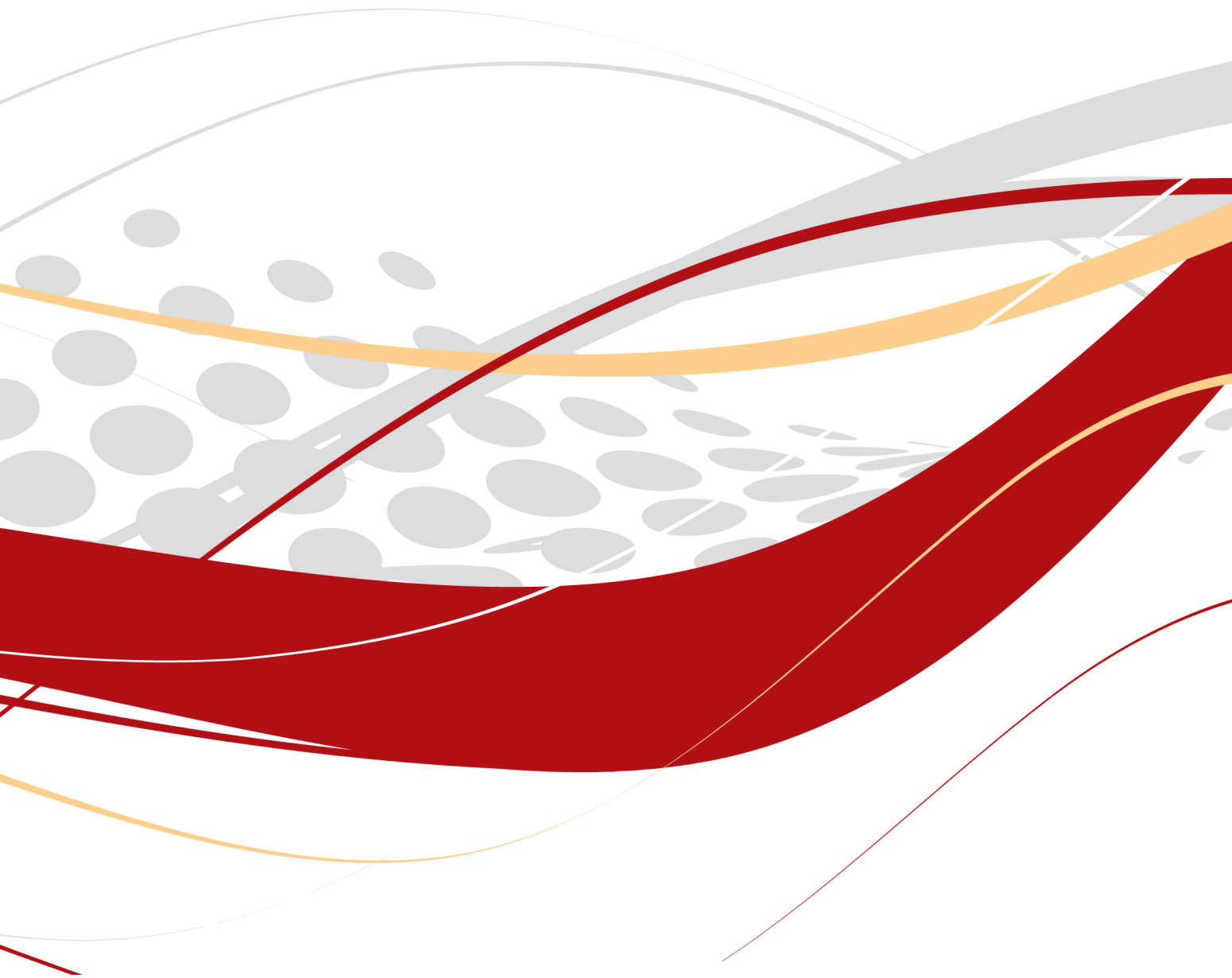


BỘ CÔNG THƯƠNG

Báo cáo

Thương mại điện tử
Việt Nam 2010



LỜI GIỚI THIỆU

Sau 5 năm triển khai Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg ngày 15 tháng 9 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ về Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010 (Quyết định 222), thương mại điện tử Việt Nam đã khẳng định được vị trí của mình trong các hoạt động kinh tế - xã hội, góp phần tích cực cho sự phát triển nhanh và bền vững của doanh nghiệp và đất nước.

Để làm cơ sở cho việc tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện Quyết định 222 và hỗ trợ cho việc triển khai Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 1073/QĐ-TTg ngày 12 tháng 7 năm 2010 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011-2015, trong năm 2010 Bộ Công Thương đã tổ chức điều tra, khảo sát tình hình ứng dụng thương mại điện tử tại 3.400 doanh nghiệp trên cả nước. Trên cơ sở số liệu thu thập được, Bộ Công Thương đã tiến hành phân tích, tổng hợp và đưa ra những đánh giá toàn diện về hiện trạng ứng dụng thương mại điện tử của doanh nghiệp Việt Nam năm 2010. Ngoài ra, Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010 cũng tập trung giới thiệu về hai lĩnh vực quan trọng trong thương mại điện tử, bao gồm marketing trực tuyến và vấn đề an toàn thông tin.

Chúng tôi hy vọng rằng, Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010, cũng như Báo cáo Thương mại điện tử các năm trước sẽ là tài liệu hữu ích cung cấp thông tin đầy đủ cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư, cơ quan quản lý nhà nước và tất cả cá nhân có quan tâm tới lĩnh vực thương mại điện tử.

Thay mặt Bộ Công Thương, tôi xin chân thành cảm ơn các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và chuyên gia đã nhiệt tình hỗ trợ, phối hợp và cung cấp thông tin trong quá trình biên soạn Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010. Mặc dù đã hết sức cố gắng, nhưng có thể Báo cáo vẫn còn một số thiếu sót. Do đó, chúng tôi rất mong nhận được nhiều ý kiến góp ý, phê bình của Quý độc giả để Báo cáo Thương mại điện tử hàng năm ngày càng hoàn thiện.

Xin trân trọng giới thiệu đến Quý độc giả.

Hà Nội, tháng 02 năm 2011



PGS. TS. Lê Danh Vĩnh

Thủ trưởng Thường trực Bộ Công Thương

TỔNG QUAN

Năm 2010 là năm cuối cùng thực hiện Kế hoạch 5 năm 2006-2010, Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001-2010 và cũng là năm kết thúc thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010.

Kinh tế Việt Nam năm 2010 chịu tác động mạnh của nhiều yếu tố bên ngoài như kinh tế thế giới phục hồi chậm, chưa vững chắc, v.v...; nợ công, thâm hụt ngân sách lớn tại Châu Âu, Hoa Kỳ, Nhật Bản; tỷ lệ thất nghiệp cao, lạm phát, tăng trưởng nóng, v.v... tại các nền kinh tế mới nổi như Trung Quốc, Ấn Độ; xu hướng tăng cường bảo hộ mậu dịch trên thế giới, v.v...

Trong nước, tình hình kinh tế - xã hội có những điều kiện thuận lợi như hết năm 2009 nền kinh tế đã lấy lại đà tăng trưởng, các cân đối vĩ mô ổn định, lạm phát được kiểm chế. Tuy nhiên, Việt Nam cũng phải đối mặt với khá nhiều khó khăn, thách thức như: tăng trưởng kinh tế chưa thực sự ổn định, khả năng tái lạm phát cao vẫn tiềm ẩn, nhập siêu còn lớn, sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, nền kinh tế còn thấp, v.v...

Trước tình hình đó, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách, giải pháp mạnh mẽ và triển khai thực hiện quyết liệt nhằm thực hiện tốt mục tiêu kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2010. Được sự hỗ trợ của Nhà nước, các doanh nghiệp đã rất nỗ lực ổn định, mở rộng sản xuất, kinh doanh; tăng cường khai thác thị trường nội địa và đẩy mạnh tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới. Kết quả năm 2010, với sự chỉ đạo sát sao, quyết liệt của Chính phủ, sự đồng thuận và hưởng ứng của các doanh nghiệp và toàn thể nhân dân, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục giữ được sự ổn định với tốc độ tăng trưởng GDP đạt 6,78%.¹ Trong bối cảnh chung của năm 2010, thương mại điện tử (TMĐT) đã tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng của mình như là một công cụ đặc lực hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm, củng cố quan hệ khách hàng, cắt giảm chi phí sản xuất kinh doanh, v.v...

Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010 được xây dựng trên cơ sở đánh giá tổng quát tình hình thực hiện các mục tiêu và nhóm giải pháp chính tại Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010, hiện trạng ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp trong năm 2010. Báo cáo cũng tổng hợp, phân tích, nhận định về hoạt động marketing trực tuyến, một ứng dụng TMĐT đang phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây. Ngoài ra, Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010 cũng dành một chương để giới thiệu về vấn đề an toàn thông tin, một trong các trở ngại hàng đầu đối với sự phát triển của TMĐT Việt Nam. Trên cơ sở đó, Báo cáo đề xuất một số khuyến nghị nhằm triển khai tốt Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2011-2015 được Thủ tướng Chính phủ ban hành tại Quyết định số 1073/QĐ-TTg ngày 12 tháng 7 năm 2010.

¹ Nguồn: Nghị quyết phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 12 năm 2010.

Phần tổng quan này sẽ điểm lại những nét nổi bật của TMĐT Việt Nam sau 5 năm thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010.

I. KHUNG PHÁP LÝ VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ ĐÃ HÌNH THÀNH

Từ năm 2005 đến nay, sau khi Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 15 tháng 9 năm 2005, hệ thống văn bản pháp luật của Việt Nam về lĩnh vực TMĐT liên tục được bổ sung, hoàn thiện.

Văn bản đầu tiên điều chỉnh chuyên sâu về lĩnh vực này là Luật Giao dịch điện tử được Quốc hội ban hành vào tháng 11 năm 2005, đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội qua việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu và quy định về chữ ký điện tử. Năm 2006 Quốc hội ban hành Luật Công nghệ thông tin quy định tổng thể về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm và phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin.

Việc ra đời của Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin đã tạo cơ sở để Chính phủ và các Bộ ngành ban hành các văn bản dưới Luật điều chỉnh những lĩnh vực cụ thể của giao dịch điện tử. Từ năm 2006-2010 bảy văn bản cấp Nghị định đã được ban hành, bao gồm: Nghị định về TMĐT, Nghị định về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số, Nghị định về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính, Nghị định về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng, Nghị định về Ứng dụng CNTT trong cơ quan nhà nước, Nghị định về Chống thư rác, Nghị định về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và cung cấp thông tin điện tử trên Internet. Các Bộ ngành cũng đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn chi tiết triển khai các Nghị định trên.

Bên cạnh đó, khung chế tài cho việc xử lý vi phạm hành chính liên quan đến ứng dụng TMĐT và CNTT cũng dần được hoàn thiện với Nghị định số 63/2007/NĐ-CP ban hành năm 2007 quy định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực CNTT, Nghị định số 06/2008/NĐ-CP năm 2008 về xử phạt hành chính trong lĩnh vực thương mại và Nghị định số 28/2009/NĐ-CP năm 2009 quy định việc xử phạt hành chính trong lĩnh vực quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và cung cấp thông tin điện tử trên Internet. Ngoài ra, năm 2009 Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật hình sự, bổ sung thêm một số tội danh và nâng cao hình phạt đối với tội phạm sử dụng công nghệ cao, trong đó có tội phạm trong lĩnh vực TMĐT.

Với hệ thống văn bản khá đầy đủ như trên, có thể khẳng định đến hết năm 2010, khung pháp lý về TMĐT tại Việt Nam đã hình thành, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các ứng dụng TMĐT trong xã hội.

II. TMĐT ĐÃ TRỞ THÀNH ỨNG DỤNG QUAN TRỌNG TRONG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

Kết quả điều tra, khảo sát của Bộ Công Thương với 3.400 doanh nghiệp trên cả nước trong năm 2010 cho thấy, đến năm 2010 hầu hết các doanh nghiệp trên cả nước, hoạt động trong tất cả các lĩnh vực đã tổ chức triển khai ứng dụng TMĐT ở nhiều mức độ và quy mô khác nhau.

Theo kết quả khảo sát, 100% doanh nghiệp tham gia khảo sát đã trang bị máy tính, với 98% doanh nghiệp đã kết nối Internet dưới nhiều hình thức khác nhau, trong đó 89% là kết nối bằng băng rộng (ADSL). Trên 81% doanh nghiệp sử dụng email trong hoạt động sản xuất kinh doanh, với tỷ lệ sử dụng của các doanh nghiệp lớn là 96%, doanh nghiệp nhỏ và vừa là 80%. Việc sử dụng các phần mềm chuyên dụng được các doanh nghiệp sử dụng ngày càng nhiều để tăng hiệu quả sản xuất, kinh doanh như kế toán (88%), quản lý nhân sự (48%), v.v... Hầu hết các doanh nghiệp đều chấp nhận việc đặt hàng hoặc nhận đặt hàng qua các phương tiện điện tử, trong đó số lượng doanh nghiệp đặt và chấp nhận đặt hàng thông qua Internet ngày càng tăng. Theo khảo sát, tỷ lệ doanh nghiệp nhận đặt hàng qua email là 52%, qua website đặt 15%, trong khi đó tỷ lệ doanh nghiệp đặt hàng qua email là 53% và qua website là 21%. Các doanh nghiệp cũng đã nhận thức được và quan tâm nhiều hơn tới những vấn đề đặc thù trong TMĐT như bảo đảm an toàn thông tin, bảo vệ thông tin cá nhân.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng rất chú trọng tới việc xây dựng, quảng bá hình ảnh và sản phẩm trên môi trường Internet thông qua việc xây dựng website riêng; tham gia các sàn giao dịch TMĐT, mạng xã hội; quảng cáo trên các báo điện tử, các website tìm kiếm thông tin nổi tiếng như google.com, yahoo.com, v.v... Kết quả khảo sát cho thấy, 38% doanh nghiệp đã xây dựng website riêng, 14% doanh nghiệp tham gia các sàn giao dịch TMĐT.

Với thực trạng ứng dụng như trên, TMĐT đã trở thành bạn đồng hành không thể thiếu của tất cả các doanh nghiệp Việt Nam.

III. CUNG CẤP DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN DẪN ĐI VÀO CUỘC SỐNG

Hoạt động cung cấp dịch vụ công trực tuyến đã được các Bộ ngành, địa phương chú trọng triển khai trong các năm gần đây. Tính đến hết năm 2010, hầu như tất cả các Bộ ngành, Ủy ban nhân dân các tỉnh thành phố trực thuộc Trung ương đã xây dựng website để giao tiếp với công dân và các tổ chức trong xã hội thông qua việc cung cấp những dịch vụ công trực tuyến cơ bản như: cung cấp thông tin về cơ cấu tổ chức, hoạt động của cơ quan; phổ biến văn bản quy phạm pháp luật; quy trình thủ tục hành chính công; tương tác với tổ chức cá nhân qua website; v.v. ...

Bên cạnh việc cung cấp các dịch vụ công trực tuyến cơ bản như trên, trong thời gian qua các cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương và địa phương đã quan tâm đẩy mạnh việc cung cấp trực tuyến ở mức độ 3 nhiều dịch vụ có ảnh hưởng lớn tới thương mại và hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp như cấp giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, chứng nhận thành lập văn phòng đại diện, chứng nhận thành lập doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, cấp chứng nhận xuất xứ điện tử, thủ tục hải quan điện tử, khai thuế điện tử, đấu thầu qua mạng, v.v. ...

Đặc biệt, đã có một số dịch vụ công trực tuyến đạt mức độ 4 như dịch vụ về cấp phép họp báo, hội thảo, hội nghị có yếu tố nước ngoài của Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh tại địa chỉ www.ict-hcm.gov.vn được triển khai từ tháng 2 năm 2010, dịch vụ cấp giấy phép xác nhận khai báo hóa chất trực tuyến của Bộ Công Thương tại địa chỉ www.cuchoachat.gov.vn triển khai từ tháng 6 năm 2010, v.v. ...

Ngoài ra, với việc quyết tâm thực hiện tốt Quyết định số 30/QĐ-TTg ngày 10 tháng 01 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Đề án đơn giản hóa thủ tục hành chính trên các lĩnh vực quản lý nhà nước giai đoạn 2007-2010, trong giai đoạn vừa qua các Bộ ngành, địa phương cũng đã đẩy mạnh việc cung cấp trực tuyến nhiều dịch vụ công khác với quy trình thủ tục, hồ sơ cắt giảm phù hợp, tạo thêm thuận lợi cho doanh nghiệp. Đến nay, hầu hết dịch vụ công của các Bộ, ngành đã được cung cấp trực tuyến ở mức độ 2.

IV. ĐÀO TẠO CHÍNH QUY VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ PHÁT TRIỂN

Nắm bắt được nhu cầu của doanh nghiệp và xu hướng phát triển của TMĐT, trong thời gian qua các cơ sở đào tạo đã từng bước triển khai hoạt động đào tạo chính quy về TMĐT.

Theo khảo sát của Bộ Công Thương với 125 trường đại học và cao đẳng trên cả nước trong năm 2010, có 77 trường đã tiến hành đào tạo TMĐT, bao gồm 49 trường đại học và 28 trường cao đẳng. Trong số các trường đại học đã đào tạo TMĐT, có 01 trường đã thành lập khoa TMĐT, 10 trường thành lập bộ môn TMĐT. Trong số các trường cao đẳng, có 01 trường thành lập khoa TMĐT, 4 trường thành lập bộ môn TMĐT. Từ năm 2008-2010 có thêm 15 trường tổ chức giảng dạy TMĐT.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy, phần lớn giảng viên về TMĐT của các trường chủ yếu là giảng viên ngành khác được bồi dưỡng thêm về TMĐT hoặc tự nghiên cứu để giảng dạy TMĐT, chỉ có 19% trường có giảng viên được đào tạo chuyên ngành TMĐT. Giáo trình giảng dạy TMĐT của các trường chủ yếu do giáo viên tự biên soạn (78%) hoặc trường biên soạn (34%), một số trường sử dụng giáo trình của các cơ sở đào tạo khác ở trong nước (32%) hoặc nước ngoài (19%). Về giảng viên, chỉ có 19% trường có giảng viên được đào tạo chuyên ngành TMĐT, 94% trường có giảng viên ngành khác được bồi dưỡng thêm về TMĐT hoặc tự nghiên cứu để giảng dạy TMĐT. Tuy nhiên, các trường cũng cho biết, trong thời gian tới số lượng giảng viên được đào tạo chuyên ngành về TMĐT sẽ tăng lên.

V. MUA BÁN HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ QUA MẠNG PHÁT TRIỂN NHANH TẠI CÁC ĐÔ THỊ LỚN

Từ năm 2009 đến nay, việc mua bán qua mạng đã trở thành một hình thức được người tiêu dùng trẻ ưa chuộng, đặc biệt là những người làm việc trong các cơ quan, doanh nghiệp, văn phòng tại các đô thị lớn như Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Theo kết quả khảo sát của Bộ Công Thương trong năm 2010 về tình hình ứng dụng TMĐT tại 500 hộ gia đình trên địa bàn thành phố Hà Nội, 49% hộ gia đình đã kết nối Internet, trong đó 18% cho biết mục đích truy cập Internet có liên quan tới thương mại điện tử và 4% từng sử dụng dịch vụ thanh toán hoặc ngân hàng trực tuyến khi truy cập Internet.

Việc bán hàng trực tuyến được rất nhiều doanh nghiệp triển khai thực hiện, đi đầu là doanh nghiệp trong các lĩnh vực hàng không, du lịch, phân phối, bán lẻ hàng tiêu dùng, v.v... Tới nay, việc mua bán qua mạng đã trở nên khá phổ biến đối với nhiều loại chủng loại hàng hóa và dịch vụ đa dạng như vé máy bay, hàng điện - điện tử, đồ nội thất, điện thoại di động, máy tính, sách, tour du lịch, đặt phòng khách sạn, v.v... Phương thức thanh toán được người bán thực hiện rất linh hoạt, đáp ứng

hầu hết các yêu cầu của người mua từ thanh toán sau khi nhận hàng, chuyển khoản cho đến thanh toán trực tuyến.

Hiện nay, một số doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ thiết yếu cho sinh hoạt của các hộ gia đình như điện, nước, viễn thông đã triển khai thử nghiệm hoặc có kế hoạch triển khai thu phí dịch vụ qua Internet.

Các giao dịch giữa người mua và người bán chủ yếu được thực hiện thông qua các website của doanh nghiệp, sàn giao dịch TMĐT, mạng xã hội trực tuyến. Ngoài ra, sự phát triển nhanh chóng của dịch vụ viễn thông di động trong các năm gần đây với đặc điểm nổi bật là giá dịch vụ rẻ, số lượng người sử dụng điện thoại di động tăng mạnh là điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động mua bán qua phương tiện điện thoại di động tăng khá nhanh trong thời gian qua.

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	3
TỔNG QUAN	4
I. KHUNG PHÁP LÝ VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ ĐÃ HÌNH THÀNH	5
II. TMĐT ĐÃ TRỞ THÀNH ỨNG DỤNG QUAN TRỌNG TRONG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP	5
III. CUNG CẤP DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN DẪN ĐI VÀO CUỘC SỐNG	6
IV. ĐÀO TẠO CHÍNH QUY VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ PHÁT TRIỂN	7
V. MUA BÁN HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ QUA MẠNG PHÁT TRIỂN NHANH TẠI CÁC ĐÔ THỊ LỚN	7
Chương I: TỔNG KẾT 5 NĂM TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2006-2010	19
I. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC MỤC TIÊU ĐỀ RA TẠI KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2006-2010	20
1. Doanh nghiệp	20
2. Người tiêu dùng	20
3. Chính phủ	21
II. TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI CÁC NHÓM GIẢI PHÁP CHỦ YẾU	21
1. Tuyên truyền, phổ biến và đào tạo về TMĐT	21
2. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật	26
3. Cung cấp dịch vụ công trực tuyến	39
4. Phát triển công nghệ hỗ trợ TMĐT	45
5. Thực thi pháp luật liên quan đến TMĐT	48
6. Hợp tác quốc tế về TMĐT	53
III. ĐÁNH GIÁ CHUNG	57
1. Tình hình tổ chức triển khai Quyết định 222	57
2. Kết quả tích cực	57

3. Hạn chế và khó khăn	58
Chương II: TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP	59
I. THÔNG TIN CHUNG	60
1. Quy mô khảo sát	60
2. Mẫu phiếu khảo sát và người điền phiếu	60
3. Phân bố doanh nghiệp tham gia cuộc điều tra	61
II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	63
1. Máy tính	63
2. Internet	66
3. Email	67
4. Bảo mật và bảo vệ thông tin cá nhân	68
5. Cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử	69
III. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	72
1. Phần mềm	72
2. Website	73
3. Sàn giao dịch thương mại điện tử	77
4. Nhận đơn đặt hàng	77
5. Đặt hàng	78
IV. HIỆU QUẢ ỨNG DỤNG TMĐT VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP	79
1. Đầu tư cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp	79
2. Hiệu quả	79
3. Trở ngại	81
4. Đề xuất của doanh nghiệp	82
V. HỘ GIA ĐÌNH THAM GIA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	82
1. Giới thiệu	82
2. Tình hình truy cập và sử dụng Internet trong các hộ gia đình	83
3. Tình hình tham gia TMĐT của các hộ gia đình	85

Chương III: AN TOÀN THÔNG TIN TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	89
I. THỰC TRẠNG AN TOÀN THÔNG TIN TẠI VIỆT NAM	90
1. Môi trường pháp lý liên quan đến an toàn thông tin	90
2. Hạ tầng công nghệ về an toàn thông tin	93
3. Hiện trạng ứng dụng chữ ký số tại khối cơ quan nhà nước hiện nay	97
4. An toàn, an ninh về dữ liệu và nội dung số	100
5. Phát triển nguồn nhân lực về an toàn thông tin	101
II. CÁC MỐI ĐE DỌA AN TOÀN THÔNG TIN ĐIỂN HÌNH TRONG GIAO DỊCH TMĐT	101
1. Tội phạm sử dụng công nghệ cao	101
2. Tội phạm trong thương mại điện tử	102
3. Các hành vi gây rối, cạnh tranh không lành mạnh	103
III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH AN TOÀN THÔNG TIN	104
1. Nâng cao nhận thức và đẩy mạnh tuyên truyền về an toàn thông tin	104
2. Hoàn thiện các cơ chế, chính sách về an toàn thông tin	104
3. Phát triển nguồn nhân lực về an toàn thông tin	104
4. Tăng cường hợp tác quốc tế về an toàn thông tin	104
Chương IV: MARKETING TRỰC TUYẾN	105
I. CÁC CÔNG CỤ CƠ BẢN CỦA MARKETING TRỰC TUYẾN	106
1. Trang thông tin điện tử (Website)	106
2. SEM	107
3. Email marketing - Tiếp thị qua thư điện tử	108
4. Quảng cáo trực tuyến	108
5. Mobile marketing (m-marketing)	110
6. Viral marketing	111
7. Kênh truyền thông xã hội (Social Media Marketing)	111
II. BỐI CẢNH ỨNG DỤNG TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN TẠI VIỆT NAM	112
1. Hệ thống văn bản pháp lý về giao dịch điện tử, công nghệ thông tin	112

2. Văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới tiếp thị, quảng cáo điện tử	113
3. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan khác	113
III. THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI VÀ ỨNG DỤNG TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN	115
1. Nhu cầu về dịch vụ tiếp thị trực tuyến	115
2. Thực trạng cung cấp dịch vụ	116
3. Thực trạng ứng dụng dịch vụ	119
KHUYẾN NGHỊ	123
I. ĐỐI VỚI CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC	124
1. Nhanh chóng triển khai việc xây dựng và phê duyệt kế hoạch phát triển TMĐT của Bộ ngành, địa phương	124
2. Tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến về TMĐT	124
3. Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng các mô hình TMĐT phù hợp	125
4. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến TMĐT	125
II. ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP	126
1. Tăng cường ứng dụng TMĐT để nâng cao hiệu quả kinh doanh	126
2. Nâng cao nhận thức về vấn đề an toàn thông tin trong TMĐT	126
III. ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG	126
PHỤ LỤC 1: Các văn bản liên quan tới thương mại điện tử và công nghệ thông tin giai đoạn 2006-2010	141
PHỤ LỤC 2: Tổng kết tình hình triển khai các chương trình, dự án của Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010	145
PHỤ LỤC 3: Phiếu điều tra doanh nghiệp ứng dụng TMĐT năm 2010	151
PHỤ LỤC 4: Đánh giá, xếp hạng mức độ cung cấp dịch vụ công trực tuyến năm 2011 của địa phương và các Bộ, cơ quan ngang Bộ	155

MỤC LỤC BẢNG

Bảng I.1: Khung pháp lý cơ bản cho giao dịch điện tử tại Việt Nam	28
Bảng I.2: Sự phát triển của Chính phủ điện tử ở Đông Nam Á	40
Bảng I.3: Tổng hợp số lượng đơn vị cung cấp và dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 qua các năm	41
Bảng I.4: Các địa phương có mức độ cung cấp dịch vụ công trực tuyến được xếp hạng cao nhất	41
Bảng I.5: Các bộ tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử	45
Bảng II.1: Quy mô khảo sát qua các năm	60
Bảng II.2: Tỷ lệ máy tính theo lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	65
Bảng II.3: Tỷ lệ máy tính theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010	65
Bảng II.4: Tỷ lệ máy tính theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	66
Bảng II.5: Hình thức kết nối Internet theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010	67
Bảng II.6: Tỷ lệ sử dụng email theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	67
Bảng II.7: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT theo loại hình của doanh nghiệp năm 2010	71
Bảng II.8: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	71
Bảng II.9: Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website riêng theo lĩnh vực hoạt động năm 2010	75
Bảng II.10: Tình hình cập nhật website của doanh nghiệp năm 2010	76
Bảng II.11: Doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để nhận đơn đặt hàng năm 2010	78
Bảng II.12: Quy mô doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để nhận đơn đặt hàng năm 2010	78
Bảng II.13: Doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để đặt hàng năm 2010	78
Bảng II.14: Quy mô doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để đặt hàng năm 2010	78
Bảng II.15: Cơ cấu đầu tư cho CNTT theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	79
Bảng II.16: Xu hướng doanh thu từ các phương tiện điện tử của doanh nghiệp qua các năm	80
Bảng II.17: Xu hướng doanh thu từ các phương tiện điện tử theo địa bàn hoạt động năm 2010	80

Bảng II.18: Đề xuất của doanh nghiệp	82
Bảng II.19: Mục đích truy cập Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	84
Bảng II.20: Các công cụ tìm kiếm được hộ gia đình tại Hà Nội sử dụng năm 2010	85
Bảng II.21: Tình hình sử dụng các mạng xã hội của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	85
Bảng II.22: Tỷ lệ mua trực tuyến các sản phẩm của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	86
Bảng II.23: Lý do chưa tham gia mua hàng trực tuyến của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	86
Bảng II.24: Dịch vụ thanh toán trực tuyến được hộ gia đình tại Hà Nội biết đến năm 2010	87
Bảng II.25: Tỷ lệ sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	87
Bảng III.1: Một số văn bản liên quan đến an toàn thông tin	91
Bảng III.2: Mức độ quan tâm của các nhóm doanh nghiệp đối với công tác đảm bảo an toàn thông tin trong các giao dịch TMĐT	96
Bảng III.3: Tình hình ban hành các chuẩn liên quan tới an toàn dữ liệu và nội dung số	100
Bảng IV.1: Tỷ lệ các loại quảng cáo trên Internet được người dùng vào xem	115

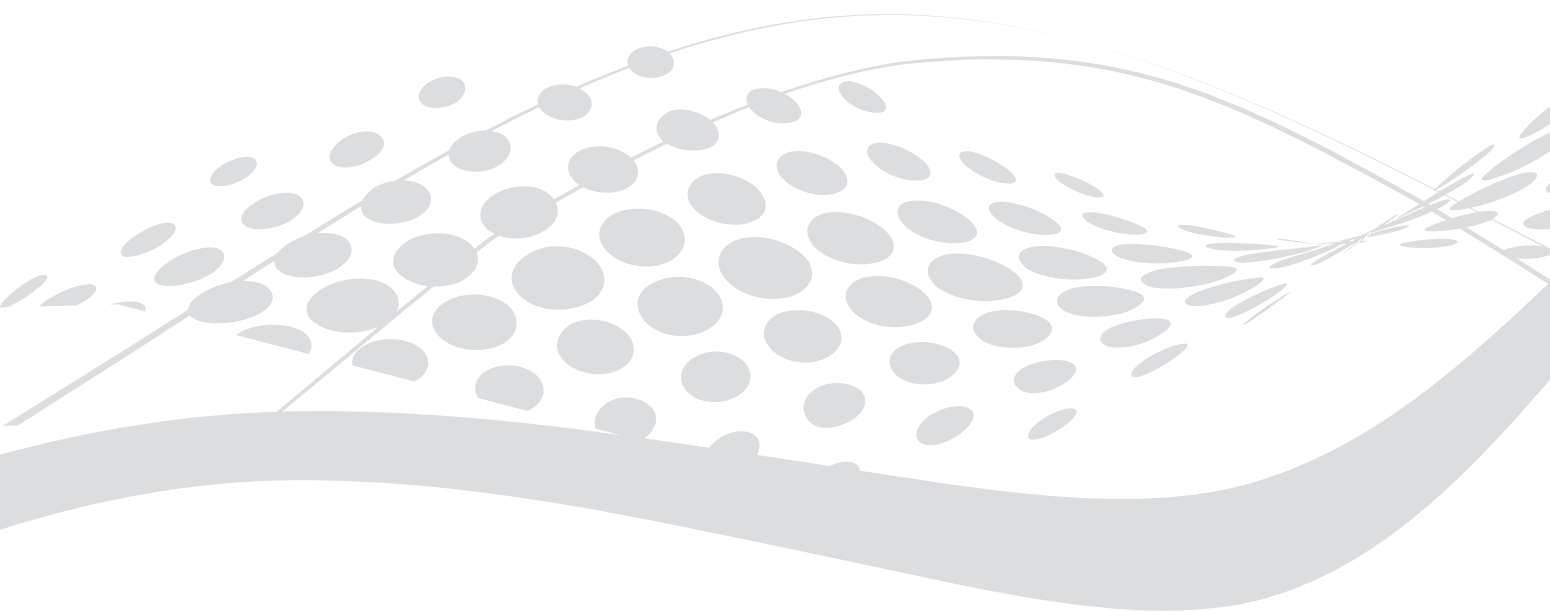
MỤC LỤC HÌNH

Hình I.1: Số trường đào tạo TMĐT năm 2008 và 2010	25
Hình I.2: Khung pháp lý TMĐT	27
Hình I.3: Các khía cạnh của bảo vệ thông tin cá nhân	37
Hình II.1: Người đại diện doanh nghiệp trả lời phiếu khảo sát năm 2010	61
Hình II.2: Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát qua các năm	61
Hình II.3: Loại hình của doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010	62
Hình II.4: Lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010	62
Hình II.5: Địa bàn hoạt động của doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010	63
Hình II.6: Số lượng máy tính trong doanh nghiệp qua các năm	64
Hình II.7: Số lượng máy tính trong doanh nghiệp theo địa bàn hoạt động năm 2010	64
Hình II.8: Hình thức kết nối Internet theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	66
Hình II.9: Tình hình ứng dụng email cho mục đích kinh doanh của doanh nghiệp năm 2010	67
Hình II.10: Tỷ lệ các biện pháp bảo mật trong doanh nghiệp năm 2010	68
Hình II.11: Tỷ lệ doanh nghiệp theo số lượng biện pháp bảo vệ thông tin năm 2010	68
Hình II.12: Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân theo quy mô doanh nghiệp năm 2010	69
Hình II.13: Tỷ lệ cán bộ chuyên trách TMĐT trong doanh nghiệp qua các năm	70
Hình II.14: Cán bộ chuyên trách về TMĐT theo lĩnh vực của doanh nghiệp năm 2010	70
Hình II.15: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT trong doanh nghiệp qua các năm	71
Hình II.16: Tỷ lệ ứng dụng các phần mềm CNTT và TMĐT của doanh nghiệp năm 2010	72
Hình II.17: Tỷ lệ ứng dụng phần mềm theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010	73
Hình II.18: Tỷ lệ ứng dụng phần mềm theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010	73
Hình II.19: Tình hình sở hữu website của doanh nghiệp qua các năm	74
Hình II.20: Thời điểm thành lập website của doanh nghiệp đã sở hữu website	74
Hình II.21: Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website theo địa bàn hoạt động năm 2010	75
Hình II.22: Tình hình cập nhật website của doanh nghiệp qua các năm	76
Hình II.23: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMĐT qua các năm	77

Hình II.24: Cơ cấu chi phí đầu tư cho CNTT trong doanh nghiệp năm 2010	79
Hình II.25: Đánh giá các tác dụng của ứng dụng TMĐT đối với doanh nghiệp năm 2010	80
Hình II.26: Đánh giá các trở ngại đối với ứng dụng của TMĐT của doanh nghiệp năm 2010	81
Hình II.27: Phương tiện truy cập Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	83
Hình II.28: Tần suất sử dụng các dịch vụ Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010	84
Hình III.1: Thống kê của VNISA về các hình thức tấn công Internet	94
Hình III.2: Thống kê của VNISA về các công nghệ đảm bảo ATTT	95
Hình III.3: Danh sách 12 quốc gia có tỷ lệ thư rác cao nhất thế giới	103
Hình IV.1: Số lượng tên miền .vn đã đăng ký qua các năm	106
Hình IV.2: Các mạng xã hội được ưa chuộng nhất Việt Nam thời kỳ hậu Yahoo!360	117
Hình IV.3: Doanh số quảng cáo trên Internet tại Việt Nam 2006 - 2011	119

MỤC LỤC HỘP

Hộp I.1: Một số quy định trong Luật Viễn thông 2009 về tên miền Internet	31
Hộp I.2: Các văn bản pháp luật quy định về thông điệp dữ liệu tại Việt Nam	32
Hộp I.3: Khái niệm “Chứng tử điện tử” trong Nghị định về Thương mại điện tử và Nghị định về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	33
Hộp I.4: Quy định về giao kết hợp đồng trong Thông tư 09/2008/TT-BCT	34
Hộp I.5: Quy định về hóa đơn điện tử trong Nghị định 51/2010/NĐ-CP	35
Hộp I.6: Hành lang pháp lý cho chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số	36
Hộp I.7: Các mức độ dịch vụ công trực tuyến tại Việt Nam	40
Hộp I.8: Thuận lợi, khó khăn trong quá trình triển khai cung cấp trực tuyến các dịch vụ công	44
Hộp III.1: Các tiêu chuẩn liên quan tới an toàn thông tin	92
Hộp III.2: Một số quy định có liên quan tới an toàn thông tin trong Luật bảo vệ người tiêu dùng	92
Hộp III.3: Một số nhà cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	96
Hộp III.4: VietNamNet là mục tiêu tấn công DDOS của tin tặc	100
Hộp IV.1: So sánh giao diện website Amazon 1998 và 2009	107
Hộp IV.2: Giới thiệu về trang báo điện tử VnExpress.net	109
Hộp IV.3: Hình ảnh về quảng cáo Interstitial	110
Hộp IV.4: Các hình thức mobile marketing	111
Hộp IV.5: Mạng xã hội Facebook và Zingme tại Việt Nam	112
Hộp IV.6: Chiến dịch quảng cáo Pepsi Tứ linh Tết Kỷ Sửu	120



CHƯƠNG I

**TỔNG KẾT 5 NĂM TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH
TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2006-2010**

I. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC MỤC TIÊU ĐỀ RA TẠI KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2006-2010

1. Doanh nghiệp

Mục tiêu 1: Khoảng 60% doanh nghiệp có quy mô lớn tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình “doanh nghiệp với doanh nghiệp”.

Năm 2010, Bộ Công Thương đã tiến hành khảo sát tình hình ứng dụng TMĐT với hơn 3.400 doanh nghiệp trên toàn quốc. Kết quả khảo sát cho thấy tỷ lệ ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp lớn (có từ 300 lao động trở lên) đã vượt mục tiêu đề ra tại Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010. Cụ thể, 70% số doanh nghiệp lớn tham gia khảo sát đã thiết lập website, 95% nhận đơn đặt hàng qua các phương tiện điện tử, 85% đã triển khai các phần mềm tác nghiệp phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh và 96% sử dụng thư điện tử thường xuyên cho mục đích kinh doanh. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp khai thác các ứng dụng này ở mức độ chuyên sâu và thật sự hiệu quả chưa cao.

Mục tiêu 2: Khoảng 80% doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa biết tới tiện ích của thương mại điện tử và tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình “doanh nghiệp với người tiêu dùng” hoặc “doanh nghiệp với doanh nghiệp”.

Theo kết quả khảo sát năm 2010 của Bộ Công Thương, hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa đã biết tới và đánh giá cao những lợi ích mà TMĐT mang lại. Phần lớn doanh nghiệp đã tích cực triển khai ứng dụng TMĐT ở các mức độ khác nhau. Đến cuối năm 2010, 100% doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia khảo sát đã trang bị máy tính, 98% có kết nối Internet, 80% sử dụng thư điện tử thường xuyên cho mục đích kinh doanh và 85% đã chấp nhận đơn đặt hàng qua các phương tiện điện tử. Như vậy, đến cuối năm 2010 mục tiêu 80% doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa biết tới tiện ích của TMĐT và tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình “doanh nghiệp với người tiêu dùng” hoặc “doanh nghiệp với doanh nghiệp” đã được hoàn thành.

2. Người tiêu dùng

Mục tiêu 3: Khoảng 10% hộ gia đình tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình “doanh nghiệp với người tiêu dùng” hoặc “người tiêu dùng với người tiêu dùng”.

Năm 2010, Bộ Công Thương tiến hành khảo sát tình hình ứng dụng TMĐT tại 500 hộ gia đình trên địa bàn thành phố Hà Nội. Kết quả khảo sát cho thấy 49% hộ gia đình đã kết nối Internet, trong đó 18% cho biết mục đích truy cập Internet có liên quan tới thương mại điện tử và 4% từng sử dụng dịch vụ thanh toán hoặc ngân hàng trực tuyến khi truy cập Internet. Tỷ lệ 21% hộ gia đình truy cập Internet thông qua thiết bị cầm tay cho thấy sự lớn mạnh nhanh chóng cũng như tiềm năng của các ứng dụng thương mại điện tử trên nền thiết bị di động (m-commerce). Tuy kết quả khảo sát chỉ phản ánh thực trạng ứng dụng TMĐT trong các hộ gia đình tại thành phố Hà Nội, nhưng với tỷ lệ hộ gia đình có kết nối Internet trên toàn quốc đạt 12,2% vào năm 2010 và số thuê bao di động cuối năm 2010 được thống kê ở mức 172 thuê bao/100 dân, Việt Nam đang có những cơ sở hết sức thuận lợi để đẩy mạnh triển khai ứng dụng thương mại điện tử tới mọi thành phần người tiêu dùng trong toàn xã hội. Các số liệu trên cho thấy giao dịch TMĐT của

người tiêu dùng giai đoạn 5 năm qua gia tăng nhanh chóng và mục tiêu 10% hộ gia đình tiến hành giao dịch TMĐT có thể xem như đã hoàn thành.

3. Chính phủ

Mục tiêu 4: Các chào thầu mua sắm Chính phủ được công bố trên Trang tin điện tử của các cơ quan Chính phủ và ứng dụng giao dịch thương mại điện tử trong mua sắm Chính phủ.

Đến cuối năm 2010, khung pháp lý cho việc ứng dụng giao dịch thương mại điện tử trong mua sắm Chính phủ về cơ bản đã được hoàn thiện. Các nội dung về công bố thông tin đấu thầu và đấu thầu qua mạng đã được quy định khá đầy đủ trong các văn bản như Luật Đấu thầu năm 2005, Nghị định số 58/2008/NĐ-CP của Chính phủ hướng dẫn thi hành Luật đấu thầu, Thông tư số 26/2009/TT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc cung cấp thông tin và đảm bảo khả năng truy cập thuận tiện đối với trang thông tin điện tử của cơ quan nhà nước và một số văn bản cấp Bộ khác.

Thực hiện các văn bản nói trên, đến cuối năm 2010 các thông tin về đấu thầu, mua sắm công và thông báo mời thầu đã được công bố rộng rãi trên trang thông tin điện tử của nhiều cơ quan Bộ ngành, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Đồng thời, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng đang khẩn trương triển khai Dự án Ứng dụng thương mại điện tử vào mua sắm của Chính phủ.

Với tình hình triển khai như trên, có thể kết luận tới hết năm 2010, mục tiêu công bố các chào thầu mua sắm Chính phủ trên trang thông tin điện tử của các Bộ, ngành và ứng dụng giao dịch TMĐT trong mua sắm Chính phủ đã cơ bản được hoàn thành, tạo tiền đề cho việc triển khai trên diện rộng các hoạt động đấu thầu điện tử trong mua sắm Chính phủ.

II. TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI CÁC NHÓM GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

1. Tuyên truyền, phổ biến và đào tạo về TMĐT

Tuyên truyền, nâng cao nhận thức và phát triển nguồn nhân lực TMĐT là nội dung cơ bản đã được triển khai căn cứ theo những chính sách đề ra tại Quyết định 222. Thay đổi và nâng cao nhận thức về TMĐT là một quá trình đòi hỏi sự tham gia của mọi tầng lớp trong xã hội, trong đó doanh nghiệp và các phương tiện truyền thông đóng vai trò quan trọng. Đây là hai lực lượng năng động và nhạy bén trong việc nắm bắt những xu hướng, trào lưu mới của xã hội. Với sự tham gia chủ động và tích cực của hai nhóm đối tượng này, trong giai đoạn 5 năm qua, các hoạt động tuyên truyền về TMĐT đã diễn ra rất sôi động.

1.1. Tình hình tuyên truyền về TMĐT

Trong thời gian qua, các phương tiện truyền thông như báo viết, báo điện tử, các kênh phát thanh, truyền hình đã tích cực tham gia vào quá trình tuyên truyền về TMĐT. Từ năm 2009, Tạp chí "Thương gia và Thị trường" - tờ báo chính thức của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam được chính thức xuất bản. Tạp chí Công nghiệp của Bộ Công Thương cũng chú trọng tới việc tuyên truyền về TMĐT trong đó đặc biệt là mảng xây dựng chính sách, pháp luật về TMĐT. Với sự cộng tác nhiệt tình từ đông đảo chuyên gia đến từ các cơ quan quản lý nhà nước, viện nghiên

cứu, trường đại học và doanh nghiệp, chuyên mục TMĐT với những bài viết sinh động, sâu sắc, đã cập nhật đầy đủ thông tin về chính sách, pháp luật, xu hướng công nghệ, tình hình đào tạo và diễn biến thị trường TMĐT tại Việt Nam cũng như trên thế giới. Các tờ báo quan trọng trong hoạt động tuyên truyền, phổ biến đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước như Báo Nhân dân, Tạp chí Tư tưởng Văn hóa Trung ương cũng dành sự quan tâm tích cực đến những chủ đề về TMĐT.

Trong mảng báo hình, hoạt động tuyên truyền, phổ biến về TMĐT và công nghệ thông tin của VTV diễn ra năng động, đạt hiệu quả cao. Các chuyên mục “Công nghệ - Đời sống” của VTV1 và “7 ngày công nghệ” của VTV2 được đông đảo khán giả cả nước yêu thích. Từ 2006 tới 2010, VTV đã giới thiệu đến nhân dân nhiều vấn đề thời sự liên quan đến TMĐT Việt Nam như: bảo vệ dữ liệu cá nhân, bảo mật trong hoạt động ngân hàng, mạng xã hội ở Việt Nam, ứng dụng công nghệ thông tin trong tài chính, v.v... Từ ngày 19 tháng 7 năm 2007, VTV2 bắt đầu phát sóng chuyên mục “Không gian số” (nay là “7 ngày công nghệ”) với thời lượng 60 phút mỗi ngày. Chuyên mục này đã góp phần tích cực trong việc phổ biến kiến thức TMĐT đến với người xem truyền hình.

Với tầm phủ sóng rộng khắp cả nước, VOV cũng tích cực tuyên truyền và phổ biến các kiến thức, sự kiện liên quan đến TMĐT. Chuyên mục “Tin học và cuộc sống” (nay là “Không gian số”) được phát hàng ngày trên VOV1 đã chuyển tải đến thính giả cả nước rất nhiều nội dung liên quan đến TMĐT. Nhiều vấn đề thu hút được sự quan tâm lớn của xã hội như: tình hình xây dựng và thực thi pháp luật về TMĐT, quy trình giao dịch TMĐT, bảo mật thông tin trong TMĐT, v.v... Bên cạnh đó, VOV còn có chương trình chuyên đề là các diễn đàn về khoa học công nghệ phát thanh mỗi tháng một lần. Đây là những buổi trao đổi, tọa đàm giữa thính giả với các chuyên gia về những nội dung liên quan đến khoa học công nghệ, trong đó dành nhiều thời lượng phát sóng các chủ đề về TMĐT.

Với sự phát triển nhanh chóng của Internet và sự nhạy bén của các cơ quan báo chí, TMĐT không chỉ được phổ biến thông qua báo hình, báo viết. Báo điện tử đang dần chứng minh được vai trò ngày càng tăng trong hoạt động tuyên truyền. Hiện nay, hầu hết các tờ báo lớn đều đã có phiên bản báo điện tử với nội dung rất đa dạng, phong phú. Các chuyên mục “Sức mạnh số” (www.dantri.com.vn), “Vi tính” (www.vnexpress.net), “Nhịp sống số” (www.tuoitre.com.vn), “Công nghệ” (www.tienphong.vn), “Công nghệ” (www.laodong.com.vn)... đã thu hút được lượng độc giả khá lớn. VTV, VOV, VTC cũng đẩy mạnh việc tuyên truyền về lợi ích của TMĐT qua Internet. Chuyên mục “Công nghệ” trên các kênh này là địa chỉ được nhiều người truy cập Internet yêu thích.

Các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội nghề nghiệp cũng thường xuyên tổ chức các cuộc thi, giải thưởng liên quan đến TMĐT như Giải Cúp vàng TMĐT của Hội Tin học Việt Nam, Giải Sao Khuê của Hiệp hội phần mềm Việt Nam, v.v... Năm 2007, Vụ Thương mại điện tử (nay là Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin) - Bộ Công Thương đã triển khai chương trình “Sinh viên với thương mại điện tử” (từ năm 2008 đổi tên thành chương trình “Ý tưởng số”), để giới thiệu, hướng dẫn sinh viên làm quen với TMĐT. Chương trình “Ý tưởng số” đã thu hút được sự tham gia, hưởng ứng tích cực của sinh viên các trường đại học trong cả nước.

Kiến thức về TMĐT cũng được các doanh nghiệp kinh doanh TMĐT cung cấp thường xuyên và hướng dẫn khá tỉ mỉ trên website. Tại đây, người tiêu dùng và các doanh nghiệp có thể tìm hiểu các kiến thức từ cơ bản đến chuyên sâu cũng như kỹ năng tham gia giao dịch TMĐT. Đây là các

địa chỉ cung cấp thông tin và phổ biến kiến thức mang tính thực tiễn cao do được tích lũy từ hoạt động kinh doanh đa dạng của doanh nghiệp.

Chương trình Hỗ trợ Doanh nghiệp ứng dụng Công nghệ Thông tin Truyền thông phục vụ hội nhập và phát triển, gọi tắt là Đề án 191 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 191/2005/QĐ-TTg ngày 29/07/2005. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các cơ quan chức năng của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức thực hiện Đề án này. Trong thời gian qua VCCI đã phối hợp hiệu quả với các cơ quan Bộ, ngành Trung ương và địa phương tổ chức nhiều hoạt động thông tin, tuyên truyền, phổ biến kiến thức về CNTT và TMĐT tới đông đảo doanh nghiệp trên cả nước. Cụ thể, VCCI đã tiến hành tổ chức thành công gần 50 Hội thảo – Tọa đàm và chương trình truyền hình về TMĐT, tập trung vào một số chủ đề chính như Ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp; Hợp tác hỗ trợ doanh nghiệp đồng bằng sông Cửu Long ứng dụng CNTT và e-marketing để hội nhập và phát triển; Tiếp thị điện tử - Giải pháp gia tăng lợi nhuận cho ngành du lịch Việt Nam; Ứng dụng CNTT nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu cho doanh nghiệp; Tọa đàm truyền hình VTV2 - Thương mại điện tử với doanh nghiệp, v.v...

Chương trình Cấp chứng nhận doanh nghiệp TMĐT uy tín TrustVn do Bộ Công Thương phối hợp với Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam thực hiện đã tạo dựng niềm tin, khuyến khích người tiêu dùng tham gia TMĐT. Tháng 6 năm 2008, Liên minh các tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT uy tín Châu Á - Thái Bình Dương (Asia - Pacific Trustmark Alliance - ATA) đã kết nạp đơn vị quản lý TrustVn là Trung tâm Phát triển thương mại điện tử Việt Nam (EcomViet) làm thành viên chính thức.

Ngoài ra, từ năm 2006 đến nay, nhiều cuộc hội thảo, tọa đàm về TMĐT đã được tổ chức tại nhiều tỉnh, thành phố trong cả nước thu hút được sự quan tâm của các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức, v.v... Nhiều hội thảo quốc tế về các chủ đề quan trọng của TMĐT như: “Bảo vệ dữ liệu cá nhân và sự phát triển của TMĐT trong APEC, Kinh nghiệm của Hoa Kỳ”, “Chương trình cấp chứng nhận website TMĐT uy tín - Trustmark: Giải pháp hiệu quả để nâng cao uy tín cho các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam trong khu vực APEC”, v.v... được tổ chức tại Việt Nam. Với sự tham gia của các chuyên gia từ các nền kinh tế có TMĐT phát triển, những hội thảo này đã góp phần nâng cao nhận thức của doanh nghiệp và người tiêu dùng về lợi ích của TMĐT trong hoạt động kinh tế - thương mại, đặc biệt là trong hoạt động xuất nhập khẩu.

1.2. Tình hình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực về TMĐT

Thương mại điện tử là công cụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế thế giới. Để có thể ứng dụng hiệu quả TMĐT thì nguồn nhân lực đóng vai trò then chốt. Do đó, đào tạo nguồn nhân lực TMĐT có chất lượng cao hiện đang là một nhu cầu cấp bách.

1.2.1. Tuyên truyền và đào tạo về TMĐT cho đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp

Một trong những giải pháp quan trọng để phát triển TMĐT tại Việt Nam là phổ cập, tuyên truyền rộng rãi về TMĐT trong nhân dân, trước hết cho cộng đồng doanh nghiệp, các cấp quản lý, các hiệp hội ngành hàng. Trong 5 năm triển khai Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử

Việt Nam, nhiều chương trình hoạt động đã được triển khai và thu được kết quả tốt đẹp. Công tác nâng cao kiến thức và trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về TMĐT là yếu tố quan trọng để thúc đẩy TMĐT phát triển đồng bộ và có hệ thống trong phạm vi cả nước. Ngay từ năm 2006, hoạt động tuyên truyền, đào tạo về TMĐT cho các cán bộ quản lý nhà nước về TMĐT đã được triển khai tổ chức một cách khá bài bản thông qua nhiều hình thức như hội thảo, tập huấn, tọa đàm, trao đổi. Các chương trình này đã được tổ chức đều đặn với sự tham gia tích cực của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin và các Sở Công Thương. Đến nay, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã phối hợp với các Sở Công Thương tổ chức trên 200 khóa tập huấn, đào tạo cho cán bộ làm công tác quản lý nhà nước về TMĐT trên cả nước, trong đó trên 90% là cho các tỉnh, thành phố khác ngoài Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Đến nay, các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương đã có nhận thức khá tốt về lợi ích của TMĐT đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Trong giai đoạn 5 năm vừa qua, đã có 58/63 tỉnh và thành phố phê duyệt và triển khai kế hoạch phát triển TMĐT tại địa phương. Hầu hết các Sở Công Thương trên cả nước cũng đã cử Lãnh đạo Sở phụ trách và bố trí cán bộ chuyên trách về TMĐT để giúp Sở triển khai các hoạt động trong lĩnh vực này. Bên cạnh đó, các sàn giao dịch TMĐT, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ TMĐT cũng tích cực hỗ trợ đào tạo các thành viên và khách hàng những kỹ năng, cách thức triển khai ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp.

1.2.2. Đào tạo chính quy về TMĐT

Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 đã nhấn mạnh tới vấn đề đào tạo chính quy về TMĐT: "Trong giai đoạn 2006 tới 2010, tiến hành đào tạo chính quy tại các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp thuộc các ngành kinh tế và luật; đồng thời đào tạo theo chương trình đại cương tại trường dạy nghề thuộc các chuyên ngành thương mại, quản trị kinh doanh". Từ trước năm 2003, nắm bắt được nhu cầu của xã hội đối với nguồn nhân lực về TMĐT, một số trường đại học và cao đẳng đã bắt đầu triển khai đào tạo về TMĐT. Tuy nhiên, việc đào tạo có xu hướng tăng nhanh từ năm 2006. Trong giai đoạn 2006-2010, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã tiến hành tổ chức 02 cuộc điều tra khảo sát về tình hình đào tạo TMĐT tại các trường đại học, cao đẳng trên cả nước. Số liệu và thông tin thu thập được tổng hợp và phân tích tại 02 cuốn "Báo cáo tình hình đào tạo TMĐT tại các trường đại học, cao đẳng" năm 2008 và 2010.

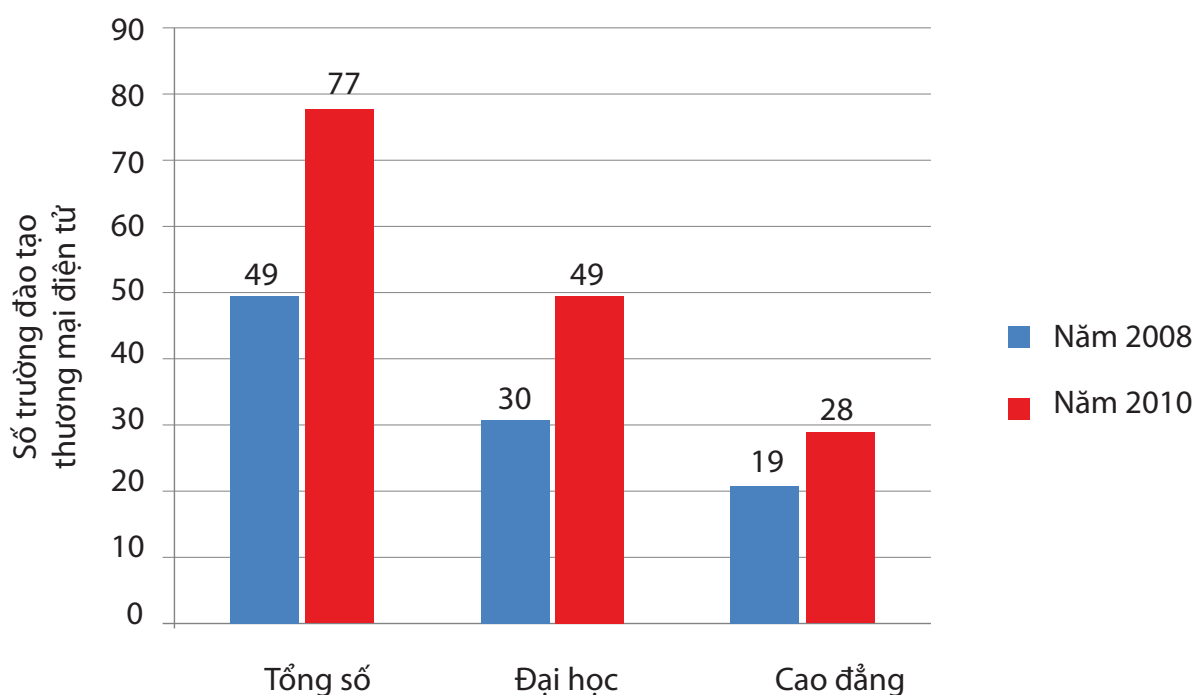
Trong số 108 trường tham gia khảo sát năm 2008, có 49 trường đã triển khai hoạt động đào tạo về TMĐT, gồm 30 trường đại học và 19 trường cao đẳng. Trong đó, 2 trường đã thành lập khoa TMĐT, 11 trường thành lập bộ môn TMĐT. Một số trường đại học đã có kế hoạch đầu tư sâu cho đào tạo TMĐT với việc hoàn thiện giáo trình và hạ tầng công nghệ phục vụ cho đào tạo, gắn đào tạo với thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp và nhu cầu xã hội.

Căn cứ những khuyến nghị được nêu tại Báo cáo tình hình đào tạo TMĐT tại các trường đại học, cao đẳng năm 2008, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã phối hợp với các cơ quan Bộ, ngành và cơ sở đào tạo triển khai nhiều chương trình hoạt động trong giai đoạn 2008-2010. Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã phối hợp cùng Vụ Giáo dục Đại học - Bộ Giáo dục và Đào tạo thống nhất lộ trình triển khai hoạt động với mục tiêu hướng tới mở rộng việc xây dựng chuyên ngành TMĐT tại một số trường và ban hành khung chương trình đào tạo TMĐT trình độ đại học, cao đẳng. Một số hoạt động khác được tích cực triển khai như hoạt

động tăng cường phổ biến thông tin, chính sách pháp luật về TMĐT tại các trường; tổ chức hội thảo, tọa đàm chuyên môn về giảng dạy TMĐT; mời chuyên gia nước ngoài và doanh nhân từ các công ty TMĐT chia sẻ kinh nghiệm kinh doanh thực tế, v.v... Ngoài ra, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin cũng tích cực trong công tác hỗ trợ nguồn lực giảng dạy, nghiên cứu cho các trường đại học và cao đẳng.

Theo kết quả khảo sát năm 2010, 77 trường đã triển khai hoạt động đào tạo TMĐT, trong đó có 49 trường đại học và 28 trường cao đẳng. Trong số 49 trường đại học đã giảng dạy TMĐT, có 01 trường thành lập khoa TMĐT, 10 trường thành lập bộ môn TMĐT. Phần lớn giảng viên giảng dạy TMĐT được bố trí từ các bộ môn khác, hoặc là giảng viên thỉnh giảng được mời. Số trường đại học thành lập khoa TMĐT không đổi so với năm 2008, song có thêm 02 trường thành lập bộ môn TMĐT.

Hình 1.1: Số trường đào tạo TMĐT năm 2008 và 2010



Trong số 28 trường cao đẳng đã giảng dạy TMĐT, có 01 trường thành lập khoa TMĐT, 04 trường thành lập bộ môn TMĐT dưới sự phụ trách của các khoa thuộc lĩnh vực kinh tế hoặc CNTT. Còn lại phần lớn các trường cao đẳng, giảng viên giảng dạy TMĐT được bố trí từ những bộ môn khác, hoặc là giảng viên thỉnh giảng. Số trường cao đẳng thành lập khoa TMĐT không đổi so với năm 2008, nhưng có thêm 01 trường thành lập bộ môn TMĐT.

Hoạt động đào tạo TMĐT cũng bắt đầu đi vào chiều sâu. Một số trường đã đầu tư và mời chuyên gia trong và ngoài nước tư vấn xây dựng chương trình đào tạo cũng như chuyển giao tài liệu, phương pháp giảng dạy. Cùng với xu hướng tăng cường và phát triển các chương trình liên kết đào tạo quốc tế, một số môn học về TMĐT cũng nằm trong danh mục chương trình đào tạo đại học và sau đại học của các trường đại học quốc tế tại Việt Nam.

Bên cạnh xu thế tăng cường triển khai những môn học về TMĐT, các cơ sở giáo dục và đào tạo còn đẩy mạnh ứng dụng CNTT và TMĐT để nâng cao chất lượng dạy và học những môn học khác, điển hình là việc áp dụng hình thức đào tạo trực tuyến. Theo kết quả khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin về tình hình ứng dụng đào tạo trực tuyến tại các trường cao đẳng, đại học trên cả nước năm 2010, trong số 62 trường tham gia khảo sát có tới 37 trường (chiếm 61%) đang triển khai ứng dụng đào tạo trực tuyến, 7 trường đã có kế hoạch ứng dụng (chiếm 11%). Có 09 trường (chiếm 12%) đã áp dụng phương thức đào tạo tập trung kết hợp với đào tạo trực tuyến để giảng dạy một số môn học về TMĐT. Thông qua phương thức này, ngoài việc giảng dạy và học tập trên lớp, giảng viên có thể đưa giáo trình, bài giảng, nội dung kiểm tra lên mạng để sinh viên tự nghiên cứu, tham khảo trước hoặc ôn tập lại bất kỳ lúc nào, địa điểm nào. Phương thức này đã đem lại hiệu quả cao hơn trong việc giảng dạy của giảng viên cũng như học tập của sinh viên.

2. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật hỗ trợ thương mại điện tử là một trong sáu nhóm giải pháp chủ yếu mà Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử để ra nhằm thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử Việt Nam, với lộ trình cụ thể như sau:

- Đến cuối năm 2006, ban hành đầy đủ các văn bản dưới luật để thực thi Luật Giao dịch điện tử, Luật Thương mại và Bộ luật Dân sự, tạo cơ sở pháp lý cho thông điệp dữ liệu. Đến cuối năm 2007, ban hành đầy đủ các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh các khía cạnh liên quan tới thương mại điện tử về giải quyết tranh chấp, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, phòng chống tội phạm, các vấn đề về thuế nội địa và thuế hải quan.
- Rà soát, bổ sung, sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật liên quan nhằm bảo đảm toàn bộ hệ thống pháp luật được định hướng chung là hỗ trợ, tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển.

Mặc dù chậm hơn so với lộ trình của Kế hoạch, nhưng vào năm kết thúc triển khai Quyết định 222, khung pháp lý cho thương mại điện tử Việt Nam đã cơ bản được hoàn thiện theo đúng định hướng hỗ trợ, tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển. Đây cũng là một trong những mảng mới của hệ thống pháp luật có nhiều bước tiến rõ nét nhất thời gian qua.

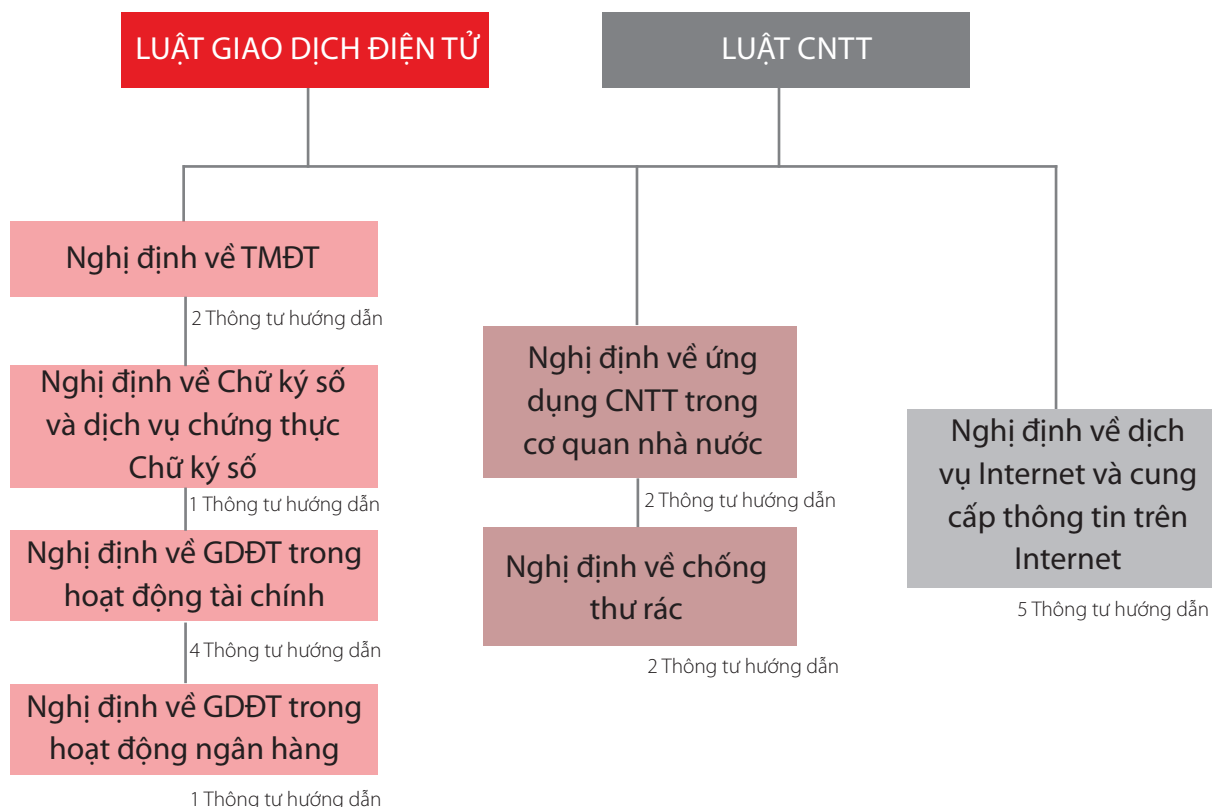
2.1. Hình thành khung pháp lý về thương mại điện tử

Vào năm 2005, trước thời điểm Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 được đưa vào triển khai, hệ thống pháp luật TMĐT mới được đặt nền móng bởi một văn bản duy nhất điều chỉnh chuyên biệt vấn đề này là Luật Giao dịch điện tử. Ngoài ra, vấn đề giao dịch điện tử và giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu được đề cập rải rác ở nhiều văn bản khác nhau như Bộ luật Dân sự, Luật Thương mại, Luật Hải quan và Luật sở hữu trí tuệ.

Tuy nhiên, những quy định tại các văn bản luật này còn rất chung chung và chỉ mang tính nguyên tắc. Chưa có văn bản điều chỉnh những khía cạnh thực tiễn của thương mại điện tử phù hợp với các hoạt động ứng dụng khá đa dạng trong xã hội.

Đến cuối năm 2010, khung pháp lý cơ bản cho giao dịch điện tử nói chung và thương mại điện tử nói riêng đã được hình thành với hai trụ cột chính là Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin, bảy nghị định hướng dẫn Luật, cùng một loạt thông tư quy định chi tiết những khía cạnh cụ thể của giao dịch điện tử trong từng lĩnh vực ứng dụng đặc thù.

Hình I.2: Khung pháp lý TMĐT



Luật Giao dịch điện tử đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội bằng việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, đồng thời quy định khá chi tiết về chữ ký điện tử, một yếu tố đảm bảo độ tin cậy của thông điệp dữ liệu khi tiến hành giao dịch. Nếu Luật Giao dịch điện tử tập trung điều chỉnh các khía cạnh pháp lý của giao dịch điện tử, thì Luật Công nghệ thông tin chủ yếu quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển CNTT cùng những biện pháp bảo đảm hạ tầng công nghệ cho các hoạt động này.

Sau khi Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin được ban hành, bảy nghị định hướng dẫn lần lượt ra đời từ năm 2006-2008, cơ bản định hình khung pháp lý cho các ứng dụng CNTT và TMĐT tại Việt Nam. Trong số bảy nghị định này, ba nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử trong các lĩnh vực thương mại, tài chính và ngân hàng đi sâu quy định về giá trị pháp lý của “thông điệp dữ liệu” trên từng lĩnh vực đặc thù. Bốn nghị định còn lại quy định các vấn đề chung về môi trường và hạ tầng CNTT cho giao dịch điện tử trong toàn xã hội, cụ thể là vấn đề chữ ký số, thư rác, ứng dụng CNTT trong cơ quan nhà nước, dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet. Bảy nghị định này đã được chi tiết hóa bằng một loạt thông tư ban hành từ năm 2008 đến 2010 (chi tiết xem tại Bảng I.1).

Bảng I.1: Khung pháp lý cơ bản cho giao dịch điện tử tại Việt Nam

Luật		
29/11/2005	Luật Giao dịch điện tử (GDĐT)	
29/06/2006	Luật Công nghệ thông tin (CNTT)	
23/11/2009	Luật Viễn thông	
Nghị định hướng dẫn Luật		VB bên trên
09/06/2006	Nghị định số 57/2006/NĐ-CP về Thương mại điện tử	Luật GDĐT
15/02/2007	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số	Luật GDĐT
23/02/2007	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	Luật GDĐT
08/03/2007	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng	Luật GDĐT
10/04/2007	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP về Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước	Luật CNTT
13/08/2008	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác	Luật GDĐT
28/08/2008	Nghị định 97/2008/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet	Luật CNTT
Xử lý vi phạm		VB bên trên
10/04/2007	Nghị định số 63/2007/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin	Luật CNTT
16/01/2008	Nghị định số 06/2008/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại	Luật GDĐT
20/03/2009	Nghị định số 28/2009/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet	Luật CNTT
Thông tư hướng dẫn thi hành một số nội dung của các Nghị định		VB bên trên
21/07/2008	Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử	Nghị định số 57/2006/NĐ-CP
15/09/2008	Thông tư số 78/2008/TT-BTC hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
12/11/2008	Thông tư số 05/2008/TT-BTTTT hướng dẫn một số điều của Nghị định số 97/2008/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP
18/12/2008	Thông tư số 07/2008/TT-BTTTT hướng dẫn một số nội dung về hoạt động cung cấp thông tin trên trang thông tin điện tử cá nhân	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP
24/12/2008	Thông tư số 09/2008/TT-BTTTT hướng dẫn về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP
24/12/2008	Thông tư số 10/2008/TT-BTTTT quy định về giải quyết tranh chấp tên miền quốc gia Việt Nam ".vn"	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP
30/12/2008	Thông tư số 12/2008/TT-BTTTT hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 90/2008/NĐ-CP của Chính phủ về chống thư rác	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP
02/03/2009	Thông tư số 03/2009/TT-BTTTT quy định về mã số quản lý và mẫu giấy chứng nhận mã số quản lý đối với nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử, tin nhắn; nhà cung cấp dịch vụ tin nhắn qua mạng Internet	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP

16/03/2009	Thông tư số 50/2009/TT-BTC về việc hướng dẫn giao dịch điện tử trên thị trường chứng khoán	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
31/07/2009	Thông tư số 26/2009/TT-BTTTT quy định về việc cung cấp thông tin và đảm bảo khả năng truy cập thuận tiện đối với trang thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP
14/12/2009	Thông tư số 37/2009/TT-BTTTT quy định về hồ sơ và thủ tục liên quan đến cấp phép, đăng ký, công nhận các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP
29/06/2010	Thông tư số 14/2010/TT-BTTTT quy định về hoạt động quản lý trang thông tin điện tử và dịch vụ mạng xã hội trực tuyến	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP
22/07/2010	Thông tư số 17/2010/TT-BKH quy định chi tiết thí điểm đấu thầu qua mạng	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP
9/11/2010	Thông tư số 23/2010/TT-NHNN quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng Hệ thống Thanh toán điện tử liên ngân hàng	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP
10/11/2010	Thông tư số 180/2010/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
15/11/2010	Thông tư số 25/2010/TT-BTTTT quy định việc thu thập, sử dụng, chia sẻ, đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin cá nhân trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP
20/12/2010	Thông tư số 209/2010/TT-BTC quy định giao dịch điện tử trong hoạt động nghiệp vụ kho bạc nhà nước	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
31/12/2010	Thông tư số 46/2010/TT-BCT quy định về quản lý hoạt động của các website thương mại điện tử bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ	Nghị định số 57/2006/NĐ-CP

Ngoài những văn bản trong hệ thống Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin, khung pháp lý cho TMĐT còn được bổ sung bởi một loạt văn bản dưới luật, điều chỉnh cụ thể từng khía cạnh của môi trường giao dịch điện tử trên các lĩnh vực hạ tầng hoặc ứng dụng đặc thù. Tuy phạm vi điều chỉnh hẹp hơn, nhưng các văn bản này cũng góp phần hoàn thiện và nâng cao hiệu quả cho hệ thống luật - chính sách về giao dịch điện tử, góp phần hướng dẫn thực thi và triển khai pháp luật TMĐT trên mọi phương diện của đời sống xã hội (Xem Phụ lục 1).

2.2. Một số bước tiến đáng lưu ý trong quá trình xây dựng pháp luật về thương mại điện tử

2.2.1. Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet

Trước khi Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 được ban hành, vấn đề quản lý dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet là một trong những vấn đề được điều chỉnh sớm nhất về lĩnh vực CNTT và TMĐT. Các văn bản ban hành từ năm 2001 đến năm 2004 dù mở đường cho một giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ của Internet tại Việt Nam, nhưng cũng còn tồn tại một số điểm bất cập gây cản trở cho sự phát triển của các ứng dụng TMĐT trên nền Internet. Điển hình là quy định về cấp phép đối với mọi trang thông tin điện tử trên Internet - biện pháp quản lý không khả thi và gây cản trở cho việc phát triển một ứng dụng rất phổ thông của TMĐT tại Việt Nam là các website phục vụ hoạt động kinh doanh.²

² Quyết định số 27/2002/QĐ-BVHTT ngày 10/10/2002 của Bộ Văn hóa Thông tin về quy chế quản lý và cấp phép cung cấp thông tin, thiết lập trang thông tin điện tử trên Internet quy định: "Mọi cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp tại Việt Nam có nhu cầu cung cấp thông tin trên Internet, thiết lập trang tin điện tử trên Internet tại Việt Nam phải làm thủ tục xin phép gửi Bộ Văn hóa Thông tin", và "Không được cung cấp thông tin trên Internet, thiết lập trang tin điện tử trên Internet khi chưa có giấy phép của Bộ Văn hóa Thông tin".

Năm 2008, Nghị định số 97/2008/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet được ban hành, đánh dấu một bước tiến lớn trong việc tạo lập môi trường thông thoáng hơn cho ứng dụng TMĐT tại Việt Nam. Bước tiến lớn nhất của Nghị định số 97/2008/NĐ-CP là đã thu gọn các quy định về cấp phép trước kia đối với tất cả trang thông tin điện tử về một diện hẹp các báo điện tử, trang thông tin điện tử tổng hợp và trang thông tin điện tử cung cấp dịch vụ mạng xã hội trực tuyến. Các tổ chức, doanh nghiệp triển khai những ứng dụng chuyên ngành trên Internet hoặc lập website để phục vụ hoạt động kinh doanh, thương mại giờ không còn phải lo lắng về việc xin cấp phép. Việc xóa bỏ rào cản về cấp phép này là một bước tiến tích cực trong việc cải thiện môi trường pháp lý cho ứng dụng Internet nói chung và TMĐT nói riêng tại Việt Nam.

Một thay đổi khá lớn nữa của Nghị định số 97/2008/NĐ-CP là việc thu hẹp phạm vi của “dịch vụ Internet”, dịch vụ chịu sự quản lý trực tiếp của Bộ Thông tin và Truyền thông. Trước đây, Nghị định số 55/2001/NĐ-CP định nghĩa dịch vụ Internet rất rộng, bao gồm dịch vụ truy nhập Internet, dịch vụ kết nối Internet và dịch vụ ứng dụng Internet, trong đó **“dịch vụ ứng dụng Internet là dịch vụ sử dụng Internet để cung cấp cho người sử dụng các ứng dụng hoặc dịch vụ bao gồm: bưu chính, viễn thông, thông tin, văn hóa, thương mại, ngân hàng, tài chính, y tế, giáo dục, đào tạo, hỗ trợ kỹ thuật và các dịch vụ khác trên Internet”**. Nếu theo định nghĩa này, có thể hiểu tất cả các ứng dụng trên nền Internet là dịch vụ Internet. Tuy nhiên, Nghị định số 97/2008/NĐ-CP đã thu hẹp phạm vi của dịch vụ Internet thành một loại hình dịch vụ viễn thông, để chỉ bao gồm dịch vụ truy nhập Internet, dịch vụ kết nối Internet và dịch vụ ứng dụng Internet trong viễn thông.³ Bên cạnh đó, việc quản lý các dịch vụ ứng dụng chuyên ngành trên Internet được giao cho những Bộ ngành có chức năng quản lý nhà nước tương ứng với từng lĩnh vực chuyên ngành.

Đây là cách tiếp cận mới về phương thức quản lý, theo hướng xem Internet chỉ như một kênh bổ sung, một phương thức hiện đại để tiến hành các hoạt động kinh tế - xã hội thay vì coi đó là lĩnh vực riêng, cần có sự quản lý đặc thù. Cách tiếp cận mở này tạo tiền đề cho việc xây dựng những biện pháp quản lý linh hoạt, phù hợp với tính chất của các lĩnh vực ứng dụng đa dạng trên nền Internet. Môi trường TMĐT nhờ đó sẽ trở nên thông thoáng hơn rất nhiều, và cùng với việc loại bỏ dần những rào cản về cấp phép, hạ tầng CNTT và truyền thông nói chung ngày càng có tính cạnh tranh, tạo động lực phát triển mạnh cho các dịch vụ ứng dụng trên nền Internet nói chung cũng như TMĐT nói riêng.

Vấn đề quản lý tên miền

Tên miền gắn với website đang ngày càng trở thành một yếu tố không thể tách rời của thương hiệu và hình ảnh doanh nghiệp. Trong khi tên miền quốc tế được coi là hàng hóa, được bán rộng rãi dưới nhiều hình thức và giá cả đa dạng theo nhu cầu thị trường, thì tên miền “.vn” được coi là một phần tài nguyên thông tin quốc gia và quản lý theo một cơ chế đăng ký - cấp phát khá chặt chẽ. Trước khi Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 được đưa vào triển khai, đã có nhiều ý kiến phản ánh về sự bất hợp lý của các quy định quản lý tên miền, theo đó tên miền quốc gia “.vn” không được chuyển nhượng dưới bất kỳ hình thức nào. Năm 2009, Luật Viễn thông được ban hành đã mở ra một hướng tiếp cận hoàn toàn mới về vấn đề quản lý đối

³ Dịch vụ ứng dụng Internet trong viễn thông là dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng được cung cấp cho người sử dụng thông qua mạng lưới thiết bị Internet, ví dụ như dịch vụ thoại trên mạng Internet.

với nguồn tài nguyên quan trọng này, tiền gần hơn với xu thế chung của thế giới là phân bổ tên miền theo cơ chế thị trường. Các quy định tại Luật Viễn thông 2009 đã cho phép chuyển nhượng tên miền Internet, trừ những tên miền dành cho cơ quan Đảng và Nhà nước, đồng thời mở đường cho việc phân bổ những tài nguyên Internet có giá trị thương mại cao thông qua hình thức đấu giá.

Hộp I.1: Một số quy định trong Luật Viễn thông 2009 về tên miền Internet

Điều 48. Phân bổ, sử dụng, hoàn trả kho số viễn thông, tài nguyên Internet

2. Việc phân bổ kho số viễn thông, tài nguyên Internet được thực hiện theo các phương thức sau đây:

- a) Đấu giá, thi tuyển quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet có giá trị thương mại cao, có nhu cầu sử dụng vượt quá khả năng phân bổ;
- b) Trực tiếp theo quy hoạch trên cơ sở tổ chức, cá nhân đăng ký trước được xét cấp trước hoặc được quyền sử dụng trước, trừ trường hợp quy định tại điểm a khoản này;
- c) Các phương thức phân bổ khác theo quy định của pháp luật.

Điều 49. Chuyển nhượng kho số viễn thông, tài nguyên Internet

1. Kho số viễn thông, tài nguyên Internet được chuyển nhượng bao gồm:

- a) Kho số viễn thông, tài nguyên Internet được Bộ Thông tin và Truyền thông phân bổ cho tổ chức, cá nhân thông qua đấu giá;
- b) Tên miền Internet, trừ các tên miền quốc gia Việt Nam “.vn” dành cho các cơ quan Đảng, Nhà nước và các tổ chức khác theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông.

2. Kho số viễn thông, tài nguyên Internet được chuyển nhượng theo các điều kiện sau đây:

- a) Tổ chức, cá nhân chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet phải có quyền sử dụng hợp pháp kho số viễn thông, tài nguyên Internet đó;
- b) Tổ chức, cá nhân nhận chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet phải được phép hoạt động hoặc đủ điều kiện đầu tư, khai thác, sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet đó;
- c) Các bên tham gia chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet có nghĩa vụ nộp thuế chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet;
- d) Các bên tham gia chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet có trách nhiệm bảo đảm quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân có liên quan;
- đ) Việc chuyển nhượng quyền sử dụng kho số viễn thông, tài nguyên Internet được Bộ Thông tin và Truyền thông phân bổ cho tổ chức, cá nhân thông qua đấu giá phải được Bộ Thông tin và Truyền thông chấp thuận.

Với sự phát triển nhanh của số lượng website TMĐT trong 5 năm qua, các vụ việc tranh chấp tên miền, đặc biệt là tên miền liên quan đến nhãn hiệu và tên thương mại cũng tăng nhanh cả về số lượng lẫn độ phức tạp. Thực tiễn này đặt ra nhu cầu phải có một cơ chế hiệu quả để giải quyết các tranh chấp, bên cạnh thủ tục khiếu nại hành chính vẫn áp dụng từ trước đến nay mà Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) là đầu mối tiếp nhận và xử lý.

Tháng 12/2008, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Thông tư số 10/2008/TT-BTTTT “Quy định về giải quyết tranh chấp tên miền quốc gia Việt Nam “.vn”. Được xây dựng dựa trên “Chính

sách giải quyết tranh chấp tên miền thống nhất” của Tổ chức tên miền quốc tế - ICANN, Thông tư này là căn cứ để các tổ chức trọng tài và tòa án tham khảo khi phân xử tranh chấp dân sự hoặc thương mại phát sinh trong quá trình sử dụng tên miền các cấp dưới tên miền quốc gia “.vn”. Thông tư đưa ra những nguyên tắc chung nhất về các căn cứ giải quyết tranh chấp, bao gồm điều kiện khởi kiện tranh chấp tên miền, cơ sở xác định “hành vi sử dụng tên miền với ý đồ xấu”, và “bằng chứng cho quyền và lợi ích hợp pháp liên quan đến tên miền”. Thông tư cũng quy định các hình thức giải quyết tranh chấp tên miền và trách nhiệm xử lý tên miền tranh chấp của các bên có liên quan.

Việc áp dụng kết quả phân xử của tòa án và trọng tài cho các tranh chấp liên quan đến tên miền là một thay đổi lớn về phương thức quản lý đối với nguồn tài nguyên Internet quan trọng này. Bằng cách giảm can thiệp hành chính và nâng cao vai trò của các thể chế xã hội, quy định này sẽ giúp thiết lập một cơ chế công bằng, minh bạch trong việc phân bổ tên miền, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trên Internet và góp phần thúc đẩy phát triển TMĐT tại Việt Nam.

2.2.2. Giá trị pháp lý của chứng từ điện tử

Năm 2005, lần đầu tiên trong lịch sử, các văn bản ở dạng điện tử - hay “thông điệp dữ liệu” theo ngôn ngữ văn bản luật - được chính thức thừa nhận giá trị pháp lý tại Việt Nam. Sự thừa nhận này thể hiện một cách nhất quán và đồng bộ tại ba văn bản nền tảng của hệ thống luật dân sự và thương mại: Luật Giao dịch điện tử, Bộ luật Dân sự sửa đổi và Luật Thương mại sửa đổi, cùng được ban hành vào năm 2005.

Hộp I.2: Các văn bản pháp luật quy định về thông điệp dữ liệu tại Việt Nam

Điều 15 Luật Thương mại năm 2005: Nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại

Trong hoạt động thương mại, các thông điệp dữ liệu đáp ứng các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của pháp luật thì được thừa nhận có giá trị pháp lý tương đương văn bản.

Điều 124 Bộ luật Dân sự năm 2005: Hình thức giao dịch dân sự

1. Giao dịch dân sự được thể hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc bằng hành vi cụ thể.

Giao dịch dân sự thông qua phương tiện điện tử dưới hình thức thông điệp dữ liệu được coi là giao dịch bằng văn bản.

Luật Giao dịch điện tử 2005 có hẳn một chương về “Thông điệp dữ liệu” (Chương 2) bao gồm 2 mục:

Mục 1 – Giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu (gồm 6 điều) quy định về hình thức thể hiện thông điệp dữ liệu, lưu trữ thông điệp dữ liệu, giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu và các điều kiện chung để thông điệp dữ liệu có giá trị như văn bản, như bản gốc, hoặc có giá trị làm chứng cứ.

Mục 2 – Gửi, nhận thông điệp dữ liệu (gồm 5 điều) quy định chi tiết về cách xác định người khởi tạo thông điệp dữ liệu, thời điểm, địa điểm gửi và nhận thông điệp, cũng như các bước xác nhận khi cần.

Khi những văn bản được khởi tạo, trao đổi và lưu trữ bằng phương tiện điện tử được pháp luật chính thức thừa nhận, thì các hoạt động mua bán, quảng cáo, xúc tiến thương mại cũng như các giao dịch dân sự khác dựa trên việc trao đổi văn bản điện tử mới có thể phát triển một cách bền vững, trong khuôn khổ được pháp luật bảo vệ. Do vậy, việc thông điệp dữ liệu được thừa nhận

giá trị pháp lý như văn bản và thừa nhận giá trị bản gốc khi đáp ứng các điều kiện kỹ thuật cần thiết đã tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho việc triển khai rộng rãi ứng dụng thương mại điện tử vào các giao dịch thương mại và dân sự trong xã hội. Bên cạnh những nguyên tắc chung đưa ra trong các văn bản luật, sự thừa nhận này còn được cụ thể hóa đối với từng lĩnh vực đặc thù của hoạt động kinh tế với việc ra đời hàng loạt nghị định và văn bản dưới luật trong giai đoạn 5 năm vừa qua, đặc biệt là các văn bản về chứng từ điện tử.

Một chu trình thương mại hoàn chỉnh luôn gắn liền với rất nhiều loại chứng từ, bao gồm những chứng từ liên quan đến việc giao kết hợp đồng như chào hàng, chấp nhận chào hàng, phụ lục hợp đồng, cho đến chứng từ phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng như chứng từ vận tải, chứng từ thanh toán, v.v... Tại Việt Nam hiện nay, chứng từ điện tử đang trở nên khá phổ biến trong giao dịch giữa các đối tác kinh doanh, đặc biệt ở những bước tiến tới việc giao kết hợp đồng. Về mặt pháp lý, Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Nghị định Thương mại điện tử năm 2006 và Nghị định về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính năm 2007 đã cung cấp đủ cơ sở để doanh nghiệp có thể sử dụng chứng từ điện tử trong các giao dịch thương mại nói chung.

**Hộp 1.3: Khái niệm “Chứng từ điện tử” trong Nghị định về Thương mại điện tử
và Nghị định về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính**

Nghị định Thương mại điện tử:

Điều 3. Giải thích từ, ngữ

1. “Chứng từ” là hợp đồng, đề nghị, thông báo, tuyên bố, hóa đơn hoặc tài liệu khác do các bên đưa ra liên quan tới việc giao kết hay thực hiện hợp đồng.
2. “Chứng từ điện tử” là chứng từ ở dạng thông điệp dữ liệu.
3. “Thông điệp dữ liệu” là thông tin được tạo ra, được gửi đi, được nhận hoặc được lưu trữ bằng phương tiện điện tử.

Nghị định về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính:

Điều 3. Giải thích từ ngữ

1. “Chứng từ điện tử” là thông tin được tạo ra, gửi đi, nhận và lưu trữ bằng phương tiện điện tử trong hoạt động tài chính. Chứng từ điện tử là một hình thức của thông điệp dữ liệu, bao gồm: chứng từ kế toán điện tử; chứng từ thu, chi ngân sách điện tử; thông tin khai và thực hiện thủ tục hải quan điện tử; thông tin khai và thực hiện thủ tục thuế điện tử; chứng từ giao dịch chứng khoán điện tử; báo cáo tài chính điện tử; báo cáo quyết toán điện tử và các loại chứng từ điện tử khác phù hợp với từng loại giao dịch theo quy định của pháp luật.

Khái niệm “chứng từ điện tử” ở hai nghị định được giới hạn khác nhau để phù hợp với phạm vi điều chỉnh của từng nghị định. Nhưng kết hợp lại, hai nghị định này đã bao quát toàn bộ các chứng từ gắn với quy trình giao kết và thực hiện hợp đồng thương mại, theo đó Nghị định về Giao dịch điện tử trong lĩnh vực tài chính sẽ điều chỉnh hóa đơn bán hàng và những chứng từ phục vụ công tác thuế, kế toán của tổ chức hoặc doanh nghiệp. Nghị định về Thương mại điện tử sẽ điều chỉnh các chứng từ còn lại của chu trình thương mại, đặc biệt là những chứng từ liên quan đến quá trình giao kết hợp đồng giữa các bên.

Chứng từ điện tử trong quá trình giao kết hợp đồng

Ngày 21/7/2008, Bộ Công Thương ban hành Thông tư 09/2008/TT-BCT về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT. Không chỉ thiết lập khung cơ bản cho một quy trình giao kết hợp đồng trực tuyến, Thông tư này còn quy định chi tiết về giá trị pháp lý các chứng từ điện tử cấu thành nên hợp đồng trong một giao dịch trên website TMĐT, bao gồm thông báo về đề nghị giao kết hợp đồng, đề nghị giao kết hợp đồng, và chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng.

Hộp I.4: Quy định về giao kết hợp đồng trong Thông tư 09/2008/TT-BCT

4. Thông báo về đề nghị giao kết hợp đồng của thương nhân

Nếu một website thương mại điện tử có chức năng đặt hàng trực tuyến cho từng hàng hóa hoặc dịch vụ cụ thể được giới thiệu trên website đó, thì các thông tin giới thiệu về hàng hóa, dịch vụ và các điều khoản liên quan được xem là thông báo về đề nghị giao kết hợp đồng của thương nhân sở hữu hàng hóa hoặc dịch vụ đó.

5. Đề nghị giao kết hợp đồng của khách hàng

Chứng từ điện tử do khách hàng khởi tạo và gửi đi bằng cách sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến được xem là đề nghị giao kết hợp đồng của khách hàng đối với hàng hóa hoặc dịch vụ gắn kèm chức năng đặt hàng trực tuyến đó.

6. Trả lời đề nghị giao kết hợp đồng của khách hàng

a) Khi trả lời chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng, thương nhân phải cung cấp cho khách hàng những thông tin sau:

- Danh sách toàn bộ hàng hóa hoặc dịch vụ khách hàng đặt mua, số lượng, giá của từng sản phẩm và tổng giá trị hợp đồng;
- Thời hạn giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ;
- Thông tin liên hệ để khách hàng có thể hỏi về tình trạng thực hiện hợp đồng khi cần thiết.

b) Trả lời không chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng phải nêu rõ lý do.

c) Trả lời đề nghị giao kết hợp đồng phải được thực hiện dưới hình thức phù hợp để thông tin có thể lưu trữ, in ấn được tại hệ thống thông tin của khách hàng và hiển thị được về sau.

Hóa đơn điện tử

Khác với những chứng từ thương mại liên quan đến quá trình giao kết hợp đồng, chứng từ kế toán - tài chính không chỉ là căn cứ phân định trách nhiệm giữa các bên tham gia hợp đồng, mà còn được sử dụng để xác định nghĩa vụ tài chính, thuế giữa các bên với cơ quan quản lý nhà nước. Do vậy, để có thể tiến hành một chu trình thương mại điện tử trọn vẹn đến khâu thanh toán, ngoài sự thống nhất ý chí giữa các bên tham gia giao dịch, còn cần những quy định cụ thể của cơ quan quản lý nhà nước về việc tiếp nhận và xử lý các chứng từ điện tử phát sinh từ giao dịch này, đặc biệt là hóa đơn. Những quy định về hóa đơn điện tử đã dần được chi tiết hóa và hoàn chỉnh trong các văn bản quy phạm pháp luật về kế toán, hóa đơn ban hành từ năm 2004 đến nay.

Hai nghị định quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Kế toán - Nghị định 128/2004/NĐ-CP áp dụng trong lĩnh vực kế toán nhà nước và Nghị định 129/2004/NĐ-CP áp dụng trong hoạt động kinh doanh, có một số quy định về việc lưu trữ, quản lý, bảo quản chứng từ điện tử và điều kiện công nghệ - kỹ thuật cho việc triển khai sử dụng chứng từ điện tử. Tuy nhiên, cả hai nghị

định này mới chỉ đề cập sơ lược tới việc chứng từ điện tử được chuyển đổi từ chứng từ giấy để giao dịch thanh toán thì sẽ “có giá trị để thực hiện nghiệp vụ thanh toán”, chưa quy định rõ về giá trị thanh toán của bản thân hóa đơn điện tử.

Nghị định 51/2010/NĐ-CP Quy định về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ đã có một bước tiến lớn trong việc thừa nhận hóa đơn điện tử “là một trong các hình thức thể hiện hóa đơn” và nêu rõ “Nhà nước khuyến khích hình thức hóa đơn điện tử”. Nghị định cũng đưa ra tiền đề cơ bản cho việc xây dựng những quy định cụ thể sau này về khởi tạo, lập, phát hành và nhận dạng hóa đơn áp dụng cho hình thức hóa đơn khá đặc thù này.

Hộp I.5: Quy định về hóa đơn điện tử trong Nghị định 51/2010/NĐ-CP

Điều 5. Nguyên tắc tạo và phát hành hóa đơn

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại Điều 6, Điều 7 Nghị định này được tự in hóa đơn hoặc khởi tạo hóa đơn điện tử để sử dụng trong việc bán hàng hóa, dịch vụ.
5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể đồng thời cùng lúc sử dụng nhiều hình thức hóa đơn khác nhau. Nhà nước khuyến khích hình thức hóa đơn điện tử.

Điều 7. Hóa đơn điện tử

1. Hóa đơn điện tử được khởi tạo, lập, xử lý trên hệ thống máy tính của tổ chức, cá nhân kinh doanh đã được cấp mã số thuế khi bán hàng hóa, dịch vụ và được lưu trữ trên máy tính của các Bên theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử.
2. Hóa đơn điện tử được sử dụng theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử.

Ngoài Thông tư số 153/2010/TT-BTC ngày 28/9/2010 hướng dẫn thi hành Nghị định 51/2010/NĐ-CP, Bộ Tài chính hiện đang xây dựng dự thảo một thông tư hướng dẫn riêng về hóa đơn điện tử - Thông tư hướng dẫn về khởi tạo, phát hành và sử dụng hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Thông tư bao gồm các quy định rất chi tiết về khởi tạo hóa đơn điện tử, lập, gửi và nhận hóa đơn, nguyên tắc và điều kiện sử dụng hóa đơn điện tử, chữ ký điện tử trên hóa đơn, cho đến các vấn đề thực thi như xử lý hóa đơn lập sai, lưu trữ, bảo quản hóa đơn, kiểm tra việc in, phát hành, quản lý và sử dụng hóa đơn điện tử. Sau khi được ban hành (dự kiến vào đầu năm 2011), Thông tư này sẽ hoàn thiện nốt mắt xích cuối cùng trong hệ thống các quy định pháp lý về hóa đơn điện tử, tạo điều kiện để hóa đơn điện tử được sử dụng một cách rộng rãi trong các giao dịch thương mại của toàn xã hội.

Chữ ký số

Vấn đề quan trọng nhất được doanh nghiệp và người tiêu dùng quan tâm khi sử dụng chứng từ điện tử là việc đảm bảo tính “bản gốc” và tính “xác thực” của chứng từ để làm căn cứ giải quyết các tranh chấp có thể phát sinh. Trong môi trường truyền thống, những yếu tố này thường được đảm bảo bằng con dấu và chữ ký trên văn bản. Còn trong môi trường điện tử, chữ ký số là giải pháp được pháp luật chính thức thừa nhận để thiết lập giá trị pháp lý “như bản gốc” của chứng từ, hoặc đáp ứng các yêu cầu về chữ ký và con dấu trên văn bản.

Trong thời gian 5 năm qua, khung pháp lý cho việc triển khai ứng dụng chữ ký số cũng đã dần được hoàn thiện trên cơ sở hai văn bản nền tảng là Luật Giao dịch điện tử và Nghị định về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số. Bên cạnh những nguyên tắc nhằm đảm bảo tính pháp lý

của chữ ký số trong giao dịch dân sự, các văn bản hướng dẫn của Bộ Thông tin và Truyền thông cũng đưa ra những quy định khá cụ thể cho việc triển khai dịch vụ chứng thực chữ ký số - yếu tố tiên quyết để đưa chữ ký số vào ứng dụng rộng rãi, tạo điều kiện cho chứng từ điện tử được trao đổi một cách an toàn và với giá trị pháp lý ngang với chứng từ giấy trong các giao dịch kinh tế - thương mại tại Việt Nam.

Hộp I.6: Hành lang pháp lý cho chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số

Hành lang pháp lý cho chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số bao gồm:

- Luật Giao dịch điện tử.
- Nghị định số 26/2007/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số.
- Quyết định số 20/2007/QĐ-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông ban hành mẫu quy chế chứng thực chữ ký số.
- Quyết định số 59/2008/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Danh mục tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng chữ ký số và chứng thực chữ ký số.
- Thông tư số 37/2009/TT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông quy định về hồ sơ và thủ tục liên quan đến cấp phép, đăng ký, công nhận các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số.

2.2.3. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đang ngày càng được quan tâm và việc Quốc hội lần đầu tiên thông qua Luật bảo vệ người tiêu dùng vào cuối năm 2010 đã phản ánh tầm quan trọng ngày càng tăng của vấn đề này trong hệ thống pháp luật kinh tế - dân sự Việt Nam. Nhận thức của xã hội về quyền lợi người tiêu dùng gia tăng, cùng với sự phát triển nhanh của các ứng dụng TMĐT B2C và C2C khiến những vụ việc liên quan đến quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch trên môi trường mạng thời gian qua thu hút sự chú ý rộng rãi của dư luận. Quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử có thể bị tác động bởi 2 nhóm yếu tố: thứ nhất là những yếu tố của môi trường thương mại truyền thống như thông tin, chất lượng hàng hóa, dịch vụ, v.v...; thứ hai là những yếu tố đặc thù của môi trường điện tử như bảo vệ thông tin cá nhân, ngăn chặn quảng cáo không mong muốn (thư rác), vấn đề an ninh an toàn trong giao dịch, v.v... Do vậy, các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT thời gian qua đã được xây dựng dựa trên các nguyên tắc cơ bản như sau:

- Giao dịch TMĐT phải tuân thủ các quy định pháp luật chung về bảo vệ người tiêu dùng. Những tranh chấp về chất lượng hàng hóa, quảng cáo không đúng sự thật, thông tin sai lệch, ... sẽ được xử lý như trong các giao dịch truyền thống.
- Mức độ bảo vệ của pháp luật đối với người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT cũng tương đương như trong môi trường truyền thống. Người bán trong môi trường điện tử không phải tuân thủ những quy định khắt khe hơn hay được hưởng ưu đãi hơn so với người bán trong môi trường truyền thống.
- Hệ thống pháp luật TMĐT chỉ điều chỉnh những khía cạnh đặc thù của giao dịch điện tử liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng.

Với tinh thần trên, các văn bản liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử thời gian qua chủ yếu tập trung vào 2 khía cạnh đặc thù là bảo vệ thông tin cá nhân của

người tiêu dùng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử.

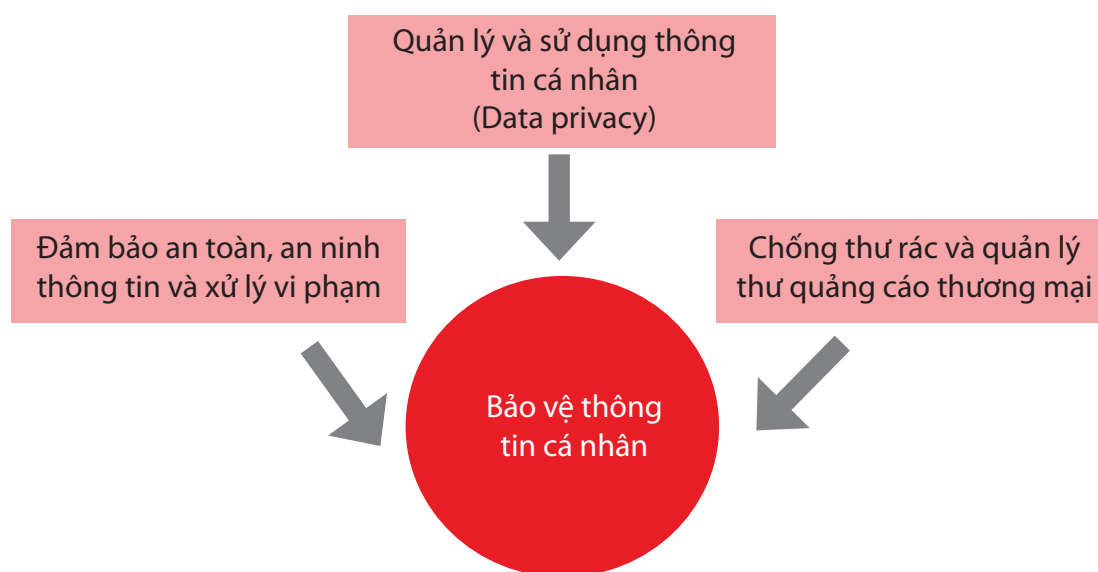
- Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử, bao gồm vấn đề quản lý và sử dụng thông tin cá nhân trong TMĐT (data privacy), chống thư rác và quản lý thư quảng cáo thương mại, và xử lý tội phạm về thông tin cá nhân trong thương mại điện tử.
- Bảo vệ người tiêu dùng trong quá trình giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử: trong đó tập trung điều chỉnh vấn đề cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên môi trường điện tử, nhằm thu hẹp khoảng cách về bất bình đẳng thông tin đối với người tiêu dùng và nâng cao tính minh bạch của môi trường thương mại điện tử.

Vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân

Cho đến thời gian gần đây, việc bảo vệ thông tin cá nhân nói chung và quyền riêng tư thông tin trên môi trường điện tử nói riêng vẫn còn là một khái niệm mới mẻ tại Việt Nam. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của CNTT và TMĐT, những tác động tiêu cực của việc sử dụng thông tin cá nhân bất hợp pháp đã ngày càng trở nên rõ ràng và thu hút sự chú ý của cộng đồng cũng như doanh nghiệp. Theo điều tra hàng năm của Bộ Công Thương từ năm 2005 đến nay, vấn đề an ninh an toàn trong giao dịch điện tử bao gồm bảo vệ thông tin cá nhân luôn được doanh nghiệp xếp vào 3 trở ngại hàng đầu cho sự phát triển của TMĐT Việt Nam.

Một số hành vi vi phạm phổ biến về thông tin cá nhân ghi nhận được trong thời gian qua là: 1) Không có biện pháp quản lý phù hợp, sử dụng không đúng mục đích hoặc thu thập, sử dụng bất hợp pháp thông tin cá nhân; 2) phát tán thư rác và gửi quảng cáo thương mại khi không được sự đồng ý của người nhận; 3) ăn cắp, sử dụng thông tin tài khoản cá nhân để lừa đảo, thu lợi bất chính.

Hình I.3: Các khía cạnh của bảo vệ thông tin cá nhân



Mặc dù Việt Nam vẫn chưa có một văn bản điều chỉnh riêng vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân, nhưng xem xét một cách hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật về TMĐT ban hành trong 5 năm vừa qua, có thể thấy những nội dung liên quan đến vấn đề này đã được quy định ngày càng rõ từ cấp độ luật đến các văn bản hướng dẫn luật. Đặc biệt, đã có quy định về các hình thức xử phạt, chế tài cụ thể từ xử phạt vi phạm hành chính, phạt tiền đến xử lý hình sự với các trường hợp vi phạm nặng.

- Luật Giao dịch điện tử năm 2005 (Điều 46);
- Luật Công nghệ thông tin năm 2006 (Điều 21, 22, 72);
- Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010;
- Nghị định 63/2007/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin;
- Nghị định 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác;
- Thông tư 09/2008/NĐ-CP hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử;
- Thông tư 25/2010/TT-BTTTT quy định về việc thu thập, sử dụng, chia sẻ, đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin cá nhân trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước.

Bảo vệ người tiêu dùng trong quá trình giao kết hợp đồng trên website TMĐT

Do đặc thù của môi trường Internet, giao dịch tiến hành qua các website thương mại điện tử thường tuân theo những trình tự và điều kiện rất khác biệt so với giao dịch truyền thống, đặc biệt trong quy trình giao kết hợp đồng giữa các bên. Ở một giao dịch truyền thống, bên đề nghị giao kết là bên đưa ra các điều khoản của hợp đồng. Còn trên website TMĐT, khách hàng là người đề nghị giao kết hợp đồng nhưng thương nhân mới là người quyết định các điều khoản hợp đồng. Ngoài ra, người tiêu dùng khi tham gia giao dịch cũng thường bị hạn chế trong việc tiếp cận thông tin do những tiêu chí về sản phẩm, điều kiện giao dịch được cung cấp phân tán ở nhiều nơi trên website, thông tin cũng có thể không đầy đủ hoặc được cung cấp dưới những hình thức gây nhầm lẫn (ví dụ như có đường dẫn kết nối tới website của một công ty danh tiếng làm người tiêu dùng lầm tưởng sản phẩm mình mua là của công ty đó, v.v...).

Nhằm giải quyết những vấn đề này, giúp bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch trên các website TMĐT, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư 09/2008/TT-BCT vào ngày 21/7/2008 hướng dẫn việc cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT. Mục tiêu của Thông tư là đảm bảo sự cân bằng lợi ích giữa các bên tham gia giao dịch. Do khách hàng thường ở thế bất lợi hơn trong việc tiếp cận thông tin và bị động hơn trong việc thỏa thuận các điều kiện hợp đồng, Thông tư quy định về một quy trình giao kết hợp đồng tiêu biểu qua website TMĐT nhằm phân định rõ phạm vi trách nhiệm của mỗi bên và nâng cao tính minh bạch của môi trường giao dịch. Thông tư cũng quy định cụ thể về những thông tin cần được cung cấp trên website nhằm bảo vệ lợi ích tối thiểu cho khách hàng là người tiêu dùng. Đây là văn bản

quy phạm pháp luật đầu tiên để cập chi tiết đến việc bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam.

3. Cung cấp dịch vụ công trực tuyến

Cung cấp dịch vụ công trực tuyến là một trong những giải pháp, yêu cầu đối với các cơ quan Chính phủ về cung cấp các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử phát triển và thực hiện giao dịch điện tử trong hoạt động của các cơ quan Chính phủ được đặt ra trong Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2006-2010. Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo đến năm 2010, các cơ quan Chính phủ phải đưa hết các dịch vụ công lên mạng, trong đó ưu tiên các dịch vụ: thuế điện tử, hải quan điện tử, các thủ tục xuất nhập khẩu điện tử, thủ tục liên quan tới đầu tư và đăng ký kinh doanh điện tử, các loại giấy phép thương mại chuyên ngành, thủ tục giải quyết tranh chấp; sửa đổi các quy định về đấu thầu trong mua sắm công theo hướng các chủ đầu tư phải công bố mời thầu trên trang tin điện tử của cơ quan quản lý nhà nước về đấu thầu và các trang tin điện tử của các cơ quan khác. Các bộ, ngành Trung ương, các cơ quan chính quyền địa phương các thành phố lớn phải từng bước tiến hành giao kết hợp đồng mua sắm công trên mạng.

Năm 2006, hoạt động cung cấp trực tuyến các dịch vụ công mới bắt đầu khởi sắc. Các cơ quan nhà nước trong giai đoạn này tuy đã đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong giao tiếp với doanh nghiệp và công dân nhưng việc cung cấp trực tuyến các dịch vụ công ở giai đoạn này phần lớn dừng ở việc các Bộ, ngành tiến hành xây dựng website, trên đó cung cấp những thông tin cơ bản về chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực quản lý mà mình phụ trách. Những dịch vụ công trực tuyến đơn giản đã bước đầu được cung cấp thử nghiệm như khai hải quan điện tử, đấu thầu mua sắm công và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử.

Cùng với những thay đổi tích cực trong sự phát triển thương mại điện tử nước ta, hoạt động cung cấp trực tuyến các dịch vụ công trên cả nước sau 5 năm thực hiện triển khai Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg ngày 15/9/2005 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển TMDT giai đoạn 2006-2010 và Đề án đơn giản hóa thủ tục hành chính trên các lĩnh vực quản lý nhà nước giai đoạn 2007-2010 cũng được triển khai đồng bộ và đạt nhiều kết quả quan trọng.

3.1. Tổng quan về sự phát triển Chính phủ điện tử ở Việt Nam

Ngoài là năm cuối cùng triển khai Quyết định 222, năm 2010 là năm kết thúc của mục tiêu về ứng dụng CNTT trong hoạt động của cơ quan nhà nước mà Chính phủ đề ra trong Quyết định 48/QĐ-TTg, đây cũng là năm định hướng các giải pháp CNTT cho giai đoạn 2011-2015. Xây dựng Chính phủ điện tử cũng là một phần trong cam kết của Chính phủ Việt Nam trong kế hoạch đưa Việt Nam thành một quốc gia mạnh về CNTT.

Bảng I.2: Sự phát triển của Chính phủ điện tử ở Đông Nam Á

Nước	Chỉ số phát triển Chính phủ điện tử		Xếp hạng phát triển CPĐT trên thế giới (tổng số 192 quốc gia được xếp hạng)	
	2010	2008	2010	2008
Singapore	0.7476	0.7009	11	23
Malaysia	0.6101	0.6063	32	34
Brunei	0.4796	0.4667	68	87
Thái Lan	0.4653	0.5031	76	64
Philippines	0.4637	0.5001	78	66
Việt Nam	0.4454	0.4458	90	91
Indonesia	0.4026	0.4107	109	106
Lào	0.2637	0.2383	151	156
Trung bình ở khu vực	0.4250	0.4290		
Trung bình trên thế giới	0.4406	0.4514		

Nguồn: *The 2010 United Nation e-Government Survey*

Theo Báo cáo Đòn bẩy Chính phủ điện tử trong thời điểm khủng hoảng tài chính và kinh tế - The 2010 United Nation e-Government Survey của Liên Hợp Quốc, kể từ báo cáo lần cuối năm 2008, các chính phủ trong đó có Việt Nam đã tiến một bước dài về phát triển, cung cấp các dịch vụ trực tuyến. Chính phủ điện tử của Việt Nam đứng thứ 90 trong tổng số 192 nước được điều tra về ứng dụng CNTT trong khu vực công, tăng 1 bậc so với năm 2008 (Liên Hợp Quốc thực hiện khảo sát 2 năm/lần), và đứng thứ 6 trong tổng số 10 nước trong khu vực Đông Nam Á (ASEAN), Việt Nam đứng sau Singapore (11), Malaysia (32), Brunei (68), Thái Lan (76) và Philippin (78). Thước đo Chính phủ điện tử trong báo cáo này dựa trên năng lực và mong muốn ứng dụng CNTT-TT của khu vực công để cải thiện các dịch vụ cung cấp cho người dân. Việc đánh giá xếp hạng được dựa trên các chỉ số chính: Sự sẵn sàng điện tử, Đánh giá Web, Nguồn nhân lực, Hạ tầng cơ sở và sự tham gia điện tử, v.v... Theo báo cáo này, Hàn Quốc là quốc gia đứng thứ nhất thế giới về xây dựng Chính phủ điện tử.

Hộp I.7: Các mức độ dịch vụ công trực tuyến tại Việt Nam

Hiện nay, dịch vụ công trực tuyến được đánh giá theo 4 mức độ:

1. Mức độ 1: là dịch vụ đảm bảo cung cấp đầy đủ các thông tin về quy trình, thủ tục; hồ sơ; thời hạn; phí và lệ phí thực hiện dịch vụ.
2. Mức độ 2: là dịch vụ công trực tuyến mức độ 1 và cho phép người sử dụng tải về các mẫu văn bản và khai báo để hoàn thiện hồ sơ theo yêu cầu. Hồ sơ sau khi hoàn thiện được gửi trực tiếp hoặc qua đường bưu điện đến cơ quan, tổ chức cung cấp dịch vụ.
3. Mức độ 3: là dịch vụ công trực tuyến mức độ 2 và cho phép người sử dụng điền và gửi trực tuyến các mẫu văn bản đến cơ quan, tổ chức cung cấp dịch vụ. Các giao dịch trong quá trình xử lý hồ sơ và cung cấp dịch vụ được thực hiện trên môi trường mạng. Việc thanh toán lệ phí (nếu có) và nhận kết quả được thực hiện trực tiếp tại cơ quan, tổ chức cung cấp dịch vụ.
4. Mức độ 4: là dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 và cho phép người sử dụng thanh toán lệ phí (nếu có) được thực hiện trực tuyến. Việc trả kết quả có thể được thực hiện trực tuyến, gửi trực tiếp hoặc qua đường bưu điện.

Nguồn: Thông tư 26/2009/TT-BTTTT ngày 31 tháng 7 năm 2009 của Bộ Thông tin và Truyền thông quy định về việc cung cấp thông tin và đảm bảo khả năng truy cập thuận tiện đối với trang thông tin điện tử của cơ quan nhà nước

3.2. Số lượng dịch vụ hành chính công trực tuyến đang tăng mạnh cả về số lượng dịch vụ và đơn vị cung cấp

Đồng thời với quá trình triển khai Quyết định 222 của Thủ tướng Chính phủ, Đề án 30 của Chính phủ về đơn giản hóa các thủ tục hành chính trên các lĩnh vực quản lý nhà nước giai đoạn 2007-2010 cũng được triển khai trên cả nước. Cuối năm 2010, một cơ sở dữ liệu quốc gia về thủ tục hành chính đã được xây dựng và công khai trên Internet tại địa chỉ <http://csdl.thutu-chanhchinh.vn> (các thủ tục hành chính được công khai trên mạng có mức độ trực tuyến tương đương với dịch vụ công trực tuyến mức độ 2).

Về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến, theo khảo sát, đánh giá của Bộ Thông tin và Truyền thông, các trang thông tin điện tử các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã có tiến bộ rõ rệt trong việc cung cấp kịp thời và đầy đủ những thông tin chủ yếu để phục vụ người dân và doanh nghiệp. Rất nhiều trang thông tin điện tử được đầu tư để cung cấp nhiều dịch vụ hành chính công trực tuyến. Dịch vụ công trực tuyến mức độ 1 và 2 được cung cấp ngày càng đầy đủ. So với các năm trước, các dịch vụ được phân loại và bố trí thuận lợi hơn cho việc khai thác, sử dụng.

Năm 2010 đã có sự tăng trưởng vượt bậc cả về số lượng và số địa phương cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, có 38 địa phương đã cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 với số lượng dịch vụ là 748 (năm 2009 có 18 địa phương, năm 2008 có 6 địa phương), trong đó địa phương cung cấp nhiều nhất là các tỉnh An Giang (139 dịch vụ) và thành phố Đà Nẵng (74 dịch vụ).

Bảng I.3: Tổng hợp số lượng đơn vị cung cấp và dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 qua các năm

Năm	Tỉnh, thành phố		Bộ, cơ quan ngang Bộ	
	Số lượng	Tổng số dịch vụ	Số lượng	Tổng số dịch vụ
2008	6	30	2	3
2009	18	254	6	9
2010	38	748	7	27

Nguồn: Tổng hợp Đánh giá, xếp hạng các trang thông tin điện tử của các Bộ, cơ quan ngang Bộ và địa phương của Bộ TTTT qua các năm

Trong đó, năm Bộ có xếp hạng mức độ cung cấp trực tuyến dịch vụ công cao nhất năm 2010 là Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Ngoại giao, Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Tài chính.

Bảng I.4: Các địa phương có mức độ cung cấp dịch vụ công trực tuyến được xếp hạng cao nhất

TT	Địa phương	Xếp hạng và điểm số		
		2010	2009	2008
1	Long An	1	36	33
2	Hậu Giang	2	34	3
3	Thừa Thiên Huế	3	15	2
4	Yên Bái	4	21	Chưa xếp hạng
5	Đồng Nai	5	25	20

Nguồn: Đánh giá, xếp hạng các trang thông tin điện tử của các Bộ, cơ quan ngang Bộ và địa phương của Bộ TTTT năm 2010

3.3. Chất lượng và mức độ dịch vụ công trực tuyến được cải thiện

Ngoài số lượng dịch vụ công được cung cấp, các Bộ, ngành và địa phương đã chú trọng nhiều hơn tới chất lượng dịch vụ và tính tương tác giữa hệ thống với người sử dụng, đồng thời nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ, cung cấp nhiều dịch vụ công trực tuyến ở mức độ cao. Đây là những hoạt động quan trọng nằm trong lộ trình triển khai xây dựng Chính phủ điện tử và Cơ chế một cửa quốc gia Việt Nam.

Theo khảo sát, đánh giá và xếp hạng các trang thông tin điện tử của các bộ ngành và địa phương do Bộ Thông tin và Truyền thông thực hiện, từ năm 2007 đến nay việc cung cấp thông tin, mức độ cung cấp thông tin, chỉ số truy cập, số lượng và mức độ dịch vụ hành chính công trực tuyến được cung cấp đến người dân của các bộ, cơ quan ngang bộ và tất cả các tỉnh thành đều có những cải thiện đáng kể qua các năm.

Những dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 đã được triển khai trên quy mô rộng như Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử, cấp phép nhập khẩu tự động tiếp tục được triển khai và nâng cấp; dịch vụ Khai thuế điện tử, Hải quan điện tử, Đấu thầu trực tuyến được triển khai thí điểm mở rộng ở nhiều địa bàn.

Hệ thống quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử (eCoSys): Bắt đầu được triển khai trên diện rộng từ Quý II năm 2008. Hiện nay, Hệ thống eCosys có sự tham gia của 18 Phòng Quản lý xuất nhập khẩu, 37 Ban quản lý Khu Công nghiệp/Khu chế xuất, 9 tổ chức cấp C/O thuộc VCCI. Tính đến cuối năm 2010 đã có hơn 6.500 doanh nghiệp tham gia hệ thống với số lượng C/O điện tử được cấp hàng ngày lên đến trên 700 bộ.

Hệ thống cấp phép nhập khẩu tự động: Hệ thống Cấp phép nhập khẩu tự động www.nhapkhau.gov.vn được Bộ Công Thương bắt đầu triển khai từ năm 2008. Đến nay, trên 400 doanh nghiệp nhập khẩu tham gia hệ thống.

Hệ thống khai thuế điện tử: Hệ thống khai thuế qua mạng Internet bắt đầu được thực hiện thí điểm theo Quyết định số 1830/QĐ-BTC ngày 29 tháng 7 năm 2009 của Bộ Tài chính. Đến giữa năm 2010 đã có 1496 doanh nghiệp tại 5 tỉnh, thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Bà Rịa - Vũng Tàu, Vĩnh Phúc đã sử dụng dịch vụ kê khai thuế qua mạng. Tổng số tờ khai thuế điện tử có chữ ký điện tử đã nhận được tới tháng 8 năm 2010 là 28.842 tờ khai (gồm các loại tờ khai thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập đặc biệt, thuế thu nhập cá nhân và các loại thuế khác).

Bắt đầu từ tháng 8/2009, Tổng cục Thuế đã triển khai thí điểm Hệ thống khai thuế qua mạng đối với người nộp thuế tại 4 địa bàn: Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng và Bà Rịa - Vũng Tàu, áp dụng cho các tờ khai thuế Giá trị gia tăng, Thu nhập doanh nghiệp, Tiêu thụ đặc biệt, Tài nguyên, Thu nhập cá nhân, Báo tình hình sử dụng hóa đơn, Tờ khai thuế nhà thầu nước ngoài. Tính đến cuối năm 2009, hệ thống khai thuế qua mạng đã được triển khai cho 427 người nộp thuế với tổng số tờ khai điện tử nhận vào hệ thống quản lý thuế là 2.019 tờ khai.

Năm 2010, hệ thống khai thuế qua mạng được triển khai mở rộng tại 19 tỉnh, thành phố. Đến cuối năm 2010, hơn 7.200 người nộp thuế tại 19 địa bàn này đã thực hiện khai thuế qua mạng với tổng số tờ khai điện tử nhận vào hệ thống quản lý thuế đạt gần 90.000 tờ khai.

Thủ tục Hải quan điện tử: Tổng cục Hải quan tiến hành triển khai thí điểm hẹp thủ tục hải quan điện tử từ tháng 10/2005 - 11/2009 và thí điểm mở rộng từ tháng 12/2009 - 12/2011. Việc triển khai mở rộng thủ tục hải quan điện tử đã mang lại lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp, đáp ứng các yêu cầu về cải cách thủ tục hành chính theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ; thời gian thông quan đối với các lô hàng thực hiện thủ tục hải quan điện tử giảm đáng kể so với thủ tục thông thường và khai từ xa; danh mục các chứng từ trong bộ hồ sơ hải quan điện tử giảm đáng kể so với thủ tục hải quan truyền thống. Tính đến ngày 15 tháng 11 năm 2010, thủ tục hải quan điện tử đã đạt được những kết quả cụ thể như sau:

- Số lượng các Cục hải quan đã triển khai: 13/33, chiếm tỷ lệ 39,4%;
- Số lượng các Chi cục đã triển khai: 70. Trong đó có 8/13 Cục hải quan đã triển khai thủ tục hải quan điện tử tại 100% các Chi cục;
- Số lượng tờ khai thực hiện thủ tục hải quan điện tử: 254.248 tờ khai;
- Kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 27.926 triệu USD;
- Tổng số thuế thu được: 41.592 tỷ đồng.
- Thời gian thông quan trung bình: Đối với luồng xanh từ 3-15 phút; luồng vàng điện tử từ 10-20 phút; luồng vàng giấy từ 10-60 phút; luồng đỏ phụ thuộc thời gian kiểm tra thực tế hàng hóa.

Ngày 09/11/2009, Tổng cục Hải quan đã ban hành Quyết định số 2222/QĐ-TCHQ về việc ban hành Quy trình tạm thời về thu, nộp thuế hàng hóa xuất nhập khẩu qua Ngân hàng bằng phương thức điện tử, theo đó, hoạt động thu nộp thuế hàng hóa xuất nhập khẩu, phí, lệ phí và các khoản thu khác của Ngân sách nhà nước liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu qua sẽ được thực hiện qua ngân hàng bằng phương thức điện tử. Trong Quý IV năm 2010, Tổng cục Hải quan đã thí điểm thực hiện thu thuế xuất nhập khẩu, phí, lệ phí và các khoản thu khác của Ngân sách nhà nước bằng phương thức điện tử.

Hệ thống đấu thầu trực tuyến: Thời gian qua, Cục Quản lý đấu thầu, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã phối hợp với chuyên gia Hàn Quốc xây dựng hệ thống đấu thầu qua mạng thử nghiệm tại địa chỉ <http://muasamcong.mpi.gov.vn>. Ngày 22 tháng 7 năm 2010, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã ban hành Thông tư số 17/2010/TT-BKH quy định chi tiết thí điểm đấu thầu qua mạng. Thông tư có hiệu lực từ ngày 15 tháng 9 năm 2010, trong đó quy định việc triển khai thí điểm đấu thầu qua mạng tại ba cơ quan là Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Tập đoàn Điện lực Việt Nam. Đồng thời Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng có văn bản số 6086/BKH-QLĐT ngày 31 tháng 8 năm 2010 đề nghị các Bộ, cơ quan ngang Bộ, địa phương, các tập đoàn kinh tế, các Tổng công ty trên toàn quốc tham gia thí điểm đấu thầu qua mạng nhằm sớm nhân rộng mô hình này trong thời gian tới.

3.4. Những dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 đầu tiên đã được đầu tư xây dựng và đưa vào triển khai

Triển khai dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 - mức độ cao nhất - đòi hỏi nhiều điều kiện về hạ tầng giao dịch như chữ ký điện tử, thanh toán. Bên cạnh đó, không phải dịch vụ nào cũng có thể triển khai trực tuyến ngay ở mức độ 4, ví dụ như những dịch vụ cần có sự kiểm tra, ký nhận trực tiếp của các bên tham gia. Với nỗ lực và sự phối hợp của các Bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp, từ đầu năm 2010 một số dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 đầu tiên đã được đưa vào sử dụng.

Với dịch vụ công trực tuyến về cấp phép hợp báo, hội thảo, hội nghị có yếu tố nước ngoài chính thức triển khai trên Trang thông tin điện tử của Sở Thông tin và Truyền thông tại địa chỉ <http://www.ict-hcm.gov.vn> từ tháng 2/2010, thành phố Hồ Chí Minh đã trở thành địa phương đầu tiên cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 4.

Ngày 07 tháng 5 năm 2010, Bộ Công Thương cũng đã chính thức khai trương Hệ thống cấp phép xác nhận khai báo hóa chất trực tuyến mức độ 4 tại địa chỉ www.cuchoachat.gov.vn. Ở mức độ này, toàn bộ quy trình cung cấp dịch vụ gồm việc khai hồ sơ và xử lý hồ sơ sẽ hoàn toàn được tiến hành qua mạng. Vấn đề an toàn thông tin sẽ được đảm bảo với công nghệ chữ ký số. Đây cũng là dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 đầu tiên của các Bộ, ngành.

Với các dịch vụ công trực tuyến mức độ 4, toàn bộ quy trình thủ tục hành chính được thực hiện qua mạng sẽ giúp giảm thời gian, giảm chi phí trong hoạt động cung cấp và sử dụng dịch vụ công, nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp, đồng thời giúp cơ quan quản lý nhà nước có số liệu, báo cáo chính xác, kịp thời.

3.5. Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN

Triển khai việc xây dựng và thực hiện Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN theo lộ trình, trong thời gian vừa qua, cơ quan đầu mối là Tổng cục Hải quan và các Bộ, ngành liên quan đã thực hiện công tác kiện toàn Bộ máy tổ chức và quy chế hoạt động về Cơ chế một cửa ASEAN giai đoạn 2008-2012; triển khai công việc tới các Nhóm làm việc về Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN; chủ động rà soát ở mức tổng quát các quy trình thủ tục của các Bộ, ngành theo kết quả rà soát của Đề án 30 của Chính phủ về đơn giản hóa thủ tục hành chính cũng như các quy định pháp lý có liên quan trong quá trình xây dựng Khung pháp lý cho Cơ chế một cửa quốc gia; hoàn thành dự thảo quy trình kỹ thuật của các dịch vụ công có liên quan khi triển khai cơ chế một cửa quốc gia; chuẩn bị các bước ký kết văn kiện tài trợ cho dự án hỗ trợ kỹ thuật cho Việt Nam để thực hiện cơ chế một cửa quốc; hoàn thành công tác chuẩn bị và sẵn sàng bước sang giai đoạn đấu thầu để triển khai cấu phần hỗ trợ kỹ thuật cho triển khai Cơ chế một cửa quốc gia.

Hộp I.8: Thuận lợi, khó khăn trong quá trình triển khai cung cấp trực tuyến các dịch vụ công

Thuận lợi:

- 5 năm trở lại đây, hoạt động cải cách hành chính được triển khai rộng rãi trên cả nước;
- Mức độ sẵn sàng với thương mại điện tử của các doanh nghiệp Việt Nam có sự cải thiện đáng kể;
- Người sử dụng dịch vụ ủng hộ chủ trương điện tử hóa các giao dịch công;
- Các ứng dụng chữ ký số, thanh toán điện tử khả thi được ứng dụng rộng rãi là những thuận lợi giúp cung cấp dịch vụ công trực tuyến thành công.

Khó khăn:

- Trình độ của các đối tượng tham gia sử dụng hệ thống vẫn không đồng đều, chưa hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu nên việc triển khai dịch vụ công trực tuyến ở mức độ 3 và 4 còn gặp khó khăn;
- Thói quen, tập quán làm việc trong môi trường truyền thống của đa số người dân, doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa làm cản trở mức độ sẵn sàng của các đối tượng tham gia vào sử dụng các dịch vụ công trực tuyến;
- Đa số doanh nghiệp và các đối tượng có nhu cầu vẫn chưa thực sự hiểu đúng và lòng tin cao vào độ an toàn khi giao dịch có sử dụng các công nghệ cao như chữ ký số và thanh toán điện tử.

4. Phát triển công nghệ hỗ trợ TMĐT

Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010 nhấn mạnh việc cần chú trọng phát triển các công nghệ hỗ trợ TMĐT trên cơ sở khuyến khích chuyển giao công nghệ từ nước ngoài dưới các hình thức:

- Ban hành và phổ cập các chính sách, biện pháp khuyến khích đầu tư phát triển công nghệ phục vụ hoạt động TMĐT; các tiêu chuẩn chung sử dụng trong TMĐT, đặc biệt là chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử (EDI và ebXML).
- Khuyến khích, hỗ trợ các ngân hàng và các tổ chức tín dụng triển khai ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động ngân hàng và các loại hình dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán điện tử; xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số ngành công nghiệp có quy mô kinh tế lớn.

4.1. Ban hành và phổ cập các tiêu chuẩn sử dụng trong TMĐT

Trong giai đoạn 5 năm qua, việc ban hành, phổ cập các chính sách, biện pháp nhằm phát triển công nghệ phục vụ việc quản lý và thuận lợi hóa hoạt động TMĐT đã được các Bộ, ngành rất chú trọng. Bộ Khoa học và Công nghệ với trách nhiệm quản lý nhà nước về công tác tiêu chuẩn hóa, đã xây dựng và phổ biến nhiều bộ tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử, bao gồm những tiêu chuẩn liên quan đến trao đổi dữ liệu thương mại, trao đổi dữ liệu trong hành chính, thương mại và vận tải (EDIFACT), định dạng trao đổi và phần tử dữ liệu, quy tắc tạo tệp lược đồ XML, xử lý thông tin, v.v...

Bảng 1.5: Các bộ tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử

Bộ tiêu chuẩn	Nội dung
TCVN ISO 7372:2003	Trao đổi dữ liệu thương mại - Danh mục phần tử dữ liệu thương mại
TCVN ISO 9735:2004	Trao đổi dữ liệu trong hành chính, thương mại và vận tải (EDIFACT)
TCVN ISO 8601:2004	Định dạng trao đổi và phần tử dữ liệu - Trao đổi thông tin - Biểu diễn ngày tháng và thời gian
TCVN ISO/TS 20625:2002	Trao đổi dữ liệu trong hành chính, thương mại và vận tải (EDIFACT) - Quy tắc tạo tệp lược đồ XML (XSD) trên cơ sở các hướng dẫn thực thi của EDIFACT
TCVN ISO 14662:1997	Công nghệ thông tin - Mô hình tham chiếu EDI mở
TCVN ISO 6093:1985	Xử lý thông tin - Biểu diễn các giá trị số theo chuỗi ký tự trong trao đổi thông tin
TCVN ISO/TS 15000 ebXML:2006	Ngôn ngữ đánh dấu mở rộng kinh doanh điện tử ebXML
TCVN 7789 (part 1-6):2007	Công nghệ thông tin - Sổ đăng ký siêu dữ liệu (MDR)

Nhằm đẩy mạnh triển khai ứng dụng CNTT trong các cơ quan nhà nước một cách đồng bộ, Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Quyết định số 19/2008/QĐ-BTTTT và Quyết định số 20/2008/QĐ-BTTTT ngày 09 tháng 04 năm 2008 quy định áp dụng tiêu chuẩn ứng dụng CNTT và ban hành Danh mục tiêu chuẩn ứng dụng CNTT trong cơ quan nhà nước, trong đó có nhiều tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử thuộc nhóm tích hợp dữ liệu, truy cập thông tin và đặc tả dữ liệu.

Bộ Tài chính cũng đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn về ứng dụng và vận hành hệ thống công nghệ thông tin trong hoạt động hải quan.⁴ Hiện nay, việc trao đổi dữ liệu điện tử giữa Tổng cục Hải quan và các Cục Hải quan địa phương cơ bản vẫn dựa trên nền công nghệ web/Internet và XML truyền thống. Với mục tiêu hiện đại hóa hoạt động hải quan và hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, Tổng cục Hải quan hiện đang nghiên cứu các chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử của WCO và EDIFACT để đưa vào sử dụng trong thời gian tới.

Bộ Công Thương bắt đầu triển khai xây dựng Hệ thống cấp chứng nhận xuất xứ điện tử eCoSys từ năm 2006. Trước đây, eCoSys được phát triển dựa trên công nghệ web/Internet và XML truyền thống. Trong năm 2008, Bộ Công Thương đã nghiên cứu, xây dựng và ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về trao đổi dữ liệu điện tử trong cấp chứng nhận xuất xứ điện tử. Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia này áp dụng đối với các tổ chức cấp chứng nhận xuất xứ điện tử, các tổ chức và cá nhân sử dụng dịch vụ cấp chứng nhận xuất xứ điện tử và các doanh nghiệp hỗ trợ kỹ thuật. Việc áp dụng bộ quy chuẩn này sẽ hỗ trợ tốt hơn cho các cơ quan nhà nước trong quản lý số liệu xuất nhập khẩu và từng bước thuận lợi hóa các hoạt động thương mại qua biên giới trên cơ sở kết nối với các hệ thống cấp chứng nhận xuất xứ điện tử của các nước trong khu vực và thế giới theo tiêu chuẩn công nghệ tiên tiến về trao đổi dữ liệu điện tử EDIFACT của Liên Hợp Quốc.

Tại Việt Nam, tiêu chuẩn được sử dụng trong đổi dữ liệu điện tử được đa số tổ chức và doanh nghiệp biết đến là EDI và XML. Các tiêu chuẩn này thường được sử dụng vào việc sao lưu cơ sở dữ liệu, trao đổi dữ liệu giữa các tổ chức, doanh nghiệp khác nhau hoặc giữa các chi nhánh của một tổ chức, doanh nghiệp như trong ngành ngân hàng, công ty chứng khoán, hải quan, v.v... Chẳng hạn, Tổng cục Hải quan đã triển khai ứng dụng trên nền tảng XML kết hợp với mô hình theo khuyến cáo của Tổ chức Hải quan thế giới (WCO) để trao đổi dữ liệu với các doanh nghiệp tham gia dịch vụ thủ tục hải quan điện tử; Bộ Công Thương đã thống nhất biểu mẫu XML với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và các phòng quản lý xuất nhập khẩu, các khu công nghiệp, khu chế xuất để sao lưu, truyền dữ liệu cấp chứng nhận xuất xứ điện tử về hệ thống eCoSys. Một số doanh nghiệp như Cảng Hải Phòng đã đi đầu trong triển khai trao đổi dữ liệu điện tử trong quản lý và xử lý vận đơn cho các hãng tàu trong và ngoài nước. Chương trình của Cảng Hải Phòng được xây dựng theo tiêu chuẩn quốc tế UN/ISO EDIFACT 9735 để quản lý dữ liệu container của Cảng. Công ty Unilever Việt Nam đã xây dựng mạng EDI từ năm 2007 dựa trên chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử để quản lý sản phẩm bằng hệ thống mã vạch (barcode EANCOM13) theo tiêu chuẩn GS1.

Hiện nay, việc khuyến khích, hỗ trợ các ngân hàng và các tổ chức tín dụng triển khai ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động và các loại hình dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán điện tử đang diễn ra mạnh mẽ. Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước cũng đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn các doanh nghiệp trong ngành thống nhất sử dụng các tiêu chuẩn công nghệ ứng dụng trong lĩnh vực thẻ thanh toán, chuyển tiền quốc tế liên ngân hàng (như tiêu chuẩn ISO 8583, SWIFT) và trao đổi, tích hợp thông tin (dựa trên nền tảng tiêu chuẩn XML).

4 Quyết định số 50/2005/QĐ-BTC của Bộ trưởng Bộ Tài chính ngày 19 tháng 07 năm 2005 quy định về quy trình thực hiện thí điểm thủ tục hải quan điện tử đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu;

Công văn số 3339/TCHQ-HĐH của Tổng cục Hải quan ngày 19 tháng 08 năm 2005 về việc hướng dẫn quy trình thủ tục hải quan điện tử;

Quyết định số 1447/QĐ-TCHQ ngày 23 tháng 02 năm 2007 ban hành Quy định tạm thời về định dạng một số chứng từ điện tử khai hải quan từ xa đối với hệ thống thông tin hải quan.

4.2. Đẩy mạnh thanh toán điện tử và xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số doanh nghiệp quy mô lớn

Trong số những công nghệ được nhắc tới trong Quyết định 222 nhằm thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam, thanh toán điện tử là lĩnh vực phát triển nhanh và có nhiều bước tiến đáng kể trong giai đoạn 5 năm qua. Trước năm 2005, hoạt động thanh toán điện tử chỉ bó hẹp trong phạm vi giao dịch giữa các ngân hàng và còn thiếu sự liên kết, triển khai đồng bộ. Từ năm 2006 tới nay, rất nhiều hoạt động đã được triển khai nhằm nâng cao năng lực của hệ thống thanh toán, đa dạng hóa đối tượng tham gia và tăng cường tính liên kết giữa các nhà cung cấp dịch vụ. Hạ tầng kỹ thuật cũng như khung khổ pháp lý dần được hoàn thiện đã đặt cơ sở vững chắc cho các phương thức thanh toán điện tử phát triển, tạo điều kiện thuận lợi cho giao dịch TMĐT B2C cũng như B2B được triển khai một cách trọn vẹn trên môi trường trực tuyến.

Về hạ tầng thanh toán, Ngân hàng nhà nước đã xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án xây dựng Trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất (tái cấu trúc Banknetvn) thực hiện từ năm 2009-2012, với mục tiêu là kết nối hệ thống ATM/POS của các liên minh thẻ hiện hành thành một hệ thống thống nhất trên toàn quốc nhằm nâng cao hiệu quả và gia tăng tiện ích cho người sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng, thúc đẩy thanh toán bằng thẻ, tạo nền tảng kỹ thuật phát triển thanh toán điện tử tại Việt Nam. Đến năm 2010, ba liên minh thẻ Banknetvn-Smartlink-VNBC đã hoàn thành kết nối liên thông hệ thống ATM trên phạm vi toàn quốc. Đây là sự kiện rất quan trọng đối với các liên minh thẻ, các tổ chức phát hành thẻ và các chủ thẻ, cho phép chủ thẻ thuộc 3 liên minh thẻ có thể thực hiện các giao dịch trên hệ thống ATM của nhau.

Về phát triển các phương tiện, dịch vụ thanh toán mới, hiện đại, trong 5 năm qua, các phương tiện thanh toán mới, hiện đại trên cơ sở ứng dụng công nghệ cao như Thẻ ngân hàng, Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, Home Banking, Ví điện tử, ... đã xuất hiện và đang đi dần vào cuộc sống, phù hợp với xu thế thanh toán của các nước trong khu vực và trên thế giới. Đặc biệt thẻ ngân hàng đã trở thành một phương tiện thanh toán phổ biến, có tốc độ tăng trưởng nhanh. Tính đến cuối năm 2010, có 49 tổ chức phát hành thẻ với trên 200 thương hiệu thẻ, số lượng thẻ trong lưu thông đạt khoảng 30 triệu thẻ (tăng hơn 10 lần so với năm 2005), hơn 11.000 máy ATM (tăng hơn 6 lần so với năm 2005) và khoảng 50.000 POS/EDC (tăng gần 5 lần so với năm 2005).

Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà nước đang tiếp tục hoàn thiện các cơ sở pháp lý về phát triển các phương tiện, dịch vụ thanh toán mới. Đến nay, Ngân hàng Nhà nước đã cho phép 01 ngân hàng thương mại được triển khai dịch vụ Mobile Banking, 01 ngân hàng thương mại và 08 tổ chức không phải ngân hàng được thực hiện thí điểm dịch vụ trung gian thanh toán Ví điện tử. Các tổ chức này đã chủ động, tích cực triển khai hợp tác với các ngân hàng thương mại, đơn vị kinh doanh thương mại điện tử để cung cấp các sản phẩm với nhiều tiện ích như: thanh toán cho các giao dịch mua bán trên các website thương mại điện tử, thanh toán trực tuyến bằng điện thoại di động, thanh toán hóa đơn, tiền mua hàng, v.v... Đến nay, đã có 20 ngân hàng thương mại tham gia triển khai dịch vụ Ví điện tử, nhiều ngân hàng khác cũng đang xúc tiến, ký kết và triển khai thử nghiệm dịch vụ này. Ví điện tử đã được chấp nhận thanh toán tại trên 200 đơn vị và đang chuẩn

bị triển khai tại nhiều đơn vị khác. Sự phát triển nhanh của các dịch vụ thanh toán và phương tiện thanh toán điện tử trong thời gian qua đã tạo thuận lợi cho việc thanh toán hàng hóa, dịch vụ, mua bán hàng hóa một cách dễ dàng thông qua Internet, điện thoại di động, ATM, POS, giúp đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam. Ngoài ra, sự tham gia ngày càng sâu rộng của các tổ chức chuyên cung cấp giải pháp, trung gian hỗ trợ thanh toán và sự liên kết giữa các tổ chức này với ngân hàng, công ty điện thoại đang được hình thành cũng góp phần hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng thanh toán điện tử trong nền kinh tế.

Bên cạnh việc đẩy mạnh phát triển thanh toán điện tử, nội dung “Xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số ngành công nghiệp” đề ra tại Quyết định 222 cũng đang được tích cực triển khai trong khuôn khổ dự án “Xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số doanh nghiệp quy mô lớn” do Bộ Công Thương chủ trì. Dự án được triển khai với quy mô kết nối các doanh nghiệp lớn ngành Công Thương trên phạm vi quốc gia. Dự án hướng tới xây dựng một Mạng kinh doanh điện tử theo mô hình mạng giá trị giá tăng (VAN - Value Added Network) nhằm giúp các doanh nghiệp trong ngành và các đối tác tiến hành giao dịch TMĐT theo loại hình “doanh nghiệp - doanh nghiệp” (B2B), tạo môi trường tích hợp với các ứng dụng hiện có của doanh nghiệp giúp doanh nghiệp giảm đầu tư và chi phí vận hành hệ thống TMĐT - CNTT. Mục tiêu của dự án là xây dựng Mạng kinh doanh điện tử cho các doanh nghiệp lớn ngành Công Thương, làm tiền đề thúc đẩy việc trao đổi dữ liệu điện tử các chứng từ kinh doanh, trên cơ sở ứng dụng các công nghệ tiên tiến được chuyển giao từ nước ngoài. Từ đó, hướng tới xây dựng một trung tâm đầu mối truyền chứng từ thương mại, dữ liệu kinh doanh quy mô quốc gia; tạo tiền đề tích hợp dễ dàng với các hệ thống TMĐT quốc tế theo các tiêu chuẩn công nghệ hiện đại, góp phần thuận lợi hóa các hoạt động thương mại cho các doanh nghiệp có quy mô kinh tế lớn để kết nối với các đối tác kinh doanh trong và ngoài nước. Dự án cũng tạo điều kiện khuyến khích chuyển giao công nghệ từ nước ngoài, bao gồm: khuyến khích đầu tư phát triển công nghệ phục vụ hoạt động TMĐT và ứng dụng các tiêu chuẩn hỗ trợ TMĐT, đặc biệt là chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử.

5. Thực thi pháp luật liên quan đến TMĐT

Theo Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010, việc tổ chức thực thi các quy định pháp luật liên quan đến TMĐT là một trong 6 nhóm giải pháp cơ bản nhằm hỗ trợ và thúc đẩy ứng dụng TMĐT trong xã hội. Nhóm giải pháp này bao gồm hai nội dung chính:

- Xây dựng cơ chế, bộ máy hữu hiệu để thực thi việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ người tiêu dùng, bí mật riêng tư và để giải quyết các tranh chấp phát sinh trong thương mại điện tử theo quy định của pháp luật hiện hành;
- Khẩn trương triển khai hoạt động thống kê về thương mại điện tử.

Việc tổ chức thực thi các quy định pháp luật liên quan đến TMĐT trong 5 năm qua đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận trên một số lĩnh vực như thống kê TMĐT, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, chế tài và xử lý vi phạm trong TMĐT. Tuy nhiên, một số vấn đề có tác động lớn tới quá trình thực thi pháp luật như cơ chế, bộ máy thực thi bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ hay giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử vẫn chưa có nhiều bước tiến trong thời gian qua. Đây sẽ là những hoạt động cần được quan tâm đẩy mạnh hơn nữa trong giai đoạn 5 năm tới nhằm đưa các quy định hiện có về TMĐT vào cuộc sống.

5.1. Bảo vệ người tiêu dùng và giải quyết tranh chấp trong TMĐT

Thực thi các quy định về bảo vệ người tiêu dùng bao gồm nhiều cơ chế và cách thức khác nhau, từ việc xử lý hành chính các hành vi vi phạm, sử dụng quy trình tố tụng dân sự, cho đến các cơ chế kiểm soát và tự điều chỉnh mà doanh nghiệp tự nguyện tham gia. Với đặc thù của môi trường mạng, việc áp dụng cơ chế kiểm soát và tự điều chỉnh là biện pháp hiệu quả và được sử dụng khá phổ biến trên thế giới nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Nhằm bắt được xu thế này và với mục tiêu giúp các doanh nghiệp thương mại điện tử nâng cao uy tín, lôi cuốn người tiêu dùng tham gia mua sắm qua mạng, bắt đầu từ năm 2007 Bộ Công Thương đã hỗ trợ Trung tâm Phát triển thương mại điện tử (EcomViet) và Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam triển khai Chương trình Chứng nhận website thương mại điện tử uy tín (TrustVn).

Để được cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín và dán nhãn tín nhiệm TrustVn lên website của mình, chủ website cần tuân thủ quy trình của TrustVn tại www.trustvn.org.vn và trải qua các bước thẩm định, đánh giá khắt khe theo các tiêu chí của Chương trình. TrustVn có hai nguyên tắc thẩm định quan trọng. Thứ nhất, website phải trải qua việc đánh giá về chính sách bảo vệ dữ liệu cá nhân theo các tiêu chí được xây dựng dựa trên Những nguyên tắc cơ bản về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong thương mại điện tử của APEC (APEC Privacy Framework). Thứ hai, nếu website có chức năng bán hàng trực tuyến, việc đánh giá sẽ được tiến hành tiếp trên cơ sở kiểm tra sự tuân thủ của website đối với các quy định của Thông tư 09/2008/TT-BCT ngày 21 tháng 7 năm 2008 của Bộ Công Thương hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT. Đây là những tiêu chí quan trọng để đánh giá một website uy tín. Không chỉ dừng lại ở việc đánh giá lần đầu, TrustVn còn thường xuyên giám sát, kiểm tra để bảo đảm sự tuân thủ lâu dài của các doanh nghiệp và có sự khuyến cáo, công bố công khai về sự tuân thủ của các doanh nghiệp đối với quy định của Chương trình.

Tháng 6 năm 2008, đơn vị chủ trì triển khai TrustVn là EcomViet chính thức được kết nạp làm thành viên của Liên minh các tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT uy tín Châu Á - Thái Bình Dương (nay là Liên minh các tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT uy tín thế giới - World Trustmark Alliance - WTA). Với việc tham gia liên minh này, TrustVn sẽ là nhãn hiệu được các tổ chức khác trong WTA công nhận về mức độ uy tín, từ đó đem lại lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng và các doanh nghiệp sở hữu website thương mại điện tử uy tín của Việt Nam.

Bên cạnh những thiết chế khác nhau về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, việc xây dựng các cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả cũng là một trong những yếu tố cốt lõi nhằm nâng cao hiệu quả của công tác thực thi pháp luật về thương mại điện tử. Do đó, hoạt động này cần trở thành một mục tiêu ưu tiên của các cơ quan quản lý nhà nước trong thời gian tới. Thực tế cho thấy phần lớn người tiêu dùng Việt Nam còn e ngại khi tham gia giao dịch TMĐT. Việc hình thành cơ chế giải quyết tranh chấp sẽ giúp người tiêu dùng tin tưởng đối với việc mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử... góp phần thúc đẩy TMĐT phát triển.

5.2. Thống kê thương mại điện tử

Thống kê là công cụ không thể thiếu để trợ giúp cho công tác quản lý và ra quyết định. Việc chưa có một cơ sở dữ liệu thống kê đồng bộ và chi tiết đã gây khó khăn rất lớn cho quá trình hoạch định chính sách, xây dựng pháp luật của cơ quan quản lý nhà nước, cũng như việc xây dựng

chiến lược kinh doanh và ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp. Quyết định 222 đã đặt nhiệm vụ “Khẩn trương triển khai hoạt động thống kê về thương mại điện tử” là một hoạt động lớn của chương trình “Tổ chức thực thi các quy định pháp luật liên quan tới thương mại điện tử”, một trong những nhóm chính sách và giải pháp chủ yếu để thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam cho tới năm 2010.

Thực hiện chức năng quản lý nhà nước về thương mại điện tử, ngày 15 tháng 10 năm 2008, Bộ Công Thương đã có Quyết định số 37/2008/QĐ-BCT ban hành hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử. Hệ thống này bao gồm 16 chỉ tiêu, chia làm 3 nhóm, phản ánh toàn diện mức độ sẵn sàng ứng dụng thương mại điện tử trong xã hội, số đơn vị có giao dịch thương mại điện tử và hiệu quả ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp. Triển khai Quyết định này, trong 3 năm từ 2008-2010 Bộ Công Thương đã thực hiện những bước đầu tiên của lộ trình nhằm hướng tới xây dựng một cơ sở dữ liệu toàn diện, đồng bộ và nhất quán về tình hình phát triển TMĐT tại Việt Nam qua các năm, bao gồm:

- Chuẩn hóa khái niệm, nội dung và phương pháp tính đối với từng chỉ tiêu trong Hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử;
- Xây dựng chương trình điều tra thống kê ngành về lĩnh vực thương mại điện tử trình cấp có thẩm quyền phê duyệt và tổ chức thực hiện;
- Triển khai thí điểm điều tra thống kê ngành về thương mại điện tử trong năm 2010.

Ngày 02 tháng 6 năm 2010 Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 43/2010/QĐ-TTg ban hành Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia, trong đó có một chỉ tiêu về thương mại điện tử (chỉ tiêu 1412: “Số đơn vị có giao dịch thương mại điện tử ở mức độ hoàn chỉnh”), giao Bộ Công Thương thu thập, tổng hợp theo kỳ công bố là hàng năm.

Ngày 02 tháng 3 năm 2010, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 312/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án đổi mới đồng bộ các hệ thống chỉ tiêu thống kê, trong đó điểm c khoản 2 mục 5 giao các Bộ, ngành hoàn thiện phương pháp và hình thức thu thập thông tin đầu vào cho hệ thống các chỉ tiêu thống kê do Bộ, ngành phụ trách. Thực hiện Quyết định số 312/QĐ-TTg, ngày 15 tháng 6 năm 2010 Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ký Quyết định số 3151/QĐ-BCT về việc ban hành Chương trình hành động của ngành Công Thương triển khai Đề án đổi mới đồng bộ các Hệ thống chỉ tiêu thống kê, trong đó giao Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện Chương trình điều tra thống kê quốc gia được phân công và các Chương trình điều tra thống kê theo lĩnh vực phụ trách. Thực hiện chương trình, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã tiến hành nghiên cứu, đề xuất danh sách các chỉ tiêu về thống kê thương mại điện tử để đưa vào Hệ thống đổi mới đồng bộ các chỉ tiêu thống kê quốc gia.

Đồng thời, năm 2010, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã triển khai điều tra thí điểm tình hình ứng dụng TMĐT tại 3.400 doanh nghiệp trên cả nước. Cuộc điều tra được tiến hành tại hai trung tâm kinh tế lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh cùng với sáu địa phương đại diện cho sáu khu vực kinh tế trên cả nước là Hải Dương, Bắc Giang, Đà Nẵng, Đắk Lắk, Đồng Nai và Cần Thơ. Mục đích của cuộc điều tra nhằm thử nghiệm phương pháp luận, mẫu phiếu

điều tra cũng như các nội dung chuyên môn khác của các chỉ tiêu thống kê về thương mại điện tử. Kinh nghiệm và số liệu thu thập được từ cuộc điều tra lần này sẽ là cơ sở để đề xuất các phương án cụ thể nhằm triển khai công tác thống kê thương mại điện tử thuộc Chương trình điều tra thống kê quốc gia và Đề án đồng bộ hóa chỉ tiêu thống kê quốc gia trong những năm tới.

5.3. Xử lý vi phạm trong thương mại điện tử

Trước khi Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử được đưa vào triển khai, Việt Nam chưa có những quy định cụ thể cho việc xử lý tội phạm công nghệ cao nói chung và các hành vi vi phạm trong TMĐT nói riêng. Việc xử lý tội phạm giai đoạn này chủ yếu dựa vào một số văn bản như Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Bộ luật hình sự năm 1999, Nghị định 55/2001/NĐ-CP về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet, Quyết định 71/2004/QĐ-BCA về đảm bảo an toàn và an ninh trong hoạt động cung cấp, sử dụng Internet tại Việt Nam. Tuy nhiên, tất cả những văn bản pháp quy này được đánh giá là mới chỉ hỗ trợ phần nào cho việc “định tội”, chứ chưa giúp cho việc “định khung” hình phạt đối với những hành vi tội phạm trên môi trường mạng. Do đó, các cơ quan điều tra xét xử vẫn gặp khó khăn trong khâu xử lý tội phạm ngay cả khi đối tượng và hành vi phạm tội đã được kết luận rõ.

Cùng với tốc độ phát triển nhanh và mạnh của ứng dụng TMĐT, từ năm 2006 các hành vi gây rối và tội phạm sử dụng công nghệ cao có chiều hướng ngày càng gia tăng. Hình thức tội phạm rất đa dạng, từ lừa đảo trong giao dịch trực tuyến, giả mạo thẻ ATM, cho đến phát tán virus, ăn cắp mật khẩu, phá hoại cơ sở dữ liệu của các website tổ chức và doanh nghiệp. Thực tế này đặt ra yêu cầu bức thiết về việc hoàn thiện khung chế tài và đẩy mạnh hoạt động xử lý vi phạm, lập lại trật tự và sự lành mạnh cho môi trường TMĐT Việt Nam.

Việc Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật hình sự vào ngày 19 tháng 6 năm 2009 (bắt đầu có hiệu lực thi hành vào ngày 01 tháng 01 năm 2010) đánh dấu một bước tiến lớn trong nỗ lực của các cơ quan nhà nước nhằm xác lập một khung chế tài đầy đủ và nghiêm minh hơn cho những hành vi tội phạm công nghệ cao, góp phần xây dựng môi trường an toàn, lành mạnh cho giao dịch điện tử nói chung và TMĐT nói riêng. Luật đã sửa đổi và bổ sung các quy định về tội phạm CNTT tại Điều 224, 225 và 226 của Bộ luật hình sự theo hướng mở rộng phạm vi điều chỉnh từ môi trường mạng máy tính thành mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet và các thiết bị số. Luật cũng chi tiết hóa và tăng khung hình phạt đối với các hành vi tội phạm, bao gồm hành vi phát tán virus, chương trình tin học có tính năng gây hại; cản trở hoặc gây rối loạn hoạt động của các mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet và thiết bị số; đưa hoặc sử dụng trái phép thông tin trên mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet. Khung xử lý vi phạm đối với tất cả các hành vi đều được nâng cao hơn, kể cả mức xử phạt hành chính và xử lý hình sự (mức phạt tiền cao nhất theo quy định cũ là 100 triệu đồng, nay nâng thành 200 triệu đồng, mức phạt tù cao nhất theo quy định cũ là 7 năm tù, nay tăng lên 12 năm tù). Những hành vi phạm tội cũng được chi tiết hóa và phân chia mức độ nghiêm trọng để áp dụng khung hình phạt thỏa đáng.

Đặc biệt, Luật sửa đổi, bổ sung Bộ luật hình sự đã bổ sung một số hành vi tội phạm ở mức rất chi tiết như “Mua bán, trao đổi, tặng cho, sửa chữa, thay đổi hoặc công khai hóa những thông tin riêng hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân khác trên mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet mà không được phép của chủ sở hữu thông tin đó”, bước đầu cho thấy sự quan tâm của cơ quan thực thi pháp luật đối với việc bảo vệ thông tin cá nhân trên môi trường mạng, trong bối cảnh giao dịch điện tử đang mở rộng tới mọi cấp độ của đời sống xã hội và tác động đến từng cá thể của cộng đồng dân cư.

Bên cạnh việc hoàn thiện những quy định cũ, Luật còn bổ sung thêm hai tội phạm mới trong lĩnh vực CNTT là “Tội truy cập bất hợp pháp vào mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet hoặc thiết bị số của người khác” và “Tội sử dụng mạng viễn thông, mạng máy tính, mạng Internet hoặc thiết bị số thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản”, nhằm giải quyết một số dạng tội phạm phổ biến nhất trong thời gian qua, đặc biệt là hành vi rút tiền của người khác từ máy rút tiền tự động.

5.4. Một số hạn chế và khó khăn trong công tác tổ chức thực thi pháp luật về TMĐT

5.4.1. Nhiều văn bản pháp luật chưa thực sự đi vào cuộc sống

Từ khi Quốc hội thông qua Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006, trong giai đoạn 2006-2010 Chính phủ và các Bộ, ngành đã ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến lĩnh vực TMĐT nhằm đưa các quy định tại các Luật này đi vào cuộc sống. Có thể nói đến hết năm 2010, khung pháp lý về thương mại điện tử về cơ bản đã được hình thành.

Tuy nhiên, do TMĐT là một lĩnh vực mới và có sự phát triển vô cùng nhanh chóng nên việc chi tiết hóa các quy định về giao dịch điện tử đối với các hoạt động liên quan đến TMĐT còn chậm, hạn chế sự phát triển của lĩnh vực này, như vấn đề chữ ký số, hóa đơn điện tử, giải quyết tranh chấp, v.v... Bên cạnh đó, vì nhiều lý do khác nhau việc thực thi các văn bản quy phạm pháp luật đã ban hành còn nhiều bất cập, sự tuân thủ của các doanh nghiệp đối với các quy định của Nhà nước còn thấp, ví dụ như các quy định về chống thư rác, cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT, v.v...

5.4.2. Công tác tuyên truyền, phổ biến còn nhiều bất cập

Trong thời gian vừa qua, các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và các cơ quan thông tin đại chúng đã có nhiều nỗ lực trong công tác tuyên truyền, phổ biến về TMĐT và đạt được nhiều kết quả tích cực. Nhận thức của doanh nghiệp và nhân dân về TMĐT đã được nâng cao rõ rệt, thể hiện qua việc ứng dụng TMĐT tại các doanh nghiệp ngày càng tăng, hoạt động mua bán trực tuyến đã dần trở nên phổ biến tại các thành phố lớn, v.v...

Tuy nhiên, các hoạt động tuyên truyền, phổ biến về TMĐT điện tử trong thời gian vừa qua chủ yếu tập trung vào cổ vũ, động viên cho việc ứng dụng TMĐT, chưa chú trọng đến vấn đề giáo dục pháp luật. Hoạt động giáo dục pháp luật về TMĐT được tổ chức chưa nhiều. Văn bản quy phạm pháp luật sau khi ban hành thường chỉ được cơ quan chủ trì soạn thảo tổ chức giới thiệu khoảng một đến hai lần cho một số ít đối tượng nên tính phổ cập của các văn bản này vẫn còn thấp. Hiện nay chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả trong hoạt động giáo dục pháp luật giữa các

cơ quan liên quan như cơ quan quản lý nhà nước và cơ quan thông tin đại chúng, các tổ chức đào tạo, v.v...

5.4.3. Ý thức thi hành của người dân chưa cao

Một trong những nguyên nhân quan trọng dẫn đến việc thực thi pháp luật về TMĐT còn chưa đạt hiệu quả cao là do người dân và doanh nghiệp chưa quan tâm nhiều đến các quy định liên quan, dẫn đến ý thức kém trong việc thi hành pháp luật.

Trong thời qua, các cơ quan quản lý nhà nước đã triển khai nhiều biện pháp để đưa các văn bản quy phạm pháp luật đến với người dân và doanh nghiệp như tổ chức hội thảo, hội nghị để hướng dẫn trực tiếp, tuyên truyền phổ biến qua đài phát thanh, đài truyền hình, báo chí, cung cấp nội dung văn bản và thông tin liên quan lên các trang thông tin điện tử về quản lý chuyên ngành, v.v... Tuy nhiên, hiệu quả của các hoạt động này còn nhiều hạn chế. Chẳng hạn, đối với nhiều quy định, mặc dù đã được tổ chức tuyên truyền, giáo dục khá tốt về nội dung, đồng thời việc tuân thủ sẽ tạo thuận lợi hơn cho đối tượng (như Thông tư hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT của Bộ Công Thương, Thông tư hướng dẫn Nghị định về chống thư rác của Bộ Thông tin và Truyền thông, v.v...), nhưng việc thi hành vẫn còn thấp.

5.4.4. Cơ chế giám sát, chế tài chưa đủ mạnh

Do hoạt động TMĐT được thực hiện trên môi trường điện tử nên giám sát việc thực thi các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực này là một thách thức lớn đối với các cơ quan quản lý nhà nước. Nguồn lực giám sát còn hạn chế, tần suất các hoạt động thanh tra, kiểm tra chuyên ngành thấp, hiệu quả chưa cao, chưa có cơ chế giám sát trực tuyến các hoạt động trên môi trường điện tử. Bên cạnh đó, nhiều quy định về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực TMĐT còn thấp, chưa đủ mạnh để răn đe, tạo ra sự tuân thủ tốt trong xã hội. Đây sẽ là những vấn đề cần được tập trung khắc phục trong giai đoạn tới để tăng cường hiệu lực của hệ thống pháp luật, tạo môi trường thật sự lành mạnh và an toàn cho thương mại điện tử phát triển.

6. Hợp tác quốc tế về TMĐT

Với những ưu thế vượt trội so với thương mại được tiến hành theo phương thức truyền thống, thương mại điện tử ngày càng đóng vai trò quan trọng, đặc biệt là trong kỷ nguyên toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế. Hoạt động hợp tác về thương mại điện tử đã góp phần tích cực trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tại Quyết định 222/2005/QĐ-TTg ngày 15 tháng 9 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ, hợp tác quốc tế về thương mại điện tử được coi là một trong những nhóm giải pháp chủ yếu để thực hiện thành công Kế hoạch tổng thể về phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010. Kế hoạch nêu rõ: "Ưu tiên hợp tác đa phương với các tổ chức kinh tế - thương mại quốc tế và khu vực như WTO, APEC, ASEAN, ASEM và các tổ chức chuyên trách về thương mại của Liên Hợp quốc như UNCTAD, UNCITRAL, UN/CEFACT. Ưu tiên hợp tác song phương với các nước tiên tiến về thương mại điện tử và các nước có kim ngạch thương mại lớn với Việt Nam".

Thực hiện Quyết định 222, trong 5 năm qua, hoạt động hợp tác quốc tế về thương mại điện tử đã được quan tâm thích đáng. Hợp tác quốc tế về thương mại điện tử thời gian qua được tiến hành

ở cả cấp độ song phương và đa phương với các mục tiêu chủ yếu là: nâng cao năng lực quản lý nhà nước và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển thương mại phi giấy tờ; tăng cường niềm tin và thu hút người tiêu dùng tham gia giao dịch thương mại điện tử; hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng cường năng lực cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ.

6.1. Hợp tác đa phương về thương mại điện tử

6.1.1. Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương (APEC)

APEC là diễn đàn tiên phong trong lĩnh vực hợp tác quốc tế về thương mại điện tử. Năm 1998 các Bộ trưởng APEC đã thông qua Kế hoạch hành động về thương mại điện tử (APEC Blueprint for Action on Electronic Commerce) với nhiều mục tiêu, trong đó thống nhất rằng các nền kinh tế phải nỗ lực để cắt giảm hoặc loại bỏ chứng từ giấy trong thủ tục hải quan, thủ tục quản lý thương mại qua biên giới và những văn bản, chứng từ liên quan tới vận tải biển, vận tải hàng không, đường bộ, v.v... Với mục tiêu đẩy nhanh việc triển khai Kế hoạch hành động, năm 1999 APEC đã thành lập Nhóm Chỉ đạo công tác về thương mại điện tử (Electronic Commerce Steering Group- ECSG) với hai tiểu nhóm: Tiểu nhóm công tác về bảo vệ dữ liệu cá nhân (Data Privacy Subgroup - DPS) và Tiểu nhóm công tác về thương mại phi giấy tờ (Paperless Trading Subgroup - PTS).

Chính thức trở thành thành viên của APEC vào năm 1998, Việt Nam đã tích cực, chủ động tham gia vào hoạt động của ECSG trong cả hai lĩnh vực này. Năm 2006, Việt Nam đã đăng cai các phiên họp về thương mại điện tử của APEC và được bầu làm Trưởng Tiểu nhóm Thương mại phi giấy tờ của ECSG. Với sự hỗ trợ của ECSG và các nền kinh tế thành viên APEC, Việt Nam đã tổ chức một số hội thảo quốc tế lớn về thương mại phi giấy tờ và bảo vệ dữ liệu cá nhân trong thương mại điện tử trong các năm 2007, 2008, 2009, v.v...

Từ năm 2007, Việt Nam đã tích cực tham gia vào việc xây dựng tài liệu và thực hiện 9 dự án thuộc Chương trình Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong thương mại điện tử của APEC (APEC Privacy Pathfinder Initiative). Mới đây, trong khuôn khổ các cuộc họp của SOM III APEC tháng 9/2010 tại Nhật Bản, ECSG đã nhất trí thông qua nội dung của “Bộ tiêu chí chung hướng dẫn các tổ chức, doanh nghiệp xây dựng hệ thống bảo vệ dữ liệu cá nhân qua biên giới (dự án 1) và “Bộ tiêu chí mà các tổ chức cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín (Trustmark) thuộc khu vực tư nhân và nhà nước cần thực hiện để được công nhận là tổ chức Trustmark của APEC” (dự án 2). Tài liệu của các dự án còn lại sẽ tiếp tục được thảo luận và hoàn thiện tại các kỳ họp tiếp theo của ECSG.

Liên quan đến thúc đẩy thương mại phi giấy tờ trong khu vực APEC, Việt Nam đã chủ động và tích cực tham gia các hội thảo, diễn đàn liên quan; đồng thời đẩy mạnh việc tiến tới trao đổi và công nhận lẫn nhau về chứng nhận xuất xứ điện tử (eC/O) với các nền kinh tế, trước mắt là với Đài Loan, Hàn Quốc, v.v...

Do sự tham gia và đóng góp tích cực vào hợp tác TMĐT của khu vực, tại kỳ họp SOM III APEC 2010 tại Sendai - Nhật Bản, trưởng đoàn Việt Nam đã được bầu làm Phó trưởng nhóm ECSG nhiệm kỳ 2011-2012.

6.1.2. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)

Đối với hợp tác trong ASEAN, thương mại phi giấy tờ là một lĩnh vực được các quốc gia thành viên rất quan tâm, ngày 9 tháng 12 năm 2005 các quốc gia ASEAN đã ký kết Thỏa thuận xây dựng ASEAN Single Window (Cơ chế một cửa ASEAN). Theo đó, Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan và Singapore phải đưa Single Window quốc gia vào hoạt động muộn nhất vào năm 2008; Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam phải đưa Single Window quốc gia vào hoạt động không muộn hơn năm 2012.

Đến nay, hệ thống một cửa tại các quốc gia trong nhóm nước ASEAN-6 đã được thiết lập và bước đầu triển khai. Hệ thống một cửa của Singapore đã đi vào hoạt động từ năm 2007; Hệ thống của Thái Lan và Malaysia bắt đầu vận hành từ năm 2008 và liên tục được cập nhật phiên bản mới; Philippines đã kết nối được 21 bộ ngành với cơ quan hải quan; Hệ thống một cửa của Indonesia đã hoạt động tại tất cả các sân bay, cảng biển trọng điểm từ tháng 12/2009.

Cơ chế một cửa quốc gia Việt Nam được triển khai theo Quyết định số 1263/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 16 tháng 9 năm 2008. Trong khuôn khổ quốc gia, Ban Chỉ đạo quốc gia về Cơ chế một cửa ASEAN giai đoạn 2008-2012 và các nhóm làm việc về pháp lý và kỹ thuật đã được thành lập trong đó Bộ Tài chính là cơ quan đầu mối. Theo Kế hoạch tổng thể triển khai Cơ chế một cửa quốc gia do Ban chỉ đạo đề ra, Cơ chế một cửa quốc gia được thực hiện từ năm 2009-2011 bao gồm các hoạt động: xây dựng hạ tầng kỹ thuật, tái thiết kế các quy trình nghiệp vụ, xây dựng mô hình dữ liệu, hoàn thiện khung pháp lý, xây dựng hệ thống thông tin. Giai đoạn triển khai thực tế sẽ được thực hiện trong nửa cuối năm 2011 để sẵn sàng kết nối chính thức với Cơ chế một cửa ASEAN vào năm 2012.

Để thúc đẩy thuận lợi hóa thương mại giữa ASEAN với các nước đối tác, ASEAN đã tiến hành đàm phán Hiệp định khu vực mậu dịch tự do với các đối tác lớn như Nhật Bản, Hàn Quốc, v.v...; trong đó có nhiều nội dung liên quan đến thương mại điện tử như thừa nhận giá trị pháp lý của các giao dịch điện tử, miễn thuế cho các sản phẩm số hóa truyền qua phương tiện điện tử, công nhận chữ ký điện tử, bảo vệ thông tin cá nhân và quyền lợi của người tiêu dùng, v.v... Vấn đề công nhận lẫn nhau về chứng từ điện tử cũng được đưa vào nội dung của Hiệp định về Khu mậu dịch tự do giữa ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA). Việt Nam cũng đang tiến hành các hoạt động nhằm thực hiện các nội dung liên quan đến thương mại điện tử trong khuôn khổ Hiệp định khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - New Zealand (AANZFTA).

6.1.3. Các tổ chức đa phương khác

Bên cạnh APEC, ASEAN, từ năm 2006 đến nay, Việt Nam cũng thúc đẩy các hoạt động hợp tác với các tổ chức liên quan đến thương mại phi giấy tờ như Tổ chức Hỗ trợ thương mại và thương mại điện tử của Liên Hợp Quốc (UN/CEFACT) và Tổ chức Hỗ trợ thương mại và thương mại điện tử Châu Á - Thái Bình Dương (AFACT).

Hàng năm, Việt Nam đều tham gia đầy đủ và đóng góp thiết thực vào các hoạt động chung của AFACT. Các hoạt động của AFACT nhằm hỗ trợ các nền kinh tế thành viên AFACT phát triển về công nghệ thương mại điện tử, ứng dụng các tiêu chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử EDIFACT và đào

tạo chuyên gia trong lĩnh vực thương mại điện tử. Thông qua các hoạt động này, Việt Nam cũng như các thành viên AFACT có cơ hội tiếp cận với những công nghệ tiên tiến nhất, cùng chia sẻ thông tin, trao đổi kinh nghiệm trong quá trình thực hiện các dự án về thương mại điện tử. Với vai trò và sự đóng góp tích cực của mình, trưởng đoàn Việt Nam đã liên tiếp được bầu vào Ban Chỉ đạo AFACT nhiệm kỳ 2009-2010 và nhiệm kỳ 2011-2013.

Trong giai đoạn 2006-2010, Việt Nam cũng tích cực tham gia các cuộc họp liên quan đến thương mại điện tử của Ủy ban Liên Hợp quốc về Luật thương mại quốc tế (UNCITRAL). Dựa trên các điều khoản trong Luật mẫu về Thương mại điện tử của UNCITRAL, nhiều quốc gia đã tiến hành xây dựng luật pháp riêng của nước mình như Singapore (1998), Úc (1999), Pháp (2000), Trung Quốc (2004), Sri Lanka (2006), v.v... Việt Nam trên cơ sở học hỏi kinh nghiệm của UNCITRAL cũng đã xây dựng được một khung pháp lý khá đầy đủ, góp phần nâng cao năng lực quản lý nhà nước của các cơ quan chính phủ, tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển thương mại điện tử của đất nước.

Ngoài các diễn đàn hợp tác quốc tế ở cấp Chính phủ, thời gian qua Bộ Công Thương cũng tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp, hiệp hội tham gia những tổ chức quốc tế về TMĐT như Liên minh TMĐT Châu Á - Thái Bình Dương (PAA), Liên minh các Tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT uy tín Châu Á - Thái Bình Dương (ATA) - nay là Liên minh các Tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT thế giới (WTA). Năm 2008, Trung tâm phát triển TMĐT Việt Nam (EcomViet), đơn vị chủ trì triển khai chương trình Chứng nhận website thương mại điện tử uy tín (TrustVn) được kết nạp làm thành viên của ATA. Hiện tại, Ecomviet đã là một thành viên tích cực của WTA, chủ động tham gia các cuộc họp của Liên minh này và các hội thảo hỗ trợ kỹ thuật cho các tổ chức Trustmark. Các hoạt động hợp tác quốc tế đã góp phần giúp EcomViet nâng cao năng lực, thực hiện chương trình TrustVn ngày một hiệu quả và thu hút được nhiều doanh nghiệp tham gia.

6.2. Hợp tác song phương

Song song với các hoạt động hợp tác đa phương, từ năm 2006 đến nay, Việt Nam cũng đã chủ động đẩy mạnh hoạt động hợp tác song phương với các quốc gia và vùng lãnh thổ có trình độ tiên tiến về thương mại điện tử như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan, v.v... Hoạt động hợp tác song phương về thương mại điện tử thời gian qua được thực hiện ở cả cấp độ cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp.

Hợp tác với Trung Quốc về thương mại điện tử trong 5 năm qua luôn được quan tâm thích đáng. Website Hợp tác kinh tế thương mại Việt Nam - Trung Quốc được xây dựng theo Thỏa thuận giữa Bộ Thương mại Trung Quốc và Bộ Thương mại Việt Nam năm 2006 đã hết hiệu lực vào tháng 11 năm 2009. Hiện tại, hai cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử của hai bên là Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin (Bộ Công Thương Việt Nam) và Vụ Thông tin điện tử (Bộ Thương mại Trung Quốc) đang trao đổi triển khai các hoạt động hợp tác mới.

Hợp tác song phương về thương mại điện tử với Hoa Kỳ được đẩy mạnh trong thời gian qua, tập trung vào lĩnh vực bảo vệ người tiêu dùng và ứng dụng công nghệ thông tin. Các hội thảo quốc tế về bảo vệ dữ liệu cá nhân và sự phát triển của thương mại điện tử do Việt Nam tổ chức nhận được sự tham gia và đóng góp tích cực từ phía Hoa Kỳ. Ngoài ra, Hoa Kỳ cũng tích cực hỗ trợ về

kỹ thuật, cử chuyên gia sang làm việc và tư vấn cho Việt Nam về việc thực hiện các dự án trong khuôn khổ Chương trình bảo vệ dữ liệu cá nhân của APEC.

Hợp tác với Nhật Bản trong ba năm đầu của giai đoạn 2006-2010 còn nhiều hạn chế, nhưng đã có bước tiến đáng ghi nhận trong hai năm trở lại đây. Từ năm 2009 đến nay, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin và Cục Chính sách thương mại và thông tin của Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản đã phối hợp tổ chức 02 cuộc tọa đàm trao đổi về chính sách pháp luật về TMĐT của hai nước.

Ngoài ra, hoạt động hợp tác song phương về thương mại điện tử với các quốc gia và vùng lãnh thổ khác cũng được đẩy mạnh. Việt Nam đang tiến hành việc trao đổi để tiến tới công nhận lẫn nhau về eC/O với Hàn Quốc, Đài Loan nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp các bên hợp tác kinh doanh và nâng cao kim ngạch buôn bán hai chiều.

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Tình hình tổ chức triển khai Quyết định 222

Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010 đã đặt ra mục tiêu, lộ trình và những giải pháp mang tính tổng thể nhằm thúc đẩy ứng dụng TMĐT trên phạm vi toàn quốc. Thực hiện lộ trình này, các Bộ ngành và các địa phương cũng khẩn trương xây dựng kế hoạch triển khai ứng dụng TMĐT tại địa phương.

Tại Trung ương, hầu hết các Bộ ngành đã triển khai các hoạt động liên quan tới TMĐT thuộc phạm vi quản lý nhà nước của mình, bao gồm Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ngân hàng Nhà nước. Ngoài các dự án về thuế điện tử, hải quan điện tử, thanh toán điện tử, nhiều dự án khác đề ra tại Kế hoạch tổng thể đã được các Bộ ngành tích cực triển khai, bao gồm: Dự án “Cung cấp trực tuyến các dịch vụ công ngành thương mại giai đoạn I”; Dự án “Phổ biến, tuyên truyền về TMĐT cho cộng đồng doanh nghiệp”; Dự án “Xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số doanh nghiệp quy mô lớn”; Dự án “Ứng dụng thương mại điện tử trong mua sắm Chính phủ” với dự án thử nghiệm “Thiết lập hệ thống mua sắm điện tử tại Việt Nam”.

Tính đến hết năm 2010, tất cả các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đều đã xây dựng kế hoạch phát triển TMĐT, trong đó 58 tỉnh, thành phố đã phê duyệt kế hoạch và đưa vào triển khai. Các địa phương đã tích cực phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức các hoạt động nhằm thực hiện các giải pháp đề ra trong kế hoạch phát triển TMĐT của địa phương, trong đó tập trung vào công tác tuyên truyền, phổ biến và đào tạo về TMĐT cho các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng và tham gia TMĐT.

2. Kết quả tích cực

Sau 5 năm triển khai thực hiện Quyết định 222, TMĐT Việt Nam đã có những bước phát triển tích cực và đã đi vào chiều sâu, cụ thể là:

- a) Ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp đã có kết quả tốt: Kết quả điều tra của Bộ Công Thương trong năm 2010 cho thấy, gần như 100% các doanh nghiệp đã tổ chức triển

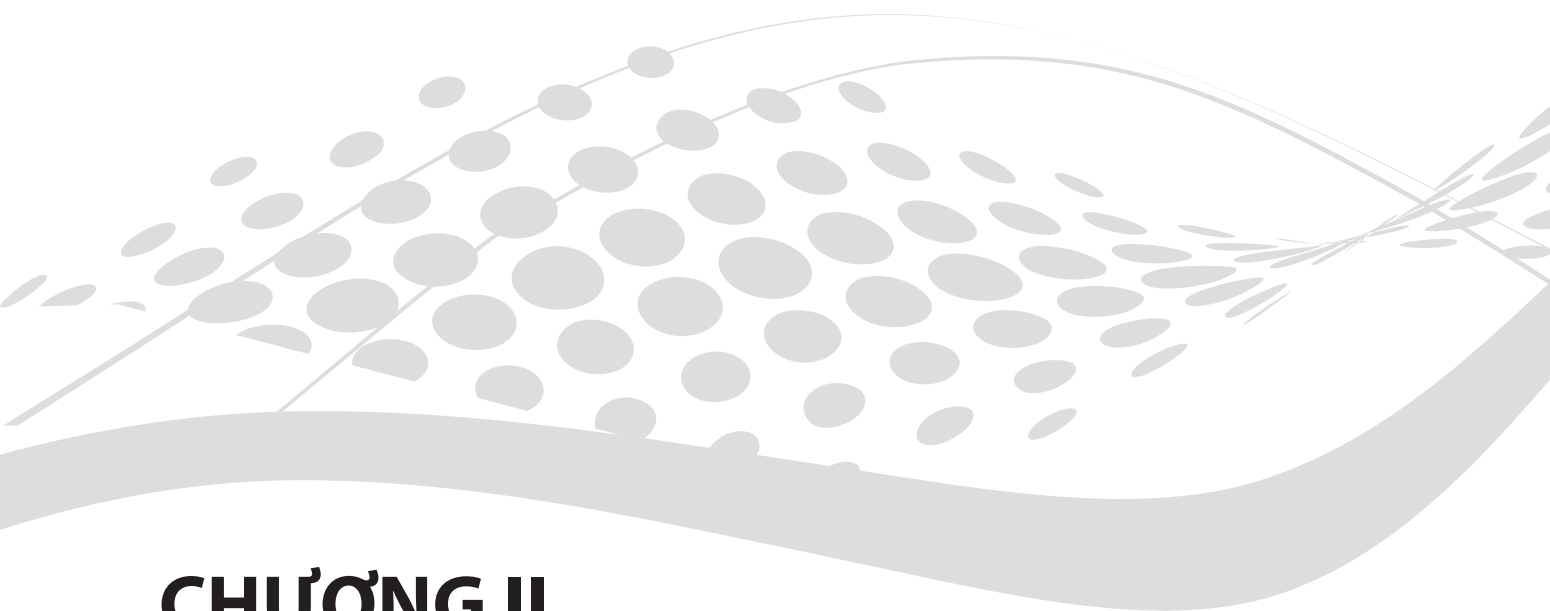
khai ứng dụng thương mại điện tử ở nhiều quy mô và mức độ khác nhau. Việc ứng dụng thương mại điện tử đã mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp;

- b) TMĐT đã phát triển rộng khắp các ngành, lĩnh vực và địa phương trên cả nước: Sau 5 năm triển khai Kế hoạch tổng thể, TMĐT không chỉ còn tập trung tại hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh mà đã phát triển rộng khắp cả nước. Cùng với việc ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp thuộc mọi ngành, lĩnh vực sản xuất kinh doanh ngày càng tăng, các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương cũng rất quan tâm, chú trọng tới vấn đề quản lý nhà nước về TMĐT;
- c) Việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến liên quan đến thương mại được triển khai khá nhanh: Đến nay hầu hết dịch vụ công của các Bộ, ngành đã được cung cấp ở mức độ 2 trên trang thông tin điện tử chính thức của từng cơ quan. Đã có khá nhiều dịch vụ công trực tuyến được cung cấp ở mức độ 3 và một số dịch vụ được cung cấp ở mức độ 4;
- d) Mua bán hàng hóa và dịch vụ qua Internet đã dần trở nên quen thuộc với một bộ phận người tiêu dùng tại các đô thị lớn. Phương thức thanh toán và giao hàng cũng được các doanh nghiệp thực hiện linh hoạt, đáp ứng hầu hết các yêu cầu của người mua.

3. Hạn chế và khó khăn

Mặc dù đã đạt được các kết quả khả quan như trên, nhưng việc triển khai Quyết định 222 vẫn còn một số điểm hạn chế như sau:

- a) Tình hình phê duyệt, triển khai các chương trình, dự án thực hiện Quyết định 222 còn chậm. Công tác phối kết hợp giữa các Bộ, ngành cũng như giữa Trung ương và các địa phương chưa chặt chẽ;
- b) Nguồn nhân lực phục vụ quản lý nhà nước cũng như triển khai ứng dụng ở các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp còn thiếu và yếu. Hoạt động đào tạo chính quy về thương mại điện tử chưa theo kịp nhu cầu;
- c) Thiếu các chính sách hỗ trợ và thúc đẩy các doanh nghiệp ứng dụng TMĐT, bao gồm hỗ trợ ứng dụng thanh toán điện tử.



CHƯƠNG II

TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Quy mô khảo sát

Để nắm rõ tình hình ứng dụng thương mại điện tử tại doanh nghiệp trong năm 2010, Bộ Công Thương (Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin) đã tiến hành khảo sát các doanh nghiệp trong cả nước. Phạm vi khảo sát bao gồm 5.000 doanh nghiệp đang hoạt động, với tỷ lệ phân bổ theo lĩnh vực, quy mô và khu vực địa lý tương đồng với tỷ lệ phân bổ chung của doanh nghiệp trên toàn quốc.

Trong số 5.000 doanh nghiệp tham gia khảo sát, 3.400 doanh nghiệp (tương đương 68%) đã gửi về phiếu trả lời hợp lệ. Toàn bộ số liệu thống kê trong chương này dựa trên việc xử lý và phân tích dữ liệu thu được từ 3.400 phiếu hợp lệ nói trên.

Bảng II.1: Quy mô khảo sát qua các năm

Năm	Số phiếu gửi đi	Số phiếu thu về	Tỷ lệ phiếu hợp lệ
2004	800	530	66%
2005	800	504	63%
2006	1300	1077	83%
2007	2000	1737	87%
2008	3000	1802	60%
2009	3000	2004	67%
2010	5000	3400	68%

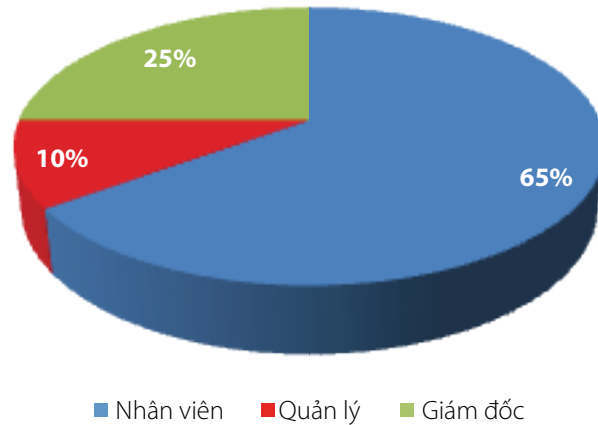
Tỷ lệ 68% doanh nghiệp gửi phiếu trả lời hợp lệ năm 2010 không có nhiều thay đổi so với các năm trước (67% năm 2009 và 60% năm 2008). Tuy nhiên, quy mô khảo sát đã được mở rộng đáng kể (3.400 phiếu thu về so với 2.004 phiếu năm 2009). Việc mở rộng phạm vi khảo sát góp phần làm giảm sai số, nâng cao độ tin cậy và chính xác của số liệu, từ đó khắc họa hình ảnh rõ nét hơn về tình hình và xu hướng ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp qua các năm.

2. Mẫu phiếu khảo sát và người điền phiếu

Mẫu phiếu khảo sát năm 2010 chủ yếu kế thừa nội dung mẫu phiếu năm 2009 với một số thay đổi nhỏ. Các thay đổi này được tiếp thu từ kinh nghiệm của quá trình khảo sát và phân tích, xử lý số liệu năm 2009 nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trả lời phiếu khảo sát một cách thuận tiện, khoa học hơn. Phần lớn các câu hỏi trong phiếu khảo sát được giữ nguyên cấu trúc và nội dung nhằm đảm bảo tính so sánh qua các năm của số liệu thống kê.

Doanh nghiệp tham gia tự điền phiếu khảo sát, trong đó 25% phiếu khảo sát được các giám đốc, phó giám đốc doanh nghiệp trực tiếp điền, 10% do các cấp quản lý như trưởng phòng, phó trưởng phòng, quản đốc, kế toán trưởng điền, còn lại 65% phiếu khảo sát được điền bởi nhân viên thuộc bộ phận Công nghệ thông tin hoặc Quản trị kinh doanh.

Hình II.1: Người đại diện doanh nghiệp trả lời phiếu khảo sát năm 2010

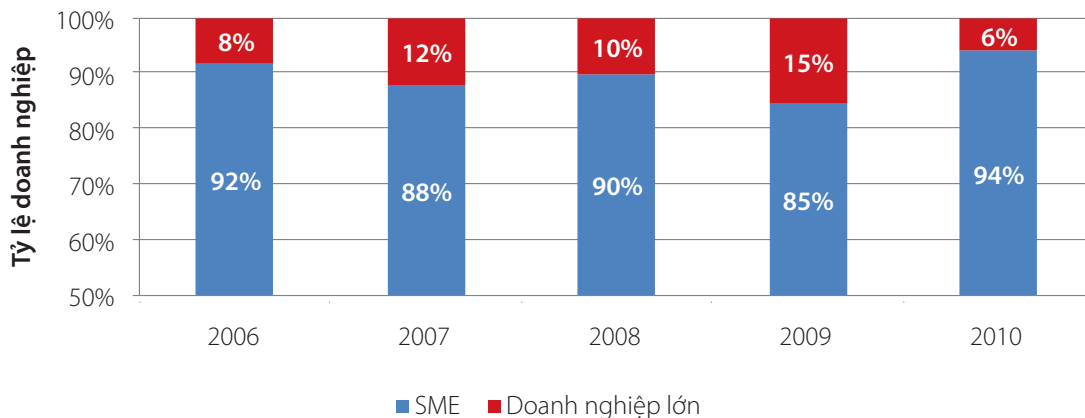


3. Phân bổ doanh nghiệp tham gia cuộc điều tra

Về quy mô, các doanh nghiệp tham gia khảo sát được chia thành doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) và doanh nghiệp lớn. Trong đó, doanh nghiệp có từ 300 lao động trở xuống là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, còn lại là các doanh nghiệp lớn.

Năm 2010, số lượng doanh nghiệp lớn tham gia khảo sát chiếm tỷ lệ 6%. So với tỷ lệ 15% của năm 2009, tỷ lệ doanh nghiệp lớn năm nay thấp hơn đáng kể. Điều này sẽ ảnh hưởng tới xu hướng qua các năm của một số chỉ tiêu. Tuy nhiên, kết quả phân tích sẽ được giữ nguyên chứ không điều chỉnh theo tỷ lệ phân bổ của các năm trước, do tỷ lệ doanh nghiệp lớn như trên phản ánh gần đúng tình trạng phân bổ doanh nghiệp theo quy mô trên cả nước.⁵

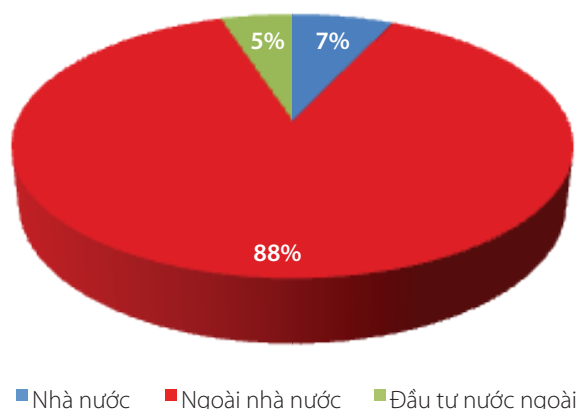
Hình II.2: Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát qua các năm



Về loại hình doanh nghiệp, doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm phần lớn với tỷ lệ 88%, doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có tỷ lệ tương ứng là 7% và 5%.

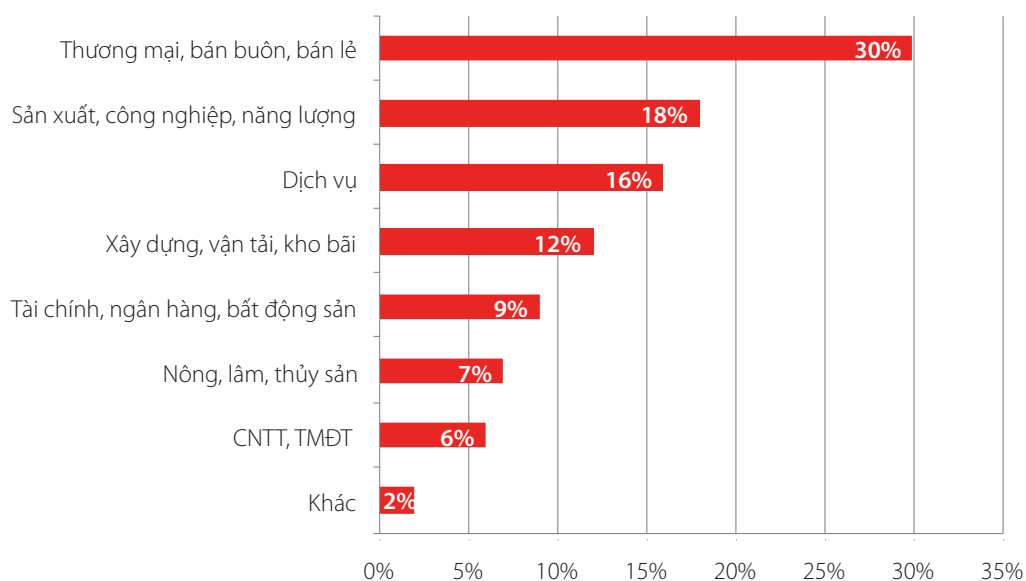
⁵ Theo Niên giám thống kê 2008, tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm 97% doanh nghiệp cả nước.

Hình II.3: Loại hình của doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010



Các doanh nghiệp tham gia khảo sát có lĩnh vực sản xuất, kinh doanh rất đa dạng. Báo cáo đã nhóm các doanh nghiệp theo một số lĩnh vực sản xuất kinh doanh chính bao gồm: thương mại, bán buôn, bán lẻ (30%); sản xuất, công nghiệp, năng lượng (18%); dịch vụ (16%); xây dựng, vận tải, kho bãi (12%); tài chính, ngân hàng, bất động sản (9%); nông, lâm, thủy sản (7%); công nghệ thông tin và thương mại điện tử (6%). Ngoài ra, một số doanh nghiệp hoạt động đa ngành, đa lĩnh vực hoặc có không có lĩnh vực kinh doanh chính được nhóm vào nhóm Khác với tỷ lệ 2%.

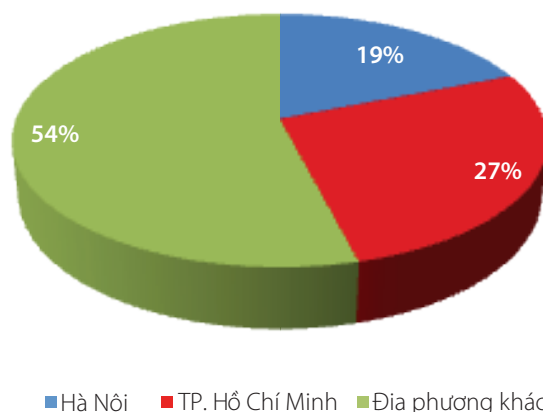
Hình II.4: Lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010



Về vị trí địa lý của các doanh nghiệp tham gia khảo sát, 19% doanh nghiệp thuộc địa bàn Hà Nội, 27% đến từ thành phố Hồ Chí Minh, còn lại 54% đến từ các địa phương khác. Phân bố theo địa phương như trên tương ứng với phân bố địa bàn hoạt động của các doanh nghiệp trên cả nước, với số lượng lớn doanh nghiệp tập trung chủ yếu vào hai trung tâm kinh tế lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.⁶

6 Theo Niên giám thống kê 2008, tỷ lệ doanh nghiệp tại địa bàn Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh so với cả nước lần lượt là 16% và 29%.

Hình II.5: Địa bàn hoạt động của doanh nghiệp tham gia khảo sát năm 2010



Kết quả các cuộc khảo sát trước cho thấy vị trí địa lý, quy mô và lĩnh vực hoạt động có ảnh hưởng lớn tới trình độ ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp. Cuộc khảo sát doanh nghiệp năm 2010 đã đảm bảo tỷ lệ phân bố tương đồng giữa nhóm doanh nghiệp tham gia khảo sát và toàn bộ doanh nghiệp trên cả nước đối với ba phân tổ trên. Nhờ đó, kết quả thu được có thể phản ánh chính xác hơn tình hình ứng dụng TMĐT trên toàn quốc.

II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Cùng với sự phát triển của công nghệ và xã hội, các doanh nghiệp hướng tới ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử cần chuẩn bị trước cũng như đầu tư vào rất nhiều yếu tố. Vì thế, mức độ sẵn sàng ứng dụng thương mại điện tử trong báo cáo năm 2010 sẽ được đánh giá trên rất nhiều tiêu chí khác nhau, bao gồm:

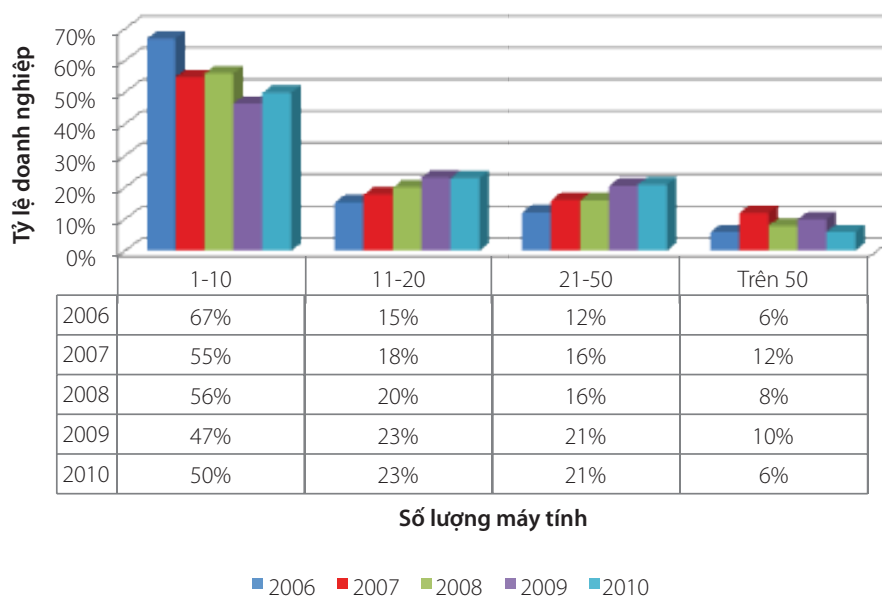
- Máy tính
- Internet
- Email
- Bảo mật, an toàn thông tin
- Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân
- Cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử

1. Máy tính

Số liệu thống kê qua các năm cho thấy, việc đầu tư và sử dụng máy tính đã trở nên phổ biến trong doanh nghiệp. Theo báo cáo Thương mại điện tử năm 2009, 100% doanh nghiệp tham gia khảo sát đã trang bị máy tính. Năm 2010, tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia khảo sát tăng cao, đồng thời cuộc khảo sát được mở rộng ra nhiều địa phương khác ngoài Hà Nội và Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp đã trang bị máy tính vẫn đạt mức 100%. Điều này khẳng định doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa cũng như doanh nghiệp ở các địa phương khác cũng đã quan tâm tới việc ứng dụng và tận dụng máy tính như một cơ sở hạ tầng không thể thiếu cho việc ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử.

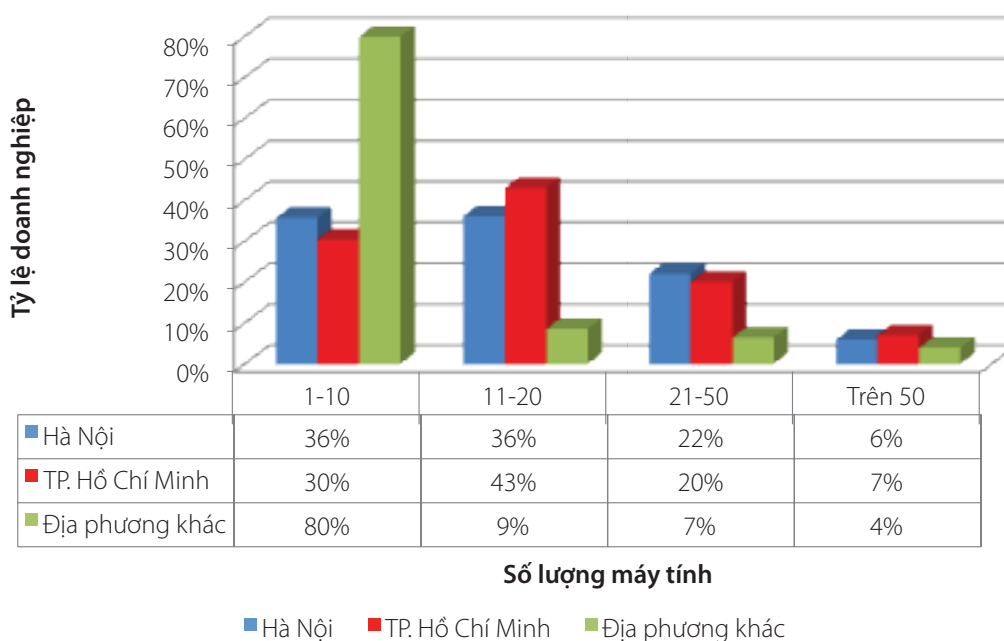
Do có tới 94% doanh nghiệp tham gia khảo sát là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, số doanh nghiệp có từ 1-10 máy tính chiếm đa số với tỷ lệ 50%. Tổng số doanh nghiệp có trên 50 máy tính chiếm tỷ lệ khiêm tốn 6%. Còn tỷ lệ doanh nghiệp có từ 11-20 máy tính và có từ 21-50 máy tính tương ứng là 23% và 21%.

Hình II.6: Số lượng máy tính trong doanh nghiệp qua các năm



Theo địa bàn hoạt động, có tới 80% doanh nghiệp tại các địa phương khác có từ 1-10 máy tính. Trong khi đó, tỷ lệ này tương ứng tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là 36% và 30%.

Hình II.7: Số lượng máy tính trong doanh nghiệp theo địa bàn hoạt động năm 2010



Năm 2010, tỷ lệ máy tính trung bình trong mỗi doanh nghiệp là 17,8 máy tính/doanh nghiệp. Tỷ lệ này tương đối thấp so với trung bình của năm 2009 (25,8 máy tính/doanh nghiệp). Do mức độ chênh lệch về tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa giữa hai năm, tỷ lệ tuyệt đối về số máy tính trong doanh nghiệp giảm là điều tất yếu. Do đó, cần xem xét tỷ lệ tương đối về số nhân viên trên một máy tính trong mỗi doanh nghiệp. Năm 2010, tỷ lệ này là 6,4, có xu hướng giảm dần qua các năm (năm 2009 là 8,2, năm 2008 là 10). Điều này cho thấy xu hướng tăng hàm lượng lao động tri thức trong doanh nghiệp, với số lượng nhân công sử dụng máy vi tính phục vụ cho công việc ngày càng tăng.

Theo lĩnh vực hoạt động, các doanh nghiệp Tài chính, CNTT và TMĐT và Sản xuất, công nghiệp, năng lượng có tỷ lệ máy tính trung bình cao nhất, với tỷ lệ tương ứng là 55,9; 27,1 và 23,3 máy tính/doanh nghiệp. Tuy nhiên, các loại hình doanh nghiệp có tỷ lệ nhân viên trên một máy tính thấp nhất (mức độ phổ cập máy tính cao nhất) là CNTT và TMĐT (2,9); Tài chính (3,2) và Thương mại, bán buôn, bán lẻ (5,0). Các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực Sản xuất, công nghiệp, năng lượng thường là các doanh nghiệp lớn nên tỷ lệ máy tính trung bình cao, song mức độ phổ cập máy tính lại khá thấp (9,1 nhân viên mới có một máy tính).

Bảng II.2: Tỷ lệ máy tính theo lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

Lĩnh vực	Tỷ lệ máy tính/doanh nghiệp	Tỷ lệ nhân viên/máy tính
CNTT, TMĐT	27,15	2,9
Tài chính	54,98	3,2
Thương mại, bán buôn, bán lẻ	12,26	5,1
Dịch vụ	16,24	5,1
Xây dựng, vận tải	11,83	7,3
Sản xuất, công nghiệp, năng lượng	23,73	9,1
Nông, lâm, thủy sản	18,63	11,3
Khác	19,19	4,9
Trung bình	17,04	6,4

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa có tỷ lệ máy tính trung bình thấp hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp lớn. Tuy nhiên, mức độ phổ cập máy tính của các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại cao hơn. Có thể thấy, các doanh nghiệp lớn phần đông vẫn tập trung ở các lĩnh vực sản xuất, gia công với trình độ vi tính hóa chưa cao. Mặt khác, các doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng đã chủ động trong việc ứng dụng CNTT vào hoạt động sản xuất kinh doanh.

Bảng II.3: Tỷ lệ máy tính theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010

Quy mô doanh nghiệp	Tỷ lệ máy tính/doanh nghiệp	Tỷ lệ nhân viên/máy tính
SME	13	5,3
Doanh nghiệp lớn	75	21,1

Theo địa bàn hoạt động, doanh nghiệp tại các địa phương khác có tỷ lệ máy tính tương đối thấp đồng thời mức độ phổ cập máy tính trong doanh nghiệp cũng không cao khi so sánh với doanh nghiệp hoạt động tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Do đó, để có thể xây dựng một mạng

lưới thương mại tiên tiến, hiệu quả, với chu trình kinh doanh là các chuỗi cung ứng hiện đại, các địa phương cần quan tâm hơn nữa tới việc thúc đẩy và hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng CNTT và TMĐT.

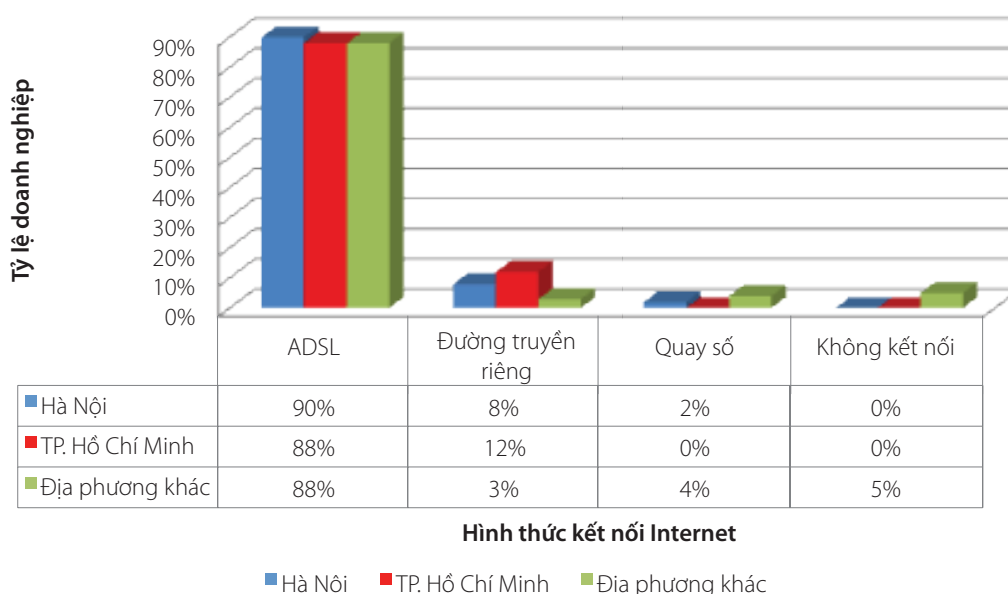
Bảng II.4: Tỷ lệ máy tính theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

Địa phương	Tỷ lệ máy tính/doanh nghiệp	Tỷ lệ nhân viên/máy tính
Hà Nội	21,7	4,3
TP. Hồ Chí Minh	19,7	5,8
Địa phương khác	13,4	7,6

2. Internet

Năm 2010, tỷ lệ doanh nghiệp kết nối Internet trên cả nước đạt 98%. Trong đó, 100% doanh nghiệp tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh đã kết nối Internet. Còn tại các địa phương khác, tỷ lệ này là 95%.

Hình II.8: Hình thức kết nối Internet theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010



Hình thức truy cập Internet phổ biến nhất vẫn là ADSL, với tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng trên cả nước là 89%. Hình thức kết nối Internet sử dụng đường truyền riêng ngày càng được nhiều doanh nghiệp sử dụng với tỷ lệ tương ứng là 8% doanh nghiệp Hà Nội và 12% doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, hiện mới chỉ có 3% doanh nghiệp tại các địa phương khác sử dụng hình thức này. Hình thức quay số hiện vẫn được một số ít doanh nghiệp tại Hà Nội (2%) và tại các địa phương khác (4%) sử dụng.

Về quy mô, 100% doanh nghiệp có quy mô lớn đã kết nối Internet, trong đó 15% sử dụng đường truyền riêng. Trong khi đó, vẫn còn 2% các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện vẫn chưa kết nối Internet. Tỷ lệ sử dụng các hình thức ADSL, quay số và đường truyền riêng của doanh nghiệp nhỏ và vừa tương ứng là 89%, 2% và 7%.

Bảng II.5: Hình thức kết nối Internet theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010

Quy mô	Không kết nối	Quay số	Đường truyền riêng	ADSL
SME	2%	2%	7%	89%
Doanh nghiệp lớn	0%	0%	15%	85%

3. Email

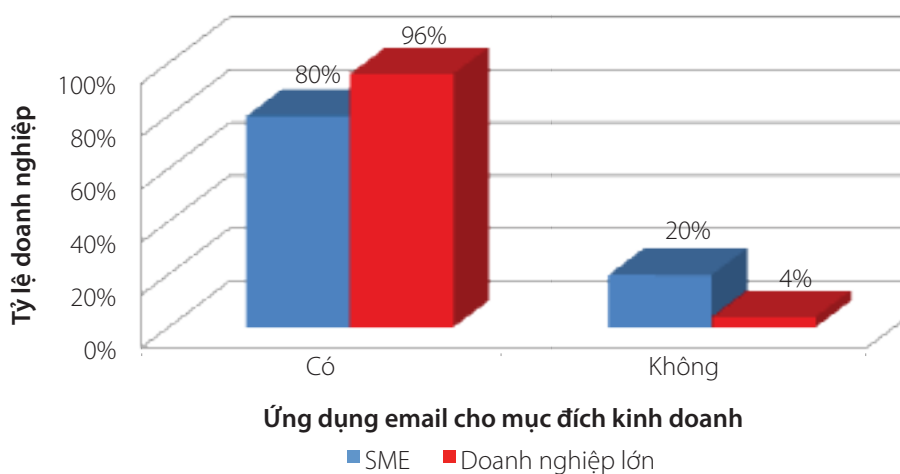
Hầu hết các doanh nghiệp tại Hà Nội (94%) và thành phố Hồ Chí Minh (97%) đã sử dụng email trong hoạt động giao dịch kinh doanh. Tại các địa phương khác, tỷ lệ này chỉ đạt mức 44%. Mặc dù cơ sở hạ tầng về trang bị máy tính và đặc biệt là kết nối Internet giữa các địa phương khác với Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh không chênh lệch nhiều, song tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng email trong hoạt động giao dịch kinh doanh lại có sự chênh lệch đáng kể. Điều này cho thấy các doanh nghiệp tại các địa phương khác cần nỗ lực hơn nữa trong việc ứng dụng cơ sở hạ tầng sẵn có, đặc biệt trong việc sử dụng phương tiện trao đổi thông tin mới và có hiệu quả cao là email.

Bảng II.6: Tỷ lệ sử dụng email theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

	Hà Nội	TP. Hồ Chí Minh	Địa phương khác	Toàn quốc
Tỷ lệ sử dụng email	94%	97%	44%	81%

Theo quy mô doanh nghiệp, 96% doanh nghiệp lớn và 80% doanh nghiệp nhỏ và vừa đã sử dụng email trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Tỷ lệ này tăng nhẹ so với năm 2009 (95% doanh nghiệp lớn và 78% doanh nghiệp nhỏ và vừa).

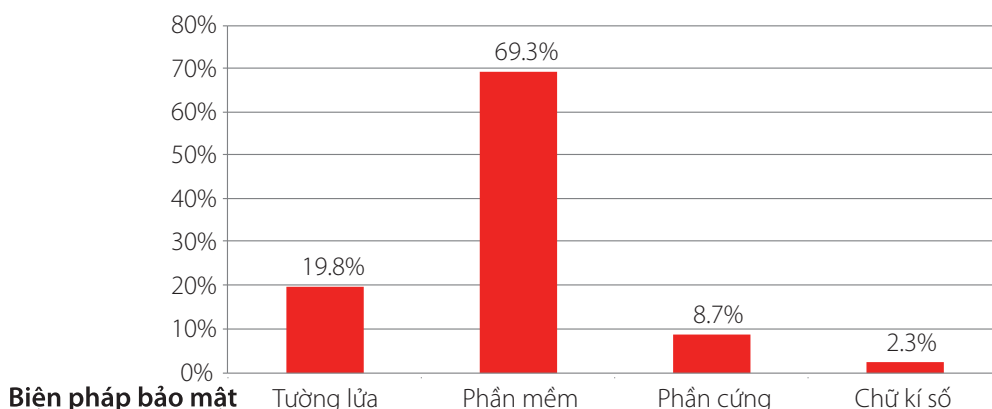
Hình II.9: Tình hình sử dụng email theo quy mô doanh nghiệp năm 2010



4. Bảo mật và bảo vệ thông tin cá nhân

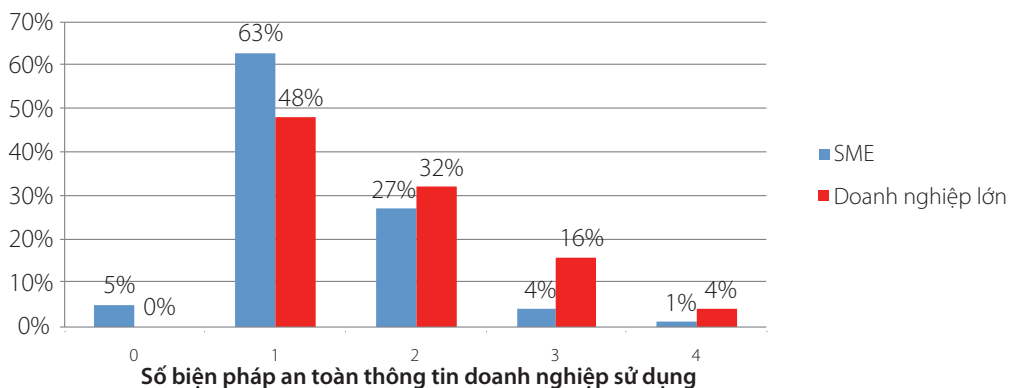
Việc trao đổi cũng như giao dịch thông qua các phương tiện điện tử đồng thời cũng đặt ra nhu cầu về bảo mật an toàn thông tin đối với các doanh nghiệp. Trong phạm vi của phiếu khảo sát, các doanh nghiệp đã trả lời về việc ứng dụng bốn hình thức bảo mật thông tin bao gồm: phần mềm, phần cứng, tường lửa và chữ ký số. Trong các biện pháp kể trên, biện pháp được sử dụng nhiều nhất là phần mềm với tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng là 69,3%. Tiếp theo là tường lửa (19,8%) và phần cứng (8,7%). Biện pháp sử dụng chữ ký số trong bảo mật vẫn chưa được nhiều doanh nghiệp biết tới và ứng dụng, chỉ có 2,3% doanh nghiệp ứng dụng biện pháp này. Tỷ lệ thấp trong ứng dụng chữ ký số cho thấy hình thức này chưa được sử dụng thường xuyên, lý do chủ yếu là còn phức tạp và đặc biệt là vẫn thiếu cơ sở pháp lý.⁷

Hình II.10: Tỷ lệ các biện pháp bảo mật trong doanh nghiệp năm 2010



Tỷ lệ doanh nghiệp đã ứng dụng ít nhất một biện pháp bảo vệ an toàn thông tin đạt 95%. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng từ hai biện pháp trở lên chỉ đạt 27%. Theo quy mô, 100% doanh nghiệp lớn và 94% doanh nghiệp nhỏ và vừa đã ứng dụng ít nhất một biện pháp bảo vệ an toàn thông tin. Tuy nhiên, phần lớn (63%) doanh nghiệp nhỏ và vừa mới chỉ áp dụng một biện pháp bảo vệ an toàn thông tin, trong khi hơn một nửa (52%) doanh nghiệp lớn đã áp dụng từ hai biện pháp bảo vệ an toàn thông tin trở lên.

Hình II.11: Tỷ lệ doanh nghiệp theo số lượng biện pháp bảo vệ thông tin năm 2010



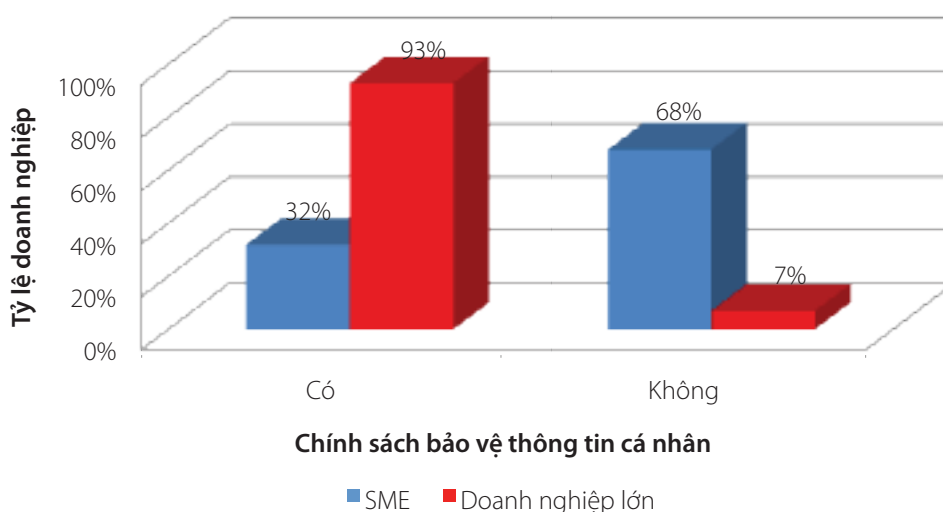
Một trong những điểm khác biệt khá rõ giữa phương thức kinh doanh thương mại truyền thống và thương mại điện tử là vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân. Trong kinh doanh truyền thống, khi

⁷ Theo nhận định của ông Vũ Duy Lợi, Giám đốc Trung tâm CNTT - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, trong Hội thảo "Hiện trạng và kế hoạch thúc đẩy triển khai ứng dụng chữ ký số", ngày 22/10/2010, tại Hà Nội.

mua một mặt hàng bất kỳ ít khi người tiêu dùng cần cung cấp thông tin cá nhân như tên tuổi, địa chỉ, số điện thoại cho người bán hàng. Tuy nhiên, khi mua hàng trên môi trường thương mại điện tử, việc cung cấp thông tin liên lạc của cá nhân gần như là bắt buộc. Với sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử, việc lợi dụng thông tin khách hàng cung cấp để phát tán tin nhắn quảng cáo, thư rác... ngày càng trở nên dễ dàng, nhanh chóng và phổ biến hơn bao giờ hết. Do đó, người tiêu dùng sẽ đặt ra đòi hỏi về việc thông tin cá nhân của mình được bảo vệ, không phát tán nhằm tránh các phiền toái có thể xảy đến.

Nhiều doanh nghiệp đã nắm bắt được xu hướng nêu trên, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn, nên đã triển khai các biện pháp bảo vệ thông tin cá nhân. 93% doanh nghiệp lớn cho biết đã xây dựng chính sách bảo vệ thông tin cá nhân cho khách hàng. Tỷ lệ này ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa là 32%.

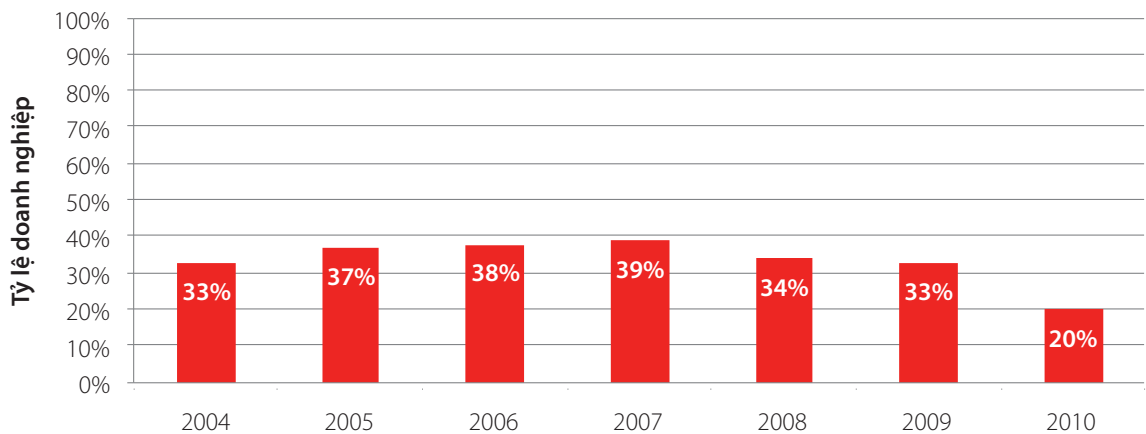
Hình II.12: Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân theo quy mô doanh nghiệp năm 2010



5. Cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử

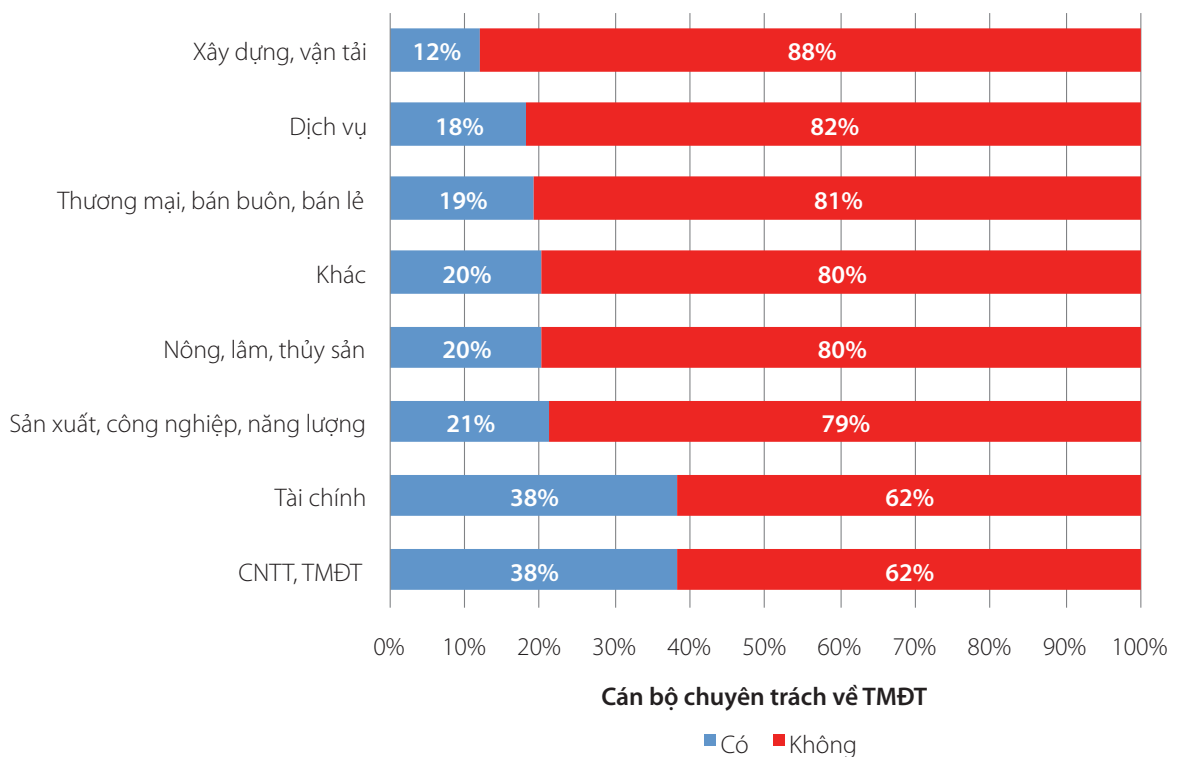
Báo cáo thương mại điện tử các năm trước cho thấy chỉ tiêu về tỷ lệ cán bộ chuyên trách TMĐT phụ thuộc rất lớn vào quy mô và địa bàn hoạt động của doanh nghiệp. Do đó, năm 2010 tỷ lệ doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa tăng lên đồng thời cuộc khảo sát được mở rộng ra nhiều địa phương khác nhau đã khiến tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách TMĐT giảm xuống còn 20%. Trong đó, 18% doanh nghiệp nhỏ và vừa và 55% doanh nghiệp lớn có cán bộ chuyên trách TMĐT.

Hình II.13: Tỷ lệ cán bộ chuyên trách TMĐT trong doanh nghiệp qua các năm



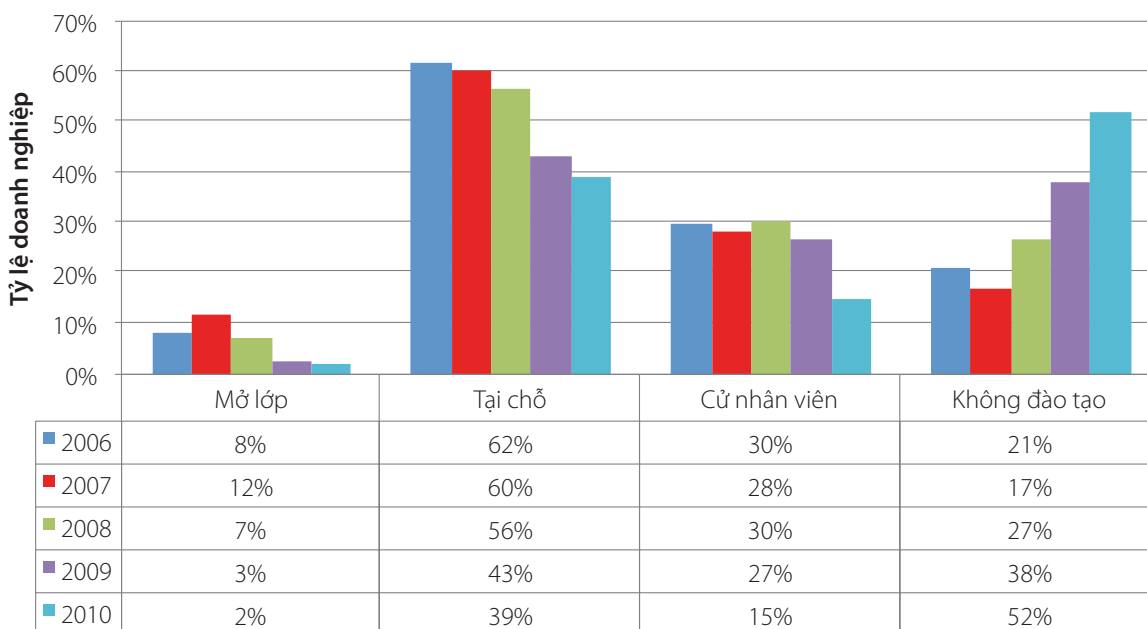
Theo lĩnh vực hoạt động, hai lĩnh vực mà tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về TMĐT cao nhất (cùng đạt 38%) là lĩnh vực Tài chính và lĩnh vực CNTT và TMĐT. Các lĩnh vực khác có tỷ lệ nằm trong khoảng 18%-21%. Tỷ lệ doanh nghiệp thuộc lĩnh vực xây dựng, vận tải có cán bộ chuyên trách TMĐT là 12%, thấp nhất trong tất cả các lĩnh vực.

Hình II.14: Cán bộ chuyên trách về TMĐT theo lĩnh vực của doanh nghiệp năm 2010



Thay đổi về phân bố quy mô và địa bàn hoạt động của các doanh nghiệp tham gia khảo sát cũng ảnh hưởng lớn tới tỷ lệ ứng dụng các hình thức đào tạo CNTT và TMĐT trong doanh nghiệp so với các năm trước. Năm 2010, tỷ lệ doanh nghiệp không áp dụng bất kỳ hình thức đào tạo CNTT hoặc TMĐT nào cho nhân viên tăng cao, lên đến 52%. Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng các hình thức đào tạo khác như cử nhân viên đi học, tự mở lớp đào tạo hoặc đào tạo tại chỗ đều giảm so với các năm trước đó.

Hình II.15: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT trong doanh nghiệp qua các năm



Trong các loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát, các doanh nghiệp nhà nước có tỷ lệ không đào tạo thấp nhất, chỉ 24% doanh nghiệp nhà nước không có bất kỳ hình thức đào tạo nào cho nhân viên. Trong khi đó, tỷ lệ doanh nghiệp ngoài nhà nước và có vốn đầu tư nước ngoài không có bất kỳ hình thức đào tạo nào tương ứng là 53% và 51%.

Bảng II.7: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT theo loại hình của doanh nghiệp năm 2010

Loại hình	Mở lớp	Tại chỗ	Cử nhân viên	Không đào tạo
Nhà nước	15%	44%	44%	24%
Ngoài nhà nước	1%	38%	14%	53%
Đầu tư nước ngoài	3%	42%	15%	51%

Theo địa bàn hoạt động, Hà Nội cũng là địa phương có tỷ lệ doanh nghiệp không tổ chức đào tạo nhân viên về CNTT và TMĐT thấp nhất (20%). Tuy nhiên, hình thức được đa phần các doanh nghiệp Hà Nội (74%) áp dụng là hình thức đào tạo tại chỗ. Trong khi đó, thành phố Hồ Chí Minh lại là địa phương có tỷ lệ doanh nghiệp không có hình thức đào tạo CNTT và TMĐT cho nhân viên cao nhất. 80% doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh không có bất kỳ hình thức đào tạo CNTT và TMĐT cho nhân viên.

Bảng II.8: Hình thức đào tạo CNTT và TMĐT theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

Địa bàn hoạt động	Mở lớp	Tại chỗ	Cử nhân viên	Không đào tạo
Hà Nội	5%	74%	14%	20%
TP. Hồ Chí Minh	2%	21%	4%	80%
Địa phương khác	2%	31%	21%	54%

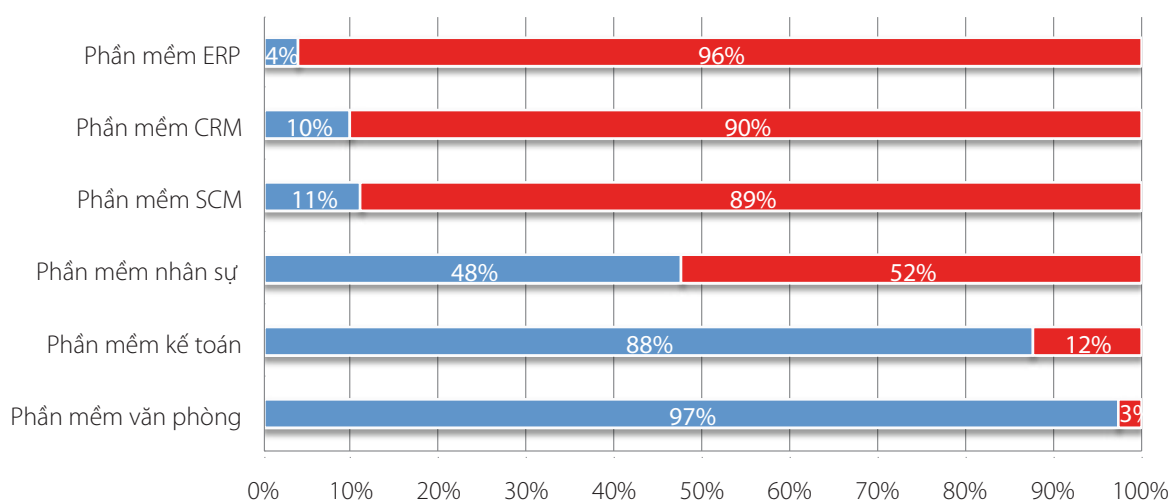
III. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Phần mềm

Để đánh giá mức độ ứng dụng thương mại điện tử, một trong các tiêu chí cơ bản cần xem xét là hiện trạng sử dụng các phần mềm CNTT và TMĐT trong doanh nghiệp. Các phần mềm CNTT và TMĐT ứng dụng trong doanh nghiệp được phân thành các nhóm chính để khảo sát, bao gồm: các phần mềm văn phòng (soạn thảo văn bản), kế toán, nhân sự, quản lý chuỗi cung ứng (SCM), quản lý quan hệ khách hàng (CRM), hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP). Thứ tự các phần mềm được đưa ra theo mức độ tăng dần về quy mô và độ phức tạp trong việc ứng dụng tại doanh nghiệp.

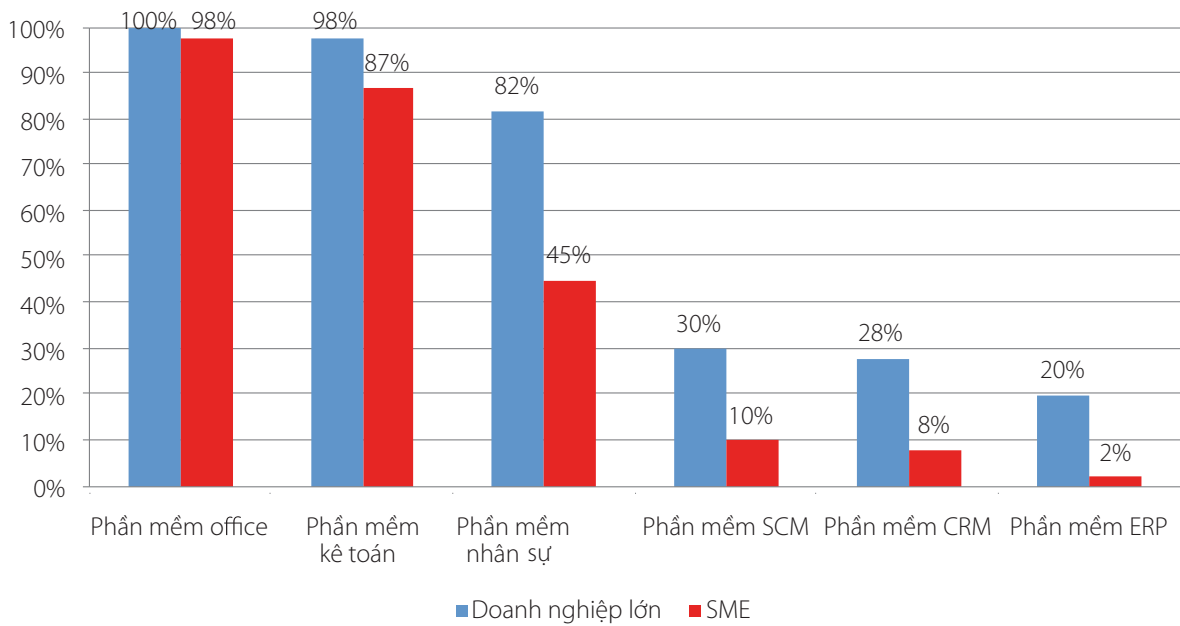
Trong số các nhóm phần mềm kể trên, đa phần doanh nghiệp đã sử dụng các phần mềm văn phòng và kế toán. Phần mềm quản lý nhân sự cũng ngày càng được chú ý với gần một nửa số doanh nghiệp tham gia khảo sát sử dụng (48%). Việc sử dụng các phần mềm SCM, CRM, ERP vẫn còn rất hạn chế với tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng tương ứng là 11%, 10% và 4%.

Hình II.16: Tỷ lệ ứng dụng các phần mềm CNTT và TMĐT của doanh nghiệp năm 2010



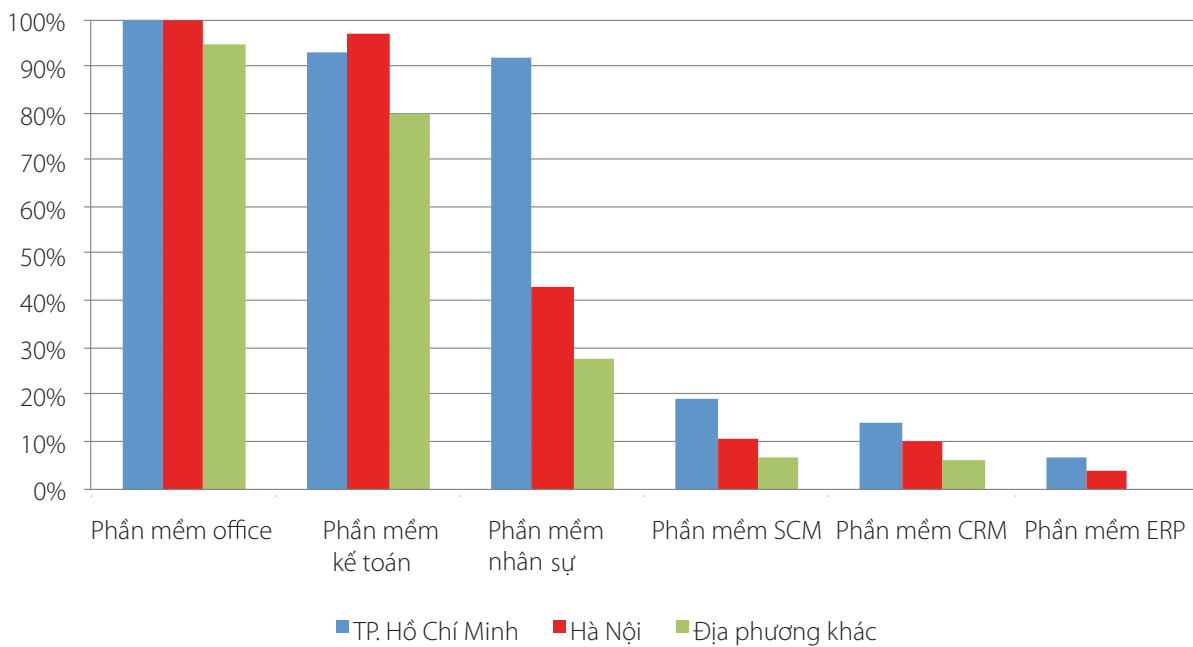
Theo quy mô doanh nghiệp, chênh lệch giữa doanh nghiệp nhỏ và vừa và doanh nghiệp lớn trong việc ứng dụng các phần mềm phổ thông như phần mềm văn phòng và phần mềm kế toán không cao. Tuy nhiên, đối với các phần mềm còn lại mang tính chất chuyên dụng hơn, mức độ chênh lệch khá lớn. Mặc dù ngày càng nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa quan tâm và bắt đầu ứng dụng phiên bản đơn giản hoặc rút gọn của các phần mềm chuyên dụng, song các doanh nghiệp lớn vẫn có tỷ lệ ứng dụng vượt trội. Các phần mềm chuyên dụng càng phức tạp thì độ chênh lệch càng lớn.

Hình II.17: Tỷ lệ ứng dụng phần mềm theo quy mô của doanh nghiệp năm 2010



Theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp, thành phố Hồ Chí Minh có tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng phần mềm CNTT và TMĐT cao nhất. Tỷ lệ này tại Hà Nội thấp hơn. Tỷ lệ ứng dụng phần mềm tại các địa phương khác có một khoảng cách khá lớn so với hai địa phương nói trên.

Hình II.18: Tỷ lệ ứng dụng phần mềm theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

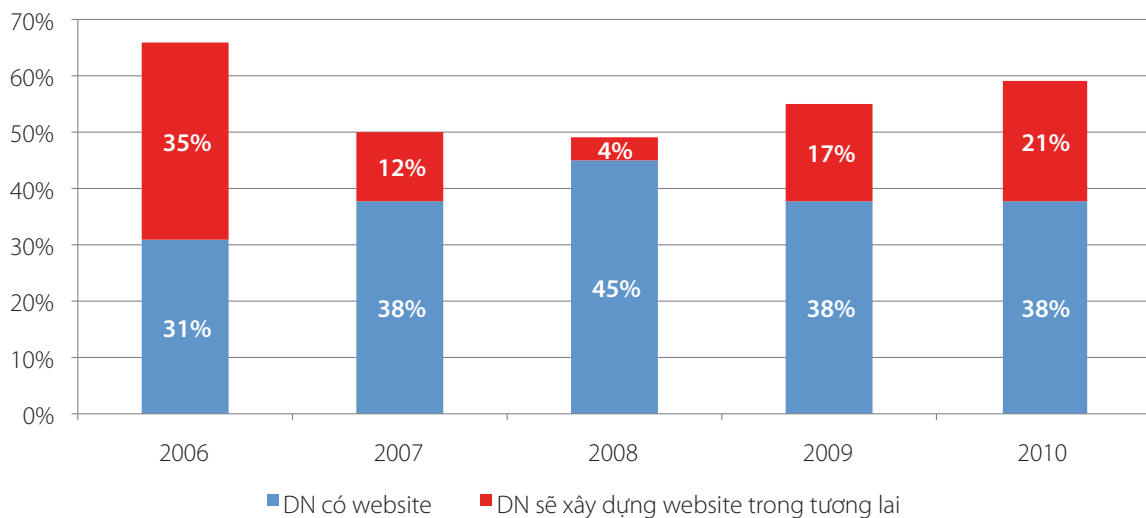


2. Website

Năm 2010, tỷ lệ doanh nghiệp có website riêng vẫn duy trì ở mức 38%. Tuy nhiên, có 21% doanh nghiệp dự kiến sẽ xây dựng website trong tương lai so với mức 17% của năm 2009. Mặc dù tỷ lệ

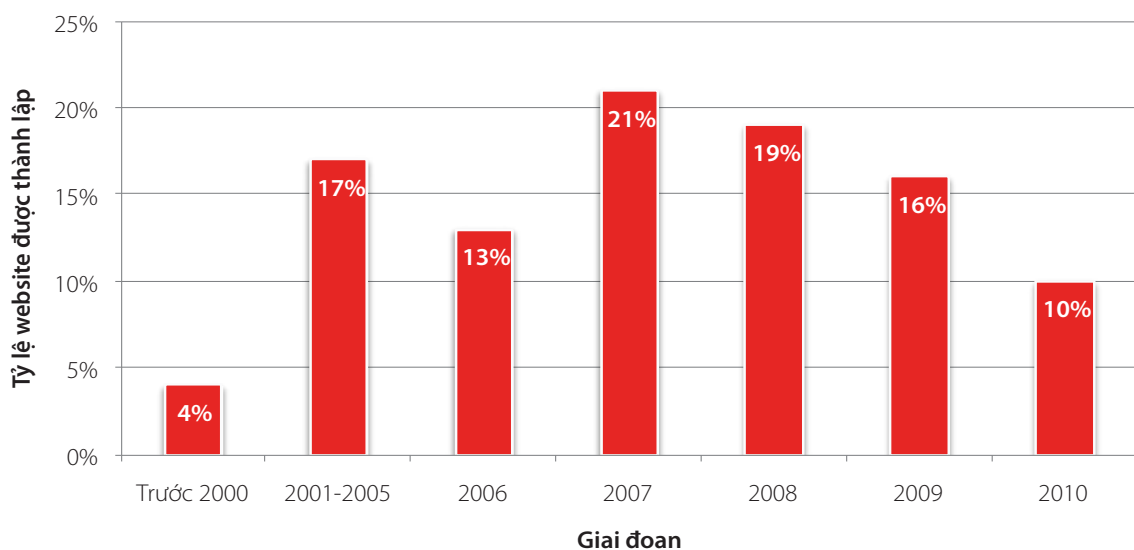
có website giữa 2009 và 2010 giữ nguyên không đổi, nhưng do tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng cao trong mẫu khảo sát năm nay, có thể nhận định việc sở hữu website của doanh nghiệp hiện vẫn đang trong xu hướng tăng.

Hình II.19: Tình hình sở hữu website của doanh nghiệp qua các năm



Giai đoạn 2006-2008 chứng kiến sự bùng nổ xây dựng website riêng của doanh nghiệp. Sau đó, tỷ lệ website được thành lập giảm dần qua các năm. Trong số website đã thành lập của các doanh nghiệp tham gia khảo sát, tỷ lệ website được thành lập trong hai năm 2007-2008 lớn nhất (năm 2007 là 21% và 2008 là 19%). Tỷ lệ website được thành lập trong năm 2010 chiếm 10% tổng số website được thành lập từ trước tới nay.

Hình II.20: Thời điểm thành lập website của doanh nghiệp đã sở hữu website



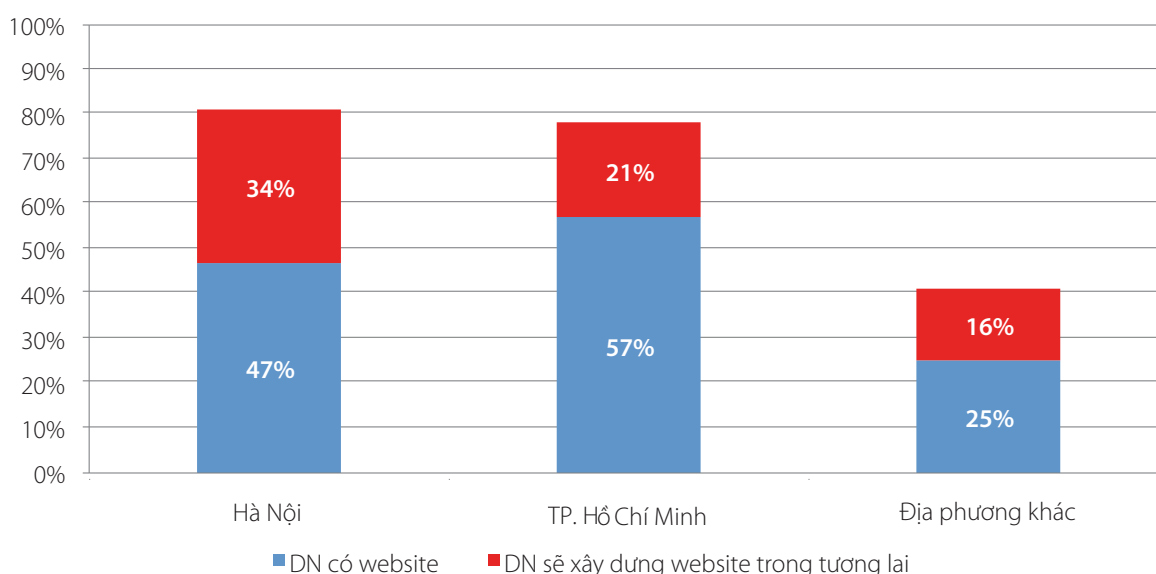
Theo lĩnh vực hoạt động, tỷ lệ các doanh nghiệp Tài chính, CNTT và TMĐT có website riêng cao nhất, tương ứng là 64% và 63%. Tỷ lệ doanh nghiệp thuộc lĩnh vực Dịch vụ có website đạt 45%. Các lĩnh vực còn lại, tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website nằm trong khoảng từ 27%-39%.

Bảng II.9: Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website riêng theo lĩnh vực hoạt động năm 2010

Lĩnh vực	Có website	Sẽ xây dựng website
Tài chính	64%	30%
CNTT, TMĐT	63%	16%
Dịch vụ	45%	25%
Sản xuất, công nghiệp, năng lượng	39%	22%
Thương mại, bán buôn, bán lẻ	36%	20%
Nông, lâm, thủy sản	32%	21%
Xây dựng, vận tải	27%	21%
Khác	42%	9%

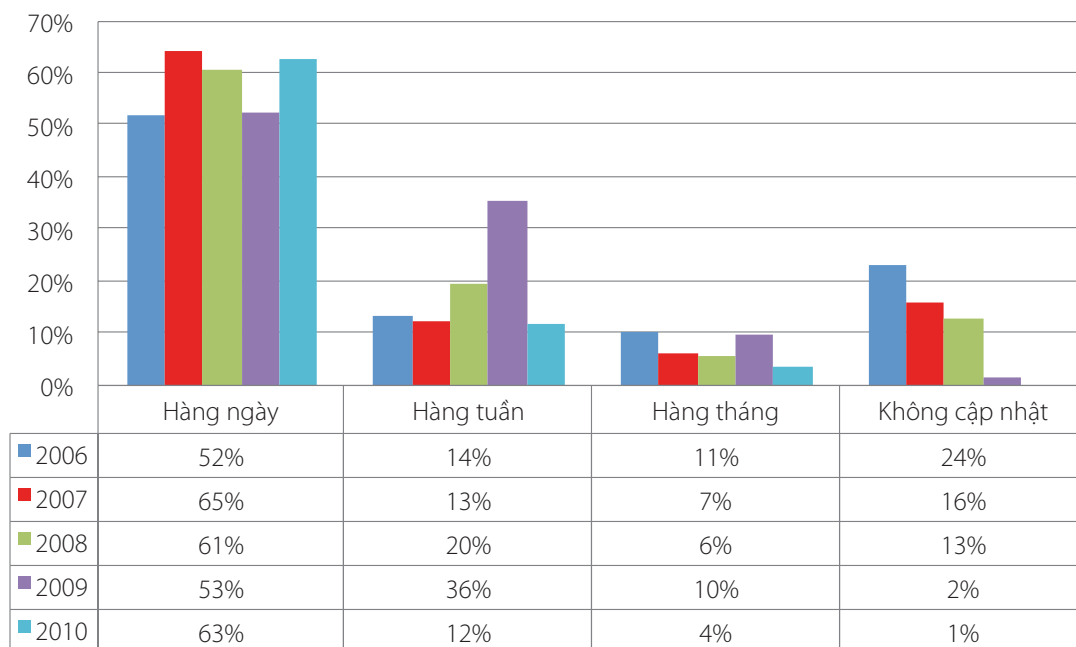
Tỷ lệ doanh nghiệp có website ở hai thành phố lớn Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là 47% và 57%, tăng cao so với năm 2009 (tỷ lệ doanh nghiệp có website ở cả hai thành phố là 39%). Tương tự, tỷ lệ doanh nghiệp dự định xây dựng website trong tương lai cũng khá cao, tại Hà Nội là 34% còn thành phố Hồ Chí Minh là 21%. Tuy nhiên ở các địa phương khác, tỷ lệ doanh nghiệp có website và dự định xây dựng website khá khiêm tốn, với 25% doanh nghiệp đã có website và 16% doanh nghiệp dự định sẽ xây dựng website trong tương lai.

Hình II.21: Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website theo địa bàn hoạt động năm 2010



Mức độ cập nhật website của doanh nghiệp cũng có những tiến bộ nhất định so với năm 2009. Năm 2010, 63% doanh nghiệp cho biết có cập nhật website hàng ngày, đồng thời chỉ có 01% doanh nghiệp không cập nhật website.

Hình II.22: Tình hình cập nhật website của doanh nghiệp qua các năm



Trong số các doanh nghiệp lớn, 100% doanh nghiệp có cập nhật website, trong đó 80% cập nhật hàng ngày. Còn tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có 2% không cập nhật website.

100% doanh nghiệp tại hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh có cập nhật website, với tỷ lệ tương ứng là 92% và 88%. Tại các địa phương khác, 03% doanh nghiệp không cập nhật website, tỷ lệ doanh nghiệp cập nhật website hàng ngày chỉ đạt 69%.

Bảng II.10: Tình hình cập nhật website của doanh nghiệp năm 2010

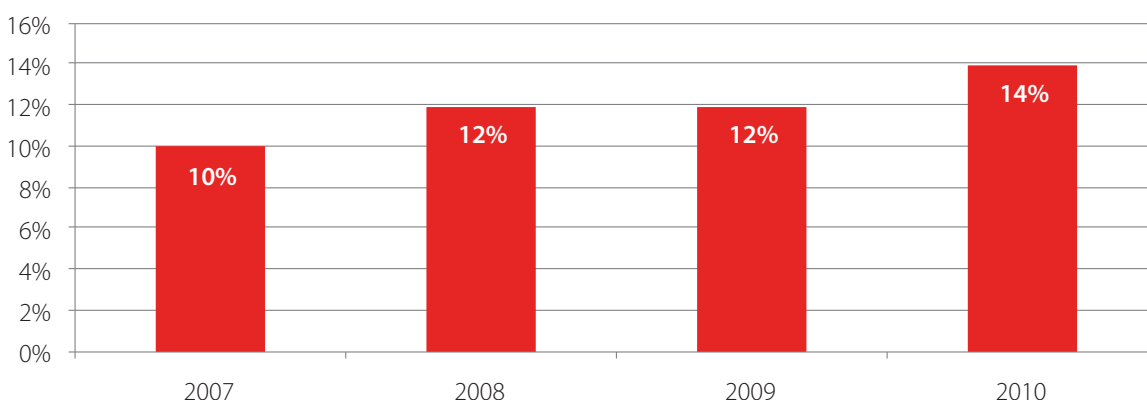
	Không cập nhật	Hàng ngày	Hàng tuần	Hàng tháng
Theo quy mô				
SME	2%	85%	11%	3%
Doanh nghiệp lớn	0%	80%	13%	5%
Theo địa phương				
Hà Nội	0%	92%	7%	1%
TP. Hồ Chí Minh	0%	88%	11%	1%
Địa phương khác	3%	69%	18%	10%

Mục đích chính của doanh nghiệp khi xây dựng và vận hành website là để giới thiệu doanh nghiệp (100%) và sản phẩm (95%). Chỉ có 20% doanh nghiệp có website cho phép khách hàng đặt hàng thông qua các kênh được cung cấp trên website. Tỷ lệ doanh nghiệp cho phép khách hàng thanh toán trực tuyến là 03%, tập trung vào các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực thương mại bán lẻ.

3. Sàn giao dịch thương mại điện tử

Năm 2010, tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn thương mại điện tử đạt mức 14%, tăng hơn 2% so với năm 2009 (12%). Theo địa bàn hoạt động, tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMĐT tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh tương ứng là 20% và 17%. Còn tại các địa phương khác, tỷ lệ tham gia sàn giao dịch TMĐT chỉ đạt mức 9%.

Hình II.23: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMĐT qua các năm



Khi được yêu cầu đánh giá mức độ hiệu quả do sàn giao dịch thương mại điện tử mang lại, 47% doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của sàn chỉ ở mức trung bình, 28% đánh giá hiệu quả ở mức thấp và rất thấp. Chỉ có 25% doanh nghiệp đã tham gia cho rằng sàn giao dịch thương mại điện tử mang lại hiệu quả cao và rất cao, với tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của sàn giao dịch TMĐT đạt mức rất cao là 1%.

Trong số các doanh nghiệp chưa tham gia sàn, 75% cho biết sẽ cân nhắc việc đăng ký tham gia trong tương lai. 25% doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát không có dự định tham gia sàn thương mại điện tử. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp này thuộc một số lĩnh vực kinh doanh không cần tới sự hỗ trợ của sàn giao dịch TMĐT như xăng dầu, vận tải, v.v... Ngoài ra, lý do một số ít doanh nghiệp không có dự định là do chưa tin tưởng vào hiệu quả từ việc tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử mang lại.

4. Nhận đơn đặt hàng

Các phương tiện điện tử hiện là kênh thông tin chủ đạo trong việc trao đổi kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử khác nhau để nhận đơn đặt hàng có sự chênh lệch khá lớn. Hai phương tiện chủ yếu được doanh nghiệp

sử dụng là điện thoại và fax với tỷ lệ tương ứng là 99% và 88%. Email hiện được 52% số doanh nghiệp tham gia khảo sát sử dụng. Hình thức nhận đơn đặt hàng qua website có tỷ lệ thấp nhất, với chỉ 15% doanh nghiệp tham gia khảo sát sử dụng.

Bảng II.11: Doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để nhận đơn đặt hàng năm 2010

Phương tiện	Điện thoại	Fax	Email	Website
Tỷ lệ	99%	88%	52%	15%

Theo quy mô doanh nghiệp, mức độ ứng dụng điện thoại và fax giữa doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhỏ và vừa không chênh lệch nhiều. Tuy nhiên, có sự chênh lệch lớn về sử dụng email và website để nhận đơn đặt hàng. Có 68% doanh nghiệp lớn sử dụng email, 31% sử dụng website để nhận đơn đặt hàng. Trong khi đó, tỷ lệ tương ứng ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa là 51% và 14%.

Bảng II.12: Quy mô doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để nhận đơn đặt hàng năm 2010

Phương tiện	Điện thoại	Fax	Email	Website
SME	99%	88%	51%	14%
Doanh nghiệp lớn	94%	91%	68%	31%

5. Đặt hàng

Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp đã chủ động sử dụng phương tiện điện tử trong việc đặt hàng. Mặc dù nhiều doanh nghiệp chưa có điều kiện triển khai nhận đơn đặt hàng qua email và website, song với hạ tầng sẵn có các doanh nghiệp hoàn toàn có thể đặt hàng thông qua các phương tiện này. Mặc dù vậy, hai phương tiện chủ yếu vẫn được doanh nghiệp sử dụng để đặt hàng là điện thoại và fax với tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng tương ứng là 99% và 90%. Hình thức đặt hàng qua email và website hiện được 53% và 21% doanh nghiệp sử dụng.

Bảng II.13: Doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để đặt hàng năm 2010

Phương tiện	Điện thoại	Fax	Email	Website
Tỷ lệ	99%	90%	53%	21%

Theo quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng email và website để đặt hàng vẫn tương đối chênh lệch so với các doanh nghiệp lớn. Chỉ có 52% doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng email để đặt hàng so với tỷ lệ doanh nghiệp lớn là 73%. Tương tự, tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng website để đặt hàng là 20%, trong khi 38% doanh nghiệp lớn đã sử dụng phương tiện này.

Bảng II.14: Quy mô doanh nghiệp sử dụng phương tiện điện tử để đặt hàng năm 2010

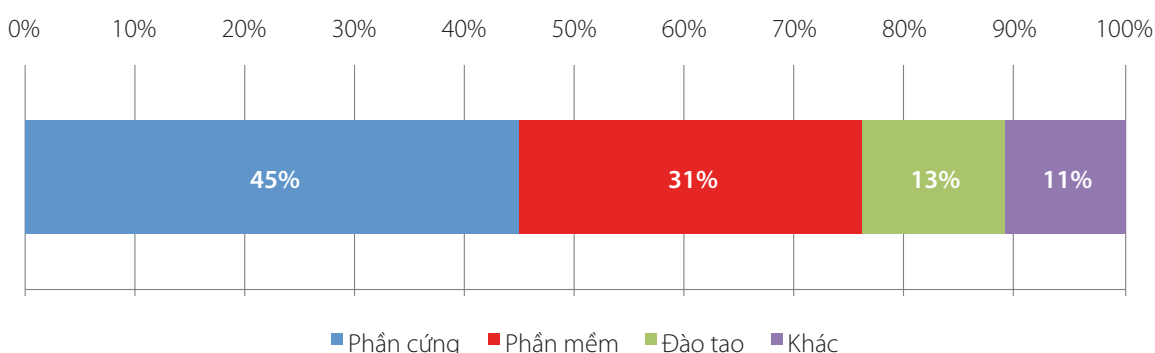
Phương tiện	Điện thoại	Fax	Email	Website
SME	99%	90%	52%	20%
Doanh nghiệp lớn	97%	97%	73%	38%

IV. HIỆU QUẢ ỨNG DỤNG TMĐT VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP

1. Đầu tư cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp

Nhằm nhìn nhận một cách khách quan hiệu quả ứng dụng CNTT và TMĐT của doanh nghiệp, một trong các tiêu chí đầu tiên cần xét đến là tình hình đầu tư cho CNTT và TMĐT. Theo kết quả khảo sát năm 2010, tỷ lệ chi phí đầu tư cho CNTT trên tổng chi phí của doanh nghiệp trung bình là 6%, tăng nhẹ so với mức 5% của năm 2009. Cơ cấu đầu tư cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp cũng không có thay đổi đáng kể so với năm 2009. Tỷ lệ chi phí trung bình dành cho phần cứng, phần mềm, đào tạo và các chi phí khác tương ứng là 45%, 31%, 13% và 11% (năm 2009 là 44%, 24%, 15%, 18%). Tỷ lệ chi phí cho phần mềm trung bình tăng từ 23% lên 31%, mức tăng này cho thấy tín hiệu đáng mừng về việc doanh nghiệp đã có sự đầu tư nhiều hơn cho phần mềm nhằm tận dụng tiềm năng của phần cứng và nhân lực hiện có.

Hình II.24: Cơ cấu chi phí đầu tư cho CNTT trong doanh nghiệp năm 2010



Chi phí khác trong hạng mục chi phí đầu tư cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp thường bao gồm một số chi phí như thuê bao Internet, bảo dưỡng, sửa chữa thiết bị, v.v... Các hạng mục này thường yêu cầu một khoản chi không lớn. Tuy nhiên, khi nhìn vào cơ cấu chi phí của các địa phương, có thể thấy hạng mục này chiếm một tỷ lệ khá lớn trong tổng chi phí cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp tại các địa phương khác. Từ đó có thể nhận định mức chi phí đầu tư cho CNTT và TMĐT của doanh nghiệp tại các địa phương khác còn khá thấp so với hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

Bảng II.15: Cơ cấu đầu tư cho CNTT theo địa bàn hoạt động của doanh nghiệp năm 2010

Địa phương	Phần cứng	Phần mềm	Đào tạo	Khác
Hà Nội	47%	35%	16%	2%
TP. Hồ Chí Minh	51%	36%	13%	0%
Địa phương khác	40%	23%	09%	28%

2. Hiệu quả

Khi đánh giá về xu hướng doanh thu qua các phương tiện điện tử, 64% doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát trả lời là doanh thu tăng, 32% không thay đổi và có 4% cho biết là doanh thu giảm. Điều này khẳng định tầm quan trọng của phương tiện điện tử đối với việc kinh doanh của doanh nghiệp.

nghiệp. Ngoài ra, xu hướng qua các năm cũng cho thấy tầm quan trọng ngày càng tăng của các phương tiện điện tử trong doanh nghiệp.

Bảng II.16: Xu hướng doanh thu từ các phương tiện điện tử của doanh nghiệp qua các năm

Năm	Tăng	Giảm	Không thay đổi
2010	64%	4%	32%
2009	60%	7%	33%
2008	56%	6%	37%
2007	62%	3%	34%
2006	57%	4%	38%
2005	37%	1%	61%

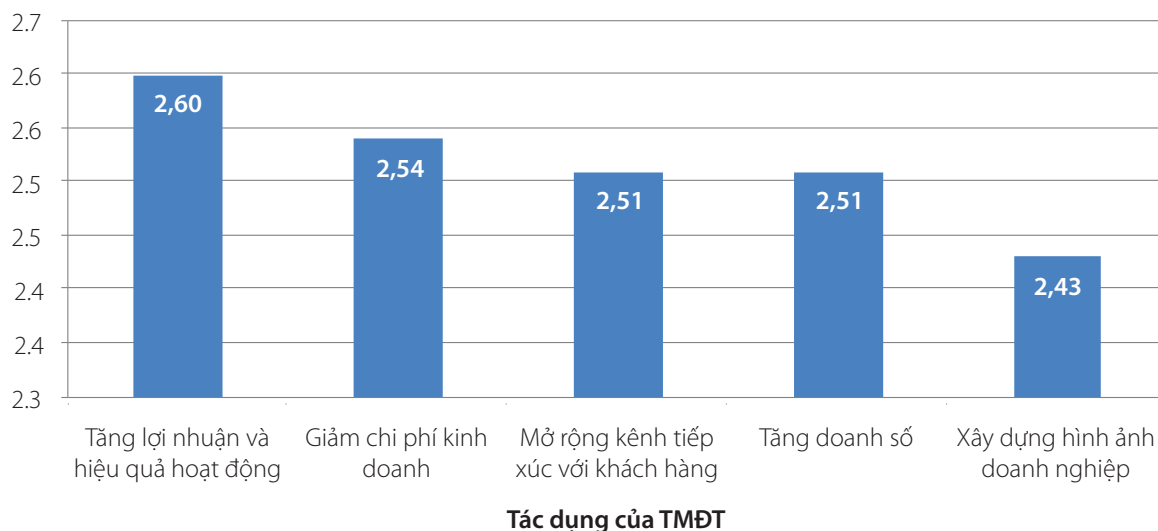
Theo địa bàn hoạt động, các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh đạt được kết quả khả quan nhất từ việc ứng dụng các phương tiện điện tử. 68% doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh cho biết xu hướng đặt hàng qua các phương tiện điện tử tăng, 32% không có sự thay đổi và không có doanh nghiệp nào có doanh thu từ các phương tiện điện tử giảm. Đây là tỷ lệ vượt trội so với các khu vực khác, phản ánh khách quan kết quả từ việc năng động ứng dụng công nghệ của khu vực thành phố Hồ Chí Minh trong các năm qua.

Bảng II.17: Xu hướng doanh thu từ các phương tiện điện tử theo địa bàn hoạt động năm 2010

Năm	Tăng	Giảm	Không thay đổi
Hà Nội	49%	5%	45%
TP. Hồ Chí Minh	68%	0%	32%
Địa phương khác	57%	6%	36%

Các doanh nghiệp tham gia khảo sát cũng được yêu cầu đánh giá hiệu quả của TMĐT qua một số tiêu chí, với thang điểm từ 1 tới 4, trong đó 4 là mức hiệu quả cao nhất. Các tiêu chí được doanh nghiệp đánh giá và cho điểm như trong hình dưới.

Hình II.25: Đánh giá các tác dụng của ứng dụng TMĐT đối với doanh nghiệp năm 2010



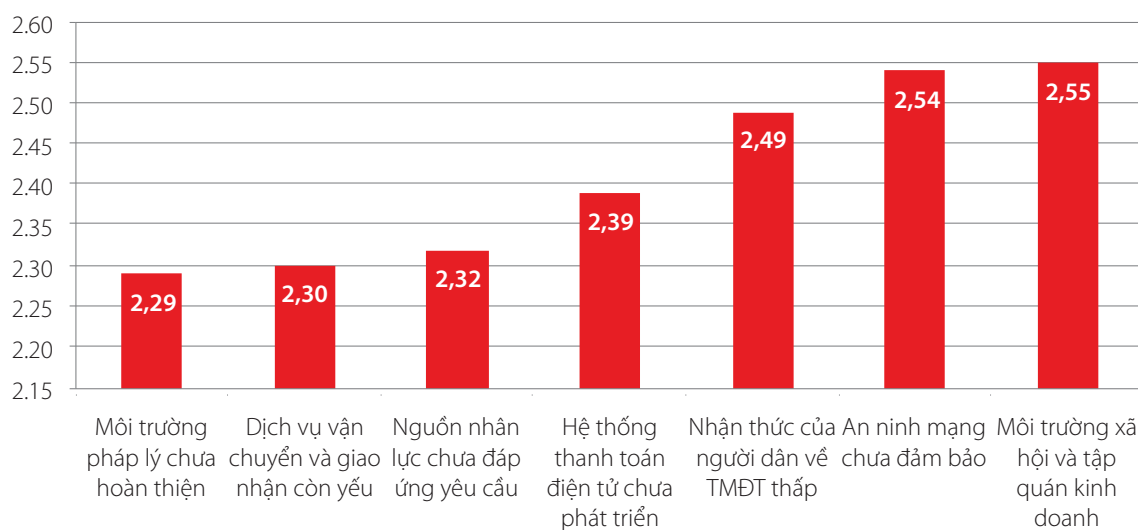
Giữa các tiêu chí không có sự chênh lệch nhiều về điểm số. Tiêu chí được doanh nghiệp đánh giá có hiệu quả cao nhất là “tăng lợi nhuận và hiệu quả hoạt động” với điểm trung bình 2,6. Các tiêu chí khác như “giảm chi phí kinh doanh”, “mở rộng kênh tiếp xúc với khách hàng”, và “tăng doanh số” được đánh giá có hiệu quả ở mức trung bình, với điểm số lần lượt là 2,54; 2,51; 2,51.

Tiêu chí được đánh giá có hiệu quả thấp nhất là “xây dựng hình ảnh doanh nghiệp” với điểm số 2,43. Các năm trước, khi tỷ lệ doanh nghiệp có website còn thấp, việc sở hữu website có hiệu quả rất lớn đối với hình ảnh doanh nghiệp. Tỷ lệ doanh nghiệp có website ngày càng tăng dần qua các năm đã khiến hiệu quả của việc sở hữu website không còn nổi trội như trước. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là các doanh nghiệp chưa có website không cần tiếp tục xây dựng website bởi việc không có website riêng sẽ trở thành điểm trừ đối với hình ảnh của doanh nghiệp. Ngoài ra, điều này cũng yêu cầu các doanh nghiệp cần đầu tư hơn nữa vào các dịch vụ và tính năng mà website của doanh nghiệp có thể cung cấp như cập nhật thông tin, đặt hàng, thanh toán, v.v...

3. Trở ngại

Đồng thời với việc đánh giá các tác dụng của thương mại điện tử, doanh nghiệp tham gia khảo sát cũng được yêu cầu đánh giá những trở ngại đối với việc ứng dụng CNTT và TMĐT, với thang điểm từ 1 tới 4, trong đó 4 là mức trở ngại cao nhất. Kết quả, các trở ngại được doanh nghiệp đánh giá từ thấp tới cao theo thứ tự: Môi trường pháp lý chưa hoàn thiện, Dịch vụ vận chuyển và giao nhận còn yếu, Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu, Hệ thống thanh toán điện tử chưa phát triển, Nhận thức của người dân về TMĐT thấp, An ninh mạng chưa đảm bảo, Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh chưa phù hợp.

Hình II.26: Đánh giá các trở ngại đối với ứng dụng của TMĐT của doanh nghiệp năm 2010



Nỗ lực của các cơ quan nhà nước trong việc hoàn thiện chính sách và pháp luật đã đem lại những thành quả nhất định. Là trở ngại luôn được đánh giá nằm trong nhóm các trở ngại cao nhất trong giai đoạn 2005-2008, đến năm 2010 Môi trường pháp lý chưa hoàn thiện đã được coi là trở ngại thấp nhất đối với doanh nghiệp trong việc ứng dụng TMĐT.

Tuy nhiên, trở ngại lớn nhất là Nhận thức của người dân về TMĐT thấp và Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh. Điều này cho thấy dù doanh nghiệp đã rất tích cực trong việc áp dụng CNTT và TMĐT, thực tế phát triển của xã hội cho thấy vẫn cần thêm thời gian để đạt được những bước tiến cần thiết cho việc thiết lập môi trường kinh doanh - tiêu dùng tiên tiến.

Ngoài ra, vấn đề An ninh mạng chưa đảm bảo được đánh giá là trở ngại cao thứ hai cho thấy doanh nghiệp đã nhận thức được tầm quan trọng của việc đảm bảo an toàn an ninh thông tin đối với việc ứng dụng TMĐT.

4. Đề xuất của doanh nghiệp

Phiếu điều tra hàng năm luôn giành một phần để doanh nghiệp tự diễn những đề xuất, kiến nghị đối với cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT. Các ý kiến tập trung chính vào việc đề xuất Nhà nước hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi và loại trừ các khó khăn trở ngại đối với doanh nghiệp trong ứng dụng TMĐT. Các đề xuất có thể được phân loại và tập trung vào một số nhóm chính như trong bảng II.18.

Bảng II.18: Đề xuất của doanh nghiệp

Đề xuất	Tỷ lệ
Tuyên truyền, phổ biến về TMĐT tới người tiêu dùng	40%
Đào tạo nguồn nhân lực TMĐT	31%
Tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ứng dụng các mô hình TMĐT tiên tiến	28%
Cải thiện vấn đề an toàn, an ninh mạng	22%
Phát triển giải pháp thanh toán trực tuyến	22%
Hỗ trợ doanh nghiệp tại địa phương biết đến, tiếp cận và ứng dụng các giải pháp TMĐT	15%

**Tỷ lệ ở bảng trên được tính trên tổng số các doanh nghiệp có đưa ra đề xuất. Tổng tỷ lệ các đề xuất lớn hơn 100% do một doanh nghiệp có thể cùng lúc đưa ra nhiều đề xuất khác nhau.*

Tương ứng với hai trở ngại lớn nhất là “Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh” và “Nhận thức của người dân về TMĐT thấp”, kiến nghị được doanh nghiệp đề xuất nhiều nhất đối với các cơ quan quản lý nhà nước là phải đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến để người tiêu dùng tin tưởng và biết đến các lợi ích của TMĐT. Đề xuất có tỷ lệ cao tiếp theo là về vấn đề hỗ trợ doanh nghiệp đào tạo nguồn nhân lực TMĐT. Vấn đề về kỹ thuật như an toàn, an ninh mạng và thanh toán trực tuyến có tỷ lệ doanh nghiệp đề xuất thấp. Đây là những vấn đề doanh nghiệp có thể chủ động khắc phục mà không cần đến sự can thiệp sâu của cơ quan quản lý nhà nước. Ngoài ra, các doanh nghiệp nhỏ và vừa và các doanh nghiệp tại các địa phương cũng chủ động đề xuất cơ quan quản lý nhà nước tạo điều kiện cũng như hỗ trợ để có thể tiếp cận và ứng dụng các mô hình và giải pháp TMĐT tiên tiến.

V. HỘ GIA ĐÌNH THAM GIA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Giới thiệu

Một trong các mục tiêu mà Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010 đặt ra là: “Khoảng 10% hộ gia đình tiến hành giao dịch thương mại điện tử loại hình “doanh nghiệp với người tiêu dùng” hoặc “người tiêu dùng với người tiêu dùng”.

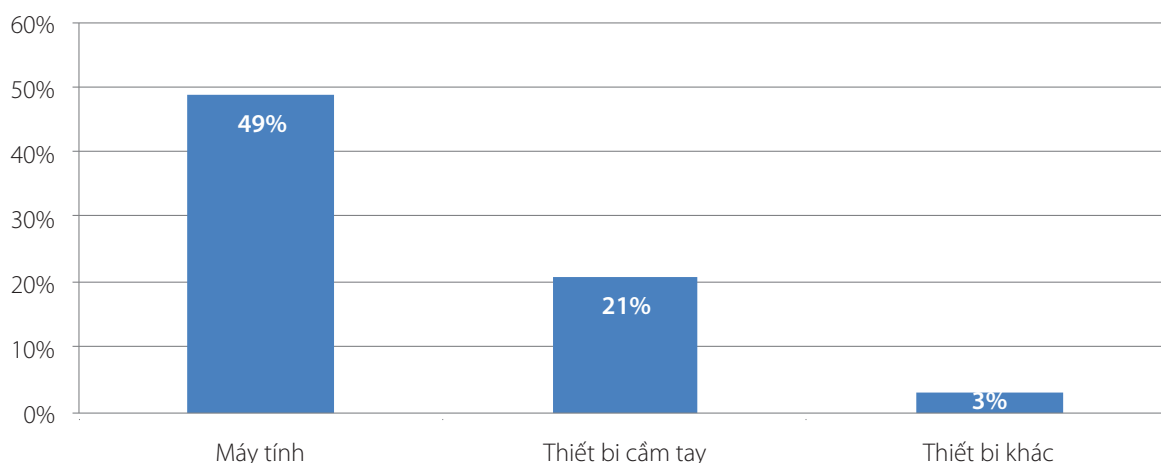
Việc thống kê các hộ gia đình trên toàn quốc hiện còn gặp nhiều khó khăn về nguồn lực bởi quy mô của việc khảo sát. Hơn nữa, công tác thống kê cũng cần có sự chuẩn bị kỹ càng để có thể đảm bảo tính hợp lý, đa dạng về quy mô, loại hình dân cư của các hộ gia đình được khảo sát. Do đó, năm 2010 Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin đã thử nghiệm triển khai khảo sát 500 hộ gia đình tại thành phố Hà Nội, làm tiền đề và tiếp thu kinh nghiệm để có thể mở rộng khảo sát trong các năm tiếp theo.

Các hộ gia đình tham gia khảo sát được lựa chọn theo phương thức ngẫu nhiên, phân bố rải rác trong các quận nội thành của thành phố Hà Nội. Mỗi hộ gia đình sẽ có một thành viên đại diện điền phiếu. Trong tổng số 500 phiếu khảo sát phát ra, có 494 phiếu hợp lệ. Các kết quả trong phần này sẽ dựa vào việc thống kê và phân tích số liệu thu được từ 494 phiếu khảo sát nói trên. Do cuộc khảo sát chỉ được tiến hành ở Hà Nội, với một số lượng hộ gia đình nhỏ nên các kết quả thu được chỉ mang tính tham khảo, không đại diện cho tình hình chung của cả nước.

2. Tình hình truy cập và sử dụng Internet trong các hộ gia đình

Về phương tiện sử dụng để truy cập Internet, 49% hộ gia đình được khảo sát tại Hà Nội sử dụng máy vi tính, 21% sử dụng các thiết bị cầm tay như điện thoại di động, ipod, v.v... Tỷ lệ 21% hộ gia đình truy cập Internet thông qua thiết bị cầm tay cho thấy sự lớn mạnh nhanh chóng cũng như tiềm năng của thị trường thiết bị di động cao cấp có khả năng truy cập Internet.

Hình II.27: Phương tiện truy cập Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010



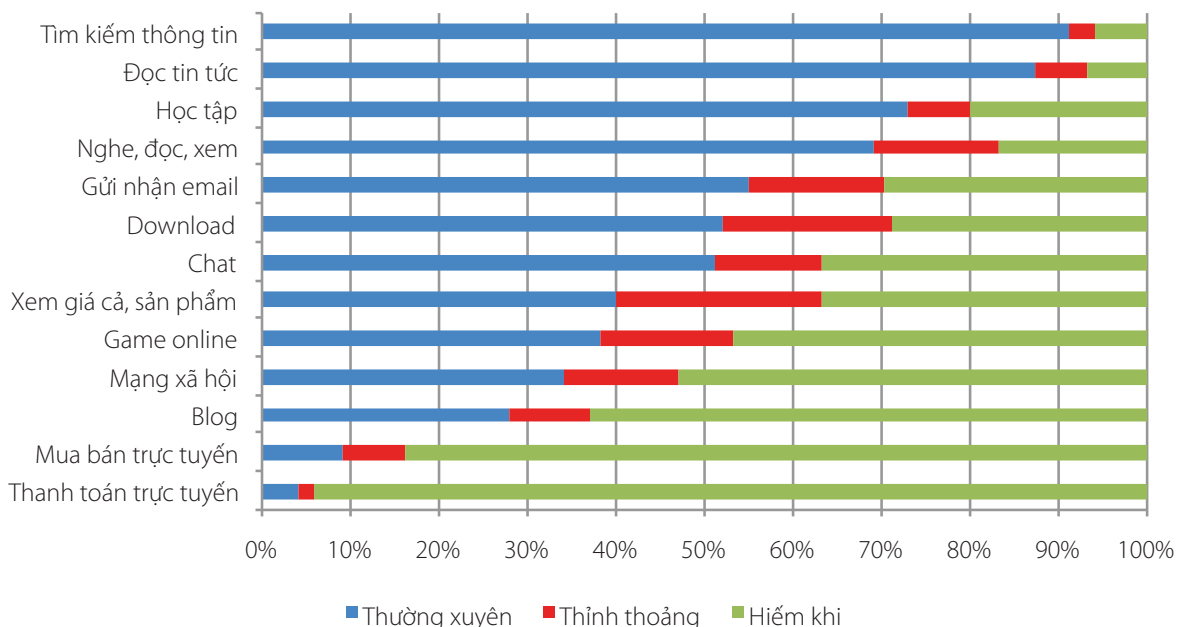
Đối với các hộ gia đình đã truy cập Internet, mục đích chủ yếu là để tìm kiếm thông tin (87%) và giải trí (86%). Ngoài ra, một số mục đích khác cũng chiếm tỷ lệ khá cao như học tập (76%), kết nối bạn bè (67%), công việc (60%). Tuy nhiên, tỷ lệ các hộ gia đình có mục đích truy cập Internet liên quan tới thương mại điện tử vẫn còn khá thấp. Chỉ có 18% hộ gia đình có mục đích liên quan tới mua bán qua mạng và 4% để sử dụng dịch vụ thanh toán và ngân hàng trực tuyến khi truy cập Internet.

Bảng II.19: Mục đích truy cập Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010

Mục đích	Tỷ lệ
Tìm kiếm thông tin	87%
Giải trí	86%
Học tập	76%
Kết nối bạn bè	67%
Công việc	60%
Mua bán qua mạng	18%
Thanh toán/ngân hàng trực tuyến	04%

Về tần suất sử dụng các dịch vụ do Internet đem lại, hai dịch vụ Internet được các hộ gia đình sử dụng thường xuyên nhất bao gồm đọc tin tức và tìm kiếm thông tin với tỷ lệ hộ gia đình sử dụng hàng ngày tương ứng là 72% và 71%. Hai dịch vụ TMĐT là mua bán trực tuyến và thanh toán trực tuyến chỉ được 5% và 2% hộ gia đình sử dụng hàng ngày. Các dịch vụ còn lại được sử dụng với mức độ khác nhau, thể hiện trong đồ thị bên dưới.

Hình II.28: Tần suất sử dụng các dịch vụ Internet của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010



Với tỷ lệ 87% hộ gia đình sử dụng, tìm kiếm thông tin là dịch vụ được sử dụng phổ biến nhất. Trong các công cụ tìm kiếm trực tuyến, Google vẫn chiếm ưu thế áp đảo với tỷ lệ 98% hộ gia đình sử dụng. Một số công cụ khác như Wiki, Bing, Wolfram dù có những tính chất và lợi thế riêng, hiện vẫn chiếm tỷ lệ khá thấp, tương ứng là 10%, 7% và 2%. Mặt khác, một số công cụ tìm kiếm của Việt Nam cũng đã được biết đến và sử dụng, thậm chí có phần vượt hơn so với các công cụ tìm kiếm của nước ngoài là Bamboo (15%) và Xalo (6%). Ngoài ra, 4% các hộ gia đình có tiếp cận và sử dụng một số công cụ tìm kiếm khác.

Bảng II.20: Các công cụ tìm kiếm được hộ gia đình tại Hà Nội sử dụng năm 2010

Công cụ	Tỷ lệ
Google	98%
Bamboo	15%
Wiki	10%
Bing	7%
Xalo	6%
Khác	4%
Wolfram	2%

* Tổng tỷ lệ sử dụng các công cụ tìm kiếm lớn hơn 100% do một hộ gia đình có thể sử dụng nhiều công cụ tìm kiếm khác nhau

Trong các năm gần đây, mạng xã hội nổi lên như một loại hình dịch vụ Internet mới, có sức hút với đông đảo người dùng thuộc mọi lứa tuổi. Theo kết quả khảo sát, mạng xã hội phổ biến nhất là Facebook, với 42% hộ gia đình sử dụng. Thứ nhì là Yahoo!360 plus được sử dụng bởi 35% hộ gia đình. Vị trí thứ ba thuộc về một mạng xã hội Việt Nam là ZingVN do công ty Vinagames cung cấp với tỷ lệ 27% hộ gia đình sử dụng. Các mạng xã hội còn lại có lượng người dùng không đáng kể, với tỷ lệ hộ gia đình sử dụng đều dưới 10%, bao gồm: GoVN (8%), Twitter (3%), Hi5 (2%). Tổng số hộ gia đình có sử dụng các mạng xã hội khác so với các mạng xã hội kể trên chiếm tỷ lệ 7%.

Bảng II.21: Tình hình sử dụng các mạng xã hội của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010

Mạng xã hội	Tỷ lệ
Facebook	42%
Y!360 plus	35%
Zing	27%
GoVN	8%
Twitter	3%
Hi5	2%
Khác	7%

3. Tình hình tham gia thương mại điện tử của các hộ gia đình

Trong số các hộ gia đình được khảo sát, có 3% hộ gia đình có thành viên trong gia đình đã mở website riêng, trong số này đã có một số website cung cấp và rao bán sản phẩm trực tuyến. Tỷ lệ hộ gia đình có thành viên dự định mở website cá nhân là 5%.

Tỷ lệ các hộ gia đình đã quan tâm và tham gia vào giao dịch TMĐT là 15%. Trong đó, mặt hàng được chú ý tới nhiều nhất là quần áo, giày dép. Một số sản phẩm khác như sách và đồ điện tử cũng có tỷ lệ quan tâm khá cao. Ngoài ra, những sản phẩm khác như nội dung số, thẻ nạp tiền, băng đĩa, v.v... cũng được giao dịch qua TMĐT với tỷ lệ khiêm tốn.

Bảng II.22: Tỷ lệ mua trực tuyến các sản phẩm của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010

Sản phẩm	Tỷ lệ
Quần áo, giày dép	12%
Đồ điện tử	9%
Sách	8%
Đặt chỗ đặt vé	5%
Mỹ phẩm	4%
Nội dung số	3%
Thẻ nạp tiền	3%
Băng đĩa	2%

Về lý do chưa tham gia mua hàng trực tuyến, đa phần các hộ gia đình cho biết là do “thích mua hàng theo cách truyền thống”. Mặt khác, lý do thứ hai chính là do nhiều hộ gia đình “chưa có cơ hội”. Ngoài ra, một số lý do khác cũng có tỷ lệ cao như lo ngại về vấn đề bảo mật (21%), không biết cách (19%), không tiện lợi (16%). Để giải quyết các vấn đề này, các doanh nghiệp cần chú trọng hơn nữa vào việc phát triển công nghệ, sản phẩm của việc kinh doanh trực tuyến. Lý do “chưa nghe nói đến” được rất ít hộ gia đình lựa chọn cho thấy việc tuyên truyền, phổ biến về thương mại điện tử nói chung và mua bán hàng trực tuyến cũng đã được phổ biến khá rộng khắp.

Bảng II.23: Lý do chưa tham gia mua hàng trực tuyến của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010

Lý do chưa tham gia mua hàng trực tuyến	Tỷ lệ
Chưa nghe nói đến	6%
Chưa có cơ hội	27%
Thích mua theo cách truyền thống	31%
Không biết cách	19%
Không tiện lợi	16%
Lo ngại vấn đề bảo mật	21%
Khác	7%

Về hình thức thanh toán, 60% các hộ gia đình đã mua hàng trực tuyến sử dụng phương thức thanh toán là trả tiền mặt khi giao hàng. Tỷ lệ sử dụng biện pháp thanh toán qua thẻ tín dụng và chuyển tiền tương ứng là 35% và 40%. Chưa có hộ gia đình tham gia khảo sát nào sử dụng hình thức ví điện tử để thanh toán trực tuyến. Qua kết quả này có thể khẳng định các doanh nghiệp TMĐT cần nỗ lực hơn nữa trong việc triển khai hệ thống thanh toán trực tuyến an toàn, tiện dụng và hiệu quả. Đồng thời, doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước cần tiếp tục tuyên truyền sâu rộng về các lợi ích của TMĐT nói chung và thanh toán trực tuyến nói riêng.

Khi được hỏi về các dịch vụ thanh toán điện tử, hai dịch vụ được nhiều hộ gia đình biết đến nhất là Vcoin và Paypal. Các dịch vụ còn lại như Mobivi, Ngân lượng, Payoo cũng bắt đầu được biết đến.

Bảng II.24: Dịch vụ thanh toán trực tuyến được hộ gia đình tại Hà Nội biết đến năm 2010

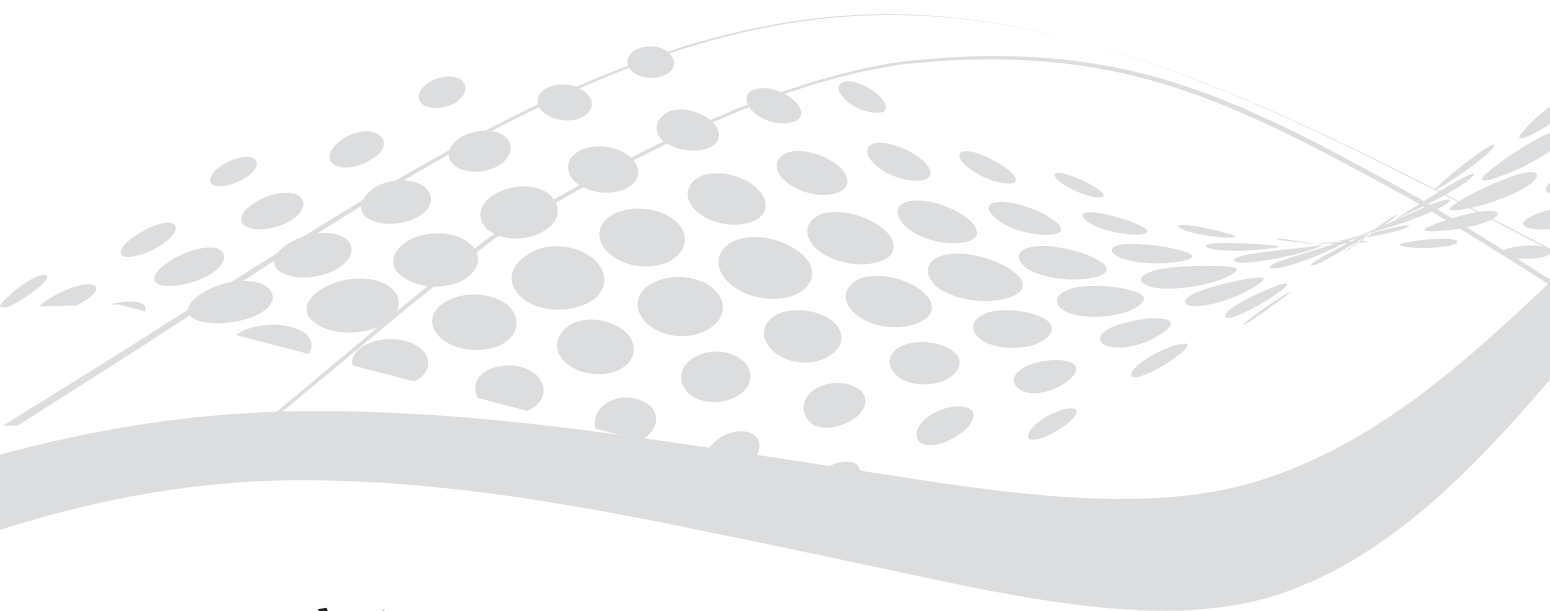
Dịch vụ thanh toán	Tỷ lệ
Paypal	13%
Vcoin	27%
Mobivi	4%
Ngân lượng	4%
Payoo	1%

Tỷ lệ hộ gia đình sử dụng ngân hàng trực tuyến là 5%. Hoạt động chủ yếu các hộ gia đình thực hiện khi sử dụng ngân hàng trực tuyến là xem tình trạng tài khoản (60%), xem thông tin giao dịch (44%) và chuyển tiền (50%). Việc thanh toán và gửi tiết kiệm trực tuyến hiện đã được triển khai tại một số ngân hàng song mới chỉ có một tỷ lệ khiêm tốn hộ gia đình sử dụng các dịch vụ này. Tỷ lệ hộ gia đình đã sử dụng ngân hàng trực tuyến để thanh toán hóa đơn là 18% và gửi tiết kiệm là 14%.

Bảng II.25: Tỷ lệ sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến của hộ gia đình tại Hà Nội năm 2010

Dịch vụ ngân hàng trực tuyến	Tỷ lệ sử dụng
Xem thông tin giao dịch	44%
Xem tình trạng tài khoản	60%
Chuyển tiền	50%
Thanh toán hóa đơn	18%
Gửi tiết kiệm	14%

Cuộc khảo sát 500 hộ gia đình tại thành phố Hà Nội cho thấy thương mại điện tử đã dần thâm nhập vào đời sống của người tiêu dùng. Một số hộ gia đình đã bước đầu làm quen với hình thức thương mại mới này. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân khác nhau, người tiêu dùng vẫn chưa thực sự tiếp cận và chủ động thực hiện các giao dịch thương mại điện tử hoàn chỉnh. Cơ quan chịu trách nhiệm quản lý nhà nước về TMĐT cũng như các doanh nghiệp TMĐT cần phải tiếp tục nỗ lực hơn trong việc tuyên truyền phổ biến cũng như hướng dẫn tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng tham gia vào TMĐT. Đồng thời, cần tiếp tục củng cố chính sách cũng như hạ tầng kỹ thuật đảm bảo an toàn và tạo ra sự tin tưởng cho người tiêu dùng khi thực hiện các giao dịch và thanh toán trực tuyến.



CHƯƠNG III

AN TOÀN THÔNG TIN TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Trong những năm gần đây, vấn đề đảm bảo an toàn, an ninh thông tin đang trở thành mối quan tâm hàng đầu của các cơ quan, doanh nghiệp, đưa ra đòi hỏi cấp bách về đầu tư, xây dựng hạ tầng và hoàn thiện về công nghệ để đảm bảo ứng dụng thương mại điện tử và công nghệ thông tin an toàn, hiệu quả. Trên cơ sở đó, ngày 13 tháng 01 năm 2010, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 63/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch phát triển an toàn thông tin số quốc gia đến năm 2020 (sau đây gọi tắt là Quy hoạch). Nhằm triển khai các hoạt động về an toàn thông tin nói chung và trong giao dịch TMĐT nói riêng phù hợp với các mục tiêu giải pháp trong Quy hoạch, Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2011-2015 được phê duyệt tại Quyết định 1073/QĐ-TTg ngày 12 tháng 7 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ đã đề ra bốn nhiệm vụ chính như sau:

- Nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của an toàn thông tin, quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên tham gia giao dịch thương mại điện tử trong việc đảm bảo an toàn thông tin, lợi ích của việc sử dụng chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số trong hoạt động thương mại điện tử;
- Phát triển các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng để đến năm 2015 có một số tổ chức của Việt Nam được các tổ chức chứng thực chữ ký số có uy tín của nước ngoài thừa nhận;
- Phát triển các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực cho website thương mại điện tử; khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân ứng dụng các công nghệ bảo mật tiên tiến để thông tin trao đổi trên môi trường mạng máy tính được đảm bảo an toàn;
- Đẩy mạnh hoạt động cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín để đến năm 2015, có ít nhất 5% website thương mại điện tử được cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín; phổ biến lợi ích của hoạt động này đối với các doanh nghiệp và người tiêu dùng; khuyến khích các tổ chức cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín hợp tác, trao đổi kinh nghiệm với các tổ chức cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín của nước ngoài và thừa nhận lẫn nhau về nhãn tín nhiệm (trustmark).

An toàn thông tin được hiểu là việc bảo vệ thông tin số và các hệ thống thông tin chống lại các nguy cơ tự nhiên, các hành động truy cập, sử dụng, phát tán, phá hoại, sửa đổi và phá hủy bất hợp pháp nhằm bảo đảm cho các hệ thống thông tin thực hiện đúng chức năng, phục vụ đúng đối tượng một cách sẵn sàng, chính xác và tin cậy. Nội dung của an toàn thông tin bao gồm bảo vệ an toàn mạng và hạ tầng thông tin, an toàn máy tính, dữ liệu và ứng dụng công nghệ thông tin.

I. THỰC TRẠNG AN TOÀN THÔNG TIN TẠI VIỆT NAM

1. Môi trường pháp lý liên quan đến an toàn thông tin

Trong giai đoạn từ năm 2000 đến nay, Đảng và Nhà nước đã dành sự quan tâm lớn đến các vấn đề đảm bảo an toàn thông tin, thể hiện qua việc ban hành nhiều chính sách, văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến lĩnh vực này.

Bảng III.1: Một số văn bản liên quan đến an toàn thông tin

Ngày ban hành	Tên văn bản
29/11/2005	Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
20/12/2005	Quyết định số 339/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp Máy tính Việt Nam
29/6/2006	Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11 của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
09/6/2006	Nghị định số 57/2006/NĐ-CP của Chính phủ về Thương mại điện tử
10/4/2007	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP của Chính phủ về Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước
23/02/2007	Chỉ thị số 03/2007/CT-BBCVT của Bộ trưởng Bộ Bưu chính Viễn Thông (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) về việc tăng cường đảm bảo an toàn thông tin trên mạng Internet
13/8/2008	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP của Chính phủ về chống thư rác
28/8/2008	Nghị định số 97/2008/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet
18/12/2008	Thông tư số 07/2008/TT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông hướng dẫn một số nội dung về hoạt động cung cấp thông tin trên trang thông tin điện tử cá nhân trong Nghị định số 97/2008/NĐ-CP ngày 28/8/2008 của Thủ tướng Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet
17/9/2008	Công văn số 2967/BTTTT-TTra của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc tăng cường ngăn chặn hack Online game và nhắn tin lừa đảo
31/12/2008	Quyết định số 59/2008/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về Danh mục tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số
31/12/2008	Thông tư số 12/2008/TT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 90/2008/NĐ-CP ngày 13/8/2008 của Thủ tướng Chính phủ về chống thư rác
13/01/2010	Quyết định số 63/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển an toàn thông tin số quốc gia đến năm 2020
2005-2009	Các Quyết định của Bộ KH-CN liên quan đến việc ban hành các Tiêu chuẩn an toàn thông tin TCVN ISO/IEC 27001:2005 và TCVN ISO/IEC 27001:2009
30/11/2010	Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Ngoài ra các cơ quan quản lý nhà nước cũng rất quan tâm tới công tác tiêu chuẩn hóa, một trong những biện pháp hiệu quả nhằm giảm thiểu các rủi ro về an toàn thông tin. Công tác tiêu chuẩn hóa an toàn thông tin bao gồm hai khía cạnh: kỹ thuật và quản lý. Trong đó, tiêu chuẩn về khía cạnh kỹ thuật đề cập đến việc áp dụng yêu cầu đảm bảo chất lượng đối với các thiết kế, thiết bị cũng như sản phẩm, tiêu chuẩn về khía cạnh quản lý áp dụng đối với nguồn nhân lực trong quá trình vận hành, v.v...

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia liên quan đến an toàn thông tin, Bộ Khoa học và Công nghệ với trách nhiệm quản lý nhà nước về công tác tiêu chuẩn hóa, đã xây dựng và phổ biến một số bộ tiêu chuẩn liên quan đến vấn đề này.

Hộp III.1: Các tiêu chuẩn liên quan tới an toàn thông tin

Các tiêu chuẩn đã được ban hành:

- TCVN ISO 7562:2005: Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về Mã thực hành quản lý an ninh thông tin do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn TCVN/TC 154 “Quá trình, các yếu tố dữ liệu và tài liệu trong thương mại, công nghiệp và hành chính” biên soạn, Tổng cục Đo lường chất lượng đề nghị, Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành năm 2005. Tiêu chuẩn TCVN ISO 7562:2005 được xây dựng dựa trên tiêu chuẩn quốc tế ISO/IEC 17799:2000 có tên “Code of practice for information security management” và hoàn toàn tương đương với tiêu chuẩn quốc tế này.
- TCVN ISO/IEC 27001:2009: Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về Công nghệ thông tin - Hệ thống quản lý an ninh thông tin - Các yêu cầu được biên soạn dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn quốc tế ISO/IEC 27001:2005.

Các tiêu chuẩn đã hoàn thành dự thảo:

- Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về “Chỉ tiêu đánh giá an toàn công nghệ thông tin”, được xây dựng dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn ISO/IEC 15408:2005.
- Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về “Hệ thống phương pháp đánh giá an toàn công nghệ thông tin” được xây dựng dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn ISO/IEC 18045:2005.
- Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về “Tư vững và quy phạm An toàn thông tin” được xây dựng dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn ISO/IEC 27000:2005.
- Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về “Quản lý rủi ro - Hệ thống quản lý an toàn thông tin” được xây dựng dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn ISO/IEC 27005:2005.
- Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về “Công nghệ thông tin - kỹ thuật an toàn - Hướng dẫn quản lý an toàn thông tin cho các doanh nghiệp viễn thông” được xây dựng dựa trên chấp nhận nguyên bản tiêu chuẩn ISO/IEC 27011:2008.

Dưới góc độ đảm bảo an toàn trong giao dịch TMĐT và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi giao dịch trực tuyến, ngày 17 tháng 11 năm 2010, Quốc hội đã thông qua Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Luật này quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đặc biệt, các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cũng phải có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải về, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch theo quy định của pháp luật hoặc theo yêu cầu của người tiêu dùng.

Hộp III.2: Một số quy định có liên quan tới an toàn thông tin trong Luật bảo vệ người tiêu dùng

Điều 14. Trường hợp giao kết hợp đồng bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải tạo điều kiện để người tiêu dùng xem xét toàn bộ hợp đồng trước khi giao kết.

Điều 20. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm cung cấp cho người tiêu dùng hóa đơn hoặc chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch theo quy định của pháp luật hoặc theo yêu cầu của người tiêu dùng.
2. Trường hợp giao dịch bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu quy định tại khoản 1 Điều này.

2. Hạ tầng công nghệ về an toàn thông tin

2.1. An toàn thông tin mức hạ tầng

Hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông đã và đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam. Theo thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam - VNNIC, tính đến tháng 12 năm 2010 số người sử dụng Internet tại Việt Nam đạt mức 26,7 triệu, chiếm khoảng 31,1% dân số cả nước. Tổng dung lượng kênh kết nối quốc tế của Việt Nam là 129.877 Mbps, tổng dung lượng kênh kết nối trong nước là 245.857 Mbps. Một số lượng lớn các doanh nghiệp, cơ quan và tổ chức đã có hệ thống mạng và website riêng. Ước tính đến hết tháng 12 năm 2010, có 180.870 tên miền .vn, 5566 tên miền tiếng Việt và 12.605.440 địa chỉ địa chỉ Ipv4 đã được cấp.

Tuy nhiên, tại Việt Nam sự phát triển nhanh chóng của Internet chưa kết hợp với các giải pháp an toàn thông tin tương ứng. Các sự cố lớn gần đây với mạng Internet như sự cố phân giải tên miền, lan truyền mã độc, xâm nhập hệ thống, từ chối dịch vụ, tấn công website là minh chứng cho điều này và đang trở thành vấn đề lớn cho an toàn thông tin tại Việt Nam. Theo thống kê của Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam (VNCERT), trong năm 2010, Trung tâm đã xử lý tổng cộng 243 sự cố tấn công mạng trên cả nước, trong đó có 173 vụ website lừa đảo (phishing), 8 vụ mã độc (malware), 47 vụ tấn công xâm nhập hệ thống (intrusion) và thay đổi nội dung (deface), 3 vụ tấn công từ chối dịch vụ (DdoS và Botnet), 5 vụ tấn công thăm dò và 7 vụ khắc phục sự cố khác.

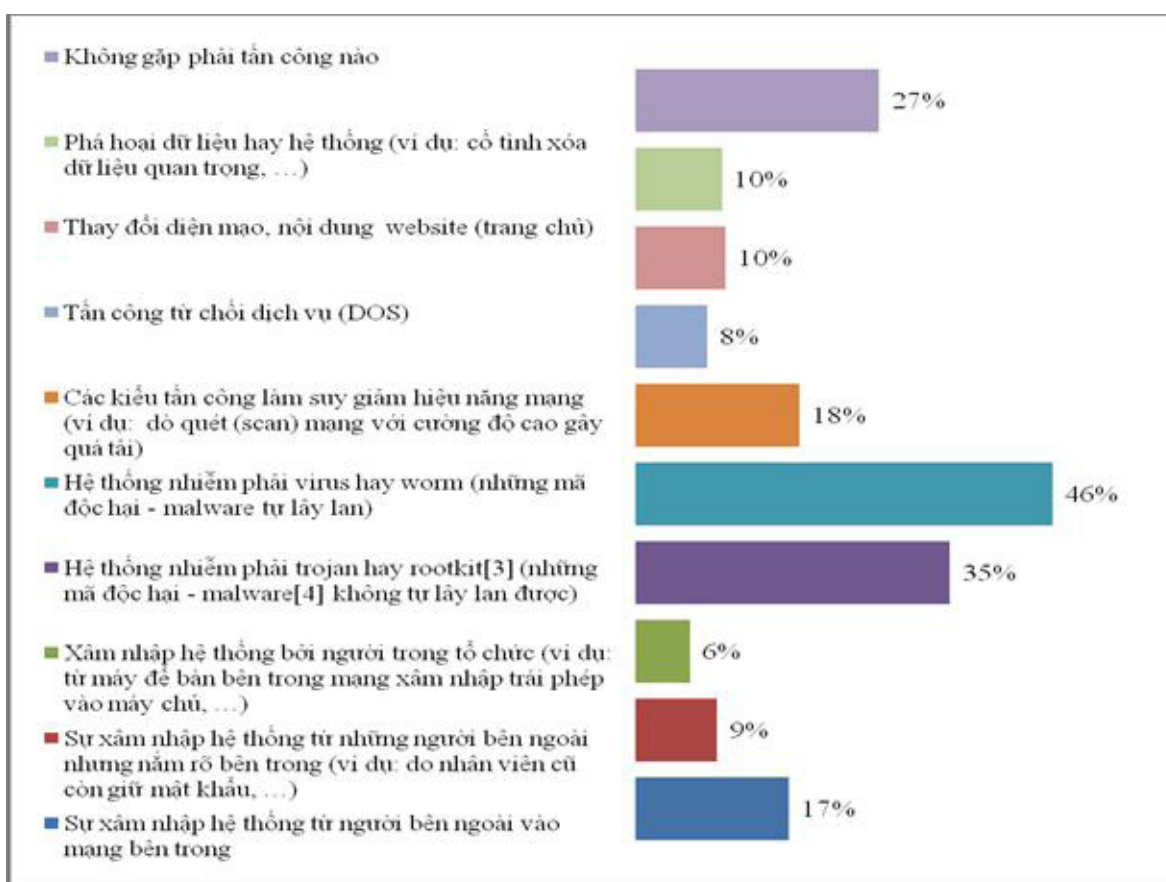
Về mặt kỹ thuật công nghệ, việc bảo vệ mạng Internet tại Việt Nam hiện nay đang được thực hiện bởi chính các tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet (ISP, IXP). Tuy nhiên các doanh nghiệp này lại đang phải đối mặt với hàng loạt vấn đề như spam, hacker và phishing. Trong năm 2009, Việt Nam có 1037 website bị hacker tấn công, tăng hơn gấp đôi so với năm 2008 (461 website) và gấp ba lần so với năm 2007 (342 website). Chỉ tính riêng 3 tháng đầu năm 2010 đã có hơn 300 website của các cá nhân và tổ chức có tên miền .vn bị các hacker nước ngoài thăm dò và tấn công. Các website bị tấn công này chủ yếu là các website kinh doanh trực tuyến, ngân hàng, các tổ chức cung cấp dịch vụ, v.v. . .

Năm 2010, Hiệp hội An toàn thông tin Việt Nam (VNISA) đã tiến hành khảo sát 500 tổ chức, doanh nghiệp nhằm đánh giá mức độ nhận thức và bảo vệ an toàn thông tin trong các tổ chức này. Các câu hỏi tập trung tìm hiểu khả năng nhận biết và các biện pháp phòng chống đối với những mối đe dọa tấn công qua môi trường mạng vào hệ thống thông tin của tổ chức. Kết quả khảo sát cho thấy nhận thức chung về an toàn thông tin của doanh nghiệp chưa cao, thể hiện qua các thông số:

- Khả năng nhận biết tấn công còn thấp, không rõ động cơ tấn công (26% tổ chức, doanh nghiệp được hỏi không biết hệ thống mạng của tổ chức mình bị tấn công, 26% nói rằng bị tấn công, nhưng không rõ bao nhiêu lần, 53% thừa nhận hệ thống của mình không có khả năng ghi nhận các hành vi tấn công);
- Không định lượng được thiệt hại khi bị tấn công (63% đối tượng được hỏi cho biết không ước lượng được thiệt hại tài chính khi hệ thống của tổ chức mình bị tấn công);

- Đa số không có quy trình thao tác chuẩn để phản hồi lại những cuộc tấn công máy tính (47% cho biết không và 46% cho biết không rõ về quy trình này);
- Đa số chỉ thông báo nội bộ khi xảy ra sự cố (65% cho biết thông báo trong nội bộ phòng hoặc trung tâm tin học, 47% cho biết thông báo với lãnh đạo cấp cao của tổ chức mình).

Hình III.1: Thống kê của VNISA về các hình thức tấn công Internet



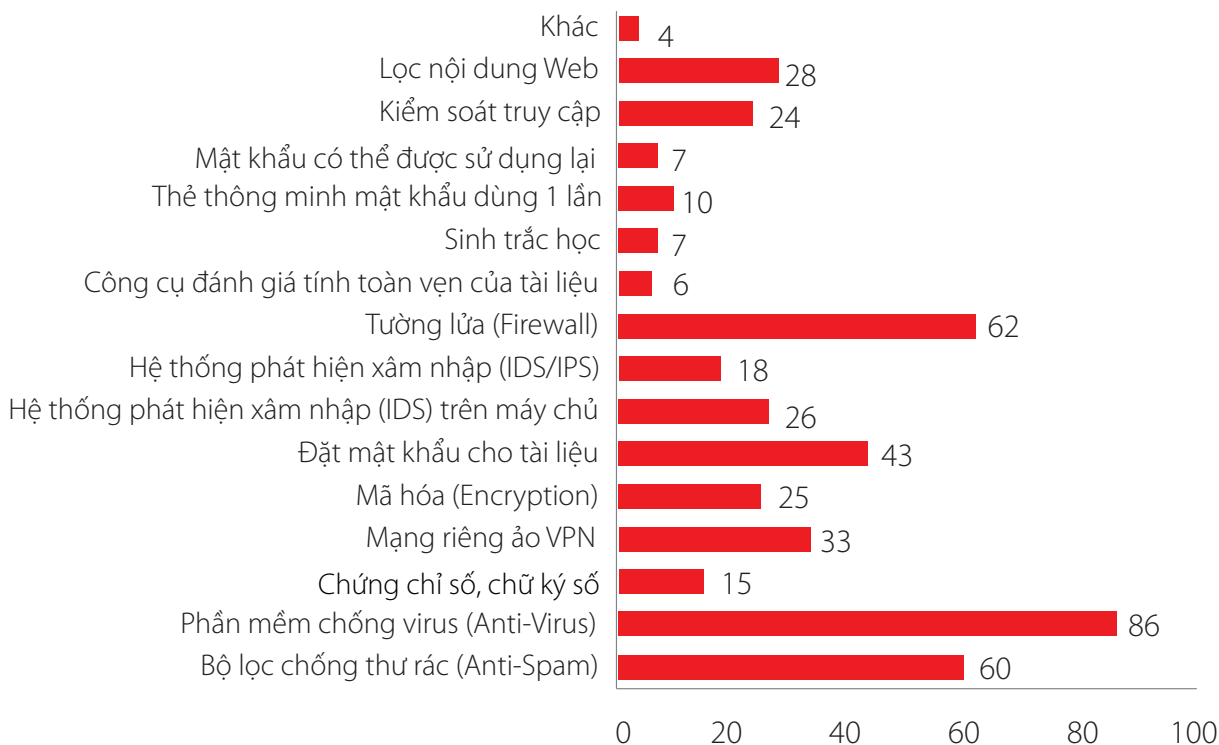
Nguồn: Kết quả khảo sát của Hiệp hội An toàn thông tin Việt Nam, công bố tại Hội thảo "Ngày an toàn thông tin Việt Nam" năm 2010

2.2. An toàn thông tin mức ứng dụng

Hiện nay, song song với sự phát triển của Internet, hầu hết các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp đã áp dụng các ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động quản lý, sản xuất kinh doanh. Đơn giản là các chương trình quản lý công văn, hồ sơ giấy tờ đến các hệ thống lớn hơn như áp dụng các phần mềm kế toán, cổng thông tin, hệ thống quản trị chuỗi cung ứng (SCM - Supply Chain Management), quản lý quan hệ khách hàng (CRM - Customer Relationship Management), hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP - Enterprise Resource Planning). Tuy nhiên, theo thống kê của Hiệp hội An toàn thông tin Việt Nam, các doanh nghiệp hiện này còn chưa hiểu biết thật sự về an toàn mạng nội bộ cũng như an toàn thông tin cho các ứng dụng khi triển khai. Các doanh nghiệp hầu hết chưa có chính sách cụ thể cho việc đảm bảo an toàn thông

tin, đầu tư chi phí cho an toàn thông tin còn thấp, tỷ lệ cán bộ chuyên trách hay có chứng chỉ liên quan đến an toàn thông tin còn chưa cao. Đa số các doanh nghiệp, tổ chức chưa tuân theo hoặc chưa có ý định tuân theo những chỉ dẫn của các chuẩn an toàn thông tin. Việc xây dựng các Quy chế về an toàn thông tin và triển khai thực hiện tại các doanh nghiệp, tổ chức chưa được quan tâm thích đáng. Theo thống kê của Hiệp hội An toàn thông tin Việt Nam, 53% đối tượng được hỏi cho biết không tuân theo các chỉ dẫn chuẩn, đồng thời 30% chưa có quy chế an toàn thông tin và 14% chưa có ý định xây dựng quy chế này trong tương lai. Các tổ chức, doanh nghiệp cũng đã từng bước ứng dụng các công nghệ đảm bảo an toàn thông tin như: bộ lọc chống thư rác, phần mềm chống virus, mạng riêng ảo, tường lửa ứng dụng, dò quét an ninh ứng dụng, quản lý định danh, v.v... Tuy nhiên, tỷ lệ đầu tư cho an toàn thông tin trong ngân sách dành cho CNTT còn rất thấp. 38% đối tượng được hỏi cho biết tổ chức của họ chỉ dự kiến đầu tư 0-5%; 19% dự kiến tỷ lệ đầu tư từ 5-9%.

Hình III.2: Thống kê của VNISA về các công nghệ đảm bảo ATTT



Nguồn: Kết quả khảo sát của Hiệp hội An toàn thông tin Việt Nam, công bố tại Hội thảo “Ngày an toàn thông tin Việt Nam” năm 2010

2.3. An toàn dữ liệu trong các giao dịch điện tử

Hiện nay, cùng với sự phát triển của Internet và các phương tiện điện tử, giao dịch điện tử ngày càng phát triển và trở nên phổ biến. Cùng với sự phát triển của hình thức giao dịch điện tử, vấn đề an toàn an ninh mạng đang trở nên ngày càng cấp bách. Theo kết quả điều tra của Bộ Công Thương năm 2010 về tình hình ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp trên toàn quốc, vấn đề an toàn an ninh trong giao dịch đang được doanh nghiệp xếp thứ hai trong số những trở ngại hàng đầu cho sự phát triển TMĐT ở Việt Nam. Kết quả này cũng phản ánh đúng thực tế trong

những năm vừa qua, khi các hành vi gian lận, lừa đảo trên môi trường mạng có xu hướng ngày càng tăng cao, làm ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển của phương thức giao dịch còn khá mới mẻ này.

Bảng III.2: Mức độ quan tâm của các nhóm doanh nghiệp đối với công tác đảm bảo an toàn thông tin trong giao dịch TMĐT

TT	Nhóm doanh nghiệp được khảo sát	Số lượng	Mức độ quan tâm (từ 1-10) về công tác đảm bảo ATTT
1	Công nghiệp - Thương mại	15	5/10
2	Ngân hàng-Tài chính	10	10/10
3	Chứng khoán	08	10/10
4	Hàng không - Vận tải	03	10/10
5	Viễn thông	04	8/10
6	Dịch vụ TMĐT và CNTT	15	7/10

Nguồn: Khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin về tình hình an toàn thông tin năm 2010

Một trong các biện pháp đảm bảo an toàn thông tin hiệu quả được sử dụng trong các giao dịch điện tử hiện nay đó là áp dụng chữ ký số. Ngày 23/02/2007, Chính phủ đã ban hành Nghị định 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính. Theo Nghị định 27/2007/NĐ-CP, Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính giữa tổ chức, cá nhân với cơ quan tài chính phải sử dụng chữ ký số và chứng thư số do tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng cung cấp.

Tại Việt Nam hiện nay, có năm doanh nghiệp đã được Bộ Thông tin và Truyền thông chính thức trao giấy phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

Hộp III.3: Một số nhà cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

5 nhà cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số (CKS) công cộng đầu tiên tại Việt Nam

1. Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT): nhà cung cấp dịch vụ chứng thực CKS đầu tiên tại Việt Nam sau khi nhận Giấy phép cung cấp dịch vụ Chứng thực chữ ký số công cộng của Bộ TT&TT ngày 15/9/2009. Theo giấy phép này, VNPT được cung cấp dịch vụ chứng thực CKS cho cơ quan, tổ chức, cá nhân sử dụng trong các hoạt động công cộng. Các loại chứng thư số được VNPT cung cấp bao gồm: Chứng thư số cá nhân cho cơ quan, tổ chức, cá nhân; Chứng thư số SSL (chứng thư số dành cho website); Chứng thư số cho CodeSigning (chứng thư số dành cho ứng dụng). Trước khi được cấp giấy phép, VNPT đã ký thỏa thuận cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng cho ngành tài chính, đồng thời hợp tác hỗ trợ triển khai thành công Dự án thí điểm “Người nộp thuế nộp hồ sơ qua mạng internet” và áp dụng CKS vào các thủ tục hải quan điện tử trong giai đoạn 2009 - 2010. Tiếp đến VNPT sẽ tiếp tục cung cấp dịch vụ này cho các ngân hàng, doanh nghiệp thương mại điện tử, v.v. . .

2. Công ty cổ phần công nghệ thẻ NacencommSCT: chính thức là nhà cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng thứ 2 tại Việt Nam từ ngày 2/3/2010. NacencommSCT là công ty thành viên của công ty Điện tử Hà Nội (HANEL), hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thẻ thông minh, phát triển các ứng dụng bảo mật và xác thực.

Công ty NecencommSCT sẽ tổ chức cung cấp các dịch vụ xác thực chữ ký trong các giao dịch điện tử cho các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân.

3. Công ty An ninh mạng Bkav là nhà cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng thứ 3 kể từ ngày 8/4/2010, với tên giao dịch BkavCA. Bkav sẽ cung cấp 3 loại chứng thư số gồm: Chứng thư số cho cơ quan, tổ chức, cá nhân; chứng thư số SSL và Chứng thư số CodeSigning.

4. Viettel là nhà cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng thứ 4. Ngày 22/6/2010, Bộ TT&TT đã trao giấy phép cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng cho Viettel. Theo đó, Viettel được cung cấp ba loại chứng thư số bao gồm: Chứng thư số cho cơ quan, tổ chức, cá nhân giúp người dùng chứng thực cơ quan, tổ chức, cá nhân đó trong các giao dịch điện tử; Chứng thư số dành cho máy chủ (SSL) để chứng thực cho website và Chứng thư số cho phần mềm (CodeSigning) sử dụng cho các nhà sản xuất phần mềm để chứng thực và bảo đảm tính toàn vẹn của sản phẩm.

5. Công ty cổ phần Hệ thống thông tin FPT (FPT IS) gia nhập thị trường cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng từ ngày 10/8/2010 và là nhà cung cấp CKS thứ 5 tại Việt Nam hiện nay. FPT IS sẽ được cung cấp 3 loại chứng thư số gồm: chứng thư số cho cơ quan, tổ chức, cá nhân giúp người dùng chứng thực các giao dịch điện tử như Internet Banking, chứng khoán trực tuyến, khai báo thuế, hải quan trực tuyến...; chứng thư số SSL cho các website và chứng thư số CodeSigning.

Để có thể được cấp phép, nhà cung cấp dịch vụ chứng thực CKS phải đạt được các tiêu chuẩn về tài chính, nhân lực, cũng như đáp ứng các yêu cầu khắt khe về hạ tầng kỹ thuật theo tiêu chuẩn quốc tế (tiêu chuẩn mật mã FIPS PUB 140 – 2 mức 3, PKCS#1 version 2.1...).

3. Hiện trạng ứng dụng chữ ký số tại khối cơ quan nhà nước hiện nay

3.1. Văn phòng Trung ương Đảng

Từ năm 2006, Văn phòng Trung ương Đảng đã thực hiện triển khai thí điểm ứng dụng chữ ký số trong các cơ quan Đảng và triển khai dự án chứng thực điện tử. Nhu cầu hiện nay của Văn phòng Trung ương Đảng là thiết lập và ứng dụng hệ thống cung cấp, quản lý chứng thư số; sử dụng hạ tầng kỹ thuật (IP) mạng thông tin diện rộng của Đảng; tích hợp với hệ thống hạ tầng khoá công khai (PKI) của Ban Cơ yếu Chính phủ; mở rộng phạm vi cung cấp chứng thư số cho cán bộ, chuyên viên trong các cơ quan Đảng; tích hợp chức năng mã hóa bí mật vào hệ thông tin chuyên ngành (dùng chung); tích hợp cơ chế xác thực người dùng; xác lập cơ chế quản lý, vận hành, bảo đảm kỹ thuật... Trong thời gian tới, Văn phòng Trung ương Đảng sẽ tiếp tục triển khai dự án Chứng thực điện tử và bảo mật thông tin.

3.2. Văn phòng Chính phủ

Nhằm quản lý văn bản phục vụ chỉ đạo, điều hành ở cấp độ “khẩn”, “hỏa tốc”, gửi nhận qua mạng, chữ ký số đã được tổ chức triển khai thành bốn giai đoạn như sau:

- Giai đoạn 1 (từ tháng 5/2010): Thử nghiệm, sử dụng chữ ký số do Ban Cơ yếu Chính phủ cung cấp, như hệ thống thư điện tử công vụ;
- Giai đoạn 2 (từ tháng 10/2010): Phổ biến, nâng cao nhận thức cho tất cả cán bộ công chức của VPCP;
- Giai đoạn 3 (từ tháng 12/2010): Cung cấp e-token cho tất cả cán bộ công chức của VPCP, tổ chức hướng dẫn sử dụng;
- Giai đoạn 4: Mở rộng đối với cơ quan đơn vị có quan hệ thông tin của Chính phủ.

Cổng thông tin điện tử Chính phủ là nơi tổ chức, quản lý và công bố, cung cấp thông tin chính thống của Chính phủ trên mạng Internet; là đầu mối kết nối với các Trang thông tin điện tử, Cổng thông tin điện tử của các Bộ, ngành, địa phương nhằm hình thành Mạng thông tin hành chính của Chính phủ trên Internet. Việc triển khai ứng dụng chữ ký số tại Cổng Thông tin điện tử Chính phủ được căn cứ trên đặc điểm này. Kế hoạch tổng thể giai đoạn 2011-2015 cho việc triển khai các ứng dụng chữ ký số tại Cổng Thông tin điện tử Chính phủ như sau:

- Giai đoạn 2011-2013: Triển khai thí điểm một số ứng dụng, tiến tới thực hiện toàn bộ ứng dụng chữ ký số trong giao tiếp với các tổ chức, cá nhân thuộc hệ thống các cơ quan Đảng và Nhà nước trong các dịch vụ công và hệ thống thư điện tử công vụ Chính phủ. Bên cạnh đó, sẽ triển khai chữ ký số nhằm đảm bảo an toàn, an ninh và toàn vẹn dữ liệu đối với hệ thống Công báo điện tử;
- Giai đoạn 2014-2015: sẽ tiến tới tích hợp hệ thống thông tin của Cổng Thông tin điện tử Chính phủ vào hệ thống của Trung tâm dữ liệu điện tử quốc gia (đang được xây dựng).

3.3. Bộ Tài chính

Ứng dụng chữ ký số của ngành Tài chính được triển khai khá mạnh mẽ, tập trung vào các mảng hoạt động lớn như sau: giao dịch trao đổi thông tin nội bộ ngành Tài chính với các cơ quan Chính phủ sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số chuyên dùng của Ban Cơ yếu Chính phủ; giao dịch của hệ thống Kho bạc nhà nước với các ngân hàng sử dụng CA chuyên dụng của Ngân hàng Nhà nước; giao dịch giữa cơ quan tổ chức của ngành tài chính với doanh nghiệp, công dân (thuế, hải quan) sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

Đối với các giao dịch nội bộ, Bộ Tài chính đang sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số do Ban Cơ yếu Chính phủ cung cấp. Hạ tầng kỹ thuật đang triển khai gồm: 01 đường truyền MPLS kết nối Bộ Tài chính với Ban Cơ yếu Chính phủ có tốc độ 1Mbps, 2 máy chủ cài đặt các dịch vụ tại Bộ Tài chính để cung cấp bản sao cơ sở dữ liệu Chứng thư số trực tuyến, 06 máy trạm cài đặt phần mềm đăng ký chứng thư số cho Bộ Tài chính và 05 Tổng cục.

Cuối năm 2010, Bộ Tài chính bắt đầu triển khai thí điểm việc nộp tờ khai thuế qua mạng cho các tổ chức, doanh nghiệp hoạt động đã được cấp chứng thư số hợp lệ, còn hiệu lực và có kết nối internet, có địa chỉ thư điện tử ổn định. Theo thống kê của Tổng cục Thuế, có hơn 3.000 doanh nghiệp tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Bà Rịa - Vũng Tàu và Vĩnh Phúc đã đăng ký chứng thư số để kê khai thuế qua mạng; 1.496 doanh nghiệp đã thực hiện gửi hồ sơ thuế điện tử. Tổng số tờ khai thuế điện tử có chữ ký điện tử đã nhận được đến cuối tháng 8/2010 là 28.842 tờ khai.

Tổng cục Hải quan đã sử dụng chữ ký số cho hầu hết các Cục và Chi cục Hải quan. Chữ ký số được dùng trong trao đổi thông tin với các bên liên quan, trong tiếp nhận thông tin trước khi hàng đến; sử dụng trong nội bộ cơ quan Hải quan, đối tượng sử dụng đa dạng và ký trên nhiều dạng dữ liệu; sử dụng trong kết nối xử lý thông tin với các hệ thống thông tin ở nước ngoài, v.v... Trong thời gian tới, Tổng cục Hải quan có kế hoạch áp dụng chữ ký số cho 100% các doanh nghiệp tham gia hải quan điện tử; áp dụng trong giao dịch với các ngân hàng thương mại phục

vụ thu thuế, phí, lệ phí, v.v... Sử dụng chữ ký số tiếp nhận thông tin trước khi xuất/nhập khẩu và xuất/nhập cảnh và trong các nghiệp vụ hải quan.

3.4. Bộ Công Thương

Triển khai chữ ký số tại Bộ Công Thương đang là nhu cầu cần thiết đối với một số lĩnh vực: Hệ điều hành tác nghiệp của Bộ, giao dịch qua thư điện tử, tích hợp chữ ký số cho các dịch vụ công trực tuyến, v.v... Bộ Công Thương đang sử dụng hạ tầng kỹ thuật hệ thống MOIT - CA, ứng dụng MOIT - CA cho dịch vụ công trực tuyến và hạ tầng CA online - VSIGN.

Ngày 07/5/2010, Bộ Công Thương đã chính thức khai trương Hệ thống cấp giấy phép xác nhận khai báo hóa chất trực tuyến ở mức độ 4 tại địa chỉ www.cuchoachat.gov.vn. Tại mức độ này, toàn bộ quy trình cung cấp dịch vụ gồm việc khai hồ sơ và xử lý hồ sơ sẽ hoàn toàn được tiến hành qua mạng, vấn đề an toàn thông tin sẽ được đảm bảo với công nghệ chữ ký số. Đây là dịch vụ công mức độ 4 đầu tiên của các Bộ, ngành. Tính đến nay, đã có hơn 400 doanh nghiệp đăng ký tham gia và tiến hành khai báo qua mạng.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương đang vận hành Hệ thống quản lý và cấp giấy chứng nhận xuất xứ điện tử eCoSys ở mức độ 3. Hệ thống eCoSys được xây dựng trên công nghệ web-based. Khi tiến hành khai báo trên Hệ thống, dữ liệu được ký bằng chữ ký số trước khi truyền đi trên môi trường mạng. Chữ ký số do hệ thống CA của Bộ Công Thương cấp và xác thực. Với hạ tầng khóa PKI, eCoSys đảm bảo tính an toàn, toàn vẹn và xác thực của toàn bộ dữ liệu điện tử trên hệ thống. Bắt đầu được triển khai trên diện rộng từ Quý II năm 2008, hiện nay, hệ thống eCosys có sự tham gia của 18 Phòng Quản lý xuất nhập khẩu, 37 Ban quản lý Khu Công nghiệp/Khu chế xuất, 9 tổ chức cấp C/O thuộc VCCI và hơn 6.700 doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong đó có hơn 1.500 doanh nghiệp tiến hành khai báo thường xuyên.

3.5. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Hệ thống chứng thực chữ ký số tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đang được ứng dụng trong giao dịch điện tử, thanh toán điện tử liên ngân hàng; bù trừ điện tử; thông tin tín dụng; thông tin quản lý; thị trường mở; đấu thầu tín phiếu kho bạc, v.v... Do vậy, việc xây dựng hệ thống PKI là rất cần thiết, nhằm đảm bảo tính xác thực; tính toàn vẹn; tính chống từ chối, tính bí mật cho các giao dịch điện tử, đảm bảo sự kết nối, xác thực lẫn nhau về chữ ký số giữa các ngân hàng cũng như tổ chức chính phủ khác, v.v... Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã triển khai hệ thống chứng thực chữ ký số qua các giai đoạn:

- Năm 2007: Triển khai PKI, tích hợp ứng dụng, thanh toán điện tử liên ngân hàng, số người dùng là 1.500 người;
- Năm 2010: Mở rộng hệ thống phân phối chứng thư số, tích hợp thêm ứng dụng. Số người dùng tăng lên 4.000 người;
- Trong tương lai sẽ tích hợp ứng dụng và tăng khả năng sẵn sàng của hệ thống, đảm bảo cho số người dùng trên 10.000 người.

4. An toàn, an ninh về dữ liệu và nội dung số

Kết quả khảo sát về an toàn thông tin của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin năm 2010 cho thấy việc đảm bảo các hệ thống thông tin của cơ quan nhà nước được xây dựng với các chuẩn về nội dung thông tin số hiện được áp dụng rất sơ sài. Chỉ một số nhóm doanh nghiệp khối ngân hàng - tài chính và hàng không có tình hình khả quan hơn, trên cơ sở chuyển giao công nghệ bảo mật từ nước ngoài hoặc phát triển với các công nghệ lõi hoặc thiết bị nhúng.

Bảng III.3: Tình hình ban hành các chuẩn liên quan tới an toàn dữ liệu và nội dung số

Đảm bảo	Tỷ lệ đáp ứng
Chuẩn về các thông tin số, về các loại dữ liệu số và kiến trúc thông tin	50% Phần lớn tự ban hành
Chuẩn về website, cổng thông tin	Chưa có tiêu chí chung cụ thể
Chuẩn về cơ sở dữ liệu	80% Phần lớn tự ban hành
Chuẩn về trao đổi dữ liệu, trao đổi thông tin trên mạng, trao đổi thông tin số	60% Phần lớn tự ban hành
Chuẩn kỹ thuật về cấu trúc, định dạng thông tin số, dữ liệu số	50% Phần lớn tự ban hành
Chuẩn về bảo mật, bản quyền, an ninh cho thông tin số	30% Phần lớn tự tìm hiểu, áp dụng

Trong năm 2010 đã có một số trường hợp các website Việt Nam bị hacker tấn công với cường độ lớn dẫn đến sự mất an toàn thông tin hoặc sai lệch của các nội dung website.

Hộp III.4: VietNamNet là mục tiêu tấn công DDOS của tin tặc

Từ sáng 27/1, báo VietNamNet đã phải hứng chịu đợt tấn công lớn chưa từng có. Vào khoảng 10h sáng, có những thời điểm hơn 1,5 triệu lượt truy cập dồn dập đổ tới. Vụ tấn công D-Dos này đã khiến VietNamNet tê liệt trong nhiều giờ và tình trạng truy cập lúc được lúc không kéo dài cho tới sáng 28/1. Trả lời trên ICTNews, một chuyên gia an ninh mạng cho hay, việc truy tìm hacker tấn công VietNamNet rất khó khăn do các máy chủ tấn công vào báo điện tử này được đặt ở nước ngoài và các nguồn tấn công liên tục thay đổi dải IP. "Đó là lý do giải thích cho việc truy tìm thủ phạm kéo dài như vậy", chuyên gia này cho biết thêm. VietNamNet vẫn phải "sống chung với hacker" chưa biết đến khi nào mới... thoát nạn. Ông cho biết thêm, tên miền www.vietnamnet.com.vn đã được đơn vị này mua từ lâu. Song để chia tải cho website chính, tên miền này mới được đưa vào hoạt động.

Nguồn: <http://vneconomy.vn/>

5. Tình hình phát triển nguồn nhân lực về an toàn thông tin

Nguồn nhân lực công nghệ thông tin bao gồm nhân lực làm việc trong các doanh nghiệp viễn thông, doanh nghiệp công nghiệp công nghệ thông tin; nhân lực cho ứng dụng công nghệ thông tin; nhân lực cho đào tạo công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông và người dân sử dụng các ứng dụng công nghệ thông tin. Phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin là yếu tố then chốt có ý nghĩa quyết định đối với việc ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin do đó phải được đảm bảo về chất lượng, đồng bộ, chuyển dịch nhanh về cơ cấu theo hướng tăng nhanh tỷ lệ nguồn nhân lực có trình độ cao, tăng cường năng lực công nghệ thông tin quốc gia.

Theo các số liệu báo cáo thông qua khảo sát của VNCERT và VNISA, đầu tư nhân lực cho việc đảm bảo an toàn thông tin của doanh nghiệp hiện nay vẫn còn rất khiêm tốn so với việc đầu tư vào CNTT. Số lượng cán bộ an toàn thông tin trong phần lớn doanh nghiệp và các cơ quan đơn vị hầu như chưa có hoặc nếu có thì chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Hiện nay, khối các tổ chức về ngân hàng - tài chính là những đơn vị đi đầu trong việc đầu tư cho lĩnh vực này. Đa phần cán bộ chuyên trách hoặc bán chuyên trách về an toàn thông tin của các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp hiện nay chưa được đào tạo chuyên sâu về chuyên môn, chưa có các chứng chỉ, chứng nhận của các tổ chức uy tín trong nước, quốc tế. Nguồn nhân lực chủ yếu được lấy từ các cán bộ chuyên trách về CNTT kiêm nhiệm an toàn thông tin, do đó trình độ chuyên môn còn hạn chế, chưa đáp ứng được đòi hỏi thực tế phức tạp hiện nay.

Tỷ lệ cơ quan nhà nước có nhân viên chuyên trách hoặc bán chuyên trách về an toàn thông tin chỉ chiếm 49,2% so với tỷ lệ 61,6% và 51,5% của các doanh nghiệp miền Nam và miền Bắc tương ứng (nguồn: VNCERT - 2008). Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ trực tiếp hoặc gián tiếp chịu trách nhiệm quản trị mạng chiếm khoảng 56% trong toàn quốc, trong đó 61,6% tại các doanh nghiệp phía Nam và 51,5% tại các doanh nghiệp phía Bắc.

Ngày 13 tháng 01 năm 2010, Quyết định số 63/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch phát triển an toàn thông tin số quốc gia đến năm 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ ban hành. Trong Quyết định này, việc phát triển nguồn nhân lực và nâng cao nhận thức về an toàn thông tin được xem là một trong những giải pháp chủ yếu nhằm đạt được mục tiêu đề ra.

Một số giải pháp liên quan tới phát triển nguồn lực về an toàn thông tin được nêu ra gồm huy động vốn đầu tư theo hướng bố trí kinh phí ngân sách đảm bảo an toàn thông tin từ cấp trung ương đến cấp địa phương trong khu vực nhà nước; đào tạo, bồi dưỡng nhân lực, xây dựng hệ thống tiêu chí kỹ năng cần thiết đối với các chuyên gia an toàn thông tin, xây dựng chương trình và tổ chức đào tạo đội ngũ chuyên gia trong lĩnh vực đảm bảo an toàn thông tin phù hợp với yêu cầu của giai đoạn cạnh tranh và hội nhập, xây dựng và duy trì cơ chế thông báo tới người sử dụng về các nguy cơ gây mất an toàn thông tin mới phát sinh.

II. CÁC MỐI ĐE DỌA AN TOÀN THÔNG TIN ĐIỂN HÌNH TRONG GIAO DỊCH TMĐT

1. Tội phạm sử dụng công nghệ cao

Trong thời gian vừa qua đã xảy ra nhiều vụ tấn công với mục tiêu chủ yếu là mạng máy tính của các cơ quan, tổ chức truyền thông báo chí, làm gián đoạn thông tin và gây tác hại không nhỏ cho các tổ chức này.

Thủ đoạn phá hoại chủ yếu thông qua việc phát tán virus, phần mềm gián điệp, điều khiển từ xa, sâu độc, v.v... Phổ biến nhất là cài phần mềm gián điệp vào các máy tính trong một hệ thống để lấy thông tin mật khẩu, nick chat, v.v... Ngoài ra, các tin tặc cũng lợi dụng các trang mạng xã hội để mở rộng phạm vi phá hoại.

Một hình thức tấn công khác là truy cập, sử dụng trái phép dữ liệu và đưa thông tin trái phép lên mạng. Do hệ thống mạng của một số cơ quan, tổ chức chưa đạt yêu cầu về an toàn thông tin, website do các tổ chức này quản lý đã bị tin tặc tấn công, gây ảnh hưởng khá nghiêm trọng đến uy tín và hoạt động. Ngoài ra, các website, diễn đàn do các nhóm cá nhân quản lý cũng thường xuyên bị tấn công và đăng tải những nội dung mang tính đồi trụy, hăm dọa người khác, vi phạm pháp luật hoặc dẫn tới hành vi phạm pháp.

Theo số liệu thống kê sơ bộ, hiện có khoảng 15.000 website sử dụng đuôi .vn đang bị tội phạm công nghệ cao khống chế và khai thác. Người dùng khi truy cập những trang này có nguy cơ bị chuyển hướng (redirect) đến các site chứa mã độc nhằm ăn cắp thông tin cá nhân, mật khẩu, số thẻ tín dụng,... hoặc máy tính của họ có thể trở thành máy tính ma (zombie) để tội phạm kiểm soát với mục đích phát tán thư rác, lừa đảo trực tuyến, v.v... Ngoài tên miền ".vn", hai đuôi tên miền kém an toàn khác là .com và .info. Số lượng website có đuôi ".com" chứa phần mềm độc hại cũng đã đạt con số 1 triệu.

Theo thông tin từ Trung tâm Internet Việt Nam, trong năm 2010 các tên miền như game247.com.vn, gamecup.com.vn, vietsingle.com.vn, v.v... đã đăng tải các nội dung không lành mạnh và đều đã bị xử phạt. Tuy nhiên, các chủ thể sử dụng những tên miền trên đều không thể kiểm soát được các nội dung trên website của mình và khẳng định là bản thân không hề đăng tải các thông tin đó lên trang web và chỉ biết khi được thông báo.

Các thao tác quản trị tên miền trên máy chủ nước ngoài thường chỉ thông qua web, dùng user name, password và email, hoàn toàn không có giấy tờ gì ràng buộc. Do vậy, tên miền có thể bị tấn công bằng cách chiếm đoạt tài khoản thông qua e-mail được người dùng sử dụng để đăng ký với nhà cung cấp. Một phương thức khác cũng là mạo danh e-mail rồi gửi tới nhà cung cấp tên miền để yêu cầu thay mật khẩu mới, hay chuyển tên miền qua nơi khác. Do các tên miền gặp rắc rối nói trên đều là những tên miền đã đăng ký, nhưng không được sử dụng để định danh cho địa chỉ IP của Webserver hay mailserver.

2. Lừa đảo trong thương mại điện tử

Một trong những rào cản khiến người dùng e ngại khi tiến hành giao dịch TMĐT, đó là nguy cơ bị tổn hại lợi ích do các hành vi lừa đảo trên môi trường mạng. Một số loại hình tội phạm phổ biến ghi nhận được trong thời gian qua là lừa đảo qua quảng cáo, bán hàng trực tuyến trên mạng Internet, trong mua bán ngoại tệ, vàng, huy động vốn tín dụng; gửi email thông báo trúng thưởng số lớn, đề nghị tham gia rửa tiền, đề nghị nhận hộ tiền thừa kế, v.v...

Với sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại và các thủ tục đăng ký tên miền khá đơn giản, việc giao dịch mua bán qua website đã trở nên thuận tiện hơn trước. Tuy nhiên, đây cũng là kẽ hở để kẻ gian lợi dụng, tiến hành những thủ đoạn lừa đảo, xâm hại tới quyền lợi của các bên tham gia, đặc biệt là khách hàng. Thủ đoạn của bọn tội phạm thường là tạo trang web bán hàng giả bằng cách đăng ký tên miền và mua tên miền, tạo trang web giống trang web bán hàng thật, trong đó mọi mặt

hàng đều có giá bán rẻ hơn trang web bán hàng thật. Trên trang thanh toán, khách hàng điền thông tin cá nhân, thông tin thẻ tín dụng và được chuyển trực tiếp về email của tội phạm.

Một thủ đoạn khác được sử dụng là thành lập công ty ma, công ty ảo để trộm cắp dữ liệu. Thông tin cá nhân của khách hàng và tiền được chuyển về một tài khoản của nhóm tội phạm và khai thác vào mục đích phi pháp.

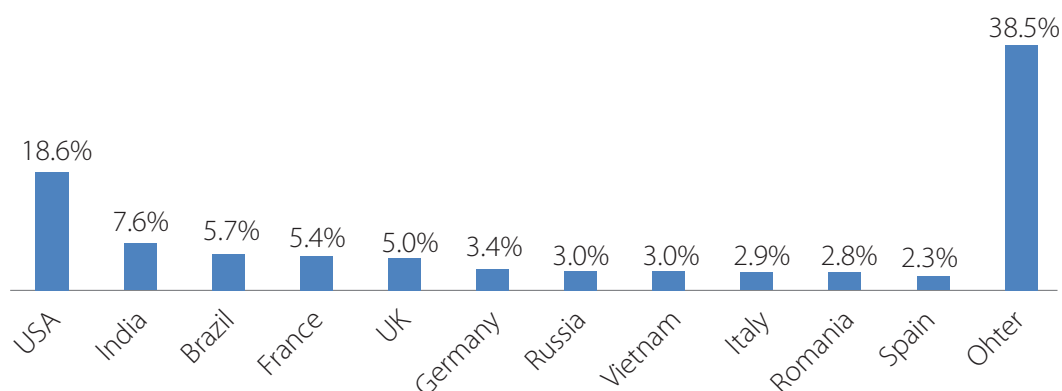
Khi ký hợp đồng qua mạng, đặc biệt là hợp đồng ngoại thương, đối tượng lừa đảo thường thực hiện đúng cam kết một hoặc hai hợp đồng đầu để tạo lòng tin cho hợp đồng lớn sau. Khi lượng tiền thanh toán lên đến hàng triệu USD, với điều kiện thanh toán TTR hoặc L/C, đối tượng nhanh chóng rút tiền trước khi người mua phát hiện ra hành vi lừa đảo – không giao hàng hoặc giao hàng không đúng hợp đồng. Điển hình là vụ lừa đảo của công ty TNHH Hyundai Metal (1-154 Seorindong, KPO Box 558, Chongrogu, Seoul) đã lừa đảo chiếm đoạt của một công ty của Việt Nam hàng ngàn đôla Mỹ.

3. Các hành vi gây rối, cạnh tranh không lành mạnh

Bên cạnh những hành vi tội phạm với mục tiêu chiếm đoạt tài sản thông qua sử dụng công nghệ cao hoặc lừa đảo trong giao dịch, còn tồn tại những hành vi gây rối gây ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp tới môi trường kinh doanh trực tuyến. Một số hành vi mà tội phạm thường sử dụng là thâm nhập trái phép hệ thống thông tin của doanh nghiệp, tấn công từ chối dịch vụ DDOS, phát tán virus và các mã độc hại, v.v... Những hành vi này đã gây trở ngại tới việc tiếp cận thông tin của người dùng, việc phổ biến thông tin của quản trị website và có thể làm tê liệt hoạt động trao đổi thông tin hay tác nghiệp của các cơ quan, tổ chức, cá nhân do bị virus phá hủy tài liệu lưu trữ.

Một trong những hành vi gây rối làm mất an toàn an ninh thông tin phổ biến tại Việt Nam hiện nay là việc phát tán thư rác (spam) trái với các quy định pháp luật. Theo báo cáo mới đây của Sophos, hiện Việt Nam đang đứng thứ 8 trong danh sách 12 quốc gia có tỉ lệ phát tán thư rác cao nhất trên thế giới. Hiện Việt Nam chiếm 3% tỷ lệ thư rác toàn cầu.

Hình III.3: Danh sách 12 quốc gia có tỷ lệ thư rác cao nhất thế giới



Nguồn: báo cáo của Sophos

Ngoài các hành vi ăn cắp thông tin qua mạng, phát tán virus phá hoại hệ thống thông tin của cá nhân và tổ chức, phát tán thư rác,... trong thời gian qua, đã xuất hiện nhiều vụ tấn công vào các website thương mại điện tử, gây gián đoạn hoạt động hoặc phá hủy hoàn toàn cấu trúc dữ liệu của website, dẫn tới thiệt hại vật chất và uy tín cho doanh nghiệp. Điển hình là vụ tấn công website www.vietco.com của Công ty TNHH Thương mại, Dịch vụ và Kỹ thuật SGC, website www.nhanhoa.com.vn của Công ty TNHH Phần mềm Nhân Hòa và website www.chodientu.com của Công ty Cổ phần Giải pháp phần mềm Hòa Bình.

III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH AN TOÀN THÔNG TIN

1. Nâng cao nhận thức và đẩy mạnh tuyên truyền về an toàn thông tin

Sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức các sự kiện, hội nghị, hội thảo để tuyên truyền nâng cao nhận thức cho cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và người dân về an toàn thông tin.

2. Hoàn thiện các cơ chế, chính sách về an toàn thông tin

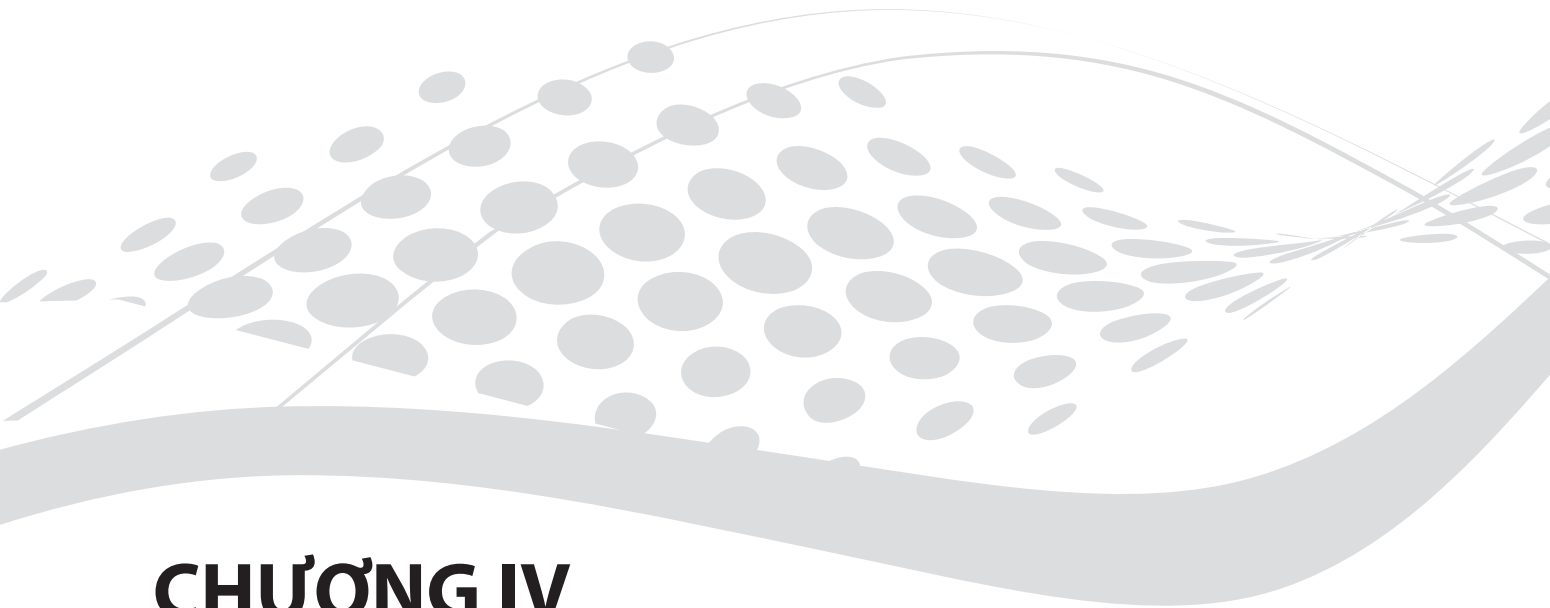
Rà soát và hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật, cơ chế và chính sách của nhà nước, tạo môi trường thuận lợi để đảm bảo an toàn thông tin, đáp ứng các yêu cầu về hội nhập toàn diện kinh tế quốc tế, thúc đẩy hợp tác và cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Tăng cường các khung hình phạt xử lý mạnh và kiên quyết khi có vi phạm về an toàn thông tin. Đây là những căn cứ pháp lý quan trọng để đấu tranh với các hành vi tấn công bất hợp pháp vào các hệ thống mạng máy tính, cơ sở dữ liệu.

3. Phát triển nguồn nhân lực về an toàn thông tin

Đào tạo nguồn nhân lực riêng về lĩnh vực an toàn thông tin thông qua việc xây dựng hệ thống tiêu chí kỹ năng cần thiết đối với các chuyên gia an toàn thông tin. Xây dựng chương trình và tổ chức đào tạo đội ngũ chuyên gia trong lĩnh vực đảm bảo an toàn thông tin phù hợp với yêu cầu của giai đoạn cạnh tranh và hội nhập. Phát triển nguồn nhân lực có khả năng tiếp nhận chuyển giao công nghệ, tránh bị lệ thuộc vào nước ngoài.

4. Tăng cường hợp tác quốc tế về an toàn thông tin

Tăng cường hợp tác phòng chống tấn công mạng thông qua việc chia sẻ, trao đổi thông tin giữa các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Đẩy mạnh hợp tác với các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực an toàn thông tin, phối hợp trao đổi, đào tạo chuyên gia trong lĩnh vực kỹ thuật và quản lý an toàn thông tin. Phối hợp giữa các đơn vị tư vấn, chuyên gia an ninh thông tin sẵn sàng ứng phó với những sự cố liên quan tới mất an toàn thông tin. Thu hút các dự án đầu tư nước ngoài dựa trên cơ sở chuyển giao công nghệ, từng bước tiến tới làm chủ công nghệ và phát triển các sản phẩm an toàn thông tin đặc thù của Việt Nam.



CHƯƠNG IV

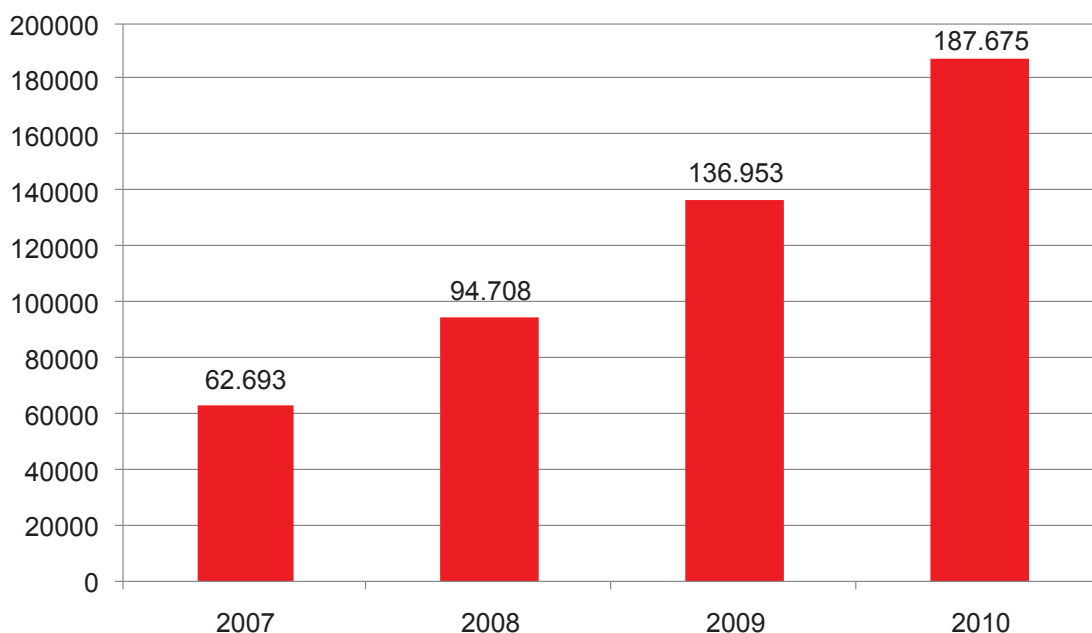
MARKETING TRỰC TUYẾN

I. CÁC CÔNG CỤ CƠ BẢN CỦA MARKETING TRỰC TUYẾN

1. Trang thông tin điện tử (Website)

Website là giải pháp tiếp thị trực tuyến quen thuộc đối với các doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp đã thiết kế website riêng để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và quảng bá thương hiệu. Theo thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) cuối tháng 12 năm 2010, 180.870 tên miền .vn đã được đăng ký trong khi đến tháng 02 năm 2009 mới chỉ có 97.533 tên miền .vn được cấp. Qua hai năm tỷ lệ tên miền .vn được cấp tăng gần gấp đôi cho thấy tốc độ phát triển ngoạn mục của số lượng website tại Việt Nam.

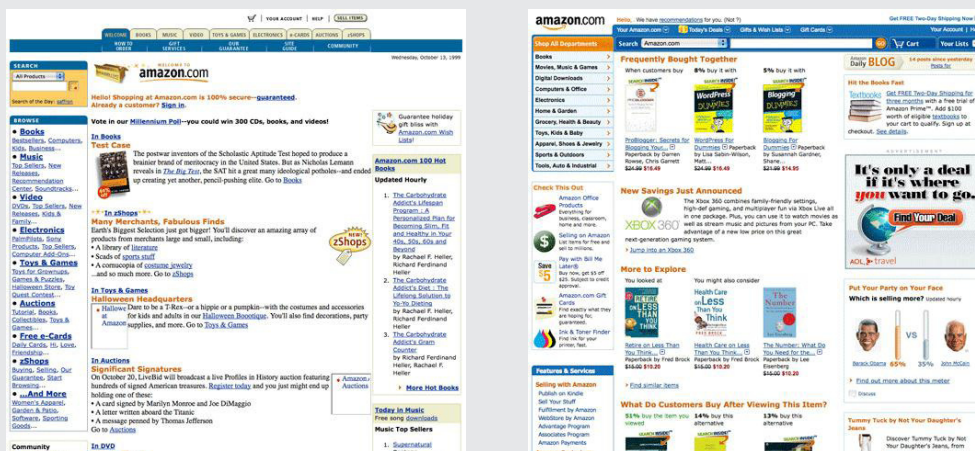
Hình IV.1: Số lượng tên miền .vn đã đăng ký qua các năm



Tuy nhiên, cách thức khai thác và sử dụng website hiệu quả vẫn còn là một vướng mắc đối với doanh nghiệp. Website được cấu thành bởi ba yếu tố cơ bản bao gồm bố cục, nội dung và tính tương tác, doanh nghiệp chỉ xây dựng được một website hiệu quả khi phối hợp nhuần nhuyễn ba yếu tố nêu trên.

- **Bố cục:** là cách bố trí, sắp xếp, phối hợp một cách hài hòa tất cả các yếu tố, bao gồm màu sắc, nút bấm, hình nền, kết cấu, quy tắc, đồ họa, hình ảnh, âm thanh.
- **Nội dung:** được hiểu là tất cả những thứ được cung cấp trên website như từ ngữ, sản phẩm, hình ảnh, âm thanh, v.v... Để có được một website phong phú, hấp dẫn chủ sở hữu phải xây dựng nội dung dựa vào mô hình AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).
- **Tính tương tác:** thể hiện ở việc người truy cập có thể dễ dàng tìm kiếm được thông tin và tài nguyên mà họ muốn. Một website dễ sử dụng đồng nghĩa với việc có tính tương tác tốt. Chính vì thế mà cấu trúc của website không được quá đồ sộ và phức tạp.

Hộp IV.1: So sánh giao diện website Amazon 1998 và 2009



Giao diện website của Amazon tại thời điểm năm 1998 và năm 2009 khác biệt một cách rõ rệt. Giao diện năm 2009 sử dụng nhiều hình ảnh hơn nên giao diện nhìn bắt mắt hơn. Ngoài ra, website Amazon năm 2009 có tính tương tác cao hơn, thể hiện rõ ở việc danh mục hàng hóa được phân loại, bố trí lại một cách hợp lý; thêm tính năng để khách hàng nhận xét về sản phẩm; phần tìm kiếm được đặt ở vị trí thích hợp hơn.

2. SEM

SEM là viết tắt của Search Engine Marketing - hình thức tiếp thị thông qua các công cụ tìm kiếm. Đây là phương pháp tiếp cận khách hàng bằng cách đưa website của doanh nghiệp hiển thị ở những vị trí đầu trên trang kết quả của các công cụ tìm kiếm như Google, Yahoo, MSN, v.v... Hiện nay, SEM được xem là hình thức tiếp thị hiệu quả do tiết kiệm được chi phí, dễ kiểm soát, minh bạch, đánh giá được tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư.

Phương pháp tiếp thị này có 2 hình thức cơ bản, gồm Pay Per Click - Trả tiền theo số lần nhấp chuột (Click) và Search Engine Optimization (SEO) - Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.

2.1. Pay Per Click - Trả tiền theo số lần nhấp chuột

Pay Per Click là cách hiển thị thông điệp quảng cáo trên phần liên kết trong trang kết quả tìm kiếm của Google, Yahoo, MSN... khi người dùng tìm kiếm những từ khóa có liên quan. Doanh nghiệp sẽ trả phí cho mỗi lần công cụ tìm kiếm hướng khách hàng tới website của mình. Việc có nhiều người truy cập vào trang web đồng nghĩa với việc doanh nghiệp càng có nhiều cơ hội trong việc bán hàng và tạo dựng thương hiệu.

2.2. SEO - Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm

SEO là viết tắt của từ Search Engine Optimization (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm). SEO bao gồm một tập hợp các phương pháp nhằm nâng cao thứ hạng của một website trong các trang kết quả của công cụ tìm kiếm. Một trang web được tối ưu hóa sẽ giúp doanh nghiệp xuất hiện trong danh sách tìm kiếm một cách tự nhiên, từ đó tiết kiệm được chi phí Pay Per Click. SEO được chia làm hai phần: onpage optimization (là cách xây dựng cấu trúc trang web, nội dung trang web, sự chặt chẽ, kết nối giữa các trang) và off-page optimization (là quá trình phổ biến trang web đến

nhiều người). Các nhà tiếp thị sử dụng SEO với mục tiêu chủ yếu là nâng cao thứ hạng của danh sách tìm kiếm miễn phí theo một số từ khóa nhằm tăng lượng truy cập vào trang web.

3. Email marketing - Tiếp thị qua thư điện tử

Theo nghiên cứu của Công ty The Radicati Group Inc, tới năm 2009 toàn thế giới có khoảng 1,4 tỷ tài khoản email, trong đó 74% thuộc về người tiêu dùng, 26% thuộc về các doanh nghiệp và tổ chức. Trung bình mỗi năm có thêm 200 triệu tài khoản email mới được thiết lập. Chính vì vậy, tiếp thị qua thư điện tử được đánh giá là một trong những hình thức tiếp thị trực tuyến thông dụng nhất.

Hiện có hai hình thức email marketing đang được sử dụng là thư điện tử không được sự cho phép của người nhận và thư điện tử được sự cho phép của người nhận. Thư điện tử không được sự cho phép của người nhận hay còn gọi là spam được dùng khá phổ biến. Tuy nhiên, phương thức tiếp thị này đã không tạo được hiệu quả như mong đợi do không xác định chuẩn xác được người nhận và nội dung truyền tải. Ngoài ra, việc gửi email marketing theo phương thức này có thể gây khó chịu cho người nhận email, làm giảm hình ảnh của doanh nghiệp trong mắt người nhận. Do đó, email marketing thường được thực hiện dưới hình thức gửi thư điện tử được sự cho phép của người nhận. Hình thức này có ưu thế về thời gian tiếp cận khách hàng, xây dựng và duy trì mối quan hệ khách hàng thường xuyên với chi phí thấp. Nhược điểm duy nhất là doanh nghiệp phải được sự cho phép của người nhận. Vì vậy, để thực hiện việc tiếp thị một cách hiệu quả, doanh nghiệp thường sử dụng các danh sách thư "tiếp nhận" (opt-in list), cho phép người nhận lựa chọn đăng ký vào hoặc ra khỏi danh sách nhận email marketing.

4. Quảng cáo trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến được coi là một trong những hình thức phổ biến nhất của tiếp thị trực tuyến, bao gồm quảng cáo dạng biểu ngữ (banner) và quảng cáo tài trợ.

4.1. Quảng cáo dạng biểu ngữ

Để đạt hiệu quả cao trong hình thức quảng cáo dạng biểu ngữ hay banner, doanh nghiệp cần xác định rõ website đặt quảng cáo và vị trí banner phù hợp nhất. Đây là hai yếu tố cốt lõi tạo nên sự thành công trong việc triển khai hình thức tiếp thị trực tuyến này.

Có bốn loại banner đang được sử dụng rộng rãi là banner tĩnh, banner dạng động, banner dạng tương tác và banner dạng rich media.

Hộp IV.2: Hoạt động quảng cáo trên website báo điện tử VnExpress.net

Xuất hiện trên môi trường Internet vào những ngày đầu tháng 2/2001, đến nay, Vnexpress đã tạo dựng được vị thế và có được lượng độc giả lớn trong các trang thông tin điện tử của Việt Nam.

Theo Google Analytics, Vnexpress hiện có gần 12,7 triệu độc giả thường xuyên, với hơn 20 triệu lượt truy cập mỗi ngày. Trong đó, độc giả trong nước chiếm 83%, khoảng 7% ở Hoa Kỳ, số còn lại từ các nước khác.

Trong 2 năm liên tiếp (2008-2009), VnExpress đã được độc giả tạp chí Thế giới vi tính Việt Nam (PC Word VN) - tạp chí công nghệ hàng đầu Việt Nam đánh giá là "Trang tin tức trực tuyến uy tín nhất" của năm với số phiếu lên đến 48%.

Nguồn thu chính của VnExpress là từ hoạt động quảng cáo, trong đó chủ yếu là quảng cáo Banner. Các nhà marketer hầu hết đều thích đặt Banner trên VnExpress bởi khả năng nhắm chọn đối tượng mục tiêu. Tuy nhiên, mức giá đặt Banner trên VnExpress khá cao khiến các nhà marketer phải cân nhắc kỹ lưỡng. Ví dụ như, muốn đặt một Half Banner trên trang chủ của VnExpress, với kích thước 394x90 pixels với cơ chế là cố định và chia sẻ 3 thì doanh nghiệp phải trả 180.000.000 đồng/tháng.

BÁO GIÁ QUẢNG CÁO TRANG CHỦ VNEXPRESS

(Áp dụng từ 01/12/2009)

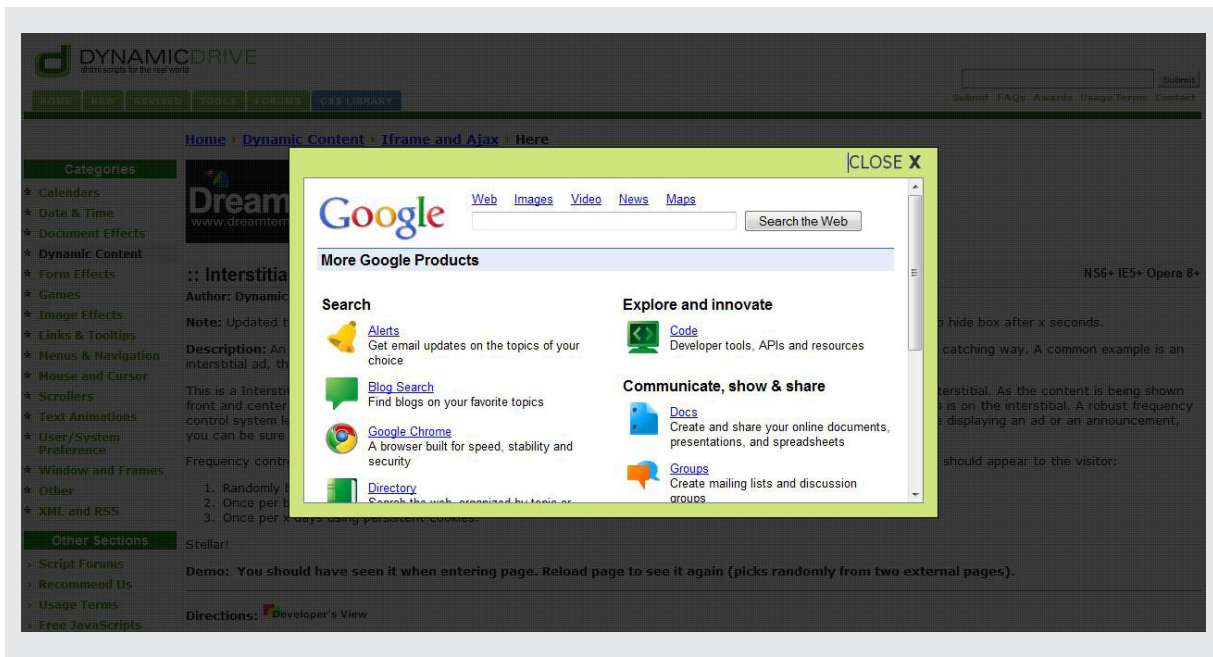
Khoản mục	Kích thước (pixels)	Cơ chế	Đơn giá (VND/tháng)
Half Banner	364x90	Cố định, Chia sẻ 3	180,000,000
Large Logo 1	300x120	Cố định, Chia sẻ 3	240,000,000
Large Logo 2,3	300x120	Cố định, Chia sẻ 3	230,000,000
Leader Board (Tin nổi bật)	728x90	Cố định, Chia sẻ 3	5,000,000/ngày
Skyscraper (Tin nổi bật)	180x600	Cố định, Chia sẻ 3	8,000,000/ngày
Large Logo (Tin nổi bật)	300x250	Cố định, Chia sẻ 3	10,000,000/ngày
Article banner (Tin nổi bật)	468x60	Độc quyền (2 vị trí)	3,500,000/ngày
Big Logo 1	180x90	Cố định, Chia sẻ 3	65,000,000
Big Logo 2	180x90	Cố định, Chia sẻ 3	60,000,000
Big Logo 3,4,5	180x90	Cố định, Chia sẻ 3	55,000,000
Basic Logo	180x150	Chia sẻ theo user, ngẫu nhiên	35,000,000
Special Right 1	180x450	Cố định, Chia sẻ 3	50,000,000
Special Right 2	180x450	Cố định, Chia sẻ 3	45,000,000
Right Logo 1	120x240	Cố định, Chia sẻ 3	80,000,000
Right Logo 2	120x240	Cố định, Chia sẻ 3	60,000,000
Large Logo 4	300x250	Cố định, Chia sẻ 3	80,000,000
Large Logo 5	300x250	Cố định, Chia sẻ 3	65,000,000
Large Logo 6	300x250	Cố định, Chia sẻ 3	45,000,000
Pop Under	400x500	Độc quyền	10,000,000/ngày
Footer Banner	1000x90	Cố định, Chia sẻ 3	40,000,000

Nguồn: www.redsailvietnam.com

4.2. Quảng cáo Interstitial

Quảng cáo Interstitial hay còn gọi là quảng cáo "pop-up" là các quảng cáo xuất hiện trên màn hình và làm gián đoạn công việc của người sử dụng. Loại hình quảng cáo này có ưu điểm là chắc chắn người sử dụng sẽ biết tới. Tuy nhiên, hình thức này sẽ khiến nhiều khách hàng không hài lòng, bởi vì họ phải nhấp chuột để di chuyển hay đóng cửa sổ đó lại khi muốn quay trở lại trang cũ.

Hộp IV.3: Hình ảnh về quảng cáo Interstitial



4.3. Quảng cáo bằng các liên kết văn bản (text link)

Quảng cáo textlink thường xuất hiện trong bối cảnh phù hợp với nội dung mà người xem quan tâm, vì vậy nó mang lại hiệu quả mà không tốn nhiều diện tích màn hình. Các quảng cáo textlink còn được đưa ra như là kết quả được tìm thấy đầu tiên của công cụ tìm kiếm khi người dùng tìm kiếm về một vấn đề nào đó.

4.4. Quảng cáo tài trợ

Quảng cáo tài trợ cho phép nhà quảng cáo thực hiện một chiến dịch thành công mà không cần lôi cuốn nhiều người vào trang web của mình. Với tư cách là một nhà tài trợ, nhãn hiệu của nhà quảng cáo sẽ được gắn với một đặc tính cụ thể như một phần của địa chỉ hoặc được giới thiệu như một nhãn hiệu được yêu thích nhất của một trang hay một địa chỉ. Tuy nhiên, xác định rõ mối quan hệ giữa thị trường mục tiêu mà quảng cáo muốn nhắm đến với đối tượng khách hàng của các trang web và tạp chí điện tử là nhân tố quan trọng quyết định sự thành công của chiến dịch quảng cáo tài trợ.

5. Mobile marketing (m-marketing)

Mobile marketing có thể được hiểu là việc sử dụng các kênh thông tin di động làm phương tiện phục vụ cho các hoạt động marketing. Mobile marketing là loại hình được các nhà tiếp thị lựa chọn do nó đã thể hiện được một số ưu thế khác biệt mà các loại hình khác không có. Mobile marketing có khả năng tương tác, đối thoại hai chiều với người tiêu dùng với tốc độ nhanh, chính xác. Điều này có nghĩa là khách hàng có thể gửi phản hồi cho nhà tiếp thị ngay khi nhận được thông điệp tiếp thị. Công cụ này có thể tích hợp với các công cụ truyền thông khác như: truyền hình, báo, đài phát thanh, tờ rơi, áp-phích, v.v... Hiện nay m-marketing được sử dụng khá phổ biến cùng các gameshow trên ti vi.

Các ứng dụng có thể đưa vào hoạt động mobile marketing ngày càng phát triển và được thực hiện dưới nhiều hình thức: SMS, PSMS, MMS, WAP.

Hộp IV.4: Các hình thức mobile marketing

SMS - Tin nhắn văn bản: Đây là hình thức đơn giản và phổ biến nhất. Doanh nghiệp chủ động về nội dung nhưng bị giới hạn trong 160 ký tự. Vì thế, xây dựng nội dung chuẩn xác là quan trọng đối với hình thức này.

PSMS: Đây là một hình thức phát triển cao hơn của SMS, có mức phí cao hơn tin nhắn văn bản thông thường và thường được sử dụng để kêu gọi khách hàng tham gia vào một trò chơi dự đoán nào đó, hoặc để bán các dịch vụ như nhạc chuông, hình nền cho điện thoại di động.

MMS: Tin nhắn đa phương tiện là loại tin nhắn bao gồm cả văn bản, hình ảnh và âm thanh đi cùng tin nhắn. Hình thức này mới chỉ được sử dụng một vài năm trở lại đây cho các chương trình tiếp thị của một số hãng lớn trên thế giới do chi phí khá cao so với mặt bằng các hình thức của m-marketing.

WAP: Hiểu một cách đơn giản đó là những trang web trên điện thoại di động. Tương tự như những trang web được xem trên Internet, bạn có thể đưa thông tin về công ty hay các sản phẩm dịch vụ của công ty mình lên những trang wap này, hoặc phổ biến hơn là các thông tin hỗ trợ khách hàng.

6. Viral marketing

Viral marketing là loại hình tiếp thị thường được gọi với cái tên tiếp thị lan truyền. Nó được định nghĩa dựa trên nguyên tắc lan truyền thông tin, cũng tương tự như cách thức virus lan truyền từ người này sang người khác với tốc độ theo cấp số nhân. Các nhà tiếp thị sử dụng chiến dịch tiếp thị lan truyền với mong muốn làm bùng nổ thông điệp của công ty tới hàng nghìn, hàng vạn lần.

Viral marketing sử dụng tất cả các hình thức của truyền thông được thực hiện trên môi trường Internet như các đoạn video, trò chơi trực tuyến, sách điện tử, tin nhắn văn bản, v.v... nhưng phổ biến hơn cả vẫn là sử dụng các mạng xã hội, diễn đàn, blog, bản tin và thư điện tử.

7. Kênh truyền thông xã hội (Social Media Marketing)

Social Media Marketing là thuật ngữ để chỉ một cách thức truyền thông kiểu mới, trên nền tảng các dịch vụ trực tuyến, với mục đích tập trung các thông tin có giá trị của những người tham gia, mà các nhà tiếp thị Việt Nam thường gọi là truyền thông xã hội hay truyền thông đại chúng. Hiểu một cách rõ hơn, truyền thông xã hội là quá trình tác động đến hành vi của con người trên phạm vi rộng, sử dụng các nguyên tắc tiếp thị với mục đích mang lại lợi ích xã hội hơn là lợi nhuận thương mại.

Truyền thông xã hội được thể hiện dưới hình thức là các mạng giao lưu chia sẻ thông tin cá nhân như Facebook, Yahoo 360, Tam tay, YuMe, Webtretho, v.v... hay các mạng chia sẻ tài nguyên cụ thể như hình ảnh (tại các trang www.flickr.com, www.anhso.net, v.v...), đoạn phim (tại trang www.youtube.com hay www.clip.vn), tài liệu (truy cập các trang www.scribb.com, www.tailieu.vn, v.v...).

Hộp IV.5: Mạng xã hội Facebook và Zingme tại Việt Nam



Mạng chia sẻ thông tin cá nhân Facebook là một trong những mạng xã hội được ưa chuộng nhất tại Việt Nam hiện nay. Theo thống kê của Google Ad Planner, tính đến thời điểm tháng 10/2010, số lượng người sử dụng Facebook đạt 2,9 triệu người, đã tăng lên hơn 1 triệu người so với thời điểm cuối năm 2009.

Việc Facebook có được vị thế ở thị trường Việt Nam là do sự đa dạng và phong phú về các ứng dụng. Người sử dụng có thể dùng trang mạng xã hội này để giao lưu kết bạn, nhắn tin, chia sẻ quan niệm về cuộc sống, bộc bạch tâm trạng, cảm xúc, thông tin, hình ảnh, nhạc, video, tham gia chơi game. Bên cạnh đó, Facebook còn là nơi để mọi người tiến hành quảng cáo về các sản phẩm, dịch vụ... như là một công cụ kinh doanh.



Sau một năm thử nghiệm, mạng xã hội Zingme đã chính thức ra mắt vào tháng 8/2010. Chỉ mới xuất hiện trong một thời gian ngắn, Zingme hiện đang là mạng xã hội đồng thành viên nhất Việt Nam với 5,1 triệu thành viên và lượt truy cập trung bình trên 450 triệu/tháng. Người sử dụng Zingme chủ yếu là các học sinh, sinh viên (chiếm 75% tổng lượng người dùng).

Ứng dụng thành công web thời gian thực (Real - Time Web) được biết đến là tính năng nổi trội của Zingme. Hướng phát triển của Zingme là tập trung vào cả nội dung (Content - Centric) và khả năng liên kết (Relationship - Centric). Đây được xem là một hướng đi đúng giúp Zingme ngày càng thu hút được nhiều thành viên.

II. KHUNG PHÁP LÝ CHO HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN TẠI VIỆT NAM

1. Hệ thống văn bản pháp lý về giao dịch điện tử, công nghệ thông tin

Hệ thống Luật Giao dịch điện tử tại Việt Nam hiện nay được hình thành dựa vào hai trụ cột chính là Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006.

Dựa trên cơ sở của hai Luật này, nhiều văn bản được ban hành làm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả cho hệ thống luật - chính sách về giao dịch điện tử và ứng dụng công nghệ thông tin, góp phần hướng dẫn thực thi và triển khai pháp luật liên quan đến TMĐT trên mọi phương diện của đời sống xã hội. Các văn bản này tập trung hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử trong các lĩnh vực thương mại, tài chính và ngân hàng và quy định các vấn đề chung về môi trường và hạ tầng CNTT cho giao dịch điện tử trong toàn xã hội như vấn đề chữ ký số, thư rác, ứng dụng CNTT trong cơ quan nhà nước, dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet.

Tuy chưa có văn bản nào trực tiếp điều chỉnh lĩnh vực tiếp thị trực tuyến nhưng sự ra đời của các văn bản nói trên đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của Internet và các hoạt động liên quan đến môi trường Internet. Hiện nay, hoạt động mua bán trực tuyến đã trở nên quen thuộc với một bộ phận người tiêu dùng tại thành phố lớn, việc bán hàng hóa và dịch vụ qua mạng Internet đã được triển khai trên nhiều lĩnh vực như hàng không, du lịch, khách sạn, siêu thị bán hàng tổng hợp, v.v...

2. Văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới tiếp thị, quảng cáo điện tử

Hiện nay văn bản có giá trị cao nhất trong hệ thống văn bản pháp luật về quảng cáo là Pháp lệnh Quảng cáo năm 2001. Pháp lệnh này được ban hành nhằm nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về quảng cáo, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, của tổ chức, cá nhân trong hoạt động quảng cáo, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Pháp lệnh quảng cáo đã tạo ra hành lang pháp lý cơ bản định hướng cho lĩnh vực quảng cáo.

Báo điện tử và mạng thông tin máy tính được xem là một trong những phương tiện quảng cáo và được Pháp lệnh Quảng cáo điều chỉnh. Tuy nhiên các quy định liên quan đến các loại hình quảng cáo này còn khá sơ lược và chưa theo kịp sự phát triển nhanh chóng của hoạt động quảng cáo trên thực tế.

Một số văn bản quan trọng khác quy định về lĩnh vực quảng cáo là Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13 tháng 3 năm 2003 quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Quảng cáo và Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16 tháng 7 năm 2003 hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP. Tuy nhiên các quy định có liên quan trong những văn bản này còn nhiều điểm không phù hợp và chưa thực sự tạo điều kiện cho sự phát triển của loại hình quảng cáo điện tử.

Hiện nay, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, hoạt động quảng cáo đã có những bước phát triển mạnh với sự gia tăng về số lượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo, có sự mở rộng về hình thức, quy mô và công nghệ, việc đầu tư kinh phí cho hoạt động quảng cáo cũng ngày càng tăng. Tuy nhiên, như đã phân tích, đến nay, các văn bản liên quan hoạt động quảng cáo có nhiều nội dung không còn phù hợp với tình hình thực tế và cần có sự điều chỉnh kịp thời.

3. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan khác

3.1. Thư rác

Ngày 13/08/2008, Nghị định số 90/2008/NĐ-CP của Chính phủ về chống thư rác được ban hành để cụ thể hóa các quy định chống thư rác trong Luật Công nghệ thông tin. Ngày 30/12/2008, Bộ Thông tin và Truyền thông có Thông tư số 12/2008/TT-BTTTT hướng dẫn một số nội dung của Nghị định 90/2008/NĐ-CP. Tiếp đó, Thông tư số 03/2009/TT-BTTTT ngày 3/2/2009 quy định chi tiết về mã số quản lý và mẫu giấy chứng nhận mã số quản lý đối với nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử và tin nhắn.

Nghị định về chống thư rác đã thiết lập một hành lang pháp lý khá toàn diện cho hoạt động của các nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo qua thư điện tử và tin nhắn. Với việc khuyến khích người gửi quảng cáo sử dụng dịch vụ của những nhà cung cấp đã được đăng ký, đồng thời tập trung quản lý những nhà cung cấp dịch vụ này, Nghị định hướng tới việc thiết lập một thị trường quảng cáo qua thư điện tử và tin nhắn trật tự, hiệu quả, vừa hạn chế được tối đa thư rác vừa tạo điều kiện phát triển cho thương mại điện tử tại Việt Nam.

Thực hiện các quy định về quản lý nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo, đến nay đã có 47 doanh nghiệp được cấp mã số quản lý cho các dịch vụ gửi tin nhắn quảng cáo, gửi thư điện tử quảng cáo và gửi tin nhắn qua mạng Internet. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp vi phạm các quy định về chống thư rác cũng đã được phát hiện và xử lý kịp thời. Tính đến thời điểm cuối năm 2009 đã có 6 doanh nghiệp bị xử phạt và khoảng 20 doanh nghiệp bị nhắc nhở.

3.2. Bảo vệ dữ liệu cá nhân

Việt Nam hiện chưa có văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh các hành vi liên quan đến bảo vệ dữ liệu cá nhân một cách hệ thống. Tuy nhiên, các cơ quan quản lý nhà nước đã ngày càng nhận thức rõ và quan tâm hơn đến vấn đề quan trọng này. Điều này được thể hiện trong các văn bản quy phạm pháp luật, chính sách được Đảng và Nhà nước ban hành thời gian gần đây.

Tại Chỉ thị số 27/CT-TU ngày 16 tháng 10 năm 2008 về lãnh đạo thực hiện cuộc tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2009, Ban Bí thư Trung ương Đảng đã yêu cầu “chú ý bảo mật thông tin theo quy định của pháp luật, nhất là bảo mật thông tin cá nhân...”.

Trên góc độ pháp luật dân sự, Bộ Luật dân sự được Quốc hội thông qua tháng 6 năm 2005 đã đưa ra một số nguyên tắc về bảo vệ thông tin cá nhân tại Điều 31 “Quyền của cá nhân đối với hình ảnh” và Điều 38 “Quyền bí mật đời tư”. Luật Giao dịch điện tử năm 2005 đã dành một điều (Điều 46) để quy định chung về bảo mật thông tin trong giao dịch điện tử. Luật Công nghệ thông tin đã có những quy định rõ ràng, cụ thể hơn về trách nhiệm đối với việc thu thập, xử lý, sử dụng, lưu trữ thông tin cá nhân của người khác trên môi trường mạng tại các Điều 21, Điều 22. Tuy nhiên, các quy định này vẫn chưa đầy đủ và chưa tập trung vào vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và không quy định rõ quyền của chủ thể thông tin cá nhân.

Ngày 10 tháng 4 năm 2007, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 63/2007/NĐ-CP quy định hành vi vi phạm, hình thức, mức xử phạt và thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin. Nghị định này đã đưa ra hình thức phạt, mức phạt đối với một số hành vi vi phạm các quy định về thu thập, xử lý, sử dụng, lưu trữ, trao đổi, bảo vệ thông tin cá nhân của người khác trên môi trường mạng.

Ngày 21 tháng 7 năm 2008, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử. Bên cạnh các quy định điều chỉnh việc giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử, Thông tư 09/2008/TT-BCT cũng đưa ra một số quy định chung về những thông tin cần được cung cấp nhằm bảo vệ lợi ích tối thiểu cho khách hàng, trong đó có các yêu cầu mà chủ sở hữu website thương mại điện tử phải tuân thủ khi thu thập và sử dụng thông tin cá nhân của khách hàng.

Ngày 15 tháng 11 năm 2010, Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Thông tư số 25/2010/TT-BTTTT quy định về việc thu thập, sử dụng, chia sẻ, đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin cá nhân trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Quốc hội thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010 cũng đã dành một điều (Điều 6) để quy định về quyền của người tiêu dùng được đảm bảo an toàn, bí mật thông tin cá nhân; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với việc thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin cá nhân.

III. THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI VÀ ỨNG DỤNG TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN

1. Nhu cầu về dịch vụ tiếp thị trực tuyến

Theo một nghiên cứu về xu hướng sử dụng Internet tại thị trường Việt Nam do Tập đoàn Yahoo! công bố ngày 20 tháng 05 năm 2010, xu hướng đọc báo điện tử đang dần trở nên phổ biến đối với người dân Việt Nam. Số người sử dụng Internet để đọc tin tức trực tuyến đã tăng từ 89% trong năm 2008 lên 97% trong năm 2009. Đọc tin tức trực tuyến hiện là hoạt động phổ biến nhất ở tất cả các nhóm tuổi và giới tính.

Dưới đây là một số kết quả quan trọng khác trong cuộc nghiên cứu:

- Xu hướng truy cập Internet tại gia đình đã tăng từ 66% năm 2008 lên 71% năm 2009 để trở thành hình thức truy cập Internet phổ biến nhất;
- Tỷ lệ truy cập từ Internet cafe đã giảm từ 53% năm 2008 xuống còn 42% năm 2009;
- Với việc bùng nổ công nghệ 3G tại thị trường VN trong thời gian gần đây, số lượng người truy cập Internet bằng điện thoại đã tăng đột biến. Cụ thể chỉ trong vòng mấy tháng đầu năm 2010, số lượng người sử dụng 3G đã tăng gấp ba lần so với cuối năm 2009;
- Số lượng người mua hàng qua mạng cũng đã tăng từ 4% năm 2008 lên 11% năm 2009;
- Các mạng xã hội tiếp tục phát triển mạnh tại Việt Nam. Trong đó, hoạt động chia sẻ nội dung và tham gia các diễn đàn trực tuyến hiện đang là hình thức hoạt động phổ biến.

Một cuộc khảo sát khác do Yahoo! và Công ty nghiên cứu truyền thông TNS tiến hành với 1.200 người tuổi trên 15 cho thấy có đến 30% người sử dụng Internet vào các trang web xem banner quảng cáo. Quảng cáo trực tuyến của các sản phẩm như điện thoại di động, máy tính, máy in, xe máy... thu hút nhiều lượt truy cập của người sử dụng.

Bảng IV.1: Tỷ lệ các loại quảng cáo trên Internet được người dùng vào xem

Loại quảng cáo	Nam	Nữ	Trung bình
Điện thoại di động	29,1%	23,3%	26,5%
Máy tính/máy in	22,3%	8,6%	16,2%
Xe máy	16,4%	8,7%	13,0%
VCD/DVD Movies	13,0%	12,2%	12,7%
Giày dép	8,4%	16,6%	12,0%
Xe hơi	13,5%	4,3%	9,4%
Sức khỏe	4,9%	12,0%	8,1%
Chăm sóc tóc	2,2%	15,2%	8,0%
Chăm sóc da	2,6%	14,6%	7,9%
Dầu thơm/nước hoa	4,2%	9,9%	6,7%
Ngân hàng trực tuyến	6,4%	4,3%	5,5%
Đồ thể thao	6,6%	2,9%	5,0%

Nguồn: Công ty nghiên cứu truyền thông TNS

Trong các năm vừa qua, Internet Việt Nam đã có sự phát triển rất nhanh chóng. Số lượng người sử dụng Internet đạt trên 26,7 triệu người vào tháng 12 năm 2010, chiếm 31,1% dân số và tăng 9,2 lần so với cùng kỳ năm 2005. Số lượng người sử dụng Internet không ngừng gia tăng và các xu hướng sử dụng Internet tại Việt Nam cho thấy tiếp thị qua Internet sẽ trở thành một trong những xu hướng chiến lược trong việc quảng bá thương hiệu, sản phẩm để các doanh nghiệp cạnh tranh với đối thủ, duy trì, mở rộng, phát triển thị trường.

Trong thời gian gần đây, nhiều doanh nghiệp cũng đã triển khai các hoạt động tiếp thị trực tuyến khá thành công như chương trình quảng cáo trực tuyến “Dutch Lady - Ngày của mẹ”, “Tìm em nơi đâu” của Close up, “Happiness Factory” của Coca-Cola, v.v... Những thành công này đã có tác dụng khuyến khích doanh nghiệp vận dụng nhiều hơn phương thức tiếp thị, quảng cáo trực tuyến trong kế hoạch kinh doanh sắp tới của mình.

Bên cạnh đó, sự phát triển của hạ tầng công nghệ và thương mại điện tử, sự hoàn thiện của hệ thống thanh toán và sự gia tăng của hoạt động mua bán trên mạng sẽ tạo nền tảng thúc đẩy sự phát triển của quảng cáo trực tuyến. Do đó, trong thời gian tới, nhu cầu quảng cáo trực tuyến của doanh nghiệp Việt Nam sẽ ngày càng tăng. Để đáp ứng tốt nhu cầu này, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ quảng cáo trực tuyến cần nâng cao chất lượng, giới thiệu các công nghệ mới, đầu tư cho công cụ đo hiệu quả quảng cáo để khách hàng có thể theo dõi hiệu quả khai thác dịch vụ thông qua các báo cáo chính xác và khách quan.

2. Thực trạng cung cấp dịch vụ

Phần I của chương đã đề cập tới bảy giải pháp cơ bản của tiếp thị trực tuyến. Tuy nhiên, tại thị trường Việt Nam trong thời gian vừa qua, chỉ có một số giải pháp được triển khai một cách phổ biến và có thể chia thành các nhóm bao gồm: Nhóm 1 - website, SEO, quảng cáo qua thư điện tử (email marketing), tin nhắn quảng cáo qua điện thoại di động (SMS); nhóm 2 - mạng xã hội; và nhóm 3 - quảng cáo trực tuyến.

2.1. Website, SEO, email marketing, SMS

Chỉ cần gõ cụm từ “thiết kế website” tại địa chỉ tìm kiếm Google sẽ có được 27.700.000 kết quả mà tại đó danh sách các công ty cung cấp dịch vụ xây dựng website với nhiều tính năng được đăng tải cụ thể, chi tiết. Thiết kế website cho doanh nghiệp đã trở thành một ngành kinh doanh khá sôi động và thu hút nhiều đối tượng doanh nghiệp tham gia cung cấp dịch vụ. Điều này cho thấy các doanh nghiệp đã nhận thức rõ hiệu quả của việc quảng bá hình ảnh, sản phẩm qua website.

Cùng với sự ra đời của phiên bản Google tiếng Việt vào năm 2003 và dịch vụ Yahoo search phiên bản tiếng Việt năm 2005, các doanh nghiệp công nghệ thông tin và thương mại điện tử đã nghiên cứu nghiêm túc để triển khai thêm tính năng SEO tại website cho doanh nghiệp nhằm tăng khả năng tìm kiếm, kết nối giữa doanh nghiệp và khách hàng.

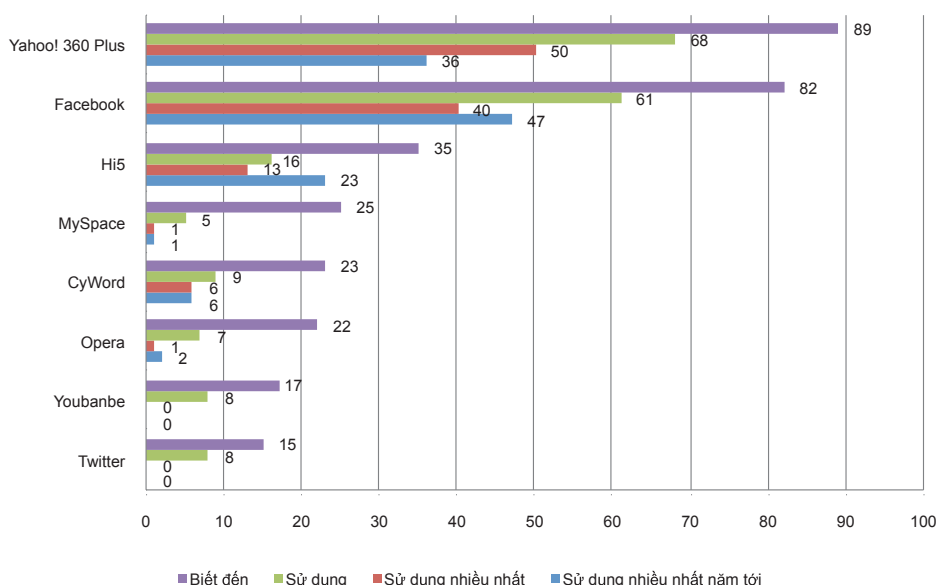
Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác được ban hành đã tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho việc quảng cáo qua thư điện tử và tin nhắn điện thoại di động. Việc nhận được email và tin nhắn quảng cáo đã trở nên khá phổ biến.

2.2. Quảng cáo trên mạng xã hội

Với các ưu điểm của quảng cáo trực tuyến như không bị giới hạn về không gian và thời gian, chi phí hợp lý, dễ xác định phân khúc khách hàng mục tiêu,... cộng thêm các ưu điểm đặc biệt của mạng xã hội về tính tương tác cao, hiệu ứng lan truyền theo cấp số nhân, quảng cáo trên mạng xã hội đang ngày càng thu hút sự quan tâm của doanh nghiệp.

Quảng cáo trên mạng xã hội là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình truyền, giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ, doanh nghiệp hay ý tưởng... của doanh nghiệp (hoặc cá nhân kinh doanh) tới người tiêu dùng thông qua môi trường mạng xã hội. Hiện nay, có hai hình thức quảng cáo chính trên các mạng xã hội tại Việt Nam là quảng cáo hiển thị và quảng cáo tương tác.

Hình IV.2: Các mạng xã hội được ưa chuộng nhất Việt Nam thời kỳ hậu Yahoo!360



Nguồn: FTA Viettrack 09/2009

Có thể nói, quảng cáo trên mạng xã hội là một hình thức mới mẻ và còn chiếm thị phần nhỏ tại thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, những ưu điểm của quảng cáo trên mạng xã hội cùng những thành công của nhiều doanh nghiệp khi thử nghiệm hình thức quảng cáo này đã khiến cho quảng cáo trên mạng xã hội trở thành một hiện tượng được chú ý. Khi các mạng xã hội đã trở nên phổ biến, xu hướng quảng cáo trên mạng xã hội tại Việt Nam sẽ còn phát triển mạnh mẽ hơn nữa, đòi hỏi sự nghiên cứu và đầu tư nghiêm túc của doanh nghiệp để tối ưu hóa chiến lược quảng cáo của mình. Quảng cáo trên mạng xã hội sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển của quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam trong tương lai.

2.3. Quảng cáo trên báo điện tử

Thế giới đã và đang chứng kiến sự phát triển nhanh chóng và mạnh mẽ của báo điện tử nói riêng và các phương tiện truyền thông trực tuyến nói chung so với các phương tiện báo chí truyền thống khác như báo in, phát thanh, truyền hình. Báo điện tử có sự tổng hợp của công nghệ đa

phương tiện, nghĩa là không chỉ văn bản, hình ảnh mà cả âm thanh, hình ảnh động và các tính năng tương tác khác. Đồng thời, nhờ tích hợp công cụ tìm kiếm thông tin khoa học và hiệu quả, người đọc dễ dàng tìm kiếm thông tin. Với những ưu thế này, báo điện tử đang trở thành kênh truyền thông được nhiều người lựa chọn.

Theo số liệu của Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến thời điểm này cả nước có 32 báo điện tử được cấp phép. Tờ báo điện tử đầu tiên mở đường cho một loại hình báo chí mới hình thành ở Việt Nam là tạp chí Quê hương (tạp chí của Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài). Ngay sau đó, hàng loạt các cơ quan báo chí đã tiến hành thử nghiệm và lần lượt xuất bản ấn phẩm của mình trên Internet như Báo Nhân dân, Đài tiếng nói Việt Nam, Đài truyền hình Việt Nam. Đến nay, hầu hết các tờ báo lớn như Tiền Phong, Lao Động, Thanh niên, Tuổi trẻ, Thông tấn xã Việt Nam... đều đã có phiên bản điện tử. Những tờ báo mạng điện tử độc lập của Việt Nam cũng lần lượt xuất hiện. Đầu tiên là tờ Tin nhanh Việt Nam (vnexpress.net) ra mắt độc giả, tiếp đến là VietNamNet và VnMedia.

Với sự phát triển nhanh chóng của loại hình báo điện tử và số lượng người truy cập Internet để đọc tin tức ngày càng lớn, quảng cáo trực tuyến trên các báo điện tử ở Việt Nam trong thời gian qua cũng có bước phát triển tích cực. Tuy nhiên, phần lớn thị phần quảng cáo trực tuyến ở Việt Nam đều thuộc về một vài tờ báo điện tử có đông người truy cập như VnExpress, VietnamNet, Dantri. Với các báo in có trang tin điện tử thì quảng cáo trên báo điện tử vẫn còn hạn chế.

Tại Việt Nam, hình thức quảng cáo phổ biến trên báo điện tử là đặt banner, logo, hoặc pop-up. Các dạng quảng cáo như qua từ khóa, quảng cáo theo ngữ cảnh, theo hành vi... còn là những khái niệm mới mẻ. Hiện nay cũng chưa có một chuẩn nào đối với các mẫu thiết kế cho quảng cáo trực tuyến (kích thước, vị trí, v.v...). Điều này khiến doanh nghiệp mất thêm nhiều thời gian và chi phí khi tiến hành quảng cáo tại các website khác nhau. Điển hình như vnexpress.net, dantri.com, nếu tính sơ bộ thì chỉ riêng trang chủ mỗi ngày có hơn 20 banner được đặt dưới đủ mọi hình thức. Các cách thức quảng cáo để lôi kéo người xem click vào các banner cũng ngày một đa dạng hơn.

Tuy nhiên, tương tự hình thức sử dụng banner quảng cáo trên mạng xã hội, hiện nay trên các trang báo xuất hiện quá nhiều banner gây tác dụng phản cảm đối với độc giả. Việc sắp đặt các banner nhiều màu sắc cạnh nhau phá hỏng sự hài hòa và mang lại cảm giác rối mắt cho người xem.

Quảng cáo trực tuyến có nhiều ưu điểm so với quảng cáo thông thường như: rẻ, có khả năng thống kê phân tích thông tin, dễ triển khai, v.v... Tuy nhiên quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam chưa phát huy được thế mạnh vốn có do một số nguyên nhân:

- Các tờ báo điện tử tự đưa ra các chuẩn về kích cỡ ô quảng cáo (banner) và định dạng (format). Các đơn vị đi quảng cáo thường gặp khó khăn và tốn kém trong việc phải thiết kế nhiều banner và nhiều định dạng nếu muốn quảng cáo trên nhiều kênh. Thời gian triển khai do đó cũng bị kéo dài;
- Không có thông tin chính xác dẫn đến những đầu tư không hiệu quả;
- Nhiều kích cỡ banner và định dạng còn dẫn đến những khó khăn trong việc thu thập thống kê và phân tích hiệu quả quảng cáo;

- Các thông tin giúp nâng cao nhận thức về quảng cáo trực tuyến phần lớn do các đơn vị đi chào quảng cáo là các tờ báo điện tử đưa ra, do đó kém tính thuyết phục đối với doanh nghiệp và hiệu quả truyền truyền không cao.

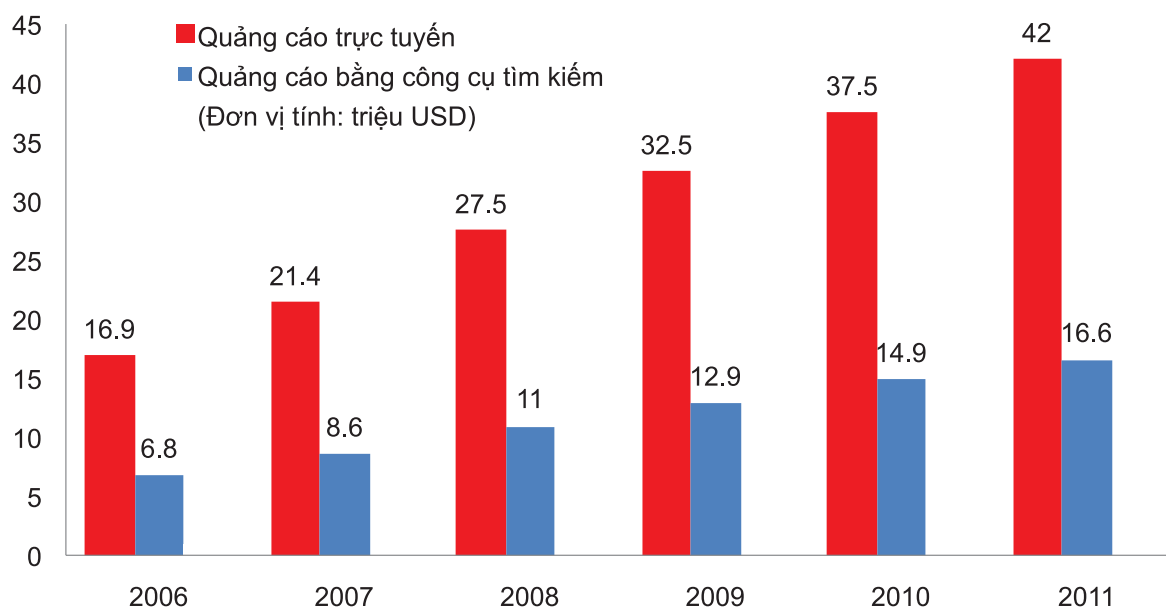
Những nguyên nhân này không chỉ ảnh hưởng đến các tờ báo điện tử về nguồn thu, mà còn ảnh hưởng đến chính các doanh nghiệp đi quảng cáo vì không tận dụng kênh tiếp thị hiệu quả để giúp phát triển doanh nghiệp. Đã đến lúc lĩnh vực này cần đến một đơn vị trung gian đo kiểm kết quả truy cập và hiệu quả thông tin trên từng trang quảng cáo trực tuyến một cách chính xác và kịp thời để hỗ trợ thông tin cho bạn đọc và giúp các doanh nghiệp dễ dàng ra quyết định khi đặt quảng cáo.

3. Thực trạng ứng dụng dịch vụ

Theo nghiên cứu gần đây của Yahoo và Nielsen, chi tiêu cho quảng cáo trực tuyến ở khu vực Đông Nam Á sẽ đạt 200 triệu USD vào năm 2010 và đạt tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong năm tới. Cuộc khảo sát được thực hiện tại năm quốc gia bao gồm Singapore, Malaysia, Indonesia, Thái Lan và Việt Nam nhằm đưa ra dự báo về chỉ tiêu cho quảng cáo hiển thị và tìm kiếm (SEO) trong hai năm tới (Theo Marketing Interactive 2/2009).

Theo nghiên cứu nói trên, doanh số quảng cáo trên Internet tại Việt Nam trong giai đoạn 2006-2010 có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm đạt khoảng 24,2%. Doanh số quảng cáo trên Internet năm 2010 ước đạt 52,4 triệu USD, tăng 121% so với năm 2006. Quảng cáo trực tuyến là hình thức được các doanh nghiệp ưa chuộng hơn với khoảng 71,5% doanh thu, quảng cáo bằng công cụ tìm kiếm chiếm 28,5%. Các xu hướng trên được dự báo sẽ tiếp tục trong năm 2011, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng có thể giảm do tình hình kinh tế khó khăn.

Hình IV.3: Doanh số quảng cáo trên Internet tại Việt Nam 2006 - 2011



Nguồn: Marketing Interactive 2/2009

Ngoài các kênh quảng cáo chính trên Internet như trên, doanh nghiệp cũng tỏ ra khá nhạy bén với việc ứng dụng các kênh truyền thông mới để tiến hành tiếp thị. Pepsi là một doanh nghiệp điển hình ứng dụng công nghệ microsite trong chiến dịch quảng bá sản phẩm mới của mình.

Hộp IV.6: Chiến dịch quảng cáo Pepsi Tứ linh Tết Kỷ Sửu

Theo một nghiên cứu của TNS, năm 2007, doanh số bán hàng của các mặt hàng nước ngọt tăng trưởng 328% trong dịp Tết âm lịch so với thời gian trước đó. Thêm vào đó, “tiếp thị văn hóa”- xu hướng tiếp thị kết hợp với các yếu tố văn hóa truyền thống đang ngày càng trở nên phổ biến ở Việt Nam. Tất cả những điều đó là lý do để nhãn hàng Pepsi tung ra chiến dịch marketing “Khám phá Tết cực độc đáo với Pepsi Tứ linh”, trong đó trung tâm là các hoạt động marketing trực tuyến.

Thực hiện chiến dịch

Để thực hiện chương trình này, nhãn hàng bắt đầu bằng việc khởi tạo một microsite là một trang phụ của trang pepsiworld.com.vn. Sau đó, các hoạt động quảng bá cho chiến dịch đều có đường link dẫn đến microsite bao gồm: đặt banner và rich media banner. Các kênh truyền thông được lựa chọn để quảng bá tập trung chủ yếu là các trang báo điện tử, các trang web âm nhạc, các mạng xã hội dành cho giới trẻ, bao gồm kênh14.vn, mp3.zing.vn, anhso.net, ngoisao.net, yeal1.com.vn, vnexpress.net...

Đánh giá kết quả

Chiến dịch quảng bá đã thành công rực rỡ thể hiện ở việc thu hút được hơn 120.000 lượt người ghé thăm microsite, trong đó hơn 82% là khách mới. Sau một tháng khởi động chiến dịch, số lượt xem các banner rich media là hơn 22 triệu lượt với khoảng bốn triệu người xem, tương đương với số tần suất là 6 lần xem/người sử dụng. Tỷ lệ số người xem mẫu quảng cáo rich media nhấn vào đường link đến microsite (CTR) cao hơn so với tỷ lệ này ở các mẫu banner thông thường.

Kết quả hoạt động của microsite trong thời gian diễn ra chiến dịch

- Tổng số phiên truy cập: 154.719
- Lượt truy cập: 506.400
- Số trang xem trong một phiên truy cập: 3,27
- Tỷ lệ người dùng chỉ truy cập vào trang đầu tiên: 67,81%
- Thời gian lưu lại trung bình: 2'51"
- Tỷ lệ người mới ghé thăm: 82,28%

Những con số trên đây cho thấy chiến dịch marketing trực tuyến của Pepsi trong dịp Tết Kỷ Sửu đã thành công rực rỡ. Song đằng sau thành công này không thể không nhắc đến các hoạt động marketing truyền thống rầm rộ mà nhãn hàng tiến hành. Điều đó cho thấy, việc tích hợp các công cụ truyền thống và hiện đại là một tất yếu đối với các nhãn hàng muốn tạo ra sự cộng hưởng mạnh mẽ trên con đường chinh phục khách hàng mục tiêu.

Nguồn: Tạp chí Marketing Việt Nam, số 4-2009, trang 37

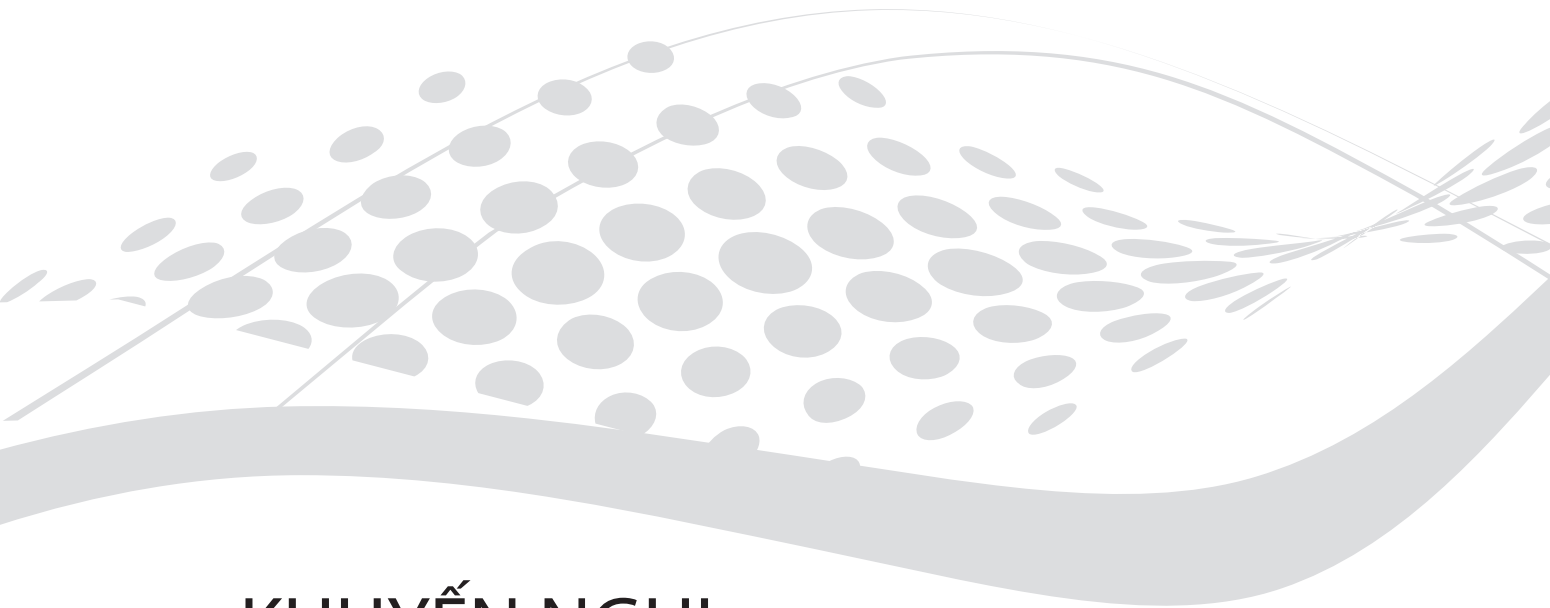
Các doanh nghiệp, cá nhân cũng quan tâm và đẩy mạnh việc quảng bá thương hiệu thông qua mạng xã hội. Quảng cáo hiển thị (đặc biệt là hiển thị banner) là hình thức quảng cáo được sử dụng rộng rãi nhất trên các mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay. Đây là hình thức quảng cáo đơn giản, tiết kiệm thời gian quản lý và mang lại hiệu quả cao nhờ khả năng hiển thị thông điệp quảng cáo khá tốt. Điển hình, Samsung đã thực hiện các chiến dịch quảng cáo nhắm vào đối tượng là những người trẻ sử dụng mạng xã hội Facebook. Thương hiệu này đã liên tục xuất hiện trên Facebook cho mỗi chiến dịch quảng cáo sản phẩm mới cùng nhiều hình thức khuyến mãi hấp dẫn.

Diễn đàn là nơi chứng kiến mô hình quảng cáo tương tác đầu tiên ở Việt Nam, với một số diễn đàn nổi bật như www.muare.vn, www.5giay.vn, webtretho.com, enbac.com, v.v... Doanh nghiệp hoặc cá nhân có thể lập chủ đề (topic) để bán hàng hoặc quảng cáo dịch vụ của mình và trực tiếp trao đổi, giao lưu với khách hàng trên topic. Việc lập các topic để quảng cáo hay giới thiệu sản phẩm hoàn toàn miễn phí, nhưng các topic này sẽ bị đẩy lùi xuống các trang sau mỗi khi có các chủ đề mới được lập ra hoặc khi các chủ đề cũ có những bài viết mới. Từ đó nảy sinh nhu cầu sở hữu các “topic dính”. Đó là topic luôn nằm cố định ở khu vực riêng đầu trang 1 của các chuyên mục nên hiệu quả quảng cáo cũng lớn hơn rất nhiều. Hiện nay, nhu cầu lưu thông tin quảng cáo sử dụng topic dính tại các diễn đàn đang rất cao, nhất là các diễn đàn lớn có số lượng truy cập cao.

Muare.vn là một trong những website có hoạt động đấu giá “topic dính” nhộn nhịp nhất vì số lượng thành viên cũng như khách truy cập luôn lên đến con số hàng nghìn. Bắt đầu từ tháng 8/2008, khi nhu cầu sở hữu topic dính tăng cao, ban quản trị website muare.vn quyết định tổ chức đấu giá công khai các topic dính trên diễn đàn này. Hoạt động đấu giá này diễn ra hai tháng một lần, mỗi lần kéo dài 24h, từ 12h trưa hôm trước đến 12h trưa hôm sau, với thủ tục để tham gia đấu giá tương đối đơn giản.

Một số diễn đàn như 5giay.vn, webtretho.com, v.v... không áp dụng hình thức đấu giá như muare.vn mà có mức giá cố định cho “topic dính” được gắn cố định ở vị trí đầu tiên của mỗi chuyên trang với mức giá đa dạng tùy theo từng chuyên mục. Các diễn đàn này cũng đang thu hút một lượng khách hàng lớn có nhu cầu quảng bá thương hiệu.

Tiếp thị trực tuyến đang phát triển một cách nhanh chóng và đa dạng về cả hình thức cũng như phương pháp ứng dụng và triển khai. Cùng với sự tiến bộ ngày càng nhanh của công nghệ thông tin và thương mại điện tử, các hình thức tiếp thị trực tuyến sẽ trở thành xu hướng tất yếu trong tương lai với các doanh nghiệp muốn gây dựng thương hiệu, quảng bá hàng hóa và dịch vụ. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả cao nhất doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ giữa tiếp thị truyền thống và tiếp thị trực tuyến nhằm khai thác được thế mạnh riêng của từng hình thức.



KHUYẾN NGHỊ

Đến hết năm 2010, sau 5 năm thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010, thương mại điện tử Việt Nam đã khẳng định được vị trí và vai trò không thể thiếu của mình trong hoạt động của các doanh nghiệp, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp và của đất nước trong bối cảnh hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng.

Để phát huy những thành quả đạt được của Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010, tiếp tục có những giải pháp phù hợp thúc đẩy thương mại điện tử trong thời gian tới, ngày 12 tháng 7 năm 2010 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1073/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011-2015.

Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 5 năm lần thứ hai tập trung vào việc triển khai một số nhóm giải pháp cụ thể để đạt được mục tiêu tổng quát: “đưa TMĐT trở thành hoạt động phổ biến và đạt mức tiên tiến trong khu vực ASEAN, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước”.

Để đạt được mục tiêu nói trên, các cơ quan quản lý nhà nước cần triển khai thực hiện tốt những giải pháp đề ra tại Kế hoạch tổng thể. Bên cạnh đó, doanh nghiệp, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và đặc biệt là người tiêu dùng cũng cần chủ động, tích cực tham gia các ứng dụng thương mại điện tử. Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2010 xin đề xuất một số biện pháp cần tập trung thực hiện trong thời gian tới, cụ thể như sau:

I. ĐỐI VỚI CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

1. Nhanh chóng triển khai việc xây dựng và phê duyệt kế hoạch phát triển TMĐT của Bộ ngành, địa phương

Tại Điều 2 của Quyết định số 1073/QĐ-TTg ngày 12/7/2010, Thủ tướng Chính phủ đã giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức triển khai thực hiện Quyết định; các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng và tổ chức thẩm định, phê duyệt, bố trí ngân sách theo phân cấp hiện hành để triển khai kế hoạch phát triển thương mại điện tử của Bộ, cơ quan, địa phương mình giai đoạn 2011-2015.

Để triển khai có hiệu quả, đồng bộ trên cả nước Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2011-2015, trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn được giao, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương cần nhanh chóng xây dựng, phê duyệt và tổ chức triển khai kế hoạch phát triển thương mại điện tử của Bộ, cơ quan, địa phương mình giai đoạn 2011-2015.

2. Tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến về TMĐT

Trong giai đoạn 5 năm 2006-2010, hoạt động tuyên truyền, phổ biến về thương mại điện tử đã được các cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan thông tin đại chúng tổ chức triển khai mạnh mẽ.

Tuy vậy, đến nay nhận thức về thương mại điện tử của người dân vẫn còn thấp và giao dịch thương mại điện tử vẫn còn là một hình thức mới mẻ đối với phần lớn người tiêu dùng.

Do đó, trong thời gian tới, đặc biệt là trong các năm đầu triển khai Kế hoạch tổng thể giai đoạn 2011-2015, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan liên quan và các doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền phổ biến về thương mại điện tử. Nội dung tuyên truyền phổ biến cần đi sâu vào lợi ích của việc tham gia giao dịch thương mại điện tử như: nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm, v.v. . .

3. Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng các mô hình thương mại điện tử phù hợp

Kết quả điều tra của Bộ Công Thương cho thấy, đến hết năm 2010 hầu hết các doanh nghiệp trong cả nước đã triển khai ứng dụng thương mại điện tử ở các mức độ khác nhau. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp ứng dụng sâu thương mại điện tử, đặc biệt doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp ở vùng sâu, vùng xa còn thấp.

Do đó, cơ quan quản lý chuyên ngành về thương mại điện tử cần nghiên cứu, phối hợp với các cơ quan hữu quan xây dựng và triển khai các chương trình, đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng mô hình thương mại điện tử phù hợp cho từng loại hình và quy mô doanh nghiệp.

Ngoài ra, để hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tìm kiếm, ổn định, mở rộng khách hàng, thị trường cho sản phẩm của mình, các cơ quan hữu quan như Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các hiệp hội ngành hàng, . . . cần tiếp tục đẩy mạnh hoạt động cung cấp thông tin thị trường trên Internet.

Việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến cũng góp phần giúp doanh nghiệp giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh, v.v. . . Trong giai đoạn 2006-2010, các cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương và địa phương đã triển khai cung cấp trực tuyến nhiều dịch vụ công liên quan tới sản xuất kinh doanh, mang lại hiệu quả thiết thực. Trong giai đoạn 2011-2015 cần đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động này, coi đây là một giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và nền kinh tế.

4. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến TMĐT

Đến hết năm 2010, khung pháp lý cơ bản về thương mại điện tử đã hình thành, tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển. Từng được đánh giá là một trong các trở ngại lớn nhất trong giai đoạn 2005-2007, đến năm 2010 vấn đề môi trường pháp lý đã được doanh nghiệp đánh giá là trở ngại thấp nhất đối với việc ứng dụng thương mại điện tử.

Tuy nhiên, để tạo môi trường thực sự thuận lợi cho sự phát triển của thương mại điện tử, trong thời gian tới cần tiếp tục hoàn thiện, bổ sung các văn bản nhằm đảm bảo toàn bộ hệ thống pháp luật được định hướng theo chuẩn mực chung là hỗ trợ cho giao dịch thương mại điện tử, phù hợp với thông lệ quốc tế và các cam kết hội nhập của Việt Nam. Trong đó cần tập trung vào hoàn thiện các loại văn bản quy phạm pháp luật quy định chi tiết giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, ngành nghề kinh doanh thương mại điện tử, ưu đãi thuế cho giao dịch thương mại điện tử, bảo vệ người tiêu dùng, giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong thương mại điện tử.

II. ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP

1. Tăng cường ứng dụng thương mại điện tử để nâng cao hiệu quả kinh doanh

Kết quả điều tra, khảo sát của Bộ Công Thương trong các năm vừa qua cho thấy hiệu quả ứng dụng thương mại điện tử đối với doanh nghiệp là rất rõ ràng và thương mại điện tử đã trở thành một nhân tố không thể thiếu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, phần lớn doanh nghiệp mới triển khai các ứng dụng ở mức cơ bản như trao đổi thư điện tử, quảng bá doanh nghiệp và sản phẩm qua website, tìm kiếm thông tin trên mạng, v.v... Tỷ lệ các doanh nghiệp ứng dụng sâu thương mại điện tử vẫn còn ở mức khiêm tốn.

Để thương mại điện tử thực sự trở thành công cụ giúp hoạt động kinh doanh có sự chuyển biến về chất, trong thời gian tới các doanh nghiệp cần chú trọng khai thác những tiện ích chuyên biệt của thương mại điện tử một cách phù hợp trong từng khâu của quy trình sản xuất kinh doanh.

Đối với hoạt động xúc tiến thương mại, doanh nghiệp có thể sử dụng các hình thức quảng bá, tiếp thị thông qua những kênh thương mại điện tử khác nhau như quảng cáo trực tuyến trên các báo điện tử, tối ưu hóa sự hiện diện trên các website tìm kiếm nổi tiếng, tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử có uy tín hoặc tự xây dựng website riêng, v.v...

Trong quản trị hoạt động, doanh nghiệp cần đẩy mạnh đầu tư ứng dụng thương mại điện tử để tối ưu hóa quy trình sản xuất kinh doanh, đặc biệt là cần đầu tư cho các phần mềm chuyên dụng như quản lý quan hệ khách hàng, quản trị chuỗi cung ứng, quản trị tài nguyên doanh nghiệp, v.v...

Ngoài ra, doanh nghiệp cần tích cực tìm hiểu và tham gia sử dụng các dịch vụ công trực tuyến do các cơ quan quản lý nhà nước cung cấp để giảm bớt chi phí kinh doanh.

2. Nâng cao nhận thức về vấn đề an toàn thông tin trong TMĐT

Với sự phát triển mạnh mẽ của ứng dụng CNTT và TMĐT trong hoạt động sản xuất kinh doanh, các vụ việc liên quan đến sử dụng công nghệ cao để đánh cắp, lừa đảo lấy thông tin có giá trị hoặc tài sản của doanh nghiệp và người tiêu dùng xảy ra ngày càng nhiều. Các doanh nghiệp tham gia cuộc khảo sát của Bộ Công Thương năm 2010 đã đánh giá vấn đề an toàn thông tin mạng là trở ngại lớn thứ hai đối với sự phát triển của thương mại điện tử tại Việt Nam. Tuy nhiên, cũng theo khảo sát của Bộ Công Thương, việc bảo đảm an toàn an ninh thông tin chưa được các doanh nghiệp chú trọng.

Trong thời gian tới các doanh nghiệp cần quan tâm hơn nữa tới việc đầu tư bảo đảm an toàn an ninh cho các ứng dụng thương mại điện tử và cho hệ thống thông tin của doanh nghiệp mình. Trong đó cần đặc biệt lưu ý tới việc xây dựng và thực thi các quy chế liên quan tới việc sử dụng hệ thống thông tin của cơ quan, đầu tư mua sắm thiết bị và phần mềm bảo mật phù hợp, hướng dẫn người sử dụng thiết bị CNTT tuân thủ các quy tắc an toàn an ninh thông tin.

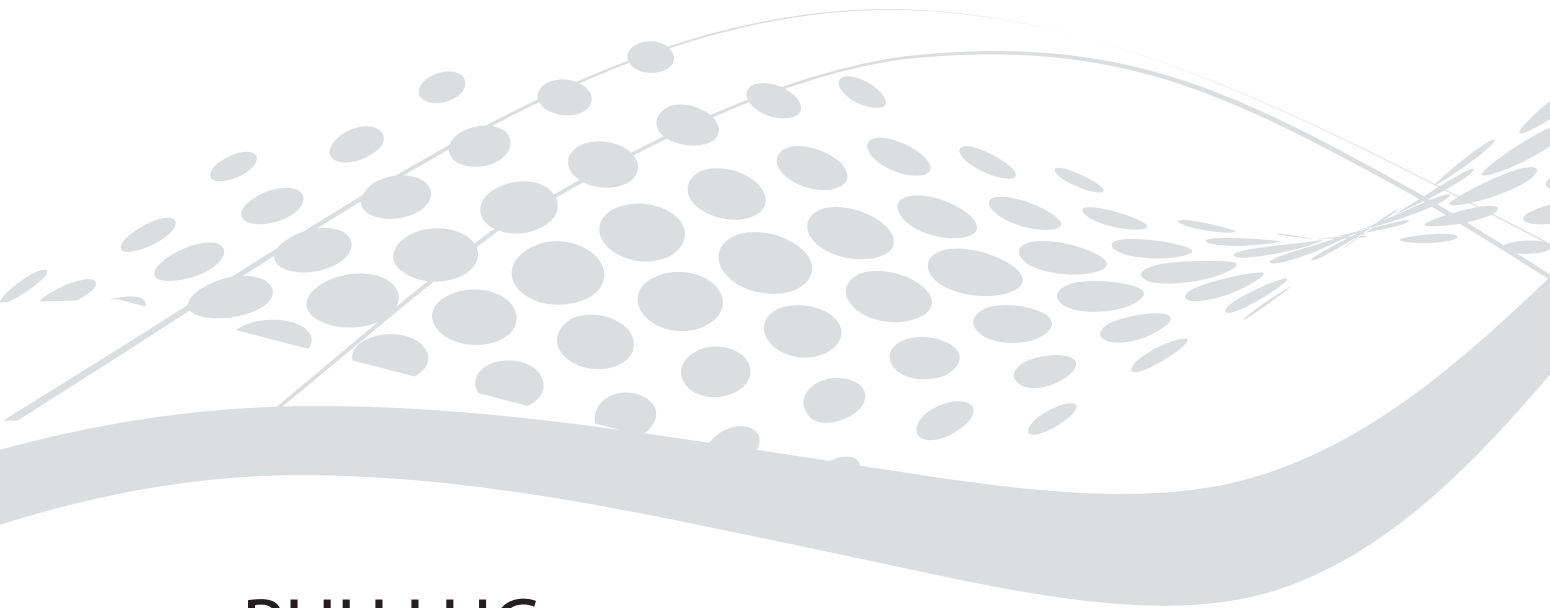
III. ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG

Sau 5 năm triển khai Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của Internet, nhiều doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau như vận tải, du lịch, bán lẻ,... đã triển khai phương thức bán hàng trực tuyến. Thanh toán trực tuyến

cũng từng bước phát triển, tạo thuận lợi cho hoạt động mua bán trên mạng. Giờ đây, thông qua Internet người tiêu dùng có thể mua nhiều loại hàng hóa và dịch vụ đa dạng, vừa tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại mà vẫn lựa chọn được sản phẩm cần mua với giá cả phù hợp.

Tuy nhiên, hiện nay việc mua sắm trực tuyến mới tập trung vào một bộ phận người tiêu dùng tại các đô thị lớn. Để hoạt động mua bán trực tuyến phát triển mạnh trong thời gian tới, người tiêu dùng cần mạnh dạn thực hiện việc mua sắm trên mạng đồng thời phổ biến, vận động người thân, bạn bè thực hiện hình thức mua bán này.

Trong giao dịch mua bán trực tuyến, để tối ưu hóa lợi ích mang lại người tiêu dùng cũng cần trang bị cho mình những kiến thức cơ bản như sự am hiểu về các quy định liên quan tới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, kỹ năng tìm kiếm và so sánh trên mạng, kỹ năng đánh giá website và độ tin cậy của thông tin, v.v... Khuyến nghị chung là chỉ nên mua hàng tại website của doanh nghiệp có uy tín, thực hiện thanh toán trực tuyến bằng những phương thức có tính năng bảo mật cao, thận trọng khi cung cấp các thông tin cá nhân để tránh bị lừa đảo làm mất thông tin.



PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

CÁC VĂN BẢN LIÊN QUAN TỚI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN GIAI ĐOẠN 2006-2010

I. CÁC CHÍNH SÁCH VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Ngày ban hành	Tên văn bản
	Các đề án, kế hoạch tổng thể trong lĩnh vực ứng dụng thương mại điện tử
29/07/2005	Quyết định số 191/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng CNTT phục vụ hội nhập và phát triển giai đoạn 2005-2010
15/09/2005	Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010
24/05/2006	Quyết định số 112/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng CP về việc phê duyệt Đề án phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020
06/12/2006	Chỉ thị số 14/2006/CT-BTM của Bộ TM về việc triển khai kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010
29/12/2006	Quyết định số 40/2006/QĐ-BTM của Bộ Thương mại về việc ban hành Kế hoạch tổng thể ứng dụng và phát triển CNTT ngành thương mại đến năm 2010
29/12/2006	Quyết định số 291/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 và định hướng đến năm 2020 tại Việt Nam
12/07/2010	Quyết định 1073/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011 - 2015
	Các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch tổng thể trong lĩnh vực CNTT và Truyền thông
09/09/2005	Quyết định số 219/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin đến năm 2010
06/10/2005	Quyết định số 246/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Chiến lược phát triển CNTT và truyền thông Việt Nam đến 2010 và định hướng đến năm 2020
07/02/2006	Quyết định số 32/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Quy hoạch phát triển Viễn thông và Internet Việt Nam đến năm 2010
12/04/2007	Quyết định số 51/2007/QĐ-TTg của Thủ tướng CP về việc phê duyệt Chương trình phát triển công nghiệp phần mềm Việt Nam đến năm 2010
23/04/2007	Quyết định số 55/2007/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt danh mục các ngành công nghiệp ưu tiên, ngành công nghiệp mũi nhọn giai đoạn 2007-2010, tầm nhìn đến năm 2020 và một số chính sách khuyến khích phát triển
03/05/2007	Quyết định số 56/2007/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt chương trình phát triển Công nghiệp nội dung số Việt Nam đến năm 2010
28/05/2007	Quyết định số 75/2007/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020

07/07/2007	Chỉ thị số 07/CT-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông về định hướng Chiến lược phát triển CNTT và Truyền thông Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 (gọi tắt là "Chiến lược Cất cánh")
26/10/2007	Quyết định số 05/2007/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông phê duyệt Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực CNTT Việt Nam đến năm 2020
24/03/2008	Quyết định số 43/2008/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Kế hoạch ứng dụng CNTT trong hoạt động của các cơ quan nhà nước năm 2008
31/03/2009	Quyết định 48/2009/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Kế hoạch ứng dụng CNTT trong hoạt động của cơ quan nhà nước giai đoạn 2009 - 2010
01/06/2009	Quyết định 698/QĐ-TTg của Thủ tướng CP về việc phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển nguồn nhân lực CNTT đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020
13/01/2010	Quyết định 63/QĐ-TTg của Thủ tướng CP phê duyệt Quy hoạch phát triển an toàn thông tin số quốc gia đến năm 2020
27/08/2010	Quyết định số 1605/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình quốc gia về ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước giai đoạn 2011 - 2015
22/09/2010	Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 22 tháng 9 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án "Đưa Việt Nam sớm trở thành nước mạnh về công nghệ thông tin và truyền thông"

II. CÁC VĂN BẢN LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Ngày ban hành	Tên văn bản
18/01/2006	Quyết định 04/2006/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước về việc ban hành Quy chế an toàn, bảo mật hệ thống công nghệ thông tin trong ngành Ngân hàng
23/03/2006	Chỉ thị 10/2006/CT-TTg về việc giảm văn bản giấy tờ hành chính trong hoạt động của các cơ quan hành chính nhà nước
28/04/2006	Quyết định 13/2006/QĐ-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam (VNCERT)
01/06/2006	Thông tư liên tịch số 60/2006/TTLT-BVHTT-BBCVT-BCA về quản lý trò chơi trực tuyến
29/06/2006	Thông tư số 03/2006/TT-BBCVT về xử phạt hành chính và khiếu nại, tố cáo về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và trò chơi trực tuyến
17/07/2006	Quyết định số 169/2006/QĐ-TTg quy định về việc đầu tư, mua sắm các sản phẩm công nghệ thông tin của các cơ quan, tổ chức sử dụng nguồn vốn ngân sách nhà nước
31/07/2006	Quyết định của Ngân hàng Nhà nước số 35/2006/QĐ-NHNN ban hành quy định về các nguyên tắc quản lý rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử
04/10/2006	Quyết định số 223/2006/QĐ-TTg sửa đổi quy định về việc đầu tư, mua sắm các sản phẩm công nghệ thông tin của các cơ quan, tổ chức sử dụng nguồn vốn ngân sách nhà nước
22/02/2007	Chỉ thị số 04/2007/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường bảo hộ quyền tác giả đối với chương trình máy tính
23/02/2007	Chỉ thị số 03/2007/CT-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông về việc tăng cường đảm bảo an ninh thông tin trên Internet
22/03/2007	Quyết định số 18/2007/QĐ-BTC của Bộ Tài chính về việc in, phát hành, sử dụng và quản lý vé máy bay điện tử
05/04/2007	Quyết định số 05/2007/QĐ-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông ban hành quy định về giải quyết khiếu nại và hướng dẫn giải quyết tranh chấp giữa người sử dụng dịch vụ với bên cung cấp dịch vụ bưu chính, chuyển phát, viễn thông và Internet

15/05/2007	Quyết định số 20/2007/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế phát hành, thanh toán, sử dụng và cung cấp dịch vụ hỗ trợ hoạt động thẻ ngân hàng
19/06/2007	Quyết định số 20/2007/QĐ-BBCVT của Bộ Bưu chính Viễn thông ban hành mẫu quy chế chứng thực chữ ký số
22/06/2007	Quyết định số 52/2007/QĐ-BTC của Bộ Tài chính ban hành Quy định về thí điểm thủ tục hải quan điện tử
25/06/2007	Quyết định số 706/2007/QĐ-BNV của Bộ Nội vụ cho phép thành lập Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam
03/07/2007	Quyết định số 32/2007/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước về hạn mức số dư đối với thẻ trả trước vô danh
30/07/2007	Quyết định số 18/2007/QĐ-BTM của Bộ Thương mại về việc ban hành Quy chế cấp chứng nhận xuất xứ điện tử
24/08/2007	Chỉ thị số 20/2007/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc trả lương qua tài khoản cho các đối tượng hưởng lương từ ngân sách nhà nước
25/09/2007	Quyết định số 1699/QĐ-TCHQ của Tổng cục Hải quan ban hành Quy trình thủ tục Hải quan điện tử
21/02/2008	Quyết định 04/2008/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước về việc ban hành Quy chế cấp phát, quản lý, sử dụng chữ ký số, chứng thư số và dịch vụ chứng thực chữ ký số của Ngân hàng Nhà nước
09/04/2008	Quyết định số 19/2008/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc ban hành Quy định áp dụng tiêu chuẩn về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước
09/04/2008	Quyết định số 20/2008/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về Ban hành Danh mục tiêu chuẩn về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước
22/05/2008	Công văn 1594/BTTTT-ÚDCNTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc hướng dẫn xây dựng Kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước giai đoạn 2009-2010
26/05/2008	Thông tư liên tịch 43/2008/TTLT-BTC-BTTTT của Bộ Tài chính và Bộ Thông tin truyền thông về hướng dẫn và sử dụng kinh phí chi ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước
13/06/2008	Quyết định 891/QĐ-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Trung tâm Chứng thực chữ ký số quốc gia
08/07/2008	Chỉ thị 05/2008/CT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về đẩy mạnh phát triển công nghiệp công nghệ thông tin Việt Nam
17/09/2008	Công văn 2967/BTTTT-Ttra của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc tăng cường ngăn chặn hack Online game và nhắn tin lừa đảo
15/10/2008	Quyết định 37/2008/QĐ-BCT của Bộ Công Thương về việc ban hành Hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử
29/10/2008	Quyết định 144/2008/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Chương trình điều tra thống kê quốc gia
31/10/2008	Quyết định 40/2008/QĐ-BCT của Bộ Công Thương về việc ban hành Quy chế quản lý, sử dụng chữ ký số, chứng thư số và dịch vụ chứng thực chữ ký số.
17/10/2008	Công văn số 3364/BTTTT-ÚDCNTT của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc hướng dẫn xác định giá trị phần mềm
14/04/2009	Công văn 578/HQHN-NV của Cục hải quan thành phố Hà Nội về thủ tục hải quan đối với phần mềm nhập khẩu qua mạng Internet
21/05/2009	Quyết định 2420/QĐ-BCT của Bộ Công Thương ban hành Kế hoạch cung cấp trực tuyến dịch vụ công do Bộ Công Thương quản lý

10/06/2009	Quyết định 594/QĐ-TCT của Tổng cục Thuế về việc ban hành Quy chế ứng dụng Công nghệ thông tin trong hoạt động của ngành Thuế
29/07/2009	Quyết định 1830/QĐ-BCT của Bộ Tài chính về việc thực hiện thí điểm người nộp thuế nộp hồ sơ khai thuế qua mạng Internet
30/07/2009	Chỉ thị số 04/CT-BTTTT về của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc tăng cường kiểm tra, giám sát và ngăn chặn tin nhắn rác trên mạng viễn thông di động
31/07/2009	Quyết định 884/QĐ-TCT của Tổng cục Thuế về việc ban hành Quy trình quản lý đăng ký và nộp hồ sơ khai thuế qua mạng Internet của người nộp thuế
25/11/2009	Thông tư 222/2009/TT-BTC Hướng dẫn thí điểm thủ tục hải quan điện tử
06/11/2009	Nghị định 102/2009/QĐ-CP về quản lý đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin sử dụng nguồn vốn ngân sách nhà nước.
12/08/2009	Quyết định 103/2009/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 149/2005/QĐ-TTg về việc thực hiện thí điểm thủ tục hải quan điện tử
09/11/2009	Quyết định 2222/NĐ-TCHQ quy trình tạm thời về thu nộp thuế hàng hóa xuất nhập khẩu qua ngân hàng bằng phương thức điện tử
14/12/2009	Thông tư liên tịch số 235/2009/TTLT/BTC-BGTVT-BTTTT Hướng dẫn việc trao đổi, cung cấp thông tin hải quan, thông tin về người nộp thuế trong lĩnh vực hải quan, thuế, giao thông vận tải, thông tin và truyền thông
31/12/2009	Quyết định 2869/QĐ-TCHQ ban hành quy định tạm thời về định dạng thông điệp dữ liệu điện tử trao đổi giữa các cơ quan Hải Quan và các bên liên quan.
31/12/2009	Quyết định 9138/QĐ-BGDĐT ban hành quy định tạm thời về sử dụng văn bản điện tử trong giao dịch văn bản quy phạm pháp luật và văn bản hành chính của Bộ Giáo dục và Đào tạo
01/03/2010	Thông tư 07/2010/TT-BGDĐT Quy định về tổ chức hoạt động sử dụng thư điện tử và thông tin điện tử của các cơ sở giáo dục Đại học
01/03/2010	Thông tư 08/2010/TT-BGDĐT quy định về sử dụng phần mềm tự do mã nguồn mở trong các cơ sở giáo dục do Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành
14/05/2010	Nghị định 51/2010/NĐ-CP quy định về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ
20/05/2010	Thông tư 22/2010/TT-BCT áp dụng giấy phép nhập khẩu tự động đối với một số sản phẩm thép

PHỤ LỤC 2

TỔNG KẾT TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI CÁC CHƯƠNG TRÌNH, DỰ ÁN CỦA KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2006-2010

I. Chương trình phổ biến, tuyên truyền và đào tạo về thương mại điện tử

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
1	Dự án phổ biến, tuyên truyền về thương mại điện tử cho cộng đồng doanh nghiệp	Giúp các doanh nghiệp biết tới lợi ích của thương mại điện tử và các điều kiện cần thiết để tham gia	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì, phối hợp với các hiệp hội, các tổ chức xúc tiến thương mại	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã tổ chức nhiều hội thảo chuyên đề và khóa đào tạo thương mại điện tử chuyên sâu cho doanh nghiệp. Phòng còn phối hợp với các Bộ ngành, địa phương xây dựng 5 sàn TMĐT cấp quốc gia và 15 sàn TMĐT địa phương để hỗ trợ doanh nghiệp tham gia ứng dụng thương mại điện tử, phục vụ xuất khẩu.
2	Dự án phổ biến, tuyên truyền về thương mại điện tử cho cán bộ lãnh đạo kinh tế ở Trung ương và địa phương	Cung cấp tri thức cơ bản về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử và vai trò, nhiệm vụ của các cơ quan nhà nước	Bộ Công Thương phối hợp với các Sở Công Thương	Từ năm 2006 - 2010, Bộ Công Thương đã phối hợp với các Sở Công Thương tổ chức hơn 200 khóa tập huấn thương mại điện tử cho cán bộ quản lý nhà nước và các doanh nghiệp tại hầu hết tỉnh thành trên cả nước.
3	Dự án phổ biến, tuyên truyền về thương mại điện tử cho người tiêu dùng, đặc biệt là thanh niên thành thị	Xây dựng tập quán mua sắm tiên tiến nhờ ứng dụng thương mại điện tử	Đài Truyền hình Việt Nam chủ trì, phối hợp với Đài Tiếng nói Việt Nam và các phương tiện thông tin đại chúng	Đài Truyền hình Việt Nam và Đài tiếng nói Việt Nam đã xây dựng các chuyên mục để phổ biến, tuyên truyền về TMĐT cho người tiêu dùng, điển hình là chuyên mục "Cuộc sống số" của VTV1, "7 ngày công nghệ" của VTV2, chuyên mục "Tin học và cuộc sống" và Diễn đàn khoa học công nghệ của VOV. Nhiều báo viết hiện nay đã có chuyên trang Công nghệ thông tin như báo Lao động, Sài Gòn Giải phóng, Thương mại, Thời báo Kinh tế Việt Nam và tạp chí Thế giới Vì tính. Các báo điện tử cũng tích cực phổ biến kiến thức thương mại điện tử cho khán giả thông qua các chuyên mục như Nhịp sống số (Tuổi trẻ online), Vì tính (Vnexpress), CNTT – Viễn thông (Vietnamnet), Sức mạnh số (Dantri), Công nghệ (Lao động), v.v...
4	Dự án đào tạo nguồn nhân lực về thương mại điện tử tại các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp và dạy nghề	Đào tạo chính quy các chuyên gia về thương mại điện tử và cán bộ có kiến thức cơ bản trong việc triển khai các hoạt động liên quan tới thương mại điện tử thuộc mọi lĩnh vực kinh tế	Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì, phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội	Hiện đã có 77 cơ sở đào tạo bậc đại học và cao đẳng triển khai hoạt động đào tạo về TMĐT, trong đó 2 trường đã thành lập khoa TMĐT, 14 trường thành lập bộ môn TMĐT. Một số trường đại học đã có kế hoạch đầu tư sâu cho đào tạo TMĐT với việc hoàn thiện giáo trình và hạ tầng công nghệ phục vụ cho đào tạo, gắn đào tạo với thực tiễn kinh doanh của TMĐT

II. Chương trình xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật cho thương mại điện tử

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
1	Dự án ban hành các văn bản quy phạm pháp luật thực hiện Luật Giao dịch điện tử, Luật Thương mại và Bộ luật Dân sự	Đảm bảo hoạt động thương mại điện tử được pháp luật bảo vệ tương tự như hoạt động thương mại thông thường	Bộ Thương mại chủ trì dự án xây dựng Nghị định về các hoạt động thương mại điện tử, phối hợp với các bộ ngành khác xây dựng các nghị định hướng dẫn triển khai các luật trên	Đến cuối năm 2010, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về thương mại điện tử đã được hoàn thiện với bảy nghị định hướng dẫn thi hành luật, ba nghị định xử phạt hành chính trong các lĩnh vực liên quan (thương mại, công nghệ thông tin, Internet), cùng một loạt thông tư quy định chi tiết những vấn đề mang tính đặc thù của giao dịch trên môi trường điện tử.
2	Dự án ban hành mới và bổ sung, sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh các vấn đề cụ thể liên quan tới thương mại điện tử	Hỗ trợ cho thương mại điện tử phát triển thuận lợi	- Bộ Thương mại chủ trì đề xuất các vấn đề cần ban hành văn bản quy phạm pháp luật mới hoặc sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật đã ban hành nhưng có những quy định không phù hợp với Luật Giao dịch điện tử, Luật Thương mại và Bộ luật Dân sự.	Các Bộ ngành đã xây dựng và ban hành những văn bản hướng dẫn cụ thể các vấn đề mới phát sinh trong hoạt động ứng dụng thương mại điện tử. Nổi bật nhất là các văn bản hướng dẫn cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT, triển khai hải quan điện tử, cấp chứng nhận xuất xứ điện tử, khai thuế điện tử, dịch vụ chứng thực chữ ký số, chống thư rác. Ngày 19/6/2009, Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật hình sự. Luật đã sửa đổi và bổ sung các quy định về tội phạm công nghệ thông tin tại Điều 224, 225 và 226 của Bộ luật Hình sự theo hướng mở rộng phạm vi điều chỉnh, chi tiết hóa và tăng khung hình phạt đối với các hành vi tội phạm. Bên cạnh việc hoàn thiện những quy định cũ, Luật còn bổ sung thêm hai quy định mới nhằm giải quyết một số dạng tội phạm công nghệ thông tin phổ biến nhất trong thời gian qua.

III. Chương trình cung cấp trực tuyến dịch vụ công và ứng dụng thương mại điện tử trong mua sắm Chính phủ

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
a)	Dự án cung cấp trực tuyến các thủ tục thương mại	Cung cấp một cách thuận lợi các loại giấy phép liên quan tới kinh doanh dịch vụ thương mại, xuất khẩu, nhập khẩu, chứng nhận xuất xứ hàng hóa trên mạng	Bộ Thương mại chủ trì	Hệ thống quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử của Bộ Công Thương bắt đầu được triển khai từ tháng 10/2006 theo ba giai đoạn, trong đó giai đoạn 3 – cấp chứng nhận xuất xứ điện tử trên diện rộng – được triển khai từ tháng 4/2008. Đến nay, Hệ thống eCosys có sự tham gia của 18 Phòng Quản lý xuất nhập khẩu, 37 Ban quản lý Khu Công nghiệp/Khu chế xuất, 9 tổ chức cấp C/O thuộc VCCI và hơn 6.000 doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong đó có hơn 1.000 doanh nghiệp tiến hành khai báo thương xuyên, số bộ C/O được cấp hàng ngày lên đến 600 bộ, dữ liệu của trên 90.000 bộ C/O được lưu trữ, xử lý tại trung tâm tích hợp dữ liệu của Bộ Công Thương. Hệ thống quản lý cấp phép nhập khẩu tự động được triển khai theo Quyết định số 24/2008/QĐ-BCT ngày 01/8/2008 của Bộ Công Thương về việc áp dụng chế độ cấp phép nhập khẩu tự động đối với một số mặt hàng. Kết quả đến hết năm 2010, trên 5.000 doanh nghiệp nhập khẩu đã tham gia sử dụng và hệ thống đã cấp nhập được trên 40.000 bộ hồ sơ cấp phép nhập khẩu.

b)	Dự án thủ tục hải quan điện tử	Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu, nhập khẩu	Bộ Tài chính chủ trì	<p>Từ tháng 10 năm 2005, Bộ Tài chính bắt đầu triển khai thí điểm thủ tục hải quan điện tử qua 2 giai đoạn: thí điểm hẹp từ tháng 10/2005-11/2009 và thí điểm mở rộng từ tháng 12/2009 -12/2011. Tính đến 15/11/2010, thủ tục hải quan điện tử đã đạt được những kết quả cụ thể như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Số lượng các Cục hải quan đã triển khai: 13/33, chiếm tỷ lệ 39,4%. - Số lượng các Chi cục đã triển khai: 70. Trong đó có 8/13 Cục hải quan đã triển khai thủ tục hải quan điện tử tại 100% các Chi cục. - Số lượng tờ khai thực hiện thủ tục hải quan điện tử: 254.248 tờ khai. - Kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 27.926 triệu USD. - Tổng số thuế thu được: 41.592 tỷ đồng. - Thời gian thông quan trung bình: qua báo cáo của các Cục hải quan tỉnh, thành phố đối với luồng xanh từ 3-15 phút; luồng vàng điện tử từ 10-20 phút; luồng vàng giấy từ 10-60 phút; luồng đỏ phụ thuộc thời gian kiểm tra thực tế hàng hóa. <p>Ngày 09/11/2009, Tổng cục Hải quan đã ban hành Quyết định số 222/QĐ-TCHQ về việc ban hành Quy trình tạm thời về thu, nộp thuế hàng hoá xuất nhập khẩu qua Ngân hàng bằng phương thức điện tử. Trong Quý IV năm 2010, Tổng cục Hải quan đã thí điểm thực hiện thu thuế xuất nhập khẩu, phí, lệ phí và các khoản thu khác của Ngân sách Nhà nước bằng phương thức điện tử.</p>
c)	Dự án khai, nộp thuế điện tử, đặc biệt là thuế giá trị gia tăng	Hỗ trợ các doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và chi phí giao dịch, chống gian lận về thuế	Bộ Tài chính chủ trì	<p>Ngày 29/7/2009, Bộ Tài chính ban hành Quyết định số 1830/QĐ-BTC về việc thực hiện thí điểm Người nộp thuế nộp hồ sơ khai thuế qua mạng. Thực hiện Quyết định trên, bắt đầu từ tháng 8/2009, Tổng cục Thuế đã triển khai thí điểm hệ thống khai thuế qua mạng đối với người nộp thuế tại 4 địa bàn: TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng và Bà Rịa - Vũng Tàu, áp dụng cho các tờ khai thuế Giá trị gia tăng, Thu nhập doanh nghiệp, Tiêu thụ đặc biệt, Tài nguyên, Thu nhập cá nhân, Báo cáo tình hình sử dụng hóa đơn, Tờ khai thuế nhà thầu nước ngoài. Tính đến cuối năm 2009, hệ thống khai thuế qua mạng đã được triển khai cho 427 người nộp thuế với tổng số tờ khai điện tử nhận vào hệ thống quản lý thuế là 2.019 tờ khai.</p> <p>Năm 2010, hệ thống khai thuế qua mạng được triển khai mở rộng tại 19 tỉnh, thành phố. Đến nay, hơn 7.200 người nộp thuế tại 19 địa bàn này đã thực hiện khai thuế qua mạng với tổng số tờ khai điện tử nhận vào hệ thống quản lý thuế đạt gần 90.000 tờ khai.</p>
d)	Dự án thủ tục đầu tư điện tử	Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp ngay từ khâu đăng ký thành lập doanh nghiệp	Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì	<p>Hiện Bộ Kế hoạch và Đầu tư đang triển khai dự án "Xây dựng hệ thống thông tin doanh nghiệp quốc gia" với mục tiêu tin học hóa công tác đăng ký kinh doanh toàn quốc, từng bước thực hiện đăng ký kinh doanh qua mạng, tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận dịch vụ công về đăng ký kinh doanh.</p>
2	Dự án ứng dụng thương mại điện tử trong mua sắm Chính phủ	Đảm bảo tính rõ ràng và tiết kiệm trong mua sắm hàng hóa và dịch vụ của các cơ quan Nhà nước từ Trung ương tới địa phương	Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì	<p>Ngày 14/1/2009, Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã phê duyệt dự án thử nghiệm "Thiết lập hệ thống mua sắm điện tử tại Việt Nam" với thời gian thực hiện là 3 năm, từ 2009-2011. Sau giai đoạn chuẩn bị, hiện hệ thống đấu thầu qua mạng đang được triển khai thí điểm tại ba đơn vị là Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Tập đoàn Điện lực Việt Nam.</p> <p>Đồng thời Bộ Kế hoạch và Đầu tư cũng có văn bản số 6086/BKH-QLĐT ngày 31 tháng 8 năm 2010 để nghị các Bộ, cơ quan ngang Bộ, địa phương, các tập đoàn kinh tế, các Tổng công ty trên toàn quốc tham gia thí điểm đấu thầu qua mạng. Để hướng dẫn hoạt động đấu thầu qua mạng, ngày 22/7/2010 Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã ban hành Thông tư số 17/2010/TT-BKH quy định chi tiết thí điểm đấu thầu qua mạng.</p>

IV. Chương trình phát triển công nghệ hỗ trợ thương mại điện tử

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
1	Dự án xây dựng và sử dụng các chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử trong thương mại như EDI, ebXML	Ban hành và đưa vào sử dụng các chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử đã phổ biến trên thế giới	Bộ Thương mại chủ trì, phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công nghiệp	<p>Trong giai đoạn 5 năm qua, việc ban hành, phổ cập các chính sách, biện pháp nhằm phát triển công nghệ phục vụ việc quản lý và thuận lợi hóa hoạt động TMĐT đã được các cơ quan Bộ, ngành rất chú trọng. Bộ Khoa học và Công nghệ với trách nhiệm quản lý nhà nước về công tác tiêu chuẩn hóa, đã xây dựng và phổ biến nhiều bộ tiêu chuẩn liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử, bao gồm những tiêu chuẩn liên quan đến trao đổi dữ liệu thương mại, trao đổi dữ liệu trong hành chính, thương mại và vận tải (EDIFACT), định dạng trao đổi và phần tử dữ liệu, quy tắc tạo tệp lược đồ XML, xử lý thông tin, v.v...</p> <p>Trong năm 2008, Bộ Công Thương đã nghiên cứu, xây dựng và ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về trao đổi dữ liệu điện tử trong cấp chứng nhận xuất xứ điện tử. Bộ Tài chính cũng đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn về ứng dụng và vận hành hệ thống công nghệ thông tin trong hoạt động hải quan.</p> <p>Hiện nay, việc khuyến khích, hỗ trợ các ngân hàng và các tổ chức tín dụng triển khai ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động ngân hàng và các loại hình dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán điện tử đang diễn ra mạnh mẽ. Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn doanh nghiệp trong ngành thống nhất sử dụng các tiêu chuẩn công nghệ ứng dụng trong lĩnh vực thẻ thanh toán, chuyển tiền quốc tế liên ngân hàng và trao đổi, tích hợp thông tin.</p>
2	Dự án hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán	Cung cấp các dịch vụ ngân hàng hiện đại, bao gồm thanh toán điện tử	Ngân hàng Nhà nước chủ trì	<p>Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã chủ trì triển khai Dự án Hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán giai đoạn 2 với nguồn vốn tài trợ của Ngân hàng Thế giới và thời hạn thực hiện từ tháng 12/2005 đến hết tháng 6/2010. Dự án này bao gồm năm tiểu dự án, trong đó tiểu dự án Thanh toán điện tử liên ngân hàng do NHNN trực tiếp quản lý, bốn tiểu dự án còn lại được triển khai tại các ngân hàng thương mại (Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ngân hàng TMCP Hàng Hải, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam). Sau 5 năm triển khai, Dự án đã đạt được một số kết quả cụ thể:</p> <p>- Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, thiết lập được 01 hệ thống thanh toán xuyên sống với 3 cấu phần: luồng thanh toán giá trị cao (cung cấp dịch vụ thanh toán trực tuyến tức thời); luồng thanh toán giá trị thấp (cung cấp dịch vụ thanh toán theo lô); xử lý quyết toán vốn. Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng được triển khai mở rộng tới 63 NHNN chi nhánh tỉnh, thành phố, 03 đơn vị thuộc NHNN, kết nối 94 tổ chức tín dụng với 787 chi nhánh trên phạm vi toàn quốc, trung bình xử lý 80.000 giao dịch/ ngày với giá trị trên 100.000 tỷ đồng và thời gian xử lý là 10 giây/giao dịch;</p> <p>- Đối với các ngân hàng thương mại tham gia dự án, hoàn thiện hệ thống core banking, 100% các chi nhánh ngân hàng tham gia dự án đã triển khai thành công hệ thống core banking, bổ sung thêm các module nghiệp vụ, cung cấp cho khách hàng nhiều dịch vụ tiện ích hơn, nâng cao hiểu biết về công nghệ thông tin. Đặc biệt có tổ chức tín dụng đã triển khai gần 1000 chi nhánh với trên 2 triệu giao dịch/ ngày.</p>
3	Dự án xây dựng mạng kinh doanh điện tử trong một số ngành công nghiệp có quy mô kinh tế lớn	Nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường, giảm chi phí giao dịch	Bộ Thương mại chủ trì phối hợp với Bộ Công nghiệp, một số tổng công ty và tập đoàn kinh tế lớn	Dự án Xây dựng mạng kinh doanh điện tử cho một số doanh nghiệp quy mô lớn ngành Công Thương đã được Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt tại Quyết định số 5468/QĐ-BCT ngày 30/10/2009, triển khai trong giai đoạn 2010-2012. Dự án hướng tới xây dựng một Trung tâm trao đổi dữ liệu điện tử của ngành Công Thương theo các tiêu chuẩn quốc tế, thúc đẩy việc triển khai các ứng dụng trao đổi dữ liệu điện tử giữa các doanh nghiệp lớn trong ngành. Dự án sẽ bao gồm các hoạt động hỗ trợ chuyển giao các công nghệ, kỹ thuật để xây dựng và phát triển bộ phần mềm TMĐT trong điểm phục vụ cho hệ thống truyền xử lý thông điệp điện tử dựa trên các tiêu chuẩn quốc tế.

V. Chương trình thực thi pháp luật liên quan tới thương mại điện tử

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
1	Dự án chống các gian lận thương mại và cạnh tranh không lành mạnh trong hoạt động thương mại điện tử	Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ liên quan tới thương mại trên môi trường mạng và bảo vệ người tiêu dùng	Bộ Thương mại chủ trì, phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công an	<p>Ngày 21/7/2008, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT (Thông tư 09). Thông tư đưa ra các quy định nhằm bảo vệ quyền lợi thiết yếu của người tiêu dùng khi tham gia giao kết hợp đồng trên website TMĐT. Năm 2009 và 2010, Bộ Công Thương đã triển khai nhiều hoạt động để đôn đốc việc chấp hành Thông tư trong cộng đồng doanh nghiệp, thông qua các hội thảo phổ biến Thông tư, tiến hành rà soát định kỳ, gửi công văn nhắc nhở và phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông tiến hành thanh tra, kiểm tra một số đơn vị chủ quản của những website TMĐT tiêu biểu.</p> <p>Bộ Công Thương cũng phối hợp với Hiệp hội TMĐT Việt Nam xây dựng và triển khai Chương trình cấp chứng nhận website TMĐT uy tín Việt Nam (TrustVn) từ năm 2007, nhằm thẩm định độ tin cậy của các website TMĐT, định hướng cho người tiêu dùng trong việc lựa chọn và tiến hành giao dịch trên những website TMĐT có uy tín.</p>
2	Dự án thống kê thương mại điện tử	Thống kê thương mại điện tử theo các tiêu chí của Liên hiệp quốc và các tổ chức quốc tế, hỗ trợ cho xây dựng chiến lược, chính sách phát triển thương mại	Tổng cục Thống kê chủ trì, phối hợp với Bộ Thương mại, Bộ Bưu chính - Viễn thông và các cơ quan liên quan khác	<p>Tổng cục Thống kê đã chủ trì, phối hợp với Bộ Công thương đưa chỉ tiêu về thương mại điện tử vào Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia trình Thủ tướng Chính phủ ban hành vào tháng 6/2010 tại Quyết định số 43/2010/QĐ-TTg. Theo Quyết định này, chỉ tiêu số 1412: "Số đơn vị có giao dịch TMĐT ở mức độ hoàn chỉnh" được giao Bộ Công Thương thu thập và tổng hợp.</p> <p>Ngày 15 tháng 10 năm 2008, Bộ Công Thương đã có Quyết định số 37/2008/QĐ-BCT ban hành hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử. Triển khai Quyết định này, trong 2 năm từ 2009-2010 Bộ Công Thương đã thực hiện những bước đầu tiên của lộ trình nhằm hướng tới xây dựng một cơ sở dữ liệu toàn diện, đồng bộ và nhất quán về tình hình phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam qua các năm:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chuẩn hóa khái niệm, nội dung và phương pháp tính đối với từng chỉ tiêu trong Hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử. - Xây dựng chương trình điều tra thống kê ngành về lĩnh vực thương mại điện tử trình cấp có thẩm quyền phê duyệt và tổ chức thực hiện - Triển khai thí điểm điều tra thống kê ngành về thương mại điện tử trong năm 2010. - Xây dựng cơ sở dữ liệu thống kê dựa trên Hệ thống chỉ tiêu thống kê về lĩnh vực thương mại điện tử.

VI. Chương trình hợp tác quốc tế về thương mại điện tử

TT	Tên dự án	Mục tiêu	Đơn vị triển khai	Kết quả triển khai
1	Dự án tham gia các hoạt động liên quan tới thương mại điện tử của các tổ chức kinh tế - thương mại quốc tế - thương mại quốc tế, đặc biệt là Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Diễn đàn hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) và các tổ chức chuyên trách về thương mại của Liên hiệp quốc	Khai thác được tối đa sự hỗ trợ về phát triển nguồn nhân lực, công nghệ cho thương mại điện tử cũng như thúc đẩy thương mại quốc tế	Bộ Thương mại chủ trì phối hợp với Bộ Bưu chính - Viễn thông và các bộ ngành liên quan	<p>Trong khuôn khổ hợp tác APEC, từ năm 2006 Bộ Công Thương đã đại diện cho Việt Nam tham gia rất tích cực vào các hoạt động của Nhóm chỉ đạo công tác về thương mại điện tử (ECSG). Năm 2006 Việt Nam được bầu làm chủ tịch Tiểu nhóm Thương mại phi giấy tờ của APEC. Trong giai đoạn 2006-2009 ta đã tổ chức nhiều hội thảo quốc tế lớn trong khuôn khổ APEC về thúc đẩy thương mại phi giấy tờ và bảo vệ dữ liệu cá nhân trong thương mại điện tử. Từ năm 2007 Việt Nam cũng tích cực tham gia xây dựng 9 dự án của Chương trình Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong TMĐT của APEC. Do sự tham gia và đóng góp tích cực vào hợp tác TMĐT của khu vực, tại kỳ họp SOM III APEC 2010 tại Sendai – Nhật Bản, trưởng đoàn Việt Nam đã được bầu làm phó trưởng nhóm ECSG trong nhiệm kỳ 2011-2012.</p> <p>Đối với hợp tác trong ASEAN, thực hiện Thỏa thuận xây dựng Hệ thống một cửa ASEAN (ASEAN Single Window), hiện Việt Nam đang tích cực triển khai các hoạt động nhằm xây dựng Hệ thống một cửa quốc gia để tích hợp với khu vực vào năm 2012.</p> <p>Vấn đề công nhận lẫn nhau về chứng từ điện tử cũng được đưa vào nội dung của Hiệp định về Khu mậu dịch tự do giữa ASEAN với nhiều nền kinh tế đối tác. Hiện nay, Việt Nam đã chấp nhận giấy chứng nhận xuất xứ điện tử cho các lô hàng xuất khẩu từ Hàn Quốc và đang triển khai các hoạt động nhằm tiến tới công nhận lẫn nhau về chứng nhận xuất xứ điện tử với một số nền kinh tế khác trong khu vực, tạo thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp.</p>
2	Dự án hợp tác song phương với các nước và nền kinh tế tiên tiến về thương mại điện tử và có trao đổi thương mại lớn với Việt Nam	Hỗ trợ các doanh nghiệp, các tổ chức nghiên cứu tiếp cận có hiệu quả nhất tới công nghệ và giải pháp tiến tiến về thương mại điện tử, đồng thời thông qua thương mại điện tử thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam	Bộ Thương mại chủ trì cùng với các bộ ngành liên quan	<p>Song song với các hoạt động hợp tác đa phương, từ năm 2006 đến nay, Việt Nam cũng đã chủ động đẩy mạnh hoạt động hợp tác song phương với các quốc gia và vùng lãnh thổ có trình độ tiên tiến về thương mại điện tử như Hoa Kỳ, Nhật bản, Trung Quốc, Đài Loan, v.v... Hoạt động hợp tác song phương về thương mại điện tử thời gian qua được thực hiện ở cả cấp độ cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp.</p> <p>Bộ Công Thương cũng tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp, Hiệp hội trong việc tham gia các tổ chức quốc tế về TMĐT như Liên minh TMĐT Châu Á - Thái Bình Dương (PAA), Liên minh các Tổ chức cấp chứng nhận website TMĐT uy tín thế giới (WTA). Năm 2008, Trung tâm phát triển TMĐT Việt Nam (EcomViet) đã trở thành thành viên chính thức của ATA (Liên minh các tổ chức cấp chứng nhận website thương mại điện tử uy tín Châu Á - Thái Bình Dương nay là WTA).</p>

PHỤ LỤC 3

PHIẾU ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NĂM 2010

Phiếu điều tra
Doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử năm 2010

Số
.....

- Lưu ý: 1) Bộ Công Thương cam kết giữ bí mật các thông tin riêng của doanh nghiệp và chỉ dùng thông tin cung cấp tại phiếu điều tra này cho mục đích khảo sát, tổng hợp về hiện trạng thương mại điện tử Việt Nam năm 2010.
2) Các doanh nghiệp trực thuộc các tập đoàn, tổng công ty hoặc là công ty con chi cung cấp số liệu của doanh nghiệp mình, không cung cấp số liệu của tập đoàn, tổng công ty hay công ty mẹ.
3) Doanh nghiệp đánh dấu X vào ô trả lời tương ứng. Dấu O : Chỉ chọn MỘT câu trả lời; Dấu □ : có thể chọn NHIỀU câu trả lời.

Thông tin ghi trên phiếu điều tra được giữ kín	
<i>Thông tin về người điền phiếu</i>	<i>Thông tin về doanh nghiệp</i>
Họ và tên:	Tên doanh nghiệp:
Chức vụ:	Địa chỉ:
Điện thoại:	Số lượng nhân viên:
Email:	Tổng doanh thu năm 2009: tỷ..... nghìn đồng
	Tổng chi phí hoạt động năm 2009: tỷ..... triệu..... nghìn đồng
	Ngày tháng năm 2010 Đại diện doanh nghiệp (Ký tên, đóng dấu)

A. Thông tin chung về doanh nghiệp		B. Mức độ sẵn sàng cho TMDT	
1. Loại hình doanh nghiệp?		3. Tổng số máy tính trong doanh nghiệp?	
<input type="radio"/> Nhà nước	<input type="radio"/> Ngoài nhà nước	
<input type="radio"/> Có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài		4. Hình thức truy cập Internet của doanh nghiệp?	
Khác:		<input type="radio"/> Quay số	
		<input type="radio"/> ADSL	
		<input type="radio"/> Đường truyền riêng	
		<input type="radio"/> Không kết nối	
2. Các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh chính của doanh nghiệp?		5. Doanh nghiệp có sử dụng thư điện tử cho mục đích kinh doanh?	
.....		<input type="radio"/> Có	
.....		<input type="radio"/> Không	
.....		6. Doanh nghiệp có chính sách bảo vệ thông tin và dữ liệu cá nhân cho khách hàng không?	
.....		<input type="radio"/> Có	
.....		<input type="radio"/> Không	
Mã số lĩnh vực sản xuất, kinh doanh chính		7. Doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về TMDT?.....	
(Phần dành riêng cho cán bộ thông kê)		<input type="radio"/> Có	
		<input type="radio"/> Không	

<p>8. Các hình thức đào tạo CNTT và TMDT của doanh nghiệp?</p> <p><input type="checkbox"/> Mở lớp đào tạo <input type="checkbox"/> Đào tạo tại chỗ theo nhu cầu công việc</p> <p><input type="checkbox"/> Cử nhân viên đi học <input type="checkbox"/> Không đào tạo</p>	
<p>9. Doanh nghiệp có sử dụng phần mềm nào sau đây?</p> <p>Soạn thảo văn bản (Microsoft Office) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Quản lý nhân sự <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Kế toán, tài chính <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Quản lý hệ thống cung ứng (SCM) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Quan hệ khách hàng (CRM) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Lập kế hoạch nguồn lực (ERP) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Khác:</p>	
<p>10. Doanh nghiệp áp dụng biện pháp bảo mật CNTT và TMDT nào?</p> <p>Tường lửa <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Phần mềm diệt virus, spyware, v.v. <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Phần cứng bảo mật hệ thống <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Chữ ký điện tử <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Biện pháp khác:</p>	
<p>11. Ước tính chi phí ứng dụng CNTT và TMDT của doanh nghiệp trong năm qua là: tỷ triệu nghìn đồng</p> <p>Trong tổng chi phí trên, tỷ lệ các hạng mục tương ứng là:</p> <p>Phần cứng: % Nhân sự, đào tạo: %</p> <p>Phần mềm: % Khác: %</p> <p>Trong đó, “khác” là chi phí dành cho:</p>	
<p>12. Doanh nghiệp đã sử dụng các dịch vụ công trực tuyến nào sau đây?</p> <p><input type="checkbox"/> Tra cứu thông tin, <input type="checkbox"/> Thủ tục xuất <input type="checkbox"/> Đăng ký, xin giấy phép hoạt quy trình, thủ tục hành nhập khẩu, hải động sản xuất, kinh doanh của chính trên website của quan điện tử, CO doanh nghiệp thông qua website các cơ quan nhà nước điện tử của các cơ quan nhà nước</p> <p>Khác:</p>	

C. Mức độ và hiệu quả ứng dụng TMDT	
<p>13. Doanh nghiệp có tham gia các sàn giao dịch TMDT sau đây không?</p> <p>ECVN (www.ecvn.com) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Gophtat (www.gophtat.com) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Alibaba (www.alibaba.com) <input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/> Không biết</p> <p>Nếu doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch TMDT khác, xin nêu rõ:</p>	
<p>14a. Đánh giá hiệu quả từ việc tham gia sàn giao dịch TMDT?</p> <p><input type="radio"/> Rất thấp</p> <p><input type="radio"/> Thấp</p> <p><input type="radio"/> Trung bình</p> <p><input type="radio"/> Cao</p> <p><input type="radio"/> Rất cao</p>	<p>14b. Doanh nghiệp dự định tham gia sàn giao dịch TMDT trong tương lai?</p> <p><input type="radio"/> Có <input type="radio"/> Không</p> <p>Li do không tham gia sàn giao dịch TMDT:</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>15. Doanh nghiệp có website không?</p> <p><input type="radio"/> Có <input type="radio"/> Không (chuyên câu 17) <input type="radio"/> Sẽ xây dựng (chuyên câu 17)</p>	
<p>16a. Thông tin cụ thể về Website của doanh nghiệp?</p> <p>Địa chỉ:</p> <p>Thời gian thành lập:</p> <p>Tổng lượng truy cập:</p> <p>Tần suất cập nhật website:</p> <p><input type="radio"/> Hàng <input type="radio"/> Hàng <input type="radio"/> Không</p> <p><input type="radio"/> ngày <input type="radio"/> tuần <input type="radio"/> tháng <input type="radio"/> cập nhật</p>	<p>16b. Website của doanh nghiệp có những tính năng nào?</p> <p><input type="checkbox"/> Giới thiệu về doanh nghiệp và sản phẩm của doanh nghiệp</p> <p><input type="checkbox"/> Giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ</p> <p><input type="checkbox"/> Cho phép đặt hàng trực tuyến</p> <p><input type="checkbox"/> Cho phép thanh toán trực tuyến</p> <p>Khác (nêu cụ thể):</p> <p>.....</p>

17. Doanh nghiệp có nhận đơn đặt hàng qua các phương tiện điện tử dưới đây không?

Điện thoại: Có Không Không biết

Fax Có Không Không biết

Email Có Không Không biết

Website của doanh nghiệp Có Không Không biết

Khác:

18. Ước tính tổng giá trị các đơn đặt hàng doanh nghiệp đã nhận qua các phương tiện trên trong năm 2009 là: ... tỷ..... triệu..... nghìn đồng

19. Doanh nghiệp có đặt hàng qua các phương tiện dưới đây không?

Điện thoại: Có Không Không biết

Fax Có Không Không biết

Email Có Không Không biết

Website Có Không Không biết

Khác:

20. Ước tính tổng giá trị các đơn hàng doanh nghiệp đã đặt thông qua các phương tiện trên trong năm 2009: tỷ..... triệu..... nghìn đồng

21. So với năm trước, doanh thu từ hàng hóa dịch vụ tiếp thị qua kênh TMDT của doanh nghiệp năm 2009 diễn biến theo chiều hướng:

Tăng Giảm Hầu như không đổi

D. Đánh giá của doanh nghiệp về ứng dụng TMDT

22. Đánh giá hiệu quả của việc ứng dụng TMDT đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp? (Khoanh tròn điểm số tương ứng)

Tác động	Không hiệu quả			Rất hiệu quả
Mở rộng kênh tiếp xúc khách hàng.....	0	1	2	3
Xây dựng hình ảnh doanh nghiệp.....	0	1	2	3
Tăng doanh số.....	0	1	2	3
Giảm chi phí kinh doanh.....	0	1	2	3
Tăng doanh thu và lợi nhuận.....	0	1	2	3

23. Đánh giá những trở ngại đối với doanh nghiệp trong việc triển khai TMDT tại Việt Nam hiện nay? (Khoanh tròn điểm số tương ứng)

Tác động	Không cần trớ			Rất cần trớ
Nhận thức của người dân về TMDT thấp.....	0	1	2	3
Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu.....	0	1	2	3
Môi trường pháp lý chưa hoàn thiện.....	0	1	2	3
Hệ thống thanh toán điện tử chưa phát triển.....	0	1	2	3
Dịch vụ vận chuyển và giao nhận còn yếu.....	0	1	2	3
An ninh mạng chưa đảm bảo.....	0	1	2	3
Môi trường xã hội và tập quán kinh doanh.....	0	1	2	3

24. Các đề xuất đối với chính sách, pháp luật của Nhà nước nhằm thúc đẩy hoạt động ứng dụng TMDT của doanh nghiệp?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PHỤ LỤC 4

ĐÁNH GIÁ, XẾP HẠNG MỨC ĐỘ CUNG CẤP DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN NĂM 2011 CỦA ĐỊA PHƯƠNG VÀ CÁC BỘ, CƠ QUAN NGANG BỘ

Tiếp tục công tác đánh giá mức độ hiệu quả của Trang thông tin điện tử (Website) hay Cổng thông tin điện tử (Portal) của cơ quan nhà nước hàng năm nhằm thúc đẩy việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến để tạo thuận lợi và minh bạch trong việc phục vụ người dân và doanh nghiệp, trong năm 2010, Bộ Thông tin và Truyền thông đã tiến hành nghiên cứu, khảo sát, đánh giá, xếp hạng Website/Portal của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương lần thứ tư và nhận được phản hồi của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (địa phương) và 22 Bộ và cơ quan ngang Bộ.

Tiêu chí đánh giá về cung cấp dịch vụ công trực tuyến được kiểm tra, đánh giá trên Website/Portal của các Bộ, cơ quan ngang Bộ và các cơ quan, đơn vị trực thuộc, Website/Portal của Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các cơ quan chuyên môn trực thuộc, Ủy ban nhân dân các quận, huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh. Việc đánh giá về cung cấp dịch vụ công trực tuyến chú trọng tới tính thuận tiện và hiệu quả xử lý. Các tiêu chí đánh giá việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến bao gồm: số lượng dịch vụ hành chính công trực tuyến theo từng mức độ 1, 2, 3, 4; tỉ lệ hồ sơ được xử lý qua dịch vụ công trực tuyến. Điểm tính cho mỗi dịch vụ công trực tuyến theo từng mức là 1 điểm cho dịch vụ ở mức độ một và mức độ hai, 4 điểm cho dịch vụ ở mức độ ba và 8 điểm cho dịch vụ ở mức độ bốn. Tổng điểm của các dịch vụ công trực tuyến của đơn vị được dùng để phân hạng các Website/Portal về mức độ triển khai dịch vụ công trực tuyến.

1. XẾP HẠNG WEBSITE/PORTAL CỦA ĐỊA PHƯƠNG

Bảng 1. Xếp hạng mức độ cung cấp dịch vụ công trực tuyến trên Website/Portal của các địa phương

TT	Địa phương	Xếp hạng và điểm		
		số 2010	số 2009	số 2008
1	Long An	1 (80.00)	36 (6.77)	33 (26)
2	Hậu Giang	2 (78.67)	34 (9.39)	3 (77)
3	Thừa Thiên Huế	3 (75.14)	15 (40.02)	2 (78)
4	Yên Bái	4 (73.75)	21 (34.14)	-
5	Đồng Nai	5 (70.25)	25 (29.96)	20 (47)
6	Bà Rịa - Vũng Tàu	6 (70.20)	39 (3.55)	8 (68)
7	An Giang	7 (63.35)	47 (1.29)	-
8	TP. Hà Nội	8 (61.96)	3 (59.05)	1 (80)
9	Quảng Trị	9 (60.89)	6 (53.51)	18 (50)

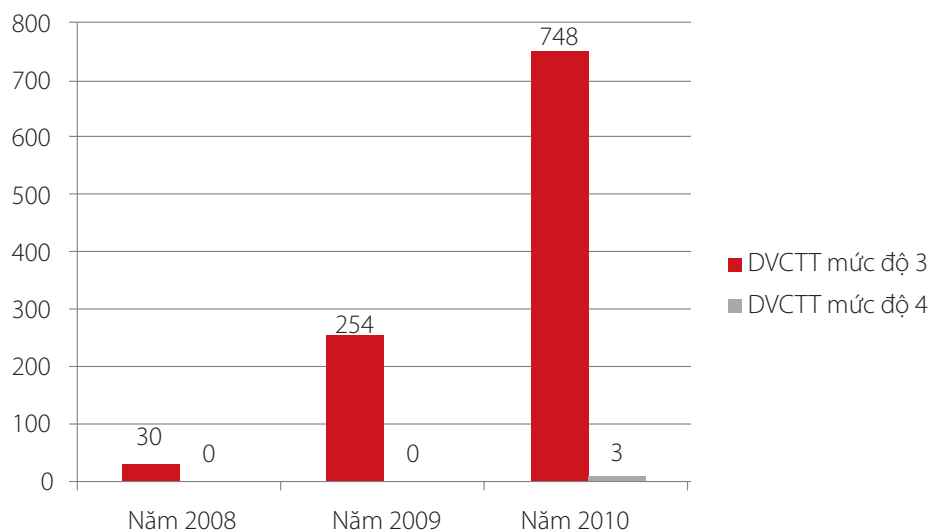
10	Hà Tĩnh	10 (56.00)	4 (56.08)	25 (38)
11	Lai Châu	11 (51.24)	41 (3.29)	-
12	Kiên Giang	12 (50.35)	33 (11.51)	42 (9)
13	Tuyên Quang	13 (48.26)	48 (0.08)	34 (24)
14	Bắc Kạn	14 (47.74)	-	-
15	Vĩnh Long	15 (47.03)	-	-
16	Gia Lai	16 (45.31)	7 (50.11)	27 (37)
17	Bắc Giang	17 (44.65)	26 (29.16)	13 (59)
18	TP. Hồ Chí Minh	18 (44.50)	1 (80.00)	6 (71)
19	TP. Cần Thơ	19 (44.18)	19 (36.31)	14 (57)
20	Phú Thọ	20 (44.10)	14 (40.82)	43 (7)
21	Tây Ninh	21 (44.08)	-	39 (16)
22	Quảng Nam	22 (44.05)	-	20 (47)
23	TP. Hải Phòng	23 (43.50)	11 (43.85)	-
24	Hà Nam	24 (42.61)	10 (44.65)	16 (54)
25	Quảng Bình	25 (42.17)	18 (37.02)	4 (75)
26	Sóc Trăng	26 (42.12)	8 (49.37)	-
27	Đồng Tháp	27 (41.70)	6 (50.86)	5 (73)
28	TP. Đà Nẵng	28 (41.18)	43 (2.38)	34 (24)
29	Kon Tum	29 (40.86)	17 (37.60)	23 (42)
30	Hải Dương	30 (40.37)	38 (5.06)	9 (66)
31	Bến Tre	31 (39.16)	45 (1.85)	39 (16)
32	Bình Phước	32 (38.75)	28 (26.19)	19 (49)
33	Tiền Giang	33 (37.83)	13 (40.96)	15 (56)
34	Thái Bình	34 (37.75)	30 (21.85)	24 (40)
35	Lâm Đồng	35 (37.39)	20 (34.98)	20 (47)
36	Hưng Yên	36 (36.44)	-	34 (24)
37	Nam Định	37 (36.29)	12 (41.92)	-
38	Quảng Ninh	38 (36.03)	2 (65.08)	-
39	Bình Thuận	39 (35.97)	22 (33.76)	43 (7)
40	Thanh Hóa	40 (35.45)	9 (48.54)	11 (63)
41	Trà Vinh	41 (34.88)	23 (33.11)	43 (7)
42	Vĩnh Phúc	42 (34.07)	35 (9.21)	27 (37)
43	Cà Mau	43 (33.93)	31 (19.67)	27 (37)
44	Lào Cai	44 (33.80)	27 (28.12)	25 (38)
45	Bình Dương	45 (33.15)	-	31 (30)
46	Phú Yên	46 (32.71)	49 (0.03)	43 (7)
47	Lạng Sơn	47 (30.93)	32 (18.63)	34 (24)
48	Quảng Ngãi	48 (28.60)	29 (25.91)	31 (30)
49	Cao Bằng	49 (28.29)	-	-
50	Hòa Bình	50 (28.18)	-	-
51	Sơn La	51 (27.56)	-	-
52	Thái Nguyên	52 (26.77)	-	-
53	Ninh Thuận	53 (22.09)	24 (31.84)	7 (70)
54	Đắk Lắk	54 (18.12)	44 (1.88)	27 (37)

TT	Địa phương	Xếp hạng và điểm		
		số 2010	số 2009	số 2008
55	Bình Định	55 (8.34)	37 (5.61)	10 (64)
56	Ninh Bình	56 (7.19)	-	-
57	Nghệ An	57 (6.88)	16 (39.90)	17 (52)
58	Bạc Liêu	58 (4.16)	42 (3.17)	38 (17)
59	Khánh Hòa	59 (4.10)	46 (1.32)	12 (61)
60	Bắc Ninh	60 (3.87)	-	39 (16)
61	Điện Biên	61 (3.40)	40 (3.43)	-
62	Hà Giang	62 (0.92)	-	-

* Ghi chú: Số liệu trong ngoặc đơn là điểm số đạt được của địa phương (điểm tối đa là 80 điểm); Dấu '-' trong các cột Xếp hạng là đơn vị chưa được xếp hạng hoặc không có số liệu.

Năm 2010 đã có sự tăng trưởng vượt bậc cả về số lượng và số địa phương có cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ ba, có 38 địa phương đã cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 với số lượng dịch vụ là 748 (năm 2009 có 18 địa phương, năm 2008 có 6 địa phương), trong đó địa phương cung cấp nhiều nhất là các tỉnh An Giang (139 dịch vụ) và TP.Đà Nẵng (74 dịch vụ). Cùng với đó số nhóm dịch vụ công trực tuyến cũng được mở rộng. Chi tiết số lượng dịch vụ công trực tuyến các mức và danh sách dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 của các địa phương được trình bày tại Phụ lục 1 và 2.

Hình 1. Biểu đồ tăng trưởng số lượng vụ công trực tuyến mức độ 3



Đặc biệt, năm 2010 lần đầu tiên Thành phố Hồ Chí Minh đã cung cấp 03 **dịch vụ công trực tuyến mức độ 4** là: “Đăng ký chấp thuận hợp báo” (<http://www.ict-hcm.gov.vn/dich-vu-cong>), “Đăng ký chấp thuận tổ chức Hội nghị, hội thảo có yếu tố nước ngoài” (<http://www.ict-hcm.gov.vn/dich-vu-cong>) và “Nhập khẩu xuất bản phẩm (chưa thẩm định)” (<http://www.ict-hcm.gov.vn/dich-vu-cong>).

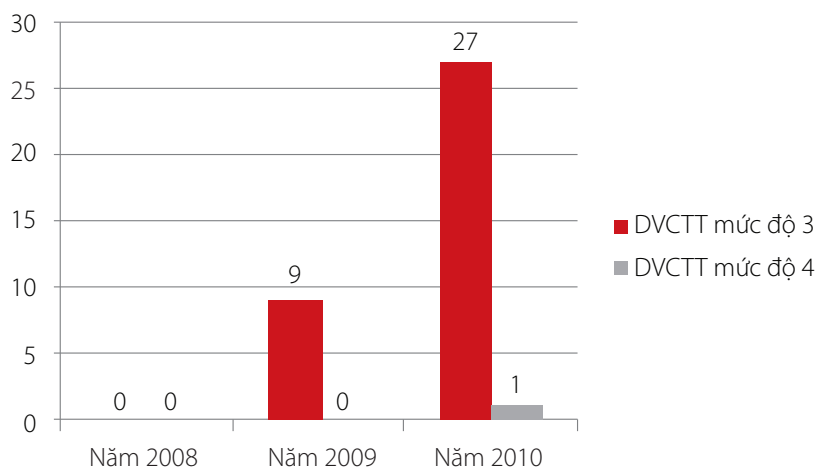
2. XẾP HẠNG WEBSITE/PORTAL CỦA CÁC BỘ VÀ CƠ QUAN NGANG BỘ

Bảng 2. Xếp hạng mức độ cung cấp dịch vụ công trực tuyến của các Bộ, cơ quan ngang Bộ

TT	Bộ, cơ quan ngang Bộ	Xếp hạng và điểm số 2010 (Điểm tối đa: 80)
1	Bộ Giáo dục và Đào tạo	1 (80.00)
2	Bộ Ngoại giao	2 (67.48)
3	Bộ Công Thương	3 (67.30)
4	Bộ Thông tin và Truyền thông	4 (62.81)
5	Bộ Tài chính	5 (58.49)
6	Bộ Khoa học và Công nghệ	6 (56.31)
7	Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội	7 (55.48)
8	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	8 (54.72)
9	Ủy ban Dân tộc	8 (54.72)
10	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	10 (54.47)
11	Bộ Giao thông vận tải	11 (53.81)
12	Bộ Y tế	12 (51.78)
13	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	13 (37.90)
14	Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn	14 (27.83)
15	Bộ Nội vụ	15 (26.75)
16	Bộ Tư pháp	16 (18.41)
17	Bộ Tài nguyên và Môi trường	17 (14.69)
18	Bộ Xây dựng	18 (5.36)

Năm 2010, Bộ Công Thương là Bộ đầu tiên cung cấp 01 dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 là “Cấp xác nhận khai báo hóa chất” (Cục Hóa chất, <http://www.cuchoachat.gov.vn>). Số lượng dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 không có nhiều thay đổi so với năm 2009. Số lượng dịch vụ công trực tuyến các mức và danh sách dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 của các Bộ, cơ quan ngang Bộ được thể hiện trong Phụ lục 3 và 4.

Hình 2. Biểu đồ tăng trưởng số lượng vụ công trực tuyến mức độ 3 của các Bộ, cơ quan ngang Bộ



KẾT LUẬN

Tình hình cung cấp dịch vụ công trực tuyến trên Website/Portal của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong năm 2010 đã có nhiều chuyển biến tích cực. So với năm 2009, các dịch vụ hành chính công trực tuyến được phân loại và bố trí thuận lợi hơn cho việc khai thác, sử dụng. Số lượng dịch vụ công trực tuyến ở mức độ 3 đã tăng nhiều cả về số lượng dịch vụ, số lĩnh vực được cung cấp và số lượng đơn vị cũng như các cấp đơn vị cung cấp, đặc biệt là tại các địa phương (năm 2008: có 6 tỉnh, thành phố cung cấp 30 dịch vụ; năm 2009: có 18 tỉnh, thành phố cung cấp 254 dịch vụ; năm 2010: có 38 tỉnh, thành phố cung cấp 748 dịch vụ). Trong năm 2010 lần đầu tiên dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 đã được Thành phố Hồ Chí Minh và Bộ Công Thương cung cấp.

Toàn văn của thông cáo được đăng tải trên Website của Bộ Thông tin và Truyền thông tại địa chỉ: www.mic.gov.vn và Website của Cục Ứng dụng công nghệ thông tin tại địa chỉ: www.diap.gov.vn.

Phụ lục 1. Số lượng dịch vụ công trực tuyến các mức được cung cấp theo từng địa phương

TT	Địa phương	2010					2009				2008	
		TS	Mức 1, 2	Mức 3	Mức 4	DVC khác	TS	Mức 1, 2	Mức 3	DVC khác	Mức 1, 2	Mức 3
1	Long An	3057	3056	1			279	279			4	
2	Hậu Giang	2979	2969	10			381	377	4		296	4
3	Thừa Thiên Huế	2865	2854	3		8	1701	1693	1	7	327	
4	Yên Bái	2719	2684	34		1	1396	1396			0	
5	Đồng Nai	2555	2440	44		71	1151	1146	5		24	
6	Bà Rịa - Vũng Tàu	2544	2493	47		4	211	211			189	
7	TP. Hà Nội	2346	2338	8			2262	2252	10		463	1
8	Quảng Trị	2329	2328			1	2150	2150			15	
9	Hà Tĩnh	2133	1824	3		306	1827	1824	3		10	
10	An Giang	2006	1867	139			21		21		0	
11	Kiên Giang	1890	1878	12			376	375		1	2	
12	Lai Châu	1849	1812	37			118	118			0	
13	Tuyên Quang	1846	1846				5	5			0	
14	Bắc Kạn	1826	1826								0	
15	Vĩnh Long	1799	1799								0	
16	Gia Lai	1718	1713	5			1635	1635			6	
17	TP. Cần Thơ	1690	1690				1665	1665			59	
18	Tây Ninh	1686	1686								3	
19	Quảng Nam	1667	1661	6							17	
20	Bắc Giang	1657	1640	17			1190	1190			54	
21	TP. Hồ Chí Minh	1651	1638	10	3		3841	3826	15		178	8
22	TP. Hải Phòng	1649	1644	5			1431	1431			0	
23	Phú Thọ	1630	1521	19		90	1616	1521	21	74	1	

TT	Địa phương	2010					2009				2008	
		TS	Mức 1, 2	Mức 3	Mức 4	DVC khác	TS	Mức 1, 2	Mức 3	DVC khác	Mức 1, 2	Mức 3
24	Sóc Trăng	1611	1611				1611	1611			0	
25	Đồng Tháp	1577	1571	6			1670	1649		21	314	
26	Kon Tum	1563	1563				1563	1563			22	
27	Hải Dương	1544	1544				198	198			120	
28	Quảng Bình	1523	1488	30		5	1504	1488	16		244	7
29	Bến Tre	1498	1496			2	66	63		3	2	
30	Hà Nam	1495	1450	45			1447	1439	8		49	
31	Tiền Giang	1444	1443	1			1451	1451			53	
32	Thái Bình	1432	1428	4			1426	1426			12	
33	Bình Phước	1431	1414	17			1595	1547	38	10	27	
34	Hưng Yên	1394	1394								3	
35	Quảng Ninh	1375	1374	1			2118	2111	6	1	0	
36	Thanh Hóa	1356	1356				1584	1584			100	
37	TP. Đà Nẵng	1353	1278	74		1	47	4	35	8	5	
38	Bình Thuận	1352	1337	8		7	1231	1219	6	6	1	
39	Trà Vinh	1334	1333			1	1081	1080		1	1	
40	Nam Định	1307	1280	27			1368	1368			0	
41	Cà Mau	1298	1298				1253	1253			5	
42	Vĩnh Phúc	1288	1279	5		4	296	280	11	5	0	2
43	Lâm Đồng	1274	1222	52			1374	1374			16	
44	Bình Dương	1268	1268								7	
45	Lào Cai	1248	1233	15			1154	1114	38	2	1	2
46	Phú Yên	1236	1227	5		4	2	2			1	
47	Lạng Sơn	1165	1159	6			1025	1010	8	7	3	
48	Quảng Ngãi	1094	1094				1111	1111			3	1
49	Cao Bằng	1082	1082								0	
50	Hòa Bình	1069	1066	3							0	
51	Sơn La	1054	1054								0	
52	Thái Nguyên	1024	1024								0	
53	Ninh Thuận	845	845				1039	1039			216	
54	Đắk Lắk	669	661	8			84	76	8		0	2
55	Ninh Bình	272	271	1							0	
56	Bình Định	256	235	21			235	235			120	
57	Nghệ An	248	243	5			1660	1660			31	
58	Khánh Hòa	157	157				84	84			96	
59	Bắc Ninh	148	148								3	
60	Điện Biên	130	117			13	129	117		12	0	
61	Bạc Liêu	117	102	14		1	104	103		1	4	
62	Hà Giang	35	35								0	

* Ghi chú: Dấu '-' trong cột Tổng số là địa phương không có số liệu.

Phụ lục 2. Danh sách và số lượng dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 được cung cấp theo từng địa phương

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
TỔNG HỢP							748
1	An Giang				133	6	139
1.1	An Giang	Công Thương			72		
	An Giang		Hóa chất, vật liệu nổ công nghiệp	8	8		
	An Giang		Cấp giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp đối với các hoạt động thăm dò, khai thác khoáng sản quy mô công nghiệp.		1		
	An Giang		Cấp giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp đối với các hoạt động khai thác tận thu khoáng sản.		1		
	An Giang		Cấp giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp trong các hoạt động thi công công trình.		1		
	An Giang		Đăng ký Giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp.		1		
	An Giang		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh hóa chất thuộc danh mục hóa chất sản xuất kinh doanh có điều kiện trong ngành công nghiệp		1		
	An Giang		Cấp giấy chứng nhận đăng ký sử dụng hóa chất độc hại thuộc danh mục các máy, thiết bị, hóa chất độc hại có yêu cầu an toàn đặc thù chuyên ngành công nghiệp theo QĐ 136/2004/QĐ-BCN		1		
	An Giang		Phê duyệt kế hoạch phòng ngừa, ứng phó sự cố hóa chất đối với các dự án đầu tư sản xuất kinh doanh, cất giữ và bảo quản hóa chất nguy hiểm thuộc nhóm C		1		
	An Giang		Cấp giấy chứng nhận đăng ký sử dụng các máy thiết bị thuộc danh mục các máy, thiết bị, hóa chất độc hại có yêu cầu an toàn đặc thù chuyên ngành công nghiệp theo QĐ 136/2004/QĐ-BCN		1		
	An Giang		Điện, năng lượng mới, năng lượng tái tạo	6	6		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực tư vấn đầu tư xây dựng đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35kV trở xuống.		1		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực phát điện đối với các nhà máy điện có quy mô công suất dưới 3MW đặt tại địa phương(đầu tư xây dựng)		1		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực phát điện đối với các nhà máy điện có quy mô công suất dưới 3MW đặt tại địa phương(phát điện thương mại toàn bộ nhà máy điện)		1		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực bán lẻ điện nông thôn tại địa phương		1		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực Tư vấn giám sát thi công các công trình đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35kV trở xuống.		1		
	An Giang		Cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động điện lực cho lĩnh vực phân phối điện nông thôn có điện áp từ 35kV trở xuống tại địa phương		1		
	An Giang		Công nghiệp thực phẩm và công nghiệp chế biến khác	16	16		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Đối với cơ sở có diện tích dưới 300m ² hoặc khối tích dưới 1000m ³ . Trường hợp cấp mới		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá. Trường hợp cấp lại do giấy chứng nhận bị mất, bị rách, bị cháy hay bị tiêu hủy dưới hình thức khác.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu. Trường hợp cấp bổ sung, sửa đổi.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Đối với cơ sở có diện tích dưới 300m ² hoặc khối tích dưới 1000m ³ . Trường hợp cấp lại do hết hạn.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép sản xuất rượu. Đối với cơ sở có quy mô sản xuất dưới 3 triệu lít/năm. Trường hợp cấp bổ sung, sửa đổi.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Đối với cơ sở có diện tích từ 300m ² trở lên hoặc khối tích từ 1000m ³ trở lên. Trường hợp cấp lại do hết hạn.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép sản xuất rượu. Đối với cơ sở có quy mô sản xuất dưới 3 triệu lít/năm. Trường hợp cấp lại do giấy phép hết thời hạn hiệu lực.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Đối với cơ sở có diện tích từ 300m ² trở lên hoặc khối tích từ 1000m ³ trở lên. Trường hợp cấp mới		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép sản xuất rượu. Đối với cơ sở có quy mô sản xuất dưới 3 triệu lít/năm. Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá. Trường hợp cấp lại do giấy phép bị mất, bị rách, bị cháy hay bị tiêu hủy dưới hình thức khác.		1		
	An Giang		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá. Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá. Trường hợp cấp lại do giấy chứng nhận hết thời hạn hiệu lực.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá. Trường hợp cấp bổ sung, sửa đổi.		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Trường hợp cấp lại do giấy phép hết thời hạn hiệu lực		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá. Trên địa bàn tỉnh An Giang. Trường hợp cấp bổ sung, sửa đổi.		1		
	An Giang		Dầu khí	12	12		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng(LPG). Trường hợp cấp bổ sung sửa đổi		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG). Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG). Trường hợp cấp lại do giấy chứng nhận hết thời hạn hiệu lực.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn nạp khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG) vào chai. Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn nạp khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG) vào chai. Trường hợp cấp lại do giấy chứng nhận hết thời hạn hiệu lực.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu. Đối với cửa hàng, trạm bán lẻ xăng dầu. Trường hợp cấp lại do giấy chứng nhận hết thời hạn hiệu lực.		1		
	An Giang		Thẩm định dự án đầu tư xây dựng kho xăng dầu tại địa phương dưới 2.000m ³ . Trường hợp chưa có đất để xây dựng.		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu. Đối với cửa hàng, trạm bán lẻ xăng dầu. Trường hợp cấp mới.		1		
	An Giang		Thẩm định dự án đầu tư xây dựng kho xăng dầu tại địa phương trên 2.000m ³ . Trường hợp đã có đất để xây dựng		1		
	An Giang		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu. Đối với cửa hàng, trạm bán lẻ xăng dầu. Trường hợp cấp bổ sung, sửa đổi.		1		
	An Giang		Thẩm định dự án đầu tư xây dựng kho xăng dầu tại địa phương dưới 2.000m ³ . Trường hợp đã có đất để xây dựng.		1		
	An Giang		Thẩm định dự án đầu tư xây dựng kho xăng dầu tại địa phương trên 2.000m ³ . Trường hợp chưa có đất để xây dựng.		1		
	An Giang		Lưu thông hàng hóa trong nước	5	5		
	An Giang		Cấp Bổ sung Giấy đăng ký tổ chức Bán hàng đa cấp		1		
	An Giang		Cấp lại Giấy đăng ký tổ chức Bán hàng đa cấp chức bán hàng đa cấp (trong trường hợp Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp bị rách, nát)		1		
	An Giang		Cấp Giấy đăng ký tổ chức Bán hàng đa cấp		1		
	An Giang		Cấp lại Giấy đăng ký tổ chức Bán hàng đa cấp (trong trường hợp Giấy đăng ký bán hàng đa cấp bị mất)		1		
	An Giang		Thu hồi Giấy đăng ký tổ chức Bán hàng đa cấp		1		
	An Giang		Phát triển công nghiệp và thương mại địa phương	8	8		
	An Giang		Thủ tục đăng ký lại hoạt động nhượng quyền thương mại (trường hợp thương nhân đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại trong nước tại khoản 8 mục 1 của thông tư số 09/2006/TT-BTM ngày 25/5/2006)		1		
	An Giang		Thủ tục đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại		1		
	An Giang		Thủ tục đăng ký bổ sung, sửa đổi dấu nghiệp vụ		1		
	An Giang		Thủ tục đăng ký dấu nghiệp vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ giám định thương mại		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Thủ tục thu hồi và công khai việc thu hồi dấu nghiệp vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ giám định thương mại.		1		
	An Giang		Thủ tục đăng lại dấu nghiệp vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ giám định thương mại. (trường hợp chuyển địa chỉ trụ sở sang tỉnh khác)		1		
	An Giang		Thủ tục cấp phép kinh doanh tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu		1		
	An Giang		Thủ tục xóa đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại		1		
	An Giang		Quản lý hoạt động thương mại	9	9		
	An Giang		Thông báo dự kiến chấm dứt hoạt động của Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam (Chấm dứt hoạt động của Văn phòng đại diện theo các trường hợp quy định tại điểm a, điểm b, điểm c khoản 1 điều 22 Nghị định 72/2006/NĐ-CP)		1		
	An Giang		Cấp lại Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam (Trường hợp Thay đổi tên gọi hoặc thay đổi nơi đăng ký thành lập của thương nhân nước ngoài từ một nước sang một nước khác; Thay đổi hoạt động của thương nhân nước ngoài).		1		
	An Giang		Cấp Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	An Giang		Gia hạn và điều chỉnh Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	An Giang		Cấp lại Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam (Trường hợp thay đổi địa điểm đặt trụ sở của Văn phòng đại diện từ 1 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đến 1 tỉnh thành phố trực thuộc trung ương khác).		1		
	An Giang		Thông báo chấm dứt hoạt động của Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam (Chấm dứt hoạt động của Văn phòng đại diện theo các trường hợp quy định tại điểm d, điểm đ khoản 1 điều 22 Nghị định 72/2006/NĐ-CP)		1		
	An Giang		Gia hạn Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	An Giang		Cấp lại Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam (Trong trường hợp Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện, bị mất, bị rách hoặc bị tiêu hủy).		1		
	An Giang		Điều chỉnh Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	An Giang		Xúc tiến thương mại	8	8		
	An Giang		Xác nhận Đăng ký Tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (trong nước)		1		
	An Giang		Xác nhận đăng ký thực hiện chương trình khuyến mại bằng hình thức bán hàng, cung ứng dịch vụ kèm theo việc tham dự các chương trình mang tính may rủi trên địa bàn		1		
	An Giang		Xác nhận thay đổi, bổ sung nội dung đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (trong nước)		1		
	An Giang		Đình chỉ việc thực hiện chương trình khuyến mại		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Xác nhận đăng ký sửa đổi, bổ sung nội dung chương trình khuyến mại.		1		
	An Giang		Chấp thuận đăng ký tổ chức trưng bày hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ để so sánh với hàng thật tại hội chợ triển lãm thương mại (trong trường hợp tham gia hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam).		1		
	An Giang		Hồ sơ thông báo thực hiện khuyến mại		1		
	An Giang		Hồ sơ đăng ký thực hiện khuyến mại		1		
1.2	An Giang	Tài nguyên và Môi trường			2		
	An Giang		Quản lý hoạt động thương mại	9	9		
	An Giang		Quy trì, thủ tục đăng ký chuyển mục đích sử dụng đất (đối với trường hợp không phải xin phép)	1	1		
1.3	An Giang	Y tế			17		
	An Giang		Cấp chứng chỉ hành nghề	8	8		
	An Giang		Chứng chỉ hành nghề Y học cổ truyền (Cấp cho 7 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Chứng chỉ hành nghề dược (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Chứng chỉ hành nghề Y (Cấp cho 50 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Cấp lại chứng chỉ hành nghề dược do bị mất (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Gia hạn chứng chỉ hành nghề dược (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Đổi chứng chỉ hành nghề dược do bổ sung, thay đổi hình thức hành nghề (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Đổi chứng chỉ hành nghề dược do hỏng, rách nát (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Đổi chứng chỉ hành nghề dược do thay đổi địa chỉ thường trú của cá nhân (Cấp cho 39 loại hình hành nghề)		1		
	An Giang		Chứng nhận đủ điều kiện hành nghề	6	6		
	An Giang		Giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề YHCT		1		
	An Giang		Giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề Y		1		
	An Giang		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	An Giang		Cấp lại chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	An Giang		Gia hạn chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	An Giang		Đổi chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	An Giang		An toàn về sinh thực phẩm	3	3		
	An Giang		Cấp chứng nhận đủ điều kiện ATVSTP		1		
	An Giang		Cấp công bố tiêu chuẩn sản phẩm thực phẩm		1		
	An Giang		Đăng ký quảng cáo (loại hình thuộc lĩnh vực y tế)		1		
1.4	An Giang	Giao thông Vận tải			42		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe	9	9		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe 2 bánh loại A1		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe 2 bánh loại A2		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại A3		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại A4		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại B1		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại B2		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại C		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại D		1		
	An Giang		Đăng ký đổi giấy phép lái xe loại E		1		
	An Giang		Đăng ký giấy chứng nhận phương tiện thủy nội địa	33	33		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Phà		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (do chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Phà		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Xà lan chở hàng		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (do chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Xà lan chở hàng.		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Tàu đặt cần cầu, tàu hút bùn		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (do chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Tàu đặt cần cầu, tàu hút bùn		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Cano chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (do chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Cano chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Cano		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (do chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Cano		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Ponton		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Ponton		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Ponton chứa dầu		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Ponton chứa dầu		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Tàu hàng lồng		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho Tàu hàng lồng		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho Phương tiện tự hành chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho phương tiện tự hành chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho phương tiện tự hành chở hàng		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho phương tiện tự hành chở hàng		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới phương tiện thủy nội địa cho phương tiện kéo, đẩy		1		
	An Giang		Đăng ký hành chính cấp mới (chuyển từ nơi khác đến) phương tiện thủy nội địa cho phương tiện kéo, đẩy.		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Phà		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Xà lan chở hàng		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Tàu đặt cần cầu, tàu hút bùn		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Cano chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Cano		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Ponton		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Ponton chử đầu		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện Tàu hàng lồng		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện tự hành chở khách		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện tự hành chở hàng		1		
	An Giang		Đăng ký lại/Xóa đăng ký phương tiện thủy nội địa cho phương tiện kéo, đẩy		1		
1.5	An Giang	Kế hoạch và Đầu tư				6	
	An Giang		Đăng ký kinh doanh	6		6	
	An Giang		Đăng ký hồ sơ cấp mới Giấy Chứng nhận kinh doanh Hộ cá thể.			1	
	An Giang		Đăng ký hồ sơ cấp mới Giấy Chứng nhận kinh doanh Hộ cá thể (cấp lại).			1	
	An Giang		Đăng ký hồ sơ cấp mới Giấy Chứng nhận kinh doanh Hợp tác xã			1	
	An Giang		Đăng ký hồ sơ cấp mới Giấy Chứng nhận kinh doanh Hợp tác xã (cấp lại).			1	
	An Giang		Thủ tục Đăng ký thay đổi nội dung đăng ký kinh doanh Hộ cá thể			1	
	An Giang		Thủ tục Đăng ký thay đổi nội dung đăng ký kinh doanh Hợp tác xã			1	
2	TP. Đà Nẵng				57	17	74
2.1	Đà Nẵng	Xây dựng			4	5	
	Đà Nẵng		Cấp phép xây dựng	4	2	5	
	Đà Nẵng		Đăng ký cấp giấy phép xây dựng nhà ở		1	2	
	Đà Nẵng		Đăng ký cấp giấy phép xây dựng công trình		1		
	Đà Nẵng		Gia hạn cấp giấy phép xây dựng			2	
	Đà Nẵng		Đăng ký cấp mới giấy phép xây dựng tạm quận Cẩm Lệ			1	
	Đà Nẵng		Cấp chứng chỉ hành nghề	2	2		
	Đà Nẵng		Cấp chứng chỉ hành nghề giám sát		1		
	Đà Nẵng		Cấp chứng chỉ hành nghề kiến trúc		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
2.2	Đà Nẵng	Nội vụ			3	1	
	Đà Nẵng		Đăng ký thuyền chuyển công tác	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký làm việc	2	2		
	Đà Nẵng		Đăng ký làm việc tại Sở, Ban, Ngành, quận, huyện tại thành phố Đà Nẵng		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký làm việc tại UBND phường xã tại thành phố Đà Nẵng		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập hội tại quận Cẩm Lệ	1		1	
2.3	Đà Nẵng	Lao động, Thương binh và Xã hội			4	2	
	Đà Nẵng		Đăng ký thỏa ước lao động	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký làm thêm giờ	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thỏa ước lao động	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký chỉ tiêu nghề	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký cấp sổ lao động	1	1		
	Đà Nẵng		Giải quyết ưu đãi trong giáo dục	1		1	
	Đà Nẵng		Đăng ký giải quyết mai táng phí tại quận Hải Châu	1		1	
2.4	Đà Nẵng	Tư pháp				1	
	Đà Nẵng		Cấp lại bản chính giấy khai sinh tại quận Hải Châu	1		1	
2.5	Đà Nẵng	Thông tin và Truyền thông			3		
	Đà Nẵng		Đăng ký thay đổi văn phòng đại diện cơ quan báo chí tại Đà Nẵng	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp phép triển lãm, hội chợ xuất bản phẩm	1	1		
	Đà Nẵng		Khiếu nại tố cáo về lĩnh vực Thông tin và Truyền thông	1	1		
2.6	Đà Nẵng	Ngoại vụ			2		
	Đà Nẵng		Đăng ký xác nhận gốc Việt Nam	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký tổ chức hội nghị, hội thảo có yếu tố nước ngoài	1	1		
2.7	Đà Nẵng	Tài nguyên và Môi trường				5	
	Đà Nẵng		Đất đai	5		5	
	Đà Nẵng		Cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất tại quận Hải Châu			1	
	Đà Nẵng		Cấp giấy, đổi giấy chứng nhận quyền sử dụng đất tại quận Hải Châu			1	
	Đà Nẵng		Chuyển nhượng quyền sử dụng đất tại quận Hải Châu			1	
	Đà Nẵng		Đăng ký thế chấp tại quận Hải Châu			1	
	Đà Nẵng		Tách hợp thửa đất			1	
2.8	Đà Nẵng	Kế hoạch và Đầu tư			15	3	
	Đà Nẵng		Đăng ký kinh doanh	3		3	
	Đà Nẵng		Đăng ký cấp lại Giấy chứng nhận ĐKKD			1	
	Đà Nẵng		Đăng ký tạm ngừng kinh doanh			1	
	Đà Nẵng		Đăng ký nghỉ hẳn kinh doanh			1	
	Đà Nẵng		Đăng ký đầu tư	3	3		
	Đà Nẵng		Đăng ký đầu tư không thành lập chi nhánh		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký đầu tư gắn với thành lập chi nhánh		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký đầu tư gắn với thành lập doanh nghiệp		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký đầu thầu qua mạng	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập doanh nghiệp	9	9		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập doanh nghiệp tư nhân		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập công ty TNHH		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập công ty cổ phần		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập công ty hợp danh		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập công ty Nhà nước		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thay đổi, bổ sung ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thay đổi nội dung kinh doanh		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập mô hình kinh doanh hộ cá thể		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Đà Nẵng		Thông báo thành lập mới chi nhánh		1		
	Đà Nẵng		Thông báo thành lập mới văn phòng đại diện		1		
2.9	Đà Nẵng	Văn hóa, Thể thao và Du lịch			7		
	Đà Nẵng		Cấp phép công diễn, nghệ thuật, thời trang	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp giấy phép tổ chức lễ hội	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp giấy phép hoạt động vũ trường	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp giấy phép biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp	1	1		
	Đà Nẵng		Gia hạn giấy phép thực hiện quảng cáo	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp chứng nhận hạng cơ sở lưu trú	1	1		
2.10	Đà Nẵng	Khoa học và Công nghệ			3		
	Đà Nẵng		Cấp giấy phép hoạt động tổ chức khoa học công nghệ	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký kiểm định phương tiện đo	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký kiểm tra nhà nước về chất lượng hàng hóa nhập khẩu	1	1		
2.11	Đà Nẵng	Công Thương			10		
	Đà Nẵng		Đăng ký vật liệu nổ	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký chương trình khuyến mại	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký nhượng quyền thương mại	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp phép kinh doanh xăng dầu	2	2		
	Đà Nẵng		Cấp phép đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu		1		
	Đà Nẵng		Cấp đổi giấy xác nhận đủ điều kiện kinh doanh cho cửa hàng trạm bán lẻ xăng dầu		1		
	Đà Nẵng		Cấp phép kinh doanh rượu	2	2		
	Đà Nẵng		Cấp đổi giấy phép kinh doanh bán buôn hoặc đại lý bán buôn rượu		1		
	Đà Nẵng		Cấp phép kinh doanh bán buôn rượu		1		
	Đà Nẵng		Cấp phép kinh doanh thuốc lá	2	2		
	Đà Nẵng		Cấp đổi giấy phép bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) thuốc lá		1		
	Đà Nẵng		Cấp phép kinh doanh bán buôn thuốc lá		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký mua bán điện	1	1		
2.12	Đà Nẵng	Giao thông Vận tải			6		
	Đà Nẵng		Đăng ký phù hiệu xe	3	3		
	Đà Nẵng		Đăng ký phù hiệu xe taxi		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký phù hiệu xe hợp đồng		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Đà Nẵng		Đăng ký phù hiệu xe vận chuyển khách du lịch		1		
	Đà Nẵng		Đăng ký sổ nhật trình và tuyến cố định	1	1		
	Đà Nẵng		Đăng ký sửa chữa, cải tạo nâng cấp đường bộ	1	1		
	Đà Nẵng		Cấp phép cho phương tiện vận tải vào đường cấm	1	1		
3	Lâm Đồng				40	12	52
3.1	Lâm Đồng	Hải quan				1	
	Lâm Đồng		Khai hải quan điện tử	1		1	
3.1	Lâm Đồng	Hải quan				1	
	Lâm Đồng		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	Lâm Đồng		Đăng ký kinh doanh cho doanh nghiệp tư nhân		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký kinh doanh cho Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký kinh doanh cho Công ty TNHH 2 thành viên		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký kinh doanh cho Công ty hợp danh		1		
3.3	Lâm Đồng	Thông tin và Truyền thông			2		
	Lâm Đồng		Đăng ký xuất bản bản tin	1	1		
	Lâm Đồng		Đăng ký xuất bản tài liệu	1	1		
3.4	Lâm Đồng	Xây dựng			15	5	
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới	5	5		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới cho kiến trúc sư xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới cho kỹ sư khảo sát xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới cho Kỹ sư thiết kế xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới cho Giám sát thi công hạng 1		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ mới cho Giám sát thi công hạng 2		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ	5	5		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ kiến trúc sư xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ kỹ sư khảo sát xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ kỹ sư thiết kế xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ giám sát thi công hạng 1		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ Giám sát thi công hạng 2		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ	5	5		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Kiến trúc sư xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Kỹ sư khảo sát xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Kỹ sư thiết kế xây dựng		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Giám sát thi công hạng 1		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Giám sát thi công hạng 2		1		
	Lâm Đồng		Cấp phép xây dựng	4		4	
	Lâm Đồng		Cấp giấy phép xây dựng nhà ở tư nhân liên thông			1	
	Lâm Đồng		Cấp giấy phép xây dựng công trình			1	
	Lâm Đồng		Cấp giấy phép xây dựng nhà ở tư nhân			1	
	Lâm Đồng		Xin gia hạn giấy phép xây dựng nhà ở tư nhân			1	
	Lâm Đồng		Giấy chứng nhận quyền sở hữu công trình xây dựng	1		1	
3.5	Lâm Đồng	Y tế			15		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ y	5	5		
	Lâm Đồng		Cấp mới chứng chỉ Y		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ Y		1		
	Lâm Đồng		Cấp đổi chứng chỉ Y		1		
	Lâm Đồng		Gia hạn chứng chỉ Y		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Y		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ dược	5	5		
	Lâm Đồng		Cấp mới chứng chỉ Dược		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ Dược		1		
	Lâm Đồng		Cấp đổi chứng chỉ Dược		1		
	Lâm Đồng		Gia hạn chứng chỉ Dược		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Dược		1		
	Lâm Đồng		Đăng ký chứng chỉ y học cổ truyền	5	5		
	Lâm Đồng		Cấp mới chứng chỉ Y học cổ truyền		1		
	Lâm Đồng		Cấp bổ sung chứng chỉ Y học cổ truyền		1		
	Lâm Đồng		Cấp đổi chứng chỉ Y học cổ truyền		1		
	Lâm Đồng		Gia hạn chứng chỉ Y học cổ truyền		1		
	Lâm Đồng		Cấp lại chứng chỉ Y học cổ truyền		1		
3.6	Lâm Đồng		Giao thông Vận tải			4	
	Lâm Đồng		Đăng ký giấy phép lái xe	4	4		
	Lâm Đồng		Cấp giấy di chuyển quản lý Giấy phép lái xe		1		
	Lâm Đồng		Đề nghị đổi Giấy phép lái xe		1		
	Lâm Đồng		Đề nghị học, sát hạch để cấp Giấy phép lái xe		1		
	Lâm Đồng		Cấp giấy đăng ký ô tô, xe máy		1		
3.7	Lâm Đồng		Tài nguyên và Môi trường			6	
	Lâm Đồng		Đất đai	6		6	
	Lâm Đồng		Tách hợp thửa đất			1	
	Lâm Đồng		Chuyển mục đích sử dụng đất			1	
	Lâm Đồng		Đăng ký biến động quyền sử dụng đất			1	
	Lâm Đồng		Đề nghị cấp lại giấy chứng nhận quyền sử dụng đất			1	
	Lâm Đồng		Đề nghị cấp đổi giấy chứng nhận quyền sử dụng đất			1	
	Lâm Đồng		Đề nghị cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất			1	
4	Bà Rịa - Vũng Tàu				46	1	47
4.1	BR-VT		Kế hoạch và Đầu tư			1	
	BR-VT		Đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh cá thể qua mạng (lần đầu)	1		1	
4.2	BR-VT		Công Thương		46		
	BR-VT		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu	1	1		
	BR-VT		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hóa lỏng	1	1		
	BR-VT		Cấp giấy phép kinh doanh bán buôn sản phẩm thuốc lá	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá trong phạm vi một tỉnh		1		
	BR-VT		Sửa đổi, bổ sung Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá trong phạm vi một tỉnh		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) sản phẩm thuốc lá trong phạm vi một tỉnh		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	BR-VT		Cấp giấy chứng nhận kinh doanh nguyên liệu thuốc lá	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	BR-VT		Sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	BR-VT		Cấp giấy chứng nhận an toàn nạp khí dầu mỏ	2	2		
	BR-VT		Cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn nạp khí dầu mỏ hóa lỏng vào chai		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn nạp khí dầu mỏ hóa lỏng vào chai		1		
	BR-VT		Cấp Giấy phép kinh doanh bán buôn (hoặc đại lý bán buôn) rượu trong phạm vi một tỉnh	1	1		
	BR-VT		Giấy phép sản xuất rượu (dưới 3 triệu lít/năm)	1	1		
	BR-VT		Cấp giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam	5	5		
	BR-VT		Cấp Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Điều chỉnh, bổ sung Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Gia hạn Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Gia hạn và điều chỉnh Giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Cấp phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp		1		
	BR-VT		Xác nhận đăng ký giấy phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp		1		
	BR-VT		Cấp Giấy chứng nhận đăng ký sử dụng đối với các máy, thiết bị có yêu cầu an toàn đặc thù chuyên ngành công nghiệp	1	1		
	BR-VT		Hoạt động nhượng quyền thương mại trong nước	1	1		
	BR-VT		Cấp giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam	3	3		
	BR-VT		Thay đổi đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại trong nước		1		
	BR-VT		Chấp thuận đăng ký lại hoạt động nhượng quyền thương mại trong nước		1		
	BR-VT		Chấp thuận đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại trong nước		1		
	BR-VT		Đăng ký dấu nghiệp vụ giám định thương mại	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy chứng nhận đăng ký lại dấu nghiệp vụ giám định thương mại		1		
	BR-VT		Đăng ký bổ sung, sửa đổi dấu nghiệp vụ giám định thương mại		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	BR-VT		Cấp Giấy chứng nhận đăng ký dấu nghiệp vụ giám định thương mại		1		
	BR-VT		Đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp	3	3		
	BR-VT		Cấp bổ sung Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp		1		
	BR-VT		Cấp lại Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp		1		
	BR-VT		Cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp		1		
	BR-VT		Đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại	2	2		
	BR-VT		Xác nhận đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Xác nhận thay đổi, bổ sung nội dung đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam		1		
	BR-VT		Thông báo khuyến mại	3	3		
	BR-VT		Thông báo thực hiện khuyến mại		1		
	BR-VT		Xác nhận đăng ký sửa đổi, bổ sung nội dung chương trình khuyến mại theo hình thức mang tính may rủi thực hiện trên địa bàn 1 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương		1		
	BR-VT		Xác nhận đăng ký thực hiện khuyến mại theo hình thức mang tính may rủi thực hiện trên địa bàn 1 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương		1		
	BR-VT		Cấp phép tư vấn về đường dây và trạm biến áp	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy phép tư vấn đầu tư xây dựng đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35 KV trở xuống		1		
	BR-VT		Sửa đổi, bổ sung Giấy phép tư vấn đầu tư xây dựng đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35 KV trở xuống		1		
	BR-VT		Cấp Giấy phép tư vấn giám sát thi công đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35KV trở xuống		1		
	BR-VT		Sửa đổi, bổ sung Giấy phép tư vấn giám sát thi công đường dây và trạm biến áp có cấp điện áp từ 35KV trở xuống		1		
	BR-VT		Cấp phép tư vấn về đường dây và trạm biến áp	3	3		
	BR-VT		Cấp Giấy phép hoạt động phát điện đối với các nhà máy điện có quy mô công suất dưới 3 MW đặt tại địa phương		1		
	BR-VT		Sửa đổi, bổ sung Giấy phép hoạt động phát điện đối với các nhà máy điện có quy mô công suất dưới 3 MW đặt tại địa phương		1		
	BR-VT		Cấp phép tư vấn về đường dây và trạm biến áp	3	3		
	BR-VT		Cấp lại thẻ Kiểm tra viên Điện lực trường hợp bị mất hoặc bị hỏng thẻ		1		
	BR-VT		Cấp thẻ Kiểm tra viên điện lực khi thẻ hết hạn sử dụng		1		
	BR-VT		Cấp thẻ Kiểm tra viên điện lực		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	BR-VT		Cấp Giấy xác nhận khai báo hóa chất nguy hiểm	1	1		
5	Hà Nam				45	0	45
5.1	Hà Nam	Kế hoạch và Đầu tư			6		
	Hà Nam		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	Hà Nam		Đăng ký kinh doanh cho doanh nghiệp tư nhân		1		
	Hà Nam		Đăng ký kinh doanh cho công ty cổ phần		1		
	Hà Nam		Đăng ký kinh doanh cho Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Hà Nam		Đăng ký kinh doanh cho Công ty TNHH 2 thành viên		1		
	Hà Nam		Đăng ký lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Hà Nam		Đăng ký lập chi nhánh		1		
	Hà Nam		Đăng ký lập văn phòng đại diện		1		
5.2	Hà Nam	Xây dựng			1		
	Hà Nam		Cấp phép xây dựng	1	1		
5.3	Hà Nam	Quản lý Khu Công nghiệp			38		
	Hà Nam		Đăng ký, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư trong nước	2	2		
	Hà Nam		Đăng ký, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư trong nước có quy mô vốn đầu tư từ 15 tỷ đồng Việt Nam đến dưới 300 tỷ đồng Việt Nam và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Hà Nam		Đăng ký, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư trong nước đối với dự án đầu tư nước ngoài có quy mô vốn đầu tư dưới 300 tỷ đồng Việt Nam và không thuộc danh mục lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Hà Nam		Thẩm tra, cấp giấy chứng nhận đầu tư	4	4		
	Hà Nam		Thẩm tra, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án có quy mô đầu tư trên 300 tỷ đồng Việt Nam và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Hà Nam		Thẩm tra, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án có quy mô đầu tư dưới 300 tỷ đồng Việt Nam và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Hà Nam		Thẩm tra, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án có quy mô đầu tư từ 300 tỷ đồng Việt Nam trở lên và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Hà Nam		Thẩm tra, cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư thuộc thẩm quyền chấp thuận của Thủ tướng Chính phủ		1		
	Hà Nam		Điều chỉnh dự án đầu tư	2	2		
	Hà Nam		Đăng ký điều chỉnh dự án đầu tư		1		
	Hà Nam		Thẩm tra, điều chỉnh dự án đầu tư		1		
	Hà Nam		Đăng ký lại, chuyển đổi, đăng ký đổi giấy chứng nhận đầu tư đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	5	5		
	Hà Nam		Cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thực hiện việc chuyển nhượng dự án		1		
	Hà Nam		Chuyển đổi doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Hà Nam		Cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được thành lập trên cơ sở chia/tách/hợp nhất/ sát nhập /mua lại doanh nghiệp		1		
	Hà Nam		Đăng ký đổi Giấy chứng nhận đầu tư đối với các dự án đầu tư theo hình thức hợp tác kinh doanh đã được cấp Giấy phép đầu tư trước ngày 1/7/2006		1		
	Hà Nam		Đăng ký lại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài		1		
	Hà Nam		Quy hoạch xây dựng	6	6		
	Hà Nam		Cấp chứng chỉ quy hoạch xây dựng		1		
	Hà Nam		Cấp và quản lý việc thực hiện chứng chỉ quy hoạch của các doanh nghiệp khu công nghiệp		1		
	Hà Nam		Phê duyệt điều chỉnh quy hoạch công trình xây dựng đã được duyệt của Khu công nghiệp		1		
	Hà Nam		Phê duyệt điều chỉnh quy hoạch xây dựng khu công nghiệp đã được phê duyệt		1		
	Hà Nam		Tham gia ý kiến về thiết kế cơ sở công trình		1		
	Hà Nam		Tham gia ý kiến về thiết kế cơ sở công trình đối với dự án nhóm B, nhóm C		1		
	Hà Nam		Quản lý doanh nghiệp	11	11		
	Hà Nam		Đăng ký hệ thống thang lương, bảng lương		1		
	Hà Nam		Đăng ký cấp Sổ lao động cho người Việt Nam		1		
	Hà Nam		Đăng ký, sửa đổi bổ sung Nội quy lao động		1		
	Hà Nam		Đăng ký nội quy lao động		1		
	Hà Nam		Đăng ký sửa đổi, bổ sung hoặc gia hạn Thỏa ước lao động tập thể		1		
	Hà Nam		Đăng ký Thỏa ước lao động tập thể		1		
	Hà Nam		Hồ sơ đề nghị cấp giấy phép lao động đối với trường hợp người lao động nước ngoài lần đầu để nghị cấp Giấy phép lao động		1		
	Hà Nam		Hồ sơ đề nghị cấp giấy phép lao động đối với trường hợp người lao động nước ngoài đã được cấp Giấy phép lao động và Giấy phép lao động vẫn còn hiệu lực, có nhu cầu giao kết thêm hợp đồng lao động với người sử dụng lao động khác		1		
	Hà Nam		Hồ sơ đề nghị cấp lại Giấy phép lao động		1		
	Hà Nam		Hồ sơ đề nghị gia hạn Giấy phép lao động		1		
	Hà Nam		Sửa đổi, bổ sung hệ thống thang lương, bảng lương		1		
	Hà Nam		Phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường	8	8		
	Hà Nam		Xác nhận Đề án bảo vệ môi trường		1		
	Hà Nam		Phê duyệt Đề án Bảo vệ môi trường		1		
	Hà Nam		Phê duyệt Báo cáo đánh giá tác động môi trường		1		
	Hà Nam		Cấp giấy phép xả nước thải vào hệ thống thoát nước Khu công nghiệp		1		
	Hà Nam		Gia hạn, thay đổi thời hạn, điều chỉnh nội dung Giấy phép xả nước thải vào hệ thống thoát nước khu công nghiệp		1		
	Hà Nam		Phê duyệt báo cáo đánh giá tác động môi trường bổ sung		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Hà Nam		Xác nhận đăng ký Bản cam kết bảo vệ môi trường		1		
	Hà Nam		Xác nhận đăng ký Bản cam kết bảo vệ môi trường bổ sung		1		
6	Đồng Nai				44	0	44
6.1	Đồng Nai	Công Thương			33		
	Đồng Nai		Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hóa lỏng	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hóa lỏng (cấp mới) đối với doanh nghiệp		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hóa lỏng (cấp đổi) đối với doanh nghiệp		1		
	Đồng Nai		Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh rượu	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Rượu (cấp mới) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Rượu (cấp đổi) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc lá	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Thuốc lá (cấp mới) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Thuốc lá (cấp đổi) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Xăng dầu (cấp mới) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh Xăng dầu (cấp đổi) đối với đại lý bán buôn		1		
	Đồng Nai		Bán hàng đa cấp	5	5		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy tổ chức bán hàng đa cấp (cấp mới)		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy tổ chức bán hàng đa cấp (cấp bổ sung)		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy tổ chức bán hàng đa cấp (cấp lại do mất)		1		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy tổ chức bán hàng đa cấp (cấp lại do rách nát)		1		
	Đồng Nai		Thông báo tổ chức bán hàng đa cấp		1		
	Đồng Nai		Đăng ký khuyến mại	2	2		
	Đồng Nai		Thông báo thực hiện khuyến mại		1		
	Đồng Nai		Đăng ký thực hiện khuyến mại		1		
	Đồng Nai		Cấp phép thành lập văn phòng đại diện	11	11		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện tại Đồng Nai		1		
	Đồng Nai		Thông báo hoạt động của Văn phòng đại diện		1		
	Đồng Nai		Thực hiện chế độ báo về tình hình hoạt động của Văn phòng đại diện		1		
	Đồng Nai		Thay đổi địa điểm đặt trụ sở Văn phòng đại diện từ tỉnh khác đến Đồng Nai		1		
	Đồng Nai		Thay đổi tên gọi, nơi đăng ký thành lập, lĩnh vực hoạt động, thời hạn hoạt động của thương nhân nước ngoài		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Đồng Nai		Cấp lại trong trường hợp giấy phép bị mất, bị rách, bị tiêu hủy		1		
	Đồng Nai		Thay đổi người đứng đầu của VPĐD		1		
	Đồng Nai		Thay đổi địa điểm đặt trụ sở VPĐD trong phạm vi tỉnh Đồng Nai		1		
	Đồng Nai		Thay đổi địa điểm đặt trụ sở của thương nhân nước ngoài trong phạm vi nước nơi thương nhân thành lập		1		
	Đồng Nai		Đăng ký gia hạn Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện		1		
	Đồng Nai		Thông báo chấm dứt hoạt động của VPĐD		1		
	Đồng Nai		Đăng ký dấu nghiệp vụ	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký bổ sung, chỉnh sửa Dấu nghiệp vụ		1		
	Đồng Nai		Đăng ký dấu nghiệp vụ		1		
	Đồng Nai		Đăng ký nhượng quyền thương mại	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại (ban đầu)		1		
	Đồng Nai		Đăng ký hoạt động nhượng quyền thương mại (thứ cấp)		1		
	Đồng Nai		Tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại	3	3		
	Đồng Nai		Đăng ký cấp Giấy xác nhận tổ chức hội chợ Triển lãm thương mại		1		
	Đồng Nai		Đăng ký thay đổi bổ sung nội dung tổ chức Hội chợ, triển lãm thương mại		1		
	Đồng Nai		Đăng ký trưng bày hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ		1		
6.2	Đồng Nai		Khoa học và Công nghệ			5	
	Đồng Nai		Đăng ký đề tài khoa học	1	1		
	Đồng Nai		Đăng ký giấy phép X-quang	1	1		
	Đồng Nai		Đăng ký nhân viên bức xạ	1	1		
	Đồng Nai		Cấp phép sử dụng thiết bị X-quang chẩn đoán trong y tế	1	1		
	Đồng Nai		Đăng ký hội thi sáng tạo kỹ thuật	1	1		
6.3	Đồng Nai		Kế hoạch và Đầu tư			6	
	Đồng Nai		Đăng ký kinh doanh	3	3		
	Đồng Nai		Cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	Đồng Nai		Cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đối với Công ty cổ phần		1		
	Đồng Nai		Cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh Công ty TNHH		1		
	Đồng Nai		Đăng ký thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Đồng Nai		Đăng ký thành lập chi nhánh		1		
	Đồng Nai		Đăng ký thành lập văn phòng đại diện		1		
	Đồng Nai		Đăng ký danh mục hàng hóa nhập khẩu miễn thuế trực tuyến	1	1		
7	Lai Châu				37	0	37
7.1	Lai Châu		Thông tin và Truyền thông		2		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Lai Châu		Cấp phép xuất bản tài liệu không kinh doanh	1	1		
	Lai Châu		Cấp giấy phép xuất bản bản tin.	1	1		
7.2	Lai Châu	Y tế			35		
	Lai Châu		Chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân	3	3		
	Lai Châu		Cấp chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân	3	3		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Lai Châu		Chứng chỉ hành nghề dược	4	4		
	Lai Châu		Cấp mới chứng chỉ hành nghề Dược		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng chỉ hành nghề Dược		1		
	Lai Châu		Cấp đổi chứng chỉ hành nghề Dược		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng chỉ hành nghề Dược		1		
	Lai Châu		Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc	5	5		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Lai Châu		Đổi giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Lai Châu		Bổ sung chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Lai Châu		Chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền	9	9		
	Lai Châu		Cấp chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Cấp chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu phòng chẩn trị		1		
	Lai Châu		Cấp chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu trung tâm kế thừa ứng dụng y học cổ truyền		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu phòng chẩn trị		1		
	Lai Châu		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu trung tâm kế thừa ứng dụng y học cổ truyền		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu phòng chẩn trị		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Lai Châu		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y dược cổ truyền cho cá nhân đứng đầu trung tâm kế thừa, ứng dụng y học cổ truyền		1		
	Lai Châu		Bài thuốc gia truyền	2	2		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận bài thuốc gia truyền		1		
	Lai Châu		Cấp lại giấy chứng nhận bài thuốc gia truyền		1		
	Lai Châu		Chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y dược cổ truyền	9	9		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y dược cổ truyền cho cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho phòng chẩn trị		1		
	Lai Châu		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho trung tâm kế thừa ứng dụng y học cổ truyền		1		
	Lai Châu		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho phòng chẩn trị		1		
	Lai Châu		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho trung tâm kế thừa ứng dụng y học cổ truyền		1		
	Lai Châu		Gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho cơ sở điều trị không dùng thuốc		1		
	Lai Châu		Gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho phòng chẩn trị		1		
	Lai Châu		Gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề cho trung tâm kế thừa ứng dụng y học cổ truyền		1		
8	Yên Bái (Yenbai)				34		34
8.1	Yên Bái	Kế hoạch và Đầu tư			31		
	Yên Bái		Chuyển nhượng dự án đầu tư	1	1		
	Yên Bái		Đăng ký lại doanh nghiệp	2	2		
	Yên Bái		Đăng ký lại các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài theo quy định của Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư.		1		
	Yên Bái		Đăng ký lại doanh nghiệp trong trường hợp có cam kết chuyển giao bồi hoàn.		1		
	Yên Bái		Đăng ký chuyển đổi doanh nghiệp	4	4		
	Yên Bái		Chuyển đổi doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài có từ hai chủ sở hữu trở lên thành công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Yên Bái		Chuyển đổi doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài do một tổ chức hoặc cá nhân nước ngoài đầu tư thành công ty TNHH 2 thành viên trở lên		1		
	Yên Bái		Chuyển đổi doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thành công ty cổ phần		1		
	Yên Bái		Chuyển đổi doanh nghiệp trong trường hợp có cam kết chuyển không bồi hoàn		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư dự án	7	7		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án đầu tư trong nước gắn với thành lập chi nhánh (áp dụng cho nhà đầu tư trong nước có dự án đầu tư dưới 300 tỉ đồng, không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án đầu tư có vốn đầu tư nước ngoài (áp dụng cho dự án có quy mô vốn đầu tư dưới 300 tỉ đồng và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án có vốn đầu tư nước ngoài gắn với thành lập doanh nghiệp (áp dụng cho dự án có quy mô vốn đầu tư dưới 300 tỉ đồng, không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án có vốn đầu tư nước ngoài gắn với thành lập chi nhánh (áp dụng cho dự án có quy mô đầu tư dưới 300 tỉ và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án có vốn đầu tư trong nước gắn với thành lập doanh nghiệp (áp dụng cho dự án có quy mô vốn đầu tư dưới 300 tỉ, không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với dự án đầu tư trong nước có đề nghị cấp giấy chứng nhận đầu tư (áp dụng cho nhà đầu tư trong nước có dự án đầu tư dưới 300 tỉ và có đề nghị cấp giấy chứng nhận đầu tư)		1		
	Yên Bái		Đăng ký đầu tư đối với các dự án trong nước không cần cấp giấy chứng nhận đầu tư (áp dụng cho nhà đầu tư trong nước có vốn đầu tư từ 15 tỉ đến dưới 300 tỉ và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện)		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư	12	12		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án có vốn từ 300 tỉ trở lên và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án có quy mô dưới 300 tỉ và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư có quy mô từ 300 tỉ trở lên và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư có quy mô từ 300 tỉ trở lên và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập doanh nghiệp		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư cho dự án đầu tư thuộc quyền chấp thuận của Thủ tướng Chính phủ		1		
	Yên Bái		Thẩm tra điều chỉnh dự án đầu tư		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư quy mô từ 300 tỉ trở lên và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập chi nhánh		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư với dự án đầu tư có quy mô dưới 300 tỉ, thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập chi nhánh		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư có quy mô vốn từ 300 tỉ trở lên và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập chi nhánh		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư có quy mô từ 300 tỉ trở lên và không thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập doanh nghiệp		1		
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư cho dự án đầu tư thuộc quyền chấp thuận của Thủ tướng Chính phủ gắn với thành lập doanh nghiệp		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Yên Bái		Thẩm tra cấp giấy chứng nhận đầu tư đối với dự án đầu tư quy mô dưới 300 tỉ và thuộc lĩnh vực đầu tư có điều kiện gắn với thành lập doanh nghiệp		1		
	Yên Bái		Đăng ký điều chỉnh dự án đầu tư	1	1		
	Yên Bái		Tạm ngừng thực hiện dự án đầu tư	1	1		
	Yên Bái		Giãn tiến độ thực hiện dự án đầu tư	1	1		
	Yên Bái		Đăng ký đổi giấy chứng nhận đầu tư theo quy định của Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư	1	1		
	Yên Bái		Đăng ký điều chỉnh nội dung đăng ký kinh doanh trong giấy chứng nhận đầu tư	1	1		
8.2	Yên Bái	Giao thông Vận tải			3		
	Yên Bái		Cấp giấy phép lái xe cơ giới đường bộ	3	3		
	Yên Bái		Cấp đổi giấy phép lái xe cơ giới đường bộ		1		
	Yên Bái		Di chuyển giấy phép lái xe cơ giới đường bộ (di chuyển đến)		1		
	Yên Bái		Di chuyển giấy phép lái xe cơ giới đường bộ (di chuyển đi)		1		
9	Quảng Bình				19	11	30
9.1	Q. Bình	Kế hoạch và Đầu tư			18	3	
	Q. Bình		Đăng ký kinh doanh	5	5		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký kinh doanh (thành lập) đối với công ty cổ phần, thành lập công ty cổ phần		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký kinh doanh (thành lập) đối với công ty TNHH 2 thành viên trở lên		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký kinh doanh (thành lập) đối với công ty TNHH 1 thành viên: cá nhân		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký kinh doanh (thành lập) đối với công ty TNHH 1 thành viên: tổ chức (pháp nhân)		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	Q. Bình		Đăng ký hoạt động chi nhánh, văn phòng	11	11		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) chi nhánh của công ty cổ phần		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) văn phòng đại diện của công ty cổ phần		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) chi nhánh của công ty hợp danh		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) văn phòng đại diện của công ty hợp danh		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) chi nhánh của công ty TNHH 2 thành viên trở lên		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) chi nhánh của Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) văn phòng đại diện của công ty TNHH 2 thành viên trở lên		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) văn phòng đại diện của công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) chi nhánh của doanh nghiệp tư nhân		1		
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký hoạt động (thành lập) văn phòng đại diện của doanh nghiệp tư nhân		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Q. Bình		Thủ tục: Đăng ký lập chi nhánh/văn phòng đại diện trực thuộc hợp tác xã		1		
	Q. Bình		Cấp mã số Doanh nghiệp	1	1		
	Q. Bình		Khắc dấu	1	1		
	Q. Bình		Đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh	3		3	
	Q. Bình		Cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh (lần đầu)			1	
	Q. Bình		Thay đổi giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh			1	
	Q. Bình		Cấp lại giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh			1	
9.2	Q. Bình	Hải Quan			1		
	Q. Bình		Khai Hải quan từ xa	1	1		
9.3	Q. Bình	Xây dựng				1	
	Q. Bình		Cấp giấy phép xây dựng	1		1	
9.4	Q. Bình	Tài nguyên và Môi trường				7	
	Q. Bình		Đất đai	7		7	
	Q. Bình		Cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất (lần đầu)			1	
	Q. Bình		Cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất sau giao đất			1	
	Q. Bình		Đăng ký tách, hợp thửa đất			1	
	Q. Bình		Đăng ký chuyển đổi mục đích sử dụng đất			1	
	Q. Bình		Chuyển đổi, chuyển nhượng quyền sử dụng đất			1	
	Q. Bình		Đăng ký thừa kế quyền sử dụng đất			1	
	Q. Bình		Đăng ký cấp lại, cấp đổi giấy chứng nhận quyền sử dụng đất			1	
10	Nam Định				27	0	27
10.1	Nam Định	Y tế			24		
	Nam Định		Hành nghề dược	4	4		
	Nam Định		Cấp mới chứng chỉ hành nghề dược		1		
	Nam Định		Cấp đổi chứng chỉ hành nghề dược		1		
	Nam Định		Cấp lại chứng chỉ hành nghề dược		1		
	Nam Định		Cấp gia hạn chứng chỉ hành nghề dược		1		
	Nam Định		Kinh doanh thuốc	5	5		
	Nam Định		Cấp mới giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Nam Định		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Nam Định		Bổ sung phạm vi kinh doanh trong giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Nam Định		Cấp gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Nam Định		Cấp đổi giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh thuốc		1		
	Nam Định		Cấp chứng chỉ hành nghề y tư nhân	4	4		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Nam Định		Cấp mới chứng chỉ hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp đổi chứng chỉ hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y tư nhân	4	4		
	Nam Định		Cấp mới giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp đổi giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân	4	4		
	Nam Định		Cấp chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Gia hạn chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp đổi chứng chỉ hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân	3	3		
	Nam Định		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Cấp lại giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
	Nam Định		Gia hạn giấy chứng nhận đủ điều kiện hành nghề y học cổ truyền tư nhân		1		
10.2	Nam Định	Kế hoạch và Đầu tư			3		
	Nam Định		Đăng ký kinh doanh	1	1		
	Nam Định		Cấp mã số doanh nghiệp	1	1		
	Nam Định		Khắc dấu	1	1		
11	Bình Định				21		21
11.1	Bình Định	Công Thương			21		
	Bình Định		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh	4	4		
	Bình Định		Quy trình thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu		1		
	Bình Định		Quy trình thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hóa lỏng		1		
	Bình Định		Quy trình thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh bán thuốc lá		1		
	Bình Định		Quy trình thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh rượu		1		
	Bình Định		Quy trình thủ tục, xác nhận đăng ký, thay đổi, bổ sung thực hiện chương trình khuyến mại	1	1		
	Bình Định		Cấp giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam	4	4		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Bình Định		Quy trình thủ tục cấp mới giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	Bình Định		Cấp lại giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	Bình Định		Cấp sửa đổi, bổ sung (điều chỉnh) giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	Bình Định		Cấp gia hạn giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam		1		
	Bình Định		Thẩm định cấp giấy chứng nhận an toàn	2	2		
	Bình Định		Thẩm định hồ sơ cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn kỹ thuật trạm khí dầu mỏ hóa chất lỏng (PLG)		1		
	Bình Định		Thẩm định hồ sơ cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện cho trạm nạp PLG vào chai		1		
	Bình Định		Góp ý thiết kế cơ sở các dự án đầu tư xây dựng	2	2		
	Bình Định		Tham gia góp ý thiết kế cơ sở các dự án đầu tư xây dựng công trình công nghiệp nhóm B		1		
	Bình Định		Tham gia góp ý thiết kế cơ sở các dự án đầu tư xây dựng công trình công nghiệp nhóm C		1		
	Bình Định		Giải quyết đơn thư khiếu nại, tố cáo	1	1		
	Bình Định		Cấp phép kinh doanh thuốc lá	5	5		
	Bình Định		Cấp bổ sung, sửa đổi giấy kinh doanh bán buôn thuốc lá		1		
	Bình Định		Cấp lại giấy phép kinh doanh bán buôn thuốc lá		1		
	Bình Định		Cấp giấy phép kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	Bình Định		Cấp bổ sung, sửa đổi giấy phép kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	Bình Định		Cấp lại giấy phép kinh doanh nguyên liệu thuốc lá		1		
	Bình Định		Cấp gia hạn và điều chỉnh giấy phép thành lập văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam	1	1		
	Bình Định		Quy trình thủ tục đăng ký giấy phép sử dụng vật liệu nổ	1	1		
12	Phú Thọ				19		19
12.1	Phú Thọ	Kế hoạch và Đầu tư			19		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập doanh nghiệp	5	5		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập Công ty cổ phần		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập Doanh nghiệp tư nhân		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập Công ty TNHH 2 thành viên trở lên		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập Công ty hợp danh		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện	3	3		
	Phú Thọ		Đăng ký Thành lập chi nhánh		1		
	Phú Thọ		Đăng ký Thành lập văn phòng đại diện		1		
	Phú Thọ		Đăng ký Thành lập địa điểm kinh doanh		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thay đổi	4	4		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Phú Thọ		Đăng ký Thay đổi địa chỉ trụ sở chính của công ty		1		
	Phú Thọ		Đăng ký Thay đổi ngành nghề kinh doanh		1		
	Phú Thọ		Đăng ký Đăng ký thay đổi tên doanh nghiệp		1		
	Phú Thọ		Đăng ký thay đổi người đại diện		1		
	Phú Thọ		Thông báo thành viên công ty	4	4		
	Phú Thọ		Thông báo kết nạp thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần		1		
	Phú Thọ		Thông báo thay đổi bổ sung thành viên công ty hợp danh		1		
	Phú Thọ		Thông báo thay đổi thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần do chuyển nhượng		1		
	Phú Thọ		Thông báo thay đổi thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần do thừa kế		1		
	Phú Thọ		Thông báo ngừng, giải thể, bán doanh nghiệp	3	3		
	Phú Thọ		Thông báo tạm ngừng hoạt động của doanh nghiệp		1		
	Phú Thọ		Thông báo giải thể doanh nghiệp		1		
	Phú Thọ		Thông báo bán doanh nghiệp		1		
13	Bắc Giang (Bacgiang)				15	2	17
13.1	Bắc Giang	Kế hoạch và Đầu tư				1	
	Bắc Giang		Đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh	1		1	
13.2	Bắc Giang	Xây dựng				1	
	Bắc Giang		Cấp phép xây dựng nhà ở riêng lẻ	1		1	
13.3	Bắc Giang	Thông tin và Truyền thông			15		
	Bắc Giang		Cấp giấy phép cung ứng dịch vụ chuyển phát thư.		1		
	Bắc Giang		Xác nhận thông báo kinh doanh dịch vụ chuyển phát.		1		
	Bắc Giang		Báo cáo Sở Thông tin và Truyền thông về tình hình cung cấp dịch vụ Internet		1		
	Bắc Giang		Xác nhận sản lượng viễn thông công ích.		1		
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép trưng bày tù thông tin		1		
	Bắc Giang		Cấp giấy phép xuất bản bản tin (trong nước).		1		
	Bắc Giang		Cho phép tổ chức hoạt động liên quan đến thông tin báo chí của cơ quan, tổ chức nước ngoài		1		
	Bắc Giang		Cho phép thành lập và hoạt động của cơ quan đại diện, phóng viên thường trú ở trong nước của các cơ quan báo chí.		1		
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép tổ chức triển lãm, hội chợ xuất bản phẩm cho cơ quan, tổ chức, cá nhân của địa phương: chi nhánh, văn phòng đại diện, đơn vị trực thuộc của cơ quan, tổ chức của Trung ương tại địa phương.		1		
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép hoạt động in đối với xuất bản phẩm, sản phẩm báo chí, tem chống giả cho cơ sở in của địa phương.		1		
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép in gia công cho nước ngoài sản phẩm không phải là xuất bản phẩm đối với cơ sở in của cơ quan, tổ chức, cá nhân thuộc địa phương		1		
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép xuất bản tài liệu không kinh doanh cho cơ quan, tổ chức thuộc địa phương, chi nhánh, văn phòng đại diện, đơn vị trực thuộc cơ quan, tổ chức của Trung ương tại địa phương.		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Bắc Giang		Cấp Giấy phép nhập khẩu xuất bản ấn phẩm không kinh doanh.		1		
	Bắc Giang		Thủ tục thẩm định Thiết kế cơ sở công trình xây dựng chuyên ngành Thông tin và Truyền thông		1		
	Bắc Giang		Thủ tục thẩm định Báo cáo kinh tế - kỹ thuật công trình xây dựng chuyên ngành Thông tin và Truyền thông		1		
14	Bình Phước (Binhphuoc)				17		17
14.1	B. Phước	Kế hoạch và Đầu tư			16		
	B. Phước		Đăng ký kinh doanh	3	3		
	B. Phước		Đăng ký thành lập doanh nghiệp		1		
	B. Phước		Đăng ký thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện		1		
	B. Phước		Đăng ký kinh doanh công ty cổ phần		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi	6	6		
	B. Phước		Thay đổi địa chỉ trụ sở chính của công ty		1		
	B. Phước		Thay đổi ngành nghề kinh doanh		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi tên doanh nghiệp		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi người đại diện		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi vốn điều lệ của công ty		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi vốn đầu tư của doanh nghiệp tư nhân		1		
	B. Phước		Đăng ký thay đổi	6	6		
	B. Phước		Thông báo thay đổi bổ sung thành viên công ty hợp danh		1		
	B. Phước		Thông báo thay đổi thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần do chuyển nhượng		1		
	B. Phước		Thông báo thay đổi thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần do thừa kế		1		
	B. Phước		Thông báo kết nạp thành viên công ty TNHH / công ty Cổ phần		1		
	B. Phước		Thông báo tạm ngừng hoạt động của doanh nghiệp	1	1		
	B. Phước		Thông báo giải thể doanh nghiệp	1	1		
	B. Phước		Thông báo bán doanh nghiệp	1	1		
14.2	B. Phước	Xây dựng			1		
	B. Phước		Đăng ký gia hạn giấy phép xây dựng	1	1		
15	Lào Cai				11	4	15
15.1	Lào Cai	Thông tin và Truyền thông			2		
	Lào Cai		Cấp phép xuất bản tài liệu không kinh doanh	1	1		
	Lào Cai		Cấp phép xuất bản bản tin	1	1		
15.3	Lào Cai	Y tế			4		
	Lào Cai		Cấp chứng chỉ hành nghề	4	4		
	Lào Cai		Cấp chứng chỉ hành nghề dược tư nhân		1		
	Lào Cai		Cấp chứng chỉ hành nghề khám, chữa bệnh tư nhân		1		
	Lào Cai		Cấp gia hạn chứng chỉ hành nghề dược		1		
	Lào Cai		Cấp gia hạn chứng chỉ hành nghề khám chữa bệnh		1		
15.4	Lào Cai	Kế hoạch và Đầu tư				1	

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Lào Cai		Cấp phép kinh doanh hộ cá thể ngành nghề có điều kiện	1		1	
15.5	Lào Cai	Tài nguyên và Môi trường				3	
	Lào Cai		Đất đai	3		3	
	Lào Cai		Cấp giấy chứng nhận đối với trường hợp người sử dụng đất đồng thời là chủ sở hữu nhà ở và các công trình xây dựng			1	
	Lào Cai		Chuyển đổi mục đích sử dụng đất đối với trường hợp đối với tổ chức, cơ sở tôn giáo, người Việt Nam định cư ở nước ngoài, tổ chức nước ngoài, cá nhân nước ngoài			1	
	Lào Cai		Chuyển mục đích sử dụng đất cho tổ chức đối với trường hợp không phải xin phép			1	
16	Bạc Liêu				14	0	14
16.1	Bạc Liêu	Kế hoạch và Đầu tư			5		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép đăng ký kinh doanh	1	1		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép đầu tư	3	3		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép đầu tư đối với trường hợp không gắn với thành lập doanh nghiệp hoặc chi nhánh		1		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép đầu tư đối với trường hợp gắn với thành lập doanh nghiệp		1		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép đầu tư đối với trường hợp gắn với thành lập chi nhánh		1		
	Bạc Liêu		Cấp giấy phép thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện	1	1		
16.2	Bạc Liêu	Xây dựng			4		
	Bạc Liêu		Gia hạn giấy phép xây dựng	1	1		
	Bạc Liêu		Thay đổi thiết kế	1	1		
	Bạc Liêu		Cấp chứng chỉ hành nghề xây dựng	2			
	Bạc Liêu		Cấp mới chứng chỉ hành nghề hoạt động xây dựng		1		
	Bạc Liêu		Cấp đổi chứng chỉ hành nghề hoạt động xây dựng		1		
16.3	Bạc Liêu	Tài nguyên và Môi trường			3		
	Bạc Liêu		Cấp giấy chứng nhận	3	3		
	Bạc Liêu		Giấy chứng nhận đối với trường hợp không có tài sản gắn liền với đất hoặc có tài sản nhưng không có nhu cầu chứng nhận quyền sở hữu hoặc có tài sản nhưng thuộc quyền sở hữu của người khác		1		
	Bạc Liêu		Giấy chứng nhận đối với trường hợp tài sản gắn liền với đất mà chủ sở hữu tài sản không đồng thời là người sử dụng đất		1		
	Bạc Liêu		Giấy chứng nhận đối với trường hợp người sử dụng đất đồng thời là chủ sở hữu nhà ở, công trình xây dựng		1		
16.4	Bạc Liêu	Tư pháp			1		
	Bạc Liêu		Cấp giấy đăng ký tạm trú, tạm vắng	1	1		
16.5	Bạc Liêu	Thanh tra			1		
	Bạc Liêu		Giải quyết khiếu nại tố cáo	1	1		
17	Kiên Giang				12	0	12
17.1	K. Giang	Y tế			4		
	K. Giang		Cấp chứng chỉ hành nghề y dược tư nhân	4	4		
	K. Giang		Cấp mới Chứng chỉ hành nghề y dược tư nhân		1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	K. Giang		Gia hạn Chứng chỉ hành nghề y dược tư nhân		1		
	K. Giang		Cấp lại chứng chỉ hành nghề y dược tư nhân		1		
	K. Giang		Thay đổi chứng chỉ hành nghề y dược tư nhân		1		
17.2	K. Giang	Xây dựng			8		
	K. Giang		Cấp phép xây dựng	6	6		
	K. Giang		Đăng ký cấp phép xây dựng cho công trình tạm		1		
	K. Giang		Đề nghị cấp giấy phép xây dựng cho nhà ở nông thôn		1		
	K. Giang		Đăng ký gia hạn Giấy phép xây dựng		1		
	K. Giang		Đơn xin thay đổi thiết kế		1		
	K. Giang		Đơn xin điều chỉnh giấy phép xây dựng		1		
	K. Giang		Đăng ký cấp phép xây dựng nhà riêng lẻ ở đô thị		1		
	K. Giang		Cấp phép cho trạm và cột ăng ten	2	2		
	K. Giang		Đơn vị sử dụng cho trạm và cột ăng ten loại 1		1		
	K. Giang		Đơn vị sử dụng cho trạm và cột ăng ten loại 2		1		
18	H. Giang				10	0	10
18.1	H. Giang	Kế hoạch và Đầu tư			4		
	H. Giang		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	H. Giang		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	H. Giang		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với Công ty TNHH 2 thành viên		1		
	H. Giang		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với Công ty Cổ phần		1		
	H. Giang		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với Công ty TNHH 1 thành viên		1		
18.2	H. Giang	Tài nguyên và Môi trường			2		
	H. Giang		Đăng ký chuyển mục đích sử dụng đất	1	1		
	H. Giang		Đăng ký Giao thuê đất	1	1		
18.3	H. Giang	Tư pháp			3		
	H. Giang		Hành chính tư pháp	3	3		
	H. Giang		Đăng ký tạm trú		1		
	H. Giang		Khai báo tạm vắng		1		
	H. Giang		Lưu trú và tiếp nhận lưu trú		1		
18.4	H. Giang	Khoa học và Công nghệ			1		
	H. Giang		Đăng ký đề tài khoa học và công nghệ	1	1		
19	TP. Hồ Chí Minh				0	10	10
19.1	TP.HCM	Kế hoạch và Đầu tư				4	
	TP.HCM		Đăng ký kinh doanh	3		4	
	TP.HCM		Đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh cá thể			2	
	TP.HCM		Điều chỉnh nội dung giấy chứng nhận kinh doanh			1	
	TP.HCM		Tạm ngừng kinh doanh hộ kinh doanh cá thể			1	
19.2	TP.HCM	Lao động, Thương binh và Xã hội				3	
	TP.HCM		Hướng dẫn khai trình sử dụng lao động	1		1	

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	TP.HCM		Hướng dẫn báo cáo giảm lao động	1		1	
	TP.HCM		hướng dẫn đăng ký biến động di chuyển đơn vị	1		1	
19.3	TP.HCM	Tu pháp				3	
	TP.HCM		Hành chính tư pháp	3		3	
	TP.HCM		Đăng ký cấp bản sao giấy khai sinh			1	
	TP.HCM		Đăng ký cấp bản sao giấy chứng tử			1	
	TP.HCM		Đăng ký cấp bản sao giấy chứng nhận kết hôn			1	
20	Bình Thuận				8	0	8
20.1	B. Thuận	Xây dựng			3		
	B. Thuận		Cấp phép xây dựng	3	3		
	B. Thuận		Đăng ký cấp phép xây dựng công trình, nhà ở riêng lẻ ở đô thị		1		
	B. Thuận		Đăng ký cấp phép xây dựng xây dựng tạm		1		
	B. Thuận		Đăng ký cấp phép xây dựng nhà ở nông thôn		1		
20.2	B. Thuận	Kế hoạch và Đầu tư			5		
	B. Thuận		Đăng ký kinh doanh	5	5		
	B. Thuận		Đăng ký doanh nghiệp tư nhân		1		
	B. Thuận		Đăng ký công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên		1		
	B. Thuận		Đăng ký công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên		1		
	B. Thuận		Đăng ký công ty cổ phần		1		
	B. Thuận		Đăng ký công ty hợp danh		1		
21	Đắk Lắk				8		8
21.1	Đắk Lắk	Kế hoạch và Đầu tư			8		
	Đắk Lắk		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	Đắk Lắk		Đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	Đắk Lắk		Đăng ký kinh doanh đối với công ty cổ phần		1		
	Đắk Lắk		Đăng ký kinh doanh đối với Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Đắk Lắk		Đăng ký kinh doanh đối với Công ty TNHH 2 thành viên		1		
	Đắk Lắk		Đăng ký lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Đắk Lắk		Đăng ký lập chi nhánh		1		
	Đắk Lắk		Đăng ký lập văn phòng đại diện		1		
	Đắk Lắk		Khắc dấu	1	1		
	Đắk Lắk		Cấp mã số Doanh nghiệp	1	1		
22	TP. Hà Nội				8		8
22.1	Hà Nội	Thông tin và Truyền thông			6		
	Hà Nội		Đề nghị tổ chức họp báo	1	1		
	Hà Nội		Cấp phép xuất bản tin	1	1		
	Hà Nội		Cấp phép hoạt động in xuất bản phẩm	1	1		
	Hà Nội		Cấp phép tổ chức triển lãm, hội chợ xuất bản phẩm	1	1		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Hà Nội		Thẩm định và cấp phép trang tin điện tử tổng hợp	1	1		
	Hà Nội		Nhập khẩu xuất bản phẩm không kinh doanh	1	1		
22.2	Hà Nội	Kế hoạch và Đầu tư			1	0	
	Hà Nội		Hỗ trợ đăng ký Mã số doanh nghiệp qua mạng	1	1		
22.3	Hà Nội	Công Thương			1		
	Hà Nội		Hỗ trợ đăng ký thành lập văn phòng đại diện nước ngoài tại Hà Nội - Việt Nam	1	1		
23	Đồng Tháp				6	0	6
23.1	Đ. Tháp	Khoa học và Công nghệ			1		
	Đ. Tháp		Đăng ký đề tài khoa học	1	1		
23.2	Đ. Tháp	Thông tin và Truyền thông			5		
	Đ. Tháp		Thủ tục cấp giấy phép in gia công xuất bản phẩm cho nước ngoài	1	1		
	Đ. Tháp		Thủ tục cấp giấy phép in gia công cho nước ngoài (vàng mã, báo chí, sổ tiết kiệm, hộ chiếu, chứng minh thư, văn bằng chứng chỉ, tem chống giả).	1	1		
	Đ. Tháp		Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu văn hóa phẩm không thuộc phạm vi kinh doanh	1	1		
	Đ. Tháp		Thủ tục cấp giấy phép xuất bản tài liệu không kinh doanh	1	1		
	Đ. Tháp		Thủ tục cấp giấy phép hoạt động in xuất bản phẩm và các sản phẩm không phải là xuất bản phẩm.	1	1		
24	Lạng Sơn				6	0	6
24.1	Lạng Sơn	Kế hoạch và Đầu tư			6		
	Lạng Sơn		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	Lạng Sơn		Đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	Lạng Sơn		Đăng ký kinh doanh Công ty Cổ phần		1		
	Lạng Sơn		Đăng ký Công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Lạng Sơn		Đăng ký kinh doanh Công ty TNHH 2 thành viên		1		
	Lạng Sơn		Đăng ký lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Lạng Sơn		Đăng ký lập chi nhánh		1		
	Lạng Sơn		Đăng ký lập văn phòng đại diện		1		
25	Quảng Nam				6		6
25.1	Q. Nam	Kế hoạch và Đầu tư			6		
	Q. Nam		Đăng ký kinh doanh	4	4		
	Q. Nam		Đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
	Q. Nam		Đăng ký kinh doanh đối với công ty cổ phần		1		
	Q. Nam		Đăng ký kinh doanh đối với công ty TNHH 1 thành viên		1		
	Q. Nam		Đăng ký kinh doanh đối với công ty TNHH 2 thành viên		1		
	Q. Nam		Đăng ký lập chi nhánh, văn phòng đại diện	2	2		
	Q. Nam		Đăng ký lập chi nhánh		1		
	Q. Nam		Đăng ký lập văn phòng đại diện		1		
26	Gia Lai				5		5
26.1	Gia Lai	Giao thông Vận tải			5		
	Gia Lai		Cấp giấy phép lái xe	5	5		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Gia Lai		Cấp đổi giấy phép lái xe cho khách du lịch lái xe vào Việt Nam		1		
	Gia Lai		Đổi giấy phép lái xe do ngành giao thông vận tải cấp		1		
	Gia Lai		Đổi giấy phép lái xe do bộ quốc phòng cấp		1		
	Gia Lai		Đổi giấy phép lái xe cho người nước ngoài		1		
	Gia Lai		Đổi giấy phép lái xe cho các trường hợp cá biệt khi đổi giấy phép lái xe do ngành giao thông vận tải cấp		1		
27	TP. Hải Phòng				0	5	5
27.1	Hải Phòng	Kế hoạch và Đầu tư				2	
	Hải Phòng		Đăng ký kinh doanh	2		2	
	Hải Phòng		Đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh			1	
	Hải Phòng		Đăng ký kinh doanh hợp tác xã			1	
27.2	Hải Phòng	Y tế				1	
	Hải Phòng		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm	1		1	
27.3	Hải Phòng	Tư pháp				2	
	Hải Phòng		Cấp giấy khai sinh	2		2	
	Hải Phòng		Cấp lại bản chính giấy khai sinh			1	
	Hải Phòng		Cấp bản sao giấy khai sinh từ Sổ đăng ký khai sinh			1	
28	Nghệ An				5	0	5
28.1	Nghệ An	Xây dựng			1		
	Nghệ An		Cấp giấy phép xây dựng	1	1		
28.2	Nghệ An	Kế hoạch và Đầu tư			1		
	Nghệ An		Đăng ký kinh doanh		1		
28.3	Nghệ An	Tài nguyên và Môi trường			1		
	Nghệ An		Cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất	1	1		
28.4	Nghệ An	An toàn, an ninh			2		
	Nghệ An		Thẩm định hồ sơ phòng cháy chữa cháy	1	1		
	Nghệ An		Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện ANTT	1	1		
29	Phú Yên				5		5
29.1	Phú Yên	Thông tin và Truyền thông			5		
	Phú Yên		Đăng ký hợp báo	1	1		
	Phú Yên		Cấp phép hoạt động ngành in	1	1		
	Phú Yên		Cấp phép xuất bản bản tin	1	1		
	Phú Yên		Cấp phép triển lãm hội chợ xuất bản phẩm	1	1		
	Phú Yên		Cấp phép xuất bản tài liệu không kinh doanh	1	1		
30	Vĩnh Phúc				5		5
30.1	Vĩnh Phúc	Giao thông Vận tải			2		
	Vĩnh Phúc		Cấp giấy phép lái xe cơ giới đường bộ	2	2		
	Vĩnh Phúc		Đăng ký học và cấp GPLXCG đường bộ		1		
	Vĩnh Phúc		Cấp lại, cấp đổi và di chuyển GPLXCG đường bộ		1		
30.2	Vĩnh Phúc	An toàn, an ninh			3		

TT	Địa phương	Lĩnh vực	Nhóm dịch vụ / dịch vụ	Số dịch vụ thành phần	SL dịch vụ cung cấp tại cấp tỉnh	SL dịch vụ cung cấp tại cấp quận / huyện	Tổng số dịch vụ
	Vĩnh Phúc		Đăng ký dự án, công trình thuộc diện phải thiết kế và thẩm duyệt về phòng cháy và chữa cháy	1	1		
	Vĩnh Phúc		Cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện về phòng cháy và chữa cháy trước khi đưa vào hoạt động	1	1		
	Vĩnh Phúc		Đề nghị tổ chức kiểm tra và nghiệm thu công trình phòng cháy chữa cháy	1	1		
31	Thái Bình				4		4
31.1	T. Bình	Xây dựng			3		
	T. Bình		Cấp chứng chỉ hành nghề	3	3		
	T. Bình		Cấp chứng chỉ hành nghề kỹ sư hoạt động xây dựng		1		
	T. Bình		Cấp chứng chỉ hành nghề kiến trúc sư hoạt động xây dựng		1		
	T. Bình		Cấp chứng chỉ hành nghề giám sát hoạt động xây dựng		1		
31.2	T. Bình	Thanh tra			1		
	T. Bình		Giải quyết đơn thư khiếu nại, tố cáo	1	1		
32	Hà Tĩnh				3		3
32.1	Hà Tĩnh	Kế hoạch và Đầu tư			3		
	Hà Tĩnh		Đăng ký kinh doanh	3	3		
	Hà Tĩnh		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với Công ty TNHH có 2 thành viên trở lên		1		
	Hà Tĩnh		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với Công ty Cổ phần		1		
	Hà Tĩnh		Đăng ký kinh doanh trực tuyến đối với doanh nghiệp tư nhân		1		
33	Hòa Bình				3		3
33.1	Hòa Bình	Thông tin và Truyền thông			3		
	Hòa Bình		Cấp giấy phép ngành in	1	1		
	Hòa Bình		Cấp giấy phép hợp báo	1	1		
	Hòa Bình		Cấp giấy phép xuất bản không kinh doanh	1	1		
34	Thừa Thiên - Huế				0	3	3
34.1	T.T. Huế	Hải quan				3	
	T.T. Huế		Khai hải quan điện tử	1		3	
35	Long An				1		1
35.1	Long An	Thông tin và Truyền thông			1		
	Long An		Cấp phép xuất bản tài liệu không kinh doanh	1	1		
36	Ninh Bình				1		1
36.1	Ninh Bình	Tư pháp			1		
	Ninh Bình		Khai báo tạm trú người nước ngoài, việt nam trên internet	1	1		
37	Quảng Ninh				1		1
37.1	Q. Ninh	Thông tin và Truyền thông			1		
	Q. Ninh		Cấp phép xuất bản bản tin	1	1		
38	Tiền Giang				1		1
38.1	T. Giang	Khoa học và Công nghệ			1		
	T. Giang		Quản lý đăng ký đề tài dự án khoa học công nghệ	1	1		

Phụ lục 3. Số lượng dịch vụ công trực tuyến được cung cấp tại các Bộ, cơ quan ngang Bộ

TT	Địa phương	2010					2009				2008	
		TS	Mức 1, 2	Mức 3	Mức 4	DVC khác	TS	Mức 1, 2	Mức 3	DVC khác	Mức 1, 2	Mức 3
1	Bộ Tài chính	887	840	4		43	17	17			7	
2	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	503	503				6	6			1	
3	Bộ Giao thông vận tải	415	415				-				24	
4	Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội	291	291				286	286				
5	Bộ Y tế	247	247				133	133				
6	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	226	222	4			264	226		38	100	
7	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	220	220				224	223	1		3	
8	Bộ Công Thương	209	198	10	1		200	198	2			2
9	Bộ Giáo dục và Đào tạo	206	181	2		23	205	181	1	23	9	
10	Bộ Thông tin và Truyền thông	154	151	3			149	142	3	4	16	1
11	Bộ Khoa học và Công nghệ	137	137	1			161	160	1		2	
12	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	124	124				-					
13	Bộ Tư pháp	106	106				112	112			65	
14	Bộ Nội vụ	88	88				2	2				
15	Bộ Tài nguyên và Môi trường	69	65			4	212	212			1	
16	Bộ Ngoại giao	65	62	3			70	69	1		6	
17	Ủy ban Dân tộc	11	11									
18	Bộ Xây dựng	10	10				10	10			6	

* Ghi chú: Dấu '-' trong cột Tổng số (TS) là đơn vị không có số liệu.

Phụ lục 4. Danh sách dịch vụ hành chính công trực tuyến mức độ 3 của các Bộ, cơ quan ngang Bộ

TT	Đơn vị	Tên dịch vụ hành chính công mức 3
1	Bộ Công Thương	<ol style="list-style-type: none"> Cấp giấy phép nhập khẩu tự động (2008) Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form A Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form D Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form E Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form AK Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form S Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form AJ Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form AANZ Quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử Form AI Cấp phép sử dụng vật liệu nổ công nghiệp
2	Bộ Tài chính	<ol style="list-style-type: none"> Đăng ký tài sản Thủ tục hải quan điện tử Nộp hồ sơ khai thuế qua mạng Internet Thanh tra xử lý vi phạm và giải quyết khiếu nại, tố cáo trong lĩnh vực chứng khoán

3	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đăng ký nhập khẩu phân bón, nguyên liệu sản xuất phân bón ngoài Danh mục phân bón được phép sản xuất, kinh doanh và sử dụng tại Việt Nam 2. Nhập khẩu giống cây trồng ngoài Danh mục giống cây trồng được phép sản xuất, kinh doanh (để sản xuất thử) 3. Kiểm tra và công nhận cơ sở sản xuất, kinh doanh thủy sản đủ điều kiện đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm (thuộc thẩm quyền của Bộ NN và PTNT) 4. Đánh giá lần đầu và chỉ định phòng kiểm nghiệm chất lượng nông lâm thủy sản
4	Bộ Thông tin và Truyền thông	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đăng ký cấp phép tần số vô tuyến điện (2009) 2. Thông báo sử dụng tên miền quốc tế (2009) 3. Đăng ký tên miền tiếng Việt (2008)
5	Bộ Ngoại giao	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đăng ký cấp giấy Miễn thị thực cho người Việt Nam định cư ở nước ngoài (2009) 2. Đăng ký trực tuyến cấp phát hộ chiếu ngoại giao công vụ 3. Đăng ký trực tuyến công hàm xin thị thực
6	Bộ Giáo dục và Đào tạo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Đăng ký thi tuyển sinh đại học (2009) 2. Đăng ký đi du học theo ngân sách nhà nước
7	Bộ Khoa học và Công nghệ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cấp phép cho các cơ sở bức xạ (2009)

* Ghi chú: Năm ghi trong cặp ngoặc đơn trong cột Tên dịch vụ là năm dịch vụ bắt đầu được cung cấp.