

Xu hướng phát triển và định hướng đào tạo thương mại điện tử tại Việt Nam

TS. DƯƠNG TẤN DIỆP

Thương mại điện tử (TMĐT) là một hình thức thương mại nhờ vào các phương tiện điện tử, chẳng hạn như thư điện tử, Fax, mạng cục bộ, v.v... Tuy nhiên, ngày nay khi nói đến TMĐT người ta thường hiểu đó là quá trình kinh doanh thông qua Internet.

Bài viết này sẽ bắt đầu từ việc phân tích lợi ích của TMĐT, từ đó hiểu được vì sao TMĐT đã và đang phát triển với tốc độ cao. Xu hướng phát triển này đã đặt ra yêu cầu bức xúc về việc phát triển TMĐT ở Việt Nam ra sao? Muốn phát triển được cần phải có điều kiện gì? Thực trạng Việt Nam có đáp ứng được những điều kiện đó chưa? Và để phục vụ cho yêu cầu phát triển TMĐT trong tương lai thì chúng ta nên định hướng đào tạo nguồn nhân lực TMĐT như thế nào? Đó là những khía cạnh mà chúng tôi mong muốn được trao đổi cùng bạn đọc.

I. Lợi ích của TMĐT và xu hướng phát triển TMĐT trên thế giới

TMĐT bắt đầu xuất hiện vào năm 1994 ở Mỹ. Sau đó vài năm, nó đã phát triển hết sức nhanh chóng và có xu hướng lan rộng trên toàn thế giới. Các số liệu trên hình 1a và bảng 1b cho thấy:

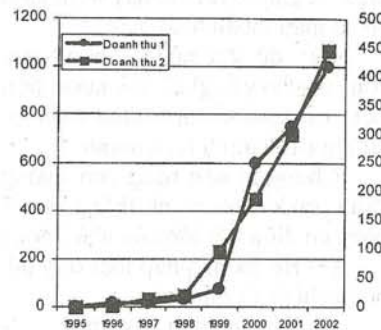
- Mặc dù số liệu có khác nhau giữa các nguồn, nhưng nhìn chung tốc độ tăng trưởng của TMĐT cao chưa từng có so với tất cả các lĩnh vực kinh doanh khác. Trong giai đoạn 1996-2002, trung bình mỗi năm doanh số TMĐT tăng thêm từ 99,2% (theo nguồn 1) đến hơn 142,4% (theo nguồn 2)

- Trong cơ cấu doanh thu TMĐT toàn thế giới, Mỹ chiếm đến 74% vào năm 1998. Nhưng sau đó tỷ phần của Mỹ giảm dần, tỷ phần của các nước khác tăng dần. Điều này chứng tỏ nhiều quốc gia trên thế giới đều quan tâm đến lĩnh vực mới này

Thực tế hiện nay tỷ trọng doanh số TMĐT vẫn còn khiêm tốn, chiếm chưa tới 5% tổng giá trị thương mại toàn thế giới, nhưng với tốc độ phát triển như

trên, TMĐT sẽ là hình thức thương mại phổ biến trong một tương lai không xa, và ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế.

Hình 1a: Doanh số TMĐT (tỷ USD)



Bảng 1b: Cơ cấu TMĐT

QUỐC GIA	1998	2003(*)
Mỹ	74%	53%
Tây Âu	11%	33%
Canada	7%	4%
Nhật	4%	3%
Châu Á	1%	2%
Các nơi khác	3%	4%

(*) : Dự đoán

Nguồn 1: Nhận thức và sự chuẩn bị của các DN VN theo mục tiêu hiện đại hóa và vận dụng TMĐT - Lê Hồng Hà, giám đốc công ty tin học Hà Thăng, Tổng thư ký hội Tin học - viễn thông Hà Nội.

Nguồn 2: Thời báo kinh tế Việt Nam

Vì sao TMĐT có tốc độ phát triển cao và lan rộng một cách nhanh chóng như vậy? Lý do là lợi ích do TMĐT mang lại rất lớn, cụ thể là:

- TMĐT làm tăng khả năng tham gia thị trường của Chính phủ, tăng khả năng tiếp cận thông tin từ thị trường. Nhờ đó, Chính phủ có thể nắm bắt thực tế nhanh hơn, đưa ra các quyết định quản lý kịp thời và chính xác hơn. Ngoài ra, cũng nhờ việc phát triển công nghệ thông tin phục vụ cho TMĐT mà Chính phủ có thể tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động cho bộ máy hành

chính nếu như biết cách khai thác năng lực công nghệ thông tin để cải cách bộ máy.

- Sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT giúp người tiêu dùng có thể kiếm thời gian mua sắm, đồng thời họ có cơ hội thâm nhập thị trường nhiều hơn. Khi được thâm nhập thị trường nhiều hơn, tình trạng "thông tin bất tương xứng" (1) sẽ được khắc phục phần nào

- TMĐT làm tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, kể cả trong khu vực sản xuất vật chất lẫn khu vực dịch vụ. Thật vậy, TMĐT giúp cập nhật thông tin nhanh chóng và đa dạng; giảm chi phí sản xuất, trước hết là chi phí vận phòng và chi phí bán hàng; tạo được nhiều cơ hội để tìm đối tác trong mua bán, xóa bỏ ranh giới về địa lý, về qui mô của doanh nghiệp; cắt bớt các khâu trung gian trong việc mua bán; rút ngắn vòng đời của sản phẩm; duy trì mối quan hệ thường xuyên và nhanh chóng với khách hàng, tạo nhiều dịch vụ tốt hơn cho khách hàng

Việc tiết kiệm thời gian và chi phí có thể được minh họa bằng một vài số liệu thực tế sau đây:

- Theo OECD, nếu việc mua bán được thực hiện qua Internet thì sẽ tiết kiệm được 10-50% chi phí mua sắm và 50-96% thời gian.

- Nhờ quảng cáo và bán dịch vụ du lịch qua Internet mà ngành du lịch châu Phi đã giảm được chiết khấu cho các đại lý đến 7% doanh thu.

- Thời gian giao dịch qua Internet chỉ bằng 7% giao dịch qua Fax và 0,05% giao dịch qua bưu điện.

- Chi phí bán phần mềm máy tính qua mạng thấp hơn 25-30 lần so với mua bán qua điện thoại.

- Nhờ TMĐT mà một cuộc giao dịch của ngân hàng đã giảm từ 3,5 đô-la xuống còn 0,12 đô-la ở Úc; từ 1,75 đô-la xuống còn 0,5 xu ở Mỹ.

- Theo Goldman Sachs, các hãng đã tiết kiệm được từ 2% trong ngành than đến 40% trong ngành linh kiện

điện tử nhờ mua bán qua mạng.

II. Yêu cầu và điều kiện phát triển TMĐT ở Việt Nam

Chính xu hướng phát triển nhanh chóng của TMĐT trên thế giới cùng với những lợi ích thiết thực do TMĐT mang lại đã đặt ra yêu cầu bức xúc về sự cần thiết phải phát triển TMĐT ở Việt Nam. Nếu không theo kịp các nước, chúng ta sẽ gặp rất nhiều bất lợi, chẳng hạn như:

- Đối với doanh nghiệp, nếu chậm trễ trong việc phát triển TMĐT thì sẽ có nguy cơ bị lấn át thị phần. Lý do là vì TMĐT giúp tiết kiệm chi phí nên nhiều công ty đã đẩy mạnh việc tiếp thị và mua bán qua mạng, nếu doanh nghiệp Việt Nam không giao dịch trên mạng thì một mặt chúng ta không thể thâm nhập thị trường, mặt khác, làm giảm sức cạnh tranh do chi phí cao. Chính vì vậy mà có ý kiến cho rằng "sự phát triển của thị trường B2B(2) trên Web có thể tạo nên các trở ngại thương mại (đối với những doanh nghiệp không tham gia TMĐT) còn hiệu quả hơn cả hạn ngạch và thuế quan"

- Trên phạm vi quốc gia, nếu không phát triển TMĐT sẽ có nguy cơ làm giảm sức cạnh tranh về môi trường đầu tư và kinh doanh. Nếu các nước khác đều có hệ thống TMĐT phát triển mạnh trong khi Việt Nam không có hoặc có nhưng yếu kém thì chắc chắn môi trường kinh doanh của Việt Nam không thuận lợi bằng. Khi đó, việc thu hút vốn đầu tư sẽ bị trở ngại

Nhược lại, nếu TMĐT phát triển mạnh sẽ mang lại nhiều lợi ích cho xã hội, xét trên nhiều khía cạnh khác nhau:

- Đối với nền kinh tế: TMĐT sẽ góp phần thúc đẩy tiến trình thay đổi cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại hóa, gia tăng tỷ trọng khu vực dịch vụ, nâng cao hàm lượng chất xám trong giá trị sản phẩm

- Đối với người tiêu dùng: được tiếp xúc nguồn thông tin dồi dào hơn về các loại hàng hóa, tiết kiệm thời gian và chi phí đi lại, hưởng thụ sản phẩm với giá rẻ hơn

- Đối với doanh nghiệp sử dụng TMĐT: giúp doanh nghiệp nắm bắt nhanh thông tin thị trường nước ngoài, xâm nhập thị trường nước ngoài thuận lợi hơn thông qua việc quảng cáo rộng rãi với chi phí thấp. Nhờ vào TMĐT,

các doanh nghiệp Việt Nam có thể khắc phục phần nào hạn chế của mình về vốn, về điều kiện nghiên cứu tiếp thị, về khả năng chiếm lĩnh thị trường ...

- Đối với doanh nghiệp cung cấp các phương tiện và dịch vụ phục vụ cho TMĐT (như phương tiện truyền thông, máy tính, phần mềm, dịch vụ Internet, dịch vụ ngân hàng ...): sẽ có cơ hội mở rộng qui mô và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Đối với Chính phủ: TMĐT sẽ giúp Chính phủ truyền đạt thông tin nhanh, tinh giản bộ máy quản lý, nâng cao chất lượng cán bộ, tiết kiệm chi phí và tăng cường khả năng đối thoại với công chúng

Như vậy, cái lợi của TMĐT thể hiện khá rõ ràng. Và một số doanh nghiệp Việt Nam sớm nhận thức được điều này nên đã tiến hành các hoạt động thương mại dưới dạng điện tử. Chẳng hạn như công ty phát triển phần mềm VASC mở trang Web siêu thị điện tử (vào tháng 12.1998), hàng ngàn doanh nghiệp đã có website riêng. Trong đó, nhiều DN đã thừa nhận lợi ích thiết thực do TMĐT mang lại. Tuy nhiên, xét trên tổng thể thì hiệu quả của TMĐT ở Việt Nam chưa thể hiện rõ, bởi lẽ các điều kiện cần để phát triển TMĐT ở VN chưa được đảm bảo. Vậy thì những điều kiện đó là gì?

Các nhà nghiên cứu thường đưa ra 6 điều kiện cần thiết để phát triển TMĐT, đó là:

1. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật: Muốn cho TMĐT phát triển vững chắc đòi hỏi phải có một nền công nghiệp điện tử hiện đại; một hệ thống bưu chính viễn thông tiên tiến và trải rộng; một khối lượng lớn máy tính được nối mạng, nghĩa là có nhiều người có điều kiện tham gia TMĐT; một mức phí đủ thấp để có thể khuyến khích phần lớn dân chúng sử dụng Internet.

2. Nguồn nhân lực: Đối với những ngành sản xuất kinh doanh khác, yêu cầu về nguồn nhân lực chỉ đặt ra đối với các nhà cung ứng sản phẩm. Trong khi đó, sản phẩm TMĐT còn đặt ra yêu cầu về trình độ của người mua hàng. Vì vậy, muốn phát triển TMĐT đòi hỏi:

- Một lực lượng các nhà chuyên môn giỏi, đủ sức điều hành và khai thác mạng, có khả năng thực hiện tốt các giao dịch trên mạng

- Đa số người mua hàng biết cách làm việc trên mạng, sử dụng tương đối tốt các kỹ năng về công nghệ thông tin, các công cụ thanh toán điện tử, đọc hiểu được tiếng Anh (hơn 80% nội dung trên Internet được biểu thị bằng tiếng Anh)

3. Hệ thống thanh toán điện tử: Muốn cho TMĐT phát triển đầy đủ cần phải có một hệ thống thanh toán tự động thông qua hình thức chuyển tiền điện tử. Nếu thiếu hệ thống này thì TMĐT chỉ giới hạn trong việc trao đổi thông tin, tiếp thị. Còn việc thanh toán vẫn phải tiến hành theo kiểu truyền thống, làm giảm hiệu quả sử dụng TMĐT

4. Khả năng bảo mật và bảo đảm an toàn: Thông tin trên mạng là tài sản riêng của các đối tượng tham gia, nhưng những thông tin này lại nằm ngoài tầm kiểm soát trực tiếp của các chủ thể tham gia. Có 3 nhóm thông tin trên mạng: một là thông tin miễn phí; hai là thông tin có phí; ba là thông tin bảo mật. Cần có hệ thống bảo vệ sao cho thông tin có phí không bị đánh cắp, thông tin bảo mật không bị lộ. Mặt khác, các hệ thống thanh toán phải bảo đảm độ chính xác và an toàn cao, không dễ xảy ra tình trạng thanh toán sai lệch, tài khoản bị đánh cắp. Nếu không, sẽ có rất ít người sẵn lòng tham gia TMĐT.

5. Hệ thống pháp lý: Hoạt động TMĐT nảy sinh nhiều mối quan hệ mà các bộ luật thông thường không thể bao quát được. Chính vì vậy, để tạo một hành lang pháp lý bảo đảm quyền lợi của các bên tham gia, cần phải bổ sung thêm một số điều khoản trong các bộ luật cũ, đồng thời cần đưa ra một số bộ luật và các loại văn bản pháp quy khác có liên quan đến chữ ký điện tử, thanh toán điện tử, chứng thực điện tử, quyền sở hữu trí tuệ, sở hữu nhãn hiệu, quyền lợi người tiêu dùng, quyền lợi người sản xuất ...

6. Tiêu chuẩn hóa công nghiệp và thương mại: Vì giao dịch mua bán diễn ra trên mạng nên người mua không thể trực tiếp sờ mó, nhìn ngắm các sản phẩm định mua. Do đó, sản phẩm bán trên mạng cần phải được tiêu chuẩn hóa theo các tiêu chuẩn quốc tế, được kiểm soát bằng hệ thống văn bản pháp quy.

Trên đây là những điều kiện cần

thiết để phát triển TMDT mà nhiều chuyên gia đề cập đến. Xét trong điều kiện Việt Nam hiện nay, tất cả những điều kiện đó đều ở trình độ thấp. Ông Geylen Ducan (Chủ tịch Hiệp hội CNTT Canada) đã có nhận xét: "Cơ sở hạ tầng kỹ thuật nghèo nàn, thiếu vốn, ngành ngân hàng kém phát triển, hệ thống pháp luật chưa đầy đủ, lượng người dùng Internet chưa cao – đó là những khó khăn chính của Việt Nam trên con đường áp dụng TMDT". Quỹ hỗ trợ phát triển dự án sông Mê Kông cũng có đánh giá tương tự: "Hệ thống thông tin ở Việt Nam còn kém phát triển, tỷ lệ người sử dụng Internet còn thấp, trình độ tiếng Anh của doanh nghiệp còn yếu, số lượng thẻ tín dụng còn ít, cơ sở pháp lý về TMDT chưa có ... là những trở lực cho việc phát triển TMDT ở Việt Nam"(3)

Như vậy, muốn ứng dụng TMDT một cách hữu hiệu, Việt Nam nhất thiết phải tạo dựng và thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các điều kiện nêu trên. Điều cần lưu ý là mức độ quan trọng của những điều kiện này không nhất thiết phải đặt ngang nhau. Ở mỗi giai đoạn phát triển, tùy theo đặc điểm cụ thể của mỗi nước, có thể một số yếu tố cần phải được giải quyết ngay tức khắc, một số yếu tố khác có thể xây dựng dần dần. Nói cách khác, mức độ ưu tiên giải quyết các yếu tố có thể khác nhau. Chẳng hạn như hiện nay các nước EU quan tâm nhiều nhất đến việc phát triển nguồn nhân lực; một số nước ở châu Á quan tâm nhiều hơn đến môi trường kinh tế và hệ thống luật pháp; trong khi Mỹ lại đặt nặng vấn đề bảo mật thông tin và an toàn mạng. Vậy thì Việt Nam cần chọn thứ tự ưu tiên nào? Điều này cần phải được thể hiện rõ trong các đề án và chương trình phát triển TMDT của Chính phủ.

III. Nhận định về tương lai phát triển TMDT và nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực tại Việt Nam

Hướng ứng chương trình hành động chung của APEC là tạo dựng một nền "thương mại phi giấy tờ" vào năm 2005 ở các nước phát triển và vào năm 2010 ở các nước đang phát triển, Chính phủ chúng ta đã khởi động một số chương trình phát triển TMDT, chẳng hạn như:

1. Đề án phát triển TMDT của Bộ

thương mại đưa ra mục tiêu là đến năm 2005 sẽ tạo dựng được một số cơ sở hạ tầng cần thiết nhằm khuyến khích phát triển TMDT, bao gồm: nâng cấp một bước hệ thống thông tin và truyền thông, giảm giá truy cập Internet xuống bằng hoặc thấp hơn các nước trong khu vực; nâng cao nhận thức và đào tạo kỹ năng TMDT cho các bộ, ngành, doanh nghiệp; thử nghiệm hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng và phổ biến rộng rãi các loại thẻ điện tử; thành lập các cơ quan chứng thực điện tử; ban hành một số văn bản pháp lý về TMDT; xây dựng hệ thống tiêu chuẩn công nghiệp và thương mại quốc gia dùng trong TMDT. Mục tiêu của đề án này là đến cuối năm 2005 đa số các doanh nghiệp tham gia TMDT ở các mức độ khác nhau, các cơ quan của Chính phủ ở trung ương và một số địa phương lớn áp dụng TMDT trong quản lý.

2. Chiến lược phát triển bưu chính viễn thông do Chính phủ phê duyệt vào cuối năm 2001 cũng đề ra một số mục tiêu có liên quan đến cơ sở hạ tầng của TMDT. Đó là đến năm 2010 sẽ đạt mật độ điện thoại 15-18 máy/100 dân, tỷ lệ sử dụng Internet đạt mức trung bình trên thế giới; đến năm 2020 mật độ điện thoại đạt 28-30 máy/100 dân, dịch vụ Internet được cung cấp và phục vụ cho khách hàng ở bất kỳ đâu và bất kỳ lúc nào

Từ thực trạng của Việt Nam cùng với các chương trình phát triển TMDT của Chính phủ, chúng tôi cho rằng phát triển TMDT là xu hướng tất yếu ở Việt Nam, nhưng trong vòng 3-5 năm tới, chúng ta chỉ mới hình thành được những cơ sở ban đầu. Muốn phát triển đầy đủ, muốn trở thành một bộ phận có ý nghĩa trong tổng mức giao dịch thương mại của Việt Nam thì đòi hỏi thời gian dài hơn, có thể phải mất 10-15 năm nữa. Viện chiến lược phát triển của Bộ kế hoạch và đầu tư cũng nhận định rằng phải đến năm 2020, Việt Nam mới có được một nền TMDT thực sự ngang tầm các nước tiên tiến

Trước tình hình đó, câu hỏi đặt ra là: nhu cầu nguồn nhân lực TMDT ở Việt Nam đã xuất hiện chưa, nếu có thì nhiều hay ít? Trong tương lai, nhu cầu này sẽ phát triển như thế nào? Để trả lời chính xác những câu hỏi nêu trên, nhất thiết phải có một công trình nghiên cứu thực tế thật đầy đủ và khoa học. Tuy nhiên, bằng sự cảm nhận và suy luận, chúng tôi có

nhận định như sau:

Xét về phía doanh nghiệp: nhu cầu nguồn nhân lực TMDT đã bắt đầu nảy sinh, dù hiện nay còn ở mức độ thấp, nhưng nó sẽ tăng nhanh dần và bùng nổ khi các cơ sở hạ tầng phục vụ cho TMDT được xây dựng tương đối hoàn chỉnh(4). Ngay cả khi lượng người tiêu dùng tham gia TMDT chưa nhiều, nhưng nếu các doanh nghiệp tích cực tham gia thì TMDT vẫn phát triển mạnh. Lý do là theo tình hình chung trên thế giới thì giao dịch B2B(5) chiếm vị trí then chốt ở tất cả các nước (doanh số B2B năm 2000 đạt 433 tỷ USD, chiếm hơn 70% tổng giao dịch TMDT). Có lẽ Việt Nam cũng không phải là trường hợp ngoại lệ. Theo ông Geylen Ducan, Chủ tịch Hiệp hội CNTT Canada thì: "... động lực phát triển của nền kinh tế Việt Nam là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Do đó, chúng ta cần quan tâm trước hết đến mối quan hệ B2B thay vì các mối quan hệ B2G hay B2C"(6).

Xét về phía cung cấp nguồn nhân lực: nếu tạo được nguồn nhân lực có chất lượng thì chính họ sẽ tạo động lực phát triển TMDT tại các doanh nghiệp. Và sự phát triển đó lại đặt ra nhu cầu cao hơn về nguồn nhân lực cần được bổ sung.

Xét toàn xã hội, một khi đã có cơ sở vật chất kỹ thuật, sự phát triển của TMDT chủ yếu phụ thuộc vào việc đào tạo nguồn nhân lực. Với sự quyết tâm của Chính phủ trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng và cơ sở pháp lý cho TMDT, nếu như không có một nguồn nhân lực tương thích thì sẽ dẫn đến tình trạng thiếu đồng bộ, lãng phí năng lực sản xuất của quốc gia.

Từ những nhận định trên đây, chúng tôi cho rằng việc chuẩn bị đào tạo nguồn nhân lực ngay từ lúc này là hết sức cần thiết, nếu không thì e rằng chúng ta sẽ bị chậm chân, sẽ bị động trong khoảng 5 năm tới. Bắt đầu từ lúc này thì sau 3-5 năm nữa mới có lớp sinh viên đầu tiên ra trường, và đó cũng là lúc mà theo mục tiêu phấn đấu của Chính phủ, có nhiều doanh nghiệp tham gia TMDT. Như vậy, đây là thời điểm bắt đầu không sớm cũng không muộn. Vậy thì cần định hướng đào tạo như thế nào? ■

(Còn tiếp một kỳ)