

DOANH NGHIỆP CẦN TIẾP CẬN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NGAY TỪ BÂY GIỜ

Các kết quả điều tra diện rộng trong thời gian qua đều cho thấy mức độ rất khả quan về nhận thức của các DN Việt Nam đối với lợi ích của thương mại điện tử (TMĐT). Ngay từ cuối năm 2003, Bộ Thương Mại đã đưa ra những thông tin như có đến 96% DN cho rằng TMĐT giúp họ tăng kênh bán hàng, cũng như 85% cho rằng TMĐT giúp họ xây dựng được hình ảnh của DN mình. Đã đến lúc người ta không phải bàn nhiều đến những lợi ích rõ ràng của TMĐT vì nhận thức hiện nay đã khá cao, vấn đề trọng tâm cần đặt ra là những trở ngại nào dẫn đến việc mức độ ứng dụng TMĐT ở Việt Nam còn rất khiêm tốn, và chiến lược nào là thích hợp cho DN trong việc khai

thác những lợi ích của thương mại điện tử trực tuyến?

I. Các trở ngại chính đối với việc ứng dụng và khai thác TMĐT ở Việt Nam bao gồm:

- **Cơ sở pháp lý:** Luật giao dịch điện tử được thông qua và sẽ có hiệu lực từ 1/3/2006 với việc công nhận giá trị pháp lý đối với các hợp đồng điện tử, chữ ký điện tử, cũng như chứng thực điện tử là một bước tiến đáng kể về môi trường pháp lý. Tuy nhiên, để có được một hệ thống hướng dẫn đầy đủ về TMĐT và các chế định có liên quan như nội dung thông tin trực tuyến, thanh toán điện tử, bảo mật và an ninh mạng, vẫn cần

đến ít nhất 1 năm nữa để có được các văn bản pháp lý từ các Bộ có liên quan.

- **Thách thức công nghệ:** Để vận hành những trang TMĐT thật sự thì công nghệ là một thách thức lớn trong việc đảm bảo độ an toàn của thông tin và các giao dịch trên mạng, cũng như đảm bảo tính ổn định của trang TMĐT. Lừa đảo và gian lận trong TMĐT là một vấn đề không chỉ của TMĐT Việt Nam mà của cả thế giới khi các trang TMĐT lớn nhất thế giới vẫn phải thường xuyên đầu tư không nhỏ vào hệ thống “cảnh sát điện tử” của mình.

(Xem tiếp trang 2)

10 SỰ KIỆN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NĂM 2005

do Vụ Thương mại Điện tử và Báo VietNamNet đưa ra (theo thời gian)

Chương trình xếp hạng website TMĐT: do Vụ TMĐT và Hội tin học Việt Nam tiến hành nhằm cung cấp thông tin định hướng cho DN và người tiêu dùng.

Dịch vụ thương mại di động phát triển đa dạng: các dịch vụ gia tăng giá trị, có tính thương mại trên nền di động đã có một sự phát triển đáng kể trong năm 2005 như nhạc chuông, logo, các dịch vụ thương mại dựa trên SMS và MMS, v.v...

Ngành hải quan thực hiện khai Hải quan điện tử: lần đầu tiên được áp dụng tại Việt Nam do Cục Hải quan TP.HCM và Hải quan Hải Phòng thí điểm từ 1/1/7.

Thị trường giải trí trực tuyến bước đầu có doanh thu: Năm 2005 đánh dấu sự phát triển bùng phát của Game Online tại Việt Nam, cho thấy đây là một thị trường đầy hứa hẹn về kinh doanh trực tuyến.

Xuất hiện những DN trẻ ứng dụng TMĐT: TMĐT đang dần thâm nhập vào các hoạt động kinh doanh của nhiều DN, tạo nên những thế mạnh và khả năng đột phá mới, ví dụ như comhop.com, chodientu.com, haya.com.vn, v.v...

Khai trương Cổng TMĐT quốc gia ECVN: từ ngày 26/8/2005.

Ban hành Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT 2006-2010: được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 15/9/2005.

Việt Nam đăng cai, chủ trì Hội nghị AFACT lần thứ 23: Bộ Thương mại đã tổ chức Hội nghị lần thứ 23 của Hội đồng Kinh doanh điện tử và Thuận lợi hoá thương mại Châu Á – Thái Bình Dương (AFACT) từ 24-27/10/2005.

Quốc hội thông qua Luật Giao dịch điện tử: vào sáng 19/11/2005 và sẽ có hiệu lực từ 1/3/2006.

Mô hình nông thôn làm TMĐT: người trồng rau ở Quỳnh Lương, Nghệ An tìm đến các giải pháp đột phá để đảm bảo nguồn thu nhập nhờ bán hàng qua mạng.

Nguồn: VietNamNet



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



HỘI ĐỒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHỆ VIỆT NAM

Mục tiêu của Bản tin Ứng dụng Công nghệ Thông tin (CNTT) nhằm cung cấp thông tin trợ giúp các doanh nghiệp tìm hiểu khả năng và lợi ích của ứng dụng CNTT trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động, đẩy mạnh bán hàng, tăng doanh thu, và tiết kiệm chi phí. Bản tin được xuất bản thường kỳ mỗi quý một lần với nội dung thông tin về các giải pháp CNTT giải quyết các vấn đề kinh doanh, đưa ra các kết quả nghiên cứu về CNTT, cung cấp các trường hợp thành công điển hình về ứng dụng CNTT, và tạo ra một diễn đàn trao đổi giữa ngành CNTT và các ngành kinh tế khác.

Bản tin Ứng dụng CNTT được phát hành với sự hợp tác của Dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (VNCI) do Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) tài trợ và Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI) với sự cộng tác của các doanh nghiệp CNTT và các chuyên gia tư vấn trong Chương trình Phát triển Ứng dụng CNTT do VNCI thực hiện.



VNCI
Vietnam Competitiveness Initiative

Doanh nghiệp cần tiếp cận... (tiếp theo trang 1)

- **Hạ tầng thanh toán:** TMĐT sẽ chưa thực sự bùng nổ nếu không có hạ tầng thanh toán điện tử. Hai vấn đề lớn hiện nay là sự thiếu toàn vẹn của hệ thống công nghệ ngân hàng hiện đại và sự thiếu liên kết giữa các ngân hàng cho việc ra đời một hệ thống thanh toán trực tuyến cho người dùng cuối.
- **Thói quen tiêu dùng:** Hai trở ngại chính là: (1) Không quen tiêu dùng qua mạng, (2) Thói quen chi tiêu dùng tiền mặt. Để giải quyết trở ngại này, rất cần đến sự nỗ lực tổng hợp từ phía “cung” (các DN bán hàng, các định chế tài chính và cả Chính phủ) trong việc nâng cao nhận thức của người dân về giao dịch trực tuyến và mở rộng khả năng tiếp cận với các công cụ thanh toán phi tiền mặt
- **Nhận thức và hành động của DN:** Trở ngại lớn cuối cùng chính là từ phía các DN, những “người bán” của hệ thống TMĐT. Mức độ sẵn sàng thấp của các DN trong việc tiếp cận TMĐT và CNTT nói chung là một trở lực trong việc tạo ra thị trường cho TMĐT.

2. Tiếp cận TMĐT ngay từ bây giờ và tiếp cận như thế nào?

Nhìn vào tiềm năng của thị trường Việt Nam và nhìn ra tốc độ phát triển mạnh mẽ của TMĐT trên thế giới, các DN Việt Nam có thể thấy rõ yêu cầu phải tiếp cận TMĐT ngay từ bây giờ. Lợi ích là rõ ràng, xu hướng là tất yếu, DN không nên chần chừ, nhưng cần bắt đầu từ đâu?

- **Nghiêm túc xây dựng website cho DN của mình:** DN cần có cái nhìn đúng đắn hơn đối với việc xây dựng website DN để tránh tình trạng như hiện nay là các DN chỉ đưa ra được các trang web “chết” với những chi phí xây dựng và vận hành quá khiêm tốn. Các yếu tố thành công của một website bao gồm: (1) Thường xuyên cập nhật thông tin trên website với nội dung tạo ra sự thu hút (như tư vấn, bản tin v.v), (2) Tạo ra được sự tương tác với người duyệt website thông qua email hoặc các cơ chế

trao đổi thông tin trực tuyến khác, (3) Thường xuyên quảng bá về chính website của mình thông qua các hình thức quảng cáo trong cả không gian mạng lẫn ngoài không gian mạng.

- **Tham gia các sàn giao dịch và thông tin trên mạng:** Ngay cả khi không có website riêng, DN vẫn có thể tham gia các sàn giao dịch và thông tin trên mạng để quảng bá và bán hàng. Cách làm này thậm chí là một cách thức đầu tư ít chi phí hơn và sử dụng được uy tín của các sàn giao dịch đã có sẵn. Tuy nhiên, DN phải thực sự làm chủ được kênh quảng bá này thông qua (1) thường xuyên theo dõi mức độ hiệu quả trong việc tiếp cận khách hàng để có sự phản hồi đối với người vận hành các sàn giao dịch, (2) nhanh chóng đáp ứng yêu cầu thông tin của khách hàng bằng các phương thức truyền thống sau khi có những sự liên lạc đầu tiên qua mạng. Có khá nhiều những sàn giao dịch như vậy của Việt Nam và của thế giới, nổi bật như www.vnemart.com, www.ecvn.gov.vn hay www.chodientu.com.
- **Đi xa hơn trong lĩnh vực TMĐT:** Nhiều DN muốn đi xa hơn với việc xây dựng những siêu thị điện tử thực sự, nhằm đón đầu xu hướng sử dụng TMĐT sẽ tăng mạnh trong thời gian tới tại Việt Nam. Với những DN này, cần chú ý kết hợp giữa giao dịch qua mạng và những giao dịch thực tế không qua mạng một cách hợp lý để đem lại sự tiện lợi nhất cho khách hàng. Các trở ngại như đã nêu ở phía trên hiện chưa thể giúp các DN xây dựng một mô hình TMĐT đầy đủ như eBay.com hay Amazon.com, nhưng việc đón đầu ngay từ bây giờ sẽ tạo lợi thế cạnh tranh cho DN khi nền kinh tế số ngày càng phát triển trong thời gian tới. Ngoài ra, DN cần nhìn rộng ra ngoài khía cạnh thương mại của kinh doanh điện tử. Tùy theo thế mạnh của mình DN có thể tham gia những lĩnh vực khác như dịch vụ trực tuyến (bán các loại “hàng hóa” phi vật chất với mục đích thu

phí như dịch vụ tư vấn, thông tin thị trường, du lịch, giáo dục v.v) hay quảng cáo trực tuyến (xây dựng các cổng thông tin đa dạng để thu hút doanh thu từ quảng cáo). Lợi thế của loại hình này so với thương mại qua mạng thuần túy là: (1) khách hàng có thể đánh giá được “hàng hóa” dịch vụ từ internet dễ dàng hơn so với việc mua các loại hàng hóa thật qua mạng. (2) Phương thức thanh toán cũng dễ hơn vì thu phí theo tài khoản đăng ký (subscriber) hoặc theo yêu cầu cụ thể có thể được thực hiện theo những phương pháp truyền thống sau khi khách hàng đồng ý sử dụng dịch vụ.

- **Nguyên tắc thi đơn giản nhưng trở ngại tâm lý cần phải vượt qua:** Việc tiếp thu các nguyên tắc trong việc tiếp cận TMĐT như trên có thể được các DN tiếp thu dễ dàng nhưng chính trở ngại tâm lý trước khi ra quyết định đầu tư vào TMĐT có thể là một lực cản đáng kể. Một nhân tố quyết định thành công của bất kỳ dự án đầu tư nào là sự cam kết tối đa của người ra quyết định cao nhất là giám đốc DN. Vì vậy, một lời khuyên thực dụng là các giám đốc DN nên dành ra thời gian đáng kể liên tục trong khoảng 1 tuần chuyên tâm cho việc truy cập các website hiện nay ở Việt Nam để theo dõi mức độ sôi động của các hoạt động trên mạng. Sự phát triển rất mạnh mẽ của các website tiếng Việt và các trang tin điện tử trong thời gian qua đã đem lại một nguồn tài nguyên dồi dào cho doanh nghiệp so với 5 năm trước đây. Chính cảm nhận từ việc trực tiếp theo dõi sự vận động của internet Việt Nam sẽ giúp các giám đốc DN đưa ra được quyết định tiếp cận các khía cạnh của TMĐT phù hợp với DN của mình.

Nguyễn Hồng Trường,
Quý Đầu tư Mạo hiểm
IDG Ventures Vietnam.

BÍ QUYẾT

THU HÚT VÀ GIỮ “KHÁCH”

cho các web site thương mại

Thế là doanh nghiệp của bạn vừa có một website của riêng mình! Bạn đã mất nhiều thời gian để viết nội dung cho website, bạn cũng đã đầu tư chi phí để thuê đội ngũ kỹ thuật web xây dựng website cho công ty bạn, và bạn có thể “thở phào” khi website của bạn đã được hòa nhập vào Internet với hàng tỉ website khác? Bạn tin rằng từ đây, mọi người trên thế giới đều biết đến bạn? Xin thưa, bạn vui mừng hơi sớm đấy! Việc có một website trên Internet là một điều dễ dàng, cái khó là làm sao cho đối tượng khách hàng của bạn ở mọi nơi trên thế giới biết đến website của bạn, và cái khó hơn nữa là làm sao cho đối tượng khách hàng của bạn còn quay trở lại website của bạn lần 2, lần 3 và nhiều lần nữa? Vì thế, bạn nên đọc và ghi nhớ một số “bí quyết” để thu hút và giữ chân người xem website của bạn. Thật ra, bí quyết này chỉ gói gọn trong 3 yếu tố: xây dựng cộng đồng, nội dung, phần thưởng.

Xây dựng cộng đồng: bạn nên dành chỗ trên website của bạn để làm “sân chơi” cho những người cùng yêu thích một lĩnh vực nào đó. Ví dụ: website của bạn về du lịch Việt Nam, thì bạn nên làm một diễn đàn (forum) trên web của mình để mọi người có thể đăng ý kiến, bài viết, hình ảnh về các chuyến du lịch Việt Nam của họ v.v... Diễn đàn này rất có tác dụng trong việc giữ chân người xem và thu hút người mới. Những thành viên trong cộng đồng đã góp phần rất lớn vào việc quảng cáo cho website của bạn.

Nội dung: nội dung của các trang trên website của bạn có giá trị quyết định trong việc thu hút và giữ chân người xem. Hãy đặt mình vào vị trí đối tượng khách hàng của

bạn để quyết định đăng tải những thông tin gì, hãy đặt câu hỏi “Họ muốn biết những gì?”, “Những gì là bổ ích cho họ?” v.v... Nên chú ý tạo sự tiện lợi cho người xem khi xem các trang web của bạn mà quan trọng nhất là: làm sao trong thời gian ngắn nhất, người xem tìm được cái họ muốn xem. Đăng tải nhiều thông tin quá cũng không tốt, người xem sẽ có cảm giác bị rối tung trong một mớ hỗn độn thông tin và sẽ nhanh chóng chán và rời khỏi website của bạn, mang theo ấn tượng không tốt về mức độ chuyên môn của website của bạn. Cuối cùng, nhưng rất quan trọng, là việc cập nhật thông tin thường xuyên. Đảm bảo với bạn là người xem sẽ rất bức mình và có ấn tượng không tốt nếu như thấy trang web họ đang đọc được cập nhật lần cuối cách đây vài năm.

Phần thưởng: Theo số liệu thống kê, có không dưới 8 tỉ trang web tồn tại trên Internet vào thời điểm tháng giêng năm 2005. Nếu một người mỗi ngày đọc 100 trang web (nhiều đấy!) thì anh ta phải mất 50 năm mà chỉ đọc được chưa đầy 2 triệu trang web trong cuộc đời. Cho nên, người ta đọc có chọn lọc. Vì thế, bạn phải có những “chiêu thức” khiến người xem cảm thấy thích và có ích lợi khi đọc các trang web của bạn. Hiện nay trên thế giới, rất nhiều website trả tiền cho người đọc. Chúng ta có thể không làm như thế, nhưng phần thưởng ở đây có nghĩa là những lợi ích dành cho người đọc web, ví dụ như cái để download (tải về) miễn phí, những dịch vụ ưu tiên hay quà khuyến mãi v.v... Có như thế bạn mới giữ chân được người xem.

Tóm lại, để thu hút và giữ chân người xem web, bạn phải mang lại cho họ lợi ích thật sự, những lợi ích đó có thể là tiền bạc, dịch vụ hay sản phẩm miễn phí, giá trị tinh thần, thông tin hữu ích v.v...

Nguồn V.E.C (<http://vnbizcenter.com>)

Các đường link hữu dụng về TMĐT

- <http://www.ecvn.gov.vn> là trang web mua bán trực tuyến trên quy mô lớn (B2B) thành lập tháng 8/2005 do Bộ Thương mại chủ trì nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nâng cao sức cạnh tranh và đẩy mạnh xuất khẩu. Trong ba năm hoạt động đầu tiên (2005 – 2007) ECVN cung cấp dịch vụ miễn phí hoàn toàn cho tất cả các doanh nghiệp tham gia.
- http://www.vcci.com.vn/phobien_kienthuc/thuongmai_dientu: trang web của VCCI phổ biến kiến thức về TMĐT.
- <http://www.vietrade.gov.vn>: trang web của Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Thương mại cung cấp các thông tin về chính sách, kinh nghiệm, tiện ích và CNTT liên quan đến TMĐT
- <http://www.vnemart.com>: sàn giao dịch TMĐT do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thiết kế, xây dựng, điều hành và quản lý.
- <http://vnbizcenter.com>: trang web của công ty V.E.C (Vietnam E-Commerce), một công ty thiết kế web và cung cấp các giải pháp về TMĐT cung cấp rất nhiều thông tin bổ ích về việc ứng dụng TMĐT.

TĂNG QUY MÔ GẤP 3 LẦN nhờ ứng dụng Thương mại Điện tử

Bắt đầu từ một cửa hàng kinh doanh điện thoại nhỏ từ năm 1997, Nhật Cường có ý định áp dụng thương mại điện tử (TMĐT) ngay từ năm 2000. Tuy nhiên, sự sụp đổ của các công ty dot.com ở thời điểm đó đã trì hoãn kế hoạch của Nhật Cường, và phải cho đến năm 2003, trang web TMĐT nhatcuong.com mới thực sự online. Trong hơn 1 năm đầu, website nhatcuong.com chủ yếu đóng vai trò quảng bá cho thương hiệu Nhật Cường, cung cấp thông tin cũng như tạo niềm tin cho khách hàng. Trong thời gian này, mặc dù website không sinh lời, DN vẫn phải đầu tư một khoản tiền đáng kể cho việc vận hành và quảng cáo website trên các trang tin điện tử khác. Website thực sự cất cánh từ năm 2004 khi khách hàng bắt đầu đặt hàng qua mạng.

Kết quả lớn nhất của nhatcuong.com

là giúp DN mở rộng thị trường và phát triển thương hiệu mà không cần quá nhiều vốn đầu tư. Với mức giá thuê văn phòng quá cao tại Hà Nội, DN nhỏ như Nhật Cường khó lòng mở rộng quy mô kinh doanh của mình. Vì vậy Nhật Cường đã chọn giải pháp văn phòng ảo/kinh doanh thực trong chiến lược phát triển của mình. Tới nay, quy mô của DN đã tăng gấp 3 lần so với thời kỳ trước khi online, và đã có khách hàng từ

20 tỉnh, thành phố trong cả nước so với chỉ riêng thị trường Hà Nội trước đây. Do việc thanh toán trực tuyến chưa thuận lợi nên số giao dịch qua mạng thực sự chưa nhiều. Tuy nhiên, thông tin cung cấp trên nhatcuong.com đã hỗ trợ quyết định mua hàng của người tiêu dùng và thúc đẩy kênh bán lẻ trực tiếp.

Sự thành công của nhatcuong.com là một minh chứng cho việc DN nhỏ vẫn có thể ứng dụng và hưởng lợi từ TMĐT, nếu như bản thân DN có một định hướng đúng đắn về TMĐT và kiên trì theo đuổi định hướng đó.



"Chúng tôi tin tưởng vào tương lai TMĐT tại Việt Nam sẽ phát triển tốt hơn. Tuy hiệu quả trước mắt chưa cao nhưng nhatcuong.com nhắm vào mục đích lâu dài. Hiện chúng tôi đã có chiến lược mở rộng nhưng vẫn phải chờ yếu tố cơ sở hạ tầng hoàn thiện. Để TMĐT Việt Nam thực sự cất cánh, cần có sự hoàn thiện hơn về các yếu tố cơ sở hạ tầng như ngân hàng, chính sách pháp luật và đặc biệt tâm lý người tiêu dùng" - Trần Quang Ánh, Giám đốc công ty Nhật Cường.



SÂN CHƠI VNemart cho DN vừa và nhỏ

Sàn giao dịch thương mại điện tử www.vnemart.com do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam xây dựng từ tháng 4 năm 2003. Sàn hoạt động theo mô hình B2B nhằm hỗ trợ các DN Việt Nam giao thương với thị trường thế giới, quảng bá sản phẩm và thương hiệu đến các thị trường nước ngoài. Tại đây thành viên có thể đăng các chào hàng, xây dựng gian hàng ảo, tìm kiếm sản phẩm, đối tác và các nhu cầu mua bán ở nhiều thị trường khác nhau. VNemart hiện có trên 4000 thành viên thuộc 80 quốc gia trên thế giới, hơn 3500 chào hàng và khoảng 2500 sản phẩm thuộc 11 ngành hàng cấp 1 và 197 ngành hàng cấp 2, trong đó có những mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam như dệt may, nông sản, da giày, thủy hải sản, thủ công mỹ nghệ, máy tính và điện tử, vật liệu xây dựng, hoá chất và nhựa, dược phẩm, thực phẩm chế biến, dịch vụ. Ngoài ra, VNemart còn cung cấp các thông tin hữu ích hỗ trợ DN tham gia TMĐT như: kiến thức ngoại thương, kiến thức thương mại điện tử, hồ sơ thị trường, kinh nghiệm kinh doanh, các thống kê kinh tế,...

Hàng tuần, VNemart nhận được khoảng 300 chào hàng mới, 200 thành viên mới, 100 sản phẩm mới và 200 hỏi hàng giao dịch giữa các thành viên. Chỉ số xếp hạng Alexa (chỉ số uy tín nhất trên thế giới về xếp hạng website) xác định VNemart nằm trong số 27.000 website hàng đầu thế giới, và là website về thương mại điện tử số 1 ở Việt Nam. VNemart cũng 2 lần đạt được giải thưởng cúp vàng CNTT Việt Nam vào các năm 2003 và 2005 cho sản phẩm TMĐT.

Kinh nghiệm của VNemart cho thấy, thành công trong ứng dụng TMĐT chỉ đến với các DN sử dụng đúng người để làm TMĐT. Nhân sự làm TMĐT cần hội tụ 3 yếu tố: hiểu biết kỹ về thương mại, khả năng sử dụng tiếng Anh tốt và có kiến thức cơ bản về Internet.

Trước mắt trong năm sau VNemart sẽ tung ra 2 gói dịch vụ thu phí cho thành viên. Khi sử dụng các gói dịch vụ này, các thành viên có thể tự xây dựng website cho DN của mình, được quảng bá trên VNemart, được VNemart hỗ trợ trong các hoạt động quảng bá quốc tế và cả các hoạt động giao dịch TMĐT.

• Chịu trách nhiệm xuất bản: Nguyễn Văn Thảo, Phó Tổng thư ký VCCI kiêm Viện trưởng Viện Tin học Doanh nghiệp

• Tổ chức và thực hiện: Viện Tin học Doanh nghiệp

• Địa chỉ: Tầng 4, số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội - Điện thoại (84-4) 5742187 - Fax: (84-4) 5742622 - Email: contact@itb.com.vn

• Số lượng: 6000 bản, giấy phép xuất bản số: 48/GP-XBBT của Bộ VHHT cấp ngày 20/10/2005.