

Phát triển thương mại điện tử

Thời gian qua, thương mại điện tử ở nước ta đã có những bước phát triển đáng kể, bởi những lợi ích to lớn mà chúng mang lại cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, trên bình diện chung, người tiêu dùng và doanh nghiệp vẫn chưa thấy hết hiệu quả mà thương mại điện tử đem lại nên vẫn còn thiếu sự quan tâm, sự đầu tư để loại hình kinh doanh này phát huy tối đa thế mạnh của mình.



1

2

3 **Cơ hội cho doanh nghiệp**

4

5 Thương mại điện tử là lĩnh vực hoạt động kinh tế không còn xa lạ với nhiều
6 quốc gia, bởi những tính ưu việt của nó như ít tốn thời gian, công sức, tiền
7 bạc cho những giao dịch kinh tế, trong khi cách làm truyền thống khi giới
8 thiệu sản phẩm là phải chuyển hàng hóa sang tận nơi, những hàng mẫu này có
9 thể mất hàng tháng mới có thể đến được các thị trường này, dẫn đến chi phí
10 cao và sản phẩm có thể giảm chất lượng. Do đó, việc áp dụng thương mại
11 điện tử trong hoạt động kinh doanh là một xu thế tất yếu của thời đại, và Việt
12 Nam trong quá trình hội nhập cũng không nằm ngoài xu hướng phát triển
13 chung đó. Thực tế ở nước ta cũng cho thấy, không ít doanh nghiệp áp dụng
14 thương mại điện tử cũng như tham gia vào sàn giao dịch thương mại điện tử
15 đã mang lại những kết quả rất khả quan.

16

17 Theo bà Âu Nguyễn Ngọc Dung, Phó Giám đốc Công ty Du lịch Sài Gòn -
18 Mỹ Tho (Tiền Giang), thương mại điện tử có sức lan tỏa rất rộng, trong khi
19 chi phí tương đối thấp so với các phương tiện quảng cáo khác. Khách hàng
20 trong và ngoài nước có thể dễ dàng tiếp cận, tìm hiểu các sản phẩm của công
21 ty mọi lúc mọi nơi mà không cần phải giao tiếp với nhân viên công ty vì tất cả
22 các thông tin liên quan trực tiếp tới sản phẩm đều được cập nhật thường
23 xuyên qua mạng.

24

25 Doanh nghiệp tư nhân SD nằm trong cụm công nghiệp Trung An (Tiền
26 Giang) là doanh nghiệp chuyên sản xuất hàng xuất khẩu sang các thị trường
27 châu Âu, châu Á với với hơn 100 mặt hàng khác nhau, trong đó mỗi năm có

1 tới 30% các mặt hàng phải thay mới theo nhu cầu khách hàng, do đó doanh
2 nghiệp này đã chọn thương mại điện tử làm phương tiện giao dịch chủ yếu để
3 tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Ông Nguyễn Văn Dũng, Giám đốc DNTN
4 SD cho biết, giao dịch điện tử đã giúp đơn vị giảm rất nhiều về thời gian và
5 chi phí so với phương pháp kinh doanh truyền thống. Mỗi lần điều chỉnh mẫu
6 hàng, thay đổi thiết kế sản phẩm, nhân viên của doanh nghiệp chỉ cần trao đổi
7 qua mạng với các chuyên gia ở Nhật đến khi hai bên thống nhất về kiểu cách
8 sản phẩm mới đi vào sản xuất.

9
10 Xuất phát từ nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp cũng như xu hướng phát
11 triển chung, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Tiền
12 Giang cũng đã quyết định nâng cấp sàn giao dịch thương mại điện tử của tỉnh
13 từ tháng 6/2011, với việc gia tăng các tính năng tra cứu, dò tìm các thông tin
14 về sản phẩm, nhà sản xuất và kết nối trực tuyến với các trang Web của các
15 doanh nghiệp. Tại đây, các doanh nghiệp có thể giới thiệu sản phẩm, dịch vụ
16 cũng như các vấn đề có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp. Ông Đoàn
17 Văn Phương, Giám đốc Trung tâm cho biết, sàn giao dịch thương mại điện tử
18 được thành lập vào năm 2003, vừa được nâng cấp với những tính năng và
19 công cụ hoạt động mạnh hơn. Hiện tại, Sàn giao dịch có trên 100 thành viên,
20 với khoảng 1.000 sản phẩm như nông, thủy sản, may mặc, điện tử.

21

22 **Hiệu quả kinh tế cao**

23

24 Nguồn nhân lực về công nghệ thông tin của Việt Nam nổi tiếng là tiếp thu
25 nhanh, nhạy bén với thông tin thị trường, đặc biệt là Chính phủ Việt Nam rất
26 quan tâm đến lĩnh vực này, thể hiện qua các chủ trương khuyến khích thương
27 mại điện tử phát triển trong thời gian qua với việc ban hành Luật công nghệ

1 thông tin cũng như Luật giao dịch điện tử. Theo đó, cơ sở hạ tầng về mạng
2 internet nói riêng và công nghệ thông tin nói chung đang phát triển nhanh và
3 nhất là các lợi ích từ thương mại điện tử đã làm cho doanh nghiệp ngày một
4 phát triển.

5
6 Trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh khốc liệt hiện nay, nhu cầu giới thiệu,
7 quảng bá về sản phẩm, hình ảnh doanh nghiệp một ngày càng gia tăng và trở
8 nên cấp thiết, trong đó chi phí và hiệu quả là vấn đề thường được đặt ra. Thực
9 tế cho thấy, thương mại điện tử có thể đáp ứng tất cả các nhu cầu đó với chi
10 phí thấp nhất và hiệu quả cao nhất. Theo tính toán của các chuyên gia kinh tế,
11 thương mại điện tử giúp người tiêu dùng và các doanh nghiệp giảm đáng kể
12 thời gian và chi phí giao dịch (giao dịch được hiểu là quá trình từ quảng cáo,
13 tiếp xúc ban đầu, giao dịch đặt hàng, giao hàng, thanh toán). Cụ thể, thời gian
14 giao dịch qua Internet chỉ bằng 7% thời gian giao dịch qua Fax, bằng khoảng
15 0,5% thời gian giao dịch qua bưu điện; Chi phí giao dịch qua Internet chỉ
16 bằng 5% chi phí giao dịch qua Fax hay qua bưu điện chuyển phát nhanh; Chi
17 phí thanh toán điện tử qua Internet chỉ bằng 10-20% chi phí thanh toán theo
18 lối thông thường. Trong hai yếu tố cắt giảm này, yếu tố thời gian đáng kể
19 hơn, vì việc nhanh chóng thông tin hàng hóa đến người tiêu dùng mà không
20 phải qua trung gian có ý nghĩa sống còn trong cạnh tranh kinh doanh.

21
22 Khi đề cập đến thương mại điện tử, nhiều doanh nghiệp, nhất là những doanh
23 nghiệp nhỏ tỏ ra ngần ngại do nghĩ chi phí đầu tư cao so với hiệu quả mang
24 lại. Tuy nhiên, các chuyên gia ở khoa Thương mại điện tử (Trường Đại học
25 Thương mại) cho biết, chỉ cần khoảng 10 triệu đồng xây dựng một Website
26 bán hàng qua mạng, và chi phí vận hành Website mỗi tháng không quá 1 triệu
27 đồng, doanh nghiệp có thể ngồi ở nhà và tìm kiếm khách hàng qua mạng,

1 không cần phải tốn nhiều chi phí và thời gian cho những chuyến công tác xa
2 hay đích thân xuất ngoại như đối với phương pháp truyền thống.

3

4 **Chưa phát huy hết tiềm năng**

5

6 Thời gian qua, đã có rất nhiều các website về thương mại điện tử ra đời với
7 các dạng doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với khách hàng hay
8 khách hàng với khách hàng. Nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu lập các website
9 riêng để phục vụ cho việc tiếp thị, quảng bá bán hàng, hỗ trợ bán hàng cũng
10 như tìm kiếm thị trường, mở rộng thị trường ra khắp thế giới. Tuy nhiên,
11 thương mại điện tử ở nước ta chưa có những bước tiến dài do người tiêu dùng
12 và cả doanh nghiệp chưa thật sự hiểu rõ lợi ích của thương mại điện tử đem
13 lại. Vì vậy, người tiêu dùng thì xem các trang bán hàng trên mạng là cá trò
14 bịp, chỉ dùng để tham khảo, còn doanh nghiệp thì làm cho có, thiếu cập nhật
15 thông tin thực tế.

16

17 Theo điều tra của Vụ thương mại điện tử (Bộ Thương Mại), hiện nước ta có
18 hơn 98,3% doanh nghiệp có website giới thiệu về doanh nghiệp mình, trong
19 đó có đến hơn 62,5% website chỉ dùng để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và chỉ
20 có khoảng 27,4% cho phép đặt hàng qua mạng trong đó số website có hỗ trợ
21 thanh toán trực tuyến chỉ hơn 3,2%.

22

23 Bên cạnh đó, một hạn chế rất lớn trong thời gian qua của thương mại điện tử
24 nước ta là thanh toán trực tuyến, bởi mấu chốt để một thương vụ thương mại
25 điện tử thành công là phải có hệ thống đảm bảo của ngân hàng. Yêu cầu này
26 lại càng quan trọng hơn đối với các nước nhập khẩu hàng hóa nước ta. Do đó,
27 để thương mại điện tử thật sự là giải pháp kinh doanh mang lại hiệu quả cao,

- 1 các doanh nghiệp xuất khẩu nên liên hệ với các ngân hàng có uy tín để được
- 2 họ cấp chứng nhận bảo đảm về tài chính, cũng như liên hệ với các tổ chức an
- 3 ninh mạng để có chứng chỉ bảo mật, an toàn trong giao dịch điện tử.
- 4