

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

ThS. Nguyễn Thị Hương
Học viện Quản lý giáo dục

Thương mại điện tử (TMĐT) là thuật ngữ mới xuất hiện trong những năm gần đây và cũng chưa có văn bản pháp lý chính thức đưa ra định nghĩa chính xác về TMĐT. Phần đông đều cho TMĐT là việc mua bán hàng hoá và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và các mạng viễn thông, chủ yếu là máy tính và internet. Tuy nhiên, căn cứ vào các định nghĩa đã có trên thế giới và Việt Nam, xét thực tế và tương lai phát triển của TMĐT thì có thể hiểu TMĐT theo hướng “thương mại” theo nghĩa rộng (tức là thương mại hiện đại) còn “điện tử” theo nghĩa hẹp. Có nghĩa là “Thương mại điện tử là mọi hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng internet và các mạng viễn thông khác”.

Việt Nam, Đảng và Chính phủ ta đã sớm thấy được vai trò quan trọng của công nghệ thông tin (CNTT) và TMĐT đối với quá trình CNH, HĐH đất nước. Từ năm 2005, sau khi kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 15/09/2005, hệ thống văn bản pháp luật của Việt Nam về lĩnh vực TMĐT liên tục được bổ sung, hoàn thiện. Có thể khẳng định đến nay, khung pháp lý về TMĐT tại Việt Nam đã hình thành, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các ứng dụng TMĐT trong xã hội.

Sau 5 năm triển khai kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010, TMĐT Việt Nam đã khẳng định được vị trí của mình trong các hoạt động kinh tế-xã hội, góp phần tích cực cho sự phát triển nhanh và bền vững của doanh nghiệp và đất nước.

Kết quả điều tra, khảo sát của Bộ Công Thương với 3.400 doanh nghiệp (DN) trên cả nước cho thấy đến hết năm 2010 hầu hết các DN hoạt động trong tất cả các lĩnh vực đã tổ chức triển khai ứng dụng TMĐT ở nhiều mức độ và quy mô khác nhau: 100% DN tham gia khảo sát đã trang bị máy tính, với 98% DN đã kết nối internet dưới nhiều hình thức khác nhau, trong đó 89% là kết nối bằng băng rộng (ADSL); trên 81% DN sử dụng email trong hoạt động sản xuất kinh doanh, với tỷ lệ sử dụng của các DN lớn là 96%, DN nhỏ và vừa là 80%. Việc sử dụng các phần mềm chuyên dụng được các DN sử dụng ngày càng nhiều để tăng hiệu quả sản xuất, kinh doanh như kế toán (88%), quản lý nhân sự (48%)... Hầu hết các DN đều chấp nhận việc đặt hàng hoặc nhận đặt hàng qua các phương tiện điện tử, trong đó số lượng DN đặt và chấp nhận đặt hàng thông qua internet ngày càng tăng. Theo khảo sát, tỷ lệ DN nhận đặt hàng qua email là 52%, qua website đạt 15%, trong khi đó tỷ lệ DN đặt hàng qua email là 53% và qua website là 21%. Các DN cũng đã nhận thức được và quan tâm nhiều hơn tới những vấn đề đặc thù trong TMĐT như bảo đảm an toàn thông tin, bảo vệ thông tin cá nhân. Bên cạnh đó, các DN cũng rất chú trọng tới việc xây dựng, quảng bá hình ảnh và sản phẩm trên internet thông qua việc xây dựng website riêng, tham gia các sàn giao dịch TMĐT, mạng xã hội, quảng cáo trên các báo điện tử, các website tìm kiếm thông tin nổi tiếng như google.com, yahoo.com... Đã có 38% DN xây dựng website riêng, 14% DN tham gia các sàn giao dịch TMĐT.

Với thực trạng ứng dụng như trên, TMĐT đã trở thành bạn đồng hành không thể thiếu của tất cả các DN Việt Nam. Đồng thời kết quả khảo sát tình

hình ứng dụng TMĐT của các DN tham gia khảo sát năm 2010 vừa qua, cũng được yêu cầu đánh giá những trở ngại đối với việc ứng dụng CNTT và TMĐT, với thang điểm từ 1 đến 4, trong đó 4 là mức trở ngại cao nhất. Kết quả các trở ngại được DN đánh giá từ thấp đến cao theo thứ tự: Môi trường pháp lý chưa hoàn thiện (2,29); Dịch vụ vận chuyển và giao nhận còn yếu (2,30); Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu (2,32); Hệ thống thanh toán điện tử chưa phát triển (2,39); Nhận thức của người dân về TMĐT thấp (2,49); An ninh mạng chưa đảm bảo (2,54); Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh chưa phù hợp (2,55). Nhờ sự nỗ lực của các cơ quan Nhà nước mà trở ngại luôn được đánh giá nằm trong nhóm trở ngại cao nhất giai đoạn 2005-2008 là việc hoàn thiện chính sách và pháp luật, thì đến nay đây được coi là trở ngại thấp nhất đối với DN trong ứng dụng TMĐT.

Tuy nhiên, trở ngại lớn nhất hiện nay lại là nhận thức của người dân về TMĐT thấp; Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh. Điều này cho thấy dù DN đã rất tích cực trong việc áp dụng CNTT và TMĐT, thực tế phát triển của xã hội cho thấy vẫn cần thêm thời gian để đạt được những bước tiến cần thiết cho việc thiết lập môi trường kinh doanh-tiêu dùng tiên tiến. Ngoài ra, vấn đề An ninh mạng chưa đảm bảo được đánh giá là trở ngại cao thứ hai cho thấy DN đã nhận thức được tầm quan trọng của việc đảm bảo an toàn an ninh thông tin đối với việc ứng dụng TMĐT.

Như vậy, để phát huy những thành quả đạt được của Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 và thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 5 năm lần thứ hai giai đoạn 2011-2015 theo Quyết định số 1073/QĐ-TTg được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 12/07/2010 với mục tiêu: "Đưa TMĐT trở thành hoạt động phổ biến và đạt mức tiên tiến trong khu vực ASEAN, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước" đòi hỏi các cơ quan quản lý Nhà nước, các DN là cá nhân người tiêu dùng thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp như:

Đối với các cơ quan quản lý Nhà nước cần nhanh chóng triển khai việc xây dựng và tổ chức thẩm định, phê duyệt, bố trí ngân sách theo phân cấp

hiện hành để triển khai kế hoạch phát triển của Bộ, địa phương trong giai đoạn 2011-2015. Trong giai đoạn 5 năm 2006-2010, hoạt động tuyên truyền, phổ biến về TMĐT đã được các cơ quan quản lý Nhà nước, cơ quan thông tin đại chúng triển khai mạnh mẽ. Tuy vậy, đến nay nhận thức về TMĐT của người dân vẫn còn thấp và giao dịch TMĐT vẫn còn là một hình thức mới mẻ đối với phần lớn người tiêu dùng. Do đó, trong thời gian tới, để triển khai Kế hoạch tổng thể giai đoạn 2011-2015, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan liên quan và các doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền, phổ biến về TMĐT. Nội dung tuyên truyền, phổ biến cần đi sâu vào lợi ích của việc tham gia giao dịch TMĐT như: nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm... Đến nay, hầu hết các DN trong cả nước đã triển khai ứng dụng TMĐT ở các mức độ khác nhau. Tuy nhiên, số lượng DN ứng dụng sâu TMĐT, đặc biệt DN nhỏ và vừa, DN ở vùng sâu, vùng xa còn thấp. Bởi vậy, đòi hỏi cơ quan quản lý chuyên ngành về TMĐT cần nghiên cứu, phối hợp với các cơ quan hữu quan xây dựng và triển khai các chương trình, đề án hỗ trợ DN ứng dụng mô hình TMĐT phù hợp cho từng loại hình và quy mô DN. Ngoài ra, để tạo môi trường thực sự thuận lợi cho sự phát triển của TMĐT, trong thời gian tới cần tiếp tục hoàn thiện, bổ sung các văn bản nhằm đảm bảo toàn bộ hệ thống pháp luật được định hướng theo chuẩn mực chung là hỗ trợ cho giao dịch TMĐT phù hợp với thông lệ quốc tế và các cam kết hội nhập của Việt Nam. Trong đó cần tập trung vào hoàn thiện các loại văn bản quy phạm pháp luật quy định chi tiết giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, ngành nghề kinh doanh TMĐT, ưu đãi thuế cho giao dịch TMĐT, bảo vệ người tiêu dùng, giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong TMĐT.

Đối với DN, để TMĐT thực sự trở thành công cụ giúp hoạt động kinh doanh có sự chuyển biến về chất, các DN cần chú trọng khai thác những tiện ích chuyên biệt của TMĐT một cách phù hợp trong từng khâu của quy trình sản xuất kinh doanh. Như đối với hoạt động xúc tiến thương mại, DN có thể sử dụng các hình thức quảng bá, tiếp thị thông qua các kênh TMĐT khác nhau như quảng cáo trực tuyến trên các báo điện tử, tối ưu hoá sự hiện diện trên các website tìm kiếm nổi tiếng, tham gia sàn

(Xem tiếp trang 71)

học Mác-Lênin, mỗi sinh viên trong trường phải tích cực rèn luyện cho mình phương pháp học tập với ý thức tự giác và năng lực trí tuệ của bản thân. Sẽ không có một phương pháp nào hay cho học sinh lười học và học thụ động. Đồng thời, cần phải kết hợp với việc đổi mới PPDH của giảng viên và sự tác động nhiều chiều của Ban Giám hiệu, Khoa, Tổ bộ môn trong nhà trường trên nhiều phương diện khác nhau. Được như vậy, nhất định hoạt động giáo dục và đào tạo sẽ đạt được những kết quả mong muốn góp phần đào tạo con người mới phát triển toàn diện, có đạo đức, tri thức, sức khỏe và nghề nghiệp; trung thành với lý tưởng độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội, có phẩm chất và năng lực cống

dân, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Giáo trình những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin, NXB Chính trị quốc gia, 2010.
- [2]. Giáo trình kinh tế chính trị NXB Chính trị quốc gia, 2007.
- [3]. PGS.TS Vũ Hồng Tiến, Những vấn đề cơ bản của lịch sử các học thuyết kinh tế, NXB ĐHQG năm 1996, tr49.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM...

(Tiếp theo trang 66)

giao dịch TMĐT có uy tín hoặc xây dựng website riêng,... Kết hợp với việc đầu tư cho các phần mềm chuyên dụng như quản lý quan hệ khách hàng, quản trị chuỗi cung ứng, quản trị tài nguyên doanh nghiệp,... Ngoài ra, DN cần tích cực tìm hiểu và tham gia sử dụng các dịch vụ công trực tuyến do các cơ quan quản lý nhà nước cung cấp để giảm bớt chi phí kinh doanh. Đặc biệt, vấn đề an toàn thông tin mạng được xem là trở ngại thứ hai đối với sự phát triển của TMĐT Việt Nam. Trong thời gian tới, các DN cần quan tâm hơn nữa tới việc đầu tư bảo đảm an toàn an ninh cho các ứng dụng TMĐT và cho hệ thống thông tin của DN mình. Trong đó cần đặc biệt lưu ý tới việc xây dựng và thực thi các quy chế liên quan tới việc sử dụng thông tin của cơ quan, đầu tư mua sắm thiết bị và phần mềm bảo mật phù hợp, hướng dẫn người sử dụng thiết bị CNTT tuân thủ các quy tắc an toàn, an ninh thông tin.

Đối với người tiêu dùng giờ đây thông qua internet có thể dễ dàng mua sắm nhiều loại hàng hoá và dịch vụ đa dạng, vừa tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại mà vẫn lựa chọn được sản phẩm cần mua với giá cả phù hợp. Tuy nhiên, việc mua sắm

trực tuyến hiện nay mới chỉ tập trung vào một bộ phận người tiêu dùng tại các đô thị lớn. Để tối ưu hoá lợi ích trong các giao dịch trực tuyến, người tiêu dùng cũng cần trang bị cho mình những kiến thức cơ bản như sự am hiểu về các quy định liên quan tới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, kỹ năng tìm kiếm và so sánh trên mạng, kỹ năng đánh giá website và độ tin cậy của thông tin,... Khuyến nghị chung là chỉ nên mua hàng tại website của DN có uy tín, thực hiện thanh toán trực tuyến bằng những phương thức có tính năng bảo mật cao, thận trọng khi cung cấp các thông tin cá nhân để tránh bị lừa đảo làm mất thông tin.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Thị Hương (2011), "Phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam trong nền kinh tế thị trường", Luận văn Thạc sỹ Đại học Quốc gia Hà Nội
- [2]. Bộ Công Thương (2009), Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2009
- [3]. Bộ Công Thương (2010), Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010