

Thương mại điện tử xuất hiện mấy năm gần đây nhờ các tiến bộ cực nhanh của công nghiệp điện tử và thông tin. Thập niên 90 của thế kỷ 20, các máy vi tính trở nên nhỏ nhắn, giá rẻ, được trang bị khắp các doanh nghiệp, ngân hàng và ngay cả ở các nước công nghiệp hầu hết các tư nhân đều có máy vi tính riêng tại nhà. Qua Internet, các máy vi tính ngân hàng, các doanh nghiệp và tư nhân được nối mạng với nhau, do đó toàn thể các ngân hàng, các doanh nghiệp và tư nhân biến thành một thế giới mới thông tin, liên lạc chặt chẽ và rất nhanh, với phí tổn rẻ và nhanh hơn nhiều so với việc liên lạc bằng thư tín qua bưu điện hay các phương tiện khác. Qua Internet, ngồi trước máy vi tính, mọi người và đặc biệt là các doanh nghiệp có thể:

- Xin mở cho doanh nghiệp 1 địa chỉ nơi Internet : tên doanh nghiệp, ngành hoạt động;

- Yêu cầu ngân hàng mở tài khoản cho doanh nghiệp và gửi tiền vào tài khoản ngân hàng cũng như ra lệnh cho ngân hàng làm tất cả các vụ việc liên quan đến ngân hàng như mở L/C nhập khẩu, đặt mua hàng nơi các doanh nghiệp trong nước và yêu cầu ngân hàng thanh toán khi các nghiệp vụ trên đây được hoàn thành;

- Yêu cầu các doanh nghiệp chuyên về giới thiệu quảng cáo thông tin trên các tờ báo điện tử những mặt hàng mà doanh nghiệp cung cấp : giá cả, chất lượng và phương thức giao hàng, thanh toán.

Trong khi địa chỉ được công khai hóa để mọi người đều có thể liên lạc với doanh nghiệp, thì mật mã truy cập trên Internet phải tuyệt đối được giữ bí mật - đặc biệt là mật mã liên lạc với ngân hàng và ra lệnh cho ngân hàng thanh toán các nơi cung cấp cho doanh nghiệp. Internet kiểm soát kỹ mật khẩu của từng khách hàng trước khi cho khách vào mạng và sử dụng mạng. Ngân hàng cũng kiểm soát kỹ mật khẩu của khách hàng trước khi thực hiện các lệnh của khách hàng. Do đó, việc để lộ mật khẩu có khả năng làm thiệt hại lớn cho doanh nghiệp, như những người xấu sử dụng các tiện ích của Internet và doanh nghiệp phải thanh toán phí Internet. Vì vậy, các mật khẩu nên khá dài và tuyệt đối giữ kín.

Mở rộng cơ hội mua và bán của doanh nghiệp

Thương mại xuất hiện từ phân công lao động. Các gia đình có những hàng hóa

khác nhau cần trao đổi với nhau, như vậy giá trị sử dụng của hàng hóa sẽ tăng thêm. Mỗi địa phương thường có ưu thế riêng để sản xuất những mặt hàng thuận lợi nhất, vì vậy, các hộ làm nghề buôn bán thường tọa lạc tại các vị trí giao thông thuận lợi cho việc chuyên chở bằng đường bộ, đường thủy và tiện cho việc bán hàng cho các khách hàng. Người làm nghề buôn phải có cửa hàng, kho hàng, và

Sự hiện diện thị trường TP. Hồ Chí Minh về trái cây đã giúp cho các vườn cây ăn trái đồng bằng sông Cửu Long và đồng nam bộ phát triển mạnh. Mấy năm gần đây, do sản xuất vượt nhu cầu, đã xuất hiện tình hình trái cây ồ ạt và xuống giá. Thương mại điện tử có khả năng giải quyết tình hình thị trường thừa trên đây.

Giả thuyết rằng Việt Nam có hệ

Thương mại điện tử và các khả năng ứng dụng cho Việt Nam

TS. LÊ KHOA



điều quan trọng là biết được nơi cung cấp các mặt hàng bán chạy chất lượng tốt và giá rẻ để mua và bán lại cho người tiêu dùng. Thí dụ: TP Hồ Chí Minh là nơi tiêu thụ trái cây với số lượng lớn mỗi ngày - ở chợ Cầu Ông Lãnh TP Hồ Chí Minh có những chủ vườn trái cây - nơi sản xuất là các tỉnh đồng nam bộ và đồng bằng sông Cửu Long. Hằng ngày thương lái đến các vườn cây ăn trái mua trái cây và dùng xe tải tàu ghe chở đến chợ Cầu Ông Lãnh bán với giá sỉ cho chủ vườn, chủ vườn bán lại cho những bán hàng bán lẻ và người tiêu dùng. Ở miền Bắc, có cây vải, thời gian thu hoạch chỉ kéo dài trong 1 tháng mà thôi.

thông tin điện tử báo giá và số lượng các loại trái cây có thể xuất khẩu trên Internet, tại Mỹ, Anh, Tây Âu, Nhật, các siêu thị ở các nước này sẽ fax qua các nhà cung cấp Việt Nam đặt mua và chở về nơi xử lý bằng các phương tiện vận tải nhanh như máy bay, tàu cao tốc hay xe lửa, xe hơi tốc hành chạy suốt đêm ngày.

Các phương tiện thông tin điện tử đã cho phép:

- Báo giá cho khắp các nhà tiêu thụ trên toàn thế giới biết rõ giá các loại hàng trái cây ở Việt Nam ;

- Báo số lượng trái cây có thể xuống tàu;

- Các mặt hàng được tiêu chuẩn

hóa, nên người đặt mua được đảm bảo chất lượng hàng giao tốt.

Thương mại điện tử gắn liền tốc độ thông tin và chuyển chở hàng rất nhanh, chỉ sau chừng vài ngày hay 1 tuần sau khi hái, trái cây Việt Nam đã được bày bán ở các nơi xa hàng ngàn cây số, trên khắp các nước công nghiệp trên thế giới. Do đó, trái cây Việt Nam vẫn tươi khi được bày bán tại các siêu thị nước bạn.

Thương mại điện tử gắn liền với việc toàn cầu hóa kinh tế, thị trường trái cây Việt Nam không thu hẹp như hiện nay ở TP Hồ Chí Minh, miền bắc Việt Nam hay một số tỉnh Trung Quốc, mà trên toàn thế giới nên số lượng xuất khẩu tăng vọt lên rất nhiều. Thương mại điện tử gắn liền chất lượng hàng tốt và giá rẻ: chỉ có đạt được 2 điều kiện trên thì hàng Việt Nam mới có khả năng được các siêu thị nước ngoài đặt mua nhiều và dài lâu. Điều kiện về giá thì Việt Nam có đủ, vì các loại trái cây Việt Nam chỉ khoảng vài ngàn đến năm bảy ngàn đồng kí lô trong khi ở nước ngoài từ 1-2-3 đến nhiều USD mỗi kí. Dù Việt Nam chào hàng với giá 1-2 USD/kg, thì giá trên đây cũng cao hơn giá hiện nay tính bằng VNĐ gấp 3-4-10 lần.

Về điều kiện chất lượng, các nhà làm vườn Việt Nam nhanh chóng nhận rõ các nhà xuất khẩu chỉ thu mua các loại trái cây đúng tiêu chuẩn, nên họ cũng sẽ chỉ trồng những loại cây đạt chất lượng xuất khẩu mà thôi.

Thương mại điện tử gắn liền với tăng số lượng hàng xuất khẩu lên gấp bội lần so với trước khi tổ chức thương mại điện tử. Như ngày nay, lượng xuất khẩu trái cây trị giá tối đa khoảng vài trăm triệu đồng, nếu tổ chức thương mại điện tử, trị giá xuất khẩu có khả năng lên đến hàng tỷ USD do việc mở rộng thị trường khắp các nước trên thế giới.

Thương mại điện tử gắn liền với tốc độ phát triển cực nhanh và thay đổi trông thấy hàng năm do tác dụng giá xuất khẩu cao gấp 2-3-5-10 giá nội. Giá xuất khẩu trái cây 1-2 USD/kg so với giá nội vài ngàn - năm bảy ngàn, thật dễ ở Việt Nam vài chục ngàn một kí so với giá xuất khẩu sang Brunei 15 USD/kg. Với giá xuất khẩu như trên, chỉ cần các nhà nông Việt Nam được trả một nửa, còn một nửa thuộc về các phí chuyển chở và xuất khẩu và tổ chức thương mại điện tử, thì mức lợi của nông dân Việt Nam rất đáng kể và trong một thời gian ngắn chừng vài năm sẽ có sự thay đổi rõ về GDP và mức sống của nông

dân Việt Nam.

Sở dĩ thương mại điện tử làm được những việc trên vì thị trường của thương mại điện tử là khắp thế giới, số người mua lên đến hàng nhiều tỷ người do đó thị trường có quy mô rất lớn và tốc độ phát triển cực nhanh.

Vì sao thương mại điện tử chưa được mở rộng ở VN ?

Lý do vì sao thương mại điện tử chỉ mới phát triển tại các nước phát triển còn ở các nước đang phát triển như Việt Nam thì thương mại điện tử chỉ mới thai nghén là vì chi phí còn quá cao của việc sử dụng các tiện ích của Internet so với thu nhập của người dân Việt Nam. Một gia đình trung lưu ở TP Hồ Chí Minh cho biết, phí Internet mỗi tháng hơn 100.000 đồng - chỉ dùng để email và không sử dụng thường xuyên - so với thu nhập khoảng 2 triệu đồng/tháng. Một thương gia cho biết, nếu chỉ 1.000 USD mỗi năm, thì có thể xin mở website trên Internet, nơi đó ông có thể thông báo những mặt hàng của ông muốn bán cho mọi người. Nhưng vì ở Việt Nam chỉ mới có khoảng 150.000 đăng ký sử dụng Internet phần nhiều dùng để email chứ không phải để xem giá hàng và mua hàng nên xét ra chưa có lợi. Tình hình khác hẳn so với các nước phát triển nơi đây thu nhập trung bình đầu người 15.000 - 30.000 USD/năm, phí Internet không đáng kể dù có lên 50 - 100 USD/tháng nên gia đình các nước phát triển sử dụng Internet nhiều giờ mỗi ngày và họ thường xuyên xem các trang thông tin về giá để mua hàng ở các nơi bán rẻ nhất.

Để khắc phục các khó khăn trên, cần tổ chức các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thành các tổng công ty lớn, các tổng công ty này có văn phòng đại diện tại Mỹ. Một tổng công ty cho biết, mở văn phòng là hàng chục ngàn USD mỗi tháng tại New York, nhưng xét ra thì có lãi vì nhờ có văn phòng mà lượng hàng xuất khẩu tăng lên rất nhiều. Một số tổng công ty sẽ mở website cho toàn Việt Nam tại Mỹ, tại Nhật, tại Tây Âu và ở các nơi đó sẽ thông báo các mặt hàng Việt Nam.

Sự tập trung việc sử dụng thương mại điện tử về một đầu mối như trên ngoài việc báo giá thường xuyên các mặt hàng Việt Nam cùng số lượng có khả năng xuống tàu còn tránh được việc "hàng Việt Nam cạnh tranh hàng Việt Nam". Năm 2001, một số doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đề nghị giá 500 USD/tấn cà phê Robusta, thì có doanh nghiệp khác

đề nghị giá 480 - 450 hay thấp hơn và cứ thế kéo giá cà phê Việt Nam xuống có khi là còn 375 USD/tấn. Khi nhận được đơn đặt hàng, tổng công ty đại diện cho các nhà xuất khẩu Việt Nam sẽ điện về Việt Nam và các nhà xuất khẩu trong nước sẽ được phân phối quota xuất khẩu.

Sự tập trung thương mại điện tử trong 1 Website duy nhất sẽ giảm chi phí báo giá trên Internet xuống phí tối thiểu và đạt hiệu quả thông tin tối đa. Người tiêu dùng nước ngoài, thay vì phải xin báo giá trong rất nhiều website, chỉ cần vào website Tổng công ty X... xuất khẩu Việt Nam sẽ được thông báo đầy đủ không những giá gạo, cao su thủy sản Việt Nam mà cả các phí du lịch đến Việt Nam, các tour và các phí, giá nhà hàng, khách sạn Việt Nam thường rất rẻ so với giá các nước khác. Như vậy website của Tổng công ty X sẽ tập trung đầy đủ thông tin về giá, hàng, dịch vụ, chứng khoán, lãi suất, phí y tế, giáo dục văn hóa ở Việt Nam, cả về sắc đẹp của người phụ nữ Việt Nam, thị trường lao động đầu tư ở Việt Nam và giúp cho các ngành kinh tế Việt Nam phát triển nhanh trong các năm tới.

Ở Canada, một Việt kiều Micheal Nguyễn - đã mở website www.eivietnam.com, trong website này có thông báo nhiều tin về kinh tế, thương mại, xuất nhập khẩu Việt Nam, gắn liền với các tin về khách sạn Việt Nam, các phí ăn ở, du lịch, Trên website này có các trang của báo Nhân Dân, Việt Nam News, và được nối với mạng Cinet, Saigonet, VNPT nên được nhiều người chú ý đến. Ngoài ra Cty Vietnamdot.com và 2 Cty Mỹ cũng mở 3 website tên www.vietnam.com, www.vietnam.net, www.vietnam.org. Các doanh nhân Việt Nam muốn có mặt thường xuyên trên các website này có thể xin được vào mạng, và phí vào mạng có mặt thường xuyên rẻ nhất là nơi www.eivietnam.com là 2.000-10.000 USD, trả trọn gói khi đăng ký lần đầu tiên, cộng với phí thường xuyên mỗi tháng 100 USD, hiệu quả cao so với phí nếu các doanh nhân Việt Nam tổ chức liên kết hợp tác tổ chức chung với nhau 1 website duy nhất cho toàn Việt Nam và phí cùng chia với nhau.

Hiện nay, tuy khả năng làm thương mại điện tử trong nước còn hạn chế nhiều, nhưng thương mại điện tử mở ra nhiều triển vọng tốt đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam ■