

KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG CỦA VECOM NĂM 2022

Kế hoạch này xây dựng theo Phương hướng hoạt động được thông qua tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IV của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, tình hình triển khai hoạt động các năm 2016 - 2021, Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 và thực tiễn phát triển thương mại điện tử.

Theo đánh giá của Hiệp hội, trải qua hai năm của đại dịch Covid-19 đất nước gặp khó khăn nghiêm trọng, đặc biệt là giai đoạn bùng phát của đại dịch lần thứ 4 vừa qua. Tuy nhiên thương mại điện tử vẫn đạt được những điểm sáng và tạo tiền đề tốt cho sự phát triển lâu dài khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát, một số lĩnh vực còn có sự bứt phá mạnh trong đại dịch vừa qua.. Với định hướng đúng đắn và sự quyết liệt phòng chống dịch bệnh của các nước trên thế giới, trong năm 2022 cộng đồng sẽ dần thích nghi và đi vào hoạt động trở lại một cách ổn định trong trạng thái “Bình thường mới”. Tổng hợp mọi yếu tố có thể dự đoán thương mại điện tử Việt Nam năm 2022 sẽ đạt mức tăng trưởng tương đương và thậm chí cao hơn so với năm 2021.

I. Tư vấn, phản biện chính sách, pháp luật về thương mại điện tử

1. Tư vấn, phản biện văn bản pháp luật liên quan tới thương mại điện tử

Hoạt động tư vấn, phản biện chính sách và pháp luật về thương mại điện tử là nhiệm vụ trọng tâm của Hiệp hội nhằm tạo ra môi trường vĩ mô thuận lợi cho sự phát triển mạnh mẽ và bền vững của lĩnh vực này trên phạm vi cả nước. Trong nhiệm kỳ III nói chung cũng như năm 2021 vừa qua Hiệp hội đã làm tốt nhiệm vụ này và nhiệm kỳ IV cần tiếp tục chú trọng hơn nữa bởi mỗi thay đổi trong chính sách quản lý của nhà nước sẽ có tác động rất lớn tới việc có thể tạo ra sự bứt phá của thương mại điện tử Việt Nam hay không.

Trong giai đoạn tới ưu tiên hàng đầu của VECOM là tiếp tục tư vấn, phản biện các chính sách, các dự thảo sửa đổi, bổ sung Thông tư, Nghị định liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp về TMĐT nhằm tiếp tục tạo môi trường thông thoáng, góp phần tạo đà tăng trưởng mạnh mẽ của năm 2022 cũng như cho cả giai đoạn 2021 – 2026, đưa mục tiêu thương mại điện tử Việt Nam năm 2025 thuộc nhóm ba nước đứng đầu ASEAN trở thành hiện thực. Hiệp hội sẽ đồng hành cùng các hội viên và cộng đồng doanh nghiệp thường xuyên rà soát, phản ánh tới các cơ quan quản lý nhà nước những quy định đảm bảo tính khả thi và phù hợp với thực tiễn. Trong năm 2022, các cơ quan nhà nước có thể ban hành mới hoặc sửa đổi, bổ sung một số chính sách, luật và nghị định

liên quan tới chuyển đổi số, kinh tế số và thương mại điện tử, chẳng hạn sửa đổi, bổ sung Luật Giao dịch điện tử, ban hành Nghị định quy định quản lý hàng hóa xuất nhập khẩu giao dịch qua thương mại điện tử... Hiệp hội sẽ tích cực tham gia góp ý, phản biện những dự thảo chính sách, pháp luật liên quan trực tiếp tới thương mại điện tử.

Các hoạt động liên quan tới một số vấn đề cụ thể về chính sách, pháp luật như:

- 1) trách nhiệm của các đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử;
- 2) giải quyết tranh chấp trực tuyến theo các hình thức hoà giải, trọng tài;
- 3) kinh doanh trên mạng xã hội;
- 4) quản lý các doanh nghiệp chuyển phát giao hàng chặng cuối;
- 5) các quy định hải quan đối với xuất nhập khẩu hàng hoá qua biên giới;
- 6) blockchain, tiền điện tử, tiền mã hoá;
- 7) quản lý thuế liên quan đến doanh nghiệp và cá nhân trong thương mại điện tử;
- 8) bảo vệ thông tin cá nhân.

2. Thực thi pháp luật liên quan tới thương mại điện tử

Hiệp hội cần tích cực triển khai các hoạt động theo dõi, giám sát việc tuân thủ pháp luật liên quan tới thương mại điện tử của các doanh nghiệp hội viên. Một mặt, hỗ trợ các hội viên tuân thủ các quy định pháp luật, tạo điều kiện để các hội viên hoạt động tích cực, hiệu quả hơn. Mặt khác, phát hiện các doanh nghiệp trong và ngoài Hiệp hội vi phạm pháp luật và đề xuất với các cơ quan chức năng có các biện pháp xử lý thỏa đáng, vừa bảo vệ lợi ích hợp pháp của hội viên, vừa đảm bảo sự thượng tôn pháp luật.

Cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, số lượng vụ tranh chấp và vi phạm pháp luật có thể gia tăng nhanh chóng, đồng thời mức độ phức tạp và đa dạng ngày càng cao. Hiệp hội cần phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý thị trường, quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, thanh tra công nghệ thông tin và truyền thông, thanh tra khoa học và công nghệ, Hiệp hội Bảo vệ người tiêu dùng cũng như các cơ quan trọng tài và bảo vệ pháp luật khác để phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm của các bên tham gia thương mại điện tử. Chủ động tham gia các chương trình phổ biến kiến thức pháp luật tới hội viên và cộng đồng cũng như kêu gọi sự cam kết chung tay hành động, tuân thủ pháp luật, đặc biệt khi tham gia kinh doanh trên môi trường trực tuyến.

II. Những lĩnh vực hoạt động chính

1. Chương trình “Phát triển thương mại điện tử bền vững giai đoạn 2019 – 2025”

Trong giai đoạn 2016 - 2021, tỷ trọng thương mại điện tử tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh chiếm khoảng 70%, tất cả 61 tỉnh, thành còn lại chỉ chiếm khoảng 30%. Mục tiêu của Chương trình là tới năm 2025 tỷ trọng của 61 tỉnh, thành này đạt 50%, trong khi vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của hai trung tâm kinh tế

Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh ở mức cao trên 25%.

Trong năm 2020, VECOM đã báo cáo Bộ Công Thương về vấn đề lớn này. Với sự ủng hộ của Bộ Công Thương, Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025 đã đề ra mục tiêu tới năm 2025 tỷ trọng thương mại điện tử của Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh chiếm 50%, của các địa phương khác là 50%. Kế hoạch cũng nêu nhiều giải pháp thực hiện để đạt mục tiêu lớn này.

Trong hai năm 2020 – 2021 VECOM đã phối hợp với một số hội viên như VnPost, Lazada, Tiki, Shopee, IMGGroup, Vinalink, Sapo, Haravan, Fado, iViet, Ladipage... và các đơn vị liên quan như Google, Visa Việt Nam triển khai nhiều Chương trình, tổ chức các hoạt động thúc đẩy thương mại điện tử tại một số tỉnh, bao gồm Thái Nguyên, Ninh Bình, Thanh Hoá, Nghệ An, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Thừa Thiên Huế, Long An, Bến Tre, Đồng Tháp, An Giang, Bình Thuận, Đồng Nai, Cà Mau, Cần Thơ, Bà Rịa - Vũng Tàu...

Với những kinh nghiệm có được, năm 2022 VECOM sẽ đẩy mạnh triển khai Chương trình này với một số nội dung chính sau:

- i) Chủ động mời các Sở Công Thương tại các địa phương ủng hộ, tham gia Chương trình, hỗ trợ thiết thực các doanh nghiệp tại địa phương chuyển đổi số, triển khai hiệu quả thương mại điện tử. Tăng số địa phương tham gia Chương trình lên khoảng 30 tỉnh thành, bao gồm các tỉnh thành đã triển khai trong các năm 2020 - 2021 và thêm các tỉnh thành lân cận Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ.
- ii) Phối hợp chặt chẽ với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương triển khai các giải pháp nhằm đạt được mục tiêu thúc đẩy nhanh thương mại điện tử tại các địa phương nêu trong Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025.
- iii) Tiếp tục liên kết với Google và một số hội viên VECOM cùng triển khai chương trình đào tạo Retail University với chủ đề Growth Retail nhằm thực hiện các chương trình đào tạo đội ngũ lãnh đạo, nhân viên tại các doanh nghiệp bán lẻ, qua đó thúc đẩy hoạt động kinh doanh trên môi trường trực tuyến.

Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2020 đã nhấn mạnh phát triển nguồn nhân lực nắm vững kỹ năng kinh doanh trực tuyến tại hàng trăm nghìn doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như hàng triệu hộ gia đình trên phạm vi cả nước là yếu tố then chốt cho sự phát triển nhanh và bền vững của thương mại điện tử nước ta.

Từ những thành công của dự án Retail University năm 2021, Google và VECOM đã thống nhất chương trình đào tạo Retail University tiếp tục triển khai trong năm 2022 và có thể cho những năm tiếp theo. Hai bên sẽ cùng các hội viên chủ chốt của VECOM và các đối tác uy tín tổ chức các khoá đào tạo về kinh doanh trực tuyến cho đông đảo học viên trên cả nước. Các chương trình đào tạo được thực hiện với hình thức offline & online, nhằm đảm bảo tính linh hoạt, trong tình hình phức tạp của dịch Covid 19. Sau mỗi khoá học, các học viên đạt tiêu chuẩn sẽ được cấp chứng chỉ của VECOM và Google.

iv) Phối hợp với các tổ chức khác có chung mục tiêu hỗ trợ phát triển thương mại điện tử tại các địa phương

Thương mại điện tử là một công cụ hữu ích giúp nông dân, các địa bàn khó khăn... xoá đói giảm nghèo. Do đó, một số tổ chức uy tín có các hoạt động cụ thể để hỗ trợ các đối tượng này có thể kinh doanh trên nền tảng trực tuyến.

Trên cơ sở hợp tác với UNDP năm 2020 và 2021 tại tỉnh Bình Thuận, VECOM sẽ chủ động hơn trong việc hợp tác với UNDP và các tổ chức khác như World Bank, IMF triển khai hoạt động hỗ trợ các địa phương phát triển thương mại điện tử. Chương trình hợp tác cùng UNDP hướng dẫn bà con nông dân tại các vùng trồng hoa quả xuất khẩu tại Bình Thuận cho thấy nhu cầu được hỗ trợ/tư vấn thúc đẩy bán hàng online là rất cao. Bà con nông dân sẵn sàng học hỏi và đầu tư cho hoạt động này. VECOM cũng cần nâng cao vai trò kết nối để đưa các sản phẩm thương mại điện tử và các doanh nghiệp chuyên phát cùng tham gia sâu hơn trong việc hỗ trợ/tư vấn bà con nông dân.

2. Đào tạo chính quy về thương mại điện tử

Hoạt động đào tạo chính quy về thương mại điện tử tại các trường Đại học, Cao đẳng, Trung học chuyên nghiệp, Nghề có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc phát triển nguồn nhân lực cho thương mại điện tử.

Thông qua hoạt động này sẽ tạo nên một đội ngũ nhân lực thương mại điện tử bài bản, đủ khả năng tiếp thu, làm chủ, phát triển và chuyển giao các công nghệ mới tiên tiến, hiện đại hóa công nghệ truyền thống, có nhiều công trình nghiên cứu giá trị ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam, đưa thương mại điện tử thực sự trở thành động lực then chốt, phục vụ sự nghiệp phát triển kinh tế số đất nước.

Cần nhanh chóng có những khảo sát đánh giá về hiện trạng đào tạo nguồn nhân lực chính quy cho thương mại điện tử trong cả nước, qua đó có được kế hoạch phối hợp với các cơ sở đào tạo xây dựng liên minh các đơn vị đào tạo chính quy về thương mại điện tử, kết nối các trường ở cả 3 miền: Bắc, Trung, Nam. Định hình nguồn cung

ứng nhân lực chất lượng cao hàng năm của cả nước.

Xây dựng Câu lạc bộ giảng viên, chuyên gia thương mại điện tử, tăng cường trao đổi chuẩn hóa chương trình đào tạo trình độ Cử nhân và Cao học về thương mại điện tử. Phối hợp thực hiện và tổng hợp các nghiên cứu ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam.

Xây dựng Câu lạc bộ sinh viên thương mại điện tử tại các trường Đại học, Cao đẳng, Trung học chuyên nghiệp, Nghề và có nối mối giao lưu giữa các trường, tiên tiến tới các cuộc thi sáng tạo và khởi nghiệp trong thương mại điện tử của các trường.

3. Xuất nhập khẩu trực tuyến qua biên giới

Từ năm 2015 thương mại điện tử qua biên giới cả hình thức B2B và B2C phát triển rất mạnh. Trước xu hướng này, năm 2017 lần đầu tiên VECOM tổ chức Diễn đàn về Xuất nhập khẩu trực tuyến. Từ năm 2018 đã tổ chức nhiều hoạt động nhằm hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ xuất khẩu sang Hoa Kỳ trên nền tảng Amazon.

Mục tiêu chính của VECOM là đẩy mạnh xuất khẩu trực tuyến cả hình thức B2B và B2C. Để đạt mục tiêu này cần tạo môi trường thuận lợi và hỗ trợ các doanh nghiệp ứng dụng hiệu quả các nền tảng liên quan tới xuất khẩu trực tuyến.

Năm 2021 VECOM đã triển khai nhiều hoạt động, bao gồm tổ chức chuỗi chương trình đào tạo chuyên sâu cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu, đồng thời hợp tác chặt chẽ với Cục Xúc tiến Thương mại, các nền tảng Alibaba, Amazon, Google thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu.

Năm 2022 và các năm tiếp theo, VECOM sẽ tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động nhằm thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến. Khi triển khai hoạt động này cần tăng cường sự hợp tác chặt chẽ với Cục Xúc tiến thương mại và Cục Xuất nhập khẩu thuộc Bộ Công thương.

Cục Xúc tiến thương mại đã vạch ra Kế hoạch hoạt động xúc tiến xuất khẩu giai đoạn 2021 – 2025 nhằm phát triển xuất khẩu bền vững trong bối cảnh thực thi các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA và CPTPP. Trong Kế hoạch này, Cục nhấn mạnh tới việc ứng dụng CNTT và phát triển thương mại điện tử vào hoạt động xúc tiến thương mại. Tiền đề cho việc triển khai mạnh mẽ nội dung này đã được thể hiện bằng các quy định cụ thể trong Thông tư số 40/2020/TT-BCT ngày 30/11/2020. Thông tư này sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ trưởng Bộ Công thương hướng dẫn thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương thuộc Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.

VECOM không ưu tiên và dành nhiều nguồn lực cho hoạt động nhập khẩu trực tuyến, bao gồm hình thức mua lẻ hàng hoá từ nước ngoài. Tuy nhiên, VECOM tham gia tích cực vào việc góp ý các văn bản pháp luật liên quan tới thủ tục hải quan đối với hàng hoá nhập khẩu trực tuyến.

4. Chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch

Du lịch luôn luôn là lĩnh vực tiên phong trong ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) và thương mại điện tử. Quy mô doanh thu từ du lịch trực tuyến (Online Travel, bao gồm dịch vụ lưu trú, vận tải hành khách hàng không...) có giai đoạn cao hơn quy mô của bán lẻ hàng hoá trực tuyến (Online Retail). Mặc dù tỷ trọng này có xu hướng giảm dần nhưng doanh thu từ du lịch trực tuyến vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong thương mại điện tử.

Năm 2020 và 2021 ngành du lịch nước ta sụt giảm nghiêm trọng, đặc biệt là dịch vụ khách quốc tế đến (inbound). Nhưng đây là thời điểm để các tổ chức, đơn vị kinh doanh du lịch và các doanh nghiệp công nghệ thông tin hợp tác hướng đến giai đoạn bùng nổ sau đại dịch Covid-19.

Chuyển đổi số thành công có ý nghĩa to lớn đối với lĩnh vực du lịch Việt Nam. Liên tiếp trong những năm gần đây VECOM đã phối hợp với Hiệp hội Du lịch tổ chức sự kiện thường niên Diễn đàn Du lịch trực tuyến. Nhưng trong năm 2022 và giai đoạn tiếp theo VECOM cần triển khai nhiều hoạt động thiết thực hơn nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch. Bên cạnh sự hợp tác mật thiết với Hiệp hội Du lịch, VECOM cần đẩy mạnh hợp tác với các nền tảng mạnh như Google, Facebook cũng như các doanh nghiệp CNTT trong nước.

5. Giáo dục trực tuyến - EdTech

Xu hướng phát triển nhanh của các lĩnh vực FinTech, HealthTech và EdTech khá rõ ràng trong những năm gần đây. Nhưng đại dịch Covid-19 năm 2020-2021 là một đòn bẩy mạnh tác động tới các lĩnh vực này.

FinTech gắn bó mật thiết với hoạt động thanh toán trong thương mại điện tử nhưng từ năm 2015 tới nay VECOM không dành nhiều nguồn lực cho lĩnh vực này. Một trong các lý do là Ngân hàng Nhà nước, các tổ chức và doanh nghiệp liên quan rất năng động. Tỷ trọng thanh toán trực tuyến cho các giao dịch thương mại điện tử chưa cao phụ thuộc vào nhiều yếu tố nằm ngoài công nghệ thanh toán.

Trong khi đó, lĩnh vực EdTech phát triển rất nhanh, đặc biệt là trong năm 2022. Xu hướng này có thể duy trì trong giai đoạn 2021 – 2025. EdTech vừa là một công cụ hiệu quả để phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử, vừa là một thị trường ngày

càng lớn cho các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến. Các cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức xã hội nghề nghiệp chưa thể hiện được vai trò dẫn dắt, hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này. Do đó, trong năm 2022 và những năm tiếp theo VECOM cần quan tâm hơn tới lĩnh vực EdTech và triển khai các hoạt động cụ thể như mời các doanh nghiệp trong lĩnh vực này tham gia Hiệp hội, tư vấn và phản biện các chính sách và pháp luật liên quan, tổ chức các sự kiện như hội thảo, diễn đàn... để kết nối, chia sẻ thông tin giữa các bên liên quan.

6. Ứng dụng công nghệ chuỗi khối (blockchain)

Tháng 4 năm 2018 Hiệp hội đã thành lập Chi hội Blockchain (Vietnam Blockchain Chapter, viết tắt là VietBlockchain) với website là <https://vbc.vecom.vn/>. Ngay sau đó, vào tháng 6 năm 2019 VECOM đã phối hợp với Cục TMĐT và KTS tổ chức Vietnam Blockchain Summit (<http://vbs.vecom.vn/>) với chủ đề “Từ công nghệ tới chính sách” (tham khảo tin tổng hợp: <https://www.vecom.vn/tin-tuc/tieu-diem/tong-ket-vietnam-blockchain-summit-2018-voi-chu-de-tu-cong-nghe-toi-chinh-sach>).

Mục tiêu hoạt động chủ yếu của Chi hội Blockchain là tổ chức ứng dụng công nghệ này vào lĩnh vực logistics và truy xuất nguồn gốc sản phẩm, qua đó hỗ trợ sự phát triển thương mại điện tử.

Chi hội cũng có nhiệm vụ giúp đỡ Hiệp hội tư vấn, phản biện các chính sách, pháp luật liên quan tới công nghệ này, bao gồm các vấn đề phức tạp liên quan tới tài sản ảo, tiền mã hoá, v.v...

Công nghệ blockchain hiện nay đang phát triển mạnh mẽ trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong năm 2022 và các năm tiếp theo VECOM cần đẩy mạnh các hoạt động ứng dụng công nghệ chuỗi khối phục vụ cho sự phát triển của thương mại điện tử.

7. Giải quyết tranh chấp trực tuyến

Theo Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2021, thương mại điện tử nước ta tăng trưởng khoảng 15%, đạt quy mô khoảng 13,2 tỷ USD và sẽ tiếp tục tăng trưởng vững chắc trong năm 2021 cũng như cả giai đoạn tiếp theo tới năm 2025

Hệ thống xử lý vi phạm hành chính, toà án và trọng tài hiện nay chưa hiệu quả để giải quyết số lượng rất lớn các vụ tranh chấp trong thương mại điện tử với giá trị giao dịch trung bình của mỗi vụ không quá lớn.

Năm 2022 VECOM cần phối hợp với các tổ chức liên quan như VCCI, các công ty luật và các sàn thương mại điện tử lớn nghiên cứu, đề xuất và triển khai cơ

chế, công cụ giải quyết tranh chấp gọn nhẹ, tin cậy, hiệu quả.

8. Bảo vệ thông tin cá nhân

Bảo vệ thông tin cá nhân có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển của giao dịch trực tuyến nói chung, bao gồm thương mại điện tử. Bảo vệ thông tin cá nhân đã được quy định trong hệ thống luật Việt Nam về giao dịch điện tử và công nghệ thông tin.

Trong lĩnh vực thương mại điện tử, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử ban hành năm 2013 và Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi bổ sung Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử ban hành năm 2021 đã có nhiều điều khoản cụ thể quy định chi tiết về bảo vệ thông tin cá nhân. Ngoài ra Bộ Công An hiện đang soạn thảo và lấy ý kiến đóng góp cho việc ban hành Nghị định mới về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Việc xây dựng lòng tin vào mua bán trực tuyến, bao gồm bảo vệ thông tin cá nhân, có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển thương mại điện tử bền vững và là hoạt động dài hạn. Hiệp hội sẽ phối hợp với các cơ quan, tổ chức, các doanh nghiệp hội viên triển khai các hoạt động cụ thể nhằm nâng cao ý thức bảo vệ thông tin cá nhân của cộng đồng doanh nghiệp và người tiêu dùng, đồng thời cũng đảm bảo chính sự chồng chéo giữa các quy định và Nghị định hay các văn bản pháp luật.

III. Tuyên truyền, phổ biến về thương mại điện tử

Một trong những tiêu chí hoạt động hết sức quan trọng của Hiệp hội là tuyên truyền, phổ biến về thương mại điện tử, do vậy trong nhiều năm qua VECOM luôn coi trọng và thực hiện thường xuyên liên tục trên các kênh truyền thông của mình cũng như của các doanh nghiệp hội viên và đối tác.

1. Trên các phương tiện truyền thông của VECOM

VECOM đang duy trì các kênh thông tin chính thức bao gồm: Website tiếng Việt và tiếng Anh (www.vecom.vn), Fanpage, Bản tin điện tử. Việc duy trì và vận hành các hệ thống kênh truyền thông này trong năm 2021 cũng cần được tiếp tục đẩy mạnh để đảm bảo là kênh thông tin uy tín trong lĩnh vực thương mại điện tử. Ngoài ra, nhiều sự kiện lớn có website với tên miền độc lập hoặc tên miền cấp 3 phù hợp. Những site hiện có là <https://vobf.vecom.vn/>, <https://www.vomf.vn/>, <http://ebi.vecom.vn/>, <https://vbc.vecom.vn/>, <http://vbs.vecom.vn/>, <https://fs.vecom.vn/>, <https://otd.vecom.vn/>, <http://voief.vecom.vn/>, <https://dtm.vecom.vn/>... VECOM cũng lập một số site vệ tinh khác phục vụ cho các hoạt động của Hiệp hội.

a) Trang thông tin điện tử của Hiệp hội:

Trong năm 2022 website của Hiệp hội không chỉ dừng lại là một kênh quan trọng để phổ biến thông tin về hoạt động của Hiệp hội mà cần nâng cấp để cung cấp thông tin đa dạng về thương mại điện tử trong nước cũng như trên thế giới, bao gồm thông tin về chính sách, pháp luật, dự báo thị trường, xu hướng công nghệ, điển hình thành công...

Trang website cũng sẽ cập nhật nhiều hơn các thông tin về phổ biến kiến thức, các nội dung về xu thế thương mại điện tử, các kiến thức mới giúp cộng đồng có thể tham khảo khi tham gia kinh doanh trực tuyến.

Hiệp hội sẽ tiếp tục nâng cấp Bản tin điện tử với cả hai phiên bản tiếng Việt và tiếng Anh mỗi tháng một số tới đông đảo đối tượng quan tâm tới thương mại điện tử. Vận động để thêm các đối tác hỗ trợ nguồn lực cho Bản tin này.

Trong thông tin nội dung cũng tiếp tục tăng cường các nội dung về hoạt động cộng đồng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp hội viên khi kinh doanh online.

b) Trang fanpage trên mạng xã hội:

Mạng xã hội là một kênh trao đổi thông tin hiệu quả và xu hướng này còn tiếp diễn trong suốt nhiệm kỳ IV. Hiệp hội cần khai thác tốt xu hướng này. Bên cạnh Facebook cố gắng triển khai cung cấp thông tin trên một số mạng xã hội khác.

Với xu thế phát triển mạnh mẽ của các thông tin truyền tải thông qua mạng xã hội, các nội dung phổ biến kiến thức, kết nối cộng đồng TMĐT cũng sẽ được đồng thời cập nhật qua cả kênh website và fanpage của Hiệp hội.

c) Tạp chí Thương gia và Thị trường:

Mặc dù có nhiều cố gắng nhưng số lượng phát hành ấn phẩm in của Tạp chí còn thấp, Tạp chí điện tử mới ở giai đoạn đầu, nội dung liên quan tới thương mại điện tử còn khiêm tốn. Xu thế tin tức online càng được quan tâm hơn và nhanh hơn so với báo in do vậy tạp chí cũng cần được thay đổi một cách toàn diện.

Trong năm 2022 Tạp chí cần nâng cao chất lượng nội dung, các chủ đề bám sát sự phát triển của thương mại điện tử trong nước và thế giới, phản ánh sức sống và hoạt động của hội viên Hiệp hội và thực sự trở thành cơ quan ngôn luận của Hiệp hội, đặc biệt trong các vấn đề liên quan đến ý kiến hội viên hay phản biện chính sách.

2. Trên các kênh truyền thông đối tác hội viên

Với thế mạnh hội viên Hiệp hội đa dạng trong các loại hình dịch vụ cho hoạt động thương mại điện tử, nhiều doanh nghiệp thường xuyên thay đổi và áp dụng công nghệ mới trong hoạt động truyền thông quảng, do vậy Hiệp hội sẽ kết hợp nhiều hơn

các hoạt động tuyên truyền phổ biến thương mại điện tử qua việc kết hợp với các đối tác hội viên của Hiệp hội.

Khuyến khích các mô hình doanh nghiệp khởi nghiệp trẻ tham gia tích cực trong các hoạt động này để tạo cảm hứng và nhân rộng tới các doanh nghiệp hội viên khác và cộng đồng.

3. Trên các phương tiện truyền thông khác:

Hợp tác chặt chẽ với các phương tiện truyền thông để phổ biến, tuyên truyền về thương mại điện tử có ý nghĩa to lớn trong việc nâng cao lòng tin vào mua sắm trực tuyến, giới thiệu các mô hình và doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến hiệu quả, an toàn.

Các kênh truyền thông đại chúng như truyền hình, báo giấy, báo điện tử vẫn có tác động to lớn tới đông đảo các đối tượng trên phạm vi cả nước. Hiệp hội cần lập kế hoạch hợp tác hàng năm với một số đơn vị truyền thông lớn theo từng chủ đề cụ thể, chú trọng tới đối tượng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các tỉnh miền núi, vùng sâu, vùng xa.

IV. Một số sự kiện nổi bật triển khai trong năm 2022

1. Diễn đàn Toàn cảnh Thương mại điện tử Việt Nam 2022 (tháng 3/2022)

Năm 2022 VECOM tiếp tục phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (iDEA) tổ chức sự kiện thường niên là Diễn đàn Toàn cảnh Thương mại điện tử Việt Nam (Vietnam Online Business Forum – VOBF) tại cả thành phố Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh.

Sự kiện là cơ hội cho mọi tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân trao đổi về xu hướng kinh doanh trực tuyến của năm, các dự báo thị trường, các công nghệ và ý tưởng kinh doanh nổi bật.

Tại VOBF sẽ công bố các nghiên cứu thị trường mới nhất về kinh doanh trực tuyến, bao gồm Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2022.

VECOM sẽ mời các tổ chức và doanh nghiệp hàng đầu về kinh doanh trực tuyến tham gia Diễn đàn.

Trong sáu năm liên tiếp 2016 – 2021 VOBF đã tạo được thương hiệu uy tín, thu hút sự quan tâm cao của cộng đồng kinh doanh trực tuyến. VECOM đã xây dựng website <https://vobf.vecom.vn/> cung cấp thông tin tổng hợp về sự kiện này theo từng năm.

2. Diễn đàn Du lịch trực tuyến (tháng 6/2022)

Từ năm 2016 VECOM đã xác định du lịch trực tuyến có tiềm năng phát triển nhanh. Tuy nhiên, lĩnh vực này đòi hỏi sự quan tâm cao của các nhà làm chính sách cũng như sự phối hợp giữa các doanh nghiệp. Năm 2017 VECOM đã tổ chức Ngày du lịch trực tuyến thu hút sự quan tâm của nhiều bên liên quan.

Năm 2018 VECOM đã phối hợp với Hiệp hội Du lịch tổ chức thành công Diễn đàn du lịch trực tuyến trong khuôn khổ của Hội trợ du lịch quốc tế VITM.

Năm 2019 VECOM tiếp tục phối hợp với Hiệp hội Du lịch tổ chức thành công Ngày du lịch trực tuyến 2019 tại Hà Nội vào ngày 26/6/2019.

Tháng 9 năm 2020 VECOM tổ chức Hội thảo về du lịch trực tuyến tại Hà Nội với chủ đề chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch. Thông tin về các hội thảo này có tại <https://otd.vecom.vn/>

Năm 2021 do tình hình diễn biến phức tạp của dịch bệnh nên VECOM không thể tổ chức được Diễn đàn, tuy nhiên VECOM cũng đã phối hợp với Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA) và Google tổ chức Hội thảo trực tuyến nhỏ với chủ đề “Tìm hiểu xu hướng du lịch ngắn gày 2021” để hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp du lịch.

Năm 2022 cần làm nổi bật sự hợp tác giữa VECOM với Hiệp hội Du lịch và các đơn vị liên quan trong hoạt động chuyển đổi số ngành du lịch. Song song với đó lên kế hoạch tổ chức Diễn đàn Du lịch trực tuyến để duy trì thương hiệu hàng năm.

3. Diễn đàn Chuyển đổi số trong xuất nhập khẩu hàng hoá (tháng 7/2022)

Diễn đàn Chuyển đổi số trong xuất nhập khẩu hàng hoá năm 2020 là sự tiếp nối Hội thảo Xuất nhập khẩu trực tuyến được tổ chức lần đầu tiên năm 2017. (tham khảo <http://voief.vecom.vn/> và <https://www.vecom.vn/tin-tuc/tieu-diem/kinh-doanh-xuat-nhap-khau-truc-tuyen-doanh-nghiep-se-nhan-duoc-nhieu-ho-tro-trong-thoi-gian-toi>).

Xuất nhập khẩu trực tuyến đang là xu hướng được nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu quan tâm, năm 2021 VECOM đã phối hợp với một số đối tác và hội viên tổ chức nhiều hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp xuất nhập khẩu thông qua các chương trình đào tạo tập huấn trực tuyến.

Với tác động to lớn của Covid-19, chuyển đổi số trong xuất nhập khẩu hàng hoá diễn ra rất mạnh mẽ trong năm 2022, đặc biệt trong hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Diễn đàn này trong năm 2022 cần đánh giá được các thành tựu và đánh giá xu hướng, công nghệ, giải pháp để chuyển đổi số mạnh mẽ hơn nữa từ các cơ quan quản lý nhà nước tới các doanh nghiệp liên quan tới xuất nhập khẩu. Ngoài các cơ quan đã có sự hợp tác chặt chẽ trong lĩnh vực này như Cục Xuất nhập khẩu, Cục Thương mại điện tử và

Kinh tế số, Tổng cục Hải quan, năm 2022 VECOM cần chủ động giới thiệu Diễn đàn này tới Cục Xúc tiến thương mại và mời Cục tham gia.

4. Diễn đàn Tiếp thị trực tuyến VOMF 2022 (tháng 9/2022)

Tương tự như Diễn đàn Toàn cảnh Thương mại điện tử, Diễn đàn tiếp thị trực tuyến (VOMF) được tổ chức liên tục trong nhiều năm. Mặc dù đại dịch Covid-19 nhưng VECOM vẫn tổ chức Diễn đàn này vào tháng 12 năm 2021 tại cả hai thành phố Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh. Thông tin về VOMF qua các năm có tại <https://www.vomf.vn/>

VECOM sẽ cố gắng để VOMF 2022 giữ vững thương hiệu là sự kiện chính thống và uy tín nhất về lĩnh vực tiếp thị trực tuyến ở Việt Nam. Dự kiến sự kiện sẽ được tổ chức tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh vào tháng 9/2022.

5. Diễn đàn Dịch vụ Hoàn tất đơn hàng VNFS 2022 (tháng 11 năm 2022)

Sự kiện này được tổ chức gần như liên tục từ năm 2014. Diễn đàn VNFS 2020 được tổ chức vào ngày 06/11/2020 liền kề với mùa khuyến mại trực tuyến cuối năm nên đã hỗ trợ hiệu quả cho nhiều doanh nghiệp, cá nhân bán hàng trực tuyến. Thông tin về diễn đàn qua các năm có tại <https://fs.vecom.vn/>.

Năm 2021 do chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên việc tổ chức Diễn đàn này bị gián đoạn không triển khai được.

Diễn đàn VNFS 2022 có thể tổ chức vào cuối tháng 10 hoặc đầu tháng 11 tại Hà Nội hoặc Tp. Hồ Chí Minh. Mùa khuyến mại trực tuyến trong khoảng giữa tháng 11 tới giữa tháng 12 hàng năm ngày càng phổ biến với quy mô ngày càng lớn ở Việt Nam. VNFS cần gắn chặt với mùa khuyến mại này và hỗ trợ kết nối các đơn vị liên quan như các sàn thương mại điện tử, các doanh nghiệp logistics, thanh toán trực tuyến, tiếp thị số.

6. Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2022 (tháng 9 – 12/2022)

Năm 2022 là năm thứ 11 liên tiếp VECOM xây dựng Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam (EBI) dưới sự chỉ đạo và giúp đỡ của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số.

Song song với việc xây dựng một Báo cáo chất lượng và đề cập tới các xu hướng diễn hình của thương mại điện tử, VECOM đã chú trọng giới thiệu Chỉ số tới đông đảo các đối tượng, bao gồm các cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương và địa phương, các doanh nghiệp, các tổ chức nghiên cứu và đào tạo...

Cho tới nay Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam (EBI) đã thu hút

được sự quan tâm lớn của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài nước, đặc biệt là sự quan tâm của các địa phương tới bộ chỉ số xếp hạng. Ngày càng nhiều địa phương chú ý tới triển khai các hoạt động cụ thể với mục tiêu đẩy mạnh thương mại điện tử và nâng cao xếp hạng theo chỉ số EBI.

Hoạt động xây dựng EBI rất cần sự ủng hộ nhiệt tình và tài trợ kinh phí của các cơ quan, tổ chức và hội viên. Từ năm 2022 VECOM sẽ tăng cường hợp tác với Vụ Bưu chính thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông, các đơn vị trung gian thanh toán, các sàn thương mại điện tử hàng đầu... để có nhiều số liệu khách quan hỗ trợ cho việc xếp hạng chỉ số. VECOM cần năng động hơn nữa trong việc kêu gọi các đơn vị quan tâm tham gia hỗ trợ xây dựng bộ Chỉ số chất lượng tạo dựng thương hiệu và uy tín của Hiệp hội trong lĩnh vực thương mại điện tử.

7. Các sự kiện khác

Bên cạnh việc tổ chức các sự kiện chính do VECOM chủ trì, trong năm 2022 Hiệp hội tiếp tục phối hợp hoặc hỗ trợ một số tổ chức và hội viên tổ chức các sự kiện với tư cách đồng tổ chức, bảo trợ, tư vấn...

Những sự kiện này có thể liên quan tới những chủ đề sau:

- Chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch, nông nghiệp, xuất nhập khẩu;
- Các sự kiện, ấn phẩm về tiếp thị số;
- Ứng dụng blockchain trong truy xuất nguồn gốc xuất xứ, logistics và các hoạt động liên quan tới thương mại điện tử;
- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (ví dụ: Bảo vệ động thực vật hoang dã; Kinh doanh rượu bia có trách nhiệm;...);
- Các chương trình cho sinh viên khởi nghiệp và đào tạo nguồn nhân lực trong các trường đại học.

V. Hợp tác với các cơ quan, tổ chức

1. Các hoạt động hợp tác trong nước

Trong năm 2022, VECOM tiếp tục đẩy mạnh quan hệ hợp tác với các đơn vị, cơ quan tổ chức và từ đó phối hợp, tiến hành tổ chức nhiều sự kiện, hoạt động với mục tiêu thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử.

i) Với các cơ quan nhà nước

VECOM duy trì hợp tác chặt chẽ với nhiều cơ quan quản lý nhà nước cấp vụ, cục thuộc Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công an, Bộ Khoa học

và Công nghệ. Đối với Bộ Công thương, ngoài Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, cần mở rộng hợp tác với Cục Xúc tiến thương mại, Cục Xuất nhập khẩu, Vụ Thị trường trong nước, Tổng cục Quản lý thị trường, Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng.

ii) Với các địa phương

VECOM duy trì quan hệ phối hợp chặt chẽ với nhiều Sở Công Thương tại các địa phương như Hà Nội, Tp. HCM, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ, Thanh Hóa, Nghệ An, Bến Tre, Long An, Đồng Tháp, An Giang, Cà Mau...

Trong năm 2022 VECOM chú trọng hợp tác với khoảng 20 Sở Công thương khác. Phối hợp với địa phương tổ chức các hội thảo, tọa đàm, các chương trình tập huấn với quy mô phù hợp để cung cấp thông tin hữu ích cho các cơ quan nhà nước và doanh nghiệp trên địa bàn.

iii) Với các trường đại học, cao đẳng

Phối hợp với các trường đại học, cao đẳng để góp ý, bổ sung, hoàn thiện chương trình đào tạo, hoạt động khởi nghiệp trong nhà trường.

Tổ chức cùng nghiên cứu các vấn đề “Giải quyết tranh chấp trực tuyến trong thương mại điện tử”.

iv) Với các đơn vị truyền thông

Trong năm 2022, VECOM sẽ tiếp tục hợp tác chặt chẽ với các đơn vị truyền thông trong cả nước để phục vụ kế hoạch phổ biến, tuyên truyền về thương mại điện tử của Hiệp hội.

v) Với các tổ chức xã hội nghề nghiệp

VECOM sẽ tiếp tục hợp tác chặt chẽ với các hiệp hội liên quan tới lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông như Hội Tin học (VAIP), Hiệp hội Internet (VIA) hay các lĩnh vực chuyên ngành như Hiệp hội Logistics, Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Bán lẻ Việt Nam, Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam (VBA), Hiệp hội Phát triển nhân lực Logistics Việt Nam (VALOMA)...

Hợp tác sâu hơn với VCCI trong các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp và giải quyết tranh chấp thông qua trọng tài.

vi) Với các hội viên, doanh nghiệp, cá nhân

Tăng cường hỗ trợ kết nối song phương, đa phương giữa các đơn vị là doanh nghiệp hội viên, đối tác của VECOM. Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác giữa VECOM với các hội viên, khuyến khích các hội viên có nhiều hoạt động thiết thực hơn cho

cộng đồng.

2. Hợp tác quốc tế

i) Hợp tác các nước:

Chú trọng quan hệ với các tổ chức, doanh nghiệp từ các nước có quan hệ chặt chẽ trong lĩnh vực thương mại điện tử với Việt Nam như Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Singapore và một số nước khác như Trung Quốc, Hồng Kông, Thái Lan, Indonesia.

ii) Hợp tác với các tổ chức quốc tế:

Năm 2020 và 2021, VECOM phối hợp thành công với Cites-USAID thực hiện các hoạt động truyền thông lồng ghép nhằm nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi cộng đồng trong phòng chống buôn bán và sử dụng trái pháp luật các loài động thực vật hoang dã trên môi trường trực tuyến.

Tiếp tục phát huy thành quả này, năm 2022 VECOM sẽ hợp tác với Traffic và các tổ chức khác như USAID, WWF tuyên truyền bảo vệ động thực vật hoang dã, đặc biệt chương trình truyền thông nhằm thay đổi nhận thức về việc sử dụng sừng tê giác trong điều trị bệnh.

Các tổ chức lớn như WB, UNDP có những hoạt động xóa đói giảm nghèo tại một số tỉnh. VECOM cần tìm hiểu các cơ hội hợp tác để lồng ghép nội dung phát triển thương mại điện tử tại các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Mô hình hợp tác cùng UNDP trong việc hỗ trợ bà con nông dân tại Bình Thuận sẽ được nhân rộng với các sản phẩm nông nghiệp khác nằm trong hoạt động thúc đẩy phát triển nông nghiệp sạch và bền vững của dự án. Ngoài ra là các chương trình hợp tác với các quỹ như USAID hay các tổ chức quốc tế khác về chương trình bảo vệ dữ liệu cá nhân trong thương mại điện tử.

VI. Hoạt động nội bộ

1. Công tác hội viên

Trong năm 2022, VECOM cần tiếp tục chú trọng hơn nữa tới các hoạt động hỗ trợ hội viên. Duy trì các cuộc giao lưu hội viên đều đặn hàng quý ở Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh.

Thường xuyên cập nhật danh sách đầu mối của các hội viên cũ, song song đó cần quan tâm phát triển hội viên mới, đặc biệt là việc mở rộng kết nạp hội viên tại Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ và các tỉnh thành khác.

2. Trang thông tin điện tử

Hiện nay VECOM đang duy trì các kênh thông tin chính thức bao gồm: Website tiếng Việt và tiếng Anh (www.vecom.vn), Fanpage, Bản tin điện tử. Việc duy trì và vận hành các hệ thống kênh truyền thông này trong năm 2022 cũng cần được tiếp tục đẩy mạnh để đảm bảo là kênh thông tin uy tín trong lĩnh vực thương mại điện tử.

Ngoài ra, nhiều sự kiện lớn có website với tên miền độc lập hoặc tên miền cấp 3 phù hợp. Những site hiện có là <https://vobf.vecom.vn/>, <https://www.vomf.vn/>, <http://ebi.vecom.vn/>, <https://vbc.vecom.vn/>, <http://vbs.vecom.vn/>, <https://fs.vecom.vn/>, <https://otd.vecom.vn/>, <http://voief.vecom.vn/>, <https://dtm.vecom.vn/>. VECOM cũng lập một số site vệ tinh khác phục vụ cho các hoạt động của Hiệp hội.

Cần cập nhật các website này để cộng đồng dễ dàng tiếp cận đầy đủ các sự kiện của VECOM theo dòng thời gian.

3. Các đơn vị, tổ chức trực thuộc

Năm 2022 VECOM cần củng cố, nâng cao hiệu quả hoạt động của các đơn vị đã thành lập và cân nhắc việc thành lập hoặc bảo trợ các tổ chức mới.

i) Tạp chí Thương gia và Thị trường

Mặc dù có nhiều cố gắng nhưng nội dung liên quan tới thương mại điện tử của Tạp chí chưa phong phú, chưa phản ánh tốt hoạt động thương mại điện tử. VECOM đã yêu cầu Tạp chí cần đổi mới hoạt động. Từ năm 2022 nội dung liên quan trực tiếp tới thương mại điện tử cần chiếm ít nhất hai phần ba nội dung của tạp chí (bản in và bản điện tử), đồng thời hoàn thành tốt hơn các nghĩa vụ với Hiệp hội.

ii) Liên minh Hỗ trợ xuất khẩu (VESA)

Giai đoạn đầu Liên minh có một số hoạt động nhưng vị thế chưa nổi bật. Năm 2022 Liên minh cần có những hoạt động thiết thực, thể hiện được ảnh hưởng của mình.

Nếu không có hoạt động tác động tích cực tới cộng đồng liên quan tới xuất nhập khẩu có thể xem xét giải thể.

iii) Chi hội Blockchain

Từ khi thành lập Chi hội chưa có hoạt động nổi bật nào. Năm 2022 Chi hội Blockchain cần lập kế hoạch hoạt động báo cáo Ban chấp hành. Đồng thời, có thể tăng cường nhân sự lãnh đạo cho Chi hội.

iv) Chi hội Thương mại điện tử tại Đà Nẵng

Mặc dù mới thành lập nhưng Chi hội hoạt động tích cực. Tuy nhiên, dịch Covid-19 bùng phát ở Đà Nẵng nửa cuối năm 2020 đã ngăn cản phần lớn hoạt động

của Chi hội ở Đà Nẵng và khu vực miền Trung.

Năm 2022 VECOM sẽ đẩy mạnh hoạt động phát triển thương mại điện tử ở Đà Nẵng và một số tỉnh miền Trung. Chi hội cần lập kế hoạch cụ thể hỗ trợ các hoạt động chung của VECOM tại khu vực này.

v) Chi hội Tiếp thị và Công nghệ số

Cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, lĩnh vực tiếp thị số phát triển nhanh với giá trị lớn. Tuy nhiên, hiện chưa có hiệp hội tiếp thị số. Các doanh nghiệp tiếp thị số thường hoạt động đồng hành với một số tổ chức như Hiệp hội Thương mại điện tử hay Hiệp hội Internet, Hiệp hội Quảng cáo,...

Trên cơ sở gắn kết chặt chẽ giữa tiếp thị số với thương mại điện tử và đề xuất của một số doanh nghiệp thành viên VECOM, Chi hội “Tiếp thị và Công nghệ số - DTM” đã được quyết định thành lập tháng 04 năm 2021.

Chi hội mới được thành lập và đang xây dựng định hướng hoạt động với các sự kiện cụ thể về tiếp thị và công nghệ số trong năm 2021 cũng như các năm tiếp theo.

Cùng với các đơn vị khác trong Hiệp hội, Chi hội DTM sẽ đóng góp vai trò quan trọng trong các chuỗi hoạt động/sự kiện của VECOM về tiếp thị số và công nghệ.

Văn phòng VECOM.