

## MỘT GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

Lê Triệu Tuấn<sup>\*</sup>, Vũ Xuân Nam, Nguyễn Văn Giáp

*Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – ĐH Thái Nguyên*

### TÓM TẮT

Trong những năm qua, cùng với sự phát triển của cả nước, thương mại điện tử (TMĐT) Thái Nguyên đã có những phát triển ấn tượng. Việc ứng dụng TMĐT vào phát triển kinh doanh sản xuất tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đã không còn mang tính mới mẻ nữa mà đã phát triển theo chiều sâu. Các doanh nghiệp đã đầu tư và chú trọng hơn nhiều vào việc phát triển TMĐT từ hỗ trợ cho đến là hướng kinh doanh chính cho tổ chức mình. Hầu hết các doanh nghiệp đều có website giới thiệu về sản phẩm của mình hay thực hiện mua bán trao đổi hàng hóa ngay trên website. Hoặc đầu tư các chuỗi cung ứng, phát triển các khâu hỗ trợ kinh doanh sản xuất sử dụng các thiết bị, phương tiện điện tử để thực hiện bán và vận chuyển hàng hóa. Các doanh nghiệp Thái Nguyên cũng đã chú trọng hơn trong việc phát triển nguồn nhân lực chuyên về TMĐT tại công ty, các công ty đều có các cán bộ chuyên trách về TMĐT. Tuy nhiên, việc phát triển TMĐT tại các doanh nghiệp trên địa bàn Thái Nguyên vẫn còn chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh, đặc biệt trong giai đoạn hiện nay TMĐT đã và đang trở thành hướng phát triển kinh tế đầy hiệu quả cho các doanh nghiệp. Dựa trên kết quả khảo sát thông qua các phiếu điều tra, bài báo đề xuất một giải pháp phát nhằm thúc đẩy hiệu quả ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

**Từ khóa:** *Thái Nguyên, Thương mại điện tử, Thương mại điện tử Thái Nguyên, Kinh doanh thương mại, Doanh nghiệp thương mại*

### GIỚI THIỆU

Kinh doanh thương mại điện tử đang ngày một chiếm ưu thế trong các mối quan hệ trực tiếp giữa doanh nghiệp (Business), người tiêu dùng (Customer) và chính phủ (Government). Các hoạt động giao dịch thương mại thông qua môi trường Internet được tiến hành một cách nhanh chóng và thuận tiện, không bị hạn chế bởi các yếu tố như: thời gian, không gian, địa điểm. Đã có nhiều tác giả trong và ngoài nước có nhiều công trình nghiên cứu về thương mại điện tử. [7] nghiên cứu lợi ích của loại hình thương mại điện tử B2B, bài báo đã chỉ ra rằng, môi trường thương mại điện tử là môi trường tốt nhất để phát triển mối quan hệ khách hàng, một nội dung sống còn của doanh nghiệp. Công trình bài báo của tác giả [8] nghiên cứu về những yếu tố ảnh hưởng của người tiêu dùng đối với thương mại điện tử. Internet ngày nay đã mang tính thời đại, người tiêu dùng có rất nhiều điều kiện thuận lợi để tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ

thuận tiện của thương mại điện tử. Tuy nhiên, những yếu tố như tâm lý lo bị hàng giả, những thói quen mua hàng, phong tục tập quán tiêu dùng... đã ảnh hưởng không nhỏ tới sự phát triển của TMĐT.

TMĐT Việt Nam nói chung và trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên nói riêng đã có sự phát triển mạnh mẽ so với các năm trước, tuy nhiên vẫn còn nhiều hạn chế và cần phải khắc phục mạnh mẽ trong những năm tiếp theo [2]. Với vai trò là trung tâm kinh tế của các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc, phát triển TMĐT là vấn đề rất quan trọng cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, TMĐT sẽ là cơ hội để các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh bứt phá trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

### TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI

Tính đến năm 2013, hai quốc gia mạnh nhất về thương mại điện tử là Mỹ và Trung Quốc, đóng góp gần một nửa trong tổng doanh thu hơn 1.200 tỷ USD toàn ngành. Theo dự báo, doanh thu thương mại điện tử thế giới có thể

<sup>\*</sup> Tel. 0913 803671; Email ltuan@ctu.edu.vn

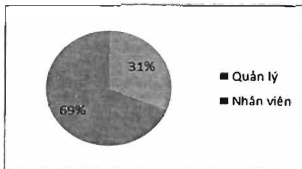
tăng gấp rưỡi trong vòng 3 năm tới, 49% người tiêu dùng trực tuyến sử dụng máy tính và 45% sử dụng các thiết bị di động để mua hàng. Theo thống kê, 79% người tiêu dùng Mỹ sử dụng máy tính để truy cập internet trong khi tỉ lệ sử dụng điện thoại di động và máy tính bảng lần lượt là 43% và 17%. Dự đoán trong năm 2014, 53% trên tổng số doanh thu bán lẻ chịu ảnh hưởng và phụ thuộc vào internet, 81% người mua hàng tìm kiếm thông tin trực tuyến về sản phẩm trước khi quyết định mua, 18-36% là chênh lệch giữa số tiền mua sắm của những người tham khảo thông tin trước khi mua hàng so với những người không tìm hiểu và 10.4% số lượng nguồn tin trung bình mà một người mua hàng tham khảo trước khi quyết định [9].

Thương mại điện tử không chỉ giải quyết những yêu cầu thiết yếu, cấp bách trên các lĩnh vực như hệ thống giao dịch hàng hoá, điện tử hoá tiền tệ và phương án an toàn thông tin..., mà hoạt động thực tế của nó còn tạo ra những hiệu quả và lợi ích mà mô hình phát triển của thương mại truyền thống không thể sánh kịp (ví dụ, trường hợp hiệu sách Amazon, trang web đấu giá eBay) [3]. Chính vì tiềm lực hết sức to lớn của thương mại điện tử nên chính phủ các nước đều hết sức chú trọng vấn đề này. Nhiều nước đang có chính sách và kế hoạch hành động để đẩy mạnh sự phát triển của thương mại điện tử ở nước mình, nhằm nắm bắt cơ hội của tiến bộ công nghệ thông tin nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế, thúc đẩy sự phát triển kinh tế của đất nước, giành lấy vị trí thuận lợi trong xã hội thông tin tương lai. Khoảng cách ứng dụng thương mại điện tử giữa các nước phát triển và đang phát triển vẫn còn rất lớn [5].

**THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN TÍNH ĐẾN NĂM 2014**

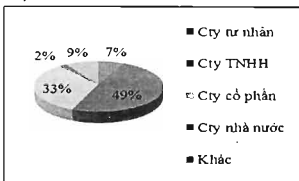
Để nghiên cứu thực trạng ứng dụng TMĐT tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, tác giả sử dụng phương pháp điều tra

thống kê. Trong tổng số khoảng 500 doanh nghiệp thương mại, tác giả đã tiến hành thực hiện khảo sát trên 200 doanh nghiệp thì có tới 31% người trực tiếp trả lời phiếu là cán bộ quản lý hoặc lãnh đạo doanh nghiệp, còn lại là nhân viên.



**Hình 1:** Tỷ lệ đối tượng tham gia điều tra

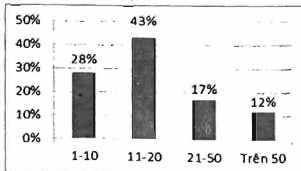
Phần lớn các doanh nghiệp tham gia khảo sát là các công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần.



**Hình 2:** Tỷ lệ loại hình doanh nghiệp tham gia điều tra

**Sử dụng máy tính trong doanh nghiệp**

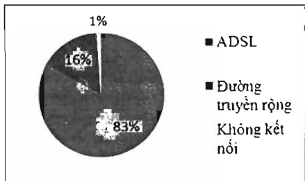
Hầu như tất cả các doanh nghiệp tham gia khảo sát đều có máy tính, trong đó 28% doanh nghiệp có dưới 10 máy tính, 43% doanh nghiệp có từ 11-20 máy tính. Số doanh nghiệp có từ 21 máy tính trở lên chiếm 29%.



**Hình 3:** Lượng người sử dụng máy tính trong doanh nghiệp

**Kết nối internet**

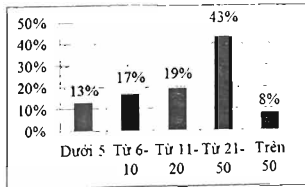
Tất cả các doanh nghiệp tham gia khảo sát đã kết nối internet bằng thông rộng, hình thức kết nối phổ biến nhất là ADSL với tỷ lệ là 82% số doanh nghiệp.



Hình 4: Hình thức kết nối Internet

**Mức độ thường xuyên sử dụng Email trong công việc**

Theo kết quả khảo sát, tính đến cuối năm 2014 thì không có sự khác biệt lớn của lực lượng lao động thường xuyên sử dụng email giữa các doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tại các doanh nghiệp lớn, tỷ lệ trên 50% thường xuyên sử dụng email trong công việc cao hơn so với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.



Hình 5: Tỷ lệ số lượng người thường xuyên sử dụng email trong công việc

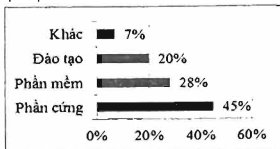
**Cơ cấu đầu tư cho công nghệ thông tin**

Tính trung bình các doanh nghiệp đã dành 45% kinh phí đầu tư cho phần cứng, 28% cho phần mềm. Chi phí cho đào tạo và các hoạt động khác chiếm tỷ lệ tương ứng là 20% và 7%.

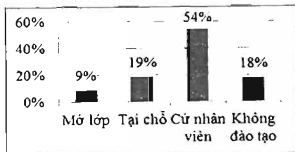
**Đào tạo nguồn nhân lực**

Hầu hết các doanh nghiệp đã quan tâm tới hoạt động bồi dưỡng kiến thức về công nghệ thông tin và thương mại điện tử cho nhân viên

thông qua việc cử nhân viên tham dự các chương trình đào tạo hoặc bồi dưỡng tại chỗ. Tuy nhiên, có tới 18% doanh nghiệp không tiến hành bất cứ hình thức bồi dưỡng nào cho nhân viên về công nghệ thông tin và thương mại điện tử.



Hình 6: Cơ cấu đầu tư cho CNTT



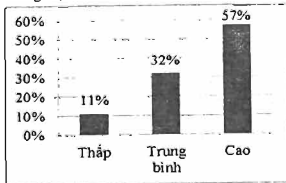
Hình 7: Tình hình đào tạo nguồn nhân lực

**Website thương mại điện tử**

Có tới 73% doanh nghiệp tham gia khảo sát cho biết đã xây dựng website riêng, 13% doanh nghiệp có kế hoạch xây dựng website trong năm 2014 và các doanh nghiệp thực hiện cập nhật thông tin lên website một cách thường xuyên.

**Sản thương mại điện tử**

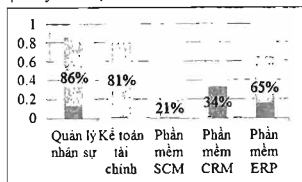
Có 47% các doanh nghiệp tham gia điều tra cho biết đã tham gia các sản thương mại điện tử. Hiệu quả bán hàng do tham gia các sản thương mại điện tử là khá tốt.



Hình 8: Hiệu quả tham gia các sản giao dịch thương mại điện tử

## Sử dụng các phần mềm quản lý

Việc sử dụng các phần mềm quản lý có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp tiến hành giao dịch thương mại điện tử đối với các doanh nghiệp khác. Các doanh nghiệp tham gia điều tra khảo sát đều đã sử dụng các phần mềm phục vụ công tác tài chính, kế toán, và hầu hết đều sử dụng các phần mềm quản lý nhân sự.



**Hình 9:** Sử dụng phần mềm quản lý trong các doanh nghiệp

Thực trạng ứng dụng thương mại điện tử tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên nhìn chung đáp ứng được các chủ trương chính sách của chính phủ đề ra cho giai đoạn 2011-2015. Giúp các doanh nghiệp ngày càng tiếp cận với xu thế nền kinh tế điện tử mà được hỗ trợ mạnh mẽ bởi các thành tựu của lĩnh vực thương mại điện tử. Tuy nhiên cần phải thúc đẩy hơn nữa quá trình phát triển của thương mại điện tử của tỉnh trong thời gian tới để xứng đáng với tầm và vị thế của nền kinh tế tỉnh.

## GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

Trên cơ sở phân tích tình hình ứng dụng thương mại điện tử trên, bài báo đề xuất giải pháp thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới như sau:

### 1- Xây dựng mô hình thương mại điện tử thích hợp

Mạng internet là một kênh để thực hiện kinh doanh rất sôi động và hiệu quả, nó cho phép

các doanh nghiệp có thể thực hiện việc chào bán, tiếp thị sản phẩm đến rất đông người tiêu dùng với chi phí thấp. Do vậy mà các doanh nghiệp thương mại Thái Nguyên nên có một mô hình quy trình ứng dụng thương mại điện tử thích hợp trong chuỗi hoạt động sản xuất kinh doanh của mình như sau: thực hiện tiếp thị hàng hóa dịch vụ; bán hàng hóa dịch vụ; xử lý thanh toán; quản lý hiệu quả kinh doanh.

### 2 - Tăng cường đầu tư một cách hợp lý cho thương mại điện tử

Các doanh nghiệp Thái Nguyên cần phải đầu tư mạnh mẽ hơn nữa về cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và nhân lực cho thương mại điện tử để các doanh nghiệp dễ dàng chuyển sang các mức ứng dụng cao hơn, đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng cao của xã hội.

### 3- Tăng cường tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử

Việc tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử tích cực sẽ giúp cho các doanh nghiệp tăng hiệu quả kinh doanh rõ rệt. Do vậy, các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới cần phải tăng cường hơn nữa hiệu quả đầu tư, kinh doanh thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử.

### 4- Thúc đẩy hình thành các tổ chức thương mại điện tử

Vai trò các tổ chức xã hội nghề nghiệp ngày càng tăng trong xã hội hiện đại. Tham gia các tổ chức xã hội nghề nghiệp thương mại điện tử các doanh nghiệp có cơ hội hỗ trợ nhau tốt hơn trong kinh doanh trực tuyến.

### 5- Đẩy mạnh các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử

Thông qua số liệu của các năm, kết quả của việc ứng dụng thương mại điện tử đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh là rất rõ ràng. Nhiều doanh nghiệp cũng đã mạnh dạn đầu tư ứng dụng phần mềm quản lý chuyên dụng, bố trí các cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử, sử dụng các dịch vụ công do các cơ quan quản lý nhà nước cung cấp để nâng cao hiệu

quả kinh doanh. Do vậy, thời gian tới các doanh nghiệp Thái Nguyên cần phải đẩy mạnh hơn nữa việc ứng dụng các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử.

#### 6- Nâng cao ý thức tuân thủ các quy định pháp luật về thương mại điện tử

Trong thời gian vừa qua, các cơ quan quản lý nhà nước đã ban hành nhiều văn bản pháp luật liên quan đến thương mại điện tử và đến nay hệ thống pháp luật liên quan tới thương mại điện tử đã tương đối hoàn thiện. Do vậy mà trách nhiệm của các doanh nghiệp Thái Nguyên trong thời gian tới là cần phải nâng cao ý thức tìm hiểu, nghiên cứu các văn bản liên quan tới thương mại điện tử.

#### KẾT LUẬN

Tình hình ứng dụng thương mại điện tử của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2014 phù hợp với kế hoạch phát triển thương mại điện tử của Chính phủ nói chung và tỉnh Thái Nguyên nói riêng. Tuy nhiên để đáp ứng yêu cầu phát triển của xã hội và phù hợp với xu thế phát triển thương mại điện tử trong thời gian tới thì các doanh nghiệp trong tỉnh cần đẩy mạnh hơn nữa việc ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh sản xuất, đặc biệt là theo xu hướng nâng cao hơn nữa chất lượng phát triển thương mại điện tử. Để nhằm đạt được mục tiêu đó, tác giả đề xuất một giải pháp bao gồm quy trình sau: xây dựng mô hình thương mại điện tử thích hợp; tăng cường đầu tư một cách hợp lý cho thương mại điện tử; tăng cường tham gia các sản phẩm dịch vụ thương mại điện

tử; thúc đẩy hình thành các tổ chức thương mại điện tử; đẩy mạnh các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử và nâng cao ý thức tuân thủ các quy định pháp luật về thương mại điện tử.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương, (2010), *Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam giai đoạn 2010-2015*, Hà Nội.
2. Bộ Công thương, (2013), *Báo cáo thương mại điện tử*, Hà Nội.
3. Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông, (2001), *Kinh tế mạng và TMDT*, NXB Bưu điện, Hà Nội 6/2001.
4. UBND tỉnh Thái Nguyên, (2010), *Kế hoạch triển khai các chương trình phát triển Công nghiệp công nghệ thông tin tỉnh Thái Nguyên đến năm 2015*, Thái Nguyên.
5. Lê Thế Bình, (2001-2002), *Phương hướng sử dụng TMDT trong kinh doanh từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng (B2C) của các doanh nghiệp Việt Nam để phù hợp với điều kiện Việt Nam*, Hội nghị khoa học Khoa Kinh tế ngoại thương, năm học 2001-2002.
6. Nguyễn Minh Dân, Vụ trưởng Vụ KHCN – Bộ Bưu chính viễn thông, tại khóa đào tạo, *Nâng cao năng lực hoạch định và thực thi chính sách, pháp luật cho TMDT*, từ 4-7/4/2005.
7. Martin Medeiros and Reiko Higuchi, (2012), "Ecommerce 2012", *Jurisdiction, Intellectual Property, Contracts and Case Updates*, Canada
8. George Tanewski, (2003), "Determining Benefits from B2C e-Commerce" *A Strategic Approach*, Vol. 3, No. 6, pp 105-131, Published by The International Journal of Digital Accounting Research, Australia
9. <http://scotopten.net/thong-ke-thuong-mai-dien-tu-the-gioi-nam-2013/>, 2014.

## SUMMARY

A SOLUTION TO ACCELERATE THE APPLICATION  
OF E-COMMERCE OF BUSSINESS IN THAI NGUYEN PROVINCE

Le Trieu Tuan<sup>\*</sup>, Vu Xuan Nam, Nguyen Van Giap  
*College of Information and Communication Technology –TNU*

Along with the development of information technology, e-commerce has changed the appearance of the world economically by its enormous influence. Alter the nature of each country's economy and the global economy. Make computer knowledge economy and increasing knowledge has really become factors of production resources and most importantly, is the major asset of a business. Vietnam is a country with the pace of development of e-commerce faster than other countries in the world, along with the development of the country, e-commerce in Thai Nguyen also had an impressive development. However, the pace of development is still not adequately assessing the potential of the province. Based on the survey results through the questionnaire, the paper proposes a solution found to promote effective e-commerce applications in the enterprise business in the province.

**Key words:** *Thai Nguyen, E-commerce, E-commerce of Thai Nguyen, Commercial business, Commercial enterprise*

*Ngày nhận bài: 03/11/2014; Ngày phản biên: 17/11/2014; Ngày duyệt đăng: 25/12/2014*

**Phản biên khoa học:** *TS. Nguyễn Văn Huân – Trường Đại học Công nghệ Thông tin & truyền thông - ĐHTN*

<sup>\*</sup> *Tel: 0913 803671; Email: lttuan@ictu.edu.vn*