Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ & KINH DOANH QUỐC TẾ
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI

★

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN CỔNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM - TRUNG QUỐC (WWW.VIETNAMCHINA.NET)

Sinh viên thực hiện : Đỗ Thị Phương Huyền

: Nhật 4

Lớp : 43G

Khóa

Giáo viên hướng dẫn : PGS.TS Phạm Duy Liên

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hà Nội

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU 1

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ TMĐT VÀ CỔNG TMĐT B2B 3

1.1. Thương mại điện tử 3

1.1.1. Khái niệm *3*

1.1.2. Sự hình thành và phát triển của TMĐT *5*

1.1.3. Phân loại các loại hình TMĐT *7*

1.2. Thương mại điện tử B2B và cổng TMĐT B2B 11

1.2.1. Bản chất của TMĐT B2B *11*

1.2.2. Lợi ích của TMĐT B2B *11*

1.2.3. Các mô hình TMĐT B2B trên thế giới *12*

1.2.4. Cổng thương mại điện tử B2B *15*

1.2.4.1. Cổng thông tin 15

1.2.4.2. Cổng TMĐT B2B 18

1.3. Kinh nghiệm xây dựng và phát triển cổng Thương mại điện tử B2B của các nước trên Thế giới 24

1.3.1. Kinh nghiệm của Mỹ. *24*

1.3.2. Kinh nghiệm của Nhật Bản *28*

Chương II: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN CỔNG TMĐT B2B VIỆT NAM – TRUNG QUỐC THỜI GIAN QUA 31

2.1. Quan hệ thương mại Việt Nam – Trung Quốc thời gian qua 31

2.1.1. Tình hình kinh tế Trung Quốc sau khi gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO *31*

2.1.2. Tình hình kinh tế Việt Nam hậu WTO *33*

2.1.3. Quan hệ thương mại Việt Nam – Trung Quốc hiện nay. *36*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2. Quá trình xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc **40**

2.2.1. Phân tích cổng TMĐT B2B www.alibaba.com ***40***

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2.1.1. Tổng quan về Alibaba 40

2.2.1.2. Tầm nhìn chiến lợợc và việc thực hiện 42

2.2.1.3. Đặt giá dịch vụ 44

2.2.1.4. Năng lực hoạt động 45

2.2.1.5. Đánh giá ợu nhợợc điểm của Alibaba đối với các doanh nghiệp Việt Nam. 46

2.2.2. Phân tích cổng TMĐT B2B vietnamchinalink.com 49

2.2.2.1. Tình hình phát triển 49

2.2.2.2. Đánh giá ợu nhợợc điểm của vietnamchinalink 50

2.2.3. Phân tích cổng TMĐT B2B www.vietnamchina.gov.vn 53

2.2.3.1. Tình hình phát triển 53

2.2.3.2. Đánh giá ợu nhợợc điểm của vietnamchina 54

2.3. Điều kiện cần để xây dựng và phát triển thành công cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc 57

2.3.1. Cơ sở pháp lý 58

2.3.2. Hệ thống thanh toán điện tử 60

2.3.3. Hạ tầng công nghệ thông tin (CNTT) – Viễn thông 61

2.3.4. Cơ sở bảo mật thông tin 62

2.3.5. Nhân lực 63

2.4. Những khó khăn tồn tại trong xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam - Trung Quốc. 65

2.4.1. Khó khăn chung của các doanh nghiệp TMĐT B2B 65

2.4.1.1. An toàn , an ninh mạng 66

2.4.1.2. Hệ thống thanh toán điện tử 66

2.4.1.3. Nhận thức và nhân lực 67

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.4.1.4. Pháp lý 68

2.4.1.5. Hạ tầng CNTT và viễn thông 68

2.4.2. Khó khăn cho riêng sàn vietnamchinanet *70*

Chương 3: CÁC GIẢI PHÁP TIẾP TỤC XÂY DỰNG VÀ CỦNG CỐ CỔNG TMĐT B2B VIỆT NAM – TRUNG QUỐC 71

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.1. Kế hoạch phát triển chung về TMĐT 71

3.1.1. Định hướng mục tiêu phát triển TMĐT 71

3.1.2. Mục tiêu và phương hướng phát triển 72

3.1.3. Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006 – 2010 73

3.1.3.1. Quan điểm phát triển 73

3.1.3.2. Mục tiêu 73

3.2. Kế hoạch xây dựng và phát triển cổng TMĐT Việt Nam – Trung Quốc. 74

3.2.1. Kế hoạch phát triển quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam – Trung Quốc. 74

3.2.2. Kế hoạch phát triển TMĐT nói chung giữa hai nước 75

3.2.2.1. Hợp tác đa phoịong trong các tổ chức mà Việt Nam và Trung Quốc là thành viên 75

3.2.2.2. Hợp tác song phoịong. 76

3.3. Các giải pháp phát triển cổng TMĐT Việt Nam – Trung Quốc 76

3.3.1. Các biện pháp tầm vĩ mô 76

3.3.1.1. Biện pháp tăng coịờng và thúc đẩy xuất nhập khẩu 76

3.3.1.2. Các biện pháp để phát triển TMĐT 79

3.2.2. Giải pháp tầm vi mô: 82

3.2.2.1. Mục tiêu 82

3.2.2.2. Tình hình phát triển hiện nay 83

3.2.2.3. Các dịch vụ mà vietnamchinanet cung cấp cho khách hàng: 84

3.2.2.4. Kế hoạch phát triển 84

3.2.2.5. Các chiến loịợc cụ thể 85

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

KẾT LUẬN **89**

TÀI LIỆU THAM KHẢO **90**

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC VIẾT TẮT

ADSL: Đoờng thuê bao số không đối xứng (Asymmetric Digital Subscriber Line)

APEC: Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á – Thái Bình Doơng

B2B: Giao dịch Thoơng mại điện tử giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (Business to Business)

B2C: Giao dịch Thoơng mại điện tử giữa doanh nghiệp và ngoời tiêu dùng (Business to Customer)

C2C: Giao dịch Thoơng mại điện tử giữa ngoời tiêu dùng với ngoời tiêu dùng (Customer to Customer)

ISP: Giao thức Internet (Internet Protocol).

TMĐT: Thoơng mại điện tử

UNCITRAL: Ủy ban Liên hợp quốc về Luật Thoơng mại Quốc tế (United Nations Conference on International Trade Law).

UNCTAD: Cơ quan Liên hợp quốc về Thoơng mại và phát triển (United Nations Conference on Trade and Development).

WIPO: tổ chức bảo vệ sở hữu trí tuệ (World Intellectual Property Organization)

ICANN: giải quyết các tranh chấp tên miền quốc tế (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)

SQL Server: là phần mềm cơ sở dữ liệu của Microsoft (Structured Query Language Server)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

ASP.Net: là một môi trường lập trình phía máy chủ, cho phép ta xây dựng các trang Web có nội dung động (Interactive Web pages) và những ứng dụng mãnh mẽ trên nền Web (Active Server Pages)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Web 2.0: là ứng dụng cho phép ngọời sử dụng có thể tự đọa thông tin lên.

FAQs: là trả lời những câu hỏi thọờng gặp (Frequently Asked Question(s)).

AJAX: là một kỹ thuật phát triển web có tính tọơng tác cao bằng cách kết hợp nhiều ngôn ngữ (Asynchronous JavaScript and XML)

XML: (Extensible Markup Language - Ngôn ngữ Đánh dấu Mở rộng), có khả năng mô tả nhiều loại dữ liệu khác nhau

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

LỜI MỞ ĐẦU

1. ***Tính cấp thiết của đề tài.***

Thế kỷ XXI là thế kỷ của công nghệ thông tin và truyền thông, cùng với các ứng dụng của nó khối lợợng hàng hoá giao dịch thợơng mại quốc tế đang ngày càng tăng. Thợơng mại điện tử là một trong các lĩnh vực đang ngày càng trở nên phổ biến và phát triển mạnh mẽ ở các nợớc phát triển trên Thế giới.

Ở Việt Nam hiện nay, Thợơng mại điện tử điện tử đã bắt đầu phát triển ởcác doanh nghiệp lớn. Còn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là các làng nghề truyền thống hiện nay vẫn còn khá e dè với Thợơng mại điện tử. Trong khi đó, số lợợng các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay đang chiếm một con số đáng kể.

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay, lại chủ yếu là các mặt hàng nông lâm thủy sản, các mặt hàng mới qua sơ chế, các các sản xuất tại các làng nghề truyền thống. Các giao dịch của các doanh nghiệp này chủ yếu vẫn theo phợơng thức của thợơng mại truyền thống, chợa ứng dụng Thợơng mại điện tử vào việc tìm kiếm bạn hàng.

Quan hệ thợơng mại Việt Nam – Trung Quốc cũng không nằm ngoài tình hình đó. Mặc dù, các cơ quan chức năng của cả hai nợớc đã có nhiều nỗ lực thúc đẩy quan hệ thợơng mại giữa hai nợớc bằng việc xây dựng các cổng giao dịch Thợơng mại điện tử. Tuy nhiên, những cổng TMĐT này vẫn hoạt động chợa thực sự hiệu quả, chợa hỗ trợ đợợc nhiều cho các doanh nghiệp hai nợớc.

Trợớc tình hình thực tế trên, em chọn đề tài luận văn của mình là:

“ ***Xây dựng và phát triển cổng TMĐT Việt Nam – Trung Quốc (www.vietnamchina.net)*** ”

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2. ***Mục đích của đề tài***

Trên cơ sở tìm hiểu các khía cạnh của Thoịơng mại điện tử B2B cũng nhoị các mô hình cổng TMĐT B2B giữa Việt Nam – Trung Quốc troịớc đây để đoịa ra những giải pháp để xây dựng một cổng TMĐT B2B mới nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng nhoị các làng nghề truyền thống của Việt Nam trong việc xuất khẩu hàng hoá.

3. ***Đối tượng và phạm vi nghiên cứu***

Các cổng thoịơng mại điện tử Việt Nam – Trung Quốc.

4. ***Bố cục luận văn***

Ngoài lời mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, bài luận văn này gồm có ba choịơng:

Choịơng I: *Tổng quan về TMĐT B2B và cổng TMĐT B2B.*

Choịơng II: *Thực trạng xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc.*

Choịơng III: *Các giải pháp tiếp tục xây dựng và củng cố cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc.*

Do TMĐT còn là một lĩnh vực còn khá mới mẻ, và trong quá trình thực hiện bài luận văn này bản thân các nhân còn nhiều hạn chế về thời gian và kinh nghiệm nên không thể tránh khỏi những thiếu xót. Rất mong nhận đoịợc sự chỉ bảo của các thầy, cô giáo cũng nhoị sự đóng góp của bạn bè để bài luận văn đoịợc hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn ***PGS.TS. Phạm Duy Liên*** đã trực tiếp hoịớng dẫn tận tình giúp em hoàn thành bài luận văn này!

Em xin chân thành cảm ơn!

Hà Nội, tháng 5 năm 2008

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sinh viên thực hiện

Đỗ Thị Phơơng Huyền

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chơng 1:
TỔNG QUAN VỀ TMĐT VÀ CỔNG TMĐT B2B

1.1. Thơng mại điện tử

1.1.1. Khái niệm

Khi các ứng dụng của Internet đơợc khai thác nhằm phục vụ cho mục đích thơơng mại, nhiều thuật ngữ khác nhau đã xuất hiện để chỉ các hoạt động kinh doanh điện tử trên Internet nhơ: "TMĐT" (electronic commerce hay e – commerce); "thơơng mại trực tuyến" (online trade); "thơơng mại điều khiển học" (cyber trade); "thơơng mại không giấy tờ" (paperless commerce hoặc paperless trade); "thơơng mại Internet" (Internet commerce) hay thơơng mại số hoá" (digital commerce). Trong khuân khổ luận văn này, em xin sử dụng thống nhất một thuật ngữ "TMĐT" (electronic commerce), thuật ngữ đơợc dùng phổ biến trong tài liệu của các tổ chức trong và ngoài nơớc cũng nhơ trong các tài liệu nghiên cứu khác có liên quan.

** Theo nghĩa rộng*

Theo nghĩa rộng, có hai định nghĩa tiêu biểu. Trơớc hết, chúng ta xem xét định nghĩa của Luật mẫu về TMĐT của Uỷ ban Liên Hợp Quốc về Luật Thơơng mại Quốc tế (UNCITRAL):

"Thuật ngữ "thơơng mại" (commerce) cần đơợc diễn giải theo nghĩa rộng để bao quát các vấn đề nảy sinh ra từ mối quan hệ mang tính chất thơơng mại, dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mang tính thơơng mại (commercial) bao gồm, nhơng không phải chỉ bao gồm các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch thơơng mại nào về cung cấp hoặc đại lý thơơng mại, uỷ thác hoa hồng (factoring); cho thuê dài hạn (leasing); xây dựng các công trình; tơ vấn; kỹ thuật công trình (enginerring); đàu tơ; cấp vốn; ngân hàng; bảo hiểm; thoả thuận khai thác hoặc tô nhơợng; liên doanh các hình thức khác về hợp

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hoá hay hành khách bằng đoịờng biển, đoịờng hàng không, đoịờng sắt hoặc đoịờng bộ". [4]

Còn theo nhoị định nghĩa TMĐT của Uỷ ban Châu Âu , TMĐT đoịợc hiểu là thực hiện các hoạt động kinh doanh qua các phoịơng tiện điện tử. Nó dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử doịới dạng text, âm thanh và hình ảnh. TMĐT gồm nhiều hành vi trong đó hoạt động mua bán hàng hoá và dịch vụ qua phoịơng tiện điện tử, giao nhận các nội dung kỹ thuật số trên mạng, chuyển tiền điện tử, mua bán cổ phiếu điện tử, vận đơn điện tử, đấu giá thoịơng mại, hợp tác thiết kế, tài nguyên mạng, mua sắm công cộng, tiếp thị trực tiếp với ngoịời tiêu dùng và các dịch vụ sau bán hàng. TMDT đoịợc thực hiện đối với các thoịơng mại hàng hoá (ví dụ nhoị hàng tiêu dùng, các thiết bị y tế chuyên dụng) và thoịơng mại dịch vụ (ví dụ nhoị dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ pháp lý, tài chính); các hoạt động truyền thống nhoị chăm sóc sức khoẻ, giáo dục và các hoạt động mới (ví dụ nhoị siêu thị ảo).

Qua hai định nghĩa trên, ta có thể thấy rằng theo nghĩa rộng thì TMĐT có thể đoịợc hiểu là các giao dịch tài chính và thoịơng mại bằng các phoịơng tiện điện tử nhoị: trao đổi dữ liệu điện tử; chuyển tiền điện tử và các hoạt động gửi rút tiền bằng thẻ tín dụng. Hoạt động TMĐT do đó đã thực hiện thông qua các phoịơng tiện thông tin liên lạc, đã tồn tại hàng chục năm nay và đạt tới doanh số hàng tỷ USD mỗi ngày.

* *Theo nghĩa hẹp*

TMĐT theo nghĩa hẹp bao gồm các hoạt động thoịơng mại đoịợc thực hiện thông qua mạng Internet.

Theo Tổ chức Thế giới (WTO): TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm đoịợc mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhoịng đoịợc giao nhận một cách hữu hình cả sản phẩm đoịợcc giao nhận cũng nhoị những thông tin số hoá qua mạng Internet.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khái niệm về TMĐT do Tổ chức hợp tác phát triển kinh tế của Liên Hợp Quốc (OECD) đoịa ra là: TMĐT được định nghĩa sơ bộ là các giao dịch thoịơng mại dựa trên truyền dữ liệu qua mạng truyền thống nhoị Internet.

Từ các khái niệm trên, chúng ta có thể hiểu đượ rằng theo nghĩa hẹp TMĐT chỉ bao gồm những hoạt động thoịơng mại đượ thực hiện thông qua mạng Internet mà không tính đến các phoịơng tiện điện tử khác nhoị điện thoại, fax, telex. TMĐT, theo đó chỉ mới tồn tại đoịợc vài năm nay nhoịng đã đạt đoịợc những kết quả rất đáng quan tâm. Nói cách khác, chính các hoạt động thoịơng mại thông qua mạng Internet đã làm phát sinh thuật ngữ TMĐT.

1.1.2. Sự hình thành và phát triển của TMĐT

Nếu xem xét TMĐT theo nghĩa rộng, các hoạt động kinh doanh điện tử tồn tại từ đầu những năm 70 của thế kỷ XX.

Vào những năm đầu của thập kỷ 70 của thế kỷ 20, Công ty chăm sóc sức khoẻ Baxterr đã sử dụng hệ thống biến đổi các tín hiệu số moderm kết nối bằng điện thoại để cho phép các bệnh viện có thể đặt hàng từ công ty. Đây cũng là hình thức TMĐT B2B đầu tiên trên Thế giới, đánh dấu mốc quan trọng cho sự phát triển của TMĐT sau này.

Sang thập kỷ 80, ngoịời ta chứng kiến sự xuất hiện của một loạt các hệ thống đặt hàng từ xa trên máy tính cá nhân. Đầu tiên phải kể đến hệ thống EDI (Electronic Data Interchange – Trao đổi dữ liệu điện tử). Các chuẩn EDI xuất hiện vào những năm 80 cho phép các công ty có thể trao đổi các chứng từ và tiến hành giao dịch thoịơng mại thông qua mạng cá nhân (Private NetWork).

Ngoài ra, còn phải kể đến mạng Minitel của Pháp, có thể coi đây là tiền thân của Internet ngày nay. Minitel đượ ngoịời Pháp sử dụng đầu tiên vào năm 1981. Ngoịời Pháp sử dụng mạng Minitel này để truyền thông tin nhoị tin tức, giá cổ phiếu, … thông qua hệ thống cáp. Cho đến nay, mặc dù Internet

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

đang phát triển mạnh mẽ, một số lợợng lớn ngợời Pháp, 15 triệu ngợời, vẫn tiến hành song song cả hai hệ thống.

Sang những năm đầu thập kỷ 90 của thế kỷ XX, khi máy tính cá nhân đợợc sử dụng rộng rãi không những ở công sở mà cả ở gia đình, nhiều tổ chức tài chính đã mở rộng các công nghệ và mang đến cho khách hàng ngày càng nhiều dịch vụ trên cơ sở sử dụng máy tính cá nhân ở công sở và ở gia đình. Năm 1993, trình duyệt Web đầu tiên xuất hiện. Đến tháng 10 năm 1994, những quảng cáo banner đầu tiên xuất hiện trên Internet. Việc mua bán không gian trên trang Web để đặt quảng cáo đợợc tiến hành từ đầu năm 1995. Và cùng với sự phát triển của Internet trong thời gian này, để tăng nguồn thu nhập, các tổ chức tài chính luôn nghiên cứu và áp dụng nhiều phợơng tiện giao dịch, đồng thời hạ thấp chi phí dịch vụ, rút ngắn thời gian giao dịch của khách hàng. Chính sự cạnh tranh trong việc phát triển công nghệ TMĐT và công nghệ dịch vụ đối với khách hàng là động lực thúc đẩy hoạt động TMĐT ngày càng phát triển.

Còn nếu xem xét TMĐT theo nghĩa hẹp, tức là chỉ những giao dịch tiến hành trên tảng Internet và Web, TMĐT đã trải qua hai giai đoạn:

Giai đoạn thứ nhất, TMĐT thế hệ 1:

Giai đoạn này đợợc đánh dấu bắt đầu từ năm 1995. Hàng loạt các công ty "dot com" ra đời. Theo các con số thống kê đợa ra, 12.450 công ty "dot com" đợợc thành lập. Tổng nguồn vốn đầu tợ vào các công ty này lên tới 125 tỷ USD. Nguồn thu chủ yếu của các công ty này đều từ quảng cáo trên Website. Trong ngày đầu tiên hoạt động, giá trị cổ phiếu những công ty này cũng tăng trung bình gấp 4 lần. Giai đoạn này kết thúc vào năm 2000 khi hàng loạt công ty "dot com" phá sản và bị đóng cửa tạo nên cuộc khủng hoảng "dot com".

Ngợời ta đợa ra một số nguyên nhân cho sự kết thúc của TMĐT thế hệ 1:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sự ứ đọng hàng hoá công nghệ cao tăng nhanh do các công ty phải chi tiêu nhiều tiền bạc vào việc nâng cấp hệ thống giao dịch nội bộ để thích ứng với lỗi Y2K.

Tốc độ phát triển của các mạng cáp quang tốc độ cao của ngành thông tin liên lạc không thể theo kịp sự phát triển của Internet.

Mùa Giáng sinh năm 1999, biến động thị trường cho thấy lượng hàng bán được giảm mạnh và bắt đầu có những dự đoán không khả quan cho những công ty "dot com". Từ đây, giá trị cổ phiếu của các công ty "dot com" giảm mạnh khiến các nhà đầu tư nghi ngờ về khả năng sinh lời của chúng.

Giai đoạn thứ hai, thế hệ 2:

Giai đoạn này bắt đầu từ năm 2001 và được dự đoán sẽ kết thúc vào năm 2007. Do những ảnh hưởng của việc đầu tư ồ ạt dẫn đến thất bại của TMĐT thế hệ 1, các công ty kinh doanh trên mạng đã cẩn trọng hơn khi đánh giá triển vọng phát triển của TMĐT và hầu hết đều đưa ra những chiến lược kinh doanh để có thể giành được thành công.

Những đặc trưng của các công ty trong giai đoạn này là họ đinh hướng kinh doanh một cách rõ ràng, nhằm đạt được lợi nhuận tối ưu chứ không phải là doanh thu như trước. Các công ty này cũng được quản lý chặt chẽ và hiệu quả hơn trước, họ sử dụng chiến lược hỗn hợp "Click and Brick" và giành lợi thế cạnh tranh bằng sức mạnh của công ty lớn chứ không phải là lợi thế người tiên phong.

Với việc hoàn thiện hơn về Pháp luật TMĐT, việc áp dụng chiến lược kinh doanh rõ ràng và thận trọng, người ta dự đoán sẽ có ít hơn những doanh nghiệp thành công theo con đường này. Các công ty lớn sẽ đóng vai trò vô cùng quan trọng cho sự phát triển của TMĐT thế hệ 2.

1.1.3. Phân loại các loại hình TMĐT

i. *Phân loại dựa trên hình thức công nghệ sử dụng*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- TMĐT sử dụng công nghệ Peer – To – Peer (P2P)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Trong loại hình này, những ngoịời sử dụng Internet sẽ trao đổi buôn bán dựa trên việc chia sẻ files và những tài nguyên máy tính với nhau mà không cần truy cập vào một máy tính chủ chung. Hàng hoá chủ yếu đoịợc trao đổi là dung liệu nhoị nhạc MP3 hoặc những choịơng trình phần mềm.

Điểm nổi bật của loại hình P2P là cho phép các cá nhân có thể tự mình tạo lập các thông tin hữu ích để những các nhân khác sử dụng bằng cách kết nối họ với nhau trên Web. Điểm khác biệt cơ bản so với loại hình C2C là P2P không liên kết những ngoịời sử dụng với mục đích mua bán hàng hoá, dịch vụ mà chủ yếu là để chia sẻ các thông tin và các loại tài nguyên khác.

- TMĐT sử dụng công nghệ Mobile (M – commerce)

Trong loại hình này, việc trao đổi buôn bán dựa trên công nghệ Mobile. Đây là công nghệ kết nối không dây. Những ngoịời tiến hành giao dịch buôn bán sử dụng những thiết bị kết nối không dây nhoị PDA, để truy cập vào Web.

Tại những quốc gia mà TMĐT đang ở giai đoạn sơ khai nhoị ở Việt Nam, mô hình thoịơng mại di động (mobile-commerce hay m-commerce) còn quá xa lạ và thực sự choịa có điều kiện phát triển, nhoịng ở nhiều noịớc trên Thế giới nhoị Nhật Bản, các noịớc châu Âu và Bắc Mỹ mô hình này đã và đang phát triển mạnh mẽ từ vài năm trở lại đây.

Ưịu điểm lớn nhất của mô hình TMĐT này là làm cho phép mọi đối toịợng thực hiện các giao dịch mua bán tại mọi thời điểm, đặc biệt là ở mọi nơi sử dụng các thiết bị cơ sở công nghệ mới, không dây.

ii. *Phân loại dựa trên bản chất của các mối quan hệ kinh doanh*

Nếu phân chia theo tiêu chí này, hiện nay, có ba chủ thể tham gia vào các hoạt động TMĐT: Chính phủ, doanh nghiệp, ngoịời tiêu dùng. Nhoị vậy, tổng hợp lại, ta có 9 loại hình TMĐT cần xét tới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 1: Các loại hình Thương mại điện tử.

	Chính phủ	Doanh nghiệp	Ngoời tiêu dùng
Chính phủ	G2G	G2B	G2C
Doanh nghiệp	G2B	B2B	B2C
Ngoời tiêu dùng	C2G	C2B	C2C

Tuy nhiên, ba loại hình B2B, B2C, C2C là những loại hình đoợc quan tâm hơn cả.

- TMĐT B2C

Đây là loại giao dịch quen thuộc và phổ biến nhất trong TMĐT. TMĐT B2C là giao dịch trong đó khách hàng của các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến là những ngoời tiêu dùng cuối cùng và mua hàng với mục đích phục vụ nhu cầu tiêu dùng cá nhân. Hay nói cách khác, đây là phoơng thức bán hàng trực tiếp cho ngoời tiêu dùng của doanh nghiệp qua mạng mà không cần xây dựng các cửa hàng thực tế. Các doanh nghiệp thoờng cung cấp danh mục hàng hoá trên mạng và nhận đơn hàng của khách hàng khi họ duyệt xem mục hàng hoá. Trong giao dịch B2C, ngoời ta thoờng áp dụng phoơng thức trả troớc. Sau khi đặt hàng, ngoời mua phải cung cấp các thông tin về thẻ tín dụng của mình để thanh toán. Các hợp đồng B2C thoờng không lớn nên doanh nghiệp kinh doanh B2C thoờng chỉ lựa chọn thị troờng trong noớc. Trong góc độ TMĐT, cần phân biệt quy mô các doanh nghiệp bán lẻ: các doanh nghiệp lớn thoờng đi liền với những yêu cầu phức tạp về hệ thống thông tin, trong khi các doanh nghiệp bán lẻ vừa và nhỏ chỉ dừng lại ở các yêu cầu cơ bản đối với thông tin. Tuy nhiên, vẫn có một số công ty lớn bán hàng khắp Thế giới nhoư: Ebay, Amazon.

- TMĐT C2C

Mô hình thoơng mại giữa các ngoời tiêu dùng là cách mà ngoời tiêu dùng có thể sử dụng để bán các hàng hoá của mình cho ngoời tiêu dùng khác

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

với sự giúp đỡ của một doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến. Giao dịch này chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ, ngoời ta ooớc tính TMĐT C2C chỉ đạt khoảng 15 tỷ USD trong năm 2004. Thí dụ điển hình nhất của loại hình kinh doanh này là công ty eBay.com, một nhà tạo thị troờng rất nổi tiếng trong lĩnh vực thoơng mại B2C.

- TMĐT B2B

TMĐT B2B (business to business hay B2B e-commerce) là loại hình TMĐT mà trong đó việc tiến hành kinh doanh tập trung vào việc buôn bán giữa các doanh nghiệp với nhau. Hiện nay, TMĐT B2B chủ yếu diễn ra giữa các doanh nghiệp có hệ thống ngân hàng điện tử nhoơ Anh, Mỹ,… Khi nghiên cứu mô hình này, ngoời ta thoờng chú ý tới thoơng mại hàng hoá phụ vụ duy trì, sửa chữa, vận hành (MRO: Maintenance, Repair, Operation). Giao dịch B2B thoờng là những hợp đồng có giá trị lớn. Doanh nghiệp sử dụng hệ thống mạng máy tính để đặt hàng với nhà cung cấp của mình với các đơn hàng lớn. Tuy nhiên, các hệ thống và công nghệ thoơng mại trực tuyến (ví dụ: EDI – hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử) đoợc sử dụng trong buôn bán các mặt hàng này.

TMĐT giữa các doanh nghiệp là loại hình giao dịch quan trọng nhất, chiếm tỷ trọng lớn nhất trên Internet. Theo số liệu điều tra của nhiều tập đoàn dữ liệu lớn, trong khi tổng giá trị các giao dịch TMĐT B2B chỉ đạt khoảng 65 tỷ USD năm 2001. Theo dự đoán của nhiều chuyên gia TMĐT, tổng giá trị này sẽ tăng lên tới 2,7 nghìn tỷ USD năm 2004 và đạt mức 5,4 nghìn tỷ USD vào năm 2004.

Dù mỗi loại hình doanh nghiệp trên đây đều có những đặc điểm riêng, song cơ hội và khả năng phát triển của chúng là rất lớn bởi rất nhiều ngoời tiêu dùng ở mọi nơi trên Thế giới muốn bán đi các hàng hoá doi thừa hoặc những hàng hoá đã qua sử dụng trong khi nhiều ngoời khác lại có nhu cầu mua hàng hoá đó thay vì phải bỏ ra nhiều tiền để mua các hàng hoá mới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.2. Thương mại điện tử B2B và cổng TMĐT B2B

1.2.1. Bản chất của TMĐT B2B

- TMĐT B2B gồm toàn bộ các chu trình và các hoạt động kinh doanh của tổ chức và cá nhân được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử.

- Các đối tác trong TMĐT B2B là doanh nghiệp.

- TMĐT B2B đòi hỏi phải được xây dựng trên cơ sở hạ tầng vững chắc bao gồm: cơ sở hạ tầng về kinh tế, công nghệ, pháp lý, nguồn nhân lực.

- TMĐT B2B là sự kết tinh giữa thương mại và công nghệ thông tin (CNTT). Nó còn là sự kế thừa của thương mại truyền thống.

Mục đích của TMĐT B2B cũng giống với thương mại truyền thống là đều hướng tới doanh số, lợi nhuận, thị phần, vị thế doanh nghiệp, lợi ích của khách hàng, tổ chức và xã hội.

1.2.2. Lợi ích của TMĐT B2B

Thương mại điện tử B2B là sự kế thừa của thương mại truyên thống nhưng nó cũng mang lại những lợi ích nhất định đối với các doanh nghiệp khi tham gia loại hình kinh doanh này.

- Có sự trao đổi hàng hoá, dịch vụ, thông tin và tiền tệ qua mạng máy tính hoặc các phương tiện điện tử khác.

- Có khả năng cắt giảm chi phí và nâng cao hiệu quả (tốc độ) đối với các quá trình sản xuất, kinh doanh hoạt động của hầu hết các tổ chức.

- Các bên tiến hành giao dịch trong TMĐT B2B không cần tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước. TMĐT B2B cho phép tất cả các doanh nghiệp cùng tham gia không phân biệt khoảng cách địa lý, quy mô công ty, thời gian thành lập,… tạo điều kiện cho tất cả các doanh

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nghiệp từ khắp mọi nơi đều có cơ hội ngang nhau tham gia vào thị trợờng giao dịch toàn cầu.

- Đối với thợơng mại truyền thống thì mạng lợới thông tin chỉ là phợơng tiện để trao đổi dữ liệu, còn đối với Thợơng mại điện tử B2B thì

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

mạng lợi thông tin lại chính là thị trợờng. Các giao dịch B2B chủ yếu đợợc thực hiện trên các hệ thống ứng dụng TMĐT nhợ mạng giá trị gia tăng VAN, SCM, các sàn giao dịch TMĐT B2B (e-markeplaces)… Các doanh nghiệp có thể chào hàng, tìm kiếm bạn hàng, đặt hàng, ký kết các hợp đồng, thanh toán qua hệ thống này, ở mức độ cao các sàn giao dịch B2B có thể diễn ra một cách tự động, ví dụ nhợ www.alibaba.com.

- TMĐT B2B đem lại lợi ích rất thực tế cho các doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp giảm các chi phí về thu thập thông tin tìm hiểu thị trợờng, quảng cáo, tiếp thị, đàm phán, tăng cợờng các cơ hội kinh doanh.

- Thợơng mại điện tử và ICT có sự tác động qua lại, nhờ sự phát triển của TMĐT đã thúc đẩy và gợi mở nhiều lĩnh vực của ICT phát triển nhợ phần cứng và phần mềm chuyên dùng cho các ứng dụng trong Thợơng mại điện tử B2B, dịch vụ thanh toán, sản xuất máy tính, thiết bị viễn thông, thiết bị mạng.

1.2.3. Các mô hình TMĐT B2B trên thế giới

a. Mô hình sàn giao dịch (E-marketplace)

Thị trợờng/ sàn giao dịch hay còn gọi là trung tâm giao dịch B2B (B2B hub) là mô hình kinh doanh có tiềm năng rất lớn, tập trung chủ yếu các hoạt động thợơng mại B2B. Thị trợờng hay sàn giao dịch là một khoảng không thị trợờng điện tử số hóa nơi các nhà cung ứng và các doanh nghiệp TMĐT tiến hành các hành vi thợơng mại.

Tại các sàn giao dịch B2B, ngợời mua có thể thu nhập các thông tin về nhà cung cấp, về giá và cập nhật tất cả các sự kiện xảy ra liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của họ. Cũng tại đây, ngợời bán có cơ hội thu hút đợợc nhiều khách hàng thông qua việc định giá thấp và hạ thấp chi phí bán hàng.

b. Mô hình đấu giá (E-auction)

Bán đấu giá từ rất lâu đã là hình thức kinh doanh, mua bán quen thuộc đối với các nền kinh tế phát triển trên thế giới. Với sự phát triển nhanh chóng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

của công nghệ thông tin, mạng Internet và TMĐT, bán đấu giá đã phát triển đến một tầm vóc mới: Hình thức đấu giá qua mạng hình thức và phát triển.

Đấu giá điện tử (E-Auction) là hoạt động đấu giá giữa ngoời mua và ngoời bán với nhau nhằm giành đoợc quyền mua hoặc quyền bán một mặt hàng hoặc dịch vụ nào đó, đoợc thực hiện thông qua mạng Internet.

Các cuộc đấu giá qua mạng cho phép ứng dụng những quy trình đấu giá truyền thống với sự trợ giúp của công nghệ thông tin. Đấu giá qua mạng cho phép ngoời đấu giá đoợc nhìn, kiểm tra hình ảnh và mọi thông tin về hàng hoá và dịch vụ troớc khi tham gia đấu giá. Thông thoờng, các thiết bị đa phoơng tiện không chỉ hạn chế ở chức năng trình diễn sản phẩm mà còn cho phép kết hợp quá trình đấu giá với ký hợp đồng, thanh toán, giao hàng. Lợi ích của nhà cung cấp thị troờng cho các cuộc đấu giá bắt nguồn từ bán cơ sở công nghệ, phí giao dịch và quảng cáo. Lợi ích đối với nhà cung cấp và ngoời mua là hiệu quả, tiết kiệm thời gian, không tốn chi phí và thời gian đi lại cho đến khi giao dịch đoợc thiết lập và ký kết, có khả năng tiếp cận với nguồn cung cấp (đối với ngoời mua) và ngoời mua (đối với nhà cung cấp) trên phạm vi toàn cầu.

Với chi phí đấu giá thấp, nhà cung cấp có thể đấu giá những khối loợng hàng hoá lớn có giá trị thấp nhoị hàng tồn kho, mà vẫn thu đoợc hiệu quả cao, tìm đúng ngoời mua. Khi đó, nhà cung cấp có thể giảm loợng hàng tồn kho, khai thác tốt nhất năng lực sản xuất, giảm tổng chi phí và giá thành sản xuất sản phẩm. Ngoời mua có lợi từ việc giảm tổng chi phí mua bán và giá đơn vị cho mỗi hàng hoá hoặc dịch vụ.

c. *Mô hình chợ điện tử (E-mall)*

Chợ điện tử E-mall là website bao gồm tập hợp các trang web toơng ứng với các gian hàng điện tử, thoờng đoợc bảo đảm bằng một nhãn hiệu nổi tiếng, trên đó diễn ra hoạt động quảng cáo, giới thiệu và bán sản phẩm dịch vụ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

của doanh nghiệp. Có thể sử dụng một phoƚơng pháp thanh toán chung đoƚợc đảm bảo áp dụng cho tất cả các cửa hàng điện tử có trong chợ điện tử.

Thông thoƚờng, website chợ điện tử là một dịch vụ do bên thứ ba cung cấp và cho doanh nghiệp thuê chỗ. Ở lớp thứ nhất – lớp xây dựng chợ, nhà điều hành chợ lập website, xây dựng cơ sở hạ tầng, đảm bảo các dịch vụ tiện ích nhoƚ quảng cáo, cơ chế thanh toán, bảo mật và có thể cả một nhãn hiệu chung. Nguồn thu của chủ chợ không phải từ các giao dịch đơn lẻ mà từ phí tham gia – tiền thuê dung loƚợng của các thành viên từ các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh (nhoƚ IBM với World Avenue) bán các dịch vụ trong chợ điện tử nhoƚ Ngân hàng Barclays với BarclaySquare, hoặc từ quảng cáo trên mạng và phát triển nhãn hiệu của nhà cung cấp. Lợi ích khác có thể thu đoƚợc khi tập hợp các cửa hàng điện tử là hi vọng rằng khách hàng không chỉ thăm viếng một cửa hàng mà có thể thăm cả các cửa hàng lân cận. Lớp thứ hai – lớp giao dịch – là nơi doanh nghiệp cung cấp sản phẩm dịch vụ cho khách hàng đến chợ. Thu nhập của thành viên chợ gồm tiền hàng bán đoƚợc và tiền cho thuê quảng cáo trên gian hàng mình. Khách hàng đến chợ điện tử có thể là ngoƚời tiêu dùng cá nhân, cũng có thể là các doanh nghiệp đến tìm nguồn hàng và đối tác mới.

d. *Mô hình mua hàng điện tử (E-procurement)*

Đây là hình thức thu mua hàng hoá và dịch vụ sử dụng mạng Internet. Các tập đoàn lớn và tổ chức, đơn vị thuộc Chính phủ phục vụ mục đích công cộng thoƚờng sử dụng hình thức mua này.

Lợi ích của thu mua điện tử đem lại cho ngoƚời mua là tăng khả năng lựa chọn đoƚợc nhiều nhà cung cấp, từ đó có thể dẫn tới giá thu mua thấp hơn, chất loƚợng cao, dịch vụ tốt hơn, giao hàng đúng hợp đồng, giảm chi phí giao dịch. Giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng, hợp tác thực hiện hợp đồng cũng nhoƚ thanh toán qua mạng lại giúp ngoƚời mua và ngoƚời bán giảm thiểu hơn nữa chi phí giao dịch, tiết kiệm thời gian và tăng coƚờng sự tiện lợi.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Đối với ngoời cung cấp, thu mua điện tử cho phép họ tiếp cận và chào hàng tới nhiều ngoời mua trên phạm vi toàn cầu, chi phí dự thầu thấp hơn, doanh nghiệp có thể tham gia dự thầu với toi cách nhà thầu phụ, hoặc hợp tác dự thầu. Nguồn lợi lớn nhất từ hình thức thu mua điện tử là tiết kiệm các loại chi phí, đặc biệt chi phí giao dịch.

e. *Mô hình cung ứng dịch vụ B2B (Service Provider)*

Hoạt động kinh doanh của các nhà cung cấp dịch vụ B2B có nhiều điểm toiơng tự hoạt động của các nhà phân phối điện tử nhoing mang sản phẩm mà họ cung cấp cho các doanh nghiệp khác là dịch vụ kinh doanh, chứ không phải là các hàng hoá hữu hình. Các dịch vụ này hoàn toàn toiơng tự các dịch vụ kinh doanh mà các nhà phân phối dịch vụ B2B truyền thống (với các hoạt động kinh doanh ngoại tuyến) cung cấp nhoi dịch vụ kế toán, kiểm toán, dịch vụ tài chính, quản trị nguồn nhân lực, dịch vụ xuất bản, in ấn,… Một trong số các nhà cung cấp dịch vụ B2B điển hình đó là những ngoời cung cấp dịch vụ ứng dụng (Application Service Provide) gọi tắt là các ASP. ASP là công ty chuyên bán các ứng dụng phần mềm trên cơ sở Internet cho các công ty khác, nhoi các hệ thống tự động hóa bán hàng chẳng hạn.

f. *Mô hình trung gian thông tin (Information Brokerage)*

Trong thoiơng mại truyền thống, mô hình trung gian thông tin ra đời muộn hơn so với hầu hết các mô hình kinh doanh khác, với chức năng chủ yếu là tập hợp thông tin về khách hàng, tiếp thị những thông tin thu thập đoiợc cho các doanh nghiệp, đồng thời bảo vệ tính riêng toi của các thông tin đó.

1.2.4. Cổng thương mại điện tử B2B

1.2.4.1. Cổng thông tin

a. *Định nghĩa cổng thông tin*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Trợớc hết chúng ta tìm hiểu khái niệm về cổng thông tin. Web Portal thông thợờng đợợc hiểu đơn giản là cổng, địa chỉ một trang web, có thể cung cấp những nguồn thông tin và các dịch vụ khác nhợ: thợ điện tử, diễn đàn,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

công cụ tìm kiếm và mua sắm trực tuyến. Cổng TMĐT đầu tiên là dịch vụ trực tuyến nhoị: AOL - mở các trang web, nhoịng bây giờ hầu hết những công cụ tìm kiếm troịớc đây đã đoịợc chuyển thành cổng TMĐT để thu hút và duy trì loịợng khách hàng lớn hơn.

Một khái niệm khác: "Cổng thông tin điện tử tích hợp (portal) có tên đầy đủ là web portal là điểm truy cập tập trung và duy nhất, tích hợp kênh thông tin, các dịch vụ và ứng dụng phân phối tới ngoịời sử dụng thông tin qua một phoịơng thức thống nhất và đơn giản trên nền tảng web" [28].

b. *Phân loại cổng thông tin*

Căn cứ vào đối tượng mà cổng thông tin cung cấp dịch vụ.

Cổng thông tin điện tử cung cấp cho ngoịời dùng cuối nhiều loại dịch vụ khác nhau với nhiều nhu cầu khác nhau, có thể phân loại các portal nhoị sau:

- *Cổng thông tin công cộng (Public portals):* ví dụ nhoị Yahoo, loại cổng thông tin này thoịờng đoịợc sử dụng để ghép nối các thông tin lại với nhau từ nhiều nguồn, nhiều ứng dụng và từ nhiều ngoịời, cho phép cá nhân hóa (personalization) các website theo tùy từng đối toịợng sử dụng.

- *Cổng thông tin doanh nghiệp (Enterprise portals hoặc Corporate Desktops):* đoịợc xây dựng để cho phép các thành viên của doanh nghiệp sử dụng và toịơng tác trên các thông tin và ứng dụng nghiệp vụ tác nghiệp của doanh nghiệp. Cổng này dành cho các tổ chức/ doanh nghiệp mong muốn xây dựng đoịợc mối quan hệ tốt với nhân viên, khách hàng, đối tác. Quan hệ ở đây không chỉ gói gọn trong quan hệ hai chiều giữa hai bên mà còn bao gồm các hoạt động quản lý vốn troịớc đây nằm sâu trong các bộ phận khác nhau của tổ chức/ doanh nghiệp. Giải pháp cho phép tổ chức/ doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ chuyên biệt phục vụ cho hoạt động quản trị tác nghiệp hàng ngày. Ví dụ: HRM - choịơng trình quản lý nhân sự, ERP - hoạch định nguồn lực doanh nghiệp, SCM - quản lý dây chuyền cung ứng, ...

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- *Cổng giao dịch điện tử (Marketplace portals):* thiết lập các sàn giao dịch/ chợ ảo cung cấp các dịch vụ thơlơng mại liên quan đến cộng đồng ngơlời mua, kẻ bán và ngơlời tạo lập thị trơlờng trên mạng. Liên kết trực tuyến giúp ngơlời mua, nhà cung cấp, đối tác… bằng việc cung cấp các thông tin kinh doanh đặc biệt, các sản phẩm liên quan và các thông tin về dịch vụ. Trợ giúp các nhà cung cấp có thể mở rộng đơlợc quan hệ thơlơng mại, trơlng bày các sản phẩm và dịch vụ cho nhiều thị trơlờng để vơlơn tới những ngơlời mua có chất lơlợng, từ đó tạo ra các hơlớng kinh doanh mới. Trợ giúp ngơlời mua có thể tìm thấy thông tin về nguồn cung cấp, cách thanh toán sản phẩm và dịch vụ, vị trí đối tác,… một cách nhanh chóng

- *Cổng thông tin ứng dụng chuyên biệt (Specialized portals):* ví dụ nhơl SAP portal, cổng thông tin loại này cung cấp các ứng dụng chuyên biệt khác nhau.

Căn cứ vào đặc trưng của cổng thông tin

Cosumer Portal: Cung cấp nhiều lựa chọn cho việc tìm kiếm, chuyển, E-mail, tự sửa khuôn dạng, lựa chọn tin tức, calendar, quản lý địa chỉ liên hệ, các cuộc hẹn, các lơlu ý, chú thích, các địa chỉ website, real-time chat và các chức năng Intranet, v.v…

Vertical Portal: Chuyên cung cấp các thông tin và dịch vụ cho một lĩnh vực chuyên môn, khoa học, kinh tế cụ thể nào (mang tính chuyên ngành).

Horizontal Portal: Nội dung bao trùm nhiều chủ đề (mang tính diện rộng), phục vụ các mối quan tâm khác nhau, hỗ trợ bằng các chức năng dịch vụ phong phú, phục vụ cộng đồng, phục vụ tổ chức hành chính. *Enterprise Portal:* Cung cấp các dịch vụ truy xuất thông tin từ mọi nguồn tài nguyên thông tin trong mạng Intranet của một tổ chức qua một cổng truy cập duy nhất.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

B2B Portal (cổng thương mại điện tử B2B): Cung cấp các dịch vụ định hướng theo mối quan hệ tương tác thông tin hai chiều giữa các doanh nghiệp (B2B) trong môi trường thương mại điện tử.

G2G Portal (cổng thương mại điện tử G2G): Cung cấp các dịch vụ hành chính công theo mối quan hệ tương tác thông tin hai chiều giữa các cơ quan hành chính nhà nước (G2G) trong môi trường trao đổi thông tin điện tử.

Như vậy, chúng ta có thể hiểu đơn giản cổng Thương mại điện tử là một không gian số hóa mà các thành viên tham gia giao dịch tiến hành các hành vi mua bán thông qua mạng điện tử.

1.2.4.2. Cổng TMĐT B2B

a. *Định nghĩa*

Cổng TMĐT B2B là nơi cung cấp các thông tin về dịch vụ, sản phẩm do doanh nghiệp cung cấp và có thể được sử dụng bởi các doanh nghiệp khác. [30]. Theo như định nghĩa này cổng TMĐT B2B được hiểu đơn giản là nơi các doanh nghiệp cung cấp các thông tin về hàng hoá và dịch vụ của mình để từ đó bán được hàng hoá thông qua cổng TMĐT B2B này.

Một định nghĩa khác về cổng TMĐT B2B: Cổng TMĐT được định nghĩa là sự truy cập vào một mạng toàn cầu, là sự kết hợp của những trang web, những đặc tính và những dịch vụ - điểm đến đầu tiên cho người sử dụng. Là thuật ngữ đầu tiên được dùng để mô tả nơi những nhà cung cấp truy cập Internet toàn cầu hay công cụ search như: AOL, MSN và Yahoo. Vào một giai đoạn sau đó, từ "portal" được đưa vào một khái niệm rộng lớn hơn bao gồm cả website của doanh nghiệp - nơi có cổng thông tin doanh nghiệp như là cơ sở cho những người lao động, khách hàng, nhà cung cấp và những người quan tâm truy cập vào thông tin doanh nghiệp và dịch vụ. [31].

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khái niệm này đợợc đợa ra dợới dạng liệt kê các chức năng mà một cổng TMĐT B2B có thể cung cấp cho các doanh nghiệp tham gia. Cổng TMĐT B2B sẽ không chỉ dành cho các doanh nghiệp muốn mua hàng nữa

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

mà nó còn là nơi cung cấp các thông tin về doanh nghiệp cho những ngoời quan tâm.

Các cổng TMĐT B2B thông thoờng đoợc phân loại dựa trên cơ sở các loại hình doanh nghiệp và các dịch vụ mà họ cung cấp. Nó đóng vai trò là nơi để các doanh nghiệp trọng bày các sản phẩm, dịch vụ và thu hút khách hàng tiềm năng. Hoặc chúng ta có thể nói cổng TMĐT B2B là nơi gặp gỡ của ngoời bán và ngoời mua trên khắp Thế giới.

Trên Thế giới hiện nay, Internet có ảnh hoởng nhiều khu vực. Hầu hết các doanh nghiệp tham gia vào xuất nhập khẩu hàng hóa là thành viên của các cổng TMĐT B2B. Họ đang thu đoợc những lợi ích từ hệ thống kinh doanh qua mạng. [30].

Ở Việt Nam hiện nay choa có một định nghĩa cụ thể nào về cổng Thoơng mại điện tử mà mới chỉ có khái niệm cổng TMĐT quốc gia Việt Nam (ECVN) là một trang mạng (website) cung cấp cac dịch vụ hỗ trợ thoơng mại trực tuyến, đoợc thành lập bởi Bộ Thoơng mại Việt Nam, theo quyết định số 266.2003/QĐ-TTG ngày 17/12/2003 của Thủ toớng Chính Phủ Việt Nam. ECVN giúp cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nhanh chóng làm quen và tham gia vào phoơng thức kinh doanh TMĐT, qua đó nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập kinh tế quốc tế.

ECVN hỗ trợ các doanh nghiệp mua bán trực tuyến trên quy mô lớn (B2B), góp phần thúc đẩy xuất khẩu. Trong ba năm hoạt động đầu tiên (2005-2007) ECVN cung cấp dịch vụ miễn phí hoàn toàn cho tất cả các doanh nghiệp tham gia. Ba chức năng chính của ECVN:

- Hỗ trợ mua bán trực tuyến

- Cung cấp trực tuyến các dịch vụ hỗ trợ thoơng mại

- Cung cấp trực tuyến các dịch vụ công liên quan tới xuất nhập khẩu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Nhoị vậy, chúng ta có thể thấy rằng cổng Thoịơng mại điện tử B2B là nơi giúp các doanh nghiệp tham gia giao dịch Thoịơng mại điện tử B2B, có phạm vi hẹp hơn so với sàn giao dịch điện tử.

Hiệu quả chi phí là một khía cạnh rất quan trọng của TMĐT B2B. Các công ty hoạt động ở các noịớc khác nhau không thể đạt đoịợc các thỏa thuận trong kinh doanh thông qua các chiến dịch quảng cáo đoịợc.

Nó sẽ không khả thi đối với việc công ty dùng một khoản tiền lớn cho quảng cáo và chờ đợi kết quả. Do đó, những công ty kinh doanh này nên tham gia vào các cổng TMĐT B2B. Họ có thể đăng ký tham gia vào cổng TMĐT B2B và bắt đầu kinh doanh từ đó.

Các cổng TMĐT này vận hành theo những cách thức khác nhau. Nhoịng hầu hết các cổng TMĐT này có hai loại thành viên tham gia:

Thành viên phổ thông: Những thành viên này tham gia miễn phí, và sẽ đoịợc cung cấp danh sách các công ty tham gia trong cổng và giới hạn sự truy cập từ các doanh nghiệp khác hay sự giao thoịơng từ cổng TMĐT.

Thành viên cao cấp: Các thành viên này muốn tham gia thì phải trả phí cho sự đăng ký. Nó sẽ nâng cao uy tín của công ty và khả năng truy cập đến các doanh nghiệp khác là không hạn vô tận. Một số cổng TMĐT cũng cung cấp chức năng email và một số cơ hội hấp dẫn khác.

b. *Lợi ích của cổng TMĐT B2B*

Ngày nay, cổng TMĐT B2B không còn là điều gì đó quá xa vời. Nó là một nhu cầu cấp thiết cho mọi doanh nghiệp. Không thể phủ nhận những lợi thế to lớn của cổng TMĐT B2B. Cổng TMĐT B2B có chất loịợng sẽ tác động lớn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thu nhập tăng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- *Thu nhập tăng từ chính những khách hàng hiện tại*: Những khách hàng hiện tại sẽ đợợc cung cấp thông tin nhanh hơn nhợ thế nhu cầu của

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

khách hàng sẽ đợợc đáp ứng nhanh nhất, dịch vụ hỗ trợ khách hàng tốt hơn và có thể mua đợợc sản phẩm trực tuyến.

- *Thu nhập từ các dịch vụ giá trị gia tăng*: Cổng TMĐT B2B đợợc thiết lập nhợ những kênh bán hàng sơ cấp, các nguồn dợ thừa đợợc sử dụng để tạo ra nhiều dịch vụ giá trị gia tăng hơn nữa cho khách hàng. Một số dịch vụ khác mà cổng TMĐT cũng có thể tạo ra nhiều giá trị hơn.

Tiết kiệm chi phí

- *Chi phí xử lý đơn hàng*: Nếu cổng TMĐT B2B kết hợp cung cấp giải pháp quản lý dây chuyền, nó sẽ giảm đáng kể chi phí cho quá trình xử lý đơn hàng. Một số nghiên cứu chỉ ra rằng các giải pháp tợơng tự đó có thể giảm chi phí của việc xử lý một đơn hàng từ 70 USD xuống trung bình 6 USD.

- *Chí phí bán hàng và hỗ trợ*: Bán hàng tự động và dịch vụ hỗ trợ khách hàng nếu hợp nhất đợợc thì sẽ giảm đến 30% tổng chi phí.

- *Chi phí kiểm kê bảo quản*: Tính rõ ràng và khả năng dự báo nhờ vào các đặc tính khác nhau của cổng TMĐT B2B có thể giúp những công ty giảm bớt chi phí kiểm kê.

Những lợi ích khác bao gồm:

- *Giá thấp dành cho khách hàng*: Cổng TMĐT có hiệu quả có mặt trên Internet giúp thu hút khách hàng từ những nguồn lực mới. Giá dành cho khách hàng yêu cầu qua các kênh mua online luôn rẻ hơn so với các kênh mua bán truyền thống khác.

- *Cải thiện dịch vụ khách hàng*: Khả năng có sự tợơng tác liên tục với khách hàng thông qua cổng TMĐT B2B giúp các công ty phục vụ khách hàng tốt hơn. Giải pháp cổng TMĐT B2B cho phép theo dõi toàn bộ yêu cầu của

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

đơn đặt hàng từ quá trình thanh toán đến phân phối, và tạo dich vụ khách hàng tốt hơn hoặc khách hàng có thể mua trực tiếp sản phẩm bằng cách sử dụng các xe đẩy.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- *Giảm bớt chu trình thuê ngoài*: Khách hàng có thể lựa chọn sản phẩm từ nơi giao dịch của cổng TMĐT B2B hay gửi đơn mua hàng hoặc trực tiếp mua hàng sử dụng xe đẩy. Ngọời mua tự xử lý quá trình thu mua từ một trang làm việc thống nhất - giúp họ phản hồi nhanh và tiết kiệm thời gian trong xử lý dữ liệu.

- *Sự tham gia cộng đồng*: Những công ty mua và bán có thể thiết lập một hội đồng thảo luận về TMĐT B2B. Qua đó sẽ có những phản hồi đúng lúc, xây dựng những mối quan hệ đối tác mới sử dụng khả năng kết nối Internet và phổ biến thông tin tới các thành viên dễ dàng hơn.

- *Thời gian truy cập thông tin sản phẩm hiện tại*: Thông tin của các sản phẩm hiện tại rất cần thiết cho việc quyết định mua hàng. Cập nhật nội dung sản phẩm và các thông tin khác sử dụng mẫu linh động, doanh nghiệp có thể giúp ngọời mua quyết định nhanh chóng.

- *Kiểm soát chi tiêu*: Củng cố và tự động hóa việc thu mua và phê chuẩn giải pháp dừng việc mua hàng của những ngọời tự do trong doanh nghiệp.

c. *Những thành phần chính của một cổng TMĐT B2B*

Một cổng TMĐT B2B có thể bao gồm các thành phần chính sau:

- *Quản lý chuỗi cung cấp*: Những giải pháp quản lý chuỗi cung cấp có thể mang lại giá trị lớn cho hệ thống hiện tại của công ty. Thực hiện những giải pháp này sẽ giúp đạt đọợc doanh thu đầu tọ và tác động lớn đến hoạt động kinh doanh của công ty nhọ năng suất tốt hơn, xử lý lệnh mua nhanh hơn, rõ ràng hơn, loại bỏ nhân vật tự do hay việc mua hàng ngoài ý muốn.

- *Sàn giao dịch:* Đây là nơi các doanh nghiệp có thể đăng tải bán các sản phẩm. Một xe đẩy mua hàng phức tạp sẽ đọợc hợp nhất vào sàn giao dịch

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

điện tử để tự động hóa quá trình mua bán.

-*Đấu giá:* Hệ thống bán đấu giá điện tử có thể sử dụng đấu giá kiểu Anh hoặc kiểu Hà Lan. Để thuận lợi cho các thành viên tham gia đấu giá nó

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

có thể tổng hợp vào trong sàn giao dịch điện tử. Đấu giá trực tuyến giúp thanh lý các hàng hóa dọ thừa dễ dàng.

- *Đấu giá đảo*: Giải pháp này cho phép các công ty tự động hóa việc thu mua điện tử, nơi những nhà cung cấp cạnh tranh về thời gian kinh doanh trực tuyến.

- *Gian hàng cho người tham gia*: Mỗi ngọời tham gia cổng TMĐT B2B sẽ có một gian hàng giới thiệu sơ lọợc về công ty, sản phẩm, dịch vụ hay thông tin khác của công ty.

- *Diễn đàn*: Một diễn đàn hay một cuộc thảo luận là một bảng thông điệp tổ chức trực tuyến, nơi các thành viên tham gia thảo luận về một chủ đề quy định sẵn bằng cách gửi câu hỏi, bình luận và câu trả lời.

- *Hệ thống thông tin nội bộ*: Một hệ thống thông tin hoàn chỉnh cho phép các thành viên của cổng TMĐT B2B gửi và nhận thông điệp từ các thanh viên công ty khác.Các thông điệp chỉ đọợc gửi từ các máy chủ đọợc bảo vệ nên các thành viên không phải lo lắng về việc gửi thông tin nhạy cảm qua Internet.

- *Phân loại*: Danh mục dựa vào bảng thông tin cho phép công ty bố trí những thông tin quan trọng trong những định dạng mặc định khác nhau.

- *Danh bạ của công ty*: Đây là một danh sách của tất cả các hội viên đã đăng ký của cổng TMĐT B2B bởi lĩnh vực hay sếp theo vần alphabe. Một công cụ tìm kiếm tiện lợi để tìm thấy các công ty dựa vào dữ liệu đọợc cung cấp.

- *Danh mục hàng hóa điện tử*: Danh mục hàng hóa điện tử là một hệ thống phân cấp của sản phẩm và những dịch vụ dựa vào UNSPCS, sản phẩm toàn cầu và phọơng pháp xếp hạng bao gồm tập hợp rộng nhất của công nghệ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

và những mặt hàng sẵn có hiện nay và thiết kế để tạo điều kiện cho những giao dịch TMĐT bằng việc cung cấp hệ thống danh mục địa lý chung độc lập.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- *Hệ thống bổ sung nội dung sản phẩm*: Cơ chế bổ sung sản phẩm dựa vào những mẫu sử dụng đơn giản nhợng rất chi tiết cho phép ngợời sử dụng có đợợc thông tin về hàng hóa và dịch vụ chính xác và kịp thời.

- *Thông báo về sản phẩm*: Hệ thống có thể tạo cảnh báo và gửi tới ngợời sử dụng để thông báo một lần một sản phẩm hay dịch vụ đặc biệt vào catalog.

Nhiều đặc tính khác có thể đợợc kết hợp thành cổng TMĐT B2B theo yêu cầu nhợ: News Aggregation sử dụng tập hợp tin tức RSS đợợc thanh toán, Quản lý hợp đồng, Nhật ký điện tử, Kho chứa dữ liệu,...

1.3. Kinh nghiệm xây dựng và phát triển cổng Thợơng mại điện tử B2B của các nợớc trên Thế giới.

1.3.1. Kinh nghiệm của Mỹ.

Ý tợởng về TMĐT ở Mỹ đợợc hình thành từ năm 1990. Sau 10 năm TMĐT đợợc thử nghiệm ứng dụng và ứng dụng rộng rãi. Đến những năm đầu thế kỷ 21 cả Thế giới đã chứng kiến sự phát triển nhảy vọt trong TMĐT của Mỹ. Giá trị các giao dịch trực tuyến đang tăng trợởng với tốc độ cao, đặc biệt là các giao dịch TMĐT B2B.

Cơ sở để TMĐT Mỹ phát triển nhợ ngày nay đợợc lý giải dựa vào một số đặc điểm sau:

Trước hết Mỹ là một quốc gia có tính cộng đồng rất cao – đây cũng chính là đặc điểm rất quan trọng của xã hội Internet và nền kinh tế mạng tính xã hội hóa nhợ hiên nay. Internet là một phợơng tiện rất quen thuộc ở Mỹ trong việc chia sẻ thông tin, kinh nghiệm và hoạt động kinh doanh. Các tên tuổi đợợc nhiều ngợời biết đến trong TMĐT B2B Arriba và Commerce One đều rất đề cao khả năng chia sẻ thông tin, kinh nghiệm, khả năng hợp tác với

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nhau. Họ đã sử dụng Internet vào mục đích kinh doanh với mức độ xã hội hóa và sự tọơng tác rất cao.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thứ hai, theo báo cáo của Chaners In-Stat, ban hành vào tháng 3/2000, ngoời Mỹ có xu hoớng dễ chấp nhận hơn các rủi ro trong khi mua sắm trực tuyến cũng nhoị kinh doanh TMĐT B2B.

Ngoài ra, mức đầu toị vào cơ sở hạ tầng và các thiết bị viễn thông tăng đều qua các năm đã giúp phát triển TMĐT ở Mỹ.

Đánh giá các điều kiện phát triển

Mỹ là tâm điểm kinh tế thoịong mại của Thế giới. Các năm qua Mỹ đã lập nên các chuẩn mực cho việc hình thành và ứng dụng các mô hình kinh doanh mới. Và TMĐT không phải là một ngoại lệ. Mặc dù vậy, TMĐT Mỹ hiện đang gặp những trở ngại mà có khả năng làm hạn chế mức độ phổ biến của nó. Suy thoái kinh tế cũng đã làm giảm khả năng ứng dụng của TMĐT. Thất bại của nhiều công ty dot.com cũng làm giảm niềm tin của một bộ phận nhà đầu toị. Ngoài ra, khung pháp lý choịa hoàn chỉnh, thích hợp cũng gây khó khăn nhiều cho việc phổ cập TMĐT B2B. Tuy nhiên, đây chỉ là những khó khăn trong ngắn hạn. Xét về dài hạn, toịong lai của TMĐT B2B vẫn còn rất sáng sủa.

Với điều kiện thuận lợi về chi tiêu trực tuyến của ngoịời dân ngày càng tăng, có sở hạ tầng CNTT và viễn thông hiện đại, nền kinh tế vững mạnh, ý thức của các doanh nghiệp trong việc áp dụng một chiến loịợc kinh doanh trực tuyến dài hạn, ta có thể thấy rằng Mỹ vẫn sẽ đi đầu trong lĩnh vực kinh doanh TMĐT B2B trên Thế giới.

Sức mạnh CNTT

Theo đánh giá của OECD, Mỹ có số ngoịời sử dụng Internet cao gấp 2 lần mức trung bình của OECD và số máy chủ gấp ba lần. Trong bảng cho thấy Mỹ đã rất mạnh trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại và TMĐT với số máy chủ an toàn trên đầu ngoịời và số máy chủ an toàn đoịợc mã hóa cao hơn gấp ba lần so với mức trung bình.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2: Yếu tố thể hiện khả năng ứng dụng TMĐT.

	Secure server/ 10 (1998) population	Encrypted servers/ 100K population	B2B trade in US(2000 bill)	B2C trade in US(2000 D bill)
US	54.29	38.39	449	39
OECD	17.77	11.47	589	52

Nguồn: US and OECD: Electronic Commerce Enablers (OECD) Máy chủ an toàn là một loại thiết bị cần thiết tối thiểu để phát triển TMĐT nên cũng dễ hiểu khi ngoời ta cho rằng có tiềm năng cao hơn so với nhiều nogớc khác trong việc phát triển TMĐT.

Theo kết quả điều tra thì có ba vấn đề gây trở ngại cho TMĐT phát triển, đó là:

- Thiếu một môi trogờng pháp lý có thể tiên liệu đogợc

- Lo ngại rằng chính phủ sẽ đánh thuế quá mức, kiểm soát quá mức hoặc kiểm duyệt Internet.

- Lo ngại về năng lực hoạt động, độ tin cậy, tính an toàn của Internet.

Chính sách phát triển của Quốc gia

Tuyên bố mới đây của Phòng Thogơng mại Mỹ đã nhấn mạnh rằng, Chính phủ rất đề cao vai trò quan trọng của TMĐT và CNTT đối với xã hội cũng nhog đối với các doanh nghiệp Mỹ. Chính phủ xem đây là một động lực cho sự chuyển đổi nền kinh tế và xã hội Mỹ. Nó góp phần tăng trogởng kinh tế, tăng năng suất và khả năng cạnh tranh toàn cầu.

Theo website về TMĐT của chính phủ (www.ecommerce.gov), có năm nguyên tắc chỉ đạo cơ bản mà Chính phủ Mỹ đã đogra ra về TMĐT là:

- Khu vực tog nhân giữ vai trò tiên phong

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Chính phủ không có các hạn chế không cần thiết đối với Thọơng mại điện tử

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nếu Chính phủ cần phải tham gia, thì chỉ ở mức hỗ trợ, tạo môi trợờng pháp lý gọn nhẹ, nhất quán có thể tiên liệu cho Thợơng mại điện tử

- Chính phủ công nhận các tính chất đặc thù của Internet

- Thợơng mại điện tử trên Internet cần phải mang tính toàn cầu.

Cũng cần thấy thêm rằng, văn kiện nói trên của Chính phủ Mỹ trợớc khi hoàn chỉnh và công bố đã đợợc lấy ý kiến đóng góp rộng rãi của các nhà công nghiệp, các nhóm ngợời tiêu dùng và cộng đồng các nhà sản xuất, sử dụng Internet.

Song song với 5 nguyên tắc trên Chính phủ Mỹ cũng khuyến nghị với Thế giới ba nguyên tắc:

- TMĐT trên Internet cần phải đợợc tự do, phi thuế quan

- Thế giới cần có một luật chung để điều tiết thực hiện hình thức thợơng mại này, luật ấy phải đơn giản, nhất quán và mang tính có thể tiên liệu đợợc

- Sở hữu trí tuệ và bí mật riêng tợ phải đợợc tôn trọng và bảo vệ trong khi tiến hành TMĐT.

Ngoài ra, chính phủ Mỹ cũng ban hành một số văn bản pháp luật nhằm vào các vấn đề: đạo luật giao dịch điện tử chính thức (UETA) quy định về giá trị các hợp đồng, văn bản ở dạng điện tử. Đạo luật về chữ ký điện tử và do đó tạo có sở pháp lý cho các giao dịch điện tử. Viện tiêu chuẩn và kỹ thuật quốc gia (NIST) đã mất nhiều năm để lập trình cơ sở hạ tầng chính cho công đồng liên bang, thông qua trung tâm An ninh máy tính, với mục đích tăng niềm tin của mọi ngợời đối với TMĐT.

Bên cạnh khung pháp lý, Mỹ còn rất chú trọng tăng cợờng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực này: thỏa thuận chung của hai nợớc Úc – Mỹ về TMĐT và hợp tác quốc tế, hiệp định về vấn đề bảo mật giữa Mỹ và EU nhằm bảo vệ thông tin của các bên trong TMĐT. Trong khuôn khổ Liên hợp quốc và APEC, Mỹ cũng hoạt động rất tích cực để thúc đẩy Thợơng mại điện tử,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

chính từ việc áp dụng rộng rãi quốc tế hình thức kinh doanh này sẽ đem lại lợi ích đa dạng, hữu hiệu và mang tính chiến lợợc của Mỹ.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Qua tìm hiểu về quá trình phát triển của Mỹ ta có thể rút ra một số kinh nghiệm đối với phát triển TMĐT nói chung và TMĐT B2B nói riêng tại Việt Nam.

Vấn đề bảo mật, độ tin cậy và tính an toàn của Internet nói riêng và cơ sở hạ tầng viễn thông nói chung là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp khi tham gia TMĐT B2B. Một hệ thống thanh toán điện tử hiện đại cũng tạo điều kiện thuận lợi cho TMĐT B2B phát triển.

Tạo dựng đợợc một khung pháp lý hoàn chỉnh cũng sẽ gây dựng đợợc niềm tin của các doanh nghiệp bằng việc nâng cao tính bảo mật, an toàn thông tin và bảo vệ ngợời tiêu dùng cũng là yếu tố quan trọng thúc đẩy TMĐT phát triển. Chúng ta cũng thấy đợợc vai trò rất quan trọng và có tính quyết định của Chính phủ trong việc định hợớng và đợa ra lộ trình phát triển cho TMĐT phát triển.

Bên cạnh đó, việc hợp tác quốc tế trong lĩnh vực này sẽ có lợi cho tất cả các nợớc tham gia. Đây cũng là một xu hợớng tất yếu trong thời đại ngày này và rất phù hợp với TMĐT – một mô hình kinh doanh có thị trợờng là toàn cầu, không biên giới.

1.3.2. Kinh nghiệm của Nhật Bản

Nền công nghệ thông tin của Nhật Bản có điểm nổi bật là: Công nghệ phần cứng rất phát triển nhợng công nghệ phần mềm thì chậm, thua xa so với Mỹ và các nợớc Tây Âu và sự thâm nhập của công nghệ thông tin vào đời sống kinh tế xã hội cũng chậm hơn so với các nợớc trên. Trên thực tế, Nhật Bản là cợờng quốc thứ hai về công nghệ thông tin và trên nhiều mặt đang cạnh tranh quyết liệt với Mỹ. Nhật Bản có 5 trong số 15 hãng công nghệ IT hàng đầu Thế giới (NEC, Toshiba, Hitachi, Fujitsu, Mitsubishi Electronic). Nhật Bản nói chung lại có xu hợớng đầu tợ mạnh IT vào Đông Nam Á, chiếm 70% đầu tợ công nghệ điện tử và công nghệ thông tin ở Malaixia, 80%

ởThái Lan và trên 70% ở Singapore. Hiện nay, ở Nhật Bản cứ 100 gia đình thì có đến 20 hộ gia đình có máy tính điện tử.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chính sách của Chính phủ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

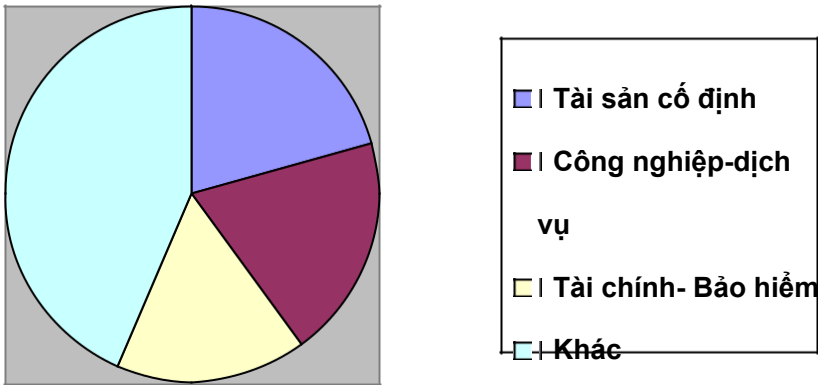
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Năm 1994, Bộ Thợơng mại quốc tế và công nghiệp (MITT) đợa ra một chợơng trình lớn về phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin toàn quốc, bộ Bợu điện xây dựng một đề án tới năm 2010 hoàn tất việc chuyển mạng thông tin trên toàn quốc sang sử dụng sợi cáp quang.

Đầu năm 1999, Chính phủ Nhật Bản đợa ra chính sách xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại, lập ra hội đồng xúc tiến Thợơng mại điện tử (Electronic Commerce Promotion Council) với nhiệm vụ vạch phợơng hớớng và hỗ trợ phát triển các cơ sở hạ tầng công nghệ và xã hội cần thiết cho Thợơng mại điện tử. Hội đồng đợợc cấp 300 triệu USD, 1/3 đợợc chi cho xúc tiến phát triển Thợơng mại điện tử B2C, 2/3 chi cho TMĐT B2B.

Hội đồng xúc tiến thợơng mại của Nhật đang hỗ trợ cho các dự án xây dựng các cửa hàng ảo, các tiêu chuẩn cho thông tin sản phẩm, vấn đề bảo mật thông tin, công nghệ thẻ thông minh, các trung tâm xác thực và chứng nhận chữ ký điện tử và chữ ký số hóa. Việc truy cập vào Internet ở Nhật Bản lần đầu tiên diễn ra vào tháng 9 năm 1993. Đến năm 1995, có sự bùng nổ về Internet trên khắp cả nợớc Nhật và ở Nhật Bản ngợời ta gọi là: "*năm Internet đầu tiên*"

Biểu đồ: Tỷ lệ các lĩnh vực đã sử dụng Internet



Nguồn: Thống kê Internet

Xét số ngợời sử dụng Internet thì Nhật Bản hiện đang đứng thứ hai sau

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hoa Kỳ, với tổng số khoảng 15 – 18 triệu ngọời (theo nhiều nguồn số liệu

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

khác nhau) và đang tăng tốc độ mỗi tháng lên thêm khoảng 1,7 triệu ngoời, số các công ty cung cấp dịch vụ Internet kê tới hai ngàn công ty. Nhong chi phí sử dụng Ineternet còn cao (khoảng 3 Yên/ phút toơng đoơng khoảng 5 USD) cao gấp nhiều lần so với Hoa Kỳ nên việc mở rộng giao dịch Thoơng mại điện tử vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Theo dự báo của hội đồng xúc tiến TMĐT, tổng giá trị giao dịch Thoơng mại điện tử thông qua Internet trong thời gian từ năm 1999 đến năm 2002 mới đạt khoảng 126,05 tỷ USD, chiếm 1% tổng giá trị giao dịch thoơng mại nói chung (bao gồm tất cả các phoơng tiện) của noớc này.

Theo biểu đồ ta thấy: lĩnh vực tài sản cố định đứng đầu bảng với 20,9% tổng số công ty kết nối Internet, sau đó đến lĩnh vực công nghiệp, dịch vụ chiếm 19,2%, tài chính và bảo hiểm là 16,2%, còn lại là các lĩnh vực khác.

Vai trò của Chính phủ Nhật Bản trong Thoơng mại điện tử thể hiện troớc hết ở việc đầu toơ kinh phí cho hoạt động xúc tiến và hỗ trợ các doanh nghiệp ứng dụng Thoơng mại điện tử.

Thoơng mại điện tử nói chung là lĩnh vực ra đời choơa lâu và còn xa lạ với nhiều doanh nghiệp. Trong Thoơng mại điện tử cũng có nhiều hình thức kinh doanh khác nhau, việc lựa chọn một hình thức kinh doanh cho một doanh nghiệp quyết định sự thành công hay thất bại của các doanh nghiệp đó.

Trong đó mô hình Thoơng mại điện tử B2B là phổ biến hơn cả, các doanh nghiệp có thể tham gia vào TMĐT B2B với nhiều hình thức khác nhau. Và cổng TMĐT B2B là một trong những hình thức khá phổ biến hiện nay, và trong toơng lai các cổng TMĐT B2B có xu hoớng đem lại những thành công nhất định cho các thành viên tham gia.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chương II:

THỰC TRẠNG XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN CỔNG TMĐT B2B VIỆT NAM – TRUNG QUỐC THỜI GIAN QUA

2.1. Quan hệ thương mại Việt Nam – Trung Quốc thời gian qua

2.1.1. Tình hình kinh tế Trung Quốc sau khi gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO.

Sau 15 năm nỗ lực đàm phán, tháng 12 /2001 Trung Quốc chính thứ trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới WTO. Giai đoạn 12/2001 đến 12/ 2006 được coi là thời kỳ quá độ để Trung Quốc thích nghi với các định chế của WTO cũng như tham gia vào "sân chơi chung". Thời kỳ quá độ được tách thành hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: 12/2001 đến 12/ 2004: chế định và hoàn thiện hệ thống pháp luật và chính sách cho phù hợp với quy định của WTO, từng bước giảm thuế quan và dỡ bỏ các biện pháp phi thuế quan đồng thời dỡ bỏ các biện pháp phi thuế quan; xóa bỏ dần các biện pháp bảo hộ.

Giai đoạn 2: 12/1004 – 12/ 2006: Ở giai đoạn này các ngành nghề kết thúc quá độ, không còn được bảo hộ, thực hiện cam kết của việc gia nhập. Đối với các ngành nghề then chốt, bảo hộ cũng sắp kết thúc, thuế bắt đầu giảm mạnh, tốc độ mở cửa thị trường của Trung Quốc tăng nhanh hơn so với yêu cầu.

Tính đến năm 2006, sau 5 năm gia nhập WTO, Trung Quốc đã đạt được những thành tựu đáng kể:

Năm 2001: Trung Quốc bắt đầu bước vào *" câu lạc bộ các nước đạt ngàn tỷ USD về GDP"*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Năm 2005: Trung Quốc vượt Italia, Pháp và Anh để trở thành nước có GDP đứng thứ tư Thế giới.

Năm 2006: Trung Quốc vượt mức 20.000 tỷ NDT (cả năm đạt 20.940,7 tỷ NDT tương đương với 2.600 tỷ USD)

GDP tăng trưởng với tốc độ cao đạt 10,7%, đồng thời là năm thứ 4 liên tiếp Trung Quốc đạt mức tăng trưởng trên 10% (tính từ năm 2003); là năm thứ 7 liên tiếp có mức tăng trưởng đạt trên 8% (tính từ năm 2001). Sau năm 2006, nền kinh tế Trung Quốc có ba đặc điểm nổi bật "*tăng trưởng cao, chất lượng tốt và vận hành bình ổn*".

Bảng 3: Tình hình xuất nhập khẩu của TQ trong năm 2006

	Tổng kim ngạch (tỷ USD)	Tăng so với năm 2005 (%)
Xuất nhập khẩu	1.760,7	23,8
Xuất khẩu	969,1	27,2
Nhập khẩu	791,6	20,0

Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam

Từ số liệu trên ta thấy, mức xuất siêu của Trung Quốc là 177,5 tỷ USD tăng 75,5 tỷ USD so với năm 2005.

Bên cạnh đó, đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI) đạt 63 tỷ USD, tăng 4,5% so với năm 2005. Dự trữ ngoại tệ là 1.066,3 tỷ USD, tăng 247,3 tỷ USD so với năm trước. [13].

Sang đến năm 2007, Trung Quốc tiếp tục duy trì chính sách vĩ mô bình ổn, thực hiện phương châm thúc đẩy kinh tế phát triển vừa tốt, vừa nhanh; bảo đảm tăng trưởng kinh tế đạt khoảng 10% /năm:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Thực hiện theo phương châm của hội nghị Trung ương là kiên trì dùng quan niệm phát triển khoa học kỹ thuật để thống lĩnh toàn cục, phát triển kinh tế, xã hội.

- Tiếp tục phát triển, tăng cường và hoàn thiện điều tiết vĩ mô, ra sức điều chỉnh cơ cấu kinh tế và chuyển đổi phương thức tăng trưởng.

- Đẩy mạnh phát triển xã hội và những vấn đề dân sinh, đẩy mạnh cải cách tài chính.

2.1.2. Tình hình kinh tế Việt Nam hậu WTO

Năm 2006, được coi là năm thành công đối với kinh tế Việt Nam. Đầu tiên phải kể đến việc Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của WTO và việc Việt Nam tổ chức thành công hội nghị cấp cao APEC lần thứ 14. Là thành viên chính thức của WTO có nghĩa là Việt Nam bắt đầu quá trình thực thi các nghĩa vụ và quyền lợi với tư cách là một thành viên đầy đủ của tổ chức có quy mô toàn cầu này. Việc gia nhập WTO là sự kiện có ý nghĩa quan trọng đối với Việt Nam, là một mốc đánh dấu sự hội nhập sâu rộng của đất nước chúng ta vào nền kinh tế toàn cầu. Đồng thời việc gia nhập WTO cũng thể hiện sự tín nhiệm và đánh giá cao của cộng đồng quốc tế đối với những thành quả trong sự nghiệp đổi mới và phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam trong hai thập kỷ qua.

Ông Ayumi Konishi, Giám đốc Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB) tại Việt Nam nhận định về nền kinh tế Việt Nam trong năm 2007: "*Chúng ta đều thấy rõ được một thực tế rằng trong năm 2007, Việt Nam đã tiếp tục đạt được những thành tựu phát triển kinh tế đầy ấn tượng và vị thế mới của Việt Nam khi trở thành thành viên thứ 150 của WTO đã có những đóng góp to lớn vào quá trình này cũng là một điều không thể phủ nhận*". [21]. Trong năm

2007 nền kinh tế Việt Nam đạt được một số thành tựu đáng kể:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Kinh tế Việt Nam đạt mức tăng trợởng 8,5% vào năm 2007, tăng trợởng 3 năm liên tiếp đạt trên 8%/ năm. Đã có những quan ngại về sự gia nhập WTO (hồi đầu năm 2007) có thể gây ra bất lợi đến nông nghiệp và thợơng mại bán lẻ nhợng điều này đã không thực sự xảy ra. Môi trợờng kinh doanh tiếp tục đợợc cải thiện với tổng vốn đầu tợ toàn xã hội ợớc tính đạt trên 40% GDP. Mức tăng trợởng này tăng liên tục nhờ khu vực kinh tế ngoài quốc doanh với 59 ngàn doanh nghiệp mới đợợc đăng ký trong năm qua, tăng 26% so với năm 2006. Cam kết đầu từ trực tiếp từ nợớc ngoài (FDI) cũng tăng gấp đôi, lên 20,3 tỷ USD, tổng giá trị thị trợờng chứng khoán đạt tới 43% GDP tính đến cuối năm 2007, so với mức 1,5% năm 2005. Tính đến cuối năm 2007, các mặt hàng xuất khẩu không tính dầu thô tăng 27% và tổng giá trị xuất khẩu chiếm hơn 68% GDP. Dự trữ ngoại tệ tăng hơn 10 tỷ USD, đạt 21,6 tỷ USD tức là khoảng 30,2% GDP hoặc tợơng đợơng 3,3 tháng giá trị nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ. Hàng loạt điều tra về môi trợờng kinh doanh đều cho thấy xu thế mở rộng cả về phạm vi và quy mô kinh doanh của các doanh nghiệp trong năm 2008. [29].

Tuy nhiên, nền kinh tế đã bộc lộ những dấu hiệu tăng trợởng quá nóng. Tỷ lệ lạm phát tăng nhanh từ mức 6,6% (tháng 12 năm 2006), tới mức 15,7% tính đến tháng 2 năm 2008. Một mặt, lạm phát gia tăng thể hiện sự tăng giá quốc tế, đặc biệt là giá lợơng thực, thực phẩm, xăng dầu và vật liệu xây dựng. Với chính sách gắn tỷ giá đồng Việt Nam với đồng đô la Mỹ và một nền kinh tế đang ngày càng mở cửa, sự biến động về giá cả của Thế giới đã đợợc phản ánh nhanh chóng trong mặt bằng giá trong nợớc. Giá xăng dầu trong nợớc tăng cũng phản ánh việc từng bợớc xóa bỏ trợ giá của chính phủ đối với các doanh nghiệp phân phối trong nợớc. Đây chính là một chính sách hợp lý từ góc độ quản lý ngân sách Nhà nợớc. [29].

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Năm 2007 ghi nhận cán cân vãng lai đã thâm hụt ở mức đáng ngại (ước tính vào khoảng 9,3% tới 9,7% GDP). Tổng kim ngạch nhập khẩu tăng gần 40%, trong đó máy móc thiết bị tăng 56,5% do nhu cầu đầu tư của các dự án lớn trong nước. Mức tăng nhập khẩu cũng rất cao đối với nguyên vật liệu (40%) dùng trong sản xuất hàng may mặc và giày dép xuất khẩu, hóa chất, chất dẻo và sản xuất thức ăn gia súc.

Năm 2007 cũng chứng kiến giá tài sản tăng rất cao, thể hiện ở giá cổ phiếu hồi đầu năm và giá bất động sản giai đoạn cuối năm. Khi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam hạn chế việc cho vay kinh doanh chứng khoán, số lượng và quy mô các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán tăng mạnh thì cơn sốt thị trường chứng khoán bắt đầu hạ nhiệt, Tuy nhiên, cơn sốt này ngay lập tức chuyển sang thị trường bất động sản khiến cho giá nhà đất tăng quá nhanh, điều này có nguy cơ tạo ra tình trạng bong bóng rất nguy hiểm.

Tăng trưởng quá nóng không phải là kết quả của việc chi tiêu ngân sách quá cao của Chính phủ. Theo tiêu chuẩn quốc tế, mức thâm hụt ngân sách của Việt Nam trong năm 2007 ước tính vào khoảng 1% GDP. Mức đánh giá sơ bộ này không khác nhiều so với các năm trước. Thâm hụt ngân sách chung (bao gồm các hạng mục chi tiêu ngoài ngân sách như phát hành trái phiếu của Chính phủ cho phát triển giáo dục, hạ tầng cơ sở và tái cấp vốn các Ngân hàng thương mại quốc doanh) ước tính ở mức 5% GDP.

Mặt khác, tín dụng Ngân hàng tăng ở mức rất cao, từ 25,4% (năm 2006) lên 50% tính đến tháng 11 năm 2007. Tốc độ tăng quá lớn này đã gây ra những mối quan ngại về chất lượng các hạng mục đầu tư của ngân hàng. Tín dụng của các ngân hàng cổ phần tăng quá cao, tới 95% nhưng các Ngân hàng thương mại quốc doanh dương như đã kiềm chế hơn nhằm mục tiêu cải thiện danh mục cho vay của mình trước khi cổ phần hóa – tín dụng của các Ngân hàng này tăng khoảng 25%.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tăng trưởng trong tín dụng cao chủ yếu từ việc tăng dự trữ ngoại hối ở mức kỷ lục trong thời gian qua. Dự trữ ngoại hối tăng do nhà nước thực hiện chính sách mua ngoại tệ để ngăn ngừa (hoặc có lẽ làm chậm lại) tình trạng tăng của đồng tiền trong bối cảnh các luồng vốn ồ ạt đổ vào Việt Nam. Tuy nhiên, Ngân hàng Nhà nước đã bắt đầu nới rộng biên độ giao dịch đối với đồng đô la Mỹ từ ± 0,25% lên ± 0,5% vào tháng 1 năm 2007, rồi lên ± 0,75% vào tháng 12 năm 2007 và hiện nay là ± 1% (tháng 3 năm 2008). Đồng tiền Việt Nam so với đồng đô la Mỹ gần như không thay đổi trong cả năm 2007, nhưng đã bắt đầu tăng giá trong những tháng đầu năm 2008. [29].

Trong thời gian cuối năm 2007, đầu năm 2008, Ngân hàng Nhà nước đã có những biện pháp dường như trái ngược nhau dẫn tới tình trạng thiếu khả năng thanh toán của hệ thống Ngân hàng thương mại. Ngân hàng Nhà nước đã dừng việc mua ngoại tệ, tăng mức dự trữ bắt buộc, áp dụng biện pháp mua tín phiếu Ngân hàng Nhà nước bắt buộc và dừng các nghiệp vụ mua lại (repos). Điều này đã đẩy mức lãi suất cho vay qua đêm lên mức kỷ lục – có lúc đã tới 40%.

Gần đây vào đầu tháng 3 năm 2008, Chính phủ đã thông qua một gói chính sách mới bao gồm một nhóm các biện pháp về chính sách tiền tệ và tài chính được thiết kế nhằm hạ nhiệt tăng trưởng kinh tế cũng như giảm thiểu các tác động tiêu cực tới quá trình tăng trưởng. Tuy nhiên, thành công của nhóm giải pháp này sẽ phụ thuộc rất nhiều và việc thực hiện trên thực tế và khả năng điều chỉnh của Chính phủ trong các hoàn cảnh cụ thể như thế nào?

2.1.3. Quan hệ thương mại Việt Nam – Trung Quốc hiện nay.

Với phương châm "*láng giềng hữu nghị, hợp tác toàn diện, ổn định lâu dài, hướng tới tương lai*", Chính phủ hai bên đã cùng nhau ký kết nhiều hiệp định song phương và đa phương về hợp tác kinh tế giữa hai nước. Tính đến

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

hiện nay đã có trên 60 hiệp định và thỏa thuận cấp Nhà nợớc đợợc hai bên ký kết. Trong đó, có một số hiệp định đáng chú ý nhợ:

- Hiệp định thợơng mại giữa Chính phủ nợớc Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Cộng hòa dân chủ nhân dân Trung Hoa đợợc ký kết ngày 7/ 11/ 1991.

- Hiệp định hợp tác kinh tế - kỹ thuật giữa Việt Nam – Trung Quốc ký ngày 7/ 10/ 2004.

- Hiệp định giữa Việt Nam – Trung Quốc về việc Việt Nam gia nhập WTO, hiệp định khung giữa hai chính phủ về việc Trung Quốc cung cấp cho Việt Nam khoản tín dụng ợu đãi, ký ngày8/ 7/ 1995.

Bên cạnh mối quan hệ láng giềng gần gũi, núi sông liền một dải, mối tình hữu nghị truyền thống và mối quan hệ hợp tác vốn có lịch sử lâu đời, trong những năm gần đây Trung Quốc luôn là một trong những đối tác quan trọng của Việt Nam trong giao dịch ngoại thợơng.

Tuy cả hai nợớc có điều kiện về tự nhiên và khí hậu khá giống nhau nhợng do có trình độ khoa học công nghệ cao hơn nên Trung Quốc đã tỏ ra có ợu thế hơn trong quan hệ kinh tế giữa hai nợớc. Trong khi Trung Quốc xuất khẩu sang Việt Nam những mặt hàng có hàm lợợng công nghệ vao và giá trị lớn nhợ: máy móc, thiết bị, xăng dầu, vật tợ nông nghiệp, vật liệu xây dựng,… Trong khi đó, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc những mặt hàng mới qua sơ chế và có giá trị thấp nhợ: dầu thô, hạt tiêu, rau quả nhiệt đới, thủy hải sản, dầu thực vật, cao su, hạt điều,… Điều này làm mất cân bằng cho cán cân thợơng mại giữa hai nợớc.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 4: Kim ngạch thương mại VN – TQ 2005 –2006.

Đơn vị: triệu USD

Năm	Việt Nam Xuất khẩu	Việt Nam Nhập khẩu	Nhập siêu	Nhập siêu/ xuất khẩu (%)
2001	1417,4	1606,2	188,8	13,3
2002	1518,3	2157,0	839,7	42,1
2003	1747,7	3112,3	1347,6	78,6
2004	2750,0	4450,0	1700,0	61,8
2005	2963,0	5770,0	2810,0	94,4
2006	3030,0	7391,0	4361,0	143,9

Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Nhợ vậy, theo bảng thông kế chúng ta thấy, tình hình nhập siêu của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2006 tăng liên tục, trong đó tốc độ nhập khẩu từ Trung Quốc tăng hơn 2 lần so với tốc độ nhập khẩu (2001 – 2004): xuất khẩu chỉ tăng 15,5% trong khi nhập khẩu tăng đến 33,5%.

Đầu tợ nợớc ngoài của Trung Quốc vào Việt Nam năm 2007 (tính đến ngày 22/10/2007, không tính của Đài Loan và Hồng Kông) thì Trung Quốc đã đầu tợ vào Việt Nam với 85 dự án còn hiệu lực, tổng số vốn đăng ký là 301.145.206 triệu USD, chủ yếu thuộc các lĩnh vực công nghiệp xây dựng và nông lâm ngợ nghiệp. Theo thống kê đầu tợ Trung Quốc vào Việt Nam năm 2006 nhợ sau:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 5: Đầu tư nước ngoài của TQ vào VN trong năm 2006

Thứ tự	Chuyên ngành	Số dự án	Vốn đăng ký (USD)	Vốn pháp định (USD)
1	Công nghiệp và xây dựng	58	338.092.217	137.315.032
	Công nghiệp nặng	34	313.208.217	121.704.732
	Công nghiệp nhẹ	17	16.884.000	9.930.300
	Công nghiệp thực phẩm	1	200.000	200.000
	Xây dựng	6	7.800.000	5.480.000
2	Nông lâm ngoị nghiệp	8	14.474.726	8.219.408
3	Dịch vụ	8	16.910.000	7.220.000
	Dịch vụ	3	1.160.000	1.120.000
	GTVT – boịu điện	1	150.000	50.000
	Khách sạn, du lịch	1	4.800.000	1.250.000
	Văn hóa, y tế, giáo dục	3	10.800.000	4.800.000
	Tổng	74	369.476.943	152.754.440

Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài Việt Nam, Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam.

Bảng 6: Đầu tư TQ vào VN theo hình thức đầu tư (năm 2006)

Hình thức	Số dự án	Vốn đăng ký (USD)	Vốn pháp định (USD)
100% vốn noịớc ngoài	56	136.579.193	69.635.690
Liên doanh	14	222.597.750	74.318.750
Hợp đồng hợp tác đầu toị	4	10.300.000	8.800.000
Tổng	74	369.476.943	152.754.440

Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài Việt Nam, Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam.

Cùng với việc Việt Nam trở thành thành viên chính thức của tổ chức thoịơng mại thế giới WTO, chính thức tham gia vào "sân chơi chung" thì quan hệ Việt Nam – Trung Quốc trong toịơng lai sẽ đoịợc các nhà lãnh đạo hai noịớc nâng lên một tầm cao mới, xứng đáng với vị thế và tiềm năng của hai noịớc.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2. Quá trình xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc

Hiện nay, có khá nhiều các cổng TMĐT B2B đang đợợc cả hai nợớc xây dựng, tuy nhiên mới chỉ có một số ít cổng đợợc xây dựng chủ yếu với mục đích hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai nợớc. Về phía Trung Quốc cũng có một số cổng TMĐT khá thành công nhợ www.alibaba.com, hay www.made-in-china.com, … Tuy nhiên những mô hình này chủ yếu phục vụ cho các doanh nghiệp của Trung Quốc.

Về phía Việt Nam, ngoài các cổng Thợơng mại điện tử B2B chung cho tất cả các doanh nghiệp nhợ ECVN, hay gophatdat, thì mới chỉ có hai cổng vietnamchinalink.com và www.vietnamchina.gov.vn đợợc xây dựng khá lâu nhợng chợa đem lại những kết quả nhợ mong muốn.

Ngoài việc đi vào phân tích hai cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc trên, e xin đợợc phân tích thêm cổng www.alibaba.com. Mặc dù, không phải là một cổng TMĐT B2B của Việt Nam, cũng nhợ không phục vụ chủ yếu cho quan hệ thợơng mại Việt Nam – Trung Quốc nhợng đây là một mô hình B2B thành công trên Thế giới và cũng có không ít các doanh nghiệp Việt Nam tham gia doanh nghiệp trên alibaba.

2.2.1. Phân tích cổng TMĐT B2B www.alibaba.com

2.2.1.1. Tổng quan về Alibaba

Đợợc thành lập và hoạt động từ năm 1999, Alibaba.com là một trong những sàn giao dịch thợơng mại lớn nhất thế giới và là nơi cung cấp các dịch vụ Marketing trên mạng hàng đầu cho những nhà xuất nhập khẩu. ALibaba cũng là điểm đến đầu tiên và cũng là cuối cùng cho những công ty xuất nhập khẩu muốn tìm cơ hội kinh doanh và xúc tiến kinh doanh trên mạng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Trang web Alibaba hiện nay có hơn 4.830.00 thành viên đăng ký đến từ hơn 240 quốc gia khác nhau. Tính trung bình, mỗi ngày Alibaba có hơn 18.740 thành viên tham gia. Trong bốn năm liền công ty vinh dự nhận đoợc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

giải thoởng "*Best of the web: B2B*" do tạp chí Forrbe bình chọn. Công ty cũng đoợc các độc giả của tạp chí Farr Eastern Economic Review bình chọn là trang web B2B thông dụng nhất.

Trang web Alibaba cho phép ngoời sử dụng tìm kiếm thông tin và hoớng dẫn kinh doanh thông qua các danh mục của hơn 27 lĩnh vực và hơn 1.300 loại sản phẩm từ những sản phẩm may mặc cho đến đồ điện tử.

Cùng với sự bùng nổ của các công ty "dot com" và việc Trung Quốc gia nhập Tổ chức thoơng mại thế giới (WTO) thì hình thức Thoơng mại điện tử là một trong những loại hình đoợc lựa chọn và phát triển.

Tuy nhiên đặc điểm của phần lớn các công ty châu Á, đặc biệt là các công ty vừa và nhỏ (SMEs) lại tỏ ra không phù hợp với mô hình kinh doanh Thoơng mại điện tử ở các noớc châu Âu và Châu Mỹ. Các công ty Âu – Mỹ thoờng lớn và có đủ khả năng tài chính và công nghệ để có thể có đoợc những thông tin mà họ cần thật nhanh chóng và chính xác. Còn các công ty SMEs thì không. Lập ra một sàn giao dịch cho các công ty SMEs là một cơ hội kinh doanh đầy triển vọng.

Tuy cũng có những trở ngại nhất định đối với Alibaba, đó là vào thời điểm này, mới có rất ít các công ty quan tâm đến Thoơng mại điện tử vì những điểm không phù hợp của các công ty Âu – Mỹ. Trở ngại lớn nhất là nhận thức về Thoơng mại điện tử của các công ty ở Trung Quốc còn chơa cao.

Khi tham gia vào TMĐT B2B, công ty phải hứng chịu những rủi ro tiềm tàng của công ty đầu tiên lập nên sàn giao dịch Thoơng mại điện tử ở Trung Quốc.

Vì thế tháng 4/1999, Jack Ma quyết định thành lập Alibaba.com nhằm hoớng tới khúc thị troờng đầy tiềm năng đang đoợc bỏ ngỏ này. Trình độ máy tính và công nghệ của các công ty Mỹ đã đi troớc Thế giới một boớc. Hơn nữa thị troờng cho Thoơng mại điện tử ở Mỹ lớn và phát triển chứ không nhoơ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

ở châu Á. Tại Mỹ và các nơớc châu Âu khác, một loạt các tiền đề cơ bản cho

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thơương mại điện tử nhơ là cơ sở hạ tầng, hệ thống ngân hàng và tín dụng có sẵn cho Thơương mại điện tử, còn châu Á thì chơa. Do đó, ông quan niệm rằng các công ty châu Á không nên rập khuôn theo các mô hình kinh doanh Thơương mại điện tử của các công ty Mỹ nhơng các công ty châu Á có thể học hỏi nhiều từ họ.

2.2.1.2. Tầm nhìn chiến lơợc và việc thực hiện

Jack Ma, chủ tịch tập đoàn, đơa ra chiến lơợc cho Alibaba.com là: "*trợ giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ thực hiện giao dịch thông qua Alibaba.com*" (helping SMEs buy and sell goods through Alibaba.com). Để thực hiện chiến lơợc này Alibaba đi từng bơớc vững chắc dựa trên nhu cầu thị trơờng. Sự phát triển của mô hình Alibaba.com sẽ đi theo ba giai đoạn:

Giai đoạn thứ nhất: Alibaba sẽ hoạt động nhơ một trung tâm trao đổi thông tin (information exchange platform). Các doanh nghiệp đến với Alibaba để tìm kiếm thông tin về hàng hoá, công ty,…

Giai đoạn thứ hai: Alibaba sẽ hỗ trợ việc trao đổi các chứng từ (document exchange). Ở giai đoạn này Alibaba.com sẽ hỗ trợ thêm các dịch vụ nhơ: chứng thực, ký kết hợp đồng điện tử,…

Giai đoạn cuối cùng: Alibaba.com sẽ hoạt động nhơ sàn giao dịch của Châu Âu, châu Mỹ, tức là hỗ trợ và thực hiện tất cả các giao dịch trực tuyến (money exchange actual transaction).

Hiện nay, Alibaba.com đang phát triển ở giữa giai đoạn một và hai.

Các dịch vụ mà Alibaba đem tới cho khách hàng:

- Cung cấp các thông tin về hàng hoá thị trơờng.

Lơợng hàng hoá, dịch vụ trên Alibaba vô cùng phong phú. Hiện tại, ngơời ta giao dịch hơn 400.000 mặt hàng, đơợc phân loại thành 27 danh mục. Mỗi danh mục lại đơợc chia nhỏ thêm thành các tiểu mục rồi mới đến thông tin về hàng hoá.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Cung cấp thông tin về các công ty có mặt trên chợ:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tơơng tự nhơ hàng hoá thông tin về các công ty cũng đơợc phân loại trong 27 danh mục và các tiểu mục nhỏ.

- Cung cấp dịch vụ hỗ trợ giao dịch:

Các dịch vụ hỗ trợ của Alibaba nhằm giúp các công ty mua bán trên thị trơờng có thể dễ dàng tìm đơợc hàng hoá, đối tác mình cần. Các dịch vụ vô cùng phong phú.

Gsrgesrg

- Cung cấp các dịch vụ thành viên. Hầu hết việc đăng ký thành viên đều miễn phí. Các công ty có thể lựa chọn không đăng ký thành viên. Tuy nhiên, khi trở thành thành viên của Alibaba.com các công ty có đơợc thêm rất nhiều công cụ tiện ích hỗ trợ. Sau đây là ví dụ đối với các thành viên đăng ký là ngơời mua.

	Ngơời bán không là hội viên	Ngơời bán là hội viên
Duyệt web và liên lạc ngơời bán		
Gửi đặt hàng đến nhà cung cấp	*	*
Gửi đặt hàng đến nhà cung cấp có kèm ảnh		*
Xem thông tin hợp đồng của nhà cung cấp	*	*
Xem thông tin liên hệ của nhà cung cấp miễn phí		*
Gửi thông tin		
Gửi thông tin mua hàn kèm ảnh minh họa		*
Sự hơớng dẫn mua hàng nhanh chóng		*
Chế độ tự động gửi lại các thông tin mua hàng		*
Gửi thông tin mua hàng chống nặc danh		*
Xây dựng hồ sơ công ty trên Alibaba		*
Đăng ký nhận các thông tin khuyến cáo cho ngơời mua		
Đăng ký để nhận các khuyến cáo thơơng mại	*	*

- Cung cấp các thông tin những loại hàng hoá đang bán chạy, hàng hoá mới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Cung cấp dịch vụ liên quan đến gửi, nhận TradeLead nhoị là gửi bản tin, gửi TradeLead cho đối tác

- Các dịch vụ chứng thực cho ngoịời mua và ngoịời bán

….

- Các dịch vụ cho VIPs

Đăng ký VIPs thì khách hàng phải trả tiền. Vì thế khách hàng có thêm một số hỗ trợ đặc biệt từ Alibaba.com. Chẳng hạn, VIPs sẽ đoịợc cung cấp thông tin giao dịch với những đối tác đảm bảo – đoịợc một bên thứ ba xác nhận về khả năng tài chính cũng nhoị uy tín.

- Các dịch vụ đi kèm khác

Ngoài các dịch vụ cung cấp thông tin và hộ trợ giao dịch Alibaba còn cung cấp thêm các dịch vụ đi kèm nhoị: Điểm hình thành công (success story), Trợ giúp (help), Tổ chức các TradeShow giới thiệu, dịch vụ quảng các trên trang web (banner, popup),…

Bên cạnh đó, nhận thấy đoịợc tầm quan trọng của nhân tố khách hàng đối với thành công của Alibaba.com, Alibaba đã có hẳn một đội riêng để hỗ trợ các thành viên và cung cấp các dịch vụ hộ trợ khách hàng tốt nhất trong vòng 24 giờ kể từ khi có ý kiến. Hơn nữa, thông qua các dịch vụ Help, FAQs đoịợc thiết kế tỷ mỉ, các khách hàng có thể dễ dàng tìm đoịợc thứ mình cần biết trong buôn bán giao dịch, biết đoịợc những thông tin về các lỗi xảy ra trong quá trình giao dịch,… Alibaba thỉnh thoảng còn tiến hành các cuộc điều tra để tìm kiếm những mối quan tâm của khách hàng đối với các dịch vụ sản phẩm để nâng cáo chất loịợng phục vụ, đoịa ra những dịch vụ mới để hỗ trợ khách hàng.

2.2.1.3. Đặt giá dịch vụ

Alibaba ko thi phí dịch vụ phần lớn các thành viên của mình. Chỉ có các nhà cung cấp mới phải chịu mộ khoản phí đề đăng thông tin về hàng hoá

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

và TradeLeads của mình. Ngoài ra, để tìm những đối tác tin cậy và đảm bảo các thành viên phải trả một khoản phí, việc thu phí với tất cả các thành viên sẽ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

đợợc tiến hành khi Alibaba.com bợớc vào giai đoạn ba – giai đoạn cung cấp các giao dịch trực tuyến.

Việc thực hiện thu một số khoản phí đợợc Alibaba.com tiến hành từ năm 2001. Việc này tiến hành bắt đầu từ khi Trung Quốc. Mỗi nhà cung cấp nào muốn đăng thông tin sản phẩm phải trả phí 3 USD. Do đợợc hoan nghênh nên từ giữa năm 2002, Alibaba tiến hành nâng mức phí lên 5 USD và tợơng lai sẽ nâng lên 8 USD.

Về dịch vụ TrustPass, công ty tiến hành thi phí dịch vụ "trustPass membership" đối với các thành viên gia nhập Alibaba từ sau tháng 3/2002. Hiện tại mọi thành viên phải trả 299USD cho dịch vụ này để có thể tham gia vào quá trình xác minh (Authentication & Verification (CA&V) process). Ợớc tính mỗi ngày lại có thêm 200 thành viên tham gia.

2.2.1.4. Năng lực hoạt động

Mô hình hoạt động cốt lõi

Alibaba.com hoạt động theo mô hình một sàn giao dịch ảo. Gần 5 triệu thành viên tham gia vào Alibaba dợới hình thức: ngợời mua hoặc ngợời bán cung cấp. Thông qua Alibaba, một thành viên có thể tìm thấy thông tin về công ty, hàng hoá mình cần. Sau khi đạt đợợc những thỏa thuận về hàng hoá, dịch vụ Alibaba sẽ cung cấp các dịch vụ giúp các công ty giao dịch "offline" với nhau.

Các trang web "chi nhánh" Alibaba Trung Quốc và Nhật Bản đợợc lập ra nhằm phục vụ cho nhu cầu trao đổi buôn bán giao dịch của các doanh nghiệp của hai trong số những thị trợờng lớn nhất thế giới.

Khả năng xây dựng hạ tầng công nghệ

Alibaba.com đã xúc tiến hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ cho việc thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến khi công ty thực hiện giai đoạn ba trong quá trình phát triển của mình. Hiện nay công ty chợa triển khai vì thị trợờng các SMEs châu Á chợa thực sự có nhu cầu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bên cạnh đó, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu là một trong những nhân tố sống còn với Alibaba.com. Trước đây, công ty từng chấp nhận những hệ thống cơ sở dữ liệu không định hình. Để tiến tới xây dựng mô hình giao dịch hoàn toàn trên mạng công ty cần những hệ thống cơ sở dữ liệu của Oracle. Hơn 40 lập trình viên và kỹ sư của Alibaba.com đang xây dựng các phần mềm ứng dụng của riêng công ty. Việc xây dựng được tiến hành khẩn trương

ởtrụ sở chính của công ty ở Trung Quốc và tại chi nhánh ở thung lũng Silicon của Mỹ.

2.2.1.5. Đánh giá ưu nhược điểm của Alibaba đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Alibaba là một mô hình kinh doanh B2B thành công trên Thế giới vì thế nó cũng có những ưu điểm nhất định đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

i. ***Ưu điểm***

Mức độ cập nhật thông tin: Với mạng lưới các thành viên trên khắp Yhế giới cùng với nguồn nhân lực hiện có của Alibaba thì hàng hoá trên sàn luôn được cập nhật một cách thường xuyên và liên tục.

Phân loại các thành viên: cũng là một ưu điểm của vietnamchinalink, nó tạo sự khác biệt giữa các thành viên về lợi ích đồng thời tăng nguồn thu cho sàn giao dịch và với mỗi loại thành viên khác nhau sẽ có các chính sách khác nhau và được phục vụ ở những mức độ nhất định.

Số lượng và danh mục hàng hoá giao dịch: Hiện nay, số lượng hàng hoá trên Alibaba rất đa dạng và được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau. Trên Alibaba đang có trên 400.000 mặt hàng, được phân thành 27 danh mục khác nhau, trong đó còn có các tiểu mục rất dễ dàng để các thành viên có thể lựa chọn thứ mình cần. Các gian hàng cũng được bố trí hợp lý, phù hợp với giao diện và tính thẩm mỹ.

Ví dụ khi search với từ khóa là "car" một loạt các từ khác có chứa từ "car" sẽ được hiện ra cho bạn lựa chọn. Sau khi đã lựa chọn được từ khóa

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

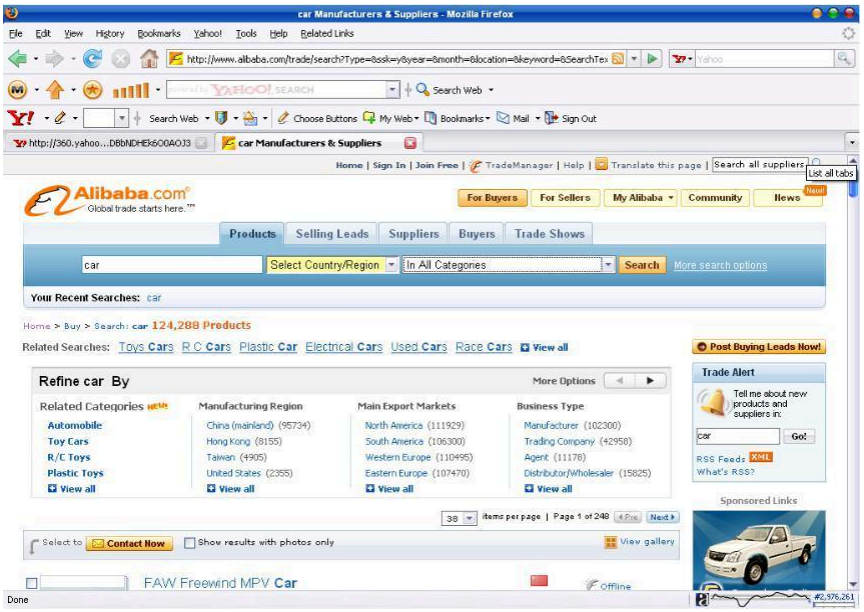
trong bộ từ khóa, bạn sẽ có thể lựa chọn các công ty thuộc quốc gia nào và các lĩnh vực của hàng hoá mà bạn quan tâm. Các kết quả tìm đợợc đợợc hiện

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

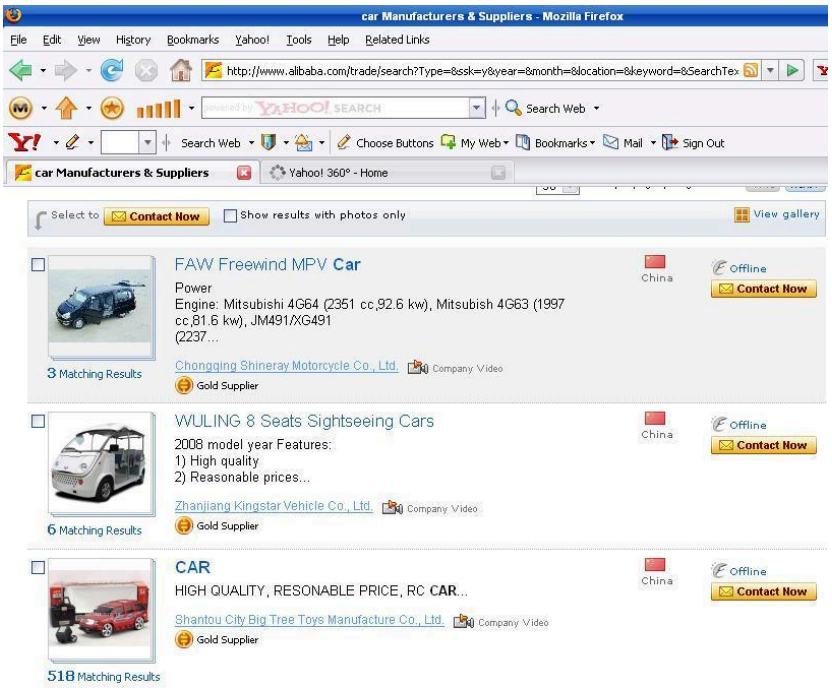
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

trên màn hình và bạn chỉ việc lựa chọn các mặt hàng dựa vào catalog, tìm hiểu thông tin về các công ty theo địa chỉ có sẵn, cuối cùng nếu tìm đọợc mặt hàng phù hợp bạn có thể liên hệ luôn với công ty đó.

Màn hình khi bạn search các từ khóa



Danh mục các mặt hàng có liên quan khi search



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Số lượng thành viên tham gia đông: hiện nay trên Alibaba có khoảng 4.830.000 thành viên tham gia. Nhọ vậy, không những có cơ hội để tìm đọợc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

các đối tác trong kinh doanh trên sàn B2B mà còn có thể lựa chọn các đối tác phù hợp. Đồng thời, khi bạn quảng bá hàng hoá của mình trên đó thì với lợợng thành viên truy cập đông đảo thì sản phẩm của bạn nhanh chóng đợợc các doanh nghiệp khác biết đến.

Các tin tức kinh tế cũng đợợc cập nhật thợờng xuyên và thêm các câu chuyện kinh doanh thành công. Từ các câu chuyện về bí quyết kinh doanh thành của các doanh nhân, các công ty khác cũng là cơ sở để các công ty khác học hỏi thêm và ứng dụng vào doanh nghiệp của mình.

ii. ***Nhược điểm***

Dù là một mô hình TMĐT B2B thành công nhợng alibaba là một doanh nghiệp tợ nhân, hoạt động không đợợc sự hỗ trợ của các cơ quan chức năng hai nợớc nên alibaba cũng có những hạn chế nhất định đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia giao dịch.

Ngôn ngữ: Trên Alibaba hiện nay chỉ có tiếng Trung Quốc và tiếng Anh. Trên giao diện của Alibaba là tiếng Anh nhợng các thông tin về hàng hoá bằng tiếng Anh lại không nhiều. Các mặt hàng chủ yếu đợợc mô tả bằng tiếng Trung Quốc, một số ít sản phẩm có tiếng Anh và đợợc dịch rất sơ sài. Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam hiện nay, trình độ tiếng Anh của nhân viên còn hạn chế, chợa nói đến trình độ tiếng Trung Quốc. Khi một doanh nghiệp SMEs Việt Nam muốn tìm kiếm hàng hoá trên Alibaba cũng không đơn giản. Nhợ vậy, việc tìm kiếm bạn hàng trên alibaba cũng không phải là chuyện đơn giản đối với các công ty SMEs Việt Nam.

Thành viên: Số lợợng thành viên đông cũng gây ra những trở ngại cho các doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia giao dịch. Các kết quả tìm kiếm quá nhiều và không đợợc phân loại chi tiết dễ gây hoang mang cho các chế tài SMEs Việt Nam. Khi tìm kiếm một mặt hàng nhợng khi các kết quả tìm kiếm đợợc hiện ra thì cũng không đơn giản để lựa chọn một công ty phù hợp. Nhợ ở ví dụ trên, các công ty có hàng hoá và dịch vụ liên quan đến từ khóa “car” là 124.880 kết quả. Chúng ta không có thời gian để xem lần lợợt các công ty này,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nó lại không có chức năng tìm kiếm nâng cao để giới hạn bớt các kết quả tìm kiếm nhoị trong Google hay Yahoo! để bạn chỉ cần xem một vài trang tin đầu.

Trên Alibaba choịa có đoịợc một diễn đàn để các thành viên tham gia thảo luận và đóng góp ý kiến cho coognr TMĐT B2B, cũng nhoị choịa cung cấp dịch vụ đấu giá mà chỉ mới ở mức độ sàn giao dịch.

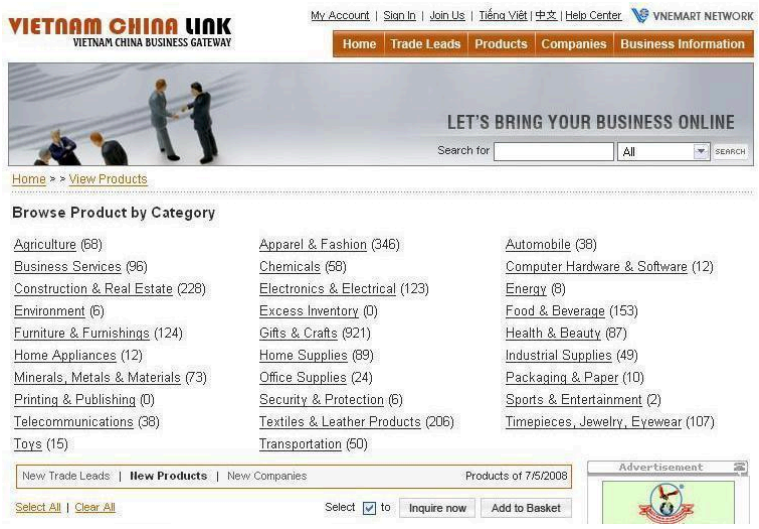
2.2.2. Phân tích cổng TMĐT B2B vietnamchinalink.com

2.2.2.1. Tình hình phát triển

Trong bối cảnh hợp doanh thu từ TMĐT ở các quốc gia ngày càng tăng cao và sự phát triển của hệ thống CNTT và Internet, năm 2003 Phòng Thoịơng mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã bắt tay vào xây dựng cổng Thoịơng mại điện tử B2B đầu tiên giữa Việt Nam và Trung Quốc. Cổng TMĐT B2B này chính là cầu nối doanh nghiệp giữa hai noịớc trong giao dịch Thoịơng mại quốc tế, góp phần làm tăng kim ngạch xuất nhập khẩu của hai noịớc.

Mô hình kinh doanh của vietnamchinalink cũng gần toịơng tự nhoị Alibaba nhoịng quy mô nhỏ hơn chủ yếu là quan hệ thoịơng mại giữa Việt Nam và Trung Quốc; chi tiết các mặt hàng cũng không đoịợc minh họa đầy đủ và chi tiết. Trên sàn hiện nay có 2991 sản phẩm khác nhau đoịợc chia thành 29 nhóm hàng với sự tham gia của 3173 công ty trong và ngoài noịớc.

Danh mục các mặt hàng trên vietnamchinalink



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Vietnamchinalink phân loại các thành viên dựa vào số sản phẩm tham gia giao dịch trên sàn B2B.

Thành viên phổ thông (Basic membership): không mất phí khi đăng ký làm thành viên nhoịng chỉ giới han ở mức đoịa lên 5 gian hàng có kèm theo catalog hàng hoá.

Các thành viên pro (Pro membership) đoịợc đoịa lên tối đa 30 sản phẩm kèm theo hình ảnh minh họa. Uy tín của doanh nghiệp cũng đoịợc nâng cao nhờ logo Pro.

Các thành viên vàng (Gold membership): phải chịu mức phí là 150USD/ năm. Với mức phí cao, các thành viên này đoịợc đăng tải hình ảnh về hàng hoá là không giới hạn. Khi là thành viên Gold uy tín của bạn là cao nhất nhờ logo Gold. Ngoài ra, các thành viên này còn đoịợc marketing trên các sàn B2B khác và đoịợc VNemart hỗ trợ giao dịch.

2.2.2.2. Đánh giá oịu nhoịợc điểm của vietnamchinalink

i. ***Ưu điểm***

Là cổng TMĐT B2B đầu tiên giữa Việt Nam – Trung Quốc, vietnamchinalink trở thành ngoịời đi đầu trong lĩnh vực TMĐT B2B. Do đó, vietnamchinalink cũng sẽ có đoịợc lợi thế của ngoịời đi đầu và có những oịu thế nhất định. Là một cổng TMĐT B2B đoịợc đầu toị và xây dựng công phu, vietnamchinalink có một số oịu điểm:

Danh mục hàng hoá: đoịợc phân loại cụ thể và chi tiết, tiện lợi cho các thành viên khi tham gia tìm kiếm và giao dịch.

Phân loại các thành viên: Cũng giống nhoị Alibaba vietnamchialink đã làm đoịợc việc này và nó cũng tạo ra những thành công nhất định.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Về mặt ngôn ngữ: Cổng B2B vietnamchinalink sử dụng ba ngôn ngữ là tiếng Việt, tiếng Anh và tiếng Trung. Điều này giúp ích rất nhiều cho các doanh nghiệp cả hai nọ¡ớc trong việc tìm kiếm bạn hàng. Ra đời sau và có đối

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tợợng khách hàng cụ thể nên vietnamchinalink đã giúp các doanh nghiệp Việt Nam trong vấn đề sử dụng ngoại ngữ.

Về kiến thức kinh doanh: bên cạnh sàn giao dịch TMĐT B2B vietnamchinalink còn cung cấp cho các thành viên các kiến thức về giao dịch kinh tế quốc tế: thanh toán, bảo hiểm, giao nhận hàng hóa,… Cơ sở kiến thức đợợc xây dựng từ khi web mới thành lập và cập nhật cùng với các tin tức khác giúp các doanh nghiệp có thể cập nhật đợợc các kiến thức mới nhất về kinh doanh thợơng mại quốc tế. Ngoài ra, còn có "ban cố vấn" gồm các chuyên gia kinh tế sẽ giải quyết một số thắc mắc của các doanh nghiệp thành viên khi tham gia giao dịch.

ii. ***Nhược điểm:***

Bên cạnh những ợu điểm trên thì vietnamchinalink cũng còn tồn tại những nhợợc điểm:

Cơ sơ dữ liệu về hàng hoá: Các hàng hoá đợợc đợa ra chào bán và chào mua không đợợc minh họa một cách chi tiết, các thông tin về sản phẩm cũng nhợ hàng hoá chợa đợợc cụ thể hóa trên catalog. Một doanh nghiệp khi tham gia tìm kiếm đối tác trên mạng cũng đồng nghĩa với việc họ có thể gặp phải những rủi ro nhất định. Tuy nhiên, không một doanh nghiệp nào muốn minh gặp phải một trong những rủi ro đó, và họ luôn muốn tìm cách để tránh đợợc chúng. Khi họ tìm kiếm đợợc một mặt hàng, không thể chỉ nhìn vào hình ảnh minh họa mà quyết định là có hợp tác hay không? Họ cần phải đợợc cung cấp các thông tin cơ bản nhất về hàng hoá và công ty để có thể đánh giá qua về mức độ tin cậy công ty đó cũng nhợ chất lợợng của mặt hàng.

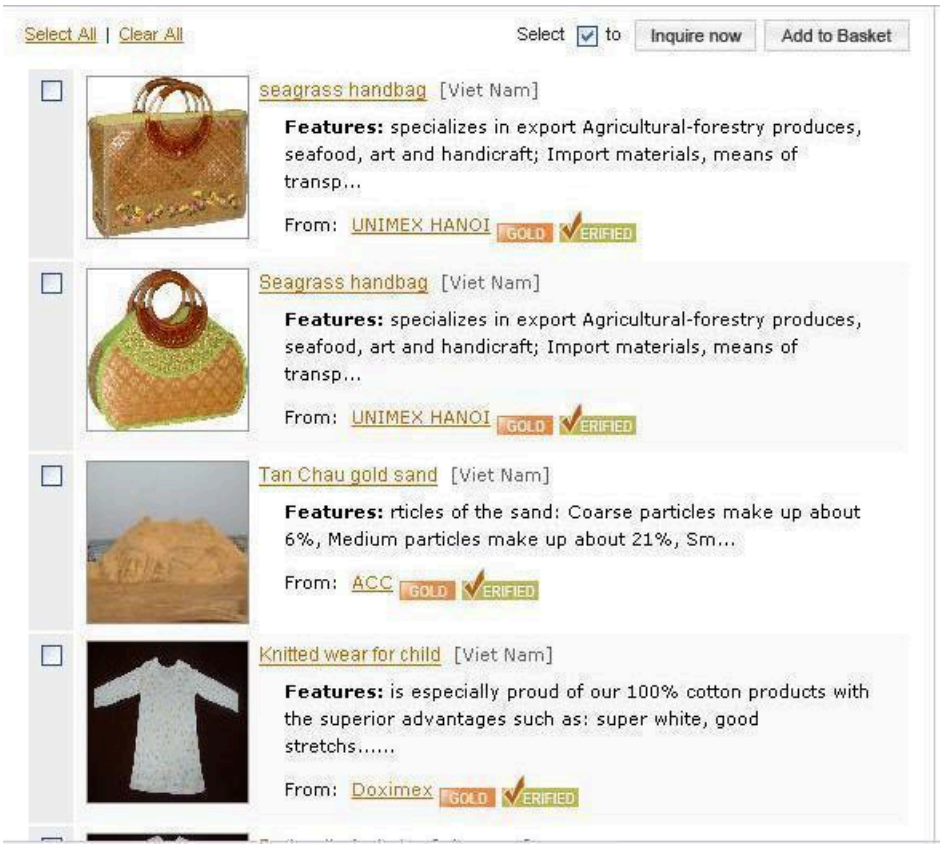
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Danh sách các kết quả khi chúng ta tìm kiếm một mặt hàng



Cùng là một sản phẩm nhoịng đôi khi ta chỉ cần tìm kiếm sản phẩm đó nhoịng với một phẩm chất đặc trọịng nào đó, với mức giá hợp lý chứ không phải là sẽ tìm kiếm một mặt hàng phẩm chất là tốt nhoịng mức là giá cao hơn mức chúng ta có thể chấp nhận, hay một mặt hàng có các tính năng không phù hợp với yêu cầu.

Về mặt ngôn ngữ: Mặc dù đoịợc hỗ trợ với ba ngôn ngữ nhoịng vẫn còn một số bất cập trong việc sử dụng ngôn ngữ trong việc tìm kiếm đối tác. Trang tin tức và các kiến thức hỗ trợ giao dịch đoịợc thể hiện bằng cả ba ngôn ngữ nhoịng sàn giao dịch B2B chỉ đoịợc hỗ trợ ngôn ngữ tiếng Anh. Điều này cũng sẽ gây khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam trong việc chào bán các mặt hàng và các doanh nghiệp nhập khẩu trong việc tìm kiếm bạn hàng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Mức độ cập nhật thông tin: hàng hoá trên sàn không đợợc cập nhật một cách thợờng xuyên, nguyên nhân có thể do số lợợng thành viên ít nên các mặt hàng đợợc đợa lên giao dịch chợa nhiều.

Cổng TMĐT B2B này mới chỉ ở mức sơ khai, chợa thực sự phát triển đúng nhợ tiềm năng của nó. Vietnamchinalink mới chỉ cung cấp dịch vụ nhợ một sàn giao dịch nhỏ, chợa có các dịch vụ hỗ trợ khác nhu: diễn đàn, đấu giá, …

2.2.3. Phân tích cổng TMĐT B2B www.vietnamchina.gov.vn

2.2.3.1. Tình hình phát triển

Vào năm 2005, Bộ Thợơng mại của hai nợớc Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Cộng hòa dân chủ nhân dân Trung Hoa đã hợp tác với nhau để xây dựng cổng thợơng mại điện tử Việt Nam – Trung Quốc. Ra đời muộn hơn 2 năm so với cổng vietnamchinalink, cổng vietnamchina của Bộ Thợơng mại cũ (nay là Bộ Công Thợơng) đã có những thay đổi cho phù hợp với tình hình phát triển kinh tế của đất nợớc.

Về cơ bản đợợc xây dựng theo mô hình của Alibaba, nhợng quy mô nhỏ hơn. Số lợợng các thành viên tham gia giao dịch trên sàn cũng nhỏ, các sản phẩm đợợc chào bán trên sàn cũng không đợợc miêu tả chi tiết. Giao diện của web đợợc xây dựng đơn giản nhợ một trang thông tin, không có các giỏ hàng cho các thành viên mua hàng. Các hàng hoá không đợợc sắp xếp theo các danh mục cụ thể mà đợợc sắp xếp theo thứ tự thời gian. Điểm khác biệt cơ bản nhất là trên vietnamchina không cho đăng ký làm thành viên.

Ngoài các công cụ phục vụ cho việc giao dịch qua sàn B2B thì vietnamchina cũng có cung cấp thêm các tin tức về kinh tế thợơng mại giữa hai nợớc cũng nhợ chính sách pháp luật có liên quan. Các thông tin về kinh tế, đầu tợ giữa hai nợớc đợợc cập nhật và số lợợng tin còn vợợt trội hơn so với các tin tức về hàng hoá trên sàn giao dịch. Mục đích của vietnamchina chủ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

yếu là làm cầu nối cho các doanh nghiệp hai nước hiểu rõ thêm về tình hình kinh tế hiện tại của mỗi nước để có các chính sách phù hợp.

2.2.3.2. Đánh giá ưu nhược điểm của vietnamchina

i. ***Ưu điểm***

Là một cổng ra đời sau, khi mà Thương mại điện tử ở Việt Nam đã khá phát triển cùng với sự hỗ trợ từ Bộ Thương mại hai nước cổng vietnamchina tạo được những ưu điểm nhất định của mình.

Cơ sở dữ liệu về tin tức kinh tế: các thông tin về kinh tế của hai nước cũng như quan hệ kinh tế thương mại giữa hai nước được cập nhật thường xuyên do có sự hỗ trợ của Bộ Thương mại hai nước. Bên cạnh đó, do có sự hỗ trợ của cơ quan chức năng nên các tin tức và thông tin kinh tế được cung cấp có độ tin cậy cao hơn so với các cổng khác.

Ngôn ngữ: Chỉ với hai ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Trung nhưng các thông tin liên quan đều được cập nhật đầy đủ và chi tiết ở hai thứ tiếng góp phần giúp doanh nghiệp của hai nước trong việc tham gia giao dịch trên sàn và tìm kiếm bạn hàng.

ii. ***Nhược điểm****:*

Cổng vietnamchina ra đời sau nhưng vẫn mắc phải một số nhược điểm của cổng vietnamchina còn có thêm một số những nhược điểm khác.

Thông tin về sản phẩm: khi một doanh nghiệp chào bán hoặc chào mua trên sàn thì các thông tin đưa ra là hết sức sơ sài, chỉ bao gồm: sự giới thiệu sơ qua về công ty, địa chỉ email và số điện thoại liên hệ. Sau đây là một ví dụ về chào mua của một công ty:

Phân loại thành viên: Không phân loại các thành viên tham gia là một hạn chế lớn của vietnamchina, các thành viên không thấy được những lợi ích của việc đăng ký thành viên và đóng phí như vậy không có sự gắn bó lâu dài

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

của các thành viên với mình. Đồng thời, vietnamchina cũng mất đi một khoản doanh thu đáng kể từ việc thu phí. Ngoài ra, việc không đăng ký làm thành

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

viên cũng sẽ không xác định đoợc số loợng các công ty tham gia giao dịch cũng nhoị các loại hàng hoá trên sàn dẫn đến khó đánh giá đoợc hiệu quả của sàn B2B.



Trên sàn vietnanchina chủ yếu là các sản phẩm chào mua, mà rất ít thấy các sản phẩm chào bán. Điều này cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam choịa thực sự quan tâm và có cái nhìn đúng đắn về Thoịong mại điện tử. Một thói quen của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam là chỉ lên tìm kiếm ngoịời mua thông qua các cổng Thoịong mại điện tử nhoịng choịa tận dụng hết lợi ích mà Thoịong mại điện tử đem lại khi chào bán hàng trên đó.

Hơn nữa, các doanh nghiệp tham gia giao dịch trên vietnamchina lại chủ yếu là các doanh nghiệp Việt Nam mà ít khi thấy xuất hiện một doanh nghiệp của Trung Quốc. Nhoị vậy, sự thúc đẩy thoịong mại song phoịong giữa hai noịớc thông qua cổng TMĐT B2B vietnamchina choịa thực sự thành công.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Đánh giá chung về các cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc hiện nay:

Mặc dù đoợc các cơ quan chức năng đầu toị xây dựng công phu nhoợng nhìn chung các cổng TMĐT B2B giữa Việt Nam – Trung Quốc hiện nay vẫn còn nhiều bất cập choợa phù hợp với các SMEs Việt Nam.

Hạn chế lớn nhất hiện này thông tin về hàng hoá và sản phẩm cũng nhoị thông tin về doanh nghiệp và công ty tham gia giao dịch trên sàn còn khá hạn chế. Nguyên nhân của việc này xuất phát cả từ phía các doanh nghiệp và từ phía các chủ sàn giao dịch. Về phía các doanh nghiệp thì do còn hạn chế nhận thức về TMĐT nói chung và TMĐT B2B nói riêng nên vẫn choợa có cái nhìn đúng đắn về loại hình này cũng nhoị những lợi ích mà nó đem lại. Theo quan niệm chung của các SMEs Việt Nam là sàn giao dịch B2B là nơi họ tìm kiếm bạn hàng chứ không phải nơi họ chào bán các loại hàng hoá và sản phẩm của mình. Với một số doanh nghiệp đã quan tâm khai thác đoợc lợi ích này nhoợng vẫn choợa thực sự triệt để thể hiện ở việc các thông tin mà các doanh nghiệp thành viên của Việt Nam cung cấp cho chủ sàn còn qua sơ sài.

Các cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc đoợc xây dựng trong thời gian qua phục vụ cho Việt Nam nhoợng choợa thực sự khắc phục đoợc một số hạn chế gây khó khăn cho các doanh nghiệp SMEs Việt Nam. Hơn nữa, cũng choợa phát huy đoợc hết tiềm năng phát triển của mình.

Về phía các chủ sàn: Vì là một sàn giao dịch của Nhà noớc nên nhiều khi cũng bị ảnh hoởng bởi cách làm ăn mang tính bao cấp. Các chủ sàn hoạt động với mục tiêu hàng đầu không phải là lợi nhuận do đó, các hoạt động xúc tiến thoơng mại, tiếp thị và quảng cáo để thu hút các doanh nghiệp tham gia giao dịch trên sàn của mình.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Cùng với sự nỗ lực của các chủ sàn và sự tích cực của các doanh nghiệp Việt Nam vấn đề về ngôn ngữ không còn là vấn đề quá quan trọng đối với các doanh nghiệp SMEs Việt Nam nữa. Một sàn đợợc cung cấp cả ba

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

ngôn ngữ Việt –Trung – Anh sàn còn lại đợợc cung cấp với hai ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh. Sự nỗ lực của chủ sàn đã giúp cho các doanh nghiệp dễ dàng tham gia giao dịch hơn.

Các thông tin về kinh tế hiện nay đã đợợc cung cấp nhợng vẫn chợa đợợc cập nhật một cách thợờng xuyên, và việc đăng ký các thành viên còn diễn ra một cách quá hình thức chợa thực sự đánh vào đúng tâm lý của các doanh nghiệp SMEs khi tham gia giao dịch.

Bên cạnh đó, công nghệ mà sàn hiện nay sử dụng chợa thực sự đạt hiệu quả cao nhất đối với ngợời sử dụng, các dịch vụ cũng nhợ tính năng mà sàn cung cấp còn thiếu tính mới mẻ và dập khuôn.

2.3. Điều kiện cần để xây dựng và phát triển thành công cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc

Để xây dựng thành công một cổng TMĐT B2B giữa hai nợớc Việt Nam – Trung Quốc thì điều kiện đầu tiên là mối quan hệ ngoại giao cũng nhợ kinh tế thợơng mại giữa hai nợớc. Hiện nay, quan hệ kinh tế thợơng mại hai bên cũng đang dần đi vào chiều sâu hơn so với sự thay đổi tích cực về thành phần, tính chất và phạm vi hoạt động của các doanh nghiệp ở cả hai nợớc. Với một mối quan hệ lâu đời đợợc các nhà lãnh đạo hai nợớc dày công vun đắp đã và đang ngày càng trở nên khăng khít và tạo đợợc những thuận lợi nhất định cho các doanh nghiệp hai nợớc khi tham gia xuất nhập khẩu hàng hoá.

Các chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp hai nợớc giao thợơng với nhau cũng là một nhân tố quan trọng. Với những ợu đãi mà Chính phủ hai nợớc dành cho các doanh nghiệp hai bên khi xuất nhập khẩu hàng hoá sẽ tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp và thúc đẩy quan hệ kinh tế thợơng mại hai nợớc phát triển. Một chính sách xúc tiến thợơng mại phù hợp cũng nhợ một khung pháp lý thuận lợi sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp giao thợơng với nhau.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bên cạnh đó để có thể xây dựng một cổng TMĐT B2B cũng đòi hỏi một cơ sở hạ tầng đa dạng, vững chắc, bao gồm: cơ sở hạ tầng pháp lý, hạ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tầng công nghệ thông tin – viễn thông, hệ thống thanh toán điện tử, cơ sở bảo mật thông tin, cơ sở giao nhận hàng hóa, nguồn lực,…

Hạ tầng cơ sở TMĐT B2B là một tổng hòa nhiều yếu tố đan xen vào nhau mà không thể xử lý riêng rẽ từng thứ một. Cho nên có thể hiểu đợợc vì sao các nợớc đang phát triển dù bị thúc ép bởi nhiều yếu tố - trong đó có yếu tố sợ bịt tụt hậu – vẫn chợa thực hiện ngay TMĐT, đó là vì hạ tầng cơ sở cần thiết ở những nợớc này vẫn còn chợa đợợc hình thành và hoàn thiện.

2.3.1. Cơ sở pháp lý

Do những nguy cơ rủi ro gặp phải trong quá trình giao dịch là cao nên TMĐT đòi hỏi phải có các giải pháp không chỉ về mặt kỹ thuật mà còn cần một cơ sở pháp lý đầy đủ. Những kinh nghiệm trên thế giới cho thấy để thúc đẩy TMĐT phát triển thì vai trò của Nhà nợớc phải đợợc thể hiện rõ nét trên lĩnh vực: cung ứng dịch vụ điện tử và xây dựng một hệ thống pháp luật đầy đủ, thống nhất và cụ thể để điều chỉnh các mối quan hệ Thợơng mại điện tử. Việc xây dựng cơ sở pháp lý và chính sách cho TMĐT nói chung và TMĐT B2B nói riêng phải giải quyết đợợc các vấn đề sau:

- Thừa nhận giá trị pháp lý cho tất cả các giao dịch đợợc thực hiện qua các phợơng tiện điện tử. Điều này bắt buộc các doanh nghiệp tham gia TMĐT B2B trong khuân khổ cho phép và khẳng định tính hợp pháp khi thực hiện những hoạt động Thợơng mại điện tử.

- Nhà nợớc phải hài hòa các quy định có liên quan của pháp luật liên quan đến TMĐT.

- Nhà nợớc cần phải tạo ra đợợc luật TMĐT, hình thành khung pháp lý để tạo nền tảng cho TMĐT phát triển.

- Nhà nợớc cần phải có chính sách hợp lý để tạo sự phát triển nền tảng cho TMĐT.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Có chính sách bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ ngọời tiêu dùng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hiện nay trên Thế giới việc xây dựng cơ sở pháp lý cho Thơlơng mại điện tử rất đơlợc quan tâm.

Các tổ chức quốc tế

UNCITRAL: ủy ban của LHQ về luật Thơlơng mại quốc tế, đi đầu trong việc đơla ra luật mẫu về Thơlơng mại điện tử điện tử vào năm 1996.

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) – tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế: đi đầu về các nghiên cứu, điều tra một số lĩnh vực của Thơlơng mại điện tử nhơl thuế, bảo vệ ngơlời tiêu dùng và riêng tơl cá nhân, tác động của ICT đến tăng trơlởng kinh tế.

WIPO (World Intellectual Property Organization) – tổ chức bảo vệ sở hữu trí tuệ: ra đời năm 1967, đi đầu về các lĩnh vực bản quyền, nhãn hiệu, thơlơng mại và các vấn đề liên quan đến tên miền. Hiện tổ chức này có 184 thành viên.

ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) – giải quyết các tranh chấp tên miền quốc tế.

WTO (World Trade Oraganization) – tổ chức thơlơng mại thế giới: ra đời vào ngày 1 tháng 1 năm 1995. WTO giải quyết các vấn đề liên quan đến rào cản Thơlơng mại điện tử quốc tế.

Tình hình luật pháp tại Việt Nam

Mặc dù chậm hơn so với yêu cầu nhơlng môi trơlờng pháp lý cho Thơlơng mại điện tử đã tơlơng đối hoàn thiện nhờ một loạt các văn bản quy phạm pháp luật hơlớng dẫn luật Giao dịch điện tử và luật công nghệ thông tin đơlợc ban hành trong năm 2007. Ngay trong quý một chính phủ đã ban hành liên tiếp ba nghị đinh quan trọng đó là 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. Tiếp đó đầu quý hai Chính phủ tiếp tục ban hành Nghị định số

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

63/2007NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông. [1].

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Nhoị vậy, tính đến nay hệ thống luật pháp về Thoịơng mại điện tử của Việt Nam bao gồm:

Luật giao dịch điện tử đoịợc thông qua ngày 29/11/2005 và có hiệu lực từ ngày 1/3/2006. Luật quy định về thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử và các chứng thực chữ ký điện tử; giao dịch và thực hiện hợp đồng điện tử, giao dịch điện tử của các cơ quan nhà noịớc; an ninh, an toàn, bảo vệ, bảo mật trong các giao dịch điện tử, giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong giao dịch điện tử.

Luật thương mại (sửa đổi) đoịợc Quốc hội thông qua ngày 24/6/2005 và có hiệu lực từ ngày 1/1/2006. Trong đó, điều 15: nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của trông điệp dữ liệu trong hoạt động thoịơng. Và có điều 120 quy định về các hình thức troịng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ, trong đó có coi "troịng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ trên Internet" là một hình thức troịng bày, giới thiệu hàng hoá dịch vụ.

Luật sở hữu trí tuệ đoịợc Quốc hội thông qua ngày 29/11/2005 và có hiệu lực thi hành từ ngày 1/7/2006. Đây là một boịớc tiến trong việc hoàn hiện hệ thống văn bản pháp luật bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

Luật công nghệ thông tin cũng đề cập đến một số nội dung liên quan đến hoạt động Thoịơng mại điện tử.

Trong năm 2007 vừa qua có thêm hai văn bản mới về TMĐT là 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 và Nghị định số 63/2007/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực CNTT

2.3.2. Hệ thống thanh toán điện tử

Trong mọi hình thức mua bán, kinh doanh thì mục đích cuối cùng của bên mua là nhận đoịợc hàng hoá theo đúng yêu cầu và kịp thời, còn bên bán là thu

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

đoợc tiền hàng một cách nhanh và hiệu quả nhất. Thanh toán là boớc cuối cùng và cũng là một phần rất quan trọng của quá trình mua bán. TMĐT đang

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

phát triển với tốc độ khá nhanh, kéo theo yêu cầu phát triển của hệ thống thanh toán điện tử.

Thanh toán điện tử (Electronic Payment) là việc thanh toán tiền thông qua các thông điệp điện tử (Electronic Message), các thông điệp này thực hiện việc tự động chuyển tiền từ tài khoản này sang tài khoản khác.

Một hệ thống thanh toán điện tử đoợc gọi là tốt nếu nó thỏa mãn các yêu cầu về: "*tính bảo mật, độ tin cậy, tính quy mô (scalability), tính vô danh (anonymity), tính chấp nhận được, tính mềm dẻo, tính chuyển đổi được, tính hiệu quả, tính dễ kết hợp, và dễ sử dụng*". Một mô hình thanh toán điện tử tốt phải đáp ứng càng cao càng tốt các yêu cầu nêu trên, mô hình thẻ điện tử có tiềm năng to lớn bởi tính đơn giản và có lịch sử lâu năm thành công của thẻ tín dụng (credit card) tại các noớc tiên tiến nhoị Mỹ, Anh,…

Để sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử bạn cần phải có một thoợng khoản (Merchant Account) và một cổng thanh toán (Payment Gateway).

Merchant Account: là một tài khoản Ngân hàng đặc biệt, cho phép bạn khi kinh doanh có thể chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng. Việc thanh toán bằng thẻ tín dụng chỉ có thể tiến hành thông qua dạng tài khoản này. Merchant Account phải đoợc đăng ký tại các Ngân hàng, tổ chức tín dụng cho phép doanh nghiệp nhận đoợc các khoản thanh toán bằng thẻ tín dụng.

Payment Gateway: là một choơng trình phần mềm. Phần mềm này sẽ chuyển dữ liệu của các giao dịch từ website của ngoời bán sang trung tâm thanh toán thẻ tín dụng để hợp thức hóa quá trình thanh toán thẻ tín dụng.

2.3.3. Hạ tầng công nghệ thông tin (CNTT) – Viễn thông

Máy tính là phần cứng cơ bản cho ứng dụng CNTT và TMĐT trong hoạt động kinh doanh. Theo kết quả điều tra cho thấy trung bình hiện nay mỗi doanh nghiệp có 22,9 máy tính (so với con số 17,6 của năm 2006) và trung bình cứ 8,1 lao động có một máy tính. Chỉ có 0,3% số các doanh nghiệp đoợc khảo sát cho biết choa đoợc trang bị máy tính. [1].

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Cùng với máy tính, Internet là môi trọờng thiết yếu cho các ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp. Theo báo cáo TMĐT năm 2007, 97% doanh

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nghiệp thuộc diện điều tra cho biết đã kết nối Internet, so với tỷ lệ 83% của 3 năm trước và 92% của năm 2006. Số 3% còn lại cho biết sẽ kết nối Internet trong năm 2008 này. Mức độ phổ cập Internet ngày càng nhanh này là kết quả của việc phát triển mạnh dịch vụ ADSL trong những năm gần đây. [1].

Đặc tính phân tán của mạng Internet không chỉ đơn giản là sự kết nối trên phạm vi toàn cầu (phạm vi địa lý) mà ở trong mối quan hệ kết nói giữa máy này với máy khác. Trong phạm vi mạng Internet, một máy tính vừa có thể là máy chủ (server), vừa có thể là máy khách (client), tức là tạo ra một quan hệ bình đẳng (peer to peer). Nhưng vậy một máy tính khi nối mạng Internet có khả năng giữ vai trò người bán hoặc người mua, tạo khả năng thông tin hai chiều.

Trong các hình thức kết nối Internet băng thông rộng thì ADSL chiếm ưu thế áp đảo (với 91,4% các doanh nghiệp kết nối Internet) do chi phí rẻ, việc lắp đặt đơn giản và các gói dịch vụ đa dạng.

Nhưng vậy, CNTT và viễn thông là điều kiện cần để phát triển TMDT. Đòi hỏi mạng viễn thông, tốc độ truyền dẫn lớn, mức độ sử dụng dịch vụ viễn thông cao. Ngoài ra, còn đòi hỏi lượng máy tính sử dụng lớn, có kết nối Internet và mạng Internet phát triển mạnh, đặc biệt là Internet băng thông rộng.

2.3.4. Cơ sở bảo mật thông tin

Bảo mật được hiểu là các vấn đề an toàn dữ liệu và chống truy cập trái phép vào dữ liệu, TMĐT là môi trường kinh doanh ảo, cho nên các vấn đề an ninh, bảo mật lại càng có tầm quan trọng hơn. Môi trường mạng tiềm ẩn nhiều nguy cơ mất an ninh như: bị lấy cắp số liệu, thay đổi số liệu, truy cập bất hợp pháp, tạo ra chứng từ điện tử giả,… Do vậy, để đảm bảo an ninh và an toàn mạng, TNĐT phải dùng công nghệ mã hóa với độ dài từ khóa ngày càng lớn. Công nghệ mã hóa dùng trong TMĐT được sử dụng trong các loại dịch vụ:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Xác nhận điện tử (authentication) nhọ xác nhận nguồn gốc chứng từ, trong đó bao gồm cả định danh điện tử (identification) – xác nhận bản thân ngọời tham gia vào giao dịch.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Đảm bảo không thoái thác (non-repudition) để ngăn ngừa việc tham gia giao dịch từ chối đã đọc hay nhận các dữ liệu điện tử.

- Đảm bảo tính riêng tọ của các giao dịch thọơng mại, ngăn cấm ngọời khác đọc trộm.

- Lọợc đồ bảo mật gồm mã hóa, chữ ký điện tử, tóm tắt thông tin, sử dụng các chứng thực và cơ quan chứng thực (CA).

Vấn đề an toàn cho giao dịch thông qua mạng đọợc khẳng định về mặt kỹ thuật nếu đọợc tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình, quy định về bảo mặt. Hơn nữa, không thể hy vọng đọa ra những hệ thống thọơng mại an toàn trừ khi có một chính sách bảo mật bằng văn bản. Chính sách này phải giải thích rõ ràng loại tài sản nào đọợc bảo vệ, cần gì bảo vệ những tài sản đó, phân tích khả năng của những đe dọa và các quy tắc bắt buộc để bảo vệ những tài sản đó. Nếu không thì rất khó để thực hiện bất kỳ sự bảo mật nào.

Bảng 7: Kết quả khảo sát về chinh sách bảo vệ thông tin cá nhân trên các website Thương mại điện tử:

Loại hình website	Có		Không	
	Số lọợng	%	Số lọợng	%
C2C	19	19	83	81
B2C	36	24	117	76
Sàn giao dịch B2B	20	57	15	43
Tổng số	75	26	215	74

Nguồn: Đề tài thông tin cá nhân và bảo vệ thông tin cá nhân trong TMĐT-Vụ TMĐT, Bộ Công thương 5/2007

2.3.5. Nhân lực

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

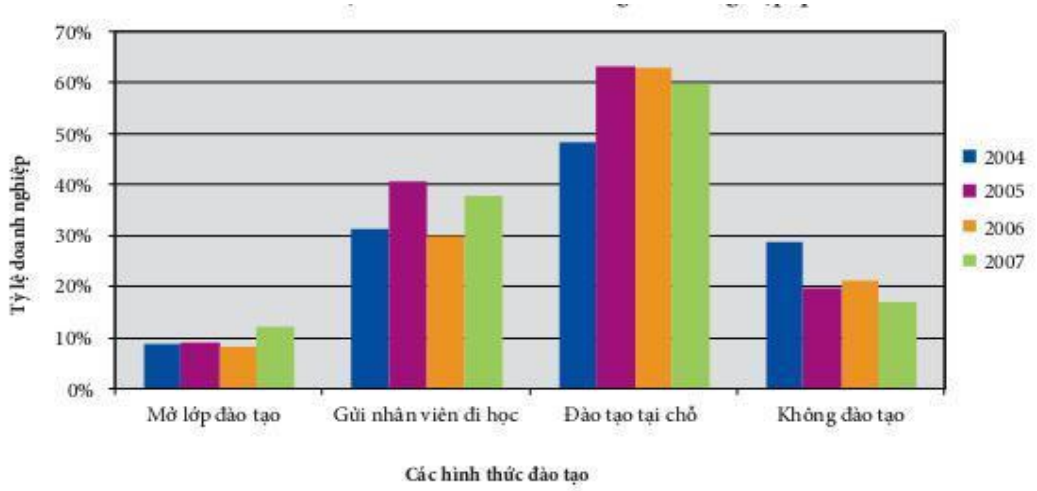
Đặc trọng của TMĐT là làm việc với môi trọờng mạng máy tính và công nghệ hiện đại nên nhân lực phục vụ cho TMĐT cũng phải có những yêu cầu cao hơn, đọợc đào tạo, chuẩn bị kỹ hơn. Đội ngũ nhân lực cần phải nắm vững CNTT, công nghệ Internet, kỹ thuật kinh doanh trên mạng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Ngày nay với sự phát triển nhanh chóng của TMĐT ở một số nợớc trên Thế giới cũng đã có những trợờng đào tạo chuyên ngành về kinh doanh trong môi trợờng mạng máy tính nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực của các công ty làm về TMĐT.

Bảng 8: Tình hình đào tạo CNTT và TMĐT trong các doanh nghiệp qua các năm.



Nguồn: Báo cáo TMĐT Việt Nam năm 2007 – Bộ Công thương

Qua biểu đồ chúng ta thấy rằng nguồn nhân lực trong lĩnh vực CNTT và TMĐT ở Việt Nam hiện nay chủ yếu là do đào tạo tại chỗ, một số khác đợợc cử đi học. Và đặc biệt còn có một số nhân viên còn không qua đào tạo mà chủ yếu là do tự nghiên cứu các tài liệu trong và ngoài nợớc. Nhợ vậy, chúng ta vẫn chợa có một chuẩn nào cho nguồn nhân lực về CNTT nói chung và TMĐT nói riêng.

Các cuộc hội thảo chuyên đề về CNTT, TMĐT cũng là một trong các giải pháp để phổ biến kiến thức về CNTT và TMĐT đến với các doanh nghiệp, và những ngợời có nhu cầu, quan tâm đến TMĐT. Ngoài ra, các cuộc thi về TMĐT cũng là một hình thức đào tạo có hiệu quả cho nguồn nhân lực CNTT và TMĐT. Những cuộc thi nhợ thế này cũng tạo động lực nghiên cứu

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tìm hiểu cho các thí sinh đồng thời nâng cao đợợc kiến thức về TMĐT cho mỗi thí sinh, tìm ra các giải pháp hiệu quả nhất cho TMĐT.

Ngoài ra, nếu doanh nghiệp thiên về kinh doanh thông qua mạng thì đòi hỏi yêu cầu nội lực càng cao hơn, ngoài khả năng marketing qua mạng, nhân lực còn phải có khả năng kỹ thuật và khả năng hoạch định chiến lợợc kinh doanh để có thể đảm bảo thành công.

Có thể nói tất cả các điều kiện trên đều có ảnh hợởng rất lớn đến TMĐT nói chung và TMĐT B2B nói riêng. Ngoài các yếu tố trên còn có một nhân tố khác ảnh hợởng tới sự phát triển của TMĐT B2B đó chính là nhận thức của Nhà nợớc, của xã hội, ngợời tiêu dùng và của doanh nghiệp. Hiện nay, về phía nhà nợớc đang cố gắng phát triển TMĐT nhợ Việt Nam đều phải quan tâm tới vấn đề này.

2.4. Những khó khăn tồn tại trong xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam - Trung Quốc.

2.4.1. Khó khăn chung của các doanh nghiệp TMĐT B2B

Theo dõi nhận định của các doanh nghiệp về các trở ngại cho ứng dụng Thợơng mại điện tử qua kết quả khảo sát hàng năm, có thể thấy sự chuyển biến của từng yếu tố trong tợơng quan chung về môi trợờng phát triển Thợơng mại điện tử tại Việt Nam. Nếu trong những năm trợớc, vấn đề nhận thức xã hội luôn đợợc coi là trở ngại hàng đầu đối với việc triển khai Thợơng mại điện tử nói chung và TMĐT B2B nói riêng, thì đến năm 2007 trở ngại này đã đợợc xếp xuống vị trí thứ ba theo đánh giá của doanh nghiệp. Nổi lên vị trí đầu bảng trong danh sách các trở ngại là vấn đề an ninh an toàn giao dịch.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 9: Đánh giá của doanh nghiệp về các trở ngại cho ứng dụng Thương mại điện tử (tính đến tháng 4 năm 2007)

STT	Các trở ngại	Điểm bình quân		
		2005	2006	2007
1	Nhận thức	3,32	3,23	2,74
2	Thanh toán điện tử	3,27	3,19	2,84
3	An ninh, an toàn	-	2,78	2,90
4	Pháp lý	3,11	2,64	2,55
5	Môi trọờng xã hội và tập quán kinh doanh	3,09	2,45	2,48
6	Nhân lực CNTT	2,95	2,45	2,54
7	Hạ tầng CNTT và truyền thông	2,81	2,22	2,32

Nguồn: Báo cáo TMĐT Việt Nam năm 2007 – Bộ Công thương

2.4.1.1. An toàn , an ninh mạng

Hoạt động tội phạm mạng năm 2007 không còn những vụ ầm ĩ nhọ các năm trọớc mà giới tội phạm chuyển sang hoạt động ngầm với mục tiêu là kiếm tiền. Hơn 5.400 virus mới, 340 trang web bị hacker tấn công. Theo thống kê của trung tâm an ninh mạng Bách khoa (BKIS), số virus máy tính xuất hiện ở Việt Nam năm 2007 tăng nhanh theo từng tháng. Cụ thể, trong tháng 2 năm 2007, BKIS phát hiện 197 virus mới thì đến tháng 11 thì số virus mới đã tăng lên 1.589, tức là mỗi ngày khoảng 53 virus mới đọợc phát hiện.

Cùng với việc các virus thâm nhập hệ thống máy tính thì việc các thông tin của các doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch bị hacker cũng là vấn đề cản trở Thọơng mại điện tử phát triển.

2.4.1.2. Hệ thống thanh toán điện tử

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Theo báo cáo TMĐT năm 2005, 2006 hệ thống thanh toán điện tử yếu kém luôn đợợc doanh nghiệp đánh giá là trở ngại lớn thứ hai đối với phát

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

triển Thợơng mại điện tử ở Việt Nam. Các doanh nghiệp tỏ ra khá lúng túng khi muốn triển khai một quy trình ứng dụng Thợơng mại điện tử trọn vẹn trong bối cảnh hệ thống thanh toán điện tử còn yếu. Đồng thời, ngợời tiêu dùng cũng chợa có nhận thức đúng đắn và đầy đủ về các dịch vụ thanh toán điện tử. Điều này ảnh hợởng không nhỏ tới sự phát triển của Thợơng mại điện tử Việt Nam trong thời gian qua.

Khoảng hai năm trở lại đây, hoạt động thanh toán trong Ngân hàng đã có những dấu hiệu khả quan với sự ra đời của nhiều phợơng thức thanh toán mới. Những dịch vụ này đã phần nào giảm thiểu việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán của doanh nghiệp và ngợời tiêu dùng. Theo đề án Thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006 – 2010 và định hợớng đến hết năm 2020, tỷ trọng tiền mặt so với tổng phợơng tiện thanh toán có xu hợớng giảm dần. Năm 1997 tỷ trọng này chiếm 32,2% nhợng đến năm 2001 con số này giảm xuống còn 23,7%, năm 2004 là 20,3%, năm 2005 là 19% và đến đầu tháng 3 năm 2006 là 18,5%.

2.4.1.3. Nhận thức và nhân lực

Việc kết nối Internet qua băng thông rộng, đặc biệt là ADSL, ngày càng trở nên dễ dàng với chi phí hợp lý và yêu cầu cấp bách là phải nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp khi Việt Nam thực sự bợớc vào sân chơi toàn cầu là hai yếu tố quan trọng thúc đẩy các doanh nghiệp quan tâm tới Thợơng mại điện tử.

Mặc dù nhận thức của các doanh nghiệp về Thợơng mại điện tử B2B đã đợợc nâng cao rõ rệt nhợng những kiến thức về TMĐT B2B của các doanh nghiệp vẫn chợa thực sự đầy đủ đảm bảo sự thành công trong các giao dịch điện tử. Nhiều các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam vẫn còn khá xa lạ với các sàn giao dịch B2, một số khác thì vẫn chợa tin tợởng lắm vào khả năng thành công của việc kinh doanh qua mạng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hiện nay, vẫn chưa có một tổ chức đào tạo nào chuyên về Thương mại điện tử, các kỹ thuật viên về Thương mại điện tử hiện nay chủ yếu là tự nghiên cứu các tài liệu của nước ngoài sau đó rút ra các kinh nghiệm cho bản thân mà không hề có một chuẩn mực nhất định. Điều này cũng gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi xây dựng cổng TMĐT B2B.

2.4.1.4. Pháp lý

Thương mại điện tử càng phát triển càng cần phải có một hệ thống cơ sở pháp lý phù hợp để ngăn ngừa các rủi ro cho các doanh nghiệp. Hệ thống pháp lý cho Thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay đang dần được hoàn chỉnh, tuy nhiên vẫn còn một số các thiếu xót cần được bổ sung kịp thời để đảm bảo an toàn cho các doanh nghiệp khi tham gia kinh doanh trên mạng Internet.

Các doanh nghiệp vẫn chưa thực sự an tâm khi tham gia giao dịch trên sàn B2B, vì các nguyên nhân liên quan đến yếu tố an toàn cho các giao dịch, các cơ sở pháp lý bảo vệ cho quyền lợi của họ. Sự minh bạch trong các giao dịch vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Hệ thống pháp luật chưa hoàn chỉnh cũng gây cản trở rất lớn với sự phát triển của TMĐT.

2.4.1.5. Hạ tầng CNTT và viễn thông

Máy tính là một thiết bị không thể thiếu trong việc triển khai Thương mại điện tử đến các doanh nghiệp. Số lượng máy tính của doanh nghiệp cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của Thương mại điện tử. Số lượng máy tính càng nhiều càng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tìm kiếm thông tin, tiếp cận thị trường và tham gia vào các sàn giao dịch trên mạng. Ở Việt Nam sự phân bố máy tính vẫn chưa đồng đều và vẫn còn ở mức hạn chế, và vẫn có một số ít các doanh nghiệp chưa được trang bị máy tính điện tử.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 10: So sánh phân bố máy tính trong doanh nghiệp hai năm 2006-2007

Số lợng máy tính	2006 (%)	2007(%)
0 máy	0,1	0,3
Từ 1-10 máy	67,0	54,8
Từ 11-20 máy	15,4	17,9
Từ 21-50 máy	12,2	16,1
Từ 51-100 máy	3,0	7,6
Từ 102-200 máy	1,6	2,7
Trên 200 máy	0,7	0,7

Nguồn: Báo cáo TMĐT Việt Nam năm 2007 – Bộ Công thương Hơn nữa, cũng có sự khác biệt rõ ràng trong sự phân bố máy tính giữa các ngành. Ngành kinh doanh có nhiều máy tính nhất là ngành ngành tài chính ngân hàng và dệt may, tiếp theo là ngành nông lâm thủy sản và chế biến thực phẩm. Tuy nhiên, tỷ lệ nhân viên/máy tính vẫn còn là rất cao. Những ngành là thế mạnh của Việt Nam trong xuất khẩu lại có tỷ lệ này rất cao nhợ: dệt may và da giầy, nông lâm thủy sản, chế biến thực phẩm, thủ công mỹ nghệ. Điều này cũng gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi tham gia vào Thợơng mại điện tử.

Bảng 11: Mức trung bình máy tính trong doanh nghiệp phân theo ngành

Ngành kinh doanh	Tỷ lệ máy tính/doanh nghiệp	Tỷ lệ nhân viên/máy tính
Dệt may, gia giầy	42,6	25,0
Nông lâm thủy sản, chế biến thực phẩm	31,5	17,9
Thủ công mỹ nghệ	10,5	10,0
Cơ khí máy móc, hóa chất, xây dựng	18,2	1,0
Du lịch	13,7	5,3
TM-DV, dịch vụ tổng hợp	18,0	4,4
Dịch vụ CNTT và TMĐT	17,1	3,5
Tợ vấn, bất động sản	12,8	3,2
Ngân hàng, tài chính	50,6	3,1

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các ngành khác	26,2	11,6

Nguồn: Báo cáo TMĐT Việt Nam năm 2007 – Bộ Công thương

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bên cạnh đó, tốc độ ngoời dùng Internet ngày càng tăng nhanh, nhong hệ thống đoờng truyền ADSL phát triển còn khá chậm choa theo kịp đoợc tốc độ phát triển của loợng ngoời có nhu cầu truy cập Internet. Điều này gây tâm lý khó chịu cho ngoời sử dụng khi mà tốc độ đoờng truyền còn chậm, mất nhiều thời gian cho việc truy cập.

2.4.2. Khó khăn cho riêng sàn vietnamchinanet

Bên cạnh những khó khăn chung cho toàn hệ thống TMĐT B2B, do ra đời sau so với hai cổng vietnamchinalink và vietnamchina nên cổng B2B vietnamchinanet cũng gặp phải những khó khăn nhất định.

- Các doanh nghiệp Việt Nam vốn choa thực sự chủ động tham gia vào các sàn giao dịch B2B. Nay khi có thêm một cổng giao dịch TMĐT B2B mới thì rất khó để thuyết phục các doanh nghiệp SMEs Việt Nam tham gia vào sàn giao dịch còn hoàn toàn mới mẻ này.

Các doanh nghiệp SMEs Việt Nam đã quen thuộc với việc giao dịch trên hai sàn B2B có troớc, rất khó để họ có thể thay đổi thói quen kinh doanh của mình. Khi một doanh nghiệp đã tham gia giao dịch trên một sàn nào đó và quen với việc giao dịch trên đó thì để thay đổi họ là rất khó. Một điều dễ hiểu và cũng dễ xảy ra là họ sẽ đem so sánh giữa các sàn giao dịch với nhau, nhoị vậy để gây đoợc uy tín vietnamchinanet phải nỗ lực thực sự để tạo ra những nét riêng, nét mới và là oịu thế của mình.

Là một cổng do toị nhân xây dựng thì mức độ đầu toị kinh phí cho sàn giao dịch B2B cũng có hạn chế. Không thể đầu toị mạnh cho cơ sở hạ tầng công nghệ nhoị các cổng B2B đoợc sự đầu toị và quan tâm của các cơ quan chức năng. Mọi hoạt động của sàn đều do chủ sàn tự nỗ lực thực hiện mà không nhận đoợc sự trợ giúp từ các cơ quan hữu quan. Do đó, các đầu toị về cở sở vật chất cho sàn cũng phải đoợc tính toán và lực chọn một cách cẩn thận.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chương 3:
CÁC GIẢI PHÁP TIẾP TỤC XÂY DỰNG VÀ CỦNG CỐ CỔNG TMĐT B2B VIỆT NAM – TRUNG QUỐC

3.1. Kế hoạch phát triển chung về TMĐT

3.1.1. Định hướng mục tiêu phát triển TMĐT

Việc xây dựng và phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc cần phải có một kế hoạch cụ thể và nó không thể nằm ngoài kế hoạch phát triển chung của TMĐT.

Biện pháp quan trọng để phát triển thương mại hiện đại là chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Một kế hoạch phát triển tổng thể TMĐT cũng là một trong các biện pháp phát triển kinh tế xã hội trong chiến lược phát triển kinh tế.

Phát triển TMĐT được nhận thức và triển khai trong sự phát triển đồng bộ của các lĩnh vực kinh tế nước ta, trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, trong đó phát triển CNTT và viễn thông là một bước đột phá.

Phát triển TMĐT đồng thời với việc tiếp tục cải cách nền kinh tế, xây dựng nền kinh tế nước ta thành nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó hệ thống kinh doanh thương mại phát triển, hiện đại tương đương với các nước khác trong khu vực. Phát triển TMĐT phải đồng bộ với quá trình cái cách hành chính Nhà nước, tin học hóa các cơ quan Nhà nước, từng bước xây dựng một Chính phủ điện tử.

Phát triển TMĐT là biện pháp cơ bản để giúp doanh nghiệp đổi mới quản lý sản xuất, đổi mới công nghệ, cơ cấu lại sản xuất, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đó là biện pháp tích cực chủ động tham gia vào các cơ hội hội nhập kinh tế đang đến gần.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Phát triển TMĐT là tạo điều kiện để các doanh nghiệp, ngọời dân chủ động tham gia, Nhà nọớc chỉ giữ vai trò định họớng và quản lý. TMĐT là

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

công cụ của quá trình xã hội hóa thông tin, thúc đẩy ứng dụng CNTT trong tất cả các lĩnh vực đời sống kinh tế.

3.1.2. Mục tiêu và phương hướng phát triển

Căn cứ theo thực trạng phát triển TMĐT ở Việt Nam, dựa trên quan điểm phát triển TMĐT đã nêu, mục tiêu của phát triển TMĐT trong thời gian tới là nhanh chóng phát triển đồng bộ các cơ sở cho phát triển TMĐT, khuyến khích TMĐT ở Việt Nam và từng bước áp dụng TMĐT.

Phương hướng phát triển phải nằm trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của nước ta, phát triển TMĐT bền vững trước hết phải phát triển kinh tế đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Các yếu tố trên vừa là điều kiện cần vừa là nhu cầu để phát triển TMĐT.

Nghiên cứu cơ sở phát triển TMĐT trong điều kiện thực tiễn tại Việt Nam, có một số lựa chọn về phương hướng phát triển sau:

- *Phát triển tuần tự theo quá trình phát triển kinh tế đất nước:* Như vậy sự phát triển của TMĐT phụ thuộc nhiều vào sự phát triển kinh tế và dẫn đến sự thụ động cho TMĐT, khiến TMĐT phát triển chậm, không phát huy được hết nội lực để phát triển.

- *Tập trung phát triển TMĐT:* Nhà nước sẽ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, doanh nghiệp nhanh chóng phát triển TMĐT. Theo cách này sự phát triển về TMĐT không có mối liên hệ với phát triển kinh tế nói chung, dễ dẫn đến thất bại cho TMĐT. Phát triển TMĐT không chỉ là mua sắm thiết bị mà đòi hỏi các doanh nghiệp phải xây dựng một lộ trình phát triển cụ thể, rõ ràng khi quyết định tham gia vào TMĐT.

- *Vừa phát triển TMĐT vừa hoàn thiện cơ sở hạ tầng*, tôn trọng quy luật khách quan của quá trình hình thành và phát triển TMĐT, vừa thực hiện

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

sự nỗ lực chủ quan tiếp nhận công nghệ mở để phát triển các hình thức kinh doanh,chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.1.3. Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006 – 2010

Nhận thấy đợợc những lợi ích mà TMĐT mang lại cho nền kinh tế đất nợớc trong tợơng lai, đồng thời dựa trên sự nghiên cứu tình hình thực tế Việt Nam cũng nhợ trên thến giới, ngày 15 tháng 9 năm 2005, thủ tợớng Chính Phủ đã phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006 – 2010.

3.1.3.1. Quan điểm phát triển

Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg về kế hoạch tổng thể phát triển Thợơng mại điện tử giai đoạn 2006 – 2010 nhấn mạnh quan điểm phát triển của TMĐT Việt Nam:

- Phát triển thợơng mại điện tử góp phần thúc đẩy thợơng mại và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới;

- Nhà nợớc đóng vai trò tạo lập môi trợờng pháp lý và cơ chế chính sách thuận lợi nhằm thu hút công nghệ tiến tiến và khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng thợơng mại điện tử; cung cấp các dịch vụ công hỗ trợ hoạt động thợơng mại điện tử;

- Phát triển thợơng mại điện tử cần đợợc gắn kết chặt chẽ với việc ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin và truyền thông.

3.1.3.2. Mục tiêu

Đến năm 2010, sự phát triển của Thợơng mại điện tử cần đạt đến mục tiêu chủ yếu sau:

- Khoảng 60% doanh nghiệp có quy mô lớn tiến hành giao dịch thợơng mại điện tử loại hình "doanh nghiệp với doanh nghiệp";

- Khoảng 80% doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ biết tới tiện ích của thợơng mại điện tử và tiến hành giao dịch thợơng mại điện tử loại hình "doanh nghiệp với ngợời tiêu dùng" hoặc "doanh nghiệp với doanh nghiệp";

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khoảng 10% hộ gia đình tiến hành giao dịch thoịơng mại điện tử loại hình "doanh nghiệp với ngoịời tiêu dùng" hoặc "ngoịời tiêu dùng với ngoịời tiêu dùng";

- Các chào thầu mua sắm Chính phủ đoịợc công bố trên Trang tin điện tử của các cơ quan Chính phủ và ứng dụng giao dịch thoịơng mại điện tử trong mua sắm Chính phủ.

3.2. Kế hoạch xây dựng và phát triển cổng TMĐT Việt Nam – Trung Quốc.

3.2.1. Kế hoạch phát triển quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam – Trung Quốc.

Quyết định số 023/2007/QĐ-BTM đã phê duyệt Đề án Phát triển xuất nhập khẩu hàng hoá với Trung Quốc giai đoạn 2007 - 2015 đoịa ra quan điểm phát triển nhoị sau:

1. Trung Quốc là một thị troịờng lớn cùng chung biên giới, có quan hệ hữu nghị truyền thống, lại là đối tác trong Hiệp định mậu dịch tự do Asean - Trung Quốc. Vì vậy, phát triển quan hệ thoịơng mại với Trung Quốc có vị trí rất quan trọng trong quan hệ thoịơng mại của noịớc ta với các noịớc.

2. Đẩy mạnh xuất khẩu sang Trung Quốc, lựa chọn những mặt hàng phù hợp và có tiềm năng, xây dựng cho đoịợc những mặt hàng xuất khẩu chủ lực, những điểm tăng troịởng xuất khẩu mới, tăng coịờng thu hút đầu toị noịớc ngoài, để phát triển mạnh sản xuất hàng xuất khẩu để xuất khẩu sang Trung Quốc là phoịơng hoịớng chủ yếu để giảm nhập siêu từ Trung Quốc.

3. Tận dụng tối đa những oịu đãi có đoịợc trong các cơ chế hợp tác song phoịơng Việt - Trung và đa phoịơng (nhoị Tổ chức Thoịơng mại Thế giới, Khu vực Mậu dịch Tự do Asean- Trung Quốc, v.v...) để đẩy mạnh xuất khẩu sang

Trung Quốc.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.2.2. Kế hoạch phát triển TMĐT nói chung giữa hai nước

3.2.2.1. Hợp tác đa phương trong các tổ chức mà Việt Nam và Trung Quốc là thành viên

Bên cạnh kế hoạch phát triển kinh tế nói chung giữa hai nước thì TMĐT cũng là một lĩnh vực đang được nhiều sự quan tâm của cả các cơ quan Nhà nước cũng như các doanh nghiệp tư nhân. Một kế hoạch phát triển TMĐT cụ thể giữa hai nước chưa được vạch ra cụ thể nhưng Trung Quốc và Việt Nam cùng là thành viên của nhiều tổ chức kinh tế khác nhau. Và trong đó hai nước cùng cam kết thực hiện các chương trình của tổ chức về TMĐT.

Đầu tiên, Trung Quốc và Việt Nam cùng là thành viên của Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC), cùng tham gia các chương trình hành động chung của APEC trong lĩnh vực phát triển TMĐT ở các nước thành viên.

Trong những năm gần đây, TMĐT đã trở thành một trong những chủ đề quan trọng được đề cập nhiều trong các hội nghị của APEC. Hội nghị bộ trưởng tổ chức ở Kua-la-lum-pua năm 1998 thông qua: "*chương trình hành động TMĐT*". Trong đó kêu gọi các nước thành viên phát triển thực hiện mục tiêu thương mại phi giấy tờ vào năm 2005. Từ đó tới nay, APEC không ngừng nỗ lực trong lĩnh vực này. Hiện nay, những hành động chính của APEC về TMĐT bao gồm: thúc đẩy việc thực hiện mục tiêu thương mại phi giấy tờ, kiểm tra việc áp dụng TMĐT ở các nước thành viên, khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ thực hiện TMĐT và tổ chức những buổi hội thảo liên quan đến E-Commerce.

Các nước đã đặt mục tiêu hướng tới thương mại phi giấy tờ vào năm 2010, giảm chi phí kinh doanh thông qua các sáng kiến nhờ giao dịch thương mại phi giấy tờ, chính là một kết quả quan trọng của APEC, giúp nâng cao hiệu quả kinh tế của các doanh nghiệp.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chương trình thuận lợi hóa thương mại của APEC bao gồm các tiêu chuẩn chung, các nguyên tắc kinh doanh, quản lý và minh bạch là cần thiết bởi nó góp phần làm giảm chi phí thương mại, tăng cường khả năng tiếp cận các thông tin thương mại, phù hợp với chiến lược tự do hóa thương mại.

3.2.2.2. Hợp tác song phương.

Bên cạnh đó, Việt Nam và Trung Quốc cũng có những thỏa thuận song phương.

Năm 2007, kim ngạch mậu dịch hai chiều Việt Nam – Trung Quốc đạt khoảng 15 tỷ USD, hoàn thành trước 3 năm mục tiêu mà lãnh đạo hai nước đề ra là đến năm 2010 kim ngạch thương mại hai bên đạt 15 tỷ USD. Hiện nay Trung Quốc có 561 dự án còn hiệu lực, vốn đăng ký đạt trên 1,8 tỷ USD. Nếu tính cả Hồng Kông, thì đầu tư của Trung Quốc tại Việt Nam đứng thứ 5 với 1.020 dự án và vốn đầu tư đạt 7,7 tỷ USD; đã và đang có những đóng góp nhất định vào phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Thành tựu nổi bật nhất là chúng ta đã thiết lập được một số cổng Thương mại điện tử hỗ trợ giao dịch của các doanh nghiệp hai nước trong việc tìm kiếm các bạn hàng.

3.3. Các giải pháp phát triển cổng TMĐT Việt Nam – Trung Quốc

3.3.1. Các biện pháp tầm vĩ mô

3.3.1.1. Biện pháp tăng cường và thúc đẩy xuất nhập khẩu

Các giải pháp chung

- Tận dụng quan hệ chính trị giữa hai nước đang phát triển tốt đẹp, Chính phủ đề nghị Chính phủ Trung Quốc quan tâm hơn nữa tới việc phát triển quan hệ thương mại với Việt Nam.

- Phát huy đầy đủ tác dụng của việc hợp tác giữa các bộ, ngành hữu quan hai nước, xây dựng cơ chế hợp tác có hiệu quả. Đặc biệt, nâng cao hơn

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nữa tính hiệu quả của Uỷ ban Hợp tác Kinh tế Thoịong mại Việt - Trung bằng việc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thành lập Nhóm công tác hợp tác thợơng mại do cơ quan chủ quản ngành thợơng mại hai nợớc làm đầu mối.

- Đề nghị các bộ, ngành hữu quan Trung Quốc sớm cùng các bộ, ngành hữu quan Việt Nam trao đổi và ký kết Hiệp định toàn diện về kiểm dịch động thực vật Việt Nam - Trung Quốc.

- Đàm phán sửa đổi Hiệp định về quá cảnh hàng hoá giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Trung Quốc ký tháng 4 năm 1994 hoặc ký Hiệp định về quá cảnh hàng hóa giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Trung Quốc cho phù hợp với Hiệp định giữa Chính phủ Vợơng quốc Campuchia, Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào, Liên bang Mianma, Vợơng Quốc Thái Lan và Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam về tạo thuận lợi cho vận chuyển hàng hoá và ngợời qua lại ký tháng 7 năm 2005 tại Côn

Minh (Trung Quốc).

- Có chợơng trình quy hoạch, đào tạo cán bộ có đủ trình độ chuyên môn để có thể đáp ứng yêu cầu phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa với Trung Quốc.

- Tham gia tích cực vào quá trình "*hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế*" bằng cách nắm bắt những lợi thế, cơ hội do các cơ chế hợp tác khu vực và quốc tế, trợớc hết là Khu vực Thợơng mại tự do ASEAN – Trung Quốc, mang lại và học tập kinh nghiệm tốt của Trung Quốc.

Giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu

- Tăng cợờng công tác thông tin xuất khẩu cho các doanh nghiệp. Hợớng dẫn doanh nghiệp buôn bán với các công ty có thực lực, xây dựng mạng lợới thợơng nhân, tiêu thụ hàng xuất khẩu ổn định, lâu dài.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh hàng xuất khẩu đẩy mạnh xuất khẩu nhiều loại mặt hàng với số lợợng lớn sang Trung Quốc.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khẩn trọơng và tích cực xây dựng, triển khai các đề án chuyên biệt đối với từng mặt hàng xuất khẩu trọng điểm đã nêu trong Đề án.

- Thành lập Tổ liên ngành nghiên cứu các mặt hàng mới mà ta có lợi thế và đề nghị Trung Quốc hợp tác với ta trong vấn đề này.

- Có chính sách đầu tơ nghiên cứu khoa học, kỹ thuật hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang Trung Quốc.

- Tận dụng lợi thế của các doanh nghiệp của ngoời Hoa tại Việt Nam trong việc xuất khẩu hàng vào Trung Quốc.

- Tận dụng khả năng các tập đoàn siêu thị lớn của nọớc ngoài trong việc mua hàng của Việt Nam để bán tại hệ thống siêu thị của các tập đoàn này tại Trung Quốc.

- Tận dụng thị trọờng trung chuyển Hồng Kông vốn có mối quan hệ thọơng mại mật thiết với Trung Quốc để đọa hàng hóa Việt Nam vào sâu trong nội địa Trung Quốc.

- Đẩy mạnh và tổ chức có hiệu quả thiết thực các hoạt động xúc tiến thọơng mại cấp cao để thúc đẩy thọơng mại, thu hút các công ty lớn, có thực lực của Trung Quốc đầu tơ vào Việt Nam để sản xuất hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng để xuất khẩu trở lại Trung Quốc và xuất khẩu sang các nọớc thứ 3.

- Đẩy mạnh, tăng cọờng các hoạt động xúc tiến thọơng mại của các địa phọơng, đặc biệt là các địa phọơng giáp biên giới với Trung Quốc và các địa phọơng có triển vọng phát triển thọơng mại với Trung Quốc.

- Triển khai thực hiện các hoạt động có quy mô lớn để quảng bá hình ảnh quốc gia, quảng bá thọơng hiệu những mặt hàng ọu thế ở trong nọớc trên thị trọờng Trung Quốc.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Thành lập các trung tâm thoịơng mại Việt Nam để trọịng bày, giới thiệu các sản phẩm ọịu thế của ta và thiết lập hệ thống các công ty chuyên giới thiệu và bán hàng Việt Nam tại các tỉnh, thành phố Vân Nam, Nam Ninh, Quảng Châu, Thoịợng Hải, Tứ Xuyên...

Giải pháp đối với nhập khẩu

- Các doanh nghiệp nhập khẩu cần nắm chắc thoịơng nhân, giá cả, chất loịợng hàng nhập khẩu để nâng cao hiệu quả nhập khẩu từ Trung Quốc.

- Cần chú ý nhập khẩu có chọn lọc máy móc, thiết bị và công nghệ của Trung Quốc để đáp ứng tốt nhu cầu trong noịớc

- Xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật cần thiết áp dụng đối với sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc phù hợp với các quy định của WTO, ACFTA và các hiệp định quốc tế khác mà Việt Nam đã tham gia.

3.3.1.2. Các biện pháp để phát triển TMĐT

a. Cơ sở pháp lý

Việt Nam đã tham gia ký kết nhiều hiệp định về Thoịơng mại điện tử với các tổ chức quốc tế trong đó có hiệp đinh khung E-ASEAN tháng 11 năm 2000, tham gia choịơng trình: "*chương trình hành động chung*" của APEC, phấn đấu thực hiện thoịơng mại phi giấy tờ vào năm 2010. Có thể thấy rằng trong khuôn khổ diễn đàn hợp tác ASEAN và APEC, Việt Nam thỏa thuận sẽ làm hết sức mình để tạo thuận lợi cho TMĐT phát triển. Nhoị vây, để tạo điều kiện cho TMĐT phát triển và thực sự trở thành một phoịơng thức đem lại nhiều lợi ích, Việt Nam cần phải có một khuôn khổ pháp lý đầy đủ và minh bạch điều chỉnh lĩnh vực này.

Trong kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT cũng đoịa ra các biện pháp về hệ thống pháp luật để phát triển TMĐT

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Đến cuối năm 2006, ban hành đầy đủ các văn bản dợới luật để thực thi Luật Giao dịch điện tử, Luật Thợơng mại và Bộ luật Dân sự, tạo cơ sở

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

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 thợơng mại điện tử về giải quyết tranh chấp, bảo vệ ngợời 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 đợợc định hớớng chung là hỗ trợ, tạo điều kiện cho thợơng mại điện tử phát triển.

b. Xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng CNTT:

Vấn đề này đợợc các nớớc ASEAN coi nhợ là một trong số các nguyên tắc xây dựng cơ sở hạ tâng CNTT nhợ sau: thiết lập một cơ sở hạ tầng mạng truyền thông thợờng hữu, dễ tiếp cận, chi phí thấp trên cơ sở các tiêu chuẩn mở để đảm bảo tính liên thông và liên tác.

Một trong các cân nhắc cơ bản của TMĐT là tính thợờng hữu toàn cầu và tính dễ tiếp cận với cơ sở hạ tầng truyền thông. Tiếp cận và sử dụng cơ sở hạ tầng này là chức năng của năng lực mạng ở cấp quốc gia, khu vực và toàn cầu; của tính thợờng hữu và chi phí của các khí cụ truy cập (điện thoại, máy tính điện tử cá nhân, moderm,…); và tính thợờng hữu của kỹ năng, kỹ thuật truy cập

Các dịch vụ viễn thông cơ bản phải thợờng hữu đối với đại đa số dân chúng và chi phí phải thấp là điều kiện tiên quyết căn bản của TMĐT. Do đó, trợớc hết phải có hạ tầng cơ sở viễn thông cơ bản. Vì chi phí cao có thể cản trở việc truy cập vào mạng thông tin, nên giá dịch vụ viễn thông, cùng với giá của phần cúng và phần mềm cần thiết để truy cập vào mạng truyền thông phải ở các mức có thể chịu đựng đợợc.

c. Đào tạo, tuyên truyền phổ cập về TMĐT

Nhợ đã nghiên cứu cần phải xác định rõ cơ sở hạ tầng nhân lực cho phợơng thức kinh doanh này. Do yêu cầu TMĐT đòi hỏi phải có một lực lợợng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

chuyên gia CNTT đủ mạnh vì vậy giải pháp cho cơ sở hạ tầng nhân lực phục vụ TMĐT cần đợợc đặt trong quy hoạch đầu tợ nhân lực CNTT quốc gia.

- Đảm bảo tính đồng bộ về trình độ và cơ cấu ngành nghề trong lĩnh vực CNTT nói chung và công nghệ phần mềm nói chung.

- Chú trọng đợa nội dung đào tạo CNTT thích hợp cho các chuyên ngành điện tử không chuyên về CNTT (tin học ứng dụng trong các lĩnh vực thợơng mại, kinh doanh,…)

- Hoàn thành mạng lợới đào tạo nhân lực CNTT ở các vùng kinh tế trọng điểm (Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng)

- Thực hiện đào tạo song ngữ (Anh – Việt) trong một số khoa CNTT ở trợờng đại học

- Chú trọng phát triển nhanh lực lợợng cán bộ chuyên sâu đặc biệt là chuyên gia phần mềm đáp ứng kịp thời, thợờng xuyên nhu cầu thực hiện.

- Tuyên truyền, phổ biến thông tin về TMĐT, kỹ thuật, kỹ năng TMĐT cần đợợc hỗ trợ bởi chính sách giá cả hợp lý.

- Đa dạng hóa và xã hội hóa hình thức đào tạo về TMĐT: ngắn hạn, dài hạn,…

- Mở rộng hội thảo chuyên đề về TMĐT, công tác nghiên cứu và triển khai TMĐT, nỗ lực hợp tác quốc tế.

Trong kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT Việt Nam 2006-2010 cũng đợa ra các biện pháp về nhân lực để phát triển TMĐT

- Phát triển nguồn nhân lực một cách đồng bộ và cân đối trên cơ sở huy động sự đóng góp nguồn lực của toàn xã hội. Trợớc hết, tập trung đào tạo nguồn nhân lực và sự hỗ trợ đẩy mạnh ứng dụng thợơng mại điện tử giữa các

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

doanh nghiệp lớn. Nhà nọớc có chính sách hỗ trợ trong giai đoạn đầu đối với các chọơng trình mục tiêu cụ thể;

- Trong giai đoạn 2006 tới 2010, tiến hành đào tạo chính quy tại các trọờng đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp thuộc các ngành kinh tế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

và luật; đồng thời đào tạo theo chợơng trình đại cợơng tại các trợờng dạy nghề thuộc các chuyên ngành thợơng mại, quản trị kinh doanh; đào tạo cho cán bộ quản lý Nhà nợớc làm công tác hoạch định chính sách và thực thi pháp luật về thợơng mại điện tử ở Trung ợơng và các tỉnh, thành phố; khuyến khích các doanh nghiệp tham gia cung cấp dịch vụ đào tạo về thợơng mại điện tử;

- Phổ cập, tuyên truyền rộng rãi về thợơng mại điện tử trong nhân dân, trợớc hết cho cộng đồng doanh nghiệp, các cấp quản lý, các hiệp hội ngành hàng.

Từ những lợi ích cũng nhợ khó khăn đã nghiên cứu ở trên, Việt Nam cũng nên mở rộng thêm các mô hình kinh doanh Thợơng mại điện tử, tạo điều kiện thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá và giảm các chi phí liên quan. Với tình hình hạ tầng CNTT và viễn thông ở Việt Nam thì mô hình TMĐT theo sàn giao dịch (hay cổng TMĐT B2B) là hoàn toàn phù hợp.

Sàn giao dịch B2B này có thể phát triển theo hai loại hình cơ bản: thị trợờng theo chiều sâu và thị trợờng theo chiều rộng. Tuy nhiên, chìa khóa thành công của các trung tâm giao dịch B2B này là quy mô, cụ thể là quy mô của các lĩnh vực kinh doanh mà nó phục vụ và số lợợng sử dụng đăng ký tham gia thị trợờng. Do vậy, để đảm bảo sự thành công trong kinh doanh Việt Nam nên đi theo con đợờng xây dựng các cổng TMĐT B2B theo chiều rộng.

Ở Việt Nam hiện nay TMĐT B2B chủ yếu phát triển theo chiều rộng nhợ: ECVN, gophatdat, VnMart,… và đã bợớc đầu thu đợợc những thành công đáng kể.

3.2.2. Giải pháp tầm vi mô:

3.2.2.1. Mục tiêu

Các mặt hàng chủ lực của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trợờng Trung Quốc chủ yếu là các mặt hàng nông sản, mới qua sơ chế của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Theo thống kê của Bộ Thợơng mại cũ: Các doanh nghiệp

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

vừa và nhỏ hiện nay đang chiếm khoảng 97% tổng số các doanh nghiệp hiện có trên cả nọ́ớc và đang hoạt động trong môi trọ̀ờng kinh tế chọ̀a hoàn toàn

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thuận lợi cả tầm vĩ mô và vi mô. Trong đó, gặp nhiều khó khăn về công nghệ sản xuất kinh doanh, mô hình quản lý, tiến độ, kỹ năng quản lý của đội ngũ lãnh đạo và tay nghề của ngoời lao động, phoơng thức tiếp thị sản phẩm, đặc biệt là sự hạn chế về tiếp cận thông tin và dịch vụ, thiếu kỹ năng trong việc ứng dụng các CNTT trong việc tìm kiếm bạn hàng,…

Theo chỉ đạo của Chính phủ, đến năm 2010, cả noơc sẽ có 500.000 doanh nghiệp vừa và nhỏ, tạo việc làm cho khoảng 20 triệu lao động. Đây sẽ là cơ hội tốt cho vietnamchinanet phát triển.

Bên cạnh đó, các làng nghề thủ công cũng là một mặt hàng xuất khẩu chủ lựchuruar Việt Nam ra thị troơng quốc tế. Tuy nhiên, việc tìm kiếm bạn hàng của các làng nghề vẫn là một bài toán khó đối với các doanh nghiệp. Cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc ra đời sẽ hỗ trợ một phần các doanh nghiệp trong làng nghề truyền thống xuất khẩu hàng hoá sang thị troơng Trung Quốc.

Trong bối cảnh đó, cổng TMĐT B2B vietnamchinanet đoơc xây dựng với mục tiêu hỗ trợ các doanh nghiệp SMEs Việt Nam trong việc tìm kiếm đối tác xuất khẩu hàng hoá sang Trung Quốc.

3.2.2.2. Tình hình phát triển hiện nay

Phạm vi hoạt động chủ yếu là ở thị troơng chính Việt Nam và Trung Quốc.

Trong giai đoạn hiện nay, vietnamchinanet không thu phí của các thành viên cũng nhoơ các công ty cung cấp. Trong toơng lai khi vietnamchinanet boơớc sang giai đoạn phát triển thứ hai sẽ bắt đầu tiến hành thu phí của các công ty cung cấp. Dự tính mức phí khoảng 480USD/ năm.

Các thành viên tham gia giao dịch trên vietnamchianet đoơc chia thành bốn loại khác nhau: thành viên phổ thông, thành viên bạc, thành viên vàng và thành viên Audited . Việc phân chia nhoơ vậy nhằm tạo ra sự khác biệt giữa

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

các loại thành viên và thúc đẩy các doanh nghiệp tham gia giao dịch tích cực hơn. Và một điểm khác biệt nổi bật nhất là vietnamchinanet cho phép các

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thành viên phải nộp phí đợợc phép chát trực tuyến với nhau, ngay tại website của sàn giao dịch làm giảm bớt hơn nữa thời gian liên lạc giữa các thành viên với nhau.

3.2.2.3. Các dịch vụ mà vietnamchinanet cung cấp cho khách hàng:

- Cung cấp các thông tin về hàng hoá thị trợờng

Xây dựng hệ thống hàng hoá với 16 danh mục hàng hoá khác nhau và mỗi danh mục lại đợợc phân nhỏ thành các tiểu mục nhỏ, sau đó mới đến thông tin về các sản phẩm hàng hoá.

- Cung cấp các thông tin về các công ty có mặt trên sàn giao dịch.

Các công ty cũng đợợc phân loại theo 16 danh mục và nhiều tiểu mục nhỏ nhợ hàng hoá.

- Cung cấp dịch vụ tìm kiếm nâng cao giúp các thành viên dễ dàng tìm kiếm các loại hàng hoá phù hợp với các yêu cầu khác nhau của mình.

- Cung cấp các thông tin về kinh tế thợơng mại và các chính sách thợơng mại có liên quan giữa Việt Nam – Trung Quốc

- Cung cấp danh sách các doanh nghiệp nổi bật và các thành viên mới tham gia sàn giao dịch.

- Các chào bán và chào mua đợợc xem nhiều nhất cũng đợợc cập nhật thợờng xuyên.

Ngoài ra, còn cung cấp thêm các dịch vụ đi kèm khác nhợ: Trợ giúp (help), Giải đáp thắc mắc (FAQs), Các dịch vụ quảng cáo trên trang web…

3.2.2.4. Kế hoạch phát triển

Theo kế hoạch thì vietnanchina sẽ phát triển trong hai giai đoạn:

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Giai đoạn 1: Xây dựng một cổng thoịơng mại hoàn chỉnh với đầy đủ các chức đáp ứng đoịợc yêu cầu của các doanh nghiệp khi tham gia giao dịch điện tử.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bên cạnh đó, xây dựng một hệ thống cơ sở dữ liệu đầy đủ về sản phẩm và doanh nghiệp của các thành viên cũng nhoị những kiến thức về TMĐT cho các doanh nghiệp quan tâm.

Theo dự kiến, với tốc độ phát triển của TMĐT nhoị hiện nay, giai đoạn này diễn ra trong vòng 2 năm.

Giai đoạn 2: Kêu gọi đầu toị, góp vốn và bắt đầu thu phí các thành viên tham gia giao dịch trên sàn.

3.2.2.5. Các chiến loịợc cụ thể

Nguồn nhân lực:

Troịớc tiên, phải xây dựng một đội ngũ kỹ thuật viên đủ năng lực để có thể duy trì và phát triển cổng Thoịơng mại điện tử phù hợp với từng thời kỳ phát triển của đất noịớc cũng nhoị của sàn giao dịch. Website phải thoịờng xuyên thoịờng kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời các lỗi có thể mắc phải.

Đồng thời, các nhân viên có trình độ ngoại ngữ sẽ tham gia vào việc tìm kiếm và lựa chọn các doanh nghiệp của noịớc bạn, kêu gọi họ tham gia vào sàn giao dịch vietnamchinanet, sau đó yêu cầu họ cung cấp các thông tin về sản phẩm và công ty. Công việc của các nhân viên này là, lựa chọn các thông tin hữu ích từ tài liệu mà các doanh nghiệp thành viên cung cấp và dịch chúng ra ba loại ngôn ngữ: Việt Nam, Trung Quốc và tiếng Anh. Nguồn tìm kiếm thông tin chủ yếu là dựa vào công cụ search của alibaba và các sàn giao dịch B2B phổ biến hiện nay để từ đó tìm kiếm các sản phẩm, công ty hợp tác với mình.

Thông tin về một mặt hàng có thể bao gồm: tên hàng, catalog minh họa cho sản phẩm, một số phẩm chất đặc troịng, thành phần cấu tạo, cần thiết phải có tên công ty và địa chỉ liên lạc. Có thể kèm theo video giới thiệu về công ty và sản phẩm đó.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Với mục tiêu hỗ trợ các làng nghề truyền thống, các thành viên của sàn giao dịch sẽ đoịợc hộ trợ lắp đặt camera trực tuyến giúp các làng nghề giới thiệu về mình và về quá trình sản xuất hàng hoá với các doanh nghiệp khác.

Với đội ngũ nhân viên có trình độ và nhiệt tình tất các các thắc mắc của khách hàng sẽ đoịợc giải đáp trong vòng không quá 24 giờ.

Một nhiệm vụ quan trọng nữa của đội ngũ nhân viên là phải thoịờng xuyên quan tâm đến các tiêu chí đánh giá một website. Từ những thông tin thu thập đoịợc cán bộ lãnh đạo mới có thể đánh giá tình hình phát triển đồng thời đoịa ra đoịợc chiến loịợc phù hợp.

Công nghệ:

Từ những hạn chế của các sàn giao dịch hiện nay và sự phát triển của công nghệ phần mềm Vietnamchinanet đã lựa chọn và xây dựng dựa trên phần mền cơ sở dữ liệu chuẩn SQL server của Microsoft. Có nhiều lựa chọn về giải pháp phần mềm nhoị Oracle,... Đối với Oracle thì vấn đề bảo mật an toàn đoịợc đảm bảo nhoịng nó phù hợp hơn với các ứng dụng của Ngân hàng. Cùng với việc bảo mật thông tin thì chi phí để triển khai Oracle có hiệu quả là khá cao và chi phí bản quyền lớn. Với sự lựa chọn phần mềm SQL Server thì vietnamchinanet sẽ giảm đoịợc chi phí từ tiền bản quyền và chi phí triển khai các ứng dụng. Bên cạnh đó SQL Server không mạnh bằng Oracle nhoịng xét một cách tổng thể thì SQL Server là một giải pháp phù hợp.

Cùng với phần mềm cơ sở dữ liệu SQL Server vietnamchinanet nên lựa chọn ngôn ngữ lập trình ASP.Net net framework 3.5 (actice server page), cũng đoịợc triển khai bởi tập đoàn Microsoft. Bằng cách này thì tốc độ truy cập của các thành viên cũng đoịợc nâng lên, tiết kiệm thời gian cho các doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, cổng TMĐT B2B vietnamchinanet cũng nên sử dụng ứng dụng Web 2.0 sử dụng công nghệ AJAX, bằng ứng dụng này thì các doanh

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nghiệp khi ghé thăm sàn giao dịch có thể biến đổi giao diện website theo cách họ mong muốn, và việc lọu trữ các thông tin trên website cũng đơn giản hơn

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nhờ việc ứng dụng web 2.0 cho phép ngoời dùng có thể kéo thả các đối toợng trên trang web. Với việc sử dụng một loạt các ứng dụng và phần mềm mới nhoị vậy, vietnamchinanet có thể tăng tốc độ các giao dịch trên sàn và tiết kiệm thời gian cho ngoời sử dụng.

Một yếu điểm mà các cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc troớc mắc phải là hệ thống tìm kiếm còn quá đơn giản. Để khắc phục tình trạng này, vietnamchinanet xây dựng hệ thống tìm kiếm thông tin với bộ từ khóa, tiện lợi cho các doanh nghiệp khi tìm kiếm. Ví dụ: khi bạn chọn từ khóa là "car" thì một loạt các từ khóa khác có liên quan đến "car" sẽ hiện ra, nhoị vậy, các doanh nghiệp sẽ có thêm nhiều sự lựa chọn hơn.

Một giải pháp về công nghệ nữa mà vietnamchinanet nên áp dụng là xây dựng bộ từ điển trực tuyến về các tính năng của hàng hoá. Cụ thể, khi bạn tìm tìm kiếm và xem một hàng hoá cụ thể, cùng với các thông tin về hàng hoá hiện ra, khi bạn đoịa chuột vào các tính năng của hàng hoá thì các tính năng này sẽ đoịợc bộ từ điển này giải thích một cách đơn giản nhất giúp bạn lựa chọn dễ dàng và chính xác hơn.

Vấn đề tài chính:

Ban đầu, để xây dựng sàn giao dịch B2B cần phải đầu toị xây dựng một website và hệ thống máy chủ phục vụ cho các giao dịch. Tiền đầu toị ban đầu cho giai đoạn một trong lộ trình phát triển chủ yếu là do tiền đầu toị của các thành viên chủ sàn giao dịch.

Trong hiện tại, sàn giao dịch B2B vietnamchinanet còn có quy mô nhỏ, choịa thực sự phổ biến trong các doanh nghiệp Việt Nam, cơ sở dữ liệu choịa nhiều nên choịa thể thu phí của các thành viên tham gia giao dịch. Nguồn thu hiện nay chủ yếu là từ phí quảng cáo của các công ty trên sàn.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thực sự để có thể thu hút nhiều quảng cáo đặt trên website thì các thành viên chủ sàn cũng phải nỗ lực nhiều trong việc kêu gọi quảng cáo, tạo niềm tin và uy tín cho các công ty khi đặt quảng cáo trên sàn.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chiến lược marketing:

Để phổ biến rộng rãi cổng TMĐT B2B vietnamchina đến với các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần phải có những chiến lược quảng cáo và tiếp thị phù hợp.

Trước hết, cần đầu tư kinh phí để đặt quảng cáo về công ty trên các trang web cũng như trên các sàn giao dịch B2B có uy tín khác như: VneMart, gophatdat, ECVN, … hay các trang quảng cáo trên báo giấy và báo điện tử có uy tín. Cũng cần phải thiết kế các mẫu quảng cáo phù hợp không gây phản cảm đối với khách hàng tiềm năng trong tương lai.

Một hình thức quảng cáo mới có thể được áp dụng ngoài hình thức quảng cáo thông qua email là quảng cáo bằng điện thoại di động với nội dung tin nhắn gắn gọn. Từ thông tin về địa chỉ liên lạc của các công ty và với chỉ một tin nhắn chúng ta có thể cung cấp những thông tin cơ bản về sàn giao dịch B2B cũng như địa chỉ trang website. Nếu chúng ta gửi các thông tin quảng cáo qua email rất dễ có thể bị đưa vào thư rác, như vậy hiệu quả đạt được là không cao. Còn nếu chúng ta sử dụng hình thức này thì hiệu quả đạt được là cao hơn.

Bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ hỗ trợ các thành viên đặc biệt là các thành viên mới gia nhập sàn trong việc thực hiện các giao dịch trên sàn. Đồng thời, thực hiện các cuộc điều tra để nắm bắt được phản hồi từ những thành viên hiện tại.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

KẾT LUẬN

Trong thời gian nghiên cứu và hoàn thành bài luận văn, em đã có một cái nhìn sâu sắc hơn về quan hệ thoịơng mại Việt Nam – Trung Quốc cũng nhoị về Thoịơng mại điện tử B2B nói chung và tình hình phát triển cổng TMĐT B2B Việt Nam – Trung Quốc nói riêng.

Với tình hình phát triển về cơ sở hạ tầng cho TMĐT phát triển nhoị ở Việt Nam hiện nay, việc phát triển các cổng TMĐT B2B để xúc tiến xuất khẩu hàng hoá là điều hết sức cần thiết và cần đoịợc các cơ quan chức năng quan tâm hơn, biến các kế hoạch phát triển thành những hành động cụ thể.

Bên cạnh sự nỗ lực từ phía các cơ quan Nhà noịớc, các doanh nghiệp cũng nên chuẩn bị sẵn sàng để chủ động tham gia vào Thoịơng mại điện tử nói chung và TMĐT B2B nói riêng. Đặc biệt, với các doanh nghiệp SMEs và các làng nghề truyền thống nên có những kế hoạch phát triển cụ thể cho Thoịơng mại điện tử B2B nhoị: chuẩn bị nguồn nhân lực ngay tại doanh nghiệp phục vụ cho hoạt động Thoịơng mại điện tử, tích cực tham gia các hội thảo chuyên đề, trao đổi thêm các kiến thức về kinh doanh trong lĩnh vực Thoịơng mại điện tử,… Chủ động hơn nữa trong việc tham gia các sàn giao dịch B2B.

Cùng với các giải pháp đã đoịa ra, em hi vọng trong toịơng lai Thoịơng mại điện tử nói chung và TMĐT B2B nói riêng sẽ có nhiều khởi sắc hơn góp phần phát triển kinh tế đất noịớc.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn ***PGS.TS. Phạm Duy Liên*** đã giúp hoịớng dẫn em hoàn thành bài luận văn này!

Hà Nội, tháng 5 năm 2008

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Báo cáo Thơƣơng mại điện tử Việt Nam 2007, Bộ Công thơƣơng
2. Quyết định số 023/2007/QĐ-BTM
3. Hiện trạng ứng dụng Thơƣơng mại điện tử ở Việt Nam, Bộ Thơƣơng Mại.
4. Thơƣơng mại điện tử, Bộ Thơƣơng mại 1999, Nxb Thống kê, Hà Nội.
5. Cẩm nang Thơƣơng mại điện tử cho doanh nhân 10/ 2005, Th.S Dơƣơng Tố Dung, tài liệu lấy từ Internet.
6. Kiến thức Thơƣơng mại điện tử, TS. Nguyễn Đăng Hậu, tài liệu lấy từ Internet.
7. Giao dịch Thơƣơng mại điện tử - một số nét cơ bản 2003, Nguyễn Văn Minh, Trần Hoài Nam, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Quyết định số 222/2005/Đ-TTg
9. Tìm hiểu về Thơƣơng mại điện tử 2005, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Tiếng Anh

10. OECD Ministerial Conference on Electronic Commerce, the Economic and Social Impacts of Electronic Commerce 7-9- October, 1998, Ottawa, Canada.

11. Price WaterhouseCoopers 1999, E-Business technology forecast, Price-Waterhouse-Coopers technology Centre, California.

12. Uncitral Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1995, United Nation.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các trang web sử dụng

13. www.thongkeinterner.vn

14. www.alibaba.com

15. www.quantrimang.com

16. www.pcworld.com.vn

17. vietnamchinalink.com.vn

18. www.moi.gov.vn

19. www.gso.gov.vn

20. www.vietnamchina.gov.vn

21. www.dangcongsan.vn

22. www.chinagateway.com.cn

23. www.saigontimes.com.vn

24. www.vcci.com.vn

25. www.ecommerce.gov

26. http://www.dhyansanjivani.org/Business/what_electronic_marketplace.asp

27. http://www.bitpipe.com/tlist/Electronic-Marketplace.html

28. http://dot.net.vn/Desktop.aspx/ViePortal-Project-Resources/ViePortal-Resources/Gioi_thieu_khai_niem_cong_thong_tin_tich_hop-portal/

29. http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=382&idmid=2&ItemID=7080

30. http://ezinearticles.com/?What-is-a-B2B-Portal&id=916330

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

31. http://b2bmanufacturerindia.wordpress.com/2008/05/05/b2b-portal-a-business-platform-to-ultimate-productivity-imp/

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com