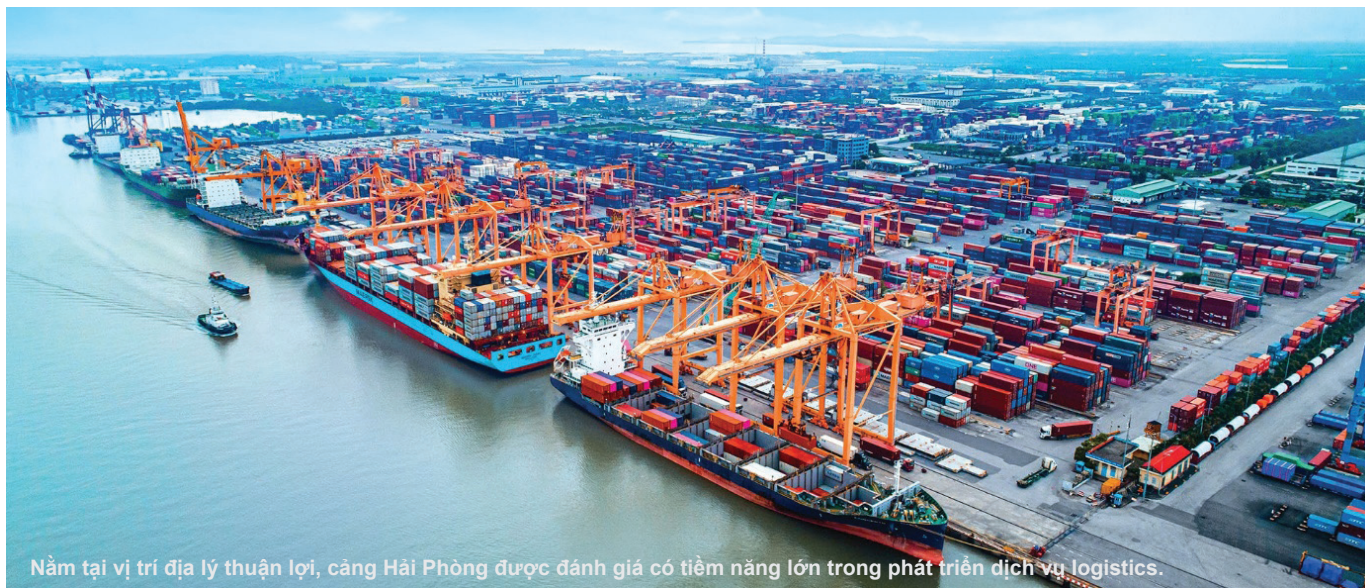




Kinh nghiệm quốc tế trong phát triển “logistics hai chiều” phục vụ thương mại điện tử

Sản phẩm nông nghiệp được nhiều quốc gia trên thế giới coi là giải pháp để thúc đẩy kinh tế nông nghiệp, nông thôn, tuy nhiên sản xuất nông nghiệp còn gặp nhiều khó khăn do năng suất lao động thấp, hạ tầng khó khăn, lợi nhuận không cao... Để giải quyết những vấn đề này, nhiều quốc gia, trong đó có Trung Quốc và Nhật Bản đã triển khai mô hình “logistics hai chiều” gắn với thương mại điện tử (TMĐT) nông thôn thông qua việc hình thành mạng lưới “hạ tầng hai chiều, nông sản vào thành phố, phương tiện sản xuất nông nghiệp và hàng tiêu dùng chuyển về nông thôn”, hình thành hệ sinh thái tiêu dùng khép kín.

Các quốc gia trên thế giới coi việc sử dụng sản phẩm nông nghiệp là giải pháp chính để thúc đẩy kinh tế nông thôn và xóa đói giảm nghèo. Tuy nhiên, nông dân đang phải đối mặt với nhiều khó khăn như năng suất lao động thấp, lợi nhuận không cao, thiếu nguồn lực tài chính. Sự khan hiếm nguyên liệu sản xuất và gián đoạn trong phân phối do đầu cơ, thiên tai cũng góp phần làm tình hình trở nên khó khăn hơn. Bên cạnh đó, sự phát triển chênh lệch giữa khu vực thành phố

và nông thôn đã tạo ra các rào cản rất lớn trong phát triển kinh tế - xã hội, kéo theo sự di dân tự do làm tăng áp lực lên các khu vực đô thị, ảnh hưởng đến môi trường sống và làm giảm khả năng tiếp cận các nhu cầu cơ bản của người dân. Để giải quyết tình trạng này, Chính phủ các quốc gia trên thế giới đưa ra các giải pháp hỗ trợ người nông dân thu hẹp khoảng cách với thành thị, tạo điều kiện cho người dân tiếp xúc với các ứng dụng công nghệ mới, nhằm đạt được mục tiêu phát triển bền vững. Một trong những giải pháp

căn cơ nhất hiện nay là hỗ trợ chuyển đổi số “tam nông” (nông nghiệp, nông dân, nông thôn), hướng đến việc thông qua nền tảng số TMĐT, biến mỗi nông dân trở thành một thương nhân, mỗi hợp tác xã là một doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số. Trong đó đặc biệt chú trọng phát triển logistics hai chiều.

Kinh nghiệm của Trung Quốc

Thị trường TMĐT tại nông thôn Trung Quốc được đánh giá là một thị trường tiềm năng với quy mô tăng trưởng cao. Về tổng thể, quy mô thị trường mua sắm trực tuyến ở nông thôn năm 2022 của Trung Quốc đạt 2,17 nghìn tỷ Nhân dân tệ (năm 2015 là 0,35 nghìn tỷ Nhân dân tệ), với mức tăng trưởng theo năm là 19,1%, cao hơn 2,6% so với bán lẻ trực tuyến toàn Trung Quốc.

Quy mô thị trường mua sắm trực tuyến tại nông thôn giai đoạn 2015-2022

Mặc dù có mức tăng trưởng cao, nhưng thị trường TMĐT tại nông thôn đang gặp hai thách thức liên quan tới logistics. *Thứ nhất*, chi phí logistics tại nông thôn cao. Số liệu thống kê của Trung tâm Thông tin logistics Trung Quốc cho thấy, tổng chi phí logistics tại Trung Quốc chiếm tới 18% GDP. Trong đó, chi phí logistics ở nông thôn cao hơn ở thành phố, khi khoảng cách giao hàng trong vòng 20 km, chi phí giao hàng đến thành phố bằng 1/2 so với nông thôn; ở khoảng cách 20-30 km, chi phí giao hàng đến thành phố bằng 1/3 so với nông thôn; ở khoảng cách 60 km, chi phí giao hàng đến thành phố bằng 1/5 so với nông thôn. *Thứ hai*, cơ sở hạ tầng logistics nông thôn không đáp ứng nhu cầu hàng hóa nông sản do mạng lưới phân phối chưa đủ tập trung, địa bàn phân tán nên khó thiết lập hệ thống quản lý kho bãi, dẫn đến bưu điện và các doanh nghiệp logistics thứ ba ở các làng và thị trấn hoạt động độc lập, khó đạt được phạm vi giao hàng bao phủ toàn diện.

Vai trò của Chính phủ

Trung Quốc coi việc sử dụng nền tảng TMĐT nông thôn là công cụ nhằm triển khai mô hình logistics hai chiều đạt mục đích sản phẩm công nghiệp giảm và sản phẩm nông nghiệp tăng. Sản phẩm công nghiệp giảm đề cập đến việc giúp các sản phẩm công nghiệp thâm nhập vào thị trường nông thôn. Sản phẩm nông nghiệp tăng đề cập đến việc sử dụng công nghệ Internet để bán các sản phẩm nông nghiệp từ các vùng nông thôn

đến mọi miền đất nước, đặc biệt là các thành thị. Điều này được Chính phủ Trung Quốc cụ thể hóa thông qua: chính sách của Chính phủ; đồng bộ hệ thống cơ sở hạ tầng logistics, hạ tầng số, khả năng truy cập Internet và mạng di động, khả năng tiếp cận đường bộ và mạng lưới logistics; phát triển nền tảng số phục vụ người dân.

Về các chính sách chung, trong giai đoạn 2015-2020, Chính phủ Trung Quốc đã ban hành một loạt chính sách tập trung phát triển TMĐT tại khu vực nông thôn. Các chính sách này hướng tới hỗ trợ doanh nghiệp TMĐT, logistics, thương mại, tài chính, và các doanh nghiệp khác tham gia vào nền tảng TMĐT phục vụ thị trường nông thôn, đẩy nhanh hình thành mạng lưới “logistics hai chiều” kết nối khu vực nông thôn và thành thị, nông sản vào thành phố, phương tiện sản xuất nông nghiệp và hàng tiêu dùng chuyển về nông thôn.

Về phát triển hạ tầng logistics hai chiều khu vực nông thôn, Trung Quốc ban hành các chính sách, biện pháp hỗ trợ về cơ sở hạ tầng, mạng lưới logistics, nhà điều hành, triển khai áp dụng mô hình hoạt động logistics hai chiều. Ngoài ra, để thực hiện đồng bộ các chính sách một cách hiệu quả, một loạt cơ quan Nhà nước đã phối hợp với nhau. Chính phủ Trung Quốc còn thành lập Quỹ tài chính¹ nhằm hỗ trợ kinh phí cho các địa phương triển khai thử nghiệm mô hình logistics hai chiều tại một số địa phương chọn lọc.

Nhờ các chính sách đồng bộ, cơ sở hạ tầng logistics hai chiều nông thôn đã có nhiều bước tiến đáng kể. Hệ thống đường bộ được chú trọng đầu tư², đảm bảo kết nối các khu vực xa xôi với mạng lưới phân phối. Dịch vụ bưu chính được cải thiện và mở rộng khắp các vùng nông thôn³. Trung Quốc đã xây dựng nền tảng thông tin công cộng về logistics và vận tải quốc gia với sự tham gia của khoảng 300.000 doanh nghiệp, giúp tiết kiệm 550 triệu Nhân dân tệ/năm. Hơn thế nữa, các nền tảng TMĐT Trung Quốc cũng phát triển mạnh mẽ, như Taobao, Pindoudou... đã dẫn đầu thị trường nội địa.

¹Quỹ bắt đầu với 1,1 tỷ Nhân dân tệ vào năm 2014, tăng dần lên 3,9 tỷ Nhân dân tệ vào năm 2017, đến năm 2022 đạt gần 14 tỷ Nhân dân tệ.

²Giai đoạn 2013-2018, Chính phủ Trung Quốc đã phân bổ khoảng 61,2 tỷ USD (400 tỷ Nhân dân tệ) và huy động thêm 245 tỷ USD (1,6 nghìn tỷ Nhân dân tệ) để xây dựng 1,27 triệu km đường bộ.

³Tính đến 2020, 96,6% số làng đã có bưu cục TMĐT.



Tăng cường kết nối logistics thúc đẩy tiêu thụ, xuất khẩu nông lâm thủy sản. Nguồn: baochinhpvu.vn.

Phát triển các nền tảng số bản địa phục vụ nông thôn

Trung Quốc đã tạo ra được một không gian rộng lớn cho các doanh nghiệp công nghệ số của nước này cạnh tranh và phát triển. Các chính sách phát triển kinh tế số của Trung Quốc tập trung vào hai điểm chính: bảo hộ thị trường số, hạn chế doanh nghiệp nước ngoài; hỗ trợ phát triển thị trường nội địa và tạo điều kiện thúc đẩy doanh nghiệp trong nước. Quyết định bảo hộ thị trường công nghệ số đã tạo cho doanh nghiệp trong nước của Trung Quốc vị thế độc quyền trước các đối thủ nước ngoài. Nhiều doanh nghiệp công nghệ Trung Quốc đã tận dụng tốt cơ hội này để phát triển, nổi bật là ba doanh nghiệp mũi nhọn: Alibaba - TMĐT, Baidu - Công cụ tìm kiếm, Tencent - Mạng xã hội.

Việc hình thành các doanh nghiệp công nghệ hàng đầu thế giới đã giúp Trung Quốc triển khai sáng kiến “Doanh nghiệp đại chúng và Đổi mới đại chúng”, dành cho các tập đoàn công nghệ số trong nước. Hoạt động của Làng Taobao bao gồm: thiết lập mạng lưới dịch

vụ TMĐT cấp quận/huyện, làng và tạo công việc mới tại nông thôn⁴; cải thiện kết nối logistics tại nông thôn và thúc đẩy lưu thông hàng hóa, dịch vụ hai chiều⁵; tổ chức đào tạo về TMĐT, thúc đẩy tinh thần kinh doanh⁶; cung cấp dịch vụ tài chính nông thôn (thông qua công ty con Ant Financial của Alibaba)⁷. Sản phẩm của Làng Taobao cũng rất phong phú, từ các sản phẩm thủ công

⁴Chương trình hỗ trợ xây dựng các trạm dịch vụ tại các làng để hỗ trợ người dân bán hàng trên sàn TMĐT Taobao. Đến năm 2018, hơn 30.000 trạm đã được thành lập tại hơn 1.000 quận/huyện ở 29 tỉnh, khu tự trị và thành phố trực thuộc trung ương... hơn 30.000 trợ lý cửa hàng toàn thời gian và gần 30.000 trợ lý bán thời gian đã được tuyển dụng.

⁵Chương trình Làng Taobao tìm cách giải quyết vấn đề này thông qua “giao hàng hai giai đoạn” và xây dựng hệ thống logistics thông minh Cainiao gồm các nhà cung cấp dịch vụ logistics địa phương để vận chuyển các gói hàng từ quận/huyện đến làng.

⁶Trường Đại học Taobao đã xây dựng 11 cơ sở đào tạo về TMĐT trên cả nước và tổ chức chuỗi khóa đào tạo TMĐT trực tuyến.

⁷Tính đến cuối năm 2020, Ant Financial đã cung cấp dịch vụ tài chính nông thôn cho 816 quận/huyện nghèo cấp quốc gia và khu vực (98% các quận/huyện nghèo cấp quốc gia và khu vực trong cả nước) và cung cấp khoản vay 11,2 tỷ RMB thông qua chương trình Làng Taobao.

cho đến công nghệ cao. Chương trình Làng Taobao được Alibaba bắt đầu triển khai từ năm 2009 với 3 làng, đến năm 2022, số làng đã tăng lên tới 7.780 làng. Sự phát triển của các Làng Taobao đã chứng minh được hiệu quả của TMĐT tại nông thôn nhờ kết hợp các nguồn lực trong một mô hình.

Kinh nghiệm của Nhật Bản

Nhật Bản có tổng dân số năm 2023 là 124,5 triệu người, đứng thứ 11 thế giới. Trong đó, số dân sống ở vùng nông thôn chỉ có 10,2 triệu người, giảm 1,49% so với năm 2021, do chịu tác động kép của tình trạng người trẻ bỏ lên thành phố sinh sống và người già tăng nhanh.

Khu vực nông thôn có địa hình phức tạp, gần 70% là rừng, đồi núi; chỉ có 12% được canh tác và khoảng 8% được dành cho đường sá, dân cư và công nghiệp. Việc quản lý cơ sở hạ tầng, đặc biệt là giao thông, rất phức tạp và tốn kém, điều này đặt ra thách thức lớn về khả năng tiếp cận các dịch vụ an sinh xã hội của người dân. Nhằm giảm bất bình đẳng, đảm bảo an ninh xã hội, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển bền vững tại khu vực nông thôn, Chính phủ Nhật Bản coi việc hỗ trợ nông nghiệp (hỗ trợ về sinh kế) và phát triển hạ tầng logistics hai chiều gắn với TMĐT khu vực nông thôn là một trong những giải pháp trọng tâm.

Về hỗ trợ nông nghiệp

Mặc dù ngành nông nghiệp chỉ đóng góp 1,0% tổng GDP năm 2020 của cả nước với khoảng 2 triệu lao động (chiếm 1,6% dân số), nhưng năm 2021 chính phủ Nhật Bản đã chi hơn 50 tỷ USD để hỗ trợ nền nông nghiệp phát triển. Trong khi đó, Việt Nam có đến 60,8 triệu dân sống ở vùng nông thôn (chiếm 61,7% tổng dân số) với 14,3 triệu lao động trong lĩnh vực nông/lâm nghiệp, thủy sản. Ngành nông nghiệp đóng góp 12,6% cho GDP của cả nước năm 2021 nhưng sự hỗ trợ từ chính phủ Việt Nam cho ngành nông nghiệp còn tương đối thấp, chỉ khoảng 500 triệu USD (ít hơn 100 lần so với Nhật Bản).

Về hỗ trợ phát triển hạ tầng logistics hai chiều gắn với thương mại điện tử

Nhật Bản coi việc phát triển hạ tầng logistics gắn với TMĐT là một trong những trọng tâm nhằm giải quyết các thách thức ở khu vực nông thôn. Trong đó, Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng và Giao thông vận tải ban hành kế hoạch logistics mới nhằm đáp ứng được ba xu hướng và mục tiêu cơ bản: xây dựng cơ chế logistics hiệu quả, tiên tiến; xây dựng cơ chế logistics phù hợp với

nhu cầu của xã hội; xây dựng cơ chế logistics có thể đảm bảo duy trì được cuộc sống người dân. Các giải pháp triển khai gồm: i) Chính phủ xây dựng các chính sách hỗ trợ bao gồm: thúc đẩy dịch vụ logistics nông thôn, thúc đẩy phát triển ngành dịch vụ logistics, tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng, tối ưu hóa cơ sở hạ tầng mạng lưới; ii) Các tập đoàn công nghệ số (Rakuten), công ty khai thác logistics (Nippon Express, Kintetsu, Yamato) coi việc phục vụ khu vực nông thôn như một hoạt động trách nhiệm xã hội. Japan Post cũng hoạt động trên toàn quốc, với các bưu điện nông thôn đóng vai trò là ngân hàng và công ty bảo hiểm. Mặc dù các bưu điện nông thôn này không có lãi nhưng Japan Post vẫn duy trì chúng như một dịch vụ công; iii) Phát triển nền tảng số TMĐT bản địa nhằm thay thế những cửa hàng bị đóng cửa ở các vùng nông thôn. Việc lưu thông nông sản và các sản phẩm phụ tại Nhật Bản được thực hiện trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

Về hỗ trợ tài chính

Chính phủ Nhật Bản ban hành nhiều chính sách hỗ trợ về tài chính cho khu vực nông thôn như: i) Cung cấp trợ cấp và các khoản vay lãi suất thấp cho các hợp tác xã để nâng cao năng suất logistics; ii) Chính phủ cho các doanh nghiệp thuê hoặc bán đất với giá ưu đãi để xây dựng kho bãi hậu cần phục vụ các hoạt động logistics. Chính phủ Nhật Bản đã vận dụng tốt giải pháp công - tư kết hợp trong phát triển hạ tầng logistics. Điển hình như, trung tâm logistics Hoping Island (phía Nam Tokyo) có chi phí xây dựng là 57,2 tỷ Yên Nhật; trong đó, 70% là đầu tư của các tổ chức tài chính quốc gia, 20% của các ngân hàng địa phương và 10% của các doanh nghiệp; iii) Hỗ trợ cước giao hàng chặng cuối cho các vùng xa xôi, khó tiếp cận về giao thông.

*
* *

Chính sách “đột phá” và hỗ trợ kịp thời về tài chính thông qua mô hình “logistics hai chiều” gắn với TMĐT của Trung Quốc và Nhật Bản đã mang lại những thành công đáng kể, giúp nông nghiệp, nông thôn phát triển bền vững. Đây là những kinh nghiệm quý để một nước có nền kinh tế nông nghiệp làm nền tảng như Việt Nam học hỏi, áp dụng, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay ✍

Công Minh