trong nhóm các tỉnh, thành phố có chỉ số EBI cao và đứng vị trí thứ 3, chỉ sau TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Điều này cho thấy thương mại điện tử tại Bình Dương đang phát triển đồng đều trên nhiều phương diện như hạ tầng công nghệ, nguồn nhân lực số, khả năng ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp. Sự phát triển thương mại điện tử tại Bình Dương có sự đóng góp tích cực của nhiều chủ thể, bao gồm các doanh nghiệp cung cấp nền tảng thương mại điện tử, các sản phẩm dịch vụ điện tử trong và ngoài tỉnh, các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh ứng dụng thương mại điện tử, cùng với vai trò điều phối và hỗ trợ từ các cơ quan quản lý nhà nước. Thương mại điện tử tỉnh Bình Dương đã góp phần hình thành hệ thống sinh thái thương

mại điện tử tương đối hoàn chỉnh, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận thị trường và mở rộng hoạt động kinh doanh.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực Đông Nam Bộ ngày càng sâu rộng, thương mại điện tử tại Bình Dương vẫn đối mặt với một số thách thức như: hạ tầng logistics chưa đồng bộ, chênh lệch tốc độ ứng dụng công nghệ giữa doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, kỹ năng số nhưng có giới hạn, hỗ trợ chính sách cơ bản chưa đáp ứng. Để thương mại điện tử phát triển vững chắc, Bình Dương cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống sinh thái thương mại điện tử thông qua việc tăng cường liên kết giữa các nhà phát triển nền tảng, doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử và cơ sở quản lý. Đồng thời, cần thúc đẩy kết nối hạ tầng logistics, đào tạo nguồn nhân lực và hỗ trợ doanh nghiệp. Công việc nghiên cứu phát triển thương mại điện tử của tỉnh Bình Dương trong bối cảnh hội nhập kinh tế là điều cần thiết, nhằm đề xuất các giải pháp quản lý hiệu quả, góp phần thúc đẩy chuyển đổi số và nâng cao năng lực cạnh tranh cho tỉnh Bình Dương.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, kết hợp với nhiều kỹ thuật cụ thể nhằm đảm bảo độ tin cậy và tính hệ thống trong quá trình phân tích. Trước hết, phương pháp nghiên cứu tài liệu được áp dụng để thu thập, tổng hợp và phân tích các tài liệu, báo cáo, số liệu thống kê có liên quan đến chỉ số thương mại điện tử (EBI) của tỉnh Bình Dương và các tỉnh trong khu vực Đông Nam Bộ giai đoạn 2021-2024. Các tài liệu này được khai thác từ những nguồn chính thống như Bộ Công Thương, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, các báo cáo thường niên. Bên cạnh đó, phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phân tích các dữ liệu thứ cấp đã thu thập, nhằm mô tả thực trạng phát triển thương mại điện tử thông qua các thành phần của chỉ số EBI, bao gồm nguồn nhân lực và hạ tầng

(NL&HT), giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C), giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và giao dịch chính phủ cho doanh nghiệp (G2B). Tiếp theo, phương pháp so sánh và phân tích được sử dụng nhằm đối chiếu chỉ số EBI của tỉnh Bình Dương với các tỉnh trong khu vực Đông Nam Bộ, giúp đánh giá mức độ phát triển của thương mại điện tử, đồng thời phân tích xu hướng biến động của chỉ số EBI qua thời gian. Cuối cùng, phương pháp tổng hợp dữ liệu và xử lý bằng phần mềm Excel được áp dụng để hệ thống hóa, tổng hợp và xử lý số liệu. Việc sử dụng phần mềm Excel không chỉ hỗ trợ trực quan hóa dữ liệu thông qua các biểu đồ phân tích kết quả mà còn giúp xác định rõ sự khác biệt và xu hướng phát triển thương mại điện tử giữa các địa phương trong khu vực.

3. DỮ LIỆU NGHIÊN CỨU

Thương mại điện tử (E-commerce) là hình thức mua bán hàng hóa, dịch vụ và thông tin thông qua Internet hoặc các mạng điện tử khác (Aburaya, 2020). E-commerce diễn ra trên các nền tảng kỹ thuật số như Website, ứng dụng di động và App trực tuyến, giúp kết nối người mua và người bán (Amin et al., 2016; Kano et al., 2022). Giao dịch được thực hiện bằng phương thức thanh toán điện tử như thẻ tín dụng, ví điện tử hoặc ngân hàng trực tuyến (Naeem et al., 2020). E-commerce vượt qua giới hạn địa lý, mở rộng thị trường toàn cầu và hoạt động 24/7, mang lại sự tiện lợi cho người dùng (Khaskheli & Jun, 2016). Ngoài ra, các nền tảng này còn ứng dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu để cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm tối đa hóa quy trình chuỗi cung ứng như xử lý đơn hàng, lưu kho và phân phối thông qua dịch vụ logistics (Kharfan et al., 2021).

Theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2012): “Chỉ số Thương mại điện tử, gọi tắt là

EBI (Vietnam eBusiness Index). Bộ chỉ số thương mại điện tử ngày một hoàn thiện, đáp ứng tính đo lường mức độ sẵn sàng của một nền kinh tế trong việc thích nghi với kinh tế số, giúp cho mọi đối tượng có thể đánh giá nhanh chóng mức độ ứng dụng thương mại điện tử và so sánh sự tiến bộ giữa các năm theo từng địa phương, đồng thời hỗ trợ việc đánh giá, so sánh giữa các địa phương với nhau dựa trên một hệ thống các chỉ số”. Tuy nhiên Bộ chỉ số thương mại điện tử (EBI) không phản ánh được tốc độ phát triển của chỉ số, mối quan hệ giữa các chỉ số thành phần, mức chênh lệch tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử giữa các khu vực với nhau.

Theo Quyết (2016) cho rằng EBI được xác định bởi công thức sau: $EBI = 0,2 * NL\&HT + 0,3 * B2C + 0,3 * B2B + 0,2 * G2B$.

Trong đó: NL&HT có trọng số cấu thành 20% của EBI. Chỉ số này được tính toán dựa vào nhiều tiêu chí như nguồn nhân lực hiện tại đã đáp ứng thế nào về nhu cầu triển khai công nghệ thông tin và thương mại điện tử của doanh nghiệp, tỷ lệ lao động có trình độ chuyên môn về thương mại điện tử và công nghệ thông tin, cũng như đánh giá các tiêu chí liên quan đến công nghệ máy tính và Internet thông minh nhằm thấy được mức độ sẵn sàng sử dụng thương mại điện tử trong tổ chức, cá nhân và gia đình. Đối với B2C có trọng số cấu thành 30% của EBI. Chỉ số này được xác lập dựa trên một số tiêu chí quan trọng, bao gồm mức độ sử dụng email trong các hoạt động thương mại như ký kết hợp đồng, quảng bá doanh nghiệp và sản phẩm, giao dịch và chăm sóc khách hàng; khả năng xây dựng và duy trì Website doanh nghiệp; mức độ tham gia vào các sàn thương mại điện tử; việc áp dụng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt; cũng như các biện pháp bảo vệ thông tin cá nhân. Nhóm B2B, chiếm 30% tổng trọng số của EBI, nhấn mạnh vào việc doanh nghiệp triển khai các phần mềm quản lý như hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP), quản trị quan hệ khách hàng

(CRM) và quản lý chuỗi cung ứng. Việc áp dụng các công cụ này không chỉ thể hiện sự sẵn sàng ứng dụng công nghệ thông tin mà còn yêu cầu một hệ thống quản lý khoa học và sự quyết tâm đổi mới ở mọi cấp độ trong doanh nghiệp.

Trong khi đó, nhóm G2B chiếm 20% trọng số của EBI, phản ánh mức độ doanh nghiệp khai thác thông tin từ các Website của cơ quan nhà nước, sử dụng dịch vụ công trực tuyến phục vụ hoạt động kinh doanh, cũng như tiếp cận thông tin đấu thầu thông qua các kênh chính thức của cơ quan quản lý.

Nghiên cứu sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp của các báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. Nghiên cứu tổng hợp và phân tích báo cáo trong giai đoạn 2021-2024. Trên cơ sở hệ thống hóa lý thuyết và tham khảo các công trình nghiên cứu có liên quan tiến hành phân tích chỉ số thương mại điện tử của tỉnh Bình Dương và so sánh với chỉ số thương mại điện tử với các tỉnh khác thuộc vùng Đông Nam Bộ.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Thực trạng phát triển thương mại điện tử vùng Đông Nam Bộ

Nghị quyết 24-NQ/TW của Bộ Chính trị đã nêu rõ vai trò của vùng Đông Nam Bộ (2022), trong chiến lược phát triển kinh tế, chính trị và xã hội của đất nước. Với vai trò quan trọng này, vùng Đông Nam Bộ phải triển khai đồng bộ các giải pháp, trong đó một trong những yếu tố quan trọng là ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo, giúp thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững và tăng năng suất lao động. Trong giai đoạn 2021-2030, mục tiêu chiến lược của Đông Nam Bộ là đạt mức tăng năng suất lao động 7%, với đóng góp của năng suất tổng hợp (TFP) vào tăng trưởng đạt khoảng 56%. Điều này đòi hỏi phải đẩy mạnh đổi mới công nghệ và ứng dụng các công nghệ tiên tiến.

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và Internet, thương mại điện tử ở Việt Nam, đặc biệt là vùng Đông Nam Bộ đã có những bước phát triển vượt bậc. Kinh tế số và thương mại điện tử tiếp tục là động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Theo báo cáo Kinh tế số Đông Nam Á năm 2024 do Google - Temasek công bố ngày 5/11, quy mô nền kinh tế Internet Việt Nam trong năm 2024 ước tính đạt 36 tỷ USD, tăng 16% so với năm trước. Trong đó, thương mại điện tử bán lẻ giữ vai trò chủ đạo khi đóng góp 22 tỷ USD, tăng 18% so với cùng kỳ, chiếm 61% tổng giá trị nền kinh tế Internet (Châm, 2024). Báo cáo EBI năm 2024 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam cho thấy, TP. Hồ Chí Minh tiếp tục dẫn đầu khu vực Đông Nam Bộ về chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam với 87 điểm. Bình Dương xếp thứ hai với 51 điểm, tiếp theo là Đồng Nai với 30 điểm. Các tỉnh còn lại trong khu vực như Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Phước và Tây Ninh cũng có mức chỉ số thương mại điện tử tương đối sát với các địa phương lớn.

Khu vực này đóng góp một phần lớn vào doanh thu thương mại điện tử của cả nước. Theo Báo cáo chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2024, thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam vượt mốc 25 tỷ USD, tăng khoảng 20% so với năm 2023, chiếm 2/3 giá trị kinh tế số của cả nước, được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới, tạo động lực phát triển kinh tế và dẫn dắt chuyển đổi số trong doanh nghiệp. Các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, Tiki và TikTok Shop, Sendo thống kê 9 tháng đầu năm 2024, thị trường thương mại điện tử Việt Nam duy trì đà tăng trưởng tích cực với tổng doanh số đạt 227,7 nghìn tỷ đồng, tăng 37,66% so với cùng kỳ 2023; sản lượng đạt 2,430 triệu sản phẩm, tăng 49,8% so với 9 tháng đầu năm 2023; số Shop đang hoạt động là 580,3 nghìn shop, giảm khoảng 1% so

với cùng kỳ năm 2023 (Huyền, 2024).

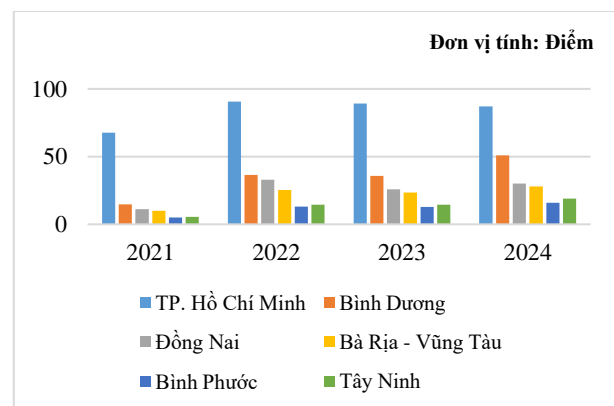
Các địa phương ở Đông Nam Bộ đã tích cực kết nối và chia sẻ kinh nghiệm phát triển thương mại điện tử, qua đó quảng bá sản phẩm địa phương và mở rộng thị trường. Điều này giúp khu vực thích ứng với xu hướng mới về thương mại điện tử và các phương thức bán hàng trực tuyến, tiếp thị đa kênh. Theo khảo sát của Hiệp hội Internet Việt Nam và Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC), hơn 70% dân số Đông Nam Bộ đã có kết nối Internet, với hơn 70% sở hữu thiết bị di động thông minh, tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua sắm trực tuyến. Sự phát triển hạ tầng viễn thông và dịch vụ thanh toán điện tử cũng góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy thương mại điện tử trong khu vực này (Quân, 2023).

Nhìn chung, sự phát triển của thương mại điện tử tại Đông Nam Bộ là kết quả của việc khai thác hiệu quả cơ sở hạ tầng và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng. Đây là một xu hướng tích cực giúp khu vực này phát triển kinh tế nhanh chóng, đồng thời góp phần nâng cao năng suất lao động và mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm địa phương.

4.2. Kết quả nghiên cứu

Theo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số của Bộ Công Thương, hiện Bình Dương có 1835 tài khoản tổ chức, cá nhân hoạt động thương mại điện tử, 11 ứng dụng bán hàng và 855 website bán hàng được thông báo. Các số liệu này cho thấy Bình Dương đang từng bước thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, hướng đến mục tiêu xây dựng một nền kinh tế số bền vững (My & Tú, 2024). Tỉnh Bình Dương đã tổ chức các chương trình kết nối giữa nhà bán hàng và sàn thương mại điện tử, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp địa phương ứng dụng thương mại điện tử vào sản xuất và kinh doanh. Sau khoảng

thời gian diễn ra hai làn sóng ảnh hưởng của Covid-19 trong năm 2020 và 2021, toàn bộ nền kinh tế xã hội bị trì trệ và kinh doanh trên sàn thương mại điện tử bị tác động nghiêm trọng. Năm 2022 là năm đánh dấu sự phục hồi của nền kinh tế Việt Nam, từ ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 một số lượng lớn thương nhân đã chủ động chuyển đổi số nhằm khai thác cơ hội kinh doanh và chính nhờ tác động của Covid-19 đã thúc đẩy sự phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam. Số lượng người tiêu dùng trực tuyến gia tăng đáng kể, đồng thời chất lượng cũng được nâng cao. Cụ thể chỉ số EBI của TP. Hồ Chí Minh đạt 90,6 cao nhất so với cả nước nói chung và khu vực Đông Nam Bộ nói riêng. Riêng đối với khu vực trọng điểm phía Nam chỉ số EBI của các tỉnh được sắp xếp theo chiều giảm dần như sau: Bình Dương (36,4); Đồng Nai (33); Bà Rịa - Vũng Tàu (25,3); Tây Ninh (14,6) và Bình Phước (13,2). Bình Dương tiếp tục xếp vị trí thứ 2 về chỉ số thương mại điện tử, điều này cho thấy tốc độ phát triển thương mại điện tử ở Bình Dương luôn cao mặc dù trong giai đoạn này nền kinh tế Việt Nam đang bắt đầu phục hồi. Qua đó nhận thấy Bình Dương là tỉnh có nhiều tiềm năng để thúc đẩy thương mại điện tử phát triển nhanh và vững chắc trong thời gian sắp tới.



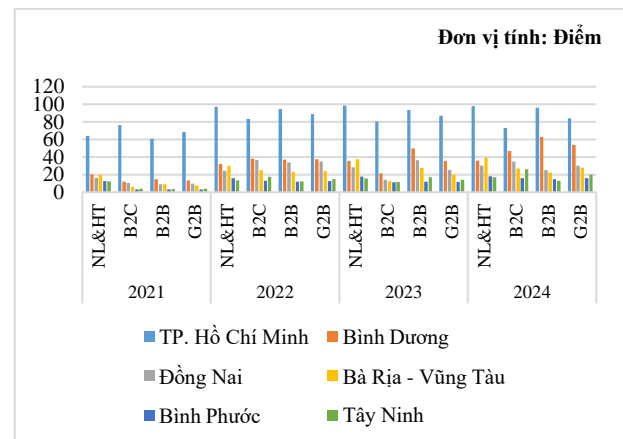
Hình 1. Chỉ số EBI các tỉnh giai đoạn 2021 - 2024

Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử (2024)

Trong năm 2023, chỉ số EBI của Bình Dương đạt 35,7 điểm, tiếp tục giữ vị trí thứ 2 so với các tỉnh vùng Đông Nam Bộ, đứng sau TP. Hồ Chí Minh. Nhìn chung, Bình Dương có tốc độ phát triển thương mại điện tử cao hơn so với các tỉnh trong vùng kinh tế trọng điểm. Các tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu, Tây Ninh, Bình Phước có chỉ số EBI lần lượt là 23,6; 14,6 ;12,9. Tốc độ phát triển thương mại điện tử của các tỉnh này còn thấp so với các tỉnh còn lại trong khu vực Đông Nam Bộ. Chỉ số EBI năm 2023 của các tỉnh có sự giảm nhẹ so với năm 2022 do năm 2023 với sự biến động của nền kinh tế thế giới, không chỉ riêng kinh tế Việt Nam mà nền kinh tế thế giới đã bộc lộ những khó khăn nghiêm trọng. Sự thay đổi này tác động trực tiếp đến thói quen mua sắm của người tiêu dùng. Tuy nhiên, theo khảo sát của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) trên hàng nghìn doanh nghiệp trong cả nước, lĩnh vực thương mại điện tử vẫn tiếp tục phát triển mạnh mẽ, ghi nhận tốc độ tăng trưởng trên 25% và đạt quy mô hơn 20 tỷ USD (VECOM, 2023).

Năm 2024, Bình Dương tiếp tục ghi nhận những thành công đáng kể. Theo báo cáo của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), Bình Dương hiện đứng thứ 3 cả nước về chỉ số thương mại điện tử, đạt 51/100 điểm, chỉ sau TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Xét vùng Đông Nam Bộ thì tỉnh Bình Dương đứng thứ 2 sau TP. Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, Sở Công Thương đã triển khai xây dựng kế hoạch Tổ chức “Tháng siêu khuyến mại và hưởng ứng Tuần lễ Thương mại điện tử Quốc gia năm 2024” trên địa bàn tỉnh Bình Dương (Hằng, 2024). Năm 2024, tỉnh Bình Dương đã thu hút hơn 2,2 tỷ đô la Mỹ vốn FDI, lũy kế đến nay thì tỉnh Bình Dương đã thu hút được gần 4.400 dự án FDI với tổng số vốn đăng ký trên 42,4 tỷ đô la Mỹ, đứng thứ 2 cả nước về thu hút vốn FDI, sau TP. Hồ Chí Minh (Thanh,

2025) và tỷ số cơ cấu thương mại - dịch vụ trong nền kinh tế tỉnh Bình Dương đang tăng dần đều theo từng năm. Bên cạnh đó, với sự hỗ trợ của các cấp chính quyền tỉnh, triển khai kế hoạch chiến lược phát triển thương mại nội địa tỉnh giai đoạn 2025, tầm nhìn đến 2030. Nội dung chiến lược nhằm phát triển thương mại đồng bộ, đa dạng, hạ tầng thương mại được hiện đại hóa. So với khu vực Đông Nam Bộ chỉ số EBI của Bình Dương chỉ đứng sau Thành phố Hồ Chí Minh. Mặc dù có sự chênh lệch khoảng cách với TP. Hồ Chí Minh nhưng trong những năm qua Bình Dương đã và đang thực hiện tốt nhiệm vụ thúc đẩy phát triển thương mại của tỉnh trong khu vực Đông Nam Bộ nói riêng và Việt Nam nói chung.



Hình 2. Các chỉ số đánh giá EBI các tỉnh giai đoạn 2021 – 2024

Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử (2024)

Các chỉ số đánh giá EBI thể hiện sự so sánh các chỉ số thương mại điện tử (NL&HT, B2C, B2B, G2B) của các tỉnh trong khu vực Đông Nam Bộ giai đoạn 2021-2024, cho thấy TP. Hồ Chí Minh tiếp tục dẫn đầu với sự vượt trội ở tất cả các chỉ số. Cụ thể, chỉ số NL&HT của TP. Hồ Chí Minh tăng từ 76,32 điểm năm 2021 lên 97,1 điểm năm 2022 và đạt 98,5 điểm vào năm 2024, phản ánh sự phát triển mạnh mẽ về hạ tầng công nghệ và nguồn nhân lực. Đồng thời, các chỉ số B2C, B2B và G2B cũng đạt mức cao nhất trong

khu vực, lần lượt ở mức 94,7 điểm, 93,8 điểm và 96 điểm vào năm 2024. Đứng thứ hai là Bình Dương với sự tăng trưởng ổn định, khi NL&HT tăng từ 60,68 điểm năm 2021 lên 86,8 điểm năm 2024. Đặc biệt, chỉ số B2C của tỉnh này có sự cải thiện đáng kể, từ 49,9 điểm năm 2023 lên 73 điểm năm 2024, cho thấy sự phát triển mạnh mẽ trong giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Trong khi đó, Đồng Nai vẫn giữ vị trí thứ ba với NL&HT đạt 73 điểm năm 2024, nhưng các chỉ số B2C và B2B còn khá thấp, lần lượt ở mức 54 điểm và 26,5 điểm. Các tỉnh còn lại như Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Phước và Tây Ninh có sự cải thiện nhưng khoảng cách với nhóm dẫn đầu vẫn còn lớn. Đáng chú ý, NL&HT của Bà Rịa - Vũng Tàu đạt 55 điểm vào năm 2024, nhưng chỉ số G2B của Tây Ninh chỉ dừng lại ở 20 điểm, cho thấy mức độ tương tác giữa doanh nghiệp và cơ quan nhà nước trên môi trường số vẫn còn hạn chế. Qua phân tích chỉ số thương mại điện tử của tỉnh Bình Dương giai đoạn 2021-2024 cho thấy tỉnh vẫn giữ vững được mức độ phát triển và duy trì vị trí thứ hai trong khu vực Đông Nam Bộ. Tuy nhiên, năm 2023 ghi nhận sự suy giảm của chỉ số thương mại điện tử tại hầu hết các tỉnh, thành phố trong khu vực, do ảnh hưởng từ tình hình kinh tế thế giới chưa phục hồi, hoạt động sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn, đơn hàng sụt giảm. Ngoài ra, sự gia tăng các biện pháp điều tra phòng vệ thương mại đối với hàng hóa Việt Nam cũng khiến doanh nghiệp rơi vào thế bị động. Nhằm duy trì vị thế và thu hẹp khoảng cách với TP. Hồ Chí Minh trong bối cảnh phát triển thương mại điện tử của vùng Đông Nam Bộ năm 2024, Bình Dương cần tập trung vào việc cải thiện hai chỉ số quan trọng là B2C và B2B. Để nâng cao chỉ số B2B, tỉnh cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong giao dịch thương mại, đặt mục tiêu trên 80% doanh nghiệp sử dụng các giải pháp chứng thực hợp đồng điện tử và chứng từ điện tử như chữ ký số công cộng, chữ ký số cá nhân trên di động, lưu trữ blockchain, hóa đơn

điện tử, tem điện tử và chứng từ xuất kho điện tử. Bên cạnh đó, để cải thiện chỉ số B2C, Bình Dương cần thúc đẩy sự tham gia của các doanh nghiệp vừa và nhỏ vào thị trường thương mại điện tử, phấn đấu đạt mức đóng góp 30% vào tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh. Đồng thời, tỉnh cũng cần đặt mục tiêu nâng tỷ lệ dân số tham gia mua sắm trực tuyến lên trên 50%, góp phần thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử trong khu vực.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Chỉ số thương mại điện tử đóng vai trò quan trọng, góp phần phản ánh tốc độ phát triển thương mại điện tử của Việt Nam nói chung và các tỉnh, thành phố trên cả nước nói riêng. Nghiên cứu này đã phân tích chỉ số EBI của tỉnh Bình Dương so với các tỉnh trong khu vực Đông Nam Bộ và chỉ ra những điều kiện thuận lợi để Bình Dương phát triển thương mại điện tử trong những năm vừa qua. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tỉnh Bình Dương luôn đạt vị trí thứ 2 về tốc độ phát triển thương mại điện tử trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh luôn chủ động tiếp cận với những đề án, chủ động xây dựng phương án phát triển thương mại điện tử cho doanh nghiệp để nhằm tạo ra hiệu quả tối ưu cho sự phát triển thương mại điện tử của tỉnh Bình Dương nói riêng và Việt Nam nói chung. Chính quyền địa phương đã chủ động tổ chức nhiều hội nghị và hội thảo với mục đích vận động, khuyến khích cũng như hỗ trợ các tổ chức và cá nhân tham gia vào các sản phẩm thương mại điện tử. Đồng thời, họ cũng đề xuất các giải pháp tăng cường tuyên truyền và nâng cao nhận thức về vai trò thiết yếu của thương mại điện tử, hướng tới việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành này trên địa bàn tỉnh và cung cấp những định hướng phát triển đúng đắn giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu quả hoạt động kinh

doanh. Mặt khác, nghiên cứu hiện tại vẫn tồn tại một số hạn chế. Cụ thể, chưa có đánh giá đầy đủ về các chỉ số cấu thành của EBI ở tỉnh Bình Dương cũng như nguyên nhân cụ thể nào đang cản trở tốc độ phát triển của từng chỉ số này. Ngoài ra, bài báo chưa thực hiện việc so sánh tác động của các chỉ số cấu thành EBI của Bình Dương với các tỉnh khác trong khu vực Đông Nam Bộ (bao gồm các chỉ số NL&HT, B2C, B2B và G2B). Đây sẽ là những nội dung trọng tâm cần được khai thác trong các nghiên cứu tiếp theo của nhóm tác giả.

5.2. Hàm ý quản trị

Để phát triển thương mại điện tử tại tỉnh Bình Dương trong bối cảnh hội nhập kinh tế vùng Đông Nam Bộ, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị như sau:

Tăng cường đầu tư phát triển hạ tầng số và hạ tầng logistics: Chính quyền cần tiếp tục đầu tư hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin như tốc độ Internet cao, trung tâm dữ liệu, nền tảng điện toán đám mây và hệ thống số, phát triển hạ tầng logistics hiện đại như kho vận, phân phối tự động, mạng lưới giao nhận thông minh. Cần tăng cường kết nối giao thông và logistics với TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu nhằm nâng cao khả năng lưu chuyển hàng hóa và cung cấp thương mại.

Đẩy mạnh hỗ trợ chuyển đổi số doanh nghiệp: chính quyền cần hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, thông qua các chương trình tư vấn, đào tạo và chuyển giao công nghệ. Hỗ trợ nội dung bao gồm quản trị bán hàng trực tuyến, tiếp thị số, quản lý dữ liệu khách hàng và xây dựng hệ thống bán hàng đa kênh tích hợp với các sàn thương mại điện tử.

Phát triển nguồn nhân lực dịch vụ điện tử: Chính quyền cần phối hợp với các trường đại học, cao đẳng để tổ chức các chương trình đào

tạo chuyên sâu về thương mại điện tử, quản trị số và kỹ năng công nghệ thông tin cho người học. Tăng cường hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp thúc đẩy mạnh đào tạo thực hành, giúp nâng cao năng lực làm việc của người học. Bên cạnh đó, cần được chú ý bồi dưỡng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho quá trình chuyển đổi số.

Hoàn thiện chính sách và phát triển hệ thống hỗ trợ thương mại điện tử: Chính quyền cần xây dựng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thương mại điện tử, như các ưu đãi về thuế, tín dụng, chuyển đổi số và khởi nghiệp số. Đồng thời, cần hoàn thiện khung pháp lý về giao dịch điện tử, bảo mật thông tin và bảo vệ tiêu dùng. Việc đơn giản hóa thủ tục hành chính và thúc đẩy hợp tác công - tư cũng là yếu tố quan trọng nhằm tạo môi trường thuận lợi cho thương mại điện tử phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Aburaya, R. (2020). Business Analytics of E-Commerce Policy and Practice: An Ethical Perspective. 2020 *International Conference on Decision Aid Sciences and Application*, DASA 2020, 761–767. <https://doi.org/10.1109/DASA51403.2020.9317117>.
- Amin, M. R., Hussin, H., Suhaimi, M. A., Kartiwi, M., & Mohamed, M. J. (2016). E-Business Capability and Value among Retail SMEs: Some Empirical Evidence from Malaysia. *E-Learning, e-Management and e-Services (IC3e)*, 79–84.
- Cham, N. (2024). Thúc đẩy chuyển đổi số ngành Công Thương hướng tới phát triển bền vững, *Tạp chí Công Thương* <https://tapchicongthuong.vn/thuc-day-chuyen-doi-so-nganh-cong-thuong-huong-toi-phat-trien-ben-vung-130126.htm>.
- Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam. <http://ebi.vecom.vn/Trang-chu.aspx>.

- Hang, D. (2024). Thương mại điện tử Bình Dương: Hành trình chinh phục thị trường số. *Báo Bình Dương*. <https://baobinhduong.vn/thuong-mai-dien-tu-binh-duong-hanh-trinh-chinh-phuc-thi-truong-so-a337069.html>.
- Hiệp hội điện tử thương mại Việt Nam (2020). *Việt Nam thương mại điện tử tăng tốc sau đại dịch covid-19*. <https://trungtamwto.vn/file/20760/reports-vecom-covid-19.pdf>.
- Huyen, N. (2024). Thương mại điện tử Việt Nam 9 tháng đạt hơn 227 nghìn tỷ, tăng gần 38%. *Tạp chí Kinh tế Việt Nam*. <https://vneconomy.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-9-thang-dat-hon-227-nghin-ty-tang-gan-38.htm>.
- Kano, K., Choi, L. K., Riza, B. Subhan, & Dinda Octavyra, R. (2022). Implications of Digital Marketing Strategy The Competitive Advantages of Small Businesses in Indonesia. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 44–62. <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.72>.
- Khaskheli, A., & Jun, Y. (2016). A Review on the Importance of E-Commerce for SMEs in Pakistan. *Journal on Innovation and Sustainability*. RISUS ISSN 2179-3565, 7(1), 11. <https://doi.org/10.24212/2179-3565.2016v7i1p11-17>.
- Kharfan, M., Chan, V. W. K., & Firdolas Efendigil, T. (2021). A data-driven forecasting approach for newly launched seasonal products by leveraging machine-learning approaches. *Annals of Operations Research*, 303(1–2), 159–174. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03666-w>.
- My, T., & Tu, Cam. (2024). Tạo đà cho thương mại điện tử, xây dựng nền kinh tế số vững mạnh. *Báo Bình Dương*. <https://baobinhduong.vn/tao-da-cho-thuong-mai-dien-tu-xay-dung-nen-kinh-te-so-vung-manh-a337719.html>.
- Nghị quyết 24-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế - xã hội vùng Đông Nam Bộ (2022). *Báo điện tử* <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/toa-n-van-nghi-quyet-24-nq-tw-cua-bo-chinh-tri-ve-phat-trien-ktxh-vung-dong-nam-bo-119221022225448428.htm>.
- Naeem, M., Hameed, M., & Taha, M. S. (2020). A study of electronic payment system. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 767(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/767/1/012008>.
- Quan, H. (2023). Liên kết vùng trong thương mại điện tử. *Báo Đồng Nai*. <https://baodongnai.com.vn/dong-nam-bo/202311/lien-ket-vung-trong-thuong-mai-dien-tu-e9b5202>.
- Quyết, C.B. (2016). Phân tích chỉ số thương mại điện tử Đà Nẵng giai đoạn 2012-2015 và các khuyến nghị. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*. <https://vjol.info.vn/index.php/HVNH-KHDAOTAONH/article/view/73297/62184>.
- Thanh, N. (2025). Kỳ vọng thu hút mạnh dự án FDI chất lượng. *Báo Bình Dương*. <https://baobinhduong.vn/ky-vong-thu-hut-manh-du-an-fdi-chat-luong-a338983.html>.
- To, U. (2024). Thương mại điện tử Việt Nam tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng 18 - 25%/năm. *Tạp chí Thị trường Tài chính - Tiền tệ*. <https://thitruongtaichinhhtiente.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-tiep-tuc-duy-tri-toc-do-tang-truong-18-25-nam-65049.html>.

THE DEVELOPMENT PROSPECTS OF E-COMMERCE IN BINH DUONG PROVINCE IN THE CONTEXT OF ECONOMIC INTEGRATION IN THE SOUTHEAST REGION

Nguyen Thanh Tam^{1*}

¹*Dong Nai Technology University*

*Corresponding author: *Nguyen Thanh Tam, nguyenthantam@dentu.edu.vn*

GENERAL INFORMATION

Received date: 04/3/2025

Revised date: 21/3/2025

Accepted date: 31/3/2025

KEYWORD

E-commerce;

Southeast Region;

Development Prospects;

Economy.

ABSTRACT

The study aims to analyze e-commerce indices to assess the development prospects of the e-commerce sector in Binh Duong province within the context of economic integration in the Southeast region. The research employs a combination of descriptive statistics, comparative analysis, and synthesis methods based on e-commerce index reports published by the Vietnam E-commerce Association from 2021 to 2024. The results indicate that Binh Duong has maintained its position as the second-fastest-growing e-commerce market in the region, following only Ho Chi Minh City. Additionally, the study highlights significant opportunities that the province can leverage to further accelerate its e-commerce development in the future. Based on the research, the author proposes management strategies to foster e-commerce growth in Binh Duong and contribute to the overall expansion of Vietnam's e-commerce sector.
