**BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG**

**BÁO CÁO**

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG BƯU CHÍNH ĐẾN 2025 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN 2030**

**Hà Nội, …/2021**

MỤC LỤC

[MỞ ĐẦU 5](#_Toc78748947)

[1. Sự cần thiết ban hành Chiến lược 5](#_Toc78748948)

[2. Mục tiêu và quan điểm xây dựng Chiến lược 7](#_Toc78748949)

[a) Mục tiêu 7](#_Toc78748950)

[b) Quan điểm 7](#_Toc78748951)

[3. Nhiệm vụ và nội dung xây dựng Chiến lược 8](#_Toc78748952)

[a) Nhiệm vụ 8](#_Toc78748953)

[b) Các nội dung chính 8](#_Toc78748954)

[4. Phương pháp thực hiện 8](#_Toc78748955)

[Phần thứ nhất 9](#_Toc78748956)

[BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC BƯU CHÍNH VIỆT NAM 9](#_Toc78748957)

[I. HOẠT ĐỘNG BƯU CHÍNH VÀ MỘT SỐ NÉT ĐẶC TRƯNG CỦA HOẠT ĐỘNG CUNG ỨNG DỊCH VỤ BƯU CHÍNH 9](#_Toc78748958)

[1. Khái niệm 9](#_Toc78748959)

[a) Hoạt động bưu chính và dịch vụ bưu chính 9](#_Toc78748960)

[b) Hạ tầng và hạ tầng bưu chính 9](#_Toc78748961)

[2. Vai trò, đặc điểm của hoạt động bưu chính 10](#_Toc78748962)

[a) Vai trò 10](#_Toc78748963)

[b) Đặc điểm 11](#_Toc78748964)

[II. XU HƯỚNG QUỐC TẾ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA BƯU CHÍNH 12](#_Toc78748965)

[1. Xu hướng chuyển đổi số 12](#_Toc78748966)

[2. Xu hướng phát triển công nghệ có tính đột phá 12](#_Toc78748967)

[3. Xu hướng phát triển thương mại điện tử 13](#_Toc78748968)

[4. Xu hướng phát triển bưu chính 14](#_Toc78748969)

[Phần thứ hai 16](#_Toc78748970)

[THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN BƯU CHÍNH VỆT NAM 16](#_Toc78748971)

[I. NHỮNG CHỦ TRƯƠNG, ĐỊNH HƯỚNG LỚN CỦA ĐẢNG, CHÍNH PHỦ TÁC ĐỘNG TỚI SỰ PHÁT TRIỂN BƯU CHÍNH 16](#_Toc78748972)

[II. MỘT SỐ KẾT QUẢ NỔI BẬT GIAI ĐOẠN 2016-2020 16](#_Toc78748973)

[1. Về xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách 16](#_Toc78748974)

[2. Về thị trường bưu chính 17](#_Toc78748975)

[3. Về hạ tầng mạng lưới 18](#_Toc78748976)

[4. Về dịch vụ bưu chính 19](#_Toc78748977)

[7. Về xếp hạng thế giới 22](#_Toc78748978)

[III. ĐÁNH GIÁ NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CHO PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC BƯU CHÍNH 23](#_Toc78748979)

[1. Thuận lợi 23](#_Toc78748980)

[2. Khó khăn 24](#_Toc78748981)

[Phần thứ ba 26](#_Toc78748982)

[NỘI DUNG PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG BƯU CHÍNH 26](#_Toc78748983)

[ĐẾN NĂM 2025 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030 26](#_Toc78748984)

[I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN 26](#_Toc78748985)

[II. TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030 27](#_Toc78748986)

[III. MỤC TIÊU CƠ BẢN ĐẾN NĂM 2025 27](#_Toc78748987)

[1. Phát triển thị trường: 27](#_Toc78748988)

[2. Phát triển hạ tầng bưu chính: 27](#_Toc78748989)

[3. Thúc đẩy Chính phủ số, xã hội số: 28](#_Toc78748990)

[4. Nâng cao thứ hạng quốc gia 28](#_Toc78748991)

[IV. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM, ĐỘT PHÁ 28](#_Toc78748992)

[1. Tập trung xây dựng và triển khai một số nhiệm vụ trọng tâm: 28](#_Toc78748993)

[2. Tập trung huy động nguồn lực triển khai một số nhiệm vụ đột phá: 28](#_Toc78748994)

[V. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN 29](#_Toc78748995)

[1. Hoàn thiện môi trường pháp lý: 29](#_Toc78748996)

[2. Phát triển hạ tầng bưu chính: 30](#_Toc78748997)

[3. Phát triển dịch vụ bưu chính: 31](#_Toc78748998)

[4. Chuyển đổi số bưu chính: 32](#_Toc78748999)

[5. Phát triển nguồn nhân lực và đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số: 32](#_Toc78749000)

[6. Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về bưu chính: 33](#_Toc78749001)

[7. Hợp tác quốc tế: 33](#_Toc78749002)

[8. Đo lường, giám sát, đánh giá triển khai: 34](#_Toc78749003)

[VI. KINH PHÍ THỰC HIỆN 34](#_Toc78749004)

[VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN 34](#_Toc78749005)

[PHỤ LỤC 35](#_Toc78749006)

**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TT** | **Từ viết tắt** | **Từ viết đầy đủ** |
| 1 | AI | Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence) |
| 2 | API | Giao diện lập trình ứng dụng (Application Program Interface) |
| 3 | CSDL | Cơ sở dữ liệu |
| 4 | CNTT | Công nghệ thông tin |
| 5 | CNTT-TT | Công nghệ thông tin và Truyền thông |
| 6 | DVC | Dịch vụ công |
| 7 | IoT | Internet vạn vật (Internet of Things) |
| 8 | IoB | Internet hành vi (Internet of behaviour) |
| 9 | NSNN | Ngân sách nhà nước |
| 10 | OECD | Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (Organisation for Economic Co-operation and Development |

# MỞ ĐẦU

# Sự cần thiết ban hành Chiến lược

Sau 20 năm thực hiện “Chiến lược phát triển Bưu chính-Viễn thông đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020” (Quyết định 158/2001/QÐ-TTg ngày 03/11/2001 của Thủ tướng Chính phủ), lĩnh vực bưu chính đã có những đóng góp quan trọng, tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Thực hiện chủ trương của Đảng, Nhà nước, lĩnh vực bưu chính ở nước ta đã có những bước thay đổi mạnh mẽ, thị trường bưu chính Việt Nam đã nhanh chóng chuyển từ độc quyền doanh nghiệp sang cơ chế thị trường, phát huy được các nguồn lực của xã hội cho phát triển lĩnh vực. Kết quả là các chỉ tiêu về bưu chính đề ra trong Chiến lược đã đạt hoặc vượt so với dự báo, cụ thể:

[[1]](#footnote-1)Đến hết năm 2020, thị trường bưu chính đã có gần 600 doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế tham gia thị trường. Cơ sở hạ tầng mạng lưới bưu chính bước đầu được cơ giới hóa, tự động hóa, ứng dụng các công nghệ hiện đại. Hệ thống dịch vụ phong phú, bên cạnh các dịch vụ cơ bản, đã đẩy mạnh phát triển dịch vụ phục vụ thương mại điện tử, phục vụ Chính phủ điện tử, dịch vụ công và các dịch vụ khác để cung cấp tới người dân nhằm đáp ứng nhu cầu đa đạng và ngày càng cao của xã hội. Sản lượng và doanh thu dịch vụ bưu chính có tốc độ tăng trưởng nhanh qua các năm. Từ thị trường khoảng 3.000 tỷ đồng (khoảng 180 triệu USD) trước năm 2010 đến năm 2020 đã đạt khoảng 36.950 tỷ đồng (khoảng 1.600 triệu USD). Số dân phục vụ bình quân khoảng 4.500 người/điểm phục vụ; bán kính phục vụ bình quân khoảng 2,2 km; 100% số xã đồng bằng và hầu hết các xã miền núi có báo đến trong ngày. Ngoài doanh nghiệp bưu chính công ích của Nhà nước, các doanh nghiệp khác chiếm khoảng 70% thị phần thị trường bưu chính Việt Nam. Năng lực cạnh tranh của bưu chính Việt Nam ngày càng được cải thiện. Về xếp hạng quốc tế, đến năm 2020, Việt Nam đã vào nhóm 50 nước dẫn đầu về Chỉ số tích hợp phát triển bưu chính (2IPD) theo đánh giá của Liên minh Bưu chính Thế giới (UPU).

Để đạt được những kết quả trên, lĩnh vực bưu chính Việt Nam luôn nhận được sự quan tâm, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước qua các chủ trương, chính sách, định hướng thúc đẩy phát triển được thể hiện trong các văn bản quy phạm pháp luật, như: Luật bưu chính số 49/2010/QH12 ngày 17/6/2010; Nghị định số 47/2011/NĐ-CP ngày 17/6/2011 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành mốt số nội dung của Luật bưu chính; Quyết định số 55/2016/QĐ-TTg ngày 26/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ về Mạng bưu chính phục vụ cơ quan Đảng, Nhà nước và nhiều chỉ đạo, định hướng tại các Nghị quyết cấp Đảng, Chính phủ….

Mặc dù Chiến lược phát triển đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 đã hoàn thành sứ mệnh và lĩnh vực bưu chính Việt Nam đã đạt được những kết quả đáng khích lệ nêu trên nhưng các chính sách đối với lĩnh vực bưu chính sau 10 năm thực thi cũng đã bộc lộ những hạn chế, cần phải sửa đổi để phù hợp với sự phát triển của lĩnh vực hiện nay. Khung pháp lý về bưu chính chưa có các quy định khuyến khích ứng dụng công nghệ số trong bưu chính; chưa điều chỉnh các mối quan hệ mới phát sinh, chuyển đổi số lĩnh vực bưu chính, như: hoạt động thương mại điện tử trong bưu chính, quy hoạch bưu cục thông minh tại các địa điểm công cộng, tòa nhà cao tầng; chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng bưu chính giữa các doanh nghiệp bưu chính… Đồng thời, cũng chưa có cơ chế, chính sách để xây dựng, triển khai hạ tầng số và hạ tầng dữ liệu bưu chính nhằm thúc đẩy số hóa toàn diện trong bưu chính, góp phần phục vụ công cuộc Chuyển đổi số quốc gia.

Bên cạnh đó, xu hướng phát triển của bưu chính thế giới và khu vực tăng trưởng cao, trong đó châu Á - Thái Bình Dương là khu vực phát triển năng động nhất thế giới, chiếm khoảng 40% thị trường gói, kiện toàn cầu nếu tính theo giá trị[[2]](#footnote-2) và đây cũng là một trong những khu vực đóng góp lớn nhất vào GDP toàn cầu[[3]](#footnote-3). Sự phát triển của công nghệ số gắn với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư làm thay đổi phương thức kinh doanh và tiêu dùng dịch vụ, mở ra cơ hội mới cho phát triển lĩnh vực bưu chính.

Phát huy những kết quả đạt được, khắc phục những hạn chế để tiếp tục thúc đẩy phát triển lĩnh vực bưu chính trong bối cảnh mới là hết sức bức thiết. Tuy nhiên, lĩnh vực bưu chính hiện đang thiếu các cơ chế, chính sách được thiết kế tổng thể và toàn diện, cơ bản và dài hạn để thể hiện các quan điểm, tầm nhìn, mục tiêu, nhiệm vụ cũng như cách thức, biện pháp hiện thực hóa vai trò, vị trí và tầm quan trọng của Bưu chính trong thời đại số.

Thực hiện Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 20/5/2021 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, Bộ Thông tin và Truyền thông được giao xây dựng “Chiến lược phát triển hạ tầng Bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030”.

Việc xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Chiến lược phát triển hạ tầng Bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030 (Chiến lược độc lập đầu tiên của lĩnh vực Bưu chính - không nằm chung trong Chiến lược phát triển ngành Thông tin và Truyền thông) là sự ghi nhận vai trò và đánh giá cao tầm quan trọng của Bưu chính trong nền kinh tế nói chung và trong ngành Thông tin và Truyền thông nói riêng.

Việc ban hành Chiến lược phát triển hạ tầng Bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030 sẽ giúp lĩnh vực bưu chính được đầu tư, phát triển bài bản với quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp, đề án, dự án trọng điểm để đạt được các mục tiêu đề ra, nhằm thúc đẩy phát triển lĩnh vực bưu chính trong giai đoạn mới; tận dụng tối đa thành tựu của công cuộc chuyển đổi số để tạo thuận lợi, thời cơ phát triển lĩnh vực Bưu chính trở thành hạ tầng thiết yếu của quốc gia và của nền kinh tế số, đặc biệt là cho thương mại điện tử, logistics; bảo đảm dòng chảy vật chất bên cạnh dòng chảy dữ liệu; góp phần thúc đẩy phát triển Chính phủ số, xã hội số đóng góp vào việc thực hiện mục tiêu hình thành một Việt Nam số vào năm 2030.

Bối cảnh và thực tiễn phát triển nêu trên đòi hỏi một Chiến lược mới nhằm phát huy tiềm năng, lợi thế, nền tảng kinh nghiệm để thúc đẩy phát triển bưu chính Việt Nam thực sự trở thành lĩnh vực hạ tầng thiết yếu của đất nước. Do đó, việc xây dựng và ban hành “Chiến lược phát triển hạ tầng Bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030” là cần thiết, phù hợp với chủ trương của Đảng, Chính phủ và yêu cầu thực tiễn phát triển lĩnh vực bưu chính trong giai đoạn mới.

# Mục tiêu và quan điểm xây dựng Chiến lược

# a) Mục tiêu

Nhằm cụ thể hóa Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 20/5/2021 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng về đẩy mạnh phát triển kinh tế số nông thôn, chuyển đổi số doanh nghiệp bưu chính, chuyển phát và logistics; đồng thời, đáp ứng yêu cầu, điều kiện phát triển lĩnh vực bưu chính Việt Nam trong giai đoạn mới.

# b) Quan điểm

- Bám sát tinh thần chỉ đạo của Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 20/5/2021 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng về đẩy mạnh phát triển kinh tế số nông thôn, chuyển đổi số doanh nghiệp bưu chính, chuyển phát và logistics; chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã - hội của đất nước.

- Đổi mới tư duy, nhận thức về lĩnh vực bưu chính với vai trò là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và hội nhập quốc tế cao; là ngành kinh tế vận động theo quy luật của thị trường, có tính chất lan tỏa, thúc đẩy phát triển các ngành, lĩnh vực khác.

- Tận dụng cơ hội và thành tựu từ công cuộc chuyển đổi số để thúc đẩy phát triển lĩnh vực bưu chính nhanh, mạnh, đáp ứng nhu cầu thay đổi của khách hàng và xu thế chung.

- Đảm bảo tính thực tiễn, khả thi, yêu cầu tiến độ, tiết kiệm, hiệu quả.

# Nhiệm vụ và nội dung xây dựng Chiến lược

# a) Nhiệm vụ

Xây dựng hệ thống quan điểm, mục tiêu, giải pháp và chương trình hành động, bảo đảm phát triển lĩnh vực bưu chính Việt Nam nhanh, hiệu quả, phù hợp với giai đoạn phát triển từ nay đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

# b) Các nội dung chính

- Đánh giá hiện trạng, bối cảnh trong nước và quốc tế; nhận định cơ hội, thách thức đối với phát triển lĩnh vực bưu chính Việt Nam trong giai đoạn mới.

- Nghiên cứu, dự báo, xây dựng các hợp phần nội dung của Chiến lược, tập trung vào các vấn đề sau:

+ Xác định quan điểm, tầm nhìn, mục tiêu và các nhiệm vụ trọng tâm, đột phá.

+ Đề xuất giải pháp, chương trình hành động thực hiện Chiến lược.

# Phương pháp thực hiện

- Phương pháp khảo sát, thực địa

- Phương pháp tổng hợp, phân tích

- Phương pháp chuyên gia

- Phương pháp dự báo.

# Phần thứ nhất

# BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC BƯU CHÍNH VIỆT NAM

## I. HOẠT ĐỘNG BƯU CHÍNH VÀ MỘT SỐ NÉT ĐẶC TRƯNG CỦA HOẠT ĐỘNG CUNG ỨNG DỊCH VỤ BƯU CHÍNH

### 1. Khái niệm

### a) Hoạt động bưu chính và dịch vụ bưu chính

Điều 3 Luật bưu chính quy định hoạt động bưu chính và dịch vụ bưu chính như sau:

“1. Hoạt động bưu chính gồm các hoạt động đầu tư, kinh doanh, cung ứng, sử dụng dịch vụ bưu chính, dịch vụ bưu chính công ích, tem bưu chính.

3. Dịch vụ bưu chính là dịch vụ chấp nhận, vận chuyển và phát bưu gửi bằng các phương thức từ địa điểm của người gửi đến địa điểm của người nhận qua mạng bưu chính, trừ phương thức điện tử.

4. Dịch vụ bưu chính công ích là dịch vụ bưu chính được cung ứng theo yêu cầu của Nhà nước, gồm dịch vụ bưu chính phổ cập, dịch vụ bưu chính phục vụ quốc phòng, an ninh và nhiệm vụ đặc thù khác.

5. Dịch vụ bưu chính phổ cập là dịch vụ bưu chính được cung ứng thường xuyên đến người dân theo các điều kiện về khối lượng, chất lượng và giá cước do cơ quan nhà nước có thẩm quyền quy định.”

Với khái niệm như hiện nay được quy định trong Luật bưu chính, dịch vụ bưu chính đang giới hạn chỉ trong hoạt động chuyển phát bưu gửi (thư, gói, kiện hàng hóa).

### b) Hạ tầng và hạ tầng bưu chính

- Theo các từ điển chuyên ngành ngôn ngữ[[4]](#footnote-4), hạ tầng là các cơ sở, hệ thống, dịch vụ cơ bản cần thiết của một quốc gia hoặc tổ chức để vận hành hoạt động trôi chảy, như xây dựng, giao thông vận tải, điện, nước.

Theo các tổ chức nghiên cứu kinh tế: [[5]](#footnote-5)Cơ sở hạ tầng là hệ thống vật lý cơ bản, tài sản cố định của một doanh nghiệp, khu vực hoặc quốc gia để cung cấp các dịch vụ cơ bản, củng cố cấu trúc nền kinh tế. Có thể phân loại nhiều loại hạ tầng khác nhau: hạ tầng mềm/soft infrastrucure, hạ tầng cứng/hard infrastructure, hạ tầng trọng yếu/critical infrastructure, hạ tầng đặc biệt (là Hạ tầng CNTT/IT infrastructure).

Mặc dù có các định nghĩa khác nhau về “hạ tầng” như trên nhưng có thể nhận thấy đặc tính chung của “hạ tầng” là hệ thống các cơ sở và dịch vụ cung cấp lợi ích cơ bản cho cộng đồng, thúc đẩy hoạt động kinh tế, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

- Về pháp luật quốc tế: Công ước của Liên minh Bưu chính thế giới (UPU) và Luật bưu chính của một số nước thành viên UPU (Malaysia, Nhật Bản, Hàn Quốc, Anh, Pháp, Đức, Mỹ, Việt Nam…) không quy định cụ thể về “hạ tầng bưu chính” mà chỉ định nghĩa Mạng bưu chính. Theo đó, mạng bưu chính là hệ thống gồm *mạng điểm phục vụ* (bưu cục nhận gửi/phát, kiốt, đại lý, thùng thư công cộng…), *mạng vận chuyển* (tuyến vận chuyển, phương tiện vận chuyển), *mạng khai thác* (các trung tâm chia chọn), *mạng phát và các phương thức phục vụ khác* (hộp thư bưu chính điện tử, hệ thống điện tử trao đổi chuyến thư và hệ thống giải quyết khiếu nại điện tử....).

Năm 2015, UPU đã mở rộng cách hiểu về mạng điểm phục vụ gồm cả hộp thư bưu chính điện tử, cửa hàng bán sản phẩm và tem bưu chính trực tuyến, cổng mua bán bưu chính trực tuyến/online shopping mall portal, điểm truy cập Internet công cộng tại các điểm phục vụ, trung tâm khách hàng trực tuyến.

- Về pháp luật Việt Nam: Luật bưu chính chỉ quy định “*Mạng bưu chính là hệ thống cơ sở khai thác bưu gửi, điểm phục vụ bưu chính được kết nối bằng các tuyến vận chuyển và tuyến phát” (*khoản 9 Điều 3).

### 2. Vai trò, đặc điểm của hoạt động bưu chính

### a) Vai trò

Ở tất cả các quốc gia trên thế giới, tính cơ bản, thiết yếu của dịch vụ bưu chính luôn được thừa nhận bởi tác động kép về kinh tế và xã hội mà hoạt động bưu chính mang lại. Dịch vụ bưu chính lâu nay vẫn được xã hội xem như là một kênh bảo đảm các hoạt động cung cấp thông tin liên lạc thiết yếu, quen thuộc và tin cậy cho xã hội. Do đó, việc duy trì cung ứng các dịch vụ bưu chính nhằm phục vụ sự điều hành của Nhà nước và sự ổn định, phát triển các hoạt hoạt động kinh tế- xã hội luôn được Nhà nước bảo đảm.

Ở Việt Nam, trong hơn 70 năm xây dựng và phát triển, ngành bưu chính Việt Nam đã hoàn thành tốt nhiệm vụ bảo đảm thông tin liên lạc phục vụ chỉ đạo, điều hành của Đảng, Nhà nước và các hoạt động trong xã hội, kể cả trong kháng chiến cũng như trong thời kỳ hoà bình, xây dựng đất nước.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư với các công nghệ như Internet of Things (IoT), robot và trí tuệ nhân tạo đã và đang thay đổi cơ bản cách sống, làm việc và kinh doanh của mọi người. Điều này cũng tác động làm thay đổi phương thức hoạt động bưu chính hàng ngày. Giờ đây, lĩnh vực bưu chính đang ở ngã ba của 3 lĩnh vực quan trọng đối với nền kinh tế, đó là: vận tải (bao gồm cả hậu cần/logistics), thương mại điện tử và tài chính. Dịch vụ bưu chính bảo đảm chuyển phát hàng hóa, nhất là hàng thương mại điện tử mỗi ngày. Hệ thống bưu chính giúp mọi người dân đều có quyền truy cập, tiếp cận các dịch vụ tài chính (thanh toán, gửi tiền, nhận tiền hoặc vay), góp phần giảm thiểu rủi ro cho người tiêu dùng do sử dụng các hệ thống không chính thống. Có được điều này là bởi lĩnh vực bưu chính có mạng lưới phân phối lớn nhất có thể kết nối trực tiếp tất cả mọi người trên khắp đất nước và là một hạ tầng thiết yếu tạo điều kiện cho hoạt động của các lĩnh vực khác trong kinh tế.

*Trong thế giới đang thay đổi nhanh chóng hiện nay, vai trò của bưu chính trong việc bảo đảm quyền giao tiếp của tổ chức, cá nhân (trao đổi tài liệu, hàng hóa hoặc thanh toán tài chính) thể hiện rõ hơn bao giờ hết.  Tiềm năng phát triển và khả năng đóng góp kinh tế của lĩnh vực bưu chính trong tương lai sẽ gắn chặt chẽ với các thị trường liên quan này.*

### b) Đặc điểm

Ngoài những đặc điểm chung của ngành kinh tế dịch vụ[[6]](#footnote-6), hoạt động cung ứng dịch bưu chính trên mạng bưu chính còn có những đặc thù riêng. Đó là:

*\* Tính an toàn, kịp thời và chính xác cao*

Yêu cầu đảm bảo an toàn, kịp thời và chính xác là yêu cầu chung đối với các hoạt động cung ứng dịch vụ bưu chính và đặc biệt quan trọng đối với dịch vụ thư. Tuy nhiên, sự bùng nổ của công nghệ thông tin và thương mại điện tử đã làm thay đổi đáng kể hoạt động bưu chính. Sản lượng thư giảm sút hàng năm trong khi gói, kiện hàng hóa thương mại điện tử tăng trưởng vượt bậc do nhu cầu của khách hàng về chuyển phát hàng hóa thương mại điện tử rất cao.

Dịch vụ bưu chính có đặc thù này bởi là thư hay gói, kiện hàng hóa thương mại điện tử thì đều là vật mang thông tin cá nhân hoặc tài sản cá nhân. Do đó, cần sự an toàn cao trong dịch vụ và phát chính xác đến địa chỉ nhận.

*\* Tính phục vụ cộng đồng trên phạm vi rộng*

Là một trong những hoạt động về thông tin, hoạt động cung ứng dịch vụ bưu chính diễn ra trên phạm vi rộng khắp và ở mọi địa bàn dân cư. Ở đâu có hoạt động của con người thì có nhu cầu về thông tin và do đó, có nhu cầu về dịch vụ bưu chính. Tuy nhiên, hoạt động cung ứng dịch vụ bưu chính mang tính thụ động, phụ thuộc vào nhu cầu gửi thư, gói kiện hàng hóa của khách hàng. Đặc trưng này đòi hỏi phải tổ chức sẵn sàng mạng lưới cung ứng dịch vụ (gồm nhiều khâu, nhiều tầng) sâu rộng đến từng địa bàn, từng cụm dân cư để bảo đảm đáp ứng các nhu cầu “gửi và phát” của người dân. Quá trình “vận chuyển” cũng phải được tổ chức thành nhiều công đoạn, nhiều tuyến vận chuyển, tuyến phát. Những yếu tố này cho thấy duy trì hạ tầng mạng bưu chính yêu cầu chi phí rất lớn và việc tổ chức hạ tầng mạng bưu chính hợp lý để tiết kiệm chi phí là hết sức cần thiết.

Ngoài ra, cũng chính từ đặc thù này mà dịch vụ bưu chính được cung ứng trên hạ tầng mạng lưới rộng khắp, kết nối nhiều vùng, miền với khoảng cách khác nhau, điều kiện hoạt động khác nhau và kết hợp cung ứng đồng thời nhiều loại dịch vụ bưu chính.

*\* Chất lượng dịch vụ bưu chính phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên-địa lý và tình hình kinh tế- xã hội*

Chất lượng dịch vụ, chi phí cung ứng dịch vụ bưu chính phụ thuộc nhiều vào điều kiện địa lý, kinh tế và mật độ dân số. Ở Việt Nam, điều kiện giao thông khó khăn tác động trực tiếp đến chi phí ở tất cả các khâu “chấp nhận”, “vận chuyển” và “phát” khi diện tích tự nhiên chiếm tới 3/4 là đồi núi và chỉ có ¼ là đồng bằng[[7]](#footnote-7). Mật độ dân số và khả năng kinh tế cũng là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng và doanh thu dịch vụ bưu chính.

Với địa hình như vậy, chi phí cung ứng dịch vụ bưu chính tại khu vực nông thôn rất lớn, nhất là dịch vụ đến khu vực miền núi, hải đảo, nhưng bù lại dân số ở khu vực nông thôn chiếm tới 65,6%[[8]](#footnote-8) (trong khi dân số thành thị chỉ chiếm 34,4%) tổng dân số cả nước. Điểm bất lợi này có thể trở thành lợi thế nếu doanh nghiệp bưu chính biết khai thác.

## II. XU HƯỚNG QUỐC TẾ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA BƯU CHÍNH

### 1. Xu hướng chuyển đổi số

Chuyển đổi số là xu hướng toàn cầu và là vấn đề sống còn đối với các quốc gia, tổ chức, doanh nghiệp. Điểm mấu chốt của chuyển đổi số là sự thay đổi căn bản cách thức vận hành của các ngành kinh tế và dịch vụ xã hội nhờ ứng dụng các công nghệ số mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn... Nhờ đó, từng cá nhân có thể xây dựng lịch làm việc, giải trí, sinh hoạt, mua sắm... hàng ngày dễ dàng hơn, tiếp cận các sản phẩm/dịch vụ có mức giá hợp lý hơn với chất lượng ngày càng tốt hơn.

### Xu hướng phát triển công nghệ có tính đột phá

- Công nghệ di động/điện thoại thông minh: Cho phép người sử dụng di động/điện thoại thông minh có thể truy cập, phân phối và làm việc ở bất kỳ đâu – bất cứ nơi nào. Đối với nhiều người, điện thoại thông minh đang thay thế ví, sổ ngân hàng, chìa khóa, hệ thống kiểm soát an ninh gia đình, thẻ ID và thẻ thành viên và thẻ tín dụng…Điều này đang buộc các ngành, lĩnh vực, trong đó có bưu chính phải tự cải tiến và đổi mới. Tương lai của Bưu chính là phải dựa vào công nghệ di động/điện thoại thông minh.

- Tự động hóa: Các giải pháp tự động hóa có thể giúp các doanh nghiệp quy mô lớn lẫn quy mô nhỏ và siêu nhỏ có thể đưa hàng hóa đến tay người tiêu dùng nhanh hơn, chính xác, hiệu quả và với chi phí thấp hơn. Trong bưu chính, tự động hóa đã từng bước áp dụng ở hầu hết các công đoạn. Chia chọn tự động, gia tăng trải nghiệm khách hàng, quản lý giao hàng chặng cuối được chú trọng hơn với xu hướng sử dụng thiết bị không người lái hoặc thiết lập hệ thống ki-ốt thông minh.

- Trải nghiệm đa kênh (Omnichannel) là mô hình tiếp cận đa kênh nổi lên như một xu hướng tất yếu của các doanh nghiệp bất kể quy mô lớn hay nhỏ. Với mô hình này, tất cả các kênh bán hàng sẽ được đồng bộ với nhau về tất cả các thông tin quản lý như sản phẩm, khách hàng, khuyến mãi, đơn hàng, người dùng,... Trải nghiệm đa kênh vừa là hiện tại vừa là tương lai của quá trình cung cấp sản phẩm/dịch vụ bưu chính.

- Internet hành vi (Internet of Behavior - IOB) là khái niệm được mở rộng từ Internet vạn vật (Internet of Things - IoT). Internet hành vi là việc sử dụng dữ liệu để thay đổi hành vi. IoB là sự kết hợp của: Công nghệ, phân tích dữ liệu và khoa học hành vi. Vì vậy, hiện nay, các công ty chủ yếu sử dụng IoT và IoB để quan sát và thay đổi hành vi của con người nhằm đạt được mục tiêu mong muốn của họ - điển hình là sử dụng dịch vụ bưu chính.

- Trí tuệ nhân tạo sẽ được ứng dụng vào xe tải, rô bốt, ki-ốt phục vụ...: Thông qua việc thu thập và phân tích dữ liệu, công nghệ AI có thể nắm bắt thông tin về hành vi của khách hàng sử dụng dịch vụ bưu chính. Từ đó mang lại những giải pháp phù hợp với nhu cầu của từng khách hàng. Có thể sử dụng AI cho các trải nghiệm cá nhân, dịch vụ hỗ trợ và dự đoán xu hướng sử dụng dịch vụ.

### Xu hướng phát triển thương mại điện tử

Báo cáo Thương mại điện tử Đông Nam Á 2020[[9]](#footnote-9) của Google dự đoán tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử Việt Nam trung bình giai đoạn 2020 - 2025 là 29% và tới năm 2025 quy mô đạt 52 tỷ USD.

Theo đánh giá của Pitney Bowes[[10]](#footnote-10), thị trường gói, kiện nhỏ toàn cầu dự kiến sẽ có sản lượng tăng gấp đôi từ 103 tỷ kiện (năm 2019) lên hơn 200 tỷ kiện (năm 2026). Hiện nay, các doanh nghiệp bưu chính đã và đang nhanh chóng thay đổi phương thức kinh doanh, đẩy mạnh đầu tư, hiện đại hóa trang thiết bị, đổi mới tổ chức sản xuất, đặc biệt là có những giải pháp toàn diện, đáp ứng yêu cầu cho dịch vụ hậu cần cho thương mại điện tử.

### Xu hướng phát triển bưu chính

Theo báo cáo về thị trường chuyển phát gói, kiện (CEP) cho giai đoạn 2017-2026 của Modor Intelligence [[11]](#footnote-11): Thị trường CEP dự kiến ​​sẽ có tốc độ tăng trưởng bình quân trên 6% trong giai đoạn dự báo, trong đó châu Á - Thái Bình Dương là thị trường lớn nhất tính theo giá trị, chiếm khoảng 40% thị trường toàn cầu; Bắc Mỹ và châu Âu chiếm hơn 50%.

Hậu cần cho thương mại điện tử đã và sẽ tiếp tục là một ngành kinh doanh sinh lợi và ngành chuyển phát chính là nhân tố thúc đẩy sự phát triển cho thị trường thương mại điện tử nhờ hạ tầng mạng lưới, con người sẵn có và ứng dụng thêm công nghệ mới. Ví dụ: Giao hàng chặng cuối sẽ có một sự thay đổi lớn nhờ sử dụng các giải pháp thông minh, như: tủ giao hàng/nhận hàng thông minh, giao hàng nhờ nguồn lực cộng đồng (crowdsourced delivery), giao hàng bằng máy bay không người lái và xe tự hành. Sự phát triển của công nghệ đang định hình lại toàn bộ chuỗi cung ứng và ngành công nghiệp chuyển phát nhanh. Công nghệ đang trở thành một yếu tố quan trọng để tăng hiệu quả, đạt được kỳ vọng của người tiêu dùng cũng như nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Theo Báo cáo phát triển bưu chính 2020 của UPU[[12]](#footnote-12): Cuộc khủng hoảng COVID-19 sẽ có nhiều tác động tới sự phát triển của bưu chính. Những thách thức lớn về hậu cần đã nhanh chóng ảnh hưởng đến độ tin cậy của bưu chính. Sự sụt giảm lưu lượng hàng không trên toàn thế giới cùng với sự thiếu hụt nguồn cung lao động đã khiến luồng bưu gửi bị đình trệ, thời gian chuyển phát bị kéo dài. Sản lượng bưu gửi quốc tế giảm so với năm 2019.

Trong bối cảnh này, các doanh nghiệp bưu chính cần điều chỉnh mô hình kinh doanh linh hoạt hơn để phù hợp với sự tăng trưởng của thương mại điện tử. Chính vì vậy cần phải nâng cao độ tin cậy và mở rộng phạm vi hoạt động mới, đặc biệt là cần có giải pháp để thu hút/giữ chân khách hàng đặt hàng trực tuyến; chú trọng tính kịp thời và khả năng dự báo thời gian giao hàng (dù hàng hóa đó được mua trong nước hay nhập khẩu) thì mới có thể thành công trong một môi trường cạnh tranh khốc liệt hiện nay. Do mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp có mức độ, quy mô phát triển khác nhau nên sẽ có những cách thức/giải pháp khác nhau để phát triển nhưng một trong giải pháp quan trọng là hợp tác và chia sẻ để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

# Phần thứ hai

# THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN BƯU CHÍNH VỆT NAM

## I. NHỮNG CHỦ TRƯƠNG, ĐỊNH HƯỚNG LỚN CỦA ĐẢNG, CHÍNH PHỦ TÁC ĐỘNG TỚI SỰ PHÁT TRIỂN BƯU CHÍNH

Trong những năm qua, Đảng và Chính phủ đã có nhiều chủ trương, định hướng lớn trong việc phát triển cơ sở hạ tầng (trong đó có hạ tầng bưu chính, thông tin truyền thông) để làm nền tảng, cơ sở cho phát triển kinh tế đất nước, thông qua việc ban hành các văn kiện, nghị quyết, quyết định liên quan. Cụ thể:

- Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XI (2011) chỉ rõ: Tập trung xây dựng, tạo bước đột phá về hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế đáp ứng yêu cầu phát triển của đất nước, trong đó “Hiện đại hoá bưu chính - viễn thông và hạ tầng công nghệ thông tin đủ sức bảo đảm nhu cầu phát triển trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng”.

- Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XIII (2020) chỉ rõ: “Xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại cả về kinh tế và xã hội; ưu tiên phát triển một số công trình trọng điểm quốc gia về giao thông, thích ứng với biến đổi khí hậu; chú trọng phát triển hạ tầng thông tin, viễn thông, tạo nền tảng chuyển đổi số quốc gia, từng bước phát triển kinh tế số, xã hội số.”

- Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 01/7/2014 của Bộ Chính trị về đẩy mạnh ứng dụng, phát triển CNTT, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế.

- Nghị quyết số 26/NQ-CP ngày 15/4/2015 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW của Bộ Chính trị.

- Nghị quyết số 36a/NQ-CP ngày 14/10/2015 về Chính phủ điện tử.

- Quyết định 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ trướng Chính phủ về phê duyệt "Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030";.

- Quyết định số 942-QĐ-TTg ngày 15/6/2021 phê duyệt “Chiến lược phát triển Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030”.

- Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 20/5/2021 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng.

- Và nhiều văn bản khác.

## II. MỘT SỐ KẾT QUẢ NỔI BẬT GIAI ĐOẠN 2016-2020

### 1. Về xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách

- Tính đến hết năm 2020, Bộ Thông tin và Truyền thông đã tham mưu, trình Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ thông qua hoặc ban hành theo thẩm quyền Luật bưu chinh, 03 Nghị định của Chính phủ, 06 Quyết định của Thủ tướng Chính phủ và 25 Thông tư, Thông tư liên tịch cấp Bộ. Khung pháp lý về bưu chính thường xuyên được rà soát, tiếp tục hoàn thiện, đổi mới để huy động các nguồn lực trong nước, thu hút nguồn lực nước ngoài, tạo điều kiện cho doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế và nguồn gốc vốn tham gia kinh doanh dịch vụ bưu chính trong môi trường cạnh tranh công bằng hơn, minh bạch hơn.

### 2. Về thị trường bưu chính

Trong những năm qua, lĩnh vực bưu chính Việt Nam đã có những bước phát triển đáng khích lệ. Số lượng doanh nghiệp bưu chính tăng nhanh: Nếu năm 2016 mới có 248 doanh nghiệp được cơ quan nhà nước có thẩm quyền về bưu chính cấp giấy phép bưu chính, xác nhận thông báo hoạt động bưu chính thì đến hết năm 2020, con số này là trên 570 doanh nghiệp, trong đó có hơn 95% doanh nghiệp là doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế tư nhân. Sự gia nhập mạnh mẽ vào thị trường bưu chính của các doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế tư nhân là hoàn toàn phù hợp với chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế tư nhân và trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Giữ vai trò chủ đạo trên thị trường phải kể đến các doanh nghiệp bưu chính lớn của Nhà nước như Bưu điện Việt Nam, Bưu chính Viettel. Hai doanh nghiệp này có mạng lưới điểm phục vụ rộng khắp đến tận cấp xã, nguồn nhân lực dồi dào và hiện cả hai doanh nghiệp đang chi phối việc chuyển phát trong nước (chiếm khoảng 40% thị trường). Gần đây, Bưu điện Việt Nam, Bưu chính Viettel đang phát triển nhanh chóng, mở rộng phạm vi hoạt động sang nhiều mảng dịch vụ mới nhằm gia tăng doanh thu, nâng cao năng suất lao động. Việc đầu tư vào công nghệ, vào chuyển đổi số được cho là nguyên nhân chính để đạt được mức tăng trưởng trong thời gian qua và trong giai đoạn tới. Đây là hai doanh nghiệp được đánh giá là những nhân tố dẫn dắt, có sức ảnh hưởng lan tỏa tới các doanh nghiệp bưu chính khác trên thị trường, nhất là trong việc tham gia vào công cuộc chuyển đổi số trong lĩnh vực bưu chính nói riêng, chuyển đổi số quốc gia nói chung.

Bên cạnh đó, nhiều hãng chuyển phát đa quốc gia hàng đầu trên thế giới như DHL, UPS, TNT... cũng đã tham gia hoạt động tích cực tại thị trường Việt Nam với trình độ quản lý chuyên nghiệp, công nghệ hiện đại và chiếm phần lớn thị phần mảng dịch vụ quốc tế[[13]](#footnote-13).

Ngoài các công ty đã hoạt động ổn định và chiếm được thị phần đáng kể, các công ty công nghệ tham gia thị trường bưu chính đang mở rộng hoạt động nhanh chóng và có tốc độ tăng trưởng rất lớn. Điển hình trong các doanh nghiệp khởi nghiệp này là Giao hàng Tiết kiệm (GHTK) và Giao Hàng Nhanh (GHN) với việc ứng dụng triệt để công nghệ trong tất cả các công đoạn của quá trình cung ứng dịch vụ, quản trị nội bộ và đó chính là chìa khóa để các doanh nghiệp này cạnh tranh thành công trên thị trường.

### 3. Về hạ tầng mạng lưới

Trước năm 1998, cả nước chỉ có 3.000 điểm phục vụ thuộc mạng bưu chính công cộng, tập trung chủ yếu ở các thành phố, thị xã; bình quân cứ 25.500 người và trên 110 km2 (trên diện tích tương đương bán kính 10,5 km) mới có 1 điểm phục vụ[[14]](#footnote-14).

Tính đến hết năm 2020, tổng số điểm phục vụ bưu chính của toàn thị trường trên 21.600 điểm[[15]](#footnote-15), trong đó 13.444 điểm thuộc mạng bưu chính công cộng (bán kính phục vụ bình quân của mạng bưu chính công cộng đạt 2,21 km2/điểm phục vụ;, số điểm phục vụ/xã đạt 100% theo Quy chuẩn quốc gia QCVN 01:2015/BTTTT về chất lượng dịch vụ bưu chính công ích, dịch vụ công ích trong hoạt động phát hành báo chí)[[16]](#footnote-16), với đầy đủ các loại hình vận tải như đường bộ, đường sắt, đường hàng không.

Sự phát triển của hạ tầng mạng bưu chính đã góp phần quan trọng vào việc bảo đảm cung cấp các dịch vụ bưu chính phục vụ sự chỉ đạo, điều hành của Đảng, Nhà nước, nhu cầu thông tin của người dân và có thể đáp ứng tốt nhu cầu chuyển phát hàng hóa cho thị trường nội địa rộng lớn với gần 100 triệu dân, đóng vai trò huyết mạch quan trọng trong đời sống xã hội, đặc biệt trong những giai đoạn khó khăn như dịch bệnh Covid vừa qua.

Bên cạnh đó, thực hiện nhiệm vụ xây dựng Mã địa chỉ bưu chính được Quốc hội khóa XIV giao tại Kỳ họp thứ 4, ngày 07/5/2020, Bộ TTTT đã công bố nền tảng Mã địa chỉ bưu chính (Vpostcode). Sự ra đời của Nền tảng có ý nghĩa vô cùng quan trọng, là sự khởi đầu của việc hình thành nên một hạ tầng số để góp phần thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số trong bưu chính và tạo nền tảng logistics cho sự phát triển của thương mại điện tử và kinh tế số. Nền tảng Vpostcode sẽ hỗ trợ doanh nghiệp bưu chính khả năng tối ưu hóa việc giao phát hàng hóa nhanh chóng và chính xác trên cơ sở hạ tầng mạng lưới và bước đầu dự kiến sẽ được ứng dụng trong một số tình huống khẩn cấp quốc gia, như: hình thành bản đồ dịch bệnh COVID -19, bản đồ các địa điểm cứu hộ trong đợt lũ Miền Trung, bản đồ phòng cháy chữa cháy... góp phần chung tay giải quyết các vấn đề xã hội.

### 4. Về dịch vụ bưu chính

Trong giai đoạn vừa qua, các dịch vụ bưu chính và dịch vụ liên quan được đa dạng hóa, khai thác hiệu quả trên cơ sở hạ tầng mạng bưu chính. Bên cạnh dịch vụ bưu chính truyền thống như: Bưu phẩm trong nước và quốc tế; Bưu phẩm bảo đảm trong nước và quốc tế; Bưu phẩm không địa chỉ; Bưu kiện trong nước và quốc tế; Bưu chính ủy thác; Chuyển phát nhanh EMS; Phát hành báo chí... đã xuất hiện nhiều dịch vụ bưu chính có yếu tố giá trị gia tăng (với chất lượng cao), như: dịch vụ EMS, VNQuickpost, bưu phẩm khai giá, nhất là các dịch vụ giao hàng chặng cuối, phát hàng thu tiền (COD), dịch vụ tài chính bưu chinh, dịch vụ cấp đổi hộ chiếu; chuyển phát Chứng minh thư nhân dân; đại lý dịch vụ ngân hàng; đại lý dịch vụ bảo hiểm nhân thọ, phi nhân thọ; chuyển tiền; điện hoa - quà tặng; phân phối sim, thẻ điện thoại vật lý hoặc mã thẻ; phát triển thuê bao, các dịch vụ gia tăng cho các nhà mạng,...

Do đó, cơ cấu dịch vụ có sự chuyển dịch theo hướng dịch vụ bưu chính truyền thống (đặc biệt là thư phổ cập) giảm sản lượng bưu gửi và gia tăng sản lượng ở các dịch vụ chuyển phát kiện, gói hàng hóa cho thương mại điện tử, các dịch vụ có yếu tố giá trị gia tăng và dịch vụ mới có hàm lượng ứng dụng CNTT.

Về mặt doanh thu, doanh thu dịch vụ bưu chính gia tăng đáng kể từ 10.400 tỷ đồng năm 2016 lên tới 36.950 tỷ đồng năm 2020, đóng góp khoảng 0,8% vào GDP quốc gia. Tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 30%/năm và bưu chính là một trong các lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất của ngành Thông tin và Truyền thông.

**Hình 1. Doanh thu dịch vụ bưu chính giai đoạn 2016-2020 (đơn vị: tỷ đồng)**

Tổng sản lượng bưu gửi năm 2020 đạt 989 triệu bưu gửi, tăng gần 40% so với năm 2019 (then chốt là gói, kiện hàng hóa trong nước, chiếm 98-99% tổng sản lượng). Yếu tố quyết định tốc độ tăng trưởng cao phần lớn do sản lượng dịch vụ gói/kiện giai đoạn 2016-2020 tăng trưởng cao (bình quân trên 35%/năm). Đặc biệt là năm 2021, dự báo là lĩnh vực bưu chính tiếp tục tăng trưởng dựa hoàn toàn vào thị trường trong nước do tác động của dịch COVID-19, khi mọi hoạt động giao thương quốc tế bị đình trệ.

**Hình 2. Sản lượng bưu gửi giai đoạn 2016-2020 (đơn vị: triệu bưu gửi)**

Bên cạnh các dịch vụ mang tính cạnh tranh thì lĩnh vực chính đã tham gia tích cực vào nhóm nhiệm vụ phục vụ cải cách hành chính và phục vụ sự chỉ đạo, điều hành của Nhà nước với dịch vụ tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích (theo Quyết định số 45/2016/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ) và dịch vụ bưu chính phục vụ cơ quan Đảng, Nhà nước KT1 (theo Quyết định số 55/2016/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ).

Tính đến hết năm 2020, 63/63 Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và nhiều Bộ/ngành đã công bố danh mục các thủ tục hành chính được tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích. Sản lượng bưu gửi phục vụ cải cách hành chính năm 2020 là 25.5 triệu bưu gửi (tăng 76% so với năm 2019), đã góp phần không nhỏ vào việc cải cách thủ tục hành chính, tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại cho người dân. 100% kết quả giải quyết thủ tục hành chính được phát đến địa chỉ nhận trong tình trạng không bị suy suyển, hư hỏng hoặc ảnh hưởng tới nội dung bên trong.

Dịch vụ bưu chính bưu chính phục vụ cơ quan Đảng, Nhà nước (KT1) thời gian qua đã đáp ứng yêu cầu, bảo đảm thông tin bưu chính phục vụ sự chỉ đạo, điều hành từ trung ương đến địa phương của các cơ quan Đảng và Nhà nước liên tục, thông suốt và ổn định 24/7. 100% bưu gửi KT1 được chuyển phát an toàn, nhanh chóng, chính xác, kịp thời trong mọi tình huống.

**5. Về nguồn nhân lực**

Lao động trong lĩnh vực bưu chính tăng nhanh với tốc độ tăng trưởng bình quân 27%/năm trong giai đoạn 2016-2020. Tính đến hết năm 2020, tổng số lao động trong lĩnh vực khoảng 85.700 người (nếu tính cả lao động thời vụ thì con số này vào khoảng 150.000 người) tăng 15% so với năm 2019 và tăng 230% so với năm 2016 (37.300 lao động).

Có thể thấy, quy mô thị trường bưu chính mở rộng đã tạo nhiều việc làm cho xã hội. Bên cạnh đó, chất lượng nguồn nhân lực bưu chính ngày càng được nâng cao để kịp thời nắm bắt, áp dụng công nghệ, thiết bị hiện đại vào sản xuất kinh doanh. Do đó, hiệu quả cũng như hiệu suất lao động trong lĩnh vực tăng hàng năm.

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ thì yêu cầu về chất lượng, trình độ chuyên môn và kỹ năng đối với lực lượng lao động bưu chính ngày càng cao, đặc biệt khi nguồn lao động có kiến thức chuyên môn sâu về ngành, kỹ năng số, kỹ năng phân tích dữ liệu thông qua nền tảng số, kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp… sẽ là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp bưu chính nâng cao năng lực cạnh tranh.

Việc nâng cao năng lực nguồn nhân lực trong lĩnh vực bưu chính tại Việt Nam đòi hỏi sự tham gia và cam kết tích cực của các bên liên quan, trong đó có vai trò quan trọng của cơ quan quản lý nhà nước về bưu chính, các doanh nghiệp bưu chính và các cơ sở đào tạo/giáo dục về đào tạo và tái đào tạo (re-skill), bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng số, kỹ năng phân tích dữ liệu trên nền tảng số. Các khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn về bưu chính, logistics và thương mại điện tử ....là rất cần đối với lao động bưu chính trong bối cảnh chuyển đổi số.

**6. Về thay đổi tư duy quản lý**

Tư duy quản lý nhà nước về bưu chính đã dịch chuyển/đổi mới theo hướng chuyển từ "dễ" cho quản lý sang "dễ" cho doanh nghiệp; tăng cường các biện pháp "hậu kiểm" và “đồng hành” cùng doanh nghiệp để nắm bắt, tháo gỡ những khó khăn vướng mắc phát sinh trong quá trình cung ứng dịch vụ bưu chính; không can thiệp sâu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Công tác kiểm tra, giám sát thị trường bưu chính được đổi mới theo hướng từng bước ứng dụng công nghệ thông tin, nâng cao hiệu quả hậu kiểm, giảm chi phí cho doanh nghiệp.

Công tác định hướng và dự báo được chú trọng; gắn quy hoạch, kế hoạch với hệ thống cơ chế chính sách và thị trường bảo đảm cho thị trường phát triển lành mạnh; bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của người sử dụng dịch vụ và doanh nghiệp bưu chính, lấy người dân và doanh nghiệp làm đối tượng phục vụ.

Việc phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước ở cấp Trung ương như Bộ Giao thông Vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Công an… và cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương thời gian qua được đẩy mạnh để kịp thời xử lý, tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc cho doanh nghiệp bưu chính về vận tải hàng hóa; về dừng, khám xét hàng hóa khi đang vận chuyển trên đường; về chữ ký điện tử, hậu cần cho thương mại điện tử và logistics; về hạn chế vận chuyển hàng lậu, hàng cấm qua đường bưu chính…

### 7. Về xếp hạng thế giới

Từ năm 2016 đến nay, Liên minh Bưu chính Thế giới (UPU) đã công bố Chỉ số tích hợp phát triển bưu chính (Integrated Index for Postal Development - 2IPD) và xếp hạng Bưu chính các quốc gia thành viên nhằm đánh giá hiệu quả, năng lực hoạt động bưu chính của các quốc gia.

Tính đến nay, UPU đã có 04 lần công bố kết quả chỉ số 2IDP vào các năm 2016, 2018, 2019 và 2020. Kết quả năm 2020 cho thấy, trong 10 nước đứng đầu bảng xếp hạng này có 06 nước châu Âu, 2 nước Bắc Mỹ và 02 nước châu Á là Nhật Bản và Singapore. Qua 04 lần xếp hạng theo chỉ số 2IPD, có thể thấy, 10 nước đứng đầu bảng xếp hạng đều thuộc nhóm nước có thu nhập cao và đứng cuối bảng phần lớn là các nước có thu nhập thấp, trung bình thấp ở châu Phi và các quốc gia biệt lập.

Theo kết quả năm 2020, 05 nước có chỉ số 2IDP cao nhất là Thụy Sĩ, Áo, Đức, Hà Lan và Nhật Bản. Việt Nam đứng thứ 49/170 nước (tăng 08 bậc so với năm 2016 - 57/170 nước) và xếp thứ 4/10 nước trong ASEAN (sau Singapore, Thái Lan và Malaysia). Việt Nam và Ấn Độ nằm trong số ít nước thuộc nhóm nước có thu nhập trung bình thấp[[17]](#footnote-17) nhưng là nước có chỉ số 2IPD cao.

**III. ĐÁNH GIÁ NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CHO PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC BƯU CHÍNH**

**1. Thuận lợi**

- Thị trường bưu chính Việt Nam có tốc độ tăng trưởng cao (khoảng 30%/năm).

- Bưu chính Việt Nam có hệ thống mạng lưới điểm phục vụ/vật lý trên 21.600 điểm rộng khắp cả nước, có thể đáp ứng tối đa nhu cầu chuyển phát hàng hóa cho thị trường nội địa rộng lớn với gần 100 triệu dân. Với cơ sở, nền tảng đó, Bưu chính sẽ đóng vai trò huyết mạch quan trọng trong đời sống xã hội, đặc biệt trong thiên tai, địch họa hoặc những giai đoạn khó khăn như dịch bệnh Covid vừa qua thì vai trò và tầm quan trọng của Bưu chính càng được thể hiện rõ.

- Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bưu chính khá lớn và thuộc các thành phần kinh tế khác nhau. Cả nước có trên 570 doanh nghiệp, trong đó các hãng chuyển phát đa quốc gia hàng đầu trên thế giới (DHL, UPS, TNT...) cũng đã có mặt tại Việt Nam cùng với trình độ công nghệ hiện đại, chuyên nghiệp.

Một số doanh nghiệp bưu chính hàng đầu như VNPost, Viettel Post, Giao hàng tiết kiệm đã và đang thực hiện chuyển đổi số, từng bước đáp ứng yêu cầu số hóa mạnh mẽ trong thời đại số.

- Nền kinh tế Việt Nam dự kiến sẽ vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng trong nhiều năm tới. Năm 2020, dịch Covid-19 diễn biến phức tạp trên thế giới nhưng được kiểm soát tốt trong nước nên tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 5.059,8 nghìn tỷ đồng, tăng 2,6% so với năm trước[[18]](#footnote-18)..

- TMĐT và logistics bùng nổ thời gian qua đã làm cho các lĩnh vực này trở thành các ngành dịch vụ tiềm năng nhất của nền kinh tế. Cụ thể, TMĐT có tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2016-2019 khoảng 30%, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2020 đạt 15 tỷ đô, dự báo tới năm 2025 sẽ đạt 52 tỷ USD với tốc độ tăng trưởng dự báo 2020-2025 là 29%[[19]](#footnote-19). Ngành logistics Việt Nam hiện có quy mô trên 40 tỷ đô/năm[[20]](#footnote-20) (được dự báo đạt tăng trưởng 15-20% vào năm 2025)[[21]](#footnote-21) và có thể đạt quy mô khoảng 120 tỷ đô năm 2025.

- Đảng và Chính phủ đã có nhiều chủ trương, định hướng lớn trong việc phát triển lĩnh vực thông tin truyền thông, trong đó có lĩnh vực bưu chính để phục vụ phát triển kinh tế, xã hội đất nước.

**2. Khó khăn**

- Khung pháp lý về bưu chính chưa có các quy định khuyến khích việc ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực bưu chính; chưa điều chỉnh các mối quan hệ mới phát sinh trong quá trình phát triển, chuyển đổi số lĩnh vực bưu chính như: thương mại điện tử trong bưu chính, dịch vụ thu tiền khi phát hàng, việc quy hoạch các bưu cục thông minh tại các địa điểm công cộng, tòa nhà cao tầng; chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng bưu chính giữa các doanh nghiệp bưu chính; xây dựng, triển khai hạ tầng số và hạ tầng dữ liệu bưu chính …

- Doanh nghiệp bưu chính Việt Nam có tiềm lực tài chính yếu, hạn chế về cả quy mô cũng như vốn đầu tư (khoảng 93% trong tổng số hơn 570 là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ với số vốn điều lệ dưới 50 tỷ đồng)[[22]](#footnote-22); Quy mô thị trường bưu chính Việt Nam còn nhỏ, chỉ chiếm khoảng 0,8% GDP; sự liên kết giữa doanh nghiệp bưu chính chưa chặt chẽ, chưa có Hiệp hội chuyên ngành riêng.

- Nhận thức về vai trò, tầm quan trọng của việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, của chuyển đổi số của một bộ phận không nhỏ người đứng đầu doanh nghiệp bưu chính còn chậm, chưa theo kịp với yêu cầu thời đại. Việc đổi mới mô hình hoạt động, nắm bắt thông tin thị trường để có giải pháp huy động nguồn lực, mở rộng sản xuất, kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp bưu chính còn chậm; hầu hết doanh nghiệp đều chưa ứng dụng mạnh mẽ các công nghệ mới như điện toán đám mây, dữ liệu lớn, Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (Blockchain),... để tiết kiệm thời gian, chi phí xây dựng, vận hành...

- Hạ tầng mạng lưới bưu chính của các doanh nghiệp bưu chính hiện còn thiếu các Trung tâm bưu chính vùng, khu vực có tích hợp các giải pháp công nghệ hiện đại có thể tối ưu hóa hoạt động giao nhận, vận chuyển phục vụ cho hoạt động thương mại điện tử, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia về logistics; thiếu các nền tảng quản lý, vận hành kho bãi, chuyển phát... có chất lượng và phù hợp với doanh nghiệp bưu chính để kết nối giữa chủ hàng, các nhà giao vận và khách hàng nhằm tăng cường năng lực chuyển phát, rút ngắn thời gian giao nhận, vận chuyển giữa các bên liên quan. Việc tự động hoá, thông minh hoá, tối ưu hoá các quy trình xử lý công việc, mở rộng thị trường và tăng doanh thu lĩnh vực bưu chính còn chậm.

- Chưa có các cơ sở dữ liệu chuyên ngành trong lĩnh vực bưu chính, như: Dữ liệu vận chuyển bưu gửi; Cổng thông tin điện tử bưu chính (công khai giá cước, chất lượng các dịch vụ bưu chính...)... để lưu trữ dữ liệu bưu chính, có thể sử dụng chung để phục vụ cho quản trị điều hành và phát triển các ứng dụng số nhằm cải thiện khả năng quản lý thông tin và hỗ trợ ra quyết định nhằm thúc đẩy sự phát triển lĩnh vực bưu chính.

- Nhiều doanh nghiệp bưu chính (nhất là các doanh nghiệp bưu chính nhỏ và siêu nhỏ) chủ yếu tập trung vào các dịch vụ bưu chính truyền thống, chưa sẵn sàng chuyển dịch sang dịch vụ bưu chính số và dịch vụ hậu cần cho thương mại điện tử; chưa chuyển dịch từ mô hình cung ứng dịch vụ trực tiếp sang trực tuyến (offline-to-online) và ngược lại hoặc chưa mở rộng hệ sinh thái dịch vụ (phân phối, bán lẻ, thanh toán và tài chính số...) nhằm tạo thành chuỗi cung ứng.

- Nhân lực bưu chính chưa qua đào tạo bài bản và còn thiếu, yếu, chưa đáp ứng được yêu cầu, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao được trang bị đủ các kỹ năng, đặc biệt là kỹ năng số.

# Phần thứ ba

# NỘI DUNG PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG BƯU CHÍNH

# ĐẾN NĂM 2025 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

Từ những kết quả đạt được của lĩnh vực bưu chính trong những năm qua, căn cứ các chủ trương, định hướng của Đảng, Nhà nước, xu thế phát triển bưu chính trên thế giới trong bối cảnh kinh tế số, chính phủ số và xã hội số, những nội dung sau đây cần được đưa vào nội dung Chiến lược phát triển hạ tầng bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030.

**I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN**

1. Chủ động phát triển lĩnh vực bưu chính một cách toàn diện, đồng bộ, hiệu quả, trọng tâm trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại. Huy động tốt hơn các nguồn lực xã hội cùng tham gia vào thúc đẩy phát triển lĩnh vực bằng các giải pháp, cách làm đột phá, khác biệt.

2. Phát triển hạ tầng bưu chính theo hướng xây dựng, phát triển và bảo đảm tính gắn kết giữa hạ tầng mạng lưới, hạ tầng số và hạ tầng dữ liệu để vận hành dòng chảy vật chất của nền kinh tế; lấy nền tảng số làm giải pháp đột phá để thay đổi cấu trúc tăng trưởng; hình thành và phát triển hạ tầng dữ liệu bưu chính theo hướng cơ quan nhà nước quản lý dữ liệu, mở dữ liệu và cung cấp dữ liệu mở nhằm bảo đảm là cầu nối giữa thế giới thực và thế giới ảo, phục vụ công cuộc Chuyển đổi số quốc gia, góp phần hình thành một Việt Nam số vào năm 2030.

3. Phát triển thị trường bưu chính theo hướng mở rộng hệ sinh thái dịch vụ, mở rộng không gian hoạt động mới; Khai thác tốt thị trường trong nước từ đó vươn ra thị trường quốc tế. Doanh nghiệp bưu chính chuyển dịch theo hướng doanh nghiệp công nghệ, hướng tới hình thành công nghiệp bưu chính.

4. Chuyển dịch từ dịch vụ bưu chính truyền thống, chuyển phát thư, báo sang dịch vụ bưu chính số và dịch vụ hậu cần cho thương mại điện tử; chuyển dịch từ mô hình cung ứng dịch vụ trực tiếp sang trực tuyến (offline-to-online) và ngược lại; chú trọng các dịch vụ hỗ trợ và thúc đẩy phát triển Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số; tham gia giải quyết các bài toán của đất nước.

5. Hoàn thiện hệ thống pháp luật, minh bạch chính sách, đơn giản hóa thủ tục hành chính nhằm tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh; tạo điều kiện để doanh nghiệp bưu chính phát huy nội lực, mở rộng đầu tư trong nước, khuyến khích đầu tư ra nước ngoài, thu hút đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực bưu chính.

**II. TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030**

Bưu chính là hạ tầng thiết yếu của quốc gia và của nền kinh tế số, đặc biệt là của thương mại điện tử; mở rộng hệ sinh thái dịch vụ, mở rộng không gian hoạt động mới; bảo đảm dòng chảy vật chất bên cạnh dòng chảy dữ liệu; thúc đẩy phát triển Chính phủ số, xã hội số.

**III. MỤC TIÊU CƠ BẢN ĐẾN NĂM 2025**

1. Phát triển thị trường:
2. Tổng doanh thu của doanh nghiệp bưu chính: 9-12 tỷ USD, chiếm 1,8 - 2,4% GDP.

b) Tổng doanh thu dịch vụ bưu chính: 6-8 tỷ USD, chiếm 1,6 - 2,1% GDP.

c) Tốc độ tăng trưởng trung bình của dịch vụ bưu chính phục vụ thương mại điện tử: Tối thiểu 30%.

2. Phát triển hạ tầng bưu chính:

a) Hạ tầng mạng lưới

- 100% xã có điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ.

- 100% điểm phục vụ bưu chính có kết nối internet.

- 100% điểm phục vụ bưu chính thuộc mạng bưu chính công cộng có khả năng phục vụ người dân sử dụng dịch vụ công trực tuyến.

- Tối thiểu 3-5 trung tâm trung chuyển bưu chính vùng, khu vực.

b) Hạ tầng số

- 100% hộ gia đình có địa chỉ số.

- Xây dựng nền tảng địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia thống nhất trên toàn quốc.

- Phát triển tối thiểu 2 sàn thương mại điện tử của doanh nghiệp bưu chính Việt Nam để các hộ sản xuất nông nghiệp có thể tham gia giao dịch trên môi trường số.

c) Hạ tầng dữ liệu

- 100% chế độ báo cáo, chỉ tiêu báo cáo nghiệp vụ và báo cáo thống kê của doanh nghiệp bưu chính phục vụ sự chỉ đạo, điều hành được thực hiện trực tuyến.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu địa chỉ số quốc gia phục vụ cho phát triển thương mại điện tử và kinh tế số.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu ngành bưu chính phục vụ cho việc điều hành phát triển lĩnh vực và hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu.

3. Thúc đẩy Chính phủ số, xã hội số:

a) Khả năng tiếp cận phổ cập dịch vụ: tối thiểu 55 bưu gửi/đầu người.

b) 100% bưu gửi thuộc dịch vụ bưu chính công ích được phát đến từng hộ gia đình.

c) Số lượng doanh nghiệp bưu chính lớn có cung cấp dịch vụ tài chính số: tối thiểu 3 doanh nghiệp.

d) Doanh nghiệp bưu chính tham gia phổ cập kỹ năng số cho người dân.

4. Nâng cao thứ hạng quốc gia

Việt Nam thuộc nhóm 40 nước dẫn đầu về Chỉ số tích hợp phát triển bưu chính (2IPD) theo đánh giá của Liên minh Bưu chính Thế giới (UPU).

**IV. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM, ĐỘT PHÁ**

1. Tập trung xây dựng và triển khai một số nhiệm vụ trọng tâm:

a) Quy hoạch phát triển hạ tầng bưu chính quốc gia theo quy định của pháp luật về quy hoạch và bưu chính.

b) Chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp bưu chính phù hợp với Chương trình chuyển đổi số quốc gia.

c) Chương trình thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn (chuyên đề về bưu chính).

2. Tập trung huy động nguồn lực triển khai một số nhiệm vụ đột phá:

a) Về phát triển hạ tầng: Xây dựng các trung tâm bưu chính vùng, khu vực phù hợp và đồng bộ với quy hoạch hệ thống logistics quốc gia; Hoàn thiện nền tảng Địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia sử dụng trên phạm vi toàn quốc; Hình thành Cổng dữ liệu quốc gia về bưu chính, thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn, hướng tới hình thành hệ sinh thái dữ liệu mở nhằm cung cấp thông tin phục vụ công tác quản lý nhà nước, phát triển lĩnh vực và tăng cường sự kiểm tra, giám sát của người dân, xã hội; Phát triển các cơ sở dữ liệu địa chỉ số quốc gia và cơ sở dữ liệu chuyên ngành bưu chính kết nối với Cổng dữ liệu quốc gia về bưu chính.

b) Về phát triển dịch vụ bưu chính phục vụ thương mại điện tử: Tạo điều kiện thuận lợi về thủ tục xuất khẩu, nhập khẩu, hải quan tại cửa khẩu đường không, đường bộ, đường biển, bảo đảm nhanh chóng và tiện lợi cho hàng thương mại điện tử qua dịch vụ bưu chính.

c) Về phát triển dịch vụ bưu chính ứng dụng công nghệ số và dịch vụ số: Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số hiện đại, khai thác triệt để cơ sở dữ liệu bưu chính để phát triển dịch vụ số theo hướng mở rộng hệ sinh thái dịch vụ, mở rộng không gian hoạt động mới, hỗ trợ và gia tăng trải nghiệm cho khách hàng.

d) Hình thành một số doanh nghiệp bưu chính lớn làm nòng cốt cho phát triển mạng bưu chính đến hộ gia đình trên cơ sở nền tảng Địa chỉ số để mở rộng thị trường bưu chính, trong đó chú trọng đẩy mạnh thương mại điện tử ở địa bàn nông thôn, phát triển kinh tế số nông thôn.

**V. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN**

1. Hoàn thiện môi trường pháp lý:

Rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung hệ thống quy phạm pháp luật để khuyến khích đổi mới, sáng tạo, thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực bưu chính, góp phần phát triển nền kinh tế số, xã hội số; bám sát yêu cầu phát triển và đổi mới trong bối cảnh xuất hiện nhiều dịch vụ, phương thức kinh doanh mới dựa trên công nghệ số và thương mại điện tử.

a) Nghiên cứu, đề xuất sửa đổi Luật bưu chính và các văn bản hướng dẫn Luật nhằm giải quyết những khó khăn, vướng mắc, bổ sung các quy định khuyến khích ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực bưu chính để lĩnh vực phát triển trong bối cảnh kinh tế số.

b) Nghiên cứu, xây dựng khung pháp lý thử nghiệm có kiểm soát cho các hoạt động áp dụng các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ, mô hình kinh doanh mới trong bưu chính, trong đó quy định rõ phạm vi không gian và thời gian thử nghiệm để khuyến khích đổi mới sáng tạo.

c) Nghiên cứu, xây dựng sửa đổi, bổ sung một số Điều của Nghị định số 47/2011/NĐ-CP ngày 17/6/2011 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số nội dung của Luật bưu chính.

d) Nghiên cứu, xây dựng sửa đổi, bổ sung một số Điều của Quyết định số 55/2016/QĐ-TTg ngày 26/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ về Mạng bưu chính phục vụ cơ quan Đảng, Nhà nước.

đ) Xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn, hướng dẫn kỹ thuật về bưu chính số theo kịp sự phát triển của công nghệ, bảo đảm an toàn thông tin mạng; kết nối liên thông, chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng mạng lưới, hạ tầng dữ liệu giữa các doanh nghiệp bưu chính; phối hợp xây dựng kiến tạo thể chế, chính sách về dữ liệu.

e) Rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về thương mại, giá, hải quan, thanh toán để tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phát triển lĩnh vực bưu chính.

2. Phát triển hạ tầng bưu chính:

Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư xây dựng, vận hành và chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng bưu chính nhằm tham gia hỗ trợ, thúc đẩy phát triển kinh tế số, chính phủ số, xã hội số.

a) Hạ tầng mạng lưới

- Xây dựng các Trung tâm bưu chính vùng, khu vực có tích hợp các giải pháp công nghệ hiện đại để tối ưu hóa hoạt động giao nhận vận chuyển cho hoạt động thương mại điện tử, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia về logistics.

- Phát triển và duy trì hoạt động ổn định mạng điểm phục vụ bưu chính rộng khắp cả nước, bảo đảm 100% số xã có điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ vào năm 2021; tiến tới năm 2025, 100% điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ tại các xã được kết nối Internet.

- Phát triển các bưu cục thông minh cung cấp dịch vụ bưu chính số để nâng cao khả năng cạnh tranh về quy mô và mật độ mạng lưới.

- Khuyến khích, doanh nghiệp bưu chính lớn sở hữu phương tiện vận tải hàng không để chủ động vận chuyển thư, hàng hóa.

- Khai thác hiệu quả mạng bưu chính công cộng để hỗ trợ người dân (đặc biệt là người dân ở vùng sâu, vùng xa, các đối tượng yếu thế trong xã hội) được tiếp cận các dịch vụ bưu chính, dịch vụ số của Chính phủ, đặc biệt là các dịch vụ số để nâng cao dân trí và phát triển kinh tế nông thôn.

b) Hạ tầng số

- Định hướng phát triển các sàn thương mại điện tử của doanh nghiệp bưu chính để các hộ sản xuất nông nghiệp, hộ gia đình và người dân có thể giao dịch mua bán sản phẩm, hàng hóa trên môi trường số, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông thôn, để mỗi hộ sản xuất nông nghiệp, hộ gia đình có thể trở thành một doanh nghiệp siêu nhỏ.

- Xây dựng các nền tảng quản lý, vận hành kho bãi, chuyển phát, địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia... kết nối giữa chủ hàng, các nhà giao vận và khách hàng để tăng cường năng lực chuyển phát, rút ngắn thời gian giao nhận, vận chuyển giữa các bên liên quan.

- Khuyến khích, tạo điều kiện để các doanh nghiệp bưu chính đầu tư, phát triển hạ tầng số có ứng dụng các công nghệ hiện đại của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư như: Nền tảng Internet vạn vật (IoT); ứng dụng tương tác với khách hàng sử dụng trí tuệ nhân tạo (Chatbots); máy bay không người lái giao hàng (Drone); Robot giao hàng tự hành;...

c) Hạ tầng dữ liệu

- Xây dựng và phát triển các cơ sở dữ liệu chuyên ngành trong lĩnh vực bưu chính, như: Dữ liệu địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia, dữ liệu vận chuyển bưu gửi; Cổng thông tin điện tử bưu chính (công khai giá cước, chất lượng các dịch vụ bưu chính...) ứng dụng các công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) trong việc xây dựng, lưu trữ dữ liệu bưu chính, cho phép sử dụng chung để phục vụ cho quản trị điều hành và phát triển các ứng dụng số để cải thiện khả năng quản lý thông tin và hỗ trợ ra quyết định nhằm thúc đẩy sự phát triển lĩnh vực bưu chính.

- Xây dựng hệ thống báo cáo trực tuyến kết nối với các doanh nghiệp bưu chính lớn.

3. Phát triển dịch vụ bưu chính:

Phát triển thị trường bưu chính theo hướng mở rộng hệ sinh thái, mở rộng không gian hoạt động mới, thúc đẩy phát triển kinh tế số và tham gia góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững.

a) Nhóm dịch vụ bưu chính cơ bản, thiết yếu

- Mở rộng phạm vi dịch vụ bưu chính công ích (dịch vụ bưu chính phổ cập).

- Tối ưu hóa quy trình, nghiệp vụ; ứng dụng công nghệ để phát triển, nâng cao chất lượng dịch vụ.

b) Nhóm dịch vụ bưu chính ứng dụng công nghệ số và dịch vụ bưu chính số

- Sử dụng nền tảng tích hợp các dịch vụ bưu chính truyền thống đáp ứng tối đa các nhu cầu của khách hàng trong kỷ nguyên số nhằm tăng doanh thu, nâng cao chất lượng hiệu quả.

- Tự động hoá, thông minh hoá, tối ưu hoá các quy trình xử lý công việc, mở rộng thị trường và tăng doanh thu lĩnh vực bưu chính.

- Ứng dụng mạnh mẽ, hiệu quả các công nghệ mới như điện toán đám mây (Cloud Computing), dữ liệu lớn (Big Data), di động (Mobility), Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (Blockchain),... trong xây dựng, triển khai các dịch vụ bưu chính số để tiết kiệm thời gian, chi phí xây dựng và vận hành các hệ thống thông tin.

c) Nhóm dịch vụ mở rộng hệ sinh thái dịch vụ bưu chính

- Chú trọng khai thác hạ tầng bưu chính để phát triển các dịch vụ mới nhằm mở rộng hệ sinh thái dịch vụ bưu chính: Giao hàng chặng cuối, logistics, chuỗi cung ứng; phân phối, bán lẻ, thương mại điện tử; thanh toán và tài chính số; các dịch vụ bưu chính số hỗ trợ cho các ngành, lĩnh vực trong nền kinh tế: nông nghiệp, chăm sóc sức khỏe, an sinh xã hội, đào tạo, tư pháp…

- Phát triển các mô hình kinh doanh mới trên cơ sở kết hợp, chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng bưu chính với các doanh nghiệp khác.

4. Chuyển đổi số bưu chính:

a) Định hướng, dẫn dắt, đặt hàng các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam, doanh nghiệp công nghệ bưu chính xây dựng, phát triển các nền tảng số Make in Viet Nam để thúc đẩy chuyển đổi số lĩnh vực bưu chính, bảo đảm chuỗi cung ứng bưu chính và logistics hiệu quả; Khuyến khích, tạo điều kiện để một số doanh nghiệp bưu chính lớn chuyển dịch theo hướng doanh nghiệp công nghệ, công nghiệp bưu chính.

b) Hình thành một số doanh nghiệp bưu chính lớn làm nòng cốt phát triển mạng bưu chính vươn đến tận hộ gia đình trên cơ sở nền tảng địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia để mở rộng thị trường bưu chính, trong đó chú trọng đẩy mạnh thương mại điện tử ở địa bàn nông thôn, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông thôn.

c) Phát triển hệ sinh thái các nền tảng số hỗ trợ doanh nghiệp bưu chính trong việc tạo và kết nối dữ liệu với các sàn thương mại điện tử và các đối tác trong chuỗi cung ứng.

d) Hợp tác với các đối tác bên ngoài, các công ty khởi nghiệp phát huy các ý tưởng, giải pháp đổi mới, sáng tạo để giải quyết các bài toán của bưu chính.

5. Phát triển nguồn nhân lực và đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số:

a) Xây dựng kế hoạch hàng năm về đào tạo và tái đào tạo (re-skill), bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng số, kỹ năng phân tích dữ liệu thông qua nền tảng số cho cán bộ lãnh đạo; cán bộ, nhân viên bưu chính nhằm nâng cao về chất lượng/từng bước thích nghi thị trường lao động quốc tế và sẵn sàng chuyển đổi môi trường làm việc sang môi trường số thông qua nền tảng phát triển kỹ năng số quốc gia và các nền tảng số Make in Viet Nam khác.

b) Thu hút nhân lực trong và ngoài nước cho lĩnh vực khi triển khai các dịch vụ bưu chính số mới.

c) Nghiên cứu, đề xuất xây dựng mô hình hợp tác công – tư về đào tạo kỹ năng số; đào tạo về bưu chính, logistics và thương mại điện tử trong bối cảnh chuyển đổi số. Nghiên cứu, tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn để đáp ứng ngay nhu cầu của các doanh nghiệp bưu chính.

d) Tổ chức đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ năng số cho các hộ sản xuất nông nghiệp và người dân tham gia giao dịch trên các sàn thương mại điện tử để quảng bá sản phẩm, mở rộng kênh tiêu thụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh,... góp phần thúc đẩy phát triền kinh tế số tại địa phương.

đ) Tổ chức đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các nội dung chính sách pháp luật về quản lý, phòng ngừa, ngăn chặn việc kẻ xấu lợi dụng mạng bưu chính để vận chuyển hàng lậu, hàng cấm; về bưu chính số và chuyển đổi số để nâng cao nhận thức cho người dân và các doanh nghiệp bưu chính thông qua các phương tiện báo chí, phát thành truyền hình và trên các nền tảng số, mạng xã hội như: Zalo, Lotus, Mocha,...

6. Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về bưu chính:

a) Nhà nước điều phối, quy hoạch, thúc đẩy phát triển hiệu quả thị trường bưu chính; triển khai các hoạt động định hướng và cho phép thí điểm cung ứng dịch vụ bưu chính số.

b) Phát huy sức mạnh của Chính quyền các cấp và sự tham gia của các tổ chức, doanh nghiệp để triển khai thực hiện các nhiệm vụ nhằm thúc đẩy phát triển lĩnh vực bưu chính trong nền kinh tế số.

c) Định kỳ tổ chức Diễn đàn quốc gia về bưu chính để chia sẻ, hợp tác giữa các nhà xây dựng chính sách, nhà quản lý, chuyên gia và doanh nghiệp trong và ngoài lĩnh vực bưu chính.

d) Thành lập Hiệp hội Bưu chính Việt Nam để phát triển bền vững và bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp bưu chính.

đ) Xây dựng mạng kết nối bưu chính Việt Nam để kết nối các chuyên gia, nhà quản lý bưu chính trên toàn quốc.

7. Hợp tác quốc tế:

a) Chủ động hợp tác quốc tế trong phát triển lĩnh vực bưu chính; chủ động, tích cực tham gia các tổ chức quốc tế về bưu chính mà Việt Nam là thành viên; sẵn sàng phát huy vai trò đi đầu trong những lĩnh vực bưu chính Việt Nam có thế mạnh; tham gia chủ động, tích cực vào việc xây dựng các khuôn khổ pháp lý, tiêu chuẩn, nguyên tắc quốc tế mới về bưu chính số phù hợp với mục tiêu và lợi ích của Việt Nam.

b) Hỗ trợ một số nước kém phát triển hơn trong lĩnh vực bưu chính nhằm tăng cường mối quan hệ hợp tác quốc tế, đồng thời quảng bá, tạo thị trường cho các sản phẩm, dịch vụ bưu chính của các doanh nghiệp bưu chính Việt Nam.

c) Rà soát, chủ động trong việc cung cấp đầy đủ thông tin cho Liên minh Bưu chính Thế giới (UPU) để thực hiện đánh giá, xếp hạng, nâng hạng Việt Nam trong Bảng xếp hạng Chỉ số tích hợp phát triển bưu chính (2IPD) thế giới.

8. Đo lường, giám sát, đánh giá triển khai:

a) Giám sát, đánh giá, đo lường hiệu quả các nhiệm vụ, chỉ tiêu được thực hiện dựa trên kết quả, số liệu.

b) Định kỳ hàng năm xây dựng báo cáo kết quả thực hiện Chiến lược, làm cơ sở theo dõi, đôn đốc việc thực hiện các nhiệm cụ của Chiến lược.

**VI. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

1. Nguồn lực để thực hiện Chiến lược bao gồm vốn ngân sách nhà nước, vốn doanh nghiệp, hỗ trợ phát triển chính thức, tài trợ quốc tế và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Đối với nguồn vốn ngân sách nhà nước, thực hiện theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành. Các bộ, ngành, địa phương, căn cứ mục tiêu, nhiệm vụ nêu trong Chiến lược để xây dựng dự toán kinh phí cụ thể để triển khai thực hiện theo quy định.

3. Đẩy mạnh việc huy động các nguồn lực tài chính từ các tổ chức, cá nhân, các doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia thực hiện Chiến lược theo quy định pháp luật; lồng ghép các nhiệm vụ giao cho các bộ, ngành, địa phương trong các chương trình mục tiêu quốc gia khác có liên quan.

**VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

1. Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp liên quan triển khai thực hiện.

2. Các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông triển khai thực hiện nhiệm vụ được giao tại Phụ lục kèm theo.

3. Căn cứ vào thực tế, Bộ Thông tin và Truyền thông tham mưu, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt việc điều chỉnh phân công, giao các đơn vị tổ chức triển khai thực hiện các nhiệm vụ trong Chiến lược.

# PHỤ LỤC

**CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG**

**Thực hiện Chiến lược phát triển hạ tầng bưu chính đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030**

| **TT** | **Nhiệm vụ, giải pháp** | **Đơn vị chủ trì** | **Đơn vị phối hợp** | **Thời gian thực hiện** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **I** | **Hoàn thiện môi trường pháp lý** |  |  |  |
|  | Nghiên cứu, đề xuất sửa đổi Luật bưu chính số 49/2021/QH12 ngày 17/6/2010 của Quốc hội | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2021-2025 |
|  | Nghiên cứu, xây dựng sửa đổi, bổ sung một số Điều của Nghị định số 47/2011/NĐ-CP ngày 17/6/2011 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số nội dung của Luật bưu chính | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2021 |
|  | Nghiên cứu, xây dựng sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 55/2016/QĐ-TTg ngày 26/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ về Mạng bưu chính phục vụ cơ quan Đảng, Nhà nước | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2021 |
|  | Nghiên cứu, xây dựng Thông tư về quy định chi tiết và hướng dẫn một số nội dung về tem bưu chính | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2021 |
|  | Nghiên cứu, xây dựng cơ chế, chính sách thúc đẩy việc chia sẻ, sử dụng chung hạ tầng bưu chính giữa các doanh nghiệp bưu chính để nâng cao hiệu quả khai thác hạ tầng bưu chính, tiết kiệm nguồn lực kinh tế của xã hội. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2022-2025 |
|  | Nghiên cứu, xây dựng khung pháp lý thử nghiệm có kiểm soát cho các hoạt động áp dụng các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ, mô hình kinh doanh mới trong bưu chính, trong đó quy định rõ phạm vi không gian và thời gian thử nghiệm để khuyến khích đổi mới sáng tạo. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2022-2025 |
|  | Xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn, hướng dẫn kỹ thuật về bưu chính số theo kịp sự phát triển của công nghệ, bảo đảm an toàn thông tin mạng. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | 2022-2025 |
|  | Nghiên cứu cơ chế quản lý dịch vụ thu hộ tiền khi phát hàng trong lĩnh vực bưu chính. | Ngân hàng Nhà nước | Bộ Thông tin và Truyền thông |  |
|  | Nghiên cứu chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển thương mại điện tử qua bưu chính. | Bộ Công Thương | Bộ Tài chính,  Bộ Thông tin và Truyền thông |  |
|  | Nghiên cứu đề xuất cơ chế, chính sách ưu đãi về đất đai, thuế và tín dụng để thúc đẩy đầu tư vào Trung tâm bưu chính vùng, khu vực. | Bộ Kế hoạch và Đầu tư | Bộ Tài chính,  Bộ Thông tin và Truyền thông |  |
| **II** | **Phát triển hạ tầng bưu chính** |  |  |  |
|  | Xây dựng Quy hoạch hạ tầng bưu chính quốc gia, trong đó tập vào các Trung tâm bưu chính vùng, Trung tâm bưu chính vùng, khu vực phù hợp và đồng bộ với quy hoạch hệ thống logistics quốc gia. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các địa phương liên quan | 2022 |
|  | Xây dựng các Trung tâm bưu chính vùng, khu vực | Doanh nghiệp bưu chính **lớn** | Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ủy ban nhân dân các địa phương liên quan |  |
|  | Rà soát cơ chế, chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển hạ tầng giao thông, các phương thức vận tải hàng hóa để bảo đảm tính đồng bộ với Chiến lược phát triển, quy hoạch phát triển hạ tầng bưu chính | Bộ Giao thông vận tải | Bộ Thông tin và Truyền thông |  |
|  | Rà soát, điều chỉnh quy hoạch địa phương gắn với phát triển hạ tầng bưu chính/phù hợp với QH hạ tầng bưu chính quốc gia | Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương | Bộ Thông tin và Truyền thông |  |
|  | Phát triển và duy trì mạng điểm phục vụ bưu chính rộng khắp cả nước; năm 2025, 100% điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ tại các xã được kết nối Internet. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các doanh nghiệp bưu chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | 2021-2025 |
|  | Hoàn thành chỉ tiêu 100% điểm phục vụ bưu chính thuộc mạng bưu chính công cộng có khả năng phục vụ người dân sử dụng dịch vụ công trực tuyến | Bộ Thông tin và Truyền thông | Doanh nghiệp bưu chính được chỉ định quản lý, khai thác mạng bưu chính công cộng; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | 2021-2025 |
|  | Hoàn thành chỉ tiêu 100% hộ gia đình có địa chỉ số | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các doanh nghiệp bưu chính, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | 2022-2025 |
|  | Xây dựng các nền tảng quản lý, vận hành kho bãi, chuyển phát, địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia... kết nối giữa chủ hàng, các nhà giao vận và khách hàng để tăng cường năng lực chuyển phát, rút ngắn thời gian giao nhận, vận chuyển giữa các tác liên quan. | Các doanh nghiệp  bưu chính | Bộ Thông tin và Truyền thông | 2022-2025 |
|  | Xây dựng nền tảng Địa chỉ số gắn với bản đồ số quốc gia sử dụng trên phạm vi toàn quốc | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2021-2022 |
|  | Xây dựng cơ sở dữ liệu địa chỉ số quốc gia | Bộ Thông tin và Truyền thông | Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | 2021-2022 |
|  | Xây dựng Cổng thông tin điện tử quốc gia về bưu chính với cơ sở dữ liệu bưu chính mở, thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn, hướng tới hình thành hệ sinh thái dữ liệu mở nhằm cung cấp thông tin phục vụ công tác quản lý nhà nước và tăng cường sự kiểm tra, giám sát của người dân, xã hội. | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2021-2025 |
|  | Phát triển các cơ sở dữ liệu chuyên ngành bưu chính: Tem bưu chính, chất lượng, giá cước,... | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2021-2025 |
| **III** | **Chuyển đổi số bưu chính** |  |  |  |
|  | Hình thành một số doanh nghiệp bưu chính lớn làm nòng cốt cho phát triển mạng bưu chính đến hộ gia đình trên cơ sở nền tảng Địa chỉ số để mở rộng thị trường bưu chính, chú trọng đẩy mạnh thương mại điện tử ở địa bàn nông thôn, phát triển kinh tế số nông thôn. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | 2021-2025 |
|  | Định hướng phát triển hệ sinh thái các nền tảng hỗ trợ doanh nghiệp bưu chính trong việc tạo và kết nối dữ liệu với các sàn thương mại điện tử và các đối tác trong chuỗi cung ứng. | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2021-2025 |
|  | Chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp bưu chính phù hợp với Chương trình chuyển đổi số quốc gia. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Doanh nghiệp  bưu chính | 2021-2022 |
| **V** | **Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về bưu chính** |  |  |  |
|  | Thành lập Hiệp hội Bưu chính Việt Nam | Các doanh nghiệp bưu chính | Bộ Nội vụ;  Bộ Thông tin và Truyền thông, | 2022-2023 |
|  | Xây dựng mạng kết nối bưu chính Việt Nam để kết nối các chuyên gia, nhà quản lý bưu chính trên toàn quốc | Bộ Thông tin và Truyền thông |  | 2022 |
|  | Định kỳ tổ chức Diễn đàn quốc gia về bưu chính để cùng nhau chia sẻ, hợp tác giữa các nhà xây dựng chính sách, nhà quản lý, chuyên gia và doanh nghiệp trong và ngoài lĩnh vực bưu chính. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các doanh nghiệp bưu chính | Hằng năm |
| **VI** | **Phát triển nguồn nhân lực và đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số** |  |  |  |
|  | Xây dựng kế hoạch hàng năm về đào tạo và tái đào tạo (re-skill), bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng số, kỹ năng phân tích dữ liệu thông qua nền tảng số cho cán bộ lãnh đạo, cán bộ, nhân viên bưu chính | Doanh nghiệp bưu chính | Bộ Thông tin và Truyền thông | Hằng năm |
|  | Nghiên cứu, đề xuất xây dựng mô hình hợp tác công – tư về đào tạo kỹ năng số; đào tạo về bưu chính, logistics và thương mại điện tử trong bối cảnh chuyển đổi số. Nghiên cứu, tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn để đáp ứng ngay nhu cầu của các doanh nghiệp bưu chính. | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các doanh nghiệp bưu chính | Hằng năm |
|  | Tổ chức đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ năng số cho các hộ sản xuất nông nghiệp và người dân tham gia giao dịch thông qua các sàn thương mại điện tử để quảng bá sản phẩm, mở rộng kênh tiêu thụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các doanh nghiệp bưu chính | Hằng năm |
|  | Tổ chức đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các nội dung chính sách pháp luật về quản lý, phòng ngừa, ngăn chặn việc kẻ xấu lợi dụng mạng bưu chính để vận chuyển hàng lậu, hàng cấm; về bưu chính số và chuyển đổi số để nâng cao nhận thức cho người dân và các doanh nghiệp bưu chính thông qua các phương tiện báo chí, phát thành truyền hình và trên các nền tảng số, mạng xã hội như: Zalo, Lotus, Mocha,... | Bộ Thông tin và Truyền thông | Bộ Công an,  Bộ Công Thương, các doanh nghiệp bưu chính | Hằng năm |
| **X** | **Nâng cao thứ hạng Việt Nam** |  |  |  |
|  | Nghiên cứu, đề xuất giải pháp nâng cao thứ hạng của Việt Nam tại bảng xếp hạng Chỉ số tích hợp phát triển bưu chính của Liên minh Bưu chính thế giới (2IPD) | Bộ Thông tin và Truyền thông | Doanh nghiệp Nhà nước được chỉ định tham gia hoạt động trong Liên minh Bưu chính thế giới | 2021-2025 |
| **IX** | **Tổ chức triển khai và đo lường, giám sát, đánh giá việc triển khai** |  |  |  |
|  | Tổ chức triển khai, hướng dẫn việc thực hiện Chiến lược | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | Thường xuyên |
|  | Giám sát, đánh giá, đo lường hiệu quả các nhiệm vụ, chỉ tiêu được thực hiện dựa trên kết quả, số liệu. Định kỳ hàng năm xây dựng báo cáo kết quả thực hiện Chiến lược | Bộ Thông tin và Truyền thông | Các bộ, ngành,  địa phương | Thường xuyên |
|  | Cân đối, bố trí kinh phí thực hiện Chiến lược theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và pháp luật liên quan | Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính | Bộ Thông tin và Truyền thông | Hằng năm |
|  | Xây dựng kế hoạch phát triển bưu chính tại địa phương bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ với việc thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; Thực hiện sơ kết, tổng kết kế hoạch phát triển bưu chính tại địa phương gửi Bộ Thông tin và Truyền thông để tổng hợp | Uỷ ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương | Bộ Thông tin và Truyền thông | Hằng năm |

1. Số liệu thống kê từ các doanh nghiệp bưu chính do Vụ Bưu chính tổng hợp [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.apex-insight.com/product/global-parcel-delivery-market/> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/khu-vuc-chau-a-thai-binh-duong-dong-gop-34-9-gdp-toan-cau-563252.html> [↑](#footnote-ref-3)
4. Theo từ điển chuyên ngành tiếng Anh Oxford: Infrastructure: The basic systems and services that are necessary for a country or an organization to run smoothly, for example buildings, transport and water and power supplies. [↑](#footnote-ref-4)
5. Theo EPAC (Economic Planning and Advisory Commission – Hội đồng Kế Hoạch và Tư vấn kinh tế) và theo Investopedia, [↑](#footnote-ref-5)
6. Mang tính phi vật chất,vô hình; không đồng nhất về chất lượng; đồng thời giữa sản xuất và tiêu thụ [↑](#footnote-ref-6)
7. http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/NuocCHXHCNVietNam/ThongTinTongHop/dialy [↑](#footnote-ref-7)
8. Dân số thành thị là 33.122.548 người, chiếm 34,4% tổng dân số cả nước (http://tongdieutradanso.vn/thong-cao-

   bao-chi-ket-qua-tong-dieu-tra-dan-so-va-nha-o-nam-2019.html). [↑](#footnote-ref-8)
9. <https://drive.google.com/file/d/17vAxGS2Yp81efF3lE6jWRn5_4qLQESbL/view> (trang 10) [↑](#footnote-ref-9)
10. Pitney Bowes là nhà cung cấp hàng đầu thế giới các hệ thống, dịch vụ và giải pháp xử lý thư (<https://www.pitneybowes.com/content/dam/pitneybowes/us/en/shipping-index/pb-parcel-shipping-infographic-2020-final-hires-rev2.pdf>) [↑](#footnote-ref-10)
11. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/courier-express-and-parcel-cep-market> [↑](#footnote-ref-11)
12. <https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/2020-Postal-Development-Report.pdf> [↑](#footnote-ref-12)
13. Doanh thu năm 2020 của DHL, UPS, TNT chiếm 73% doanh thu dịch vụ quốc tế toàn thị trường (4724 tỷ/6.473 tỷ đồng) - số liệu báo cáo thống kê của doanh nghiệp do Vụ Bưu chính tổng hợp. [↑](#footnote-ref-13)
14. Báo cáo 30 năm đổi mới bưu chính (1986-2016) [↑](#footnote-ref-14)
15. Số liệu Vụ Bưu chính [↑](#footnote-ref-15)
16. Báo cáo năm của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam 2018 [↑](#footnote-ref-16)
17. https://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp\_current/2014wesp\_country\_classification.pdf [↑](#footnote-ref-17)
18. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2020/12/baocao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2020/> (mục 5 hoạt động dịch vụ) [↑](#footnote-ref-18)
19. Báo cáo TMĐT 2021 tr10 (https://drive.google.com/file/d/17vAxGS2Yp81efF3lE6jWRn5\_4qLQESbL/view) [↑](#footnote-ref-19)
20. https://daibieunhandan.vn/chuyen-doi-so-de-tang-canh-tranh-f1ek9wo3ag-57023 [↑](#footnote-ref-20)
21. Quyết định số 221/QĐ-TTg ngày 22/02/2021 sửa đổi, bổ sung Quyết định số 200/QĐ-TTg ngày 14 tháng 02 năm 2017 về việc phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 [↑](#footnote-ref-21)
22. Số liệu quản lý doanh nghiệp do Vụ Bưu chính tổng hợp [↑](#footnote-ref-22)