Thương mại điện tử ở Việt Nam THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Thạc sĩ NGUYỄN THỊ ANH THƯ

Chúng ta đang chứng kiến một trong những thay đổi quan trọng nhất trong cuộc sống của loài người: Sự chuyển dịch tới một xã hội dựa trên nền kinh tế tri thức với đặc điểm quan trọng nhất là áp dụng mạnh mẽ thương mại điện tử (TMĐT). TMĐT có những thế mạnh vượt trội mà không một loại hình kinh doanh nào khác có được trong điều kiện hội nhập kinh tế toàn cầu.

Theo Hội tin học VN, mặc dù mức độ tăng trưởng thị trường công nghệ thông tin (CNTT) của cả nước trong năm 2004 tăng 33% so với năm 2003, tăng cao nhất từ năm 1997 đến nay và so với 5% mức tăng trưởng toàn cầu thì đây là con số khá ấn tượng, nhưng theo đánh giá của nhiều tổ chức quốc tế thì các chỉ số sẵn sàng cho CNTT của VN đang tụt dốc thảm hại. Theo tạp chí *The Economist* (Anh) công bố tháng 4.2004, VN đứng thứ 71/82 nước được xem xét về mức độ sẵn sàng tham gia TMĐT năm 2003 và xếp trong nhóm 13 nước tụt hậu về CNTT. Theo báo cáo mới nhất của UNPAN - mạng lưới trực tuyến về hành chính công và tài chính của Liên Hiệp Quốc, công bố tháng 2.2005, chỉ số này chỉ còn là 61/65, tức là VN chỉ đứng trên 4 nước về mức độ sẵn sàng tham gia TMĐT!

Mặc dù nước ta đã tham gia tiểu ban điều phối về TMĐT của ASEAN, tham gia soạn thảo và thoả thuận các nguyên tắc chung cho TMĐT của tổ chức này, cũng như đã triển khai hoạt động về phát triển và ứng dụng CNTT, công nghệ phần mềm từ năm 1998, đặc biệt sau chỉ thị 58 CTTW ngày 17.10.2000 của BCH Trung ương Đảng CSVN về đẩy mạnh ứng dụng CNTT vào phục vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước nên việc ứng dụng phát triển TMĐT tham gia vào thương mại quốc tế được xác định là chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm, song trên thực tế việc ứng dụng TMĐT vẫn còn quá chậm.

Trong khuôn khổ bài viết này chúng tôi sẽ điểm qua đôi nét về thực trạng ứng dụng TMĐT ở VN, nhận diện một số nguyên nhân và từ đó đề xuất giải pháp để đẩy mạnh ứng dụng TMĐT tại VN

Đôi nét về thực trạng thương mại điện tử ở VN

Hạ tầng viễn thông và Internet: Tổng số website của các doanh nghiệp (DN) tại VN đạt tới con số 17.500 vào cuối năm 2004 (ước tính của Báo cáo TMĐT VN, 2004). Đây là con số phản ánh hạ tầng viễn thông và Internet tại VN đã đạt được tiến bộ đáng kể trong năm 2004 so với 800 website năm 2002, 3.500 - năm 2003, và 11.000 vào đầu năm 2004. Tuy nhiên, theo kết quả khảo sát vừa được Vụ thương mại điện tử (thuộc Bộ thương mại) công bố tại Tuần lễ Triển lãm toàn cảnh CNTT VN tháng 7.2005 vừa qua, 92% website chỉ là "danh thiếp" của công ty.

Môi trường pháp lý: Cho tới nay vẫn chưa xuất hiện các văn bản pháp quy cũng như chiến lược dài hạn hay kế hoạch trung hạn về TMĐT, chưa có chính sách nào về TMĐT cụ thể hóa đường lối phát triển đã vạch ra cho giai đoạn 2000-2002. Trong khi DN chờ đợi như vậy thì Pháp lệnh TMĐT đáng lẽ có thể hoàn thành vào năm 2004 lại bị dừng lại, để nâng cấp lên Luật giao dịch điện tử, mà luật này thì tới cuối năm 2005 chưa chắc đã hoàn thiện. Không những thiếu hành lang pháp lý cho các hoạt động TMĐT, những biện pháp quản lý, cấp phép thiết lập website và hoạt động Internet hiện nay vẫn còn nhiều điểm bất cập khiến rất nhiều DN ngần ngại khi muốn ứng dụng các tiện ích Internet vào hoạt động thương mại.

Nghị định 55/2001/NĐ-CP ngày 23.8.2001 về "Quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet", "Quy chế quản lý và cấp phép cung cấp thông tin, thiết lập trang thông tin điện tử trên Internet", và "Quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet" ban hành kèm Quyết định số 92/2003/QĐ-BBCVT ngày 26.5.2003 của Bộ bưu chính - viễn thông (QCQL), ban hành theo Quyết định 27/2002/QĐ-BVHTT ngày 10.10.2002 - NĐ 55 đưa ra những đòi hỏi không cần thiết, phi thực tế - nhất là đối với các DN tư nhân, công ty TNHH - khi xin cấp phép thiết lập website, như phải có "Văn bản chấp thuận của cơ quan chủ quản" (khoản 1, điều 6), "Văn bản đề nghị của cơ quan chủ quản" (khoản 1, điều 7); hoặc những quy định thừa như "Có người đủ thẩm quyền chịu trách nhiệm về nội dung thông tin, có nghiệp vụ quản lý thông tin. Có đủ phương tiện kỹ thuật phục vụ cho việc cung cấp thông tin, có địa chỉ miền trên Internet hợp lệ". Việc chỉ cấp phép cho các địa chỉ tên miền có đuôi .vn cũng hạn chế tính phổ biến, đặc biệt đối với các DN có nhu cầu hướng giao dịch thương mại ra thị trường quốc tế.

Không chỉ bất cập trong việc cấp phép lập website và đăng ký tên miền.vn, các văn bản về Internet cũng tỏ ra "hà khắc" đối với người dùng Internet và chưa thật sự lấy tiêu chí phục vụ người dùng làm chính. Ngày 29.1.2004, Bộ công an đã ban hành Quyết định 71/2004/QĐ-BCA (A11) trong đó qui định đại lý Internet phải lập sổ đăng ký sử dụng dịch vụ, trong đó thống kê đầy đủ, chi tiết thông tin về khách hàng (tên, địa chỉ, số chứng minh nhân dân). Gần đây nhất, ngày 14.7.2005 Bộ BCVT, Bộ VHTT, Bộ kế hoạch - đầu tư và Bộ công an đã ký kết Thông tư liên tịch về quản lý đại lý Internet theo đó, khách vào truy cập Internet phải xuất trình giấy tờ; dưới 14 tuổi phải có người lớn giám sát;đại lý Internet chỉ được mở cửa từ 6g-24g. Rõ ràng, qui định như vậy sẽ dễ cho việc quản lý, nhưng sẽ khó hơn cho người sử dụng, đặc biệt là những người dưới 14 tuổi và bộ phận khách hàng có nhu cầu trao đổi thông tin qua Internet vào ban đêm do chênh lệch múi giờ.

Khuynh hướng giao dịch: Mặc dù người dân vẫn chưa có nhu cầu thực sự về TMĐT, phương thức giao dịch chủ yếu vẫn là DN với khách hàng (B2C) chứ chưa phát triển loại DN với DN (B2B). So với năm 2003 số siêu thị trực tuyến tăng lên đáng kể (cho tới nay có khoảng 20 siêu thị so với 5 siêu thị năm 2003). Tuy nhiên giá trị giao dịch thực tế còn rất thấp. Đây là một xu hướng lệnh lạc, chưa đúng đắn với xu hướng phát triển TMĐT trên thế giới. Lý do của việc này cũng rất rõ ràng, hầu hết các DN của VN chưa xây dựng được các mối quan hệ đối tác đủ tin cậy để đưa phương thức B2B vào áp dụng cho các giao dịch thương mại thường xuyên. Một căn nguyên nữa là do nhận thức thực tế của mỗi DN, của mỗi lãnh đạo DN, do hạ tầng cơ sở mạng không đủ mạnh, an toàn bảo mật không có, các khung pháp lý chưa thể tạo hành lang cho các DN thực hiện....Và vì vậy, sự "manh mún" trong hình thành TMĐT ở VN đã chủ yếu tập trung sang B2C, chủ yếu là những giao dịch tự phát, là sự tự nguyện và tự giác của người bán và người mua.

Nguồn nhân lực cho TMĐT: Năm 2004 số DN có cán bộ chuyên trách về CNTT có tăng. Tuy nhiên còn có sự lúng túng trong việc phân công cán bộ phụ trách về TMĐT.

Có thể thấy lực lượng hoạt động trong lĩnh vực TMĐT hiện nay ở cả trong khu vực DN lẫn trong khu vực quản lý nhà nước đều trưởng thành từ kinh nghiệm thực tiễn trong vài năm qua và chưa được đào tạo cơ bản.

Đầu tư cho TMĐT : Cơ cấu đầu tư cho TMĐT còn chưa hợp lý, nhiều DN đầu tư không ít tiền cho CNTT nhưng phần lớn cho trang thiết bị nên hiệu quả thấp, thậm chí dẫn đến một nhìn nhận sai lầm là CNTT tiêu tốn quá nhiều tiền của DN mà hiệu quả đem lại không cao. Theo Báo cáo thương mại điện tử VN năm 2004, đầu tư cho nguồn nhân lực chỉ chiếm 12% trong tổng số đầu tư cho CNTT-VT, trong khi tỷ lệ này ở các nước phát triển là 50%.

Có thể giải thích thực trạng TMĐT tại VN thông qua nghiên cứu thái độ của người tiêu dùng đối với TMĐT và các yếu tố cản trở các DN ứng dụng TMĐT.

Nghiên cứu thái độ của người tiêu dùng đối với TMĐT tại VN

131 (88%) bản câu trả lời được thu hồi trong số 150 bản được phát ra cho người tiêu dùng. 83% số người trả lời đang sống ở các thành phố cấp I, 81% đã và đang học cao đẳng đại học, sau đại học, 15% là giáo viên các trường đại học tại TP.HCM. 82% đang học tập, làm việc tại các đơn vị có vốn đầu tư nước ngoài; 62% đang sống trong các gia đình có thu nhập bình quân đầu người từ 2 triệu đồng trở lên, 43% từ 3,5 triệu đồng trở lên. Về mặt nhân khẩu học, họ là những người có khả năng tiếp cận với các ứng dụng TMĐT nhiều nhất.

Trong số những người trả lời, chỉ có 17 người (13%) đã từng mua sắm trên mạng tại VN, số chưa từng mua sắm trên mạng tại VN là 87%. Tỷ lệ này đi ngược với phỏng đoán của tác giả là những người có trình độ cao, thu nhập cao, làm việc ở các đơn vị có yếu tố nước ngoài thì chấp nhận phương pháp mua sắm tiên tiến này khá phổ biến. Các số liệu về số lần mua sắm trên mạng của những người này cũng không lạc quan lắm, 30% mua trên mạng 1 lần/năm, 35% mua 2-3 lần/năm.

Các yếu tố kỹ thuật và công nghệ dường như ít có ảnh hưởng đến việc người tiêu dùng không mua sắm trên mạng. 78% số người không mua sắm trên mạng nói rằng họ đã từng có lần vào Internet để xem một trang web bán hàng trên mạng (85% số người trả lời có máy tính nối mạng và 75% truy cập Internet hàng ngày). Chỉ có 20% cho rằng họ không mua sắm trên mạng vì tốc độ Internet quá chậm và 33% nói rằng giá cước Internet quá cao.

Ngược lại, các thiếu sót về pháp lý là nguyên nhân làm cho người tiêu dùng không muốn mua trên mạng. 54% cho biết họ không muốn mua trên mạng vì "Tôi không tin rằng các thông tin cá nhân của tôi được bảo vệ an toàn". 67% nói rằng: "Tôi không thấy luật nào bảo vệ người tiêu dùng trên mạng cả". Có 48% trả lời họ không dùng TMĐT vì "không thấy có luật lệ nào để đảm bảo mua sắm trên mạng là hợp pháp".

Tuy nhiên, thái độ của người mua đối với TMĐT dường như là yếu tố quyết định họ không mua sắm trên mạng. 32% số người trả lời nói rằng "Tôi không tin vào mua sắm trên mạng". 61% cho biết "Tôi thích đi xem hàng hoá trong cửa hàng chứ không thích xem trên màn hình máy tính". 60% nói lý do họ không thích mua trên mạng vì "Tôi không trả giá được". 70% không dùng TMĐT vì "Tôi không thử được những thứ mua trên mạng". Điều này cũng phản ánh khá rõ qua sự kiện có tới 40% số người trả lời "Không" cho câu hỏi "Nếu các nguyên nhân về kỹ thuật và luật pháp làm cho bạn không muốn mua trên mạng được giải quyết, bạn sẽ thử mua sắm trên mạng?"

Nghiên cứu các yếu tố cản trở các DN ứng dụng TMĐT tại VN

Có nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan khác nhau mà các DN đưa ra để giải thích lý do không sử dụng các ứng dụng TMĐT trong hoạt động của mình (xem Bảng 1).

Trong các nguyên nhân khách quan mà 109/287 DN được khảo sát trả lời, các lý do được dẫn ra nhiều nhất khiến cho các DN chưa muốn áp dụng bán hàng trên mạng là do chưa có luật điều chỉnh TMĐT, Chính phủ chưa có các chính sách khuyến khích áp dụng TMĐT, tốc độ Internet còn chậm, chi phí viễn thông quá đắt, thanh toán điện tử còn gặp nhiều khó khăn. Về các nguyên nhân chủ quan thì mặc dù các lý do có khác nhau cho từng loại hình ứng dụng khác nhau, có thể thấy nổi lên một lý do quan trọng nhất là vấn đề nhận thức về TMĐT của lãnh đạo DN còn quá thấp (đối với những DN còn chưa sử dụng máy tính). Đối với những DN đã có một số ứng dụng đơn giản như kết nối Internet, sử dụng email thì mặc dù biết có biết về lợi ích của TMĐT, nhưng các lợi ích này phù hợp như thế nào đến thực tiễn hoạt động của từng DN thì chưa được các DN hiểu sâu sắc (họ không nắm được làm thế nào TMĐT giúp DN có thêm khách hàng, hoặc giúp DN tiết kiệm chi phí như thế nào).

Qua phân tích trên có thể thấy rằng tại VN cho đến nay vẫn chưa có chiến lược dài hạn cho TMĐT, công tác tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức về TMĐT còn yếu, nguồn nhân lực cho TMĐT quá thiếu. Chính vì vậy, tác giả tán thành quan điểm của ông Nguyễn Văn Thảo, Phó tổng Thư ký VCCI và TS. Nguyễn Hoàng Lưu, Phó chủ tịch thường trực kiêm Tổng thư ký Hiệp hội các doanh nghiệp vừa và nhỏ Hà Nội phát biểu trong Hội thảo quốc gia ngày 7.7.2005 vừa qua về "Ứng dụng công nghệ thông tin trong các doanh nghiệp VN" "phải gấp rút tiến hành các hoạt động nâng cao nhận thức về

TMĐT" trong xã hội.

Bảng 1. Các nguyên nhân cản trở các DN chưa ứng dụng TMĐT

Các nguyên nhân làm cho các DN không sử dụng máy tính (10/99)	9,2%
DN nhỏ quá, không cần máy tính.	55,2%
Không có nhân viên biết dùng máy tính.	39,6%
Không cần máy tính vì từ trước tới giờ vẫn không cần máy tính để làm gì cả.	22,6%
Các nguyên nhân làm cho DN không nối mạng Internet (14/91)	15%
Không thấy lợi ích thiết thực khi kết nối Internet.	100%
Không biết dùng internet cho hoạt động gì của DN.	88%
Thiếu các dịch vụ Internet bằng tiếng Việt.	88%
Các nguyên nhân làm cho DN không thiết lập Website (22/84)	26,2%
Website là nơi ghi tên, địa chỉ, số điện thoại của DN.	56%
Website chỉ có lợi ích rất hạn chế trong hoạt động kinh doanh.	60%
Đối thủ cạnh tranh có thể xem Website và tìm được nhiều thông tin DN.	40%
Website làm cho khách hàng hỏi nhiều mà không mua bán gì, làm mất thời giờ và tiền bạc của DN.	48%
Nhân viên thiếu kỹ năng CNTT, tìm người biết làm Web rất hiếm.	72%
Sợ tư vấn thuê ngoài họ vẽ ra các chi phí.	52%
Thời gian bỏ ra để làm Web thì để làm các công việc về quản lý thì tốt hơn.	32%
Các nguyên nhân khiến cho các DN chưa áp dụng TMĐT (54/62)	87%
Chưa có luật điều chỉnh TMĐT.	93%
Chính phủ chưa có các chính sách khuyến khích áp dụng TMĐT.	91%
Tốc độ Internet còn chậm.	95%
Chi phí viễn thông quá đắt.	94%
Thanh toán điện tử còn gặp nhiều khó khăn.	83%
Khách hàng không muốn mua trên mạng.	75%
An toàn thông tin cá nhân.	84%
Không có nhân viên kỹ thuật của riêng mình.	70%
Chi phí duy trì Website để bán hàng trên mạng cao.	84%

Nguồn: Nghiên cứu của tác giả

Các giải pháp cụ thể

Trong khuôn khổ bài báo này, tác giả nhấn mạnh vào các giải pháp nâng cao nhận thức về TMĐT trong các DN và người tiêu dùng, đồng thời tạo nguồn nhân lực cho các DN.

Cổng trực tuyến GO-ONLINE: Nâng cao nhận thức về TMĐT cho các DNVVN tại VN

Cổng trực tuyến Go-Online là một đề xuất hoạt động của tác giả nhằm mục tiêu khuyến khích các DNVVN nhận thức được lợi ích và triển vọng của TMĐT trong nền kinh tế tri thức và ứng dụng ICT vào hoạt động kinh doanh.

Go-Online bao gồm các yếu tố huấn luyện, nâng cao nhận thức, tham gia, và hỗ trợ

Huấn luyện: Phổ biến cho các DNVVN VN ứng dụng của các công nghệ tri thức trong DN của họ và sự thống nhất của các hoạt động và thói quen TMĐT thông qua các khoá học tmđt trực tuyến, thảo luận trực tuyến, hỏi đáp trực tuyến về các chủ đề TMĐT cụ thể.

Nâng cao nhận thức: Cung cấp một kênh thông tin trực tuyến với việc cập nhật thường xuyên các công nghệ Internet và thông tin TMĐT từ VN và trên khắp thế giới thông qua các hình thức: Cập nhật thông tin thường xuyên, các hướng dẫn cho câu hỏi "Làm thế nào" trong TMĐT, các bài báo về TMĐT và các trường hợp điển hình, danh mục các đường dẫn hữu ích tới các nguồn tài liệu TMĐT ở VN và trên thế giới.

Tham gia: Thiết lập một cộng đồng trực tuyến của các DNVVN VN và các nhà huấn luyện được hỗ trợ bởi các công cụ cộng tác và liên lạc như đăng ký vào cộng đồng trực tuyến của Go-Online, truy cập vào các dịch vụ độc quyền đối với các thành viên đăng ký (chat, thảo luận, diễn đàn), cập nhật email tự động, bản tin hàng tháng cho các thành viên đăng ký, thông tin Go-Online, các công nghệ mới, tin tức về xã hội thông tin...

Hỗ trợ: Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ thêm đối với các thành viên của cộng đồng cổng Go-Online như hư viện kỹ thuật số, các khảo sát, nghiên cứu, xuất bản và các tài liệu có ích khác, danh bạ trực tuyến của các nhà cung cấp công nghệ tại từng vùng, các câu hỏi thường được đặt ra (FAQ) được trả lời bởi các chuyên gia TMĐT.

Tất cả các DNVVN VN đều thích hợp để tham gia vào chương trình Go-Online.

Sinh viên khởi nghiệp bằng TMĐT

Đây là một chương trình hỗ trợ sinh viên thực hành TMĐT ngay trên ghế giảng đường.

Nội dung chương trình

Nhà tài trợ đầu tư xây dựng một trung tâm mua bán tập trung trực tuyến dành riêng cho sinh viên để tự trưng bày, kinh doanh sản phẩm; thiết kế giải pháp, mô hình kinh doanh điện tử phù hợp, đáp ứng nhu cầu kinh doanh theo phương án của từng sinh viên; đảm bảo kỹ thuật đường truyền và bảo mật để trung tâm mua bán được hoạt động tốt nhất; tổ chức các lớp huấn luyện, bồi dưỡng kỹ năng kinh doanh TMĐT, trang bị kiến thức và truyền đạt kinh nghiệm, cách thức trình bày hàng hoá, quản lý gian hàng trên mạng Internet cho sinh viên thông qua các chương trình đào tạo phối hợp với nhà trường với mức phí ưu đãi; hỗ trợ sinh viên thu hộ tiền hàng với mức phí thu hộ 5% giá trị mỗi đơn hàng; hỗ trợ sinh viên khai thuế, nộp thuế, xử lý khiếu nại, hỗ trợ xúc tiến các hoạt động kinh doanh của trung tâm theo chương trình quảng bá, xúc tiến thương mại chung của toàn hệ thống.

Sinh viên chủ động tự tìm kiếm nguồn hàng, quản trị gian hàng (thiết kế trưng bày hàng hoá, biên tập thông tin v.v..), tổ chức kinh doanh, thực hiện các chương trình quảng cáo tiếp thị cho gian hàng của mình; Trả chi phí xây dựng và duy trì trang bán hàng trên website của mình với mức phí 1.000.000 đồng/năm-gian hàng.

Các trường đại học và cao đẳng phổ biến thông tin chương trình rộng rãi đến các bạn sinh viên; tiếp nhận và thẩm định dự án của các bạn sinh viên tham gia; phối hợp cùng với nhà tài trợ tổ chức khoá học nhằm trang bị cho sinh viên có kiến thức cơ bản về kinh doanh TMĐT để có thể quản lý tốt công việc kinh doanh của mình.

Ngân hàng xem xét và thẩm định các phương án kinh doanh cần hỗ trợ vốn đã được nhà trường thông qua; Hỗ trợ tín dụng cho sinh viên với mức lãi suất ưu đãi

Đối tượng được tham gia

Sinh viên các trường cao đẳng, đại học trong cả nước có phương án khả thi kinh doanh áp dụng TMĐT từng phần hoặc toàn bộ dự án và đã tham gia khóa bồi dưỡng huấn luyện về TMĐT do trường và nhà tài trợ cùng phối hợp đào tạo đều được tham gia.

Lợi ích của chương trình

Về phía sinh viên: Thiết lập một môi trường kinh doanh lành mạnh và hiện đại cho sinh viên khởi nghiệp, tạo điều kiện giúp các bạn sinh viên có cơ hội thực tập và ứng dụng ngay các kiến thức về kinh doanh, TMĐT đã được thầy cô truyền đạt trên lý thuyết.

Về phía DN: Các đề án của sinh viên sẽ là ý tưởng tốt cho DN trong việc tìm kiếm nhân sự khi DN hiện chưa có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh này.

Về phía trường học: Tạo điều kiện cho sinh viên thực tập các kiến thức mà thầy cô đã truyền đạt trên lý thuyết. Tạo ra đầu ra tốt, giúp sinh viên khi ra trường có việc làm.

Về phía xã hội: Thông qua chương trình, sinh viên sẽ tận dụng kinh doanh các nguồn hàng do mình và gia đình tự sản xuất như: thiệp, quà tặng,..., các sản phẩm của các DN vừa và nhỏ. Nhờ thế, nguồn hàng hoá được cung cấp trên thị trường sẽ được đa dạng và phong phú hơn, tăng thêm việc làm cho lượng lao động trong các hộ gia đình, tăng thêm thu nhập của người dân.

Kết luận

Các hoạt động nâng cao nhận thức TMĐT được coi là một trong các giải pháp chủ đạo nhằm giải quyết các yếu tố gây cản trở ứng dụng TMĐT tại VN vì chúng có ảnh hưởng lớn đến quá trình tạo ra niềm tin, ảnh hưởng tới việc xác định hành vi của các thành viên trong xã hội và từ đó có ảnh hưởng sâu rộng tới ứng dụng TMĐT trong các DN cũng như cải thiện thái độ của người tiêu dùng ■

Tài liệu tham khảo

1. Bộ bưu chính - viễn thông (2004). Ứng dụng công nghệ thông tin trong các doanh nghiệp: Tình hình hiện nay và phương hướng phát triển. Hà nội – Đà Nẵng 8.2004
2. Bộ thương mại (2005). Báo cáo thương mại điện tử VN 2004
3. Scupola, A. (2002). "Adoption Issues of Business-to-Business Internet Commerce in European SMEs", in Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA.
4. Shannon, D., & Baker & McKenzie (2004). Legal and Regulatory Issues. APEC Task Force on Electronic Commerce.http://www.dfat.gov.au/apec/ecom/l
5. UNPAN (May, 2005). Broadband and the Bush. Canberra, Australia
6. Viện nghiên cứu khoa học pháp lý - Bộ tư pháp (2000). Bàn về cơ sở pháp lý của TMĐT ở VN.

(Tiếp theo trang 9)

Các nhân tố chính quyết định sự ...

Phụ lục 3:

BẢNG THANG ĐIỂM

TÊN:

ĐIỂM/ 25

KỸ NĂNG	THANG ĐIỂM
COMMENTS	
Trôi chảy/ Lưu loát	5 4 3 2 1
Giao tiếp	5 4 3 2 1
Phát âm	5 4 3 2 1
Văn phạm	5 4 3 2 1
Từ vựng	5 4 3 2 1

Sự trôi chảy/ lưu loát

5 Nói trôi chảy không cần sự nỗ lực.

4 Nói đôi khi còn ngập ngừng do đôi khi lập lại ngữ và tìm từ diễn đạt.

3 Thường xuyên ngập ngừng và lựng khựng, câu đôi khi chưa hoàn chỉnh.

2 Nói quá chậm thậm chí cả những câu ngắn.

1 Hầu như không thể giao tiếp thành công (virtually impossible).

Tương tác

5 Giao tiếp tự nhiên, thoải mái.

4 Có thể tham gia và phát triển đàm thoại thành công.

3 Cố gắng để tham gia và phát triển cuộc đàm thoại, nhưng có thể bị khống chế/ dominate hoặc bởi nguyên nhân giao tiếp không được tự nhiên.

2 Tham gia vào cuộc đàm thoại nhưng ít khi xây dựng cuộc hội thoại.

1 Không nhìn vào người nghe, không có cố gắng nào để tham gia vào cuộc hội thoại.

Phát âm

5 Hầu như không có lỗi sai về phát âm.

4 Giọng nói và một số ít những lỗi sai về phát âm nhưng không ảnh hưởng đến việc hiểu nội dung của người nghe.

3 Giọng nói làm cho người nghe phải tập trung nghe, đôi khi những phát âm sai làm cho người nghe hiểu lầm ý của người nói.

2 Giọng nói quá nặng làm cho người nghe khó hiểu và phải yêu cầu người nói lặp lại thường xuyên.

1 Phát âm khó nghe.

Văn phạm

5 Mắc một vài lỗi sai không quan trọng.

4 Đôi khi mắc lỗi sai nhưng không làm cho người khác hiểu lầm.

3 Mắc nhiều lỗi sai làm người nghe bực mình và hiểu sai vấn đề.

2 Thường xuyên mắc lỗi sai gây cản trở cho sự giao tiếp và chứng tỏ là bản thân không nắm được các điểm văn phạm.

1 Nắm được chỉ một chút những điểm văn phạm cơ bản.

Từ vựng

5 Có đủ vốn từ vựng để giải quyết những vấn đề đa dạng của đề tài, sử dụng vốn từ chuyên ngành chính xác.

4 Có vốn từ vựng chung và chuyên ngành nhưng sử dụng chưa hợp ngữ cảnh.

3 Có vốn từ hạn chế, thường xuyên dùng từ sai ngữ cảnh. Vì vậy, làm cho cuộc thảo luận về những vấn đề chuyên môn và xã hội bị hạn chế.

2 Vốn từ vựng rất hạn chế, chỉ đủ để có những câu giao tiếp đơn giản.

1 Vốn từ vựng quá ít đến nỗi không thể thực hiện được một cuộc đàm thoại đơn giản nhất.