

PHƯƠNG THỨC KINH DOANH THỜI HỘI NHẬP

Dự báo

Dự báo của trung tâm Internet Việt Nam cho biết trong 3 năm tới, số người sử dụng Internet ở VN sẽ đạt khoảng 30 triệu người. Đây là tiền đề để thương mại điện tử (TMĐT) VN phát triển mạnh trong năm tới.

Năng lực cạnh tranh của cộng đồng DN VN hiện nay nhìn chung vẫn còn rất yếu, nhất là DN vừa và nhỏ. Phân tích của các chuyên gia cho thấy, nếu trước đây, thế mạnh của các ngành xuất khẩu dệt may, da giày, thủy sản... là giá, nhân công, thì hiện nay, những yếu tố này không còn là lợi thế cạnh tranh nữa. Gia nhập WTO, xu hướng giảm thuế nhập khẩu và dần gỡ bỏ hàng rào bảo hộ hàng trong nước đã tạo ra áp lực lớn với các DN.

Vấn đề được đặt ra là cần tìm những công cụ mới, phương pháp kinh doanh mới giúp DN nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh. Với những dự báo lạc quan về xu hướng TMĐT trên thế giới cũng như tốc độ tăng trưởng của người dùng Internet Việt Nam, vụ TMĐT, bộ Thương Mại (TM) tin tưởng, TMĐT sẽ là công cụ tốt giúp DN giải quyết được bài toán này.

Theo ông Trần Hữu Linh, vụ phó vụ TMĐT, bộ TM thì TMĐT sẽ mở ra cơ hội cho 95% DN vừa và nhỏ ở VN, đặc biệt những DN vùng sâu, xa, thiếu tiềm lực tài chính có thể tận dụng Internet để quảng bá, giới thiệu, tìm bạn hàng, bán hàng không chỉ trong nước mà với cả thế giới, giúp giảm tối đa chi phí.

Tuy nhiên, theo điều tra của bộ TM với 1000 DN, trong năm 2006 thì chỉ có 20-25% DN có website. Trong số đó, chiếm 93,8% là website giới thiệu công ty, 62,5% là giới thiệu sản phẩm, dịch vụ. Trong khi tính năng giao dịch TMĐT cho phép đặt hàng chỉ chiếm 27,4%, còn hoạt động thanh toán trực tuyến chỉ có 3,2% website thực hiện. Như vậy, hoạt động TMĐT chỉ mới manh nha ở những DN lớn, đại đa số DN nhỏ tại VN nằm ngoài guồng quay của phương thức kinh doanh hiện đại này.

Trong một năm rưỡi hoạt động, cổng TMĐT ECVN (www.ecvn.gov.vn) của Bộ TM đã thu hút hơn 2000 doanh nghiệp thành viên. Nhưng theo ông Linh thì việc ứng dụng TMĐT của các DN này vẫn có nhiều điều cần bàn. Theo ghi nhận của ban quản lý cổng ECVN, nhiều DN làm TMĐT theo phong trào, dù hoạt động của DN chẳng có gì để giới thiệu nhưng vẫn làm website. Trong khi nhiều DN khác, dù có nhu cầu giới thiệu và đã đầu tư website nhưng do không có người chuyên trách cập nhật thông tin nên nội dung trở nên sơ sài, lạc hậu, gây mất cảm tình với khách hàng.

Do vậy, từ chỗ có khả năng trở thành công cụ marketing cho DN, các website lại biến thành gánh nặng của DN hay thậm chí là một hình ảnh xấu của DN thời CNTT.

Tuy nhiên, ông Linh cũng khẳng định: “Website chỉ là một phần của TMĐT. Nhiều DN không có website vẫn kinh doanh tốt nhờ tận dụng các sàn giao dịch điện tử đang rất phát triển trong 2 năm qua ở VN như: chodientu, ECVN...”. Đáng chú ý trong năm 2006, số lượng các sàn TMĐT B2B (doanh nghiệp - doanh nghiệp) tăng khá nhanh. Nhưng phần lớn các sàn này đều có mô hình kinh doanh tương tự nhau và là sàn kinh doanh tổng hợp, rất hiếm sàn chuyên doanh một vài sản phẩm dịch vụ có uy tín cao. Ông Linh cho rằng, trở ngại của TMĐT VN hiện nay không còn là hạ tầng mạng thông tin vì ADSL đã phát triển rất tốt; cơ sở luật pháp VN đã công nhận thông tin điện tử. Vấn đề mà các DN VN còn lúng túng chính là việc xác định mô hình ứng dụng và cách thức triển khai sao cho phù hợp với từng DN.

Tại hội thảo, triển lãm TMĐT VN (Vebiz) 2007, lần đầu tiên tổ chức, các diễn giả đã đưa ra nhiều mô hình ứng dụng TMĐT trong DN ở Việt Nam cũng như nước ngoài, đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng của TMĐT, như là một phương thức kinh doanh tất yếu thời hội nhập. Hội thảo diễn ra đúng vào lúc VN vừa trải qua một năm với nhiều sự kiện có ý nghĩa với TMĐT VN như: VN gia nhập WTO, năm 2006 là năm đầu tiên TMĐT được pháp luật thừa nhận chính thức khi Luật Giao Dịch Điện Tử, Luật Thương Mại (sửa đổi), Bộ Luật Dân Sự (sửa đổi) và Nghị Định TMĐT có hiệu lực. Dự kiến, từ năm sau, Vebiz sẽ được tổ chức thường niên và là dịp để cộng đồng TMĐT VN đưa ra các khuyến nghị chung cho công tác quản lý nhà nước về TMĐT cũng như các DN quan tâm tới ứng dụng TMĐT.

Tường Vy