

Tổng quan

1. Thương mại điện tử là gì?

Thương mại điện tử là việc sử dụng các phương tiện điện tử để thực hiện mọi trao đổi thông tin thương mại. Trong đó thông tin là những gì có thể gửi bằng phương tiện điện tử. Thương mại không chỉ việc mua bán hàng hóa, dịch vụ mà bao gồm cả những giao tế xã hội khác. Tránh quan niệm phổ biến hiện nay thương mại điện tử chỉ là việc sử dụng các phương tiện điện tử để thực hiện công việc buôn bán truyền thống. Hiểu như vậy dễ dẫn tới xem nhẹ tác động của thương mại điện tử.

Thương mại điện tử thực hiện giao dịch dưới nhiều hình thức: giữa các cá

Mới đây Chính phủ đã giao cho Bộ thương mại chủ trì dự án quốc gia mang tên Kỹ thuật thương mại điện tử (TMĐT). Dự án này nhằm xây dựng nền móng cho các công việc sẽ triển khai trong thời gian tới, từng bước sẽ áp dụng TMĐT ở nước ta. Tuy nhiên, xây dựng TMĐT là một quá trình lâu dài với nhiều công việc phức tạp cần phải giải quyết.

- Bảo vệ các thông tin cá nhân, bảo vệ tài sản của người tiêu dùng.

- Chống ảnh hưởng tiêu cực từ các tin tặc (hacker) cũng như những dữ liệu không mong muốn. Nhưng nếu đặt quá nhiều bức tường lửa (Firewall) sẽ làm cho người sử dụng thương mại điện tử nản lòng vì tốc độ truy cập sẽ trở nên chậm.

Nếu không có một hạ tầng vững mạnh thì sự tồn thất về thương mại điện tử sẽ xảy ra ngay lập tức, nên không thể xem nhẹ yếu tố này. Vì vậy, có thể hiểu được tại sao một số nước đang phát triển vẫn chần chừ trong việc triển khai thương mại điện tử, vì những yếu tố trên chưa hình thành đầy đủ.

Các yếu tố cơ bản cho thương mại điện tử Việt Nam

Bộ thương mại đã chọn khoảng 50 doanh nghiệp để thử nghiệm chương trình Thương mại điện tử, do vậy chúng ta thừa hiểu TMĐT VN đang trong tình trạng thử nghiệm và chưa hình thành đầy đủ.

1. Về công nghệ thông tin:

Số lượng máy tính trên cả nước khoảng 700.000 đạt gần 9 máy/1000 người, phần lớn được dùng như máy đánh chữ. Cả nước chỉ có một mạng khung toàn quốc VNN, mới xây dựng được một mạng cục bộ và mạng diện rộng dùng nhiều nền công nghệ khác nhau. Cả nước chỉ có ba

Thương mại điện tử Việt Nam đã bắt đầu chưa?

THIÊN TRIỀU

nhân, cá nhân với máy tính, ngân hàng điện tử (E-banking), mua bán qua các cửa hàng điện tử (E-shopping) hoặc thư tín điện tử (E-mail) giữa những cơ quan khác nhau... Thương mại điện tử sẽ tác động tới toàn xã hội và thâm nhập tới từng con người trong tương lai. Nền giáo dục cũng thay đổi theo và dẫn tới sự chuyển hóa lối sống theo hướng số hóa, thương mại điện tử phải được xem như một điều kiện phát triển thương mại tất yếu trong tương lai của một đất nước.

2. Nền tảng của thương mại điện tử

Thương mại điện tử cần một số vấn đề như sau:

- Tính pháp lý: thừa nhận tính pháp lý của các thư điện tử, chữ ký điện tử, và các thủ tục pháp lý cần thiết để thực thi sự thừa nhận đó.

- Các phương tiện truyền thông phục vụ thương mại điện tử như: tốc độ cao và bảo mật an toàn cho người sử dụng.

- Đào tạo đội ngũ chuyên viên phục vụ thương mại điện tử cũng như phổ biến ích lợi về thương mại điện tử đến mọi doanh nghiệp cũng như cho đông đảo dân chúng.



- Hệ thống hóa các giao dịch như: tiêu chuẩn hóa các công việc như thanh toán, giao dịch và giao hàng hóa tự động...

cổng đi quốc tế là Hà Nội, TP. HCM và mới đây là Đà Nẵng, tốc độ đường truyền thấp chỉ có 50Mb, chi phí truy cập mạng Internet còn cao. So với Hàn Quốc dân số

cũng xấp xỉ với Việt Nam nhưng có tới 14 cổng và tốc độ của đường truyền dung lượng là 640Mb/s.

Sau 4 năm phát triển chỉ có khoảng 200.000 thuê bao Internet, phần lớn là các doanh nghiệp. Để truy cập trực tiếp chỉ có 4 tỉnh thành, phần còn lại phải truy cập gián tiếp. Trong đó qua lease line có 10 (POP) nodes trực tiếp. Tổng số thuê Internet qua VNN1260 chỉ có 90.000.

Về nhân lực: chuyên gia tin học chỉ mới có khoảng trên 20 nghìn người, đông đảo cán bộ và dân chúng chưa quen làm việc quản lý và kinh doanh trên máy tính điện tử, trên mạng máy tính và trên các thiết bị thông tin khác. Số lượng trang Web VN còn khá khiêm tốn, thường ít cập nhật thông tin và nghèo nàn về nội dung, khoảng 1.500 doanh nghiệp có trang Web và vài ngàn đơn vị có quảng cáo trên mạng.

2 Về ngân hàng

Về hệ thống thanh toán điện tử: với trình độ tự động và hiện đại khác nhau nhiều ngân hàng thương mại đã thử nghiệm hệ thống ATM và thanh toán thẻ. Một số ngân hàng đã bước đầu thí điểm các hình thức giao dịch mới như giao dịch ngân hàng trên mạng, giao dịch ngân hàng tại nhà ...

Trong thanh toán quốc tế, nhiều ngân hàng đã tham gia hệ thống SWIFT, một số ngân hàng tham gia đại lý cho các tổ chức thẻ quốc tế như Visa, Master Card. Nhìn chung, các ngân hàng trong nước vẫn chưa thể chuyển đổi từ một mô hình hoạt động cũ sang mô hình ngân hàng hiện đại có thể phục vụ tốt thương mại điện tử, thẻ tín dụng chưa trở thành phổ biến trong thanh toán của người tiêu dùng.

3. Luật pháp

Về hạ tầng cơ sở pháp lý: trong Luật hình sự có đề cập đến một số loại tội phạm liên quan đến mạng máy tính và Luật thương mại công nhận tính pháp lý của các văn bản dưới dạng điện tử, còn nói chung chưa có một văn bản quy phạm pháp luật nào điều tiết các hoạt động của thương mại điện tử.

Thông tin riêng về cá nhân, về doanh nghiệp phải được giữ bí mật. Pháp luật Việt Nam cũng đã ghi nhận quyền này tại Điều 34 Bộ Luật dân sự. Khi thực hiện các giao dịch trên mạng, ta thường được yêu cầu phải khai báo các thông tin về cá nhân. Các thông tin này rất dễ bị một bên thứ ba lấy để sử dụng cho các mục đích riêng của họ, như gửi các quảng cáo, thực hiện việc khảo sát thị trường...

nhưng thường là không được phép của chủ thông tin. Do vậy, pháp luật cần quy định nghĩa vụ của các bên tham gia trong giao dịch thương mại điện tử đối với các thông tin của mỗi cá nhân.

Quan hệ giữa các cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử là sự gặp gỡ trên mạng. Các hợp đồng được giao kết qua các phương tiện thông tin điện tử cũng phải được công nhận về mặt giá trị pháp lý trong khi đó hợp đồng của Việt Nam đòi hỏi các bên liên quan phải có chữ ký và dấu mộc mới hợp pháp. Do vậy các nhà cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực (bên thứ ba) đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của một giao dịch thương mại điện tử vì họ chính là người chuyển đi hoặc lưu giữ các thông tin, đồng thời họ có thể cấp các chứng thực xác nhận độ tin cậy và chính xác của người gửi cũng như của dữ liệu. Vì vậy, trách nhiệm và quyền hạn của các nhà cung cấp dịch vụ cũng phải được quy định trong khung pháp lý của thương mại điện tử.

Rất nguy hiểm nếu chữ ký điện tử, các thông tin về thẻ tín dụng, tài khoản ngân hàng hay các loại thẻ chi trả điện tử khác bị tiết lộ. Hiện nay, với sự phát triển của các cửa hàng điện tử (E-Shop), các lỗ hổng của phần mềm thất thoát thông tin vào những tay tin tặc luôn rình rập, đánh cắp. Tin tức về các rủi ro này đã khiến nhiều khách hàng rất thận trọng khi tham dự các giao dịch điện tử, dù trong thực tế, tỷ lệ các vụ lừa đảo và gian lận điện tử chỉ là số ít và không nghiêm trọng lắm.

4. Những trở ngại về tâm lý

a. Đối với người tiêu dùng

Ở nước ta mặc dù người tiêu dùng đi mua những sản phẩm có giấy bảo hành hẳn hoi nhưng nhiều khi bị các cửa hàng "hành" ra phết nên tâm lý người tiêu dùng VN rất ngại các "Công ty lừa đảo" này. Trên báo thỉnh thoảng có những bài viết về hàng ngàn công ty bốc hơi.

Mua bán hàng hoá họ vẫn thích theo tập quán cũ, yêu cầu bên bán cho kiểm tra hàng hoá, xem thử, mặc thử, đi thử, nếm thử, khi tiến hành xong các bước thì trả tiền và mang hàng đi như thế chắc ăn hơn ... Khi mua những mặt hàng có giá trị phải có hợp đồng đóng mộc đỏ, giấy bảo hành, hoá đơn tài chính v.v... Điều này chứng tỏ lối mua bán cũ hoàn toàn khác biệt một cách căn bản so với khái niệm thương mại điện tử. Muốn tiến hành TMDT cần phải thay đổi những thói quen trên, mà muốn thay đổi thói quen trên các doanh nghiệp phải lập lại chữ Tín đồng thời pháp luật

phải mạnh tay hơn nữa đối với các DN làm ăn lừa đảo, bảo vệ người tiêu dùng.

Một yếu tố khác nữa trên các Website ngôn ngữ giao tiếp phần lớn là tiếng Anh đây cũng là hạn chế, cho sự tiếp cận Thương mại điện tử ở Việt Nam.

b. Đối với doanh nghiệp

Báo Tuổi trẻ ngày 25.1.2002 có bài viết "Chậm một phút, thiệt cả chục triệu" của Cẩm Hà. Một điều tra của Bộ thương mại được đề cập tại hội thảo dự án "Cầu nối thương mại điện tử" tổ chức tại Hà Nội khiến không ít người ngỡ ngàng: Trong số 56.000DN được khảo sát, có 6.000 DNNN thì có tới 90% DN không có chút khái niệm gì về TMDT, ... Cũng có nhiều DN đã và đang tiến hành lập "website" cho công ty nhưng đa phần chỉ làm theo phong trào chứ không nhận thức rõ các cơ hội kinh doanh trên mạng...

... Còn theo một điều tra khác của Quỹ phát triển chương trình Mekong đối với 100 DN vừa và nhỏ thì 48% DN sử dụng Internet chỉ để gửi và nhận thư điện tử và rất ít DN chủ động tạo Website cho mình...

... Và ngay cả website của Bộ thương mại, bộ chủ trì đề án TMDT và sẽ đứng ra tổ chức rất nhiều hội thảo, hội nghị để triển khai TMDT cho VN thì địa chỉ www.mot.gov.vn của bộ đã "chết cứng" từ lâu mà không thấy ai khắc phục để hoạt động trở lại...

... Thế nghĩa là những người đang hằng ngày hô hào DN làm TMDT, những người đang triển khai các đề án tin học hóa này, dự án điện tử nọ lại đang chưa hết mình với trọng trách được giao. Khi không làm được, người ta đưa ra đủ lý do như chuyện cước phí internet còn cao, khung pháp lý cho TMDT chưa có ... Nhưng ở Kenya, chỉ có 80.000 người sử dụng internet vậy mà trong năm qua vẫn triển khai TMDT ngon lành. Kinh nghiệm của Kenya là để DN tự thấy sức ép cạnh tranh, sức ép ở bên ngoài mà phải triển khai TMDT, còn khung pháp lý thì hổng ở đâu lấp đến đó, chính phủ cứ theo đề nghị của DN mà hoàn thiện khung pháp lý cho TMDT và DN.

Tình hình trên cho thấy TMDT của VN vẫn chưa sẵn sàng khởi động, chỉ mới thực hiện những bước đầu dò dẫm trên một thị trường mênh mông nhiều bất trắc. Do vậy, TMDT đối với VN là một thách thức rất lớn phải vượt qua để hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu ■

(Tổng hợp từ Internet)