

Thực trạng ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam

NGUYỄN NGỌC TÚ

Bài viết tóm tắt các giai đoạn phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam và cập nhật tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và vừa. Từ đó cho thấy, thương mại điện tử có vai trò quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong bối cảnh toàn cầu hóa và cắt giảm chi phí hoạt động do tác động lớn từ khủng hoảng kinh tế toàn cầu cũng như Việt Nam, tiếp cận với thị trường toàn cầu, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, tăng doanh thu... Với những lợi ích thiết thực của thương mại điện tử, tác giả đề xuất một số giải pháp đối với việc ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam.

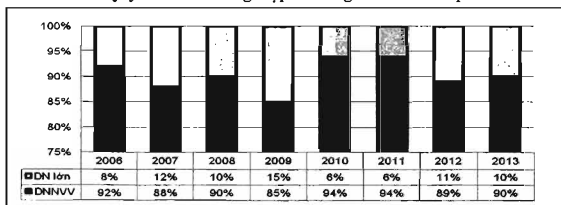
1. Thực trạng ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam

1.1 Thực trạng ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam

Theo nghiên cứu của tác giả, hàng năm của

Bộ Công thương khảo sát khoảng 5000 doanh nghiệp đang hoạt động với tỷ lệ phân bố theo lĩnh vực, quy mô và khu vực địa lý tương đồng với tỷ lệ phân bố chung của doanh nghiệp trên toàn quốc. Với tỷ lệ phân bố doanh nghiệp tham gia cuộc điều tra như sau:

HÌNH 1: Quy mô doanh nghiệp tham gia khảo sát qua các năm



Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

Hình 1 cho thấy từ năm 2006 -2013 quy mô điều tra khảo sát chủ yếu đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) (tỷ lệ điều tra luôn lớn hơn 85% DNNVV) do đó có thể khẳng định rằng số liệu về tình hình ứng dụng thương mại điện tử (TMĐT) trong doanh nghiệp qua các năm của Bộ Công Thương phản ánh rõ nhất về thực trạng ứng dụng TMĐT trong DNNVV của Việt Nam.

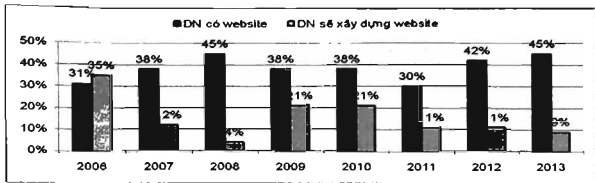
• Thực trạng sở hữu website TMĐT trong DNNVV

Để theo kịp với xu thế kinh doanh hiện đại của thế giới cũng như ở Việt Nam đòi hỏi mọi doanh nghiệp dù hoạt động trong lĩnh vực nào, quy mô doanh nghiệp ra sao đều cần có một

website riêng. Tỷ lệ doanh nghiệp có website là một tiêu chí quan trọng để đánh giá mức độ ứng dụng TMĐT của DNNVV. Hình 2 cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp có website không tăng lên nhiều, năm 2012, 2013 tỷ lệ tương ứng 42%, 45%. Cả hai tỷ lệ quan trọng này đều không tăng có thể do hậu quả của suy thoái kinh tế toàn cầu đã tác động đến DNNVV Việt Nam. Các DNNVV đã phải cắt giảm chi phí kinh doanh một mức cao nhất, như chi phí mới cho quảng cáo, đầu tư chiều sâu và cả cho xây dựng website. Sau đây là bức tranh toàn cảnh về tình hình sở hữu website thương mại điện tử trong DNNVV qua các năm 2006 – 2013.

Nguyễn Ngọc Tú, ThS. Bộ Công thương.

HÌNH 2: Hiện trạng sở hữu website của các doanh nghiệp qua các năm



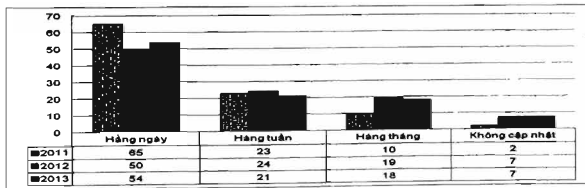
Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

Bộ Công thương đã khảo sát theo địa bàn hoạt động cho thấy doanh nghiệp ở các thành phố lớn là nơi tập trung tỷ lệ doanh nghiệp có website cao nhất đặc trưng là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh với tỷ lệ lần lượt 51%, 52% [4]. Như vậy, xu hướng chung của giai đoạn 2006-2013 là ba năm đầu tỷ lệ doanh nghiệp có website tăng lên, còn các năm sau tỷ lệ này không thay đổi nhiều hoặc có xu thế giảm. Có thể có mối quan hệ giữa xu hướng này với tình hình chung của nền kinh tế vĩ mô.

• *Thực trạng cập nhật website TMĐT của doanh nghiệp qua các năm*

Càng ngày doanh nghiệp cũng đã ý thức được việc sử dụng website TMĐT và công việc cập nhật thông tin cho các website của họ cũng được tăng lên đáng kể. Website chính là thương hiệu của họ, giúp cho doanh nghiệp đưa hình ảnh của mình đến với khách hàng một cách nhanh nhất, tiết kiệm nhất và hiệu quả nhất. Do đó đến năm 2013, tỷ lệ doanh nghiệp không cập nhật gì cho website của doanh nghiệp mình chiếm tỷ lệ rất thấp.

HÌNH 3: Hiện trạng cập nhật website của doanh nghiệp qua các năm



Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin

Điều tra về tình hình cập nhật website của doanh nghiệp năm 2013 cũng cho thấy không có sự khác biệt rõ rệt giữa quy mô doanh nghiệp với tần suất cập nhật website.

Trong khi đó, có sự khác biệt rõ ràng trong việc cập nhật website giữa các doanh nghiệp ở trung tâm kinh tế lớn là các thành phố trực thuộc trung ương với các địa phương khác.

BẢNG 1: Tình hình cập nhật thông tin trên website của DNNVV trong năm 2013

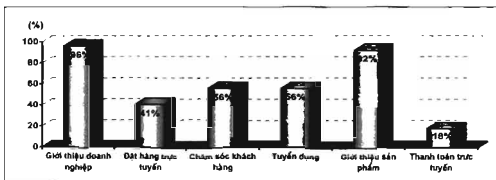
	Hàng ngày	Hàng tuần	Hàng tháng	Không cập nhật
Theo quy mô DNNVV	58%	21%	14%	7%
Theo địa phương				
Hà Nội	68%	13%	12%	7%
TP. Hồ Chí Minh	48%	22%	24%	6%
Địa phương khác	52%	23%	18%	7%

Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

Cũng trong khảo sát của Bộ Công thương năm 2013, theo các tiêu chí giới thiệu doanh nghiệp, giới thiệu sản phẩm, nhận phản hồi, chăm sóc khách hàng, tuyển dụng, đặt hàng trực tuyến, thanh toán trực tuyến. Tỷ lệ website có chức năng cao hơn chức năng là giới thiệu doanh nghiệp và sản phẩm như chức

năng nhận đặt hàng, thanh toán trực tuyến, đặc biệt doanh nghiệp còn phát triển thêm một số dịch vụ mà những năm trước chưa được chú ý nhiều như: nhận phản hồi, chăm sóc khách hàng, tuyển dụng. Hiện trạng tỷ lệ các chức năng của website được thể hiện như hình 4:

HÌNH 4: Tỷ lệ các chức năng của website



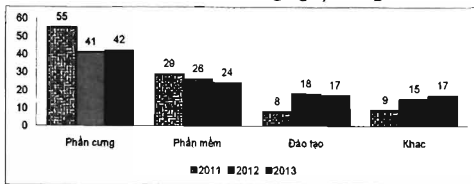
Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

. Đầu tư cho TMDT và công nghệ thông tin của doanh nghiệp

Bộ Công Thương điều tra và khảo sát tình hình đầu tư cho công nghệ thông tin và TMDT trong các doanh nghiệp qua các năm, nhằm vẽ nên bức tranh toàn cảnh về tình hình triển khai và ứng dụng TMDT trong DNNVV Việt Nam. Toàn cảnh cho thấy cơ cấu đầu tư cho công nghệ thông tin qua các năm không có khác biệt nhiều, từ năm 2009 đến năm 2013 tỷ lệ đầu tư cho phần cứng của các

doanh nghiệp nằm mức trung bình 45%, tỷ lệ doanh nghiệp đầu tư cho phần mềm nằm mức trung bình là 25%, đào tạo mức trung bình khoảng 12%, chi phí khác trung bình khoảng 11%. Qua bức tranh này cũng cho ta thấy, tình hình đầu tư cho TMDT qua các năm không có thay đổi nhiều, riêng đào tạo nhân lực cho phát triển TMDT được các doanh nghiệp quan tâm hơn. Hình 5 mô tả cho ta thấy tỷ lệ đầu tư cho TMDT và công nghệ thông tin của doanh nghiệp.

HÌNH 5: Chi phí đầu tư cho công nghệ thông tin và TMDT



Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

• Đánh giá về doanh thu của các DNNVV trong việc ứng dụng TMDT

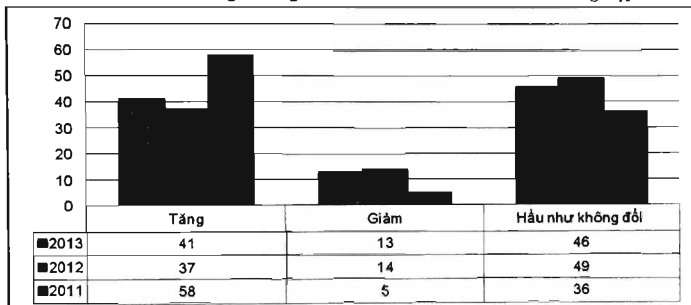
Theo điều tra khảo sát của Bộ Công Thương, xu hướng hiện nay những cá nhân, tổ chức được phỏng vấn đều đánh giá được sự quan trọng của TMDT. Tỷ lệ trung bình đánh giá TMDT quan trọng qua các năm đến năm

2011 là 60%, nhưng đến năm 2012, 2013 lại xuống còn tương ứng có 37%, 41% và tỷ lệ đánh giá ứng dụng TMDT làm giảm doanh thu trung bình trong các năm trước đến 2011 là 4%, nhưng năm 2012, 2013 lại khác biệt hẳn đó là 14% và 13%; tương tự như vậy, tỷ lệ đánh giá ứng dụng TMDT trong kinh doanh

của doanh nghiệp không thay đổi doanh thu cho doanh nghiệp trước đến 2011 trung bình là 32%, nhưng đến năm 2012 và 2013 lại tăng cao lên đến 49% và 46%, sự khác biệt này cũng phản ánh đúng tình hình kinh tế thế giới cũng như Việt Nam đang vào giai đoạn khó khăn. Qua bức tranh này cho ta

thấy, tỷ lệ đánh giá của doanh nghiệp khi ứng dụng TMĐT cho doanh thu tăng luôn chiếm tỷ lệ cao nhất, do đó bước đầu doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng phải ứng dụng TMĐT trong hoạt động kinh doanh, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

HÌNH 6: Xu hướng đánh giá doanh thu từ TMĐT của doanh nghiệp



Nguồn: Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.

1.2. Sử dụng ma trận SWOT đánh giá ứng dụng TMĐT trong DNNVV

Tác giả khái quát tình hình ứng dụng TMĐT trong DNNVV của Việt Nam, qua đó cho thấy được các yếu tố bên trong và bên ngoài tác động trực tiếp tới những doanh nghiệp ứng dụng TMĐT.

Những yếu tố bên ngoài đó là: Việt Nam đã sớm có chủ trương ứng dụng TMĐT điện tử bằng những văn bản như Luật Giao dịch điện tử, Văn kiện, Nghị quyết của Đảng và Nghị định, Thông tư của Chính phủ. Nhưng đối với nhận thức của xã hội, người dân còn chưa cao, chưa nhận thức được tầm quan trọng của TMĐT đúng mức. Các hình thức kinh doanh truyền thống chưa tiếp cận được với phương thức kinh doanh TMĐT nếu không có công tác tuyên truyền. Môi trường pháp lý còn nhiều chỗ hờ và chưa hoàn thiện.

Những yếu tố bên trong: các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng chú trọng hơn trong việc

ứng dụng TMĐT như một hình thức kinh doanh mới. Bởi vì TMĐT ở nước ngoài đã phát triển trong thời gian dài, các doanh nghiệp Việt Nam chỉ cần học hỏi có chọn lọc những mô hình kinh doanh đã thành công và quy mô thị trường TMĐT là một thị trường còn sơ khởi, chưa có một quy chuẩn nào là bắt buộc. TMĐT đưa lại một môi trường giao thương mở, chi phí thấp, ít bởi chi phối bởi quy mô của doanh nghiệp đó là cơ hội lớn cho DNNVV so với thương mại truyền thống. Đặc biệt hơn nữa Việt Nam đang sở hữu một độ tuổi dân số trẻ, nhân lực dồi dào và rẻ. Nhưng bên cạnh đó còn có một số mặt tồn tại như hạ tầng thanh toán, an toàn thông tin chưa tốt, hạ tầng pháp luật cho TMĐT còn yếu và thiếu hơn nữa nguồn nhân lực dồi dào và rẻ nhưng không có chất lượng cao.

Từ các yếu tố trên sử dụng ma trận SWOT để đánh giá ứng dụng TMĐT trong DNNVV như sau:

Điểm mạnh (S) 1. Các DNNVV rất năng động, nếu nhận thức được lợi ích của TMĐT thì sẽ triển khai ứng dụng nhanh chóng. 2. Có một số bài học kinh nghiệm từ những thành công của doanh nghiệp đi trước. 3. Có nguồn nhân công giá rẻ so với thế giới. 4. Sao chép khuôn mẫu của thị trường thương mại điện tử thế giới. 5. Thương mại điện tử đem lại một môi trường giao thương mở.	Điểm yếu (W) 1. Nhận thức của DNNVV về tầm quan trọng của TMĐT còn thấp. 2. Thiếu hoạch định chiến lược. 3. Thiếu vốn đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh và ứng dụng TMĐT. 4. Nguồn nhân lực chất lượng cao để ứng dụng TMĐT trong DNNVV còn rất hạn chế cả số lượng và chất lượng. 5. Những DNNVV đã ứng dụng TMĐT chỉ mới đầu tư vào bề nổi như là mua máy tính, lập website... mà chưa chú ý đến chất lượng.
Thời cơ (O) 1. Việt Nam có những chủ trương hết sức sớm và đúng đắn về TMĐT. 2. Thế giới đang chuyển sang nền kinh tế tri thức trong đó thông tin và tri thức là lực lượng sản xuất trực tiếp. 3. Việt ứng dụng phương thức kinh doanh TMĐT vào các hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như trong hoạt động của Chính phủ là cơ hội để Việt Nam bước vào nền kinh tế thế giới, rút ngắn khoảng cách và đuổi kịp các nước đi trước.	Thách thức (T) 1. Nếu không đẩy mạnh nâng cao nhận thức về TMĐT thì hình thức kinh doanh truyền thống khó có thể chấp nhận phương thức kinh doanh TMĐT. 2. Môi trường pháp luật về TMĐT Việt Nam còn đi chậm hơn các nước trong khu vực. 3. Nhà nước chưa hỗ trợ DNNVV đúng mức trong việc ứng dụng TMĐT và thiếu các chiến lược về phát triển TMĐT. 4. Giáo dục và đào tạo phát triển nguồn nhân lực chưa đáp ứng đủ nhu cầu nhân lực cho phát triển TMĐT.

2. Một số giải pháp để phát triển ứng dụng TMĐT trong DNNVV

2.1. Giải pháp vĩ mô

2.1.1. Xây dựng và thực hiện chương trình phát triển ứng dụng TMĐT trong DNNVV

Do DNNVV chiếm 90% trong tổng số doanh nghiệp cả nước, để phát triển một cách toàn diện theo kịp xu hướng phát triển của TMĐT trên thế giới nhất thiết phải xây dựng được chương trình phát triển TMĐT trong DNNVV tầm quốc gia. Đây chính là những định hướng để phát triển lâu dài TMĐT trong nước.

Chiến lược phát triển TMĐT cho DNNVV cần phải thỏa mãn các yêu cầu sau:

Tính tổng quát: chiến lược phát triển TMĐT trong DNNVV quốc gia cần nêu ra được mục tiêu tổng quát định lượng và định tính, đưa ra những dự báo dài hạn về triển vọng phát triển TMĐT trong DNNVV trong nước cũng như quốc tế. Đây là một chiến lược khái quát nhất nhằm hỗ trợ DNNVV ứng dụng TMĐT.

Tính định hướng: chiến lược quốc gia hỗ trợ phát triển DNNVV ứng dụng TMĐT định hướng vận động chung cho TMĐT trên phạm vi toàn quốc. Từ định hướng đó, các tỉnh, thành phố, ngành có điều chỉnh hoạt động của mình sao cho phù hợp.

Tính khoa học và thực tiễn: chiến lược được xây dựng trên cơ sở lý thuyết về hoạch

định và chiến lược, sử dụng các phương pháp khoa học để phân tích và dự báo môi trường ứng dụng TMDT trong DNNVV, để đảm bảo có tính khả thi cao.

Tính linh hoạt: chiến lược phát triển TMDT trong DNNVV quốc gia không phải là đưa ra một mô hình cụ thể mà là lựa chọn từ mục tiêu, nguồn lực đến giải pháp. Nó là một định hướng cho nhà quản lý, nhà kinh doanh điều hành một cách cụ thể. Do đó, chiến lược này không thể nêu cụ thể đối với từng trường hợp mà phải là có thể thay đổi cho phù hợp với điều kiện thực tế phát triển TMDT.

2.1.2. Đào tạo nguồn nhân lực chuyên sâu về TMDT

Phương pháp 1 là phát triển từ bên trong đó là thành lập một tổ gồm 3-4 giảng viên biên tập các khung cho chương trình. Sau đó các môn học được phát triển từ các giảng viên trong trường đại học hoặc là các chuyên gia trong lĩnh vực TMDT đặc biệt nên mời các chuyên gia chuyên về TMDT từ các doanh nghiệp đã ứng dụng thành công TMDT để thiết kế chương trình cho môn học. Hoặc là sau khi xây dựng chương trình khung, các giảng viên trong trường sẽ trợ giúp trong việc nghiên cứu phát triển các môn học bao gồm cả tài liệu phát triển từ các môn học hiện tại và phát triển những môn học mới về TMDT.

Phương pháp 2 là sự phối hợp giữa các giảng viên cơ hữu trong trường và các chuyên gia về TMDT. Việc viết tài liệu phải được thực hiện cùng với chương trình. Do đó các chương trình được đưa theo từng năm, các môn học sau được nghiên cứu và viết trong khi các môn học của các năm trước đang được tiến hành giảng dạy.

2.2. Giải pháp đối với DNNVV

2.2.1. Phát triển hệ thống thanh toán trực tuyến

Để phát triển TMDT, Việt Nam cần phải hoàn thiện hệ thống thanh toán điện tử đáp ứng được ở tầm quốc gia cũng như quốc tế. Cho phép thanh toán trực tuyến với nhiều loại hình như: hệ thống thẻ ngân hàng

(ATM), hệ thống thanh toán quốc tế (VISA, MASTER, AMERICAN EXPRESS, JCB...) thẻ thông minh (smart card), thanh toán quốc tế qua SWIFT, ví điện tử...

Nhằm hoàn thiện hệ thống thanh toán trực tuyến, cần tiến hành một số giải pháp sau:

Thứ nhất, xây dựng và ban hành hệ thống các văn bản pháp quy có hiệu lực cao để tạo môi trường và hành lang pháp lý vững chắc cho hoạt động thanh toán: hoàn thiện khuôn khổ cho việc quản lý, giám sát và định hướng cho các dịch vụ, phương tiện thanh toán mới. Các tổ chức không phải ngân hàng chuyên cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán, nghiên cứu ban hành các chuẩn riêng về thẻ thanh toán hoặc là áp dụng quy chuẩn, tiêu chuẩn của quốc tế về bảo mật, an toàn thông tin ở trong lĩnh vực kinh doanh thẻ thanh toán tại Việt Nam. Xây dựng chính sách và chi phí hợp lý đối với giao dịch thanh toán thẻ thông qua các mức phí giao dịch là ATM, POS, các trung tâm chuyển mạch tài chính

Thứ hai, tiếp tục thúc đẩy nhanh quá trình hiện đại hóa ngân hàng:

Đầu tư trang thiết bị hiện đại, đổi mới công nghệ ngân hàng để thực hiện nhanh chóng, an toàn và chính xác là chủ trương lớn mà ngành ngân hàng đã đề ra từ nhiều năm nay. Ngân hàng nhà nước và các ngân hàng thương mại phải phối hợp với nhau để nghiên cứu xây dựng quy trình chuyển tiến thanh toán điện tử đồng bộ, thống nhất dựa trên một số nguyên tắc chung nhất. Tránh tình trạng tự phát gây sự lãng phí lớn và thiếu đồng bộ.

Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin để phát triển những phương thức thanh toán điện tử mới. Nhà nước cần có chính sách ưu đãi về vốn vay đối với những doanh nghiệp thực hiện đầu tư cơ sở hạ tầng, phần mềm ứng dụng phục vụ cho việc phát triển những phương thức thanh toán trực tuyến mới. Các ngân hàng thương mại cũng cần phải nâng cấp và phát triển công nghệ, các phần mềm

tương thích để tạo cơ hội cho những phương thức thanh toán trực tuyến mới.

Thứ ba, tiếp tục đẩy mạnh việc phát triển thanh toán điện tử, phát triển môi trường chấp nhận thanh toán và mạng lưới chấp nhận thanh toán bằng thẻ và phát triển những phương thức thanh toán mới:

Khuyến khích phát triển những phương thức thanh toán trực tuyến mới như ví điện tử, thẻ đa dụng, đa năng (thẻ này dùng để mua xăng dầu, mua vé xe bus, trả tiền phí cầu đường, đi taxi ...). Đẩy mạnh kết nối với các nhà cung cấp dịch vụ, hàng hóa thường xuyên nâng cấp và mở rộng mạng lưới ATM và POS. Ngân hàng Nhà nước phải giám sát các tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán thường xuyên duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ của ATM, POS. Tăng cường các biện pháp bảo mật để đảm bảo an toàn trong giao dịch thẻ, làm tốt nhiệm vụ chăm sóc bảo vệ lợi ích của khách hàng.

Thứ tư, nâng cao năng lực trình độ của cán bộ làm công tác thanh toán, tiếp xúc khách hàng:

Trong xã hội nói chung và trong ngành ngân hàng nói riêng yếu tố tổ chức và con người luôn luôn là yếu tố quyết định. Do đó, cần phải có một đội ngũ người làm công tác thanh toán có đầy đủ năng lực, chuyên môn. Ngoài ra còn phải nắm rõ pháp luật, các chủ trương, chính sách, đường lối của Đảng và Nhà nước của ngành.

Thứ năm, thúc đẩy hợp tác quốc tế trong lĩnh vực thanh toán điện tử: tăng cường thu hút nguồn đầu tư và hỗ trợ kỹ thuật từ tổ chức quốc tế. Ưu tiên kinh phí cho việc phát triển công nghệ và đào tạo nhân lực cho lĩnh vực thanh toán điện tử. Tăng cường trao đổi, học hỏi, hợp tác với các nước phát triển trên thế giới và trong khu vực.

2.2.2. Thiết lập website hỗ trợ DNNVV ứng dụng TMDT miễn phí

Giúp cho DNNVV nhận thức rõ hơn về TMDT là một hoạt động không thể thiếu được đối với xã hội cũng như doanh nghiệp.

Trong thời gian này, hoạt động hỗ trợ miễn phí để các DNNVV hiểu được lợi ích của TMDT khi ứng dụng vào hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Trang riêng để hỗ trợ DNNVV là một đề xuất của luận án nhằm mục tiêu khuyến khích các DNNVV nhận thức được lợi ích quan trọng của TMDT trong nền kinh tế tri thức và từng bước ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh của mình. Xây dựng trang hỗ trợ DNNVV, có website chính thức và các chương trình hỗ trợ DNNVV được phát triển nhằm đóng góp tích cực vào việc phổ biến cho DNNVV Việt Nam về các tiềm năng của TMDT trong nền kinh tế tri thức. Có 3 hỗ trợ được đề xuất cho các DNNVV tham gia, đó là: tư vấn kỹ thuật, đào tạo và tư vấn pháp lý.

2.2.3. Hoàn thiện pháp luật về TMDT

Để tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển TMDT có hiệu quả cao trong thời gian tới cần hoàn thiện hệ thống pháp luật về TMDT. Công nhận TMDT là một ngành nghề có mã số kinh doanh riêng. TMDT đã phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp đã ứng dụng triệt để TMDT trong hoạt động sản xuất kinh doanh, tuy nhiên theo Quyết định số 10/2007/QĐ-TTg ngày 23-1-2007 về ban hành hệ thống ngành kinh tế Việt Nam chưa có mã ngành riêng cho TMDT. Chính vì vậy mà các doanh nghiệp khi muốn đăng ký hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực TMDT rất khó khăn, do đó trong thời gian tới đây, các cơ quan nhà nước cần sớm sửa Quyết định số 10/2007/QĐ-TTg bổ sung thêm hai mã ngành là kinh doanh TMDT và kinh doanh hoạt động TMDT để công nhận TMDT là một ngành nghề kinh doanh trong hệ thống ngành kinh tế của Việt Nam.

2.2.4. Phát triển hơn nữa chính sách an toàn thông tin

Các tổ chức, cá nhân tham gia cung ứng dịch vụ và sử dụng dịch vụ TMDT cần phải có các hoạt động bảo đảm an toàn thông tin, đẩy lùi các sự cố trong phạm vi hệ thống

trang thiết bị của mình phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Việc xây dựng và triển khai các giải pháp kỹ thuật nhằm đảm bảo an ninh trên mạng phải đảm bảo cho giải pháp đó cần đáp ứng được thường xuyên, tin cậy và yêu cầu về công tác bảo vệ an ninh thông tin quốc gia mà vừa lại không làm cản trở các dịch vụ cung cấp và sử dụng dịch vụ internet. Mọi tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp cần phải bố trí nhân sự phụ trách riêng về mảng an toàn thông tin, chủ động phát triển và phòng chống các hành vi gây mất an toàn về thông tin và báo các cơ quan có thẩm quyền giải quyết.

2.2.5. Tăng cường công tác quản lý các hoạt động TMDT

Trong thời gian quản lý về các hoạt động TMDT còn khá lỏng lẻo đã dẫn đến nhiều tình trạng lợi dụng TMDT để lừa đảo, chiếm đoạt tài sản của người tham gia (ví dụ như muaban24.vn,) khi có một tranh chấp nào rất khó quy trách nhiệm cho những người quản lý. Do đó, trong thời gian tới cần tiếp tục hoàn thiện các quy định của pháp luật trong công tác quản lý các hoạt động TMDT quy định rõ trách nhiệm của các bên trong giao dịch TMDT. Đặc biệt cần sớm đề nghị Thủ tướng ban hành riêng một nghị định về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực TMDT.

2.2.6. Hoàn thiện hoạt động thanh tra, kiểm tra các hoạt động TMDT

Trong thời gian tới cần tăng cường kiểm tra, thanh tra về các hoạt động TMDT như sau:

Kiểm tra các website TMDT đã cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết theo quy định của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16-5-2013 về TMDT như thông tin về chủ sở hữu website, thông tin về hàng hóa, dịch vụ, điều kiện giải quyết tranh chấp và bồi thường thiệt hại. Thông tin về phương thức thanh toán, chính sách giao hàng, hướng dẫn giao kết hợp đồng trên môi trường mạng. Thanh tra việc giải quyết tranh chấp, khiếu nại của khách hàng là số vụ tranh chấp, khiếu nại

liên quan đến giao dịch điện tử, số vụ đã giải quyết, mức độ bồi thường thiệt hại, số vụ còn tồn đọng lại và lý do.

Cần thiết phải thành lập thanh tra chuyên ngành về thương mại điện tử: trong thời gian qua Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin phải phối hợp với Cục Quản lý thị trường, Vụ Pháp chế (Bộ công thương) và Thanh tra (Bộ Thông tin và truyền thông) để thực hiện thanh tra trong lĩnh vực này. Do vậy, trong thời gian tới cần bổ sung chức năng nhiệm vụ cho Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin có chức năng thanh tra và xử phạt chuyên ngành về TMDT. Song song với việc đó cần khẩn trương xây dựng bộ máy chuyên trách về TMDT thuộc Sở Công thương các tỉnh, thành phố, bộ phận này trực tiếp giám sát hoạt động TMDT tại địa phương.

Kết luận

Cùng với cuộc cách mạng về công nghệ thông tin và truyền thông đang diễn ra hết sức mạnh mẽ trên thế giới cũng như ở Việt Nam, TMDT đã trở thành một phần không thể thiếu trong nền kinh tế của mỗi quốc gia, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân, mang lại lợi ích to lớn cho cho các DNNVV và khách hàng. Với những đặc tính cơ bản của TMDT như là gắn liền với công nghệ thông tin, chi phí kinh doanh thấp, cơ hội kết nối lớn, với sự tác động qua lại lẫn nhau như lợi ích nguồn nhân lực dồi dào và sự tăng trưởng không ngừng của cơ sở hạ tầng hỗ trợ cho TMDT đưa lại nhiều lợi ích cho toàn xã hội, cộng đồng doanh nghiệp mà đặc biệt là DNNVV.

Việc ứng dụng TMDT trong hoạt động sản xuất kinh doanh của DNNVV là cơ hội lớn giúp cho DNNVV cạnh tranh được với các doanh nghiệp lớn và mở rộng kênh phân phối trên các thị trường quốc tế trong bối cảnh Việt Nam đã gia nhập WTO và ký nhiều hiệp định tự do thương mại. Với chi phí thấp, TMDT giúp cho DNNVV mở rộng thị trường, giảm chi phí, tạo khả năng chuyên môn hóa trong kinh doanh, giảm tồn kho cũng như chi

phí quản lý... TMDT còn giúp tiết kiệm thời gian trong quá trình mua bán tạo tiền đề cho việc cơ cấu bộ máy. Ngoài ra TMDT còn giúp DNNVV quảng bá hình ảnh của công ty, cải tiến dịch vụ cung cấp khách hàng, tìm đối tác mới, đơn giản hóa quy trình mua bán, giảm thời gian mua hàng, giảm lưu trữ giấy tờ tài liệu, dễ dàng cập nhật thông tin, tăng khả năng đáp ứng linh hoạt. Tóm lại, giải pháp ứng dụng TMDT trong DNNVV là một giải pháp hoàn toàn thiết thực với những lợi ích mà TMDT đưa lại, ứng dụng TMDT giúp cho DNNVV nâng cao lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh.

Tác giả đề xuất một số giải pháp kiến nghị chủ yếu để thực hiện các giải pháp ứng dụng TMDT trong DNNVV đối với cơ quan quản lý nhà nước, DNNVV, các giải pháp chủ yếu bao gồm:

1. Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế Xây dựng và thực hiện Chương trình phát triển ứng dụng TMDT trong DNNVV quốc gia.

2. Hoàn thiện hệ thống pháp luật về TMDT, như: công nhận TMDT là một ngành nghề kinh doanh trong hệ thống ngành kinh tế Việt Nam, quy định rõ trách nhiệm, quyền lợi, nghĩa vụ của các bên trong tham gia TMDT đối với các hình thức mới nảy sinh, bảo vệ người tiêu dùng trong TMDT, hoàn thiện các quy định về TMDT qua biên giới, hoàn thiện các quy định về giải quyết tranh chấp trong TMDT.

3. Tăng cường tuyên truyền, phổ biến về TMDT.

4. Tăng cường hoạt động đào tạo chính quy về TMDT, sớm công nhận chuyên ngành

TMDT là một ngành chính trong hệ thống giáo dục quốc gia. Để xuất chương trình đào tạo về TMDT trong các trường đại học, cao đẳng tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp về TMDT cho DNNVV.

5. Tăng cường công tác thanh tra kiểm tra về TMDT.

6. Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin cần thiết lập website hỗ trợ DNNVV miễn phí nhằm hỗ trợ các DNNVV trong đào tạo và nâng cao nhận thức về TMDT./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andreas Meier, Henrik Stormer (2011), tr 293, *Quản trị theo chuỗi giá trị số* (e Business and eCommerce/), Nxb Đại học Kinh tế quốc dân.

2. Ban Chấp hành Trung ương Đảng, *Báo cáo Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VII* tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII của Đảng 17-10-2000.

3. Ban Tư tưởng - văn hóa trung ương (2001), *Ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp CNH, HĐH đất nước*, Nxb Chính trị quốc gia.

4. Bộ Công thương (2006 đến 2013), *Báo cáo Thương mại điện tử năm 2006 đến năm 2013*.

5. Bộ Thông tin và truyền thông (2011), *Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam 2010*, Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.

6. Bộ Thương mại (1999), *Thương mại điện tử*, Nxb Thống kê.

7. Bộ Thương mại (2003), *Báo cáo Thương mại điện tử năm 2003, 2004, 2005*.

8. Chính phủ (2005), *Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010*.

9. Chính phủ (2013), *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16-5-2013 về thương mại điện tử*.

10. Chính phủ, *Quyết định phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011 - 2015* ngày 12-7-2010.