

BƯU CHÍNH ĐIỆN TỬ - HƯỚNG TIẾP CẬN NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU HÓA CỦA BƯU CHÍNH VIỆT NAM (KỲ II)

[<a target="_blank" href="htt](#)

Xem lại kỳ I

Bưu chính các nước phát triển như Mỹ, Canada, Nhật bản và các nước Tây Âu đã đi tiên phong về ứng dụng công nghệ thông tin, cũng như những sáng tạo mới trong các khâu khai thác, phục vụ và quản lý bưu chính. Dựa trên quy trình nghiệp vụ, họ đã thực hiện tiêu chuẩn hóa và máy tính hóa công tác quản lý và từng bước phát triển bưu chính điện tử; Xây dựng cơ sở dữ liệu về khách hàng vừa để quảng cáo trực tiếp các dịch vụ bưu chính, vừa để cung cấp thông tin cho quản lý bưu chính, và đặc biệt là cho dịch vụ bưu gửi trực tiếp.

3. Tình hình phát triển ứng dụng Bưu chính điện tử trên thế giới và trong Bưu chính Việt Nam

a. Bưu chính thế giới

- Xu thế phát triển bưu chính điện tử trên thế giới

Được sự ủng hộ nhiệt tình về mọi mặt của Liên minh bưu chính quốc tế (UPU) thông qua chiến lược và các chương trình hành động đề ra trong các kỳ đại hội, cùng với sự quan tâm đặc biệt của Chính phủ và đặc biệt là công chúng, trong thời gian qua, bưu chính thế giới đã tập trung phát triển một số ứng dụng như dịch vụ dấu bưu chính điện tử bao gồm dịch vụ kiểm chứng chữ ký số, dịch vụ mã hoá/giải mật, dịch vụ chống thoái thác, dịch vụ nhật ký sự kiện, dịch vụ hệ thống an toàn, dịch vụ cung cấp chứng cứ kiện tụng...

Dịch vụ hậu cần bưu chính dựa trên hợp đồng thỏa thuận giữa doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử với doanh nghiệp bưu chính; Dịch vụ trung gian thanh toán tiền tệ là một loại dịch vụ có tính sáng tạo mới, chủ yếu là phục vụ cho các khách hàng không muốn cung cấp dữ liệu thẻ tín dụng của mình qua mạng Internet; Dịch vụ hộp thư điện tử bưu chính thông qua hệ thống chuyển phát thư tín điện tử đã chuyển phát các loại giấy tờ như các loại phiếu, giấy báo nợ, thư quảng cáo.v.v.. tới khách hàng; Dịch vụ bưu gửi lai ghép; Dịch vụ bán lẻ hàng hóa trực tuyến cung cấp các sản phẩm đặc trưng bưu chính như tem chơi, bưu thiếp điện tử; tem chơi, bưu thiếp điện tử cá thể hóa, vật phẩm bưu chính. Dựa vào hạ tầng cơ sở sẵn có, Bưu chính đã cung cấp các dịch vụ này một cách thuận lợi, đem lại hiệu quả không chỉ cho chính doanh nghiệp mà còn cho toàn xã hội.

Về xu hướng công nghệ, cổng giao dịch điện tử tích hợp dịch vụ được nhiều doanh nghiệp Bưu chính các nước lựa chọn và thiết lập bởi khả năng tích hợp kinh doanh trực tuyến các sản phẩm với các doanh nghiệp khác.

- Bưu chính điện tử ở các nước phát triển

Bưu chính các nước phát triển như Mỹ, Canada, Nhật bản và các nước Tây Âu đã đi tiên phong về ứng dụng công nghệ thông tin, cũng như những sáng tạo mới trong các khâu khai thác, phục vụ và quản lý bưu chính. Dựa trên quy trình nghiệp vụ, họ đã thực hiện tiêu chuẩn hóa và máy tính hóa công tác quản lý và từng bước phát triển bưu chính điện tử; Xây dựng cơ sở dữ liệu về khách hàng vừa để quảng cáo trực tiếp các dịch vụ bưu chính, vừa để cung cấp thông tin cho quản lý bưu chính, và đặc biệt là cho dịch vụ bưu gửi trực tiếp.

Thông qua trang web của bưu chính, khách hàng có thể tra cứu được các bưu cục mới nhất, tính được cước phí bưu chính, theo dõi được hành trình bưu gửi của mình hoặc tìm hiểu các dịch vụ bưu chính, thực hiện việc đặt mua hàng trực tuyến và thanh toán trực tuyến với ngân hàng bưu chính hoặc ngân hàng khác có thỏa thuận cung cấp dịch vụ với bưu chính. Ngoài ra, bưu chính còn cung cấp dịch vụ hoá đơn điện tử, làm đại diện cho các doanh nghiệp gửi tới khách hàng.

Các doanh nghiệp bưu chính đã đạt được uy tín cao với tư cách là một bên uỷ thác thứ ba trong hoạt động cung cấp dịch vụ bưu gửi theo đường vật lý trong suốt thời gian vừa qua và bây giờ thì cũng có thể đóng một vai trò tương tự trong lĩnh vực điện tử. Hầu như tất cả các nhà khai thác bưu chính trên thế giới đều có trang web cung cấp các thông tin cần thiết cho khách hàng và nhận các yêu cầu của họ.

- Bưu chính điện tử ở các nước đang phát triển

Các nước có nền kinh tế đang phát triển, đặc biệt là các nước trong khu vực châu Á Thái Bình Dương cũng có những bước tiến dài trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ thông tin như Hàn Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Malaysia, Hồng Kông...v.v. Bưu chính các nước này cũng đã có được một số các ứng dụng như chuyển tiền, mua bán, thanh toán qua mạng, tra cứu dịch vụ bưu chính, định vị bưu gửi, các dịch vụ lưu giữ chữ ký điện tử, chứng thực điện tử. Bưu chính một số nước còn có các chương trình phổ cập tin học, nhằm nâng cao trình độ hiểu biết về công nghệ thông tin tới khách hàng. Ngoài ra có các hình thức thu hút khách hàng như biến bưu cục thành điểm cung cấp thông tin đa dạng, cung cấp các dịch vụ miễn phí và phí ưu đãi. Qua đó, đã có những ảnh hưởng tích cực đến thói quen sử dụng dịch vụ bưu chính điện tử của khách hàng.

Có thể rút ra một số kinh nghiệm về phát triển bưu chính điện tử của bưu chính các quốc gia trên thế giới, đó là:

+ Về hạ tầng cơ sở: tận dụng hạ tầng sẵn có trên mạng lưới như quy trình nghiệp vụ, mạng máy tính, công nghệ phần cứng, công nghệ phần mềm...v.v.

+ Về dịch vụ cung cấp: Phát huy lợi thế cạnh tranh từ các sản phẩm dịch vụ đặc trưng của bưu

chính: chuyển phát, phát hàng thu tiền, Datapost. Tập trung vào một số nhóm dịch vụ đem lại doanh thu cao: Hậu cần, Thanh toán hóa đơn, Tài chính...v.v. Cá thể hóa dịch vụ (Tem chơi, bưu thiếp, thư...). Đồng thời, cung cấp luôn các dịch vụ cạnh tranh với dịch vụ bưu chính (email, epaybill).

+ Về thị trường: Hướng vào khách hàng mục tiêu thông qua việc thiết kế giao diện (trang web) chia ra 2 nhóm phục vụ: Doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C), nhưng thường tập trung vào nhóm B2B nhiều hơn.

+ Lộ trình ứng dụng: Từng bước ứng dụng với giao diện thân thiện, dễ sử dụng (Ban đầu chỉ là thông tin về doanh nghiệp, dịch vụ..., dần dần đưa vào các dịch vụ để sử dụng cho đến các ứng dụng cao hơn). Ban đầu là các trang web đơn giản, sau đó thường chuyển đổi sang dạng Cổng giao dịch tích hợp dịch vụ và quản lý.

b. Bưu chính Việt Nam

Về định hướng phát triển:

Quyết định của Thủ tướng chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển Bưu chính Việt Nam đến năm 2010 số 236/2005/QĐ-TTg, ngày 26/9/2005, trong điều 2, định hướng và giải pháp chủ yếu nhằm thực hiện quy hoạch được duyệt đã chỉ rõ: “Với sự hội tụ bưu chính kết hợp với các lĩnh vực tài chính để tạo thành tài chính bưu điện; kết hợp với công nghệ thông tin để phục vụ bưu chính điện tử; kết hợp với viễn thông để hoà vào mạng lưới cung cấp dịch vụ, sản phẩm viễn thông”.

Quy hoạch cũng nêu: “Nâng cao chất lượng các dịch vụ bưu chính hiện có và phát triển các dịch vụ bưu chính mới bao gồm các dịch vụ trọn gói hàng hoá (chia chọn, đóng gói, sắp xếp), dịch vụ kho bãi, dịch vụ quản lý chu trình cung cấp hàng hoá, dịch vụ mua bán hàng hóa qua bưu chính tạo ra kênh phân phối và thanh toán hàng hoá phù hợp với nhu cầu phát triển thương mại của đất nước và góp phần thúc đẩy phát triển thương mại điện tử”, và “lập hóa đơn và thanh toán điện tử, dịch vụ tra cứu thông tin, e-mail an toàn...”.

Báo cáo tổng kết 2005 của Tổng công ty bưu chính viễn thông Việt Nam (Nay là Tập đoàn Bưu chính Viễn thông), phần định hướng giai đoạn 2006 – 2010 có nêu: “Về các dịch vụ: Phát triển thêm các dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng như dịch vụ Direct Mail, thương mại điện tử,...” Trước đó, năm 2003, Kế hoạch tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong bưu chính - ITMP giai đoạn 2001 – 2010 đã ra đời, thể hiện bước ngoặt lớn trong bưu chính về định hướng và kế hoạch.

Qua những trích dẫn và phân tích trên, ta nhận thấy việc ứng dụng thương mại điện tử đã có được sự quan tâm đặc biệt của các cấp lãnh đạo, có đường lối, chủ trương, có lộ trình và kế hoạch khá rõ ràng. Tuy nhiên, để có được một giải pháp tổng thể và mang tính khả thi, Bưu chính Việt Nam phải nhận thức được tầm quan trọng của thương mại điện tử và xác định hướng đi thích hợp.

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã xây dựng trang web www.vnpt.com.vn để đưa thông tin về doanh nghiệp, các đơn vị thành viên, các sản phẩm và dịch vụ bưu chính, viễn thông. Trang web <http://www.vnpost.vn> của Bưu chính Việt Nam cũng đã được xây dựng và đang từng bước hoàn thiện.

Hình 3. Trang web Bưu chính Việt Nam hiện nay

Tại các đơn vị thành viên, việc ứng dụng thương mại điện tử vào kinh doanh bưu chính chỉ mới được thử nghiệm tại một số đơn vị trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam như: một số các Bưu điện tỉnh, thành phố, Công ty Tiết kiệm bưu điện, Công ty Tem, Công ty Phát hành báo chí Trung ương, Công ty cổ phần Bảo hiểm Bưu điện...v.v. Một số công ty thành viên khác trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cũng xây dựng trang web để phát triển kênh cung cấp mới. Ngoại trừ trang web của Công ty Tem có nội dung thông tin phong phú, đa dạng, sử dụng 2 ngôn ngữ là tiếng Việt và tiếng Anh, nhìn chung, các trang web còn lại có đặc điểm chung là tương đối đơn giản, nội dung chỉ dừng lại ở việc truyền tải thông tin liên quan đến công ty, đến dịch vụ mà công ty cung cấp như giới thiệu về công ty, các dịch vụ và bảng giá cước dịch vụ; nhiều trang không cập nhật thông tin mới về bưu chính và chỉ mang tính chất thông tin nội bộ. Trang web của Công ty Phát hành báo chí Trung ương có thêm phần đặt mua báo chí trực tuyến nhưng giao diện chưa dễ sử dụng, bên cạnh đó, chưa có giải pháp thanh toán cho việc đặt mua trực tuyến và lưu lại thông tin của khách hàng đã truy cập vào trang web. Qua một số khảo sát sơ bộ cho thấy, số lượng khách hàng biết đến và truy cập vào các trang web không nhiều.

Mục tiêu của Bưu chính Việt Nam đặt ra trong giai đoạn tới là phải đạt trình độ công nghệ ngang tầm các nước trong khu vực, trong đó có mục tiêu quan trọng là tiếp cận và tham gia vào lĩnh vực thương mại điện tử. Việc phát triển lẻ tẻ và thiếu đồng bộ của các đơn vị trực thuộc Bưu chính Việt Nam hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu và tầm cỡ của một Tổng công ty nhà nước kinh doanh trong lĩnh vực truyền thông, khó đáp ứng được nhu cầu quản lý bên trong cũng như thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Để hướng tới các vấn đề đặt ra đối với việc phát triển bưu chính điện tử như thông tin bưu chính, chăm sóc khách hàng, quản lý điều hành của Bưu chính Việt Nam hiện nay thì giao diện web của Bưu chính Việt Nam còn nhiều hạn chế về mặt công nghệ để hỗ trợ tính chất phát triển kế thừa và khả năng ghép nối để mở rộng trong tương lai. Vấn đề này có thể giải quyết được nhờ một giao diện mới – Cổng giao dịch điện tử bưu chính Việt Nam.

(Còn nữa)