

Giải pháp thúc đẩy thương mại điện tử trong doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Trần Việt Dũng

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường ĐH Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Thế giới ngày càng bùng nổ về mạng máy tính, con người có thể nhanh chóng giao tiếp và kết nối với nhau dễ dàng hơn thông qua nhiều loại dịch vụ internet. Đây chính là điều kiện thuận lợi cho lĩnh vực Thương mại điện tử ngày càng phát triển hơn. Hiện nay, Thương mại điện tử đã trở thành một phương tiện giao dịch quen thuộc của các công ty thương mại lớn trên thế giới. Thương mại điện tử có khả năng giúp ích rất nhiều cho những doanh nghiệp cả lớn lẫn nhỏ và người hưởng lợi nhất thường là khách hàng. Khách hàng sẽ mua được sản phẩm rẻ hơn, nhanh hơn, hiệu quả hơn và thuận lợi hơn, còn doanh nghiệp có thể đưa sản phẩm của mình đến với thị trường một cách nhanh nhất, bán hàng thuận lợi hơn.

1. Thương mại điện tử là gì?

Đây là việc tiến hành một phần hay toàn bộ hoạt động kinh doanh bằng các phương tiện điện tử. Một cách dễ hiểu hơn thì thương mại điện tử chính là việc mua bán sản phẩm hay dịch vụ thông qua internet và các phương tiện điện tử khác. Các giao dịch này bao gồm tất cả các hoạt động như: giao dịch, mua bán, thanh toán, đặt hàng, quảng cáo và giao hàng...

Bản chất cốt lõi để web và internet phát triển trong tương lai chính là thương mại. Các trung tâm thương mại trên mạng internet sẽ xuất hiện. Nó sẽ giúp các nhà cung cấp sản phẩm tiếp cận trực tiếp và nhanh nhất với người tiêu dùng. Thật vậy, hiện nay ngành Thương mại điện tử đang có tốc độ phát triển rất mạnh. Hầu hết các công ty bán hàng lập nên ngày nay đa số đều là các công ty thương mại điện tử và mua sắm qua mạng đã trở thành thói quen hàng ngày của nhiều người Việt Nam.

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ. LAZADA, Shopee, TIKI, v.v... là những trang web thương mại điện tử hàng đầu Việt Nam. Có đến hàng nghìn lượt truy cập mỗi ngày và theo đó là hàng nghìn dữ liệu khách hàng. Thị trường thương mại điện tử chính là thị trường tiềm năng cho các doanh nghiệp. Vì mô hình này mới xuất hiện nên vẫn còn nhiều bất cập trong hệ thống quản lý và chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó là những vấn đề liên quan tới quản lý nhân hàng, quản lý nhân lực.

2. Giải pháp cho các doanh nghiệp có thể cạnh tranh được với những thương hiệu lớn

2.1. Phát triển hệ thống giao dịch điện tử toàn diện

Giao dịch điện tử hay giao dịch thương mại điện tử là việc mua hoặc bán hàng hóa dịch vụ được tiến

hành thông qua internet hoặc những trang mở khác. Muốn cạnh tranh trong thị trường thương mại điện tử, bắt buộc phải có website hoàn thiện. Trang web thương mại điện tử cần đầy đủ các tính năng và các tiện ích bổ sung như: i) Hệ thống đơn hàng; ii) Hệ thống quản lý khách hàng; iii) Hệ thống quản lý nhân hàng; iv) Hệ thống quản lý bộ phận giao hàng.

Tối ưu hóa các tính năng giao dịch điện tử. Đặc biệt trong vấn đề thanh toán phải đảm bảo tính đơn giản, thuận tiện khi giao dịch. Để làm được điều này, các doanh nghiệp cần phải xây dựng một phần mềm tích hợp các công thanh toán thông dụng như Momo, vietel pay, v.v... để người dùng có phương án lựa chọn thanh toán nhanh chóng và an toàn.

2.2. Thiết kế cửa hàng trực tuyến thân thiện với người dùng

Giao diện có đẹp thì người ta mới có hứng thú tìm hiểu thêm về nó. Giao diện thân thiện để sử dụng giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm sản phẩm. Giao diện website cần có các mục phân loại sản phẩm rõ ràng, giúp khách hàng có thể lựa chọn, tìm thấy sản phẩm cần thiết một cách thuận tiện, nhanh chóng.

Trang web thương mại điện tử cần quy chuẩn hình ảnh về sản phẩm, hạn chế những rủi ro khi mua hàng trực tuyến về chất lượng. Lập trình cần tạo công cụ cho phép các nhân hàng cung cấp hình ảnh, video sản phẩm không giới hạn trên trang web.

Tạo điểm nhấn sáng tạo và khác biệt cho website. Khách hàng cảm thấy thích thú hơn sẽ thường xuyên lui tới website của doanh nghiệp để mua bán trực tuyến. Website vừa tiện ích, vừa sáng tạo sẽ giúp người dùng ghi nhớ tới thương hiệu doanh nghiệp. Điều này còn giúp tiết kiệm chi phí quảng cáo. Bạn có thể tạo dấu ấn của doanh nghiệp với thiết kế website độc quyền.

Hầu hết khách hàng đều sử dụng điện thoại để thực hiện quá trình tìm kiếm sản phẩm và mua bán trực tuyến. Vì thế, để thêm phần tiện ích trang web thương mại điện tử cần được lập trình tự động hiển thị trang trên mọi nền tảng như: android, ios, v.v...

2.3. Kịp thời tiếp nhận và giải quyết vấn đề của khách hàng

Một trong những vấn đề lớn nhất của khách hàng khi mua bán trực tuyến đó là chất lượng sản phẩm. Website của bạn cần trang bị những tính năng như quản lý danh mục sản phẩm. Bên cạnh đó đánh giá chất lượng sản phẩm dựa trên đánh giá của khách hàng. Giúp khách hàng có cái nhìn toàn diện nhất về sản phẩm, tạo độ tin cậy của website. Doanh nghiệp phải giải quyết mọi thắc mắc khiếu nại của khách hàng nhanh chóng, kịp thời. Để làm được điều này bạn cần phải có phần mềm tích hợp trình quản lý và chăm sóc khách hàng. Việc lưu trữ thông tin và hành vi mua hàng của khách là cơ sở để doanh nghiệp đưa ra những chiến lược marketing hiệu quả.

2.4. Mở rộng mạng lưới truyền thông

Các trang thương mại điện tử Việt Nam hiện nay đều kết nối với những trang mạng xã hội như facebook, instagram, twitter, zalo, v.v... Những mạng xã hội này sẽ cung cấp cho doanh nghiệp những công cụ cần thiết để tiếp cận khách hàng mục tiêu. Làm tăng lưu lượng truy cập vào trang web của doanh nghiệp. Để cạnh tranh được với những đối thủ lớn, bạn cần xây dựng hệ thống thành viên. Website cũng cần phải tích hợp tính năng kết nối các mạng xã hội. Trang web thương mại điện tử cần có tiện ích bổ sung như: hỗ trợ tư vấn trực tuyến và hỗ trợ đa ngôn ngữ.

2.5. Nâng cấp hệ thống bảo mật thông tin

Những thông tin của khách hàng cần được bảo mật tuyệt đối để bảo vệ người tiêu dùng và bảo vệ doanh nghiệp. Không chỉ vậy hệ thống dữ liệu của các nhân hàng cũng là những data quan trọng. Cần có những biện pháp để người dùng có thể lấy lại tài khoản trong trường hợp bị mất. Hoặc quản lý và bảo mật tài khoản người tiêu dùng tránh trường hợp bị ăn cắp tài khoản.

3. Khuyến nghị cơ quan chức năng

- Cần hoàn thiện khung pháp lý cho phát triển thương mại điện tử: Hiện nay, tại Việt Nam khung pháp lý nói chung vẫn còn nhiều mảng trống cần phải hoàn thiện. Do đó, hoàn thiện chính sách, pháp luật về thương mại điện tử, xây dựng hệ sinh thái cho thương mại điện tử và kinh tế số là một nội dung quan trọng cần được xác định để định hướng phát triển thương mại điện tử trong thời gian tới.

- Hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin: Việc hoàn thiện, đồng bộ và nâng cao hạ tầng công nghệ nói chung sẽ giúp bảo mật thông tin trên mạng được an toàn, bí mật và thuận lợi cho khách hàng. Hạ tầng công nghệ chính là những con đường cao tốc kết nối

để cho các yếu tố phát triển của thương mại điện tử lưu thông trong đó. Việc thực hiện này đòi hỏi sự nỗ lực của nhiều bên, các Bộ ngành và địa phương mới có thể tạo nên một hạ tầng hoàn thiện, đồng bộ cho phát triển thương mại điện tử trong tương lai.

Bên cạnh đó, cũng cần quan tâm đến phương thức thanh toán điện tử đang ngày càng phát triển với hàng loạt các ứng dụng thanh toán của các ngân hàng. Tuy nhiên hiện nay người tiêu dùng còn đang e ngại về tính tiện dụng và độ bảo mật của phương thức thanh toán này. Bên cạnh đó sự quản lý trên phương diện tài chính tiền tệ còn chưa thực sự đầy đủ, chưa nhất quán, đặc biệt là trong giao dịch thanh toán điện tử xuyên biên giới còn nhiều bất cập mà chúng ta chưa giải quyết được.

Để thương mại điện tử phát triển một bước cao hơn, việc thanh toán trực tuyến là yêu cầu tất yếu. Để làm được việc này, ngoài việc các ngân hàng, các trung gian thanh toán hoàn thiện về mặt hạ tầng thanh toán, cần có những tác nhân, biện pháp cụ thể để từng bước thay đổi nhận thức và thói quen người tiêu dùng đối với việc thanh toán không dùng tiền mặt.

- Hoàn thiện hạ tầng logistics: Logistics là một phần không thể thiếu trong sự phát triển của thương mại điện tử và chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng chi phí đơn hàng giao dịch thương mại điện tử. Ngoài ra, hạ tầng và năng lực logistics còn tác động tới sự thành công hay thất bại của một đơn hàng, từ đó tác động tới sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Sự liên kết giữa thị trường và hạ tầng logistics sẽ giúp thông suốt các quy trình phân phối, xuất khẩu hàng hóa, tiết kiệm chi phí, thời gian và nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và cho doanh nghiệp Việt Nam.

- Giải pháp về thị trường: Về phía cơ quan quản lý, cần hỗ trợ doanh nghiệp phân phối hàng hóa trong và ngoài nước một cách hiệu quả với chi phí thấp nhất. Ngoài ra, các cơ quan quản lý cũng cần có phương án hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm đẩy mạnh các hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới một cách bài bản hơn, tạo điều kiện cho doanh nghiệp sản xuất Việt đa dạng hóa các kênh xuất khẩu tại các thị trường nước ngoài./.

Tài liệu tham khảo

Giáo trình Thương mại điện tử - Đại học Ngoại Thương Hà Nội — 2013.

Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2015, 2016, 2017, 2018 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam.

Nguyễn Đình Luận, Tổng quan về thương mại điện tử ở Việt Nam, Tạp chí Tài chính, số tháng 8/2015.

Thương mại điện tử với cách mạng công nghiệp 4.0, Bộ Khoa học và Công nghệ, Cục Thông tin khoa học và công nghệ quốc gia, tháng 11/2017.