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

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ

CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Thực trạng và giải pháp

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Quỳnh Ngân

Lớp : Nhật 4

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

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

Khoá : **K 43**

Giáo viên hướng dẫn : **PGS.TS Vũ Sỹ Tuấn**

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

LỜI NÓI ĐẦU

Trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin như hiện nay, xu thế phát triển ứng dụng Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp là một xu thế tất yếu. Nếu không ứng dụng Thương mại điện tử nhanh chóng, các doanh nghiệp sẽ bị tụt hậu so với thế giới và với xu thế phát triển chung. Thương mại điện tử đã và đang giúp các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, có những bước tiến mới trong quá trình hoạt động sản xuất như tiết kiệm chi phí tìm hiểu đối tác, giao dịch và ký kết hợp đồng, mở rộng thị trường tới rất nhiều khu vực trên thế giới mà không mất quá nhiều chi phí và nhân lực…. Từ những lợi ích này, doanh nghiệp vừa và nhỏ cần phải nhận thức rõ tầm quan trọng của Thương mại điện tử để nhanh chóng triển khai ứng dụng vào doanh nghiệp. Thương mại điện tử trở thành hành trang không thể thiếu đối với các doanh nghiệp muốn kinh doanh thành công.

Nhận thức được lợi ích và thế mạnh to lớn của việc ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp vừa và nhỏ, các doanh nghiệp cần phải có ý xây dựng cho mình một nền tảng vững chắc về Thương mại điện tử . Chính vì Thương mại điện tử có vai trò quan trọng trong việc phát triển hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mà đã có rất nhiều công trình nghiên cứu, các cuộc thi và các buổi hội thảo được tổ chức nhằm nâng cao ý thức và trình độ về Thương mại điện tử cho các doanh nghiệp, và đề ra những chính sách, những hoạt động nhằm thúc đẩy Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp. Từ nay cho đến lúc các doanh nghiệp thực sự tận dụng hết được những lợi thế do Thương mại điện tử mang lại thì còn rất nhiều việc phải làm, phải giải quyết như vấn đề hạ tầng cơ sở công nghệ kỹ thuật, các vấn đề pháp lý và đặc biệt là vấn đề an ninh an toàn trong Thương 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

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

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

Xuất phát từ nhu cầu tăng cường nhận thức và hiểu biết về các hoạt động Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như những khó khăn mà các doanh nghiệp này gặp phải trong quá trình triển khai ứng dụng Thương mại điện tử, em xin mạnh dạn chọn tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp là

“ Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Thực trạng và giải pháp”. Ngoài lời nói đầu và kết luận, đề tài của em được chia làm ba chương như sau:

Chương I: Tổng quan về Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Chương này nêu ra những khái niệm cơ bản về Thương mại điện tử cũng như lịch sử ra đời và phát triển của Internet và Thương mại điện tử, những lợi ích mà Thương mại điện tử đem lại cho xã hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng, những hạn chế của Thương mại điện tử. Và một số vấn đề cơ bản về các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng được đề cập đến.

Chương II: Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Trong chương này, đề cập đến thực trạng về Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước trên thế giới và ở Việt Nam. Thực trạng này được nhìn nhận ở các khía cạnh như hệ thống pháp luật về Thương mại điện tử, mức độ sẵn sàng cho việc ứng dụng Thương mại điện tử của doanh nghiệp, mức độ triển khai của doanh nghiệp đến đâu, và hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được sau khi ứng dụng Thương mại điện tử.

Chương III: Giải pháp để phát triển Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Chương này đề cập đến những giải pháp nhằm phát triển Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tháo gỡ những khó khăn mà doanh nghiệp gặp phải trong quá trình triển khai ứng dụng và nêu ra một quy trình cơ bản để các doanh nghiệp bước đầu áp 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

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

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

Đây không phải là vấn đề mới nhưng tính cấp thiết của nó thì không thể phủ nhận. Nhưng nhìn từ góc độ tổng thể thì với quy mô của một đề tài khóa luận tốt nghiệp chưa thể bao quát và giải quyết hết các vấn đề mà doanh nghiệp gặp phải trong quá trình ứng dụng. Chính vì vậy, trong quá trình thực hiện đề tài sẽ không tránh khỏi những thiếu sót do người viết còn thiếu kiến thức thực tế nên em cũng xin được nhận những ý kiến đóng góp của thầy cô và các bạn đọc để đề tài này có thể hoàn thiện và mang tính thực tiễn hơn.

Cuối cùng, em xin bày tỏ sự cảm ơn chân thành của mình tới các thầy cô giáo trong khoa Kinh tế và Kinh doanh quốc tế đã dạy dỗ em không chỉ trong môn Thương mại điện tử mà còn các môn khác giúp em có kiến thức toàn diện để hoàn thành tốt Khóa luận tốt nghiệp này. Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn Thầy Vũ Sĩ Tuấn – Phó giáo sư, tiến sĩ và là Phó hiệu trưởng nhà trường, là người trực tiếp hướng dẫn em hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp này.

Hà Nội, ngày 27 thàng 05 năm 2008

Sinh viên

Nguyễn Quỳnh Ngân

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 I
TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬTRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Lịch sử ra đời của Thương mại điện tử

Lịch sử Internet

Năm 1969, mạng APRAnet (tiền thân của Internet) được phát minh bởi các sinh viên các trường Đại học ở Mỹ. Mạng có tên gọi là APRAnet vì được APRA (the Advanced Research Projects Agency – Bộ phận Dự án Nghiên cứu cao cấp của Bộ Quốc phòng Mỹ) tài trợ kinh phí. Mạng này ban đầu được phát triển với ý định phục vụ việc chia sẻ tài nguyên của nhiều máy tính, sau đó nó còn được dùng để phục vụ việc liên lạc, cụ thể là thư điện tử (e-mail).

Mạng APRAnet được vận hành trên nguyên tắc không cần sự điều khiển trung tâm (without centralized control) cho phép nhiều người gửi và nhận thông tin cùng một lúc thông qua cùng một đường dẫn (dây dẫn, như dây điện thoại). Mạng APRAnet dùng giao thức truyền thông TCP (Transmission Control Protocol)

Sau đó, các tổ chức khác trên thế giới cũng bắt đầu triển khai các mạng nội bộ, mạng mở rộng, mạng liên tổ chức (inter-organization network)… và nhiều chương trình ứng dụng, giao thức, thiết bị mạng,… đã xuất hiện. APRA tận dụng phát minh IP (Internetworking Protocol – giao thức liên mạng) để tạo thành giao thức TCP/IP – hiện nay đang sử dụng cho Internet.

Ban đầu Internet chỉ được sử dụng trong các trường đại học, viện nghiên cứu, sau đó quân đội bắt đầu chú trọng sử dụng Internet, và cuối cùng, Chính

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

phủ Mỹ cho phép sử dụng Internet vào mục đích thương mại. Ngay sau đó, việc sử dụng Internet đã bùng nổ trên khắp các châu lục với tốc độ khác nhau.

WWW được phát minh sau Internet khá lâu. Năm 1990, Tim Berners-Lee đã tạo ra Web khi ông xây dựng một website đầu tiên tại trung tâm nghiên cứu hạt nhân Châu Âu (the European Center for Nuclear Research)

đóng trên vùng biên giới giữa Pháp và Thụy Sĩ. Phát minh của Lee về Url và http đã có thể tạo ra một website có số lượng vô cùng lớn các tài liệu và được liên kết lại với nhau qua một mạng sử dụng giao thức TCP/IP.

Đã có rất nhiều công trình nghiên cứu các trình duyệt web được phát minh như trình duyệt Viola được một sinh viên của trường Đại học Tổng hợp California tên là Pei Wei công bố vào tháng 5 năm 1992. Hay vào tháng 2 năm 1993, một nhóm sinh viên của Đại học Tổng hợp Illlinois do Mark Andressen đứng đầu đã đưa ra trình duyệt Mosaic cho các máy tính cá nhân tương thích IBM.

Sau đó, các tổ chức, cá nhân khác tiếp tục phát minh ra nhiều ứng dụng, giao thức cho www với các ngôn ngữ lập trình khác nhau, chương trình, trình duyệt trên các hệ điều hành khác nhau,…Tất cả làm nên thế giới www phong phú như ngày nay.

Lịch sử của Thoịơng mại điện tử :

Từ khi Tim Berners-Lee phát minh ra www vào năm 1990, các tổ chức cá nhân đã tích cực khai thác, phát triển thêm www, trong đó có các doanh nghiệp Mỹ. Các doanh nghiệp nhận thất www giúp họ rất nhiều trong việc trưng bày, cung cấo, chia sẻ thông tin, liên lạc với đối tác…một cách nhanh chóng, tiện lợi, kinh tế. Từ đó, doanh nghiệp, cá nhân trên toàn cầu tích cực khai thác thế mạnh

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 Internet, www để phục vụ việc kinh doanh, hình thành nên khái niệm Thương mại điện tử. Chính Internet và web là công cụ quan

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

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

trọng nhất của Thương mại điện tử, giúp cho Thương mại điện tử phát triển và hoạt động hiệu quả. Mạng Internet được sử dụng rộng rãi từ năm 1994. Doanh nghiệp Netscape tung ra các phần mềm ứng dụng để khai thác thông tin trên Internet vào tháng 5 năm 1995. Công ty Amazon.com ra đời vào tháng 5 năm 1997. Công ty IBM tung ra chiến dịch quảng cáo cho các mô hình kinh doanh điện tử năm 1997…

Khi Internet và Thương mại điện tử xuất hiện, đã có rất nhiều sự thay đổi trong tư duy cũng như phương thức mua sắm của khách hàng, theo cách này phương thức thương mại truyền thống dần dần được biến hóa để thích ứng với thị trường. Cụ thể như: người mua nay có thể mua hàng dễ dàng, tiện lợi hơn, với giá thấp hơn, có thể so sánh giá cả một cách nhanh chóng, và mua từ bất kỳ nhà cung cấp nào trên khắp thế giới, đặc biệt là khi mua sản phẩm điện tử download được (downloadable electronic products) hay dịch vụ cung cấp qua mạng.

Internet tạo điều kiện cho doanh nghiệp duy trì mối quan hệ một đến mộ (one – to – one) với số lượng khách hàng rất lớn mà không phải tốn nhiều nhân lực và chi phí.

Người mua có thể tìm hiểu, nghiên cứu các thông số về sản phẩm, dịch vụ kèm theo…qua mạng trước khi quyết định mua. Người mua cũng có thể dễ dàng đưa ra những yêu cầu đặc biệt của riêng mình để nhà cung cấp đáp ứng, ví dụ nhu mua CDchọn các bài hát ưu thích, mua nữ trang tự thiết kế kiểu, mua máy tính theo cấu hình riêng. Mặt khác, người mua có thể được hưởng lợi từ việc doanh nghiệp cắt chi phí dành cho quảng cáo trên các phương tiện truyền thông, thay vào đó, giảm giá hay khuyến mại trực tiếp cho người mua hàng qua mạng Internet, tham gia đấu giá toàn cầu và cùng nhau tham gia mau một món hàng nào đó với số lượng lớn để được hưởng ưu đãi giảm giá khi mua nhiều. Doanh nghiệp có thể tương tác, tìm kiếm đối tác, tìm kiếm

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

khách hàng nhanh chóng hơn, tiện lợi hơn, với chi phí thấp hơn nhiều so với thương mại truyền thống.

2. Khái niệm chung về Thợơng mại điện tử: Khái niệm về Thợơng mại điện tử

Cho đến hiện tại có rất nhiều định nghĩa khác nhau về Thương mại điện tử. Các định nghĩa này xem xét theo các quan điểm, khía cạnh khác nhau. Theo quan điểm truyền thông, Thương mại điện tử là khả năng phân phối sản phẩm, dịch vụ, thông tin hoặc thanh toán thông qua một mạng ví dụ Internet hay world wide web.

Theo quan điểm giao tiếp, Thương mại điện tử liên quan đến nhiều hình thức trao đổi thông tin giữa doanh nghiệp với nhau, giữa khách hàng với doanh nghiệp và giữa khách hàng với khách hàng.

Theo qua điểm môi trường kinh doanh: Thương mại điện tử bao gồm các hoạt động được hỗ trợ trực tiếp bởi liên kết mạng.

Theo quan điểm cấu trúc: Thương mại điện tử liên quan đến các phương tiện thông tin để truyền: văn bản, trang web, điện thoại Internet, video Internet

*** Sau đây là một số khái niệm khác nhau về Thương mại điện tử :

Thương mại điện tử là tất cả các hình thức giao dịch được thực hiện thông qua mạng máy tính có liên quan đến quyền sở hữu về sản phẩm haydịch vụ

Theo định nghĩa rộng có nhiều định nghĩa khác về Thương mại điện tử như Thương mại điện tử là toàn bộ chu trình và hoạt động kinh doanh liên quan đến cá tổ chức hay cá nhân hay Thương mại điện tử là việc tiến hành hoạt động thương mại sử dụng các phương tiện điện tử và công nghệ xử lý thông tin số hóa

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

Theo Diễn đàn đối thoại xuyên Đại Tây Dương: Thương mại điện tử là các giao dịch thương mại về hàng hóa và dịch vụ được thực hiện thông qua cá phương tiện điện tử.

Cục Thống kê Hoa Kỳ định nghĩa Thương mại điện tử là việc hoàn thành bất kỳ một giao dịch nào thông qua mạng máy tính làm trung gian mà bao gồm việc chuyển giao quyền sở hữu hay quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ.

UNCITAD định nghĩa về Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, phân phối, marketing, bán hay giao hàng hóa và dịch vụ bằng các phương tiện điện tử.

Liên minh Châu Âu định nghĩa Thương mại điện tử bao gồm các giao dịch thương mại thông qua các mạng viễn thông và sử dụng các phương tiện điện tử. Nó bao gồm Thương mại điện tử gián tiếp (trao đổi hàng hóa hữu hình) và Thương mại điện tử trực tiếp (trao đổi hàng hóa vô hình).

UN đưa ra định nghĩa đầy đủ nhất để các nước có thể tham khảo làm chuẩn, tạo cơ sở xây dựng chiến lươck phát triển Thương mại điện tử phù hợp. Định nghĩa này phản ánh các bước Thương mại điện tử, theo chiều ngang: "Thương mại điện tử là việc thực hiện toàn bộ hoạt động kịn doanh bao gồm marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán (MSDP) thông qua các phương tiện điện tử".

Định nghĩa của WTO Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận có thể hữu hình hoặc giao nhận qua Internet dưới dạng số hóa.

Định nghĩa của OECD: Thương mại điện tử là việc kinh doanh thông qua mạng Internet, bán những hàng hóa và dịch vụ có thể phân phối không

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

thông qua mạng hoặc những hàng hóa có thể mã hóa bằng kĩ thuật số và được phân phối thông qua mạng hoặc không thông qua mạng.

Định nghĩa của AEC: Thương mại điện tử là làm kinh doanh có sử dụng các công cụ điện tử. Định nghĩa này rộng, coi hầu hết các hoạt động kinh doanh điện tử đơn giản như một cú điện thoại giao dịch đến những trao đổi thông tin EDI phức tạp đều là Thương mại điện tử

Trong luật mẫu về Thương mại điện tử, **UNCITRAL** nêu định nghĩa để các nước tham khảo: Thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử, không cần phải in ra giấy bất cứ công đoạn nào của toàn bộ qua trình giao dịch.

Thương mại điện tử cũng được hiểu là hoạt động kinh doanh điện tử, bao gồm: mua bán điện tử hàng hóa, dịch vụ, giao hàng trực tiếp trên mạng với các nội dung số hóa được; chuyển tiền điện tử - EFT (electronic fund transfer); mua bán cổ phiếu điện tử – EST (electronic share trading); vận đơn điện tử – E B/L (electronic bill of lading); đấu giá thương mại – Commercial auction; hợp tác thiết kế và sản xuất; tìm kiếm các nguồn lực trực tuyến; mua sắm trực tuyến – Online procurement; marketing trực tiếp, dịch vụ khách hàng hậu mãi…

Trong các định nghĩa trên, "thông tin" được hiểu là bất cứ thứ gì có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm cả thư từ, các file văn bản, các cơ sở dữ liệu, các bản tính, cá bản thiết kế, hình đồ họa, quảng cáo, hỏi hàng, đơn hàng, hóa đơn, bảng giá, hợp đồng,…

"Thương mại" được hiểu theo nghĩa rộng bao quát mọi vấn đề này sinh mối quan hệ mang tính thương mại, dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mạng tính thương mại bao gồm, nhưng không chỉ bao gồm các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa hoặc

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

dịch vụ; đại diện hoặc đại lý thương mại; ủy thác hoa hồng, cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình, tư vấn kỹ thuật công trình; đầu tư cấp vốn; ngân hàng; bảo hiểm; thỏa thuận khai thác hoặc tô nhượng; liên doanh và các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay khách hàng bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ.

Mạng trong Thương mại điện tử được hiểu bao gồm máy tính, máy fax, điện thoại, TV ,… được kết nối với nhau để trao đổi thông tin dưới dạng điện tử

Các hình thức giao dịch trong Thọơng mại điện tử

Thương mại điện tử đượcphân chia thành một số loại như B2B, B2C, C2C dựa trên thành phần tham gia hoạt động thương mại. Có thể sử dụng hình sau để minh họa cách phân chia này.

	Government	Business	Customer
	G2G e.g: co-ordination	G2B e.g: information	G2C e.g: information
	B2G e.g: procurement	B2B e.g: e-commerce	B2C e.g: e-commerce
	C2G e.g: tax compliance	C2B e.g: price comparison	C2C e.g: auction markets

Bảng 1.1: Các loại hình TMĐT

*** Các hình thức giao dịch phổ biến:**

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

a) **Business to Customer - B2C :** Hình thức giao dịch Thương mại điện tử daonh nghiệp với khách hàng, thành phần tham gia hoạt động thương mại gồm người bán là doanh nghiệp và người mua là người tiêu dùng. Sử dụng trình duyệt (web browser) để tìm kiếm sản phẩm trên Internet. Sử dụng giỏ hàng (shopping cart) để lưu trữ các sản phẩm khách hàng đặt mua. Thực hiện thanh toán bằng điện tử.

b) **Business to Business - B2B:** Hình thức giao dịch Thương mại điện tử Doanh nghiệp với doanh nghiệp: thành phần tham gia hoạt động thương mại là các doanh nghiệp, tức người mua và người bán đều là doanh nghiệp. Sử dụng Internet để tạo mói quan hệ giữa nhà cung cấp và các cửa hàng thông qua các vấn đề về chất lượng dịch vụ. Marketing giữa hai đối tượng này là marketing công nghiệp. Hình thức này phổ biến nhanh hơn B2C. Khách hàng là doanh nghiệp, có đủ điều kiện tiếp cận và sử dụng Internet hay mạng máy tính. Thanh toán bằng điện tử.

c) **Business to Government - B2G** :Giao dịch giữa doanh nghiệp với cơ quan chính quyền. Giao dịch gồm khai hải quan, nộp thuế, báo cáo này tài chính và nhận cá văn bản pháp quy.

d) **Customer to Government - C2G**: Giao dịch giữa các cá nhân với cơ quan chính quyền, giao dịch này gồm xin giấy phép xây dựng, trước bạ nhà đất,…

Hai loại giao dịch này thuộc về một hình thức được gọi là chính phủ điện tử. Chính phủ điện tử là cách thức qua đó các Chính phủ sử dụng các công nghệ mới trong hoạt động để làm cho người dân, doanh nghiệp tiếp cận với các 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

do Chính phủ cung cấp một các thuận tiện hơn, để cải thiện chất lượng dịch vụ và mang lại các cơ hội tốt hơn cho người dân. Doanh nghiệp trong việc tham gia vào xây dựng các thể chếvà tiến hành phát triển đất nước.

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 đích của Chính phủ điện tử là của dân, do dân và vì dân, có ảnh hưởng mang tính cách mạng đến sức mạnh và sự sống còn của các Chính phủ và nền dân chủ thực sự ở mỗi quốc gia. Việc phát triển chính phủ điện tử theo lộ trình được hoạch định sẽ mở ra khả năng phát huy sự đóng góp trí tuệ của tất cả người dân tham gia vào quá trình thúc đẩy sự phát triển đất nước. Chính phủ điện tử cải thiện chính phủ theo 4 cách thức quan trọng:

Người dân có thể góp ý kiến một cách dễ dàng hơn với Chính phủ.

Người dân sẽ nhận được các dịch vụ tốt hơn từ các cơ quan tổ chức Chính phủ bất kỳ lúc nào, bất kỳ ở đâu (tại nhà, ở công sở, trạm điện thoại,…) và vì bất cứ lý do gì.

Người dân sẽ nhận được nhiều dịch vụ thích hợp hơn từ các cơ quan chính phủ, bởi các cơ quan này sẽ phối hợp một cách hiệu quả hơn với nhau.

Người dân sẽ có được thông tin một cách chính xác và tốt hơn vì họ có thể nhận được các thông tin cập nhật và toàn diện về các luật lệ, quy chế, chính sách và dịch vụ của Chính phủ.

Đây là hình thức phát triển mới của mô hình Chính phủ một cửa: Chính phủ có nhiều cửa và khách hàng có thể thông qua một cửa bất kì để tiếp cận được các dịch vụ của Chính phủ.

e) **Customer to Customer - C2C**: Hình thức giao dịch giữa các cá

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

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

nhân với nhau hay còn gọi là giao dịch Peer to Peer (P2P). Thành phần tham gia hoạt động Thương mại điện tử là các cá nhân, tức người mau và người bán đều là cá nhân.

Đặc điểm của Thợơng mại điện tử:

Tính cá nhân hóa

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 tương lai, tất cả các trang web Thương mại điện tử thành công sẽ phân biệt được khách hàng, không phải phân biệt bằng những thói quen mua hàng của khách. Những trang web Thương mại điện tử thu hút khách hàng sẽ là những trang có thể cung cấp cho khách hàng tính tương tác và tính cá nhân hóa cao. Chúng sẽ sử dụng dữ liệu về thói quen kích chuột của khách hàng để tạo ra những danh mục động trên "đường kích chuột" của họ. Về cơ bản, mỗi khách hàng sẽ xem và tìm ra sự khác nhau giữa các site.

2.3.2. Đáp ứng tức thời

Các khách hàng Thương mại điện tử có thể sẽ nhận được sản phẩm mà họ đặt mua ngay trong ngày. Một nhược điểm chính của Thương mại điện tử từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng (B2C) là khách hàng trên mạng phải mất một số ngày mới nhận được hàng đặt mua. Các khách hàng đã quen mua hàng

ở thế giới vật lý, nghĩa là họ đi mua hàng và có thể mang luôn hàng về cùng họ. Họ xem xét, họ mua và họ mang chúng về nhà. Hầu hết những hàng hóa bán qua Thương mại điện tử (không kể những sản phẩm kỹ thuật số như phần mềm) đều không thể cung cấp trực tuyến.

Trong tương lai, các doanh nghiệp Thương mại điện tử sẽ giải quyết được vấn đề này thông qua các chi nhánh địa phương. Sau khi khách hàng chọn sản phẩm, các site thương mại điện tử sẽ gửi yêu cầu của người mua tới những cửa hàng gần nhất với nhà hoặc cơ quan của họ. Các site thương mại điện tử khác sẽ giao hàng từ một chi nhánh địa phương ngay trong ngày hôm đó. Giải pháp này giải quyết được 2 vấn đề đặt ra đối với khách hàng, đó là: Giá vận chuyển cao và thời gian vận chuyển lâu.

2.3.3 . Giá cả linh hoạt

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

Trong tương lai, giá hàng hóa trên các site Thương mại điện tử sẽ rất năng động. Mỗi một khách hàng sẽ trả một mức giá khác nhau căn cứ trên nhiều nhân tố: Khách hàng đã mua bao nhiêu sản phẩm của doanh nghiệp trước đây? Khách hàng đã xem bao nhiêu quảng cáo đặt trên trang web của doanh nghiệp? Khách hàng đặt hàng từ đâu? Khách hàng có thể giới thiệu trang web của doanh nghiệp với bao nhiêu người bạn của mình? Mức độ sẵn sàng tiết lộ thông tin cá nhân của khách hàng với doanh nghiệp? Những điều này không khác lắm với một chuyến bay công tác: Trên chuyến bay này, mọi hành khách đều bay trên cùng một chuyến bay từ New York đến San Francisco nhưng trả các mức giá vé khác nhau. Chính sách giá của các doanh nghiệp như Priceline.com và eBay.com hiện đang đi theo xu hướng này.

2.3.4. Đáp ứng mọi lúc, mọi nơi

Khách hàng sẽ có thể mua hàng ở mọi lúc, mọi nơi. Bỏ qua khả năng dự đoán về những mô hình mua. Bỏ qua yếu tố về địa điểm và thời gian. Xu hướng này sẽ được thực hiện thông qua các thiết bị truy cập Internet di động. Các thiết bị Thương mại điện tử di động như những chiếc điện thoại di động đời mới nhất có khả năng truy cập mạng Internet được sử dụng rộng rãi.

2.3.5. Các điệp viên thông minh

Những phần mềm thông minh sẽ giúp khách hàng tìm ra những sản phẩm tốt nhất và giá cả hợp lý nhất. Những "điệp viên thông minh" hoạt động độc lập này được cá nhân hóa và chạy 24 giờ/ngày. Khách hàng sẽ sử dụng những "điệp viên" này để tìm ra giá cả hợp lý nhất cho một chiếc máy tính hoặc một chiếc máy in. Các doanh nghiệp sử dụng các "điệp viên" này thay cho các hoạt động mua sắm của con người. Ví dụ, một doanh nghiệp có thể sử dụng một "điệp viên thông minh" để giám sát khối lượng và mức độ sử dụng hàng trong kho và tự động đặt hàng khi lượng hàng trong kho đã giảm xuống mức

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

tới hạn. "Điệp viên thông minh" sẽ tự động tập hợp các thông tin về các sản phẩm và đại lý phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, quyết định tìm nhà cung cấp nào và sản phẩm, chuyển những điều khoản giao dịch tới những người cung cấp này, và cuối cùng là gửi đơn đặt hàng và đưa ra những phương pháp thanh toán tự động.

Tất cả những đặc điểm trên là đặc tính nổi trội của Thương mại điện tử so với các hình thức thương mại khác, nó đem lại cho xã hội cũng như người tiêu dùng và các doanh nghiệp rất nhiều lợi ích. Và sau đây là những lợi ích đó.

3. Lợi ích của Thương mại điện tử:

Lợi ích với doanh nghiệp

Mở rộng thị trường: Với chi phí đầu tư nhỏ hơn nhiều so với thương mại truyền thống do giản lược được các khâu trong giao dịch, các doanh nghiệp có thể mở rộng thị trường, tìm kiếm đối tác và tiếp cận với khách hàng trên khắp thế giới. Việc mở rộng mạng lưới nhà cung cấp, khách hàng cũng cho phép các tổ chức có nhiều lựa chọn hơn, có thể mua với giá thấp hơn và bán được nhiều sản phẩm hơn tới người tiêu dùng.

***Giảm chi phí sản xuất*:** Do tiết kiệm được các chi phí giao dịch với đối tác như chi phí đi lại bàn bạc với đối tác và ký kết hợp đồng, giảm thiểu các chi phí in ấn, gửi văn bản truyền thống và chi phí giấy tờ, chi phí chia sẻ thông tin mà các doanh nghiệp có thể giảm chi phí sản xuất của mình đáng kể, và có thể có giá cả cạnh tranh trên thị trường nhờ ưu điểm này.

***Cải thiện hệ thống phân phối*:** Giảm lượng hàng lưu kho và độ trễ

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 phân phối hàng. Hệ thống cửa hàng giới thiệu sản phẩm được thay thế hoặc hỗ trợ bởi các showroom trên mạng, và đây là yếu tố giảm được chi phí

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

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

nhiều nhất khi tham gia phân phối vì giảm thiểu được hệ thống cửa hàng hay showroom truyền thống (bao gồm chi phí người bán hàng, chi phí địa điểm và duy trì cửa hàng). Ví dụ ngành sản xuất ô tô(Ford Motor) tiết kiệm được chi phí hàng tỷ USD từ giảm chi phí lưu kho.

Vượt giới hạn về thời gian: Việc tự động hóa các giao dịch cả với khách hàng và đối tác thông qua web và Internet giúp hoạt động kinh doanh

được thực hiện 24/7/365 mà không mất thêm nhiều chi phí biến đổi. Ví dụ, thông qua các phần mềm quản lý sản phẩm trong Thương mại điện tử người bán hàng có thể biết được mặt hàng nào con và hết, để có thể nhanh chóng trả lời khách hàng mà không cần phải đi đến kho kiểm tra hoặc tìm kiếm sự giúp đỡ của thủ kho.

***Sản xuất hàng theo yêu cầu*:** Còn được biết đến dưới tên gọi "Chiến lược kéo", lôi kéo khách hàng đến với doanh nghiệp bằng khả năng đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng. Một ví dụ thành công điển hình là Dell Computer Corp. Hãng đã thực hiện hoạt động Thương mại điện tử từ những năm đầu, và có một "chiến lược kéo" rất thành công. Họ cho khách hàng có

thể tùy chọn cấu hình theo yêu cầu, sau đó lắp ráp chúng thành một bộ máy tính hoặc một chiếc máy tính xách tay. Nhờ đó mà người tiêu dùng không cần phải đi mua ở nhiều nơi khác nhau và sản phẩm của nhiều hãng để có được một chiếc máy tính ưng ý nữa.

Mô hình kinh doanh mới: Các mô hình kinh doanh mới với những lợi thế và giá trị mới cho khách hàng. Mô hình của Amazon.com, mua hàng theo nhóm hay đấu giá nông sản qua mạng đến các sàn giao dịch B2B là điển hình của những thành công 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

***Tăng tốc độ tung sản phẩm ra thị trường*:** Với lợi thế về thông tin và khả năng phối hợp giữa các doanh nghiệp làm tăng hiệu quả sản xuất và giảm thời gian tung sản phẩm ra thị trường.

***Giảm chi phí thông tin liên lạc*:** Khi ứng dụng Thương mại điện tử, doanh nghiệp không chỉ tiết kiệm chi phí liên lạc với khách hàng mà còn tiết kiệm được chi phí liên lạc nội bộ doanh nghiệp trong các khâu nhập hàng, xuất hàng.

***Giảm chi phí mua sắm*:** Thông qua giảm các chi phí quản lý hành chính (80%); giảm giá mua hàng (5-15%).

***Củng cố quan hệ khách hàng*:** Thông qua việc giao tiếp thuận tiện qua mạng, quan hệ với trung gian và khách hàng được củng cố dễ dàng hơn. Đồng thời việc các biệt hóa các sản phẩm và dịch vụ cũng góp phần thắt chặt quan hệ với khách hàng và củng cố lòng trung thành. Phần mềm CRM sẽ giúp doanh nghiệp quản lsy mối quan hệ của mình với khách hàng và phân vùng họ để có những chính sách bán hàng phù hợp với họ.

Thông tin cập nhật: Mọi thônh tin trên web như sản phẩm, dịch vụ, giá cả,…đều được cập nhật nhanh chóng và kịp thời thông qua các phần mềm quản lý trong Thương 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

Chi phí đăng kí kinh doanh: Một số nước và khu vực khuyến khích bằng cách giảm hoặc không thu phí đăng kí kinh doanh qua mạng. Thực tế, việc thu nếu triển khai cũng sẽ gặp khó khăn do đặc thù của Internet.

Các lợi ích khác: Nâng cao uy tín, hình ảnh doanh nghiệp; cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng; đối tác kinh doanh mới; đơn giản hóa và chuẩn hóa các quy trình giao dịch; tăng năng suất, giảm chi phí giấy tờ; tăng khả năng tiếp cận thông tin và giảm chi phí vận chuyển; tăng sự linh hoạt trong giao dịch và hoạt động kinh 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

Lợi ích đối với ngọời tiêu dùng:

Vượt giới hạn về không gian và thời gian: Thương mại điện tử cho phép khách hàng mua sắm mọi lúc, mọi nơi đối với các cửa hàng trên khắp thế giới.

***Nhiều lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ*:** Thương mại điện tử cho phép người mua có nhiều lựa chọn hơn vì tiếp cận với được nhiều nhà cung cấp hơn.

***Giá thấp hơn*:** Do thông tin thuận tiện, dễ dàng và phong phú hơn nên khách hàng có thể so sánh giá cả giữa các nhà cung cấp thuận tiện hơn và từ đó tìm được mức giá phù hợp nhất. Cũng chính vì có thể so sánh giá cả một cách dễ dàng như vậy mà các nhà cung cấp cũng đưa ra các mức giá cạnh tranh hơn và có lợi cho người tiêu dùng hơn.

***Giao hàng nhanh hơn với các hàng hóa số hóa được*:** Đối với các sản phẩm số hóa được như phim, nhạc, sách, phần mềm,… việc giao hàng được thực hiện dễ dàng hơn và có được những dịch vụ hậu mãi hoàn hảo hơn thông qua Internet

***Thông tin phong phú, thuận tiện và chất lượng cao hơn*:** Khách hàng có thể dễ dàng tìm được những thông tin cần thiết liên quan đến sản phẩm nhanh chóng và dễ dàng thông qua các công cụ tìm kiếm (search engines); và đưa ra

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

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

một quyết định mua hàng sáng suốt hơn sau khi đã có sự so sánh giữa các nhà cung cấp.

Đấu giá: Mô hình đấu giá trực tuyến ra đời cho phép mọi người đều có thể tham gia mua và bán trên các sàn đấugiá và đồng thời có thể tìm, sưu tầm những món hàng mình quan tâm tại mọi nơi trên thế giới.

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

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

Cộng đồng điện tử cho phép kinh nghiệm hiệu ***Thương mại điện tử*:** Môi trường kinh doanh Thương mại mọi người tham gia có thể phối hợp, chia sẻ thông tin và quả và nhanh chóng.

***Đáp ứng mọi nhu cầu*:** Khả năng tự động hóa cho phép chấp nhận các đơn hàng khác nhau từ mọi khách hàng.

***Thuế*:** Trong giai đoạn đầu của Thương mại điện tử, nhiều nước khuyến khích bằng cách miễn thuế đối với các giao dịch trên mạng.

Lợi ích đối với xã hội

***Hoạt động trực tuyến*:** Thương mại điện tử tạo ra môi trường để làm việc, mua sắm, giao dịch…từ xa nên giảm việc đi lại, ô nhiễm, tai nạn.

***Nâng cao mức sống*:** Nhiều hàng hóa, nhiều nhà cung cấp tạo áp lực giảm giá do đó khả năng mua sắm của khách hàng cao hơn, nâng cao mức sống của mọi người.

***Lợi ích cho các nước nghèo*:** Những nước nghèo có thể tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ từ cá nước phát triển hơn thông qua Internet và Thương mại điện tử. Đồng thời cũng có thể học tập được kinh nghiệm, kỹ năng…được đào tạo qua mạng.

Dịch vụ công được cung cấp thuận tiện hơn: Các dịch vụ công cộng như y tế, giáo dục, các dịch vụ công của Chính phủ…được thực hiện 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

với chi phí thấp hơn, thuận tiện hơn. Cấp các loại giấy phép qua mạng, tư vấn y tế… là các ví dụ thành công điển hình.

4. Hạn chế của Thương mại điện tử:

Có hai loại hạn chế của Thương mại điện tử, một nhóm mang tính kỹ thuật, một nhóm mang tính thương mại.

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

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

4.1. Hạn chế mang tính kĩ thuật:

An toàn: Càng ngày càng có nhiều mối nguy hiểm đe dọa đến các thông tin cá nhân của khách hàng cũng như thông tin của doanh nghiệp. Việc đảm bảo an toàn trong giao dịch, đặc biệt là trong thanh toán cần được đặt lên hàng đầu.

Thiếu hạ tầng về chữ kí số: Các tổ chức chứng thực về chữ kí số còn chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường Tuy đã có các nghị định của Chính phủ về chứng thực chữ kí số nhưng vẫn chưa thực sự phù hợp với điều kiện phát triển hiện nay ở Việt Nam.

Các sàn giao dịch B2B chưa thực sự thân thiện với người tiêu dùng.

Thiếu các tiêu chuẩn quốc tế về Thương mại điện tử.

Gian lận trong Thương mại điện tử (thẻ tín dụng,…)

4.2. Hạn chế mang tính thợơng mại:

Các rào cản thương mại quốc tế truyền thống: Thương mại truyền thống vẫn ăn sâu vào thói quen của người tiêu dùng. Điều đó cũng tạo nên một rào cản rất lớn để các doanh nghiệp Thương mại điện tử mở rộng hoạt động kinh doanh 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

Sự tin tưởng và rủi ro: Chính vì không tin tưởng và do thói quen cũ nên người tiêu dùng vẫn chưa thích nghi được với Thương mại điện tử. Rủi ro cũng xảy ra nhiều nên làm cho độ tin tưởng vào hoạt động Thương mại điện tử giảm dần.

Văn hóa: Sự khác biệt về văn hóa kinh doanh cũng như văn hóa tiêu dùng giữa các nước vẫn là rào cản lớn trong thế giới phẳng hiện nay.

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

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

Thiếu nhân lực về Thương mại điện tử: Nguồn nhân lực giỏi (am hiểu về Thương mại điện tử, ứng dụng linh hoạt thương mại truyền thống vào Thương mại điện tử,…) vẫn còn khan hiếm

Nhận thức của các tổ chức về Thương mại điện tử: các doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử chỉ coi Thương mại điện tử là một công cụ bên lề để hỗ trợ phần nào cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nhưng điều đó tạo nên sự chủ quan của chủ doanh nghiệp, dẫn đến sự thất bại trong Thương mại điện tử.

II. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ:

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (Small and medium enterprises –SMEs) – sau đây gọi tắt là doanh nghiệp - là đối tượng doanh nghiệp đặc trưng của nền kinh tế. Việc định nghĩa rất linh hoạt và tùy thuộc vào từng quốc gia, từng khu vực kinh tế. Thông thường sẽ có những mức giới hạn cho một doanh nghiệp để được coi là vừa và nhỏ. Khi vượt qua giới hạn đó, doanh nghiệp vượt cấp trở thanh doanh nghiệp lớn, thành các tập đoàn.

Ở Việt Nam, khái niệm doanh nghiệp vừa và nhỏ được hiểu là cở sở sản xuất kinh doanh độc lập, đã đăng ký kinh doanh theo pháp luật hiện hành, có vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người.

Theo WIPO (World Intellectual Property Organiization) thì các doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ, quy mô nhỏ và vừa có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trên cả góc độ kinh tế lẫn vai trò trong xã hội. Quan trọng hơn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ là những cái nôi nuôi dưỡng tinh thần khởi nghiệp và sáng tạo. 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 vừa và nhỏ tham gia quá trình sản xuất, làm giảm tải cho các doanh nghiệp lớn, đẩy hiện quả đến mức cao nhất nhờ khả năng tập trung hóa. Điền kín vào những khe hở của thị trường mà các doanh nghiệplớn

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

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

còn bỏ ngỏ, sẵn sàng tham gia thế chỗ khi có mảng thị trường được nhường lại. Vì thế, doanh nghiệp vừa và nhỏ còn được coi là thanh giảm sóc cho nền kinh tế.

Với vai trò như vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ giữ một vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế. Là một bộ phận không thể thiếu, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần sự hỗ trợ về nhiều mặt từ Chính phủ để có thể từng bước phát triển vững mạnh hơn.

1. **Nguồn**

lực: Nguồn vốn:

Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thì yếu tố nguồn vốn là yếu tố quan trọng nhất trong quá trình phát triển, mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh. Nguồn vốn doanh nghiệp chia ra làm hai loại: nguồn vốn chủ sở hữu và vốn vay. Nguồn vốn chủ sở hữu là nguồn vốn do doanh nghiệp sở hữu, được sử dụng một cách lâu dài mà không phải cam kết thanh toán, gồm có vốn kinh doanh và các quỹ của doanh nghiệp. Còn vốn đi vay là những khoản doanh nghiệp huy động từ bên ngoài doanh nghiệp và sẽ phải có nghĩa vụ thanh toán (bao gồm cả vốn lẫn lãi) trong 1 thời gian nhất định.

Quy mô về vốn của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam còn quá nhỏ so với quy mô doanh nghiệp thông thường của các nước phát triển và các nước có nền kinh tế mới nổi. Mặc dù tăng nhanh về số lượng nhưng quy mô vốn của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong những năm gần đây lại rất thấp, mới ở mức trung bình trên 2 tỷ đồng / doanh nghiệp. Đặc điểm này là một bất lợi trong cạnh tranh khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới WTO. Do quy mô vốn nhỏ như vậy mà hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ không cao hoặc chưa đúng với năng lực sản xuất 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

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. Lợi nhuận bình quân của doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2005 là 240 triệu đồng (khoảng 16.000 đô la Mỹ) thấp hơn nhiều so với mức lợi nhuận bình quân trên doanh nghiệp của cả nước (khoảng 1,14 tỷ đồng).

Vấn đề huy động vốn đối với các doanh nghiệp lớn sẽ không gặp quá nhiều khó khăn như các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Do quy mô sản xuất cũng như năng lực sản xuất chưa cao nên khi huy động vốn từ bên ngoài, doanh nghiệp sẽ khó chứng mình khả năng của mình để có thể vay được những khoản vốn lớn nhằm mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh. Đặc biệt, doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp khó khăn đối với những khoản vay trung hạn và dà hạn từ các ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác. Các khoản vay có bảo lãnh rất hiếm khi danh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nhưng không thể không kể đến những cố gắng và thành tựu của các ngân hàng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ như Ngân hàng Công Thương Việt Nam đã làm trong những năm gần đây.

Đất đai

Quy mô sản xuất của các doanh nghiệp vừa và nhỏ không lớn nên đất đai để sử dụng trong quá trình hoạt động cũng không nhiều. Đất đai cũng là một vấn đề mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ đáng quan tâm. Nếu muốn mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh thì các doanh nghiệp phải mở rộng mặt bằng sản xuất.

Nguyên vật liệu phục vụ sản xuất của các doanh nghiệp vừa và nhỏ chủ yếu là do nhập nhẩu, nhưng do nhiều hạn chế về mặt tài chính nên việc nhập khẩu trực tiếp của các đối tác nước ngoài rất khó khăn. Lại thêm do đất đai bị bó hẹp như vậy nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ không thể dự trữ được nhiều nguyên vật liệu phục vụ sản xuất. Chính vì thế, các doanh nghiệp phải mua lại từ các cơ sở đại lý, do đó làm tăng chi phí sản xuất.

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 tình hình như vậy, các ngành các cấp chức năng cần tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ có mặt bằng sản xuất phù hợp, thực hiện các chính sách khuyến khích để xây dựng các khu, cụm công nghiệp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ có mặt bằng xây dựng tập trung cơ sở sản xuất hoặc di dời từ nội thành, nội thị ra, đảm bào cảnh quan môi trường. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng cần được hưởng những chính sách ưu đãi trong việc thuê đất, chuyển nhượng, thế chấp và các quyền khác liên quan đến vấn đề sử dụng đất đai theo quy định của pháp luật.

Nguồn nhân lực:

Nếu xét theo tiêu chí về lao động, các số liệu thông kê cho thấy trong tổng số 88.222 doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2006 có 2.211.895 lao động, tương đương với tỷ lệ bình quân mỗi doanh nghiệp có 25 lao động. Như vậy, chúng ta có thể thấy quy mô lao động của các doanh nghiệp này quá bé để có thể phát triển.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất yếu kém trong tiếp cận thông tin và các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh. Một phần là do chất lượng nguồn nhân lực thấp, hạn chế về trình độ chuyen môn, tin học, ngoại ngữ của giám đốc và đội ngũ quản lý doanh nghiệp, một phần cũng do đầu tư cho hệ thống thông tin thấp, chưa có phương tiện kỹ thuật nên chưa theo kịp diễn biến của thị trường.

Nhưng phải kể đến những ưu điểm mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ đem lại cho nền kinh tế. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ này đã thu hút khoảng 77% lực lượng lao động phi nông nghiệp, tạo công ăn việc làm cho người nông dân trong lúc nông nhàn.

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

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

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

Do những hạn chế về nguồn lực như trên nên trình độ công nghệ của các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn thấp dẫn đến những hạn chế về chi phí sản xuất cao, kiêu dáng sản phẩm đơn điệu, chất lượng sản phẩm chưa cao và thiếu mạng lưới phân phối, tiếp thị và đặc biết là các doanh nghiệp vừa và nhỏ khó tiếp cận được với thị trường nước ngoài. Thực trạng phổ biến trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ là hệ thống máy móc, thiết bị lạc hậu, tỷ lệ đổi mới trang thiết thị trung bình hàng năm chỉ ở mức xấp xỉ 10% so với thế giới là 20%. Do công nghệ lặc hậu làm tăng rất nhiều các chi phí, đặc biệt là chi phí đầu vào, dẫn đến chất lượng sản phẩm giảm, giá thành cao và năng suất lao động thấp.

Theo quy đinh của WTO, Việt Nam phải mở cửa thị trường bán lẻ cho các nhà phân phối nước ngoài, do đó, với quy mô lớn, mạng lưới phân phối toàn cầu và có tính chuyên nghiệp cao, nếu các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam không mau chóng đổi mới công nghệ, đặc biệt là triển khai ứng dụng Thương mại điện tử vào hoạt động sản xuất kinh doanh thì các công ty nước ngoài sẽ là những đối thủ lớn, đe dọa sự tồn tại của nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực thương mại của Việt Nam.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nhanh chóng triển khai ứng dụng Thương mại điện tử để có thể đa dạng hóa thị trường và tăng cường các hoạt động xuất khẩu. Và đổi mới công nghệ cũng là một yếu tố không thể thiếu giúp các doanh nghiệp giảm giá thành, tăng khối lượng sản xuất để đáp ứng nhu cầu của thị trường nội địa và có thể xuất khẩu.

2. **Môi trợờng kinh doanh:**

Trong bối cảnh trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới WTO, Việt Nam được hưởng quy chế quan hệ thương mại bình thường (MNF) và đối xử quốc gia (NT) giữa các nước thành viên WTO. Quy chế 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

sẽ tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ngày càng đa dạng được sản phẩm, thị trường và sản phẩm xuất khẩu được đối xử công bằng hơn trước. Khi các hàng rào thuế quan và phi thuế quan bị thu hẹp lại hoặc được rỡ bỏ, các sản phẩm của các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ dễ dàng vào các thị trường nước ngoài hơn, nhờ đó sẽ khai thác được lợi thế là nguồn lao động rẻ.

Cũng theo lộ trình cam kết khi gia nhập WTO của Việt nam, tính minh bạch trong quản lý của các cơ quan tổ chức có trách nhiệm đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng sẽ được nâng cao. Mặt khác, hiện tượng phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp Nhà nước với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (chủ yếu là khu vực tư nhân) sẽ không còn, nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ thuận lợi hơn trong việc tiếp cận với các nguồn lực tài chính, gia nhập thị trường, hỗ trợ kinh doanh. Xét về dài hạn, trước áp lực cạnh tranh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ phải tích cực nâng cao năng lực quản lý, đổi mới công nghê, chú trọng sử dụng nguồn nhân lực có chất lượng và cải thiện văn hóa doanh nghiệp, nhờ đó phát triển doanh nghiệp bền vững hơn trong môi trường cạnh tranh 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

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 ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

I. TỔNG QUAN:

Thương mại điện tử là một lĩnh vực mới. Cho đến năm 2003, Bộ Thương mại mới công bố bản báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam đầu tiên. Bản báo cáo này khẳng định cho đến năm 2003 "chúng ta mới bắt đầu đi những bước đầu tiên trên con đường tơ lụa mới". Hạ tầng về công nghệ thông tin và hạ tầng về pháp lí còn thiếu. Hiệu quả ứng dụng Thương mại điện tử chưa cao, các doanh nghiệp tham gia Thương mại điện tử một cách tự phát. Nguồn nhân lực phục vụ cho ứng dụng Thương mại điện tử còn thiếu và yếu kém. Đến năm 2007, Việt Nam đã có một số thành tựu đáng kể trong lĩnh vực Thương mại điện tử. Mặt sáng nhất trong Thương mại điện tử năm 2007 là hiệu quả đầu tư cho Thương mại điện tử khá cao và có xu hướng tiếp tục tăng. Kết quả điều tra cho thấy trên một phần ba doanh nghiệp có doanh thu nhờ đơn đặt hàng qua phương tiện điện tử ở mức 15% trở lên so với tổng doanh thu. Nếu so sánh tỉ lệ này với tỷ lệ tương ứng 8% của năm 2005 thì có thể thấy rõ cá doanh nghiệp đã thực sự quan tâm tới Thương mại điện tử và đã biết cách biến những lợi ích tiềm tàng của nó thành hiện thực. Nhưng như vậy không có nghĩa các doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử không gặp phải những trở ngại đáng kể, đặc biệt là thanh toán điện tử. Tuy hiện nay về phía chính phủ đã có những giải pháp mang tính vĩ mô được nêu trong Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn năm 2006 – 2010 và định hướng đến năm 2020, các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn lúng túng trong việc áp dụng và giải quyết các vấn đề liên quan đến 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

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 doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp vừa và nhỏ nói riêng đang gặp phải những thách thức lớn trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trở ngại lớn nhất mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ vấp phải đó là nhận thức về tầm quan trọng của Thương mại điện tử đối với hoạt động và sự phát triển của doanh nghiệp. Hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ ứng dụng Thương mại điện tử đều là tự phát và chạy theo xu hướng của thị trường chứ chưa thực sự có nhận thức đúng đắn cũng như những bước cơ bản để tiến hành ứng dụng Thương mại điện tử. Chính vì chưa có nhận thức đúng đắn về Thương mại điện tử nên các doanh nghiệp cũng không chú trọng đến vấn đề đào tạo. Trong hơn 1200 doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát[1] thì chỉ có dưới 10% doanh nghiệp mở lớp đào tạo cho nhân viên về Thương mại điện tử. Con số trên cho chúng ta thấy thực trạng về nguồn nhân lực cho Thương mại điện tử hiện nay là rất đáng báo động, mặc dù chương trình đào tạo Thương mại điện tử đã được đưa vào các trường đại học, cao đẳng trên cả nước nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu của thị trường trong lĩnh vực này.

Thương mại điện tử là một hình thức thương mại đem lại rất nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp và cũng là công cụ để rút ngắn con đường đến thành công cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế hội nhập ngày nay. Vì vậy mà ngoài việc nâng cao trình độ công nghệ, kỹ thuật để tránh được các rủi ro trong thanh toán điện tử _ một vấn đề nhức nhối của các doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử hiện nay, các doanh nghiệp muốn ứng dụng Thương mại điện tử thành công thì cần chú trọng đến khâu đào tạo nhân lực và phổ biến việc sử dụng máy tính, Internet và mạng nội bộ trong doanh nghiệp.

---

1 Theo số liệu của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ 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

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 tiêu chí đánh giá mức độ sẵn sàng, mức độ triển khai và hiệu quả ứng dụng Thương mại điện tử sẽ giúp chúng ta có cái nhìn tổng quan về hoạt động Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay.

II. THỰC TRẠNG :

1. Hệ thống pháp luật Thương mại điện tử:

1.1. Tác động của việc ban hành Luật:

Luật Giao dịch điện tử đã chính thức đặt nền tảng đầu tiên cho việc thiết lập một hệ thống văn bản pháp quy toàn diện về giao dịch điện tử tại Việt Nam. Sau khi Luật được ban hành, trong hai năm 2006 và 2007 hàng loạt văn bản dưới luật đã ra đời nhằm điều chỉnh chi tiết việc triển khai giao dịch điện tử trong các lĩnh vực của đời sống xã hội.

Cùng một số văn bản được ban hành từ năm 2005 trở về trước, những văn bản ra đời trong 2 năm gần đây đã tạo nên một khung pháp lý tương đối toàn diện cho giao dịch điện tử nói chung và Thương mại điện tử nói riêng tại Việt Nam, đặc biệt là 4 nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử và 3 nghị định hướng dẫn Luật Công nghệ thông tin. Nếu trước năm 2005, phần lớn văn bản được ban hành sau Luật Giao dịch điện tử đã mở rộng diện điều chỉnh đến những ứng dụng cụ thể như thương mại, hải quan, tài chính, hình chính nhà nước,… Đây là những ứng dụng nền tảng của xã hội và là tiền đề cho việc triển khai các quy trình Thương mại điện tử hoàn chỉnh ở cấp độ doanh nghiệp trong thời gian tới.

Những văn bản pháp luật về Thương mại điện tử nói trên đã tạo ra một khung pháp lý cho sự phát triển lâu dài của Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nhưng trước mắt, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần

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

có những bước căn bản để tiến hành Thương mại điện tử bắt đầu từ việc sử dụng máy tính và Internet trong hoạt động của doanh nghiệp, còn về lâu dài, khi đã phát triển đến một mức độ nhất định thì các doanh nghiệp vừa và nhỏ mới sử dụng đến các văn bản pháp luật cũng như Luật Giao dịch điện tử.

Hoạt động tuyên truyền nâng cao nhận thức về Thương mại điện tử bắt đầu trở nên sôi nổi trong vòng 3 năm trở lại đây, với sự tham gia tích cực của các phương tiện thông tin đại chúng như truyền hình, đài phát thanh và báo chí. Bên cạnh một số báo, tạp chí chuyên ngành công nghệ thông tin, nhiều tờ báo lớn đã có hẳn chuyên trang về công nghệ thông tin và Thương mại điện tử. Việc tuyên truyền này có tác động rất lớn đến nhận thức của các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ. Họ có thể nhận thấy cơ hội phát triển doanh nghiệp của mình thông qua việc ứng dụng Thương mại điện tử. Ngoài ra, việc tuyên truyền Thương mại điện tử thông các cuộc thi, bình chọn và trao giải thưởng cũng có tác động rất lớn tới doanh nghiệp và người dân. Một số hoạt động nay đã trở thành sự kiện thường niên và có chỗ đứng vững chắc trong đời sống xã hội như Chương trình đánh giá xếp hạng website Thương mại điện tử uy tín do Bộ Thương mại[1] và Hội Tin học Việt Nam phối hợp thực hiện. Từ các hoạt động nêu trên, từ những ý tưởng sáng tạo trong các cuộc thi mà đã có rất nhiều các doanh nghiệp vừa và nhỏ được thành lập trong lĩnh vực Thương mại điện tử trong mấy năm trở lại đây. Điều này giúp các doanh nghiệp đã và đang ứng dụng có mục tiêu hoàn thiện mình hơn để đứng đầu trong các bảng danh sách xếp hạng uy tín do Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin thuộc Bộ Công Thương thực hiện. Cao hơn nữa là giúp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã tồn tại nhưng chưa ứng dụng Thương mại điện tử tìm ra cho mình con đường mới để phát triển.

---

1 Nay đã đổi tên thành 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

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

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

Do Luật Giao dịch điện tử đã có ảnh hưởng rộng rãi trong xã hội nên việc đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho Thương mại điện tử cũng trở nên cấp thiết. Nhiều trường đại học trên cả nước đã thành lập bộ môn Thương mại điện tử, có trường đã thành lập khoa Thương mại điện tử. Tính tới cuối năm 2006, 75% các trường đại học kinh tế-thương mại ở miền Bắc có môn học về Thương mại điện tử với ít nhất 3 học phần. Tuy nhiên, năng lực của giảng viên và chất lượng giáo trình cho Thương mại điện tử vẫn là những hạn chế mà các trường hiện nay đang phải đối mặt khi triển khai đưa Thương mại điện tử vào chương trình đào tạo chính khóa.

Về tập huấn ngắn hạn, nhiều trường đại học và các tổ chức đã tích cực triển khai các khóa tập huấn Thương mại điện tử kéo dài trong phạm vi một tuần. Bộ Công Thương đi tiên phong trong việc tổ chức các khóa tập huấn Thương mại điện tử cho cán bộ quản lý nhà nước về kinh tế – thương mại hầu hết các tỉnh và thành phố trên cả nước. Trong khuôn khổ Đề án hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ hội nhập và phát triển giai đoạn 2005-2010, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam cũng tích cực tổ chức hội thảo, tập huấn về Thương mại điện tử cho đối tượng là doanh nghiệp vừa và nhỏ ở nhiều địa phương. Ngoài ra, các doanh nghiệp kinh doanh Thương mại điện tử là lực lượng năng động góp phần không nhỏ cho việc đào tạo và phổ biến kiến thức về Thương mại điện tử đến người tiêu dùng cũng như các đối tượng tiềm năng khác.

Đặc biệt, Luật đã tác động sâu sắc tới phương thức kinh doanh của các doanh nghiệp. Tới cuối năm 2001, mức độ ứng dụng Thương mại điện tử tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất thấp. Báo cáo của Dự án quốc gia "Kỹ thuật Thương mại điện tử" năm 2002 đã nhận định " Tỷ lệ các doanh nghiệp ở nước ta có thể tham gia Thương mại điện tử là rất thấp, có thể nói đại đa số các doanh nghiệp còn chưa sẵn sàng". Tuy nhiên, cùng với sự hoàn thiện 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

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

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

môi trường pháp lý, Thương mại điện tử tại Việt Nam đã phát triển nhanh chóng trong thời gian qua, tác động mạnh mẽ tới phương thức kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Như vậy, Luật Giao dịch điện tử đã tác động rất lớn đến rất nhiều mặt trong đời sống xã hội cũng như trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

1.2. Tình hình ban hành các văn bản dợới Luật nhằm hợớng dẫn luật Giao dịch điện tử

Đến cuối năm 2007, các nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử đã được ban hành, tạo nên khung pháp lý cho việc triển khai ứng dụng giao dịch điện tử trong những lĩnh vực lớn của đời sống xã hội.

Nghị định về Thương mại điện tử là nghị định đầu tiên hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử, được ban hành vào ngày 9/6/2006. Với việc thừa nhận chứng từ điện tử có giá trị pháp lý tương đương chứng từ truyền thống trong mọi hoạt động thương mại từ chào hàng, chấp nhận chào hàng, giao kết hợp đồng cho đến thực hiện hợp đồng. Nghị định này đã tạo ra hành lang pháp lý để các doanh nghiệp yên tâm tiến hành giao dịch Thương mại điện tử, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia, đồng thời cũng là căn cứ pháp lý để xét xử khi có tranh chấp liên quan đến hoạt động Thương mại điện tử.

Trong năm 2007 các cơ quan quản lý nhà nước đã tiến hành soạn thảo hai thông tư hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử. Đó là Thông tư của Bộ Công thương về giaô kết hợp đồng trên website Thương mại điện tử và Thông tư liên tích của Bộ Công Thương – Bộ Y tế hướng dẫn việc buôn bán thuốc qua các phương tiện điện tử. Đến cuối năm 2007, hai thông tu này đã cơ

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

bản hoàn thành về mặt nội dung và được đưa ra xin ý kiến rộng rãi của doanh nghiệp trước khi chính thức ban hành.

Thông tư hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về giao kết hợp đồng trên website Thương mại điện tử được xây dựng trong bối cảnh số lượng website Thương mại điện tử đang gia tăng nhanh chóng tại Việt Nam. Tuy nghiên, hệ thống pháp luật hiện nay vẫn chưa điều chỉnh về quy tắc giao dịch cũng như mô hình hoạt động của các website Thương mại điện tử. Mọi giao dịch được tiến hành một cách tự phát và không có cơ sở pháp lý để giải quyết những tranh chấp phát sinh. Vì vậy, Thông tư được xây dựng nhằm thiết lập những nguyên tắc và chuẩn mực chung cho các webiste Thương mại điện tử, nâng cao tính minh bạch của môi trường giao dịch, đồng thời giúp bảo vệ và cân bằng lợi ích của các bên tham gia.

Nghị định về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số cũng được ban hành sau đó, vào ngày 15/02/2007. Nghị định này quy đinh về chữ ký số và các nội dung cần thiết liên quan đến sử dụng chữ ký số, bao gồm chứng thư số và việc quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số. Đây là những quy định nền tảng để thiết lập một cơ chế đảm bảo an ninh an tòan cũng như độ tin cậy của các giao dịch điện tử, thúc đẩy Thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ hơn.

Ngày 08/03/2007, Nghị định số 35/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng là nghị định thứ ba liên tiếp được ban hành trong năm 2007 nhằm hướng dẫn Luật giao dịch điện tử. Nghị định này tập trung hướng dẫn việc áp dụng Luật Giao dịch điện tử cho các hoạt động ngân hàng cụ thể, đảm bảo những điều kiện cần thiết về môi trường pháp lý để củng cố, phát triển các giao dịch điện tử an toàn và hiệu quả đối với hệ thống ngân 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

Ngày 10/04/2007, Chính phủ ban hành Nghị định số 64/2007/NĐ-CP về ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước. Đây là văn bản hướng dẫn đồng thời Luật giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin với phạm vi rất rộng, bao gồm xây dựng cơ sở ha tầng công nghệ thông tin, đầu tư cho ứng dụng CNTT và hoạt động của cơ quan nhà nước trên môi trường mạng.

1.3. Một số vấn đề trong việc thực thi luật Giao dịch điện tử:

1.3.1. Giá tri pháp lý của chứng từ điên tử trong giao dich thương mai:

Một chu trình thương mại hoàn chỉnh luôn gắn liền với rất nhiều loại chứng từ, bao gồm những chứng từ liên quan đến việc giao kết hợp đồng như chào hàng, chấp nhận chào hàng, phụ lục hợp đồng, cho đến chứng từ phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng như chứng từ vận tải, chứng từ thanh toán, chứng từ bảo hiểm,….Việc triển khai Thương mại điện tử theo một chu trình trọn vẹn sẽ dẫn đến những yêu cầu mới về hình thức cũng như thay đổi lớn trong cách thức quản lý đối với hệ thống chứng từ thương mại này.

Tại Việt Nam hiện nay, cùng với sự phát triển của Thương mại điện tử, chứng từ điện tử đang trở nên khá phổ biến trong giao dịch giữa các đối tác kinh doanh, đặc biệt ở những bước tiến tới việc giao kết hợp đồng. Tuy nhiên, Luật cũng quy định rõ với những tình huống đòi hỏi độ xác thực cao của thông tin chứa trong chứng từ điện tử, các bên cần đặc biệt lưu ý đến những biện pháp kỹ thuật để đảm bảo giá trị pháp lý của chứng từ trong trường hợp xảy ra tranh chấp.

Trong bối cảnh ứng dụng EDI (Electronic Data Interchange – hình thức phổ biến nhất để trao đổi dữ liệu có cấu trúc giữa hệ thống máy tính của các doanh nghiệp) vẫn chưa phổ biến ở Việt Nam và các doanh nghiệp vừa và

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

nhỏ chưa có nhiều kiến thức về vấn đề này, việc giao kết hợp đồng trực tuyến hiện được tiến hành chủ yếu thông qua website của các doanh nghiệp hoặc sàn giao dịch Thương mại điện tử của các nhà cung cấp dịch vụ trung gian. Khác với thư điện tử trao đổi trực tiếp giữa hai bên, chứng từ điện tử được hiển thị hoặc khởi tạo trên website khó xác định các yếu tố cấu thành giá trị pháp lý (như thời điểm hiệu lực, mức độ ràng buộc trách nhiệm của người khởi tạo,…

Vẫn còn rất nhiều vấn đề có thể phát sinh trong quá trình giao kết và thực hiện hợp đồng trên website Thương mại điện tử, đặc biệt trong các giao dịch B2C. Do không có sự tương tác giữa các bên, quá trình giao kết và thực hiện hợp đồng có thể phát sinh một số vấn đề như sau:

Thông tin người mua có được chỉ giới hạn trong phạm vi thông tin người bán cung cấp sẵn trên website, đôi khi không đầy đủ hoặc thiếu chính xác.

Các điều khoản hợp đồng được cung cấp rải rác ở nhiều nơi trên website, hoặc ở nhiều bước trong qua trình giao kết hợp đồng, do đó người mua có thể bỏ sót những điều khoản bất lợi cho mình.

Việc trao đổi chứng từ điện tử giữa người mua và người bán được thực hiện thông qua phương tiện trung gian là Internet, vì thế khó kiểm soát khoảng cách thời gian giữa các bước của quy trình giao kết hợp đồng.

Một số yếu tố cấu thành giá trị pháp lý của đề nghị giao kết hợp đồng và chấp nhận đề nghị hợp đồng trong môi trường truyền thống có thể không phù hợp với hình thức chứng từ 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 việc thực hiện hợp đồng cũng được tiến hành trên môi trường điện tử thì việc phụ thuộc vào yếu tố công nghêk sẽ đặt ra một số rủi ro nhất định mà các bên cần lường trước khi thỏa thuận các điều khỏan của hợp đồng.Như

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

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

vậy, có thể thấy việc hướng dẫn và cung cấp thông tin đầy đủ từ phía người bán đóng vai trò quyết định trong việc phòng ngừa những rủi ro nêu trên. Thông tư về giao kết hợp đồng trên website Thương mại điện tử mà Bộ Công Thương đang tiến hành soạn thảo, quy định rõ trách nhiệm của người bán trong việc cung cấp các điều khoản hợp đồng trên website Thương mại điện tử, thiết lập khung cơ bản cho một quy trình giao kết hợp đồng trên website, và quy định chi tiết một số yếu tố cấu thành nên giá trị pháp lý của chứng từ điện tử trong quá trình giao kết hợp đồng. Nhưng hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ không ý thức được tầm quan trọng của các điều khoản nêu trên trong việc giải quyết các tranh chấp với khách hàng sau này.

1.3.2. Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong Thương mại điện tử

Trong bối cảnh ứng dụng Thương mại điện tử ngày càng phát triển, việc thu thập thông tin khách hàng trên môi trường mạng đang trở thành xu hướng tất yếu trong hoạt động phát triển kinh doanh của doanh nghiệp. Các giao dịch Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp với cá nhân (B2C), các hoạt động thu thập và xử lý dữ liệu, tiếp thị, quản trị quan hệ khách hàng (CRM),… diễn ra ngày càng phổ biến. Những hoạt động này đặt ra nhu cầu lớn về thông tin cá nhân, bao gồm cả những thông tin riêng tư nhất.

Bảng 2.1: Bảo vệ thông tin cá nhân trên các website Thương mại điện tử [1]

Loại hình website	Có		Không	
	Số lượng	%	Số lượng	%

[1] Đề tài Thông tin cá nhân và bảo vệ thông tin cá nhân trong Thương mại điện tử – Vụ Thương mại

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, Bộ Công Thương tháng 5/2007

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

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

C2C	19	19	83	81
B2C	36	24	117	76
Sàn giao dịch B2B	20	57	15	43
Tổng số	75	26	215	74

Như vậy, nhìn vào cơ cấu phân bổ website theo hình thái Thương mại điện tử, có thể thấy những website ở trình độ tổ chức càng cao thì càng quan tâm đến vấn đề này. Các sàn giao dịch B2B – những website Thương mại điện tử ở mức độ chuyên nghiệp nhất – có tỷ lệ xây dựng chính sách bảo vệ dữ liệu, thông tin khách hàng cao nhất (57%). Còn các website Thương mại điện tử B2C và C2C, mặc dù chiếm số lượng áp đảo và có đối tượng phục vụ chủ yếu là cá nhân, lại có tỷ lệ khiêm tốn hơn nhiều trong việc xác định được chính sách bảo vệ thông tin cá nhân cho những người tham gia giao dịch.

Hiện nay có rất nhiều công nghệ tiên tiến như cookies, rệp web, định vị toàn cầu và các cơ sở dữ liệu số hóa cho phép các doanh nghiệp chuyên hoạt động kinh doanh trên Internet có thể tự động thu thập và xử lý thông tin cá nhân một cách dễ dàng. Các nhà quảng cáo trực tuyến cũng luôn hướng tới mục tiêu thu thập, thiết lập, thậm chí kinh doanh các hồ sơ thông tin về người tiêu dùng. Thông tin cá nhân đang trở thành thứ hàng hóa có giá trị cao đối với doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp này có thể mua thông tin cá nhân như địa chỉ email hay địa chỉ nhà từ các công ty quảng cáo trực tuyến nói trên để gửi thư quảng cáo đến người tiêu dùng mà tiết kiệm được rất nhiều chi phí. Họ thực hiện các hành vi quảng cáo nói trên mà không hề biết mình đang vi phạm vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân của khách hàng đã được nêu trong các điều khoản cam kết với khách hàng khi tham gia giao dịch. Có thể vì không phải doanh nghiệp nào cũng tự mình biên soạn các điều khoản nói trên mà hầu hết đều đi góp nhặt từ 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

lớn có uy tín trong lĩnh vực này như Yahoo, Google,…. Và người tiêu dùng cũng khó có thể hình dung hết những nguy cơ thông tin cá nhân của mình bị khai thác bất hợp pháp khi tham gia mua bán trên môi trường mạng.

Các hình thức quảng cáo qua phương tiện điện tử email, tin nhắn, báo điện tử đang ngày càng phổ biến. Ưu điểm của những công cụ này là tốc độ nhanh, chi phí rẻ, khả năng tương tác cao và diện phát tán rộng. Và các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã không bỏ qua cơ hội tiết kiệm được nhiều chi phí này. Tuy nhiên, việc quảng cáo qua tin nhắn và thư điện tử, nếu không được tiến hành một cách bài bản, sẽ gây ra những tác động trái chiều như xâm phạm quyền riêng tư thông tin của người tiêu dùng và làm giảm hiệu suất hoạt động của toàn bộ hệ thống thông tin. Thực tế này đặt ra yêu cầu về một khuân khổ pháp lý cho hoạt động quảng cáo qua các phương tiện điện tử, vừa tạo điều kiện để doanh nghiệp tận dụng các ưu thế của kênh quảng cáo này, vừa bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng trong việc tiếp nhận quảng cáo.

1.3.3. Bản quyền phần mềm

Sản phẩm phần mềm là nền tảng của ứng dụng Thương mại điện tử, do vậy chính sách về bản quyền phần mềm là một nhân tố không thể thiếu nếu muốn xây dựng môi trường cạnh tranh thật sự lành mạnh cho Thương mại điện tử phát triển. Nhưng hiện nay tình trạng sử dụng các phần mềm không có bản quyền là rất phổ biến. Do chưa có kiến thức sâu rộng về lĩnh vực công nghệ thông tin, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng chưa có ý thức về vấn đề bản quyền phần mềm. Rất nhiều doanh nghiệp còn sử dụng những phần mềm thông dụng như Microsoft Window XP hay Microsoft Office mà không có bản quyền hay thậm chí còn không biết là phải mua bản quyền.

Theo ông Vũ Xuân Thành, chánh thanh tra Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cho biết " Việc sử dụng và phân phối bản sao các phần mềm bất hợp pháp

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

trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khiến các doanh nghiệp phải đối mặt với các chế tài nghiêm khắc theo quy định mới của pháp luật và mức phạt tối đa lên tới 500 triệu đồng và việc sử dụng trái phép phần mềm máy tính gây hậu quả nghiêm trọng hoặc giá trị vi phạm từ 50 triệu đồng trở lên sẽ bị truy cứu theo khoản 1 Điều 131 Bộ Luật hình sự.” . Và trong đợt thanh tra đột xuất tình hình vi phạm bản quyền phần mềm tại một số doanh nghiệp đóng trên địa bàn Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh từ ngày 27 đến 30 tháng 5 năm 2008 vừa qua, ông Nguyễn Văn Minh, trưởng đoàn thanh tra, cho biết: “ Chúng tôi đã kiểm tra 200 máy tính tại các đơn vị kinh doanh và ước tính lượng phần mềm vi phạm lên tới hàng tỷ đồng.”[1]

Các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần thay đổi thói quen sử dụng phần mềm không bản quyền của doanh nghiệp mình, tránh để lại những hậu quả nặng nề khi bị các công ty chủ sở hữu phần mềm kiện do vi phạm quyền sở hữu trí tuệ.

2. Mức độ sẵn sàng cho Thương mại điện tử của các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Mức độ sẵn sàng cho Thương mại điện tử của các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể được phản ánh qua tình hình sử dụng máy tính cũng như mạng Internet trong các doanh nghiệp, hay tình hình đào tạo công nghệ thông tin và thương mại điện tử, hạ tầng viễn thông và Internet, mục đích của việc sử dụng Internet trong doanh nghiệp, mức độ xây dựng và sử dụng mạng nội bộ. Có thể những chỉ tiêu này chưa bao quát hết được mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp cho Thương mại điện tử, nhưng nó phần nào phản ánh được năng lực cũng như sự chuẩn bị của doanh nghiệp khi ứng dụng Thương mại điện tử.

2.1. Tình hình sử dụng máy tính trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ

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] Theo báo điện tử Vnexpress ngày 06/06/2008

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

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

Máy tính là thiết bị phần cứng cơ bản cho ứng dụng Công nghệ thông tin và Thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh, do đó các thống kê về máy tính là tiêu chí quan trọng để đánh giá mức độ sẵn sàng cho Thương mại điện tử nhìn từ góc độ hạ tầng kỹ thuật của các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin cho thấy, trong số 1227 doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát thì có tới 104 doanh nghiệp có tỷ lệ sử dụng máy tính dưới 10% [1](chiếm 8.7% tổng số doanh nghiệp được khảo sát). Trong khi đó, cũng kết quả điều tra của Cục Thương mại điện tử cho thấy trung bình mỗi doanh nghiệp (bao gồm cả doanh nghiệp vừa và nhỏ, cả doanh nghiệp lớn) 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[2]. Chỉ 0,3% số doanh nghiệp được khảo sát cho biết chưa được trang bị máy tính. Như vậy qua con số trên chúng ta có thể thấy tỷ lệ 0,3% doanh nghiệp chưa được trang bị máy tính hầu hết nằm ở số doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Phân tích sâu hơn cơ cấu phân bổ máy tính trong các doanh nghiệp thuộc những lĩnh vực hoạt động khác nhau, có thể thấy độ phân tán khá lớn cả về số máy tính trung bình lẫn tỷ lệ máy tính trên đầu người. Ngành dệt may – da giầy, chế biến thực phẩm và ngân hàng – tài chính, nơi tập trung nhiều doanh nghiệp quy mô lớn, là những ngành có số máy tính trung bình trong doanh nghiệp cao nhất. Tuy nhiên, trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì tỷ lệ này chỉ ở mức trung bình từ 11 đến 20 máy trong toàn doanh nghiệp.

Trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ, mức độ phổ cập máy tính chưa cao cũng gây ra những tác động không tốt tới việc ứng dụng Thương mại điện tử vào doanh nghiệp như sẽ không có những thói quen tốt khi sử dụng máy tính và mạng Internet trong xử lý công việc. Như vậy, việc ứng dụng Thương mại

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] Theo tài liệu lưu hành nội bộ của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin.
[2] Theo "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

điện tử sẽ trở nên lúng túng bởi sự thiếu sẵn sàng của doanh nghiệp ngay từ khâu đầu tiên.

2.2. Tình hình đào tạo công nghệ thông tin và Thợơng mại điện tử:

So với năm 2003 và 2004, tình hình đào tạo công nghệ thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp vừa và nhỏ đã có nhiều tiến bộ, xét cả về số lượng doanh nghiệp triển khai đào tạo cũng như tỷ trọng của đào tạo trong cơ cấu đầu tư của doanh nghiệp. Nếu năm 2004 chi phí cho đào tạo chỉ chiếm bình quân 12,3% tổng chi phí công nghệ thông tin của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (tính chung cho ác hạng mục mua sắm phần cứng, cài đặt và duy trì phần mềm, vận hành hệ thống, đào tạo, dịch vụ Thương mại điện tử,…) thì tỷ lệ này trong năm 2007 đã được nâng lên 20,5%. Năm 2004, có đến 28,6% số doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát cho biết không tiến hành bất kỳ hình thức đào tạo công nghệ thông tin nào cho nhân viên, năm 2007 tỷ lệ này còn 17,1%. Có thể thấy doanh nghiệp vừa và nhỏ ngày càng nhận thức rõ vai trò con người trong việc khai thác hiệu quả các ứng dụng công nghệ thông tin – Thương mại điện tử và có sự đầu tư thích đáng cho nhân tố này.

Hình 2.1: Tình hình đào tạo Công nghệ thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp vừa và nhỏ qua các năm [1]

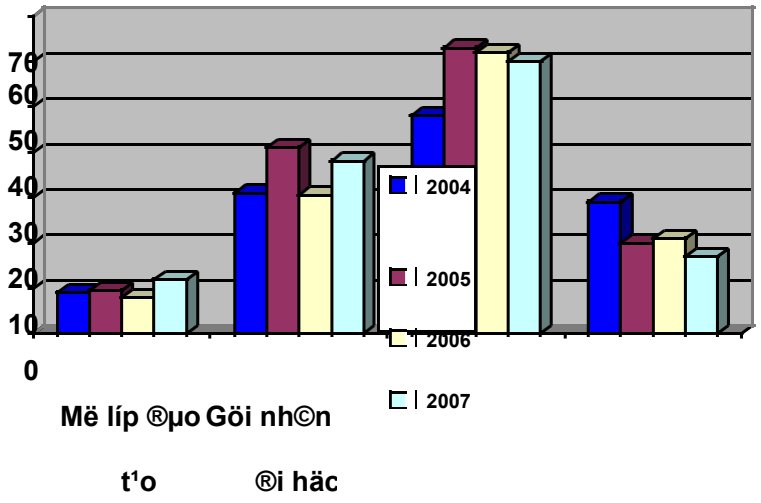
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

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

[1] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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



Với ưu thế tiết kiệm chi phí và đem lại hiệu quả tức thời do gắn liền với yêu cầu công việc của mỗi nhân viên, hình thức đào tạo tại chỗ là một lựa chọn phổ biến của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (theo kết quả điều tra 3 năm liên tiếp từ năm 2005 đến năm 2007, tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng hình thức đào tạo này luôn ở mức trên dưới 60%). Tuy nhiên, số doanh nghiệp kết hợp được một cách bài bản mô hình "vừa học vừa làm" với các phương thức đào tạo khác đang ngày càng gia tăng. So với 9% doanh nghiệp mở lớp đào tạo và 31% doanh nghiệp gửi nhân viên đi tham gia các khóa học ngắn hạn về Công nghệ thông tin năm 2004, con số 12% và 38% của năm 2007 cho thấy một dấu hiệu đáng khích lệ về cu hướng đào tạo chuyên sâu kỹ năng Công nghệ thông tin – Thương mại điện tử cho người lao động trong các doanh nghiệp.

Để phát triển nguồn lực cho công nghệ thông tin và Thương mại điện tử, mấu chốt thành công không chỉ nằm ở khâu đào tạo kỹ năng công nghệ thông tin cho người lao động, mà còn thể hiện ở khả năng và điều kiện để họ thực hành, ứng dụng những kỹ năng đó trong công việc hàng ngày.

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

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

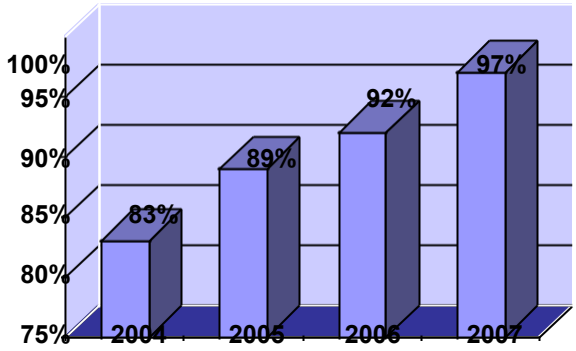
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

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

2.3. Hạ tầng viễn thông và Internet

Nếu máy tính là thiết bị phần cứng cơ bản, thì Internet là môi trường thiết yếu cho ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp. Do đó chỉ tiêu kết nối Internet sẽ phản ánh một khía cạnh quan tọng của mức độ sẵn sàng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho Thương mại điện tử.

Hình 2.2: Mức độ tiếp cận Internet của doang nghiệp vừa và nhỏ qua các năm[1]



97% doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc diện điều tra năm nay cho biết đã kết nối Internet, so với tỷ lệ 83% của ba năm trước và 92% của năm 2006. Trong số 3% doanh nghiệp chưa tiếp cận với Internet, một nửa cho biết đang lên kế hoạch kết nối vào năm 2008.

Có rất nhiều hình thức kết nối Internet như quay số, kết nối băng thông rộng ADSL hay thuê đường truyền riêng, nhưng chiếm ưu thế hơn cả là hình thức kết nối Internet băng thông rộng ADSL do chi phí rẻ, việc lắp đặt đơn giản và các gói dịch vụ đa dạng. Những ưu điểm này đặc biệt thích hợp với các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, khi nhu cầu sử dụng Internet còn tương đối đơn giản, không đòi hỏi dung lượng đường truyền lớn nhưng khi doanh nghiệp đã phát triển đến mức độ nhất định thì cũng vẫn có thể 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

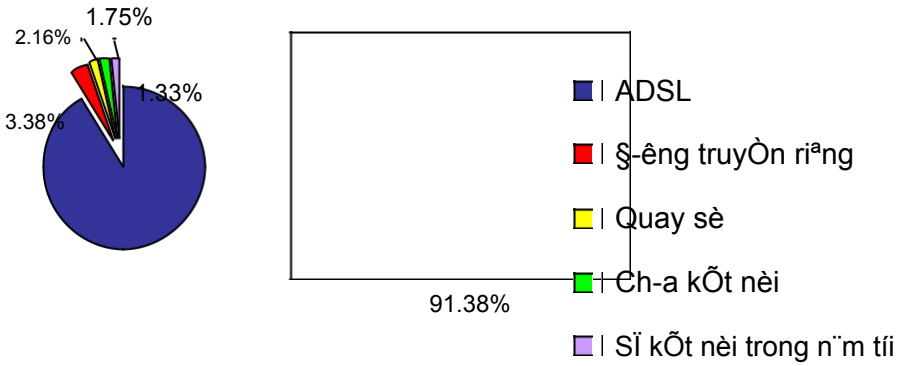
[1] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2007" – Bộ Công Thương.

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

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

hình thức truy cập này mà vẫn tiết kiệm được tối đa chi phí do chất lượng dịch vụ này ngày càng tăng theo sự phát triển của công nghệ thông tin.

Hình 2.3: Hình thức truy cập Internet của doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2007[1]



Theo khảo sát chung của Cục Thương mại điện tử thì trong nhóm doanh nghiệp chưa kết nối Internet nói chung, 81% là các doanh nghiệp nhỏ với quy mô trung bình 12 lao động/ đơn vị. Con số này cho thấy nỗ lực phổ cập Internet trong thời gian tới cần tập trung vào đối tượng doanh nghiệp nhỏ, bằng việc nâng cao nhận thức doanh nghiệp về hiệu quả ứng dụng Internet đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị mình.

2.4. Hiệu quả của việc sử dụng Internet trong doanh nghiệp

Theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin, có 89,9% doanh nghiệp vừa và nhỏ đã sử dụng Internet để tìm kiếm thông tin về đối tác, về thị trường và về sản phẩm, 79.2% doanh nghiệp giao dịch với đối tác bằng thư điện tử. Về mục đích sử dụng Internet, kết quả điều tra cho thấy ngoài tính năng cơ bản là tìm kiếm thông tin và trao đổi thư điện tử, các tiện ích khác của Internet cũng ngày càng được doanh nghiệp vừa và nhỏ quan tâm khai thác. 48.08% doanh nghiệp bắt đầu tận dụng Internet như một kênh hỗ trợ trong quá trình mua bán hàng hóa dịch vụ và 49.3% dùng để duy trì,

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] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

cập nhất website. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng các tính năng của Internet đều tăng so với năm 2006 cho thấy sự tiến bộ trong việc khai thác toàn diện những lợi thế mà Internet mang lại, đồng nghĩa với năng lực ứng dụng công nghệ thông tin và Thương mại điện tử của doanh nghiệp vừa và nhỏ đã được nâng cao hơn.

Bảng 2.2: Mục đích sử dụng Internet trong doanh nghiệp nói chung[1]

	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	Doanh nghiệp nói chung
Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet cho các mục đích	89,9%	89,5%
Tìm kiếm thông tin	79.2%	80,3%
Trao đổi thư điện tử	67.6%	68,3%
Truyền nhận dữ liệu	48.08%	46,7%
Mua bán hàng hóa dịch vụ	49.3%	38,1%
Duy trì và cập nhật website	26.9%	30,6%
Liên lạc với cơ quan nhà nước		

Theo b¶ng trªn ta thÊy môc ®Ých sö dông Internet cña c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá so víi c¸c doanh nghiÖp nãi chung kh«ng cã sù kh¸c biÖt lín. §iÒu nµy chøng tá c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá ë ViÖt Nam hiÖn nay ®· b¾t nhÞp ®-îc víi xu thÕ ph¸t triÓn chung cña c¶ n-íc. Víi viÖc khai th¸c tèt h¬n thÕ m¹nh tæng hîp cña Internet, doanh nghiÖp võa vµ nhá ®· ®¸nh gi¸ cao hiÖu qu¶ mµ 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

mang l¹i cho ho¹t ®éng s¶n xuÊt kinh doanh cña m×nh. Nh-ng c¸c doanh nghiÖp nµy gÆp kh«ng Ýt trë ng¹i ®èi víi viÖc sñ dông Internet nh-

[1] Theo "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

an toµn b¶o mËt, chÊt l-îng dÞch vô Internet, hay chi phÝ qu¸ tèn kÐm ®èi víi c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá, hiÖu qu¶ sö dông Internet ch-a râ rÖt. §Æc biÖt trong lÜnh vùc b¶o mËt, doanh nghiÖp cÇn cã nhËn thøc râ rµng vÒ tÇm quan träng cña vÊn ®Ò nµy khi øng dông Internet trong ho¹t ®éng kinh doanh s¶n xuÊt cña m×nh.

2.5. X©y dùng vµ sö dông m¹ng néi bé

Ngoµi c¸c chØ tiªu m¸y tÝnh vµ kÕt nèi Internet, mét chØ tiªu n÷a ®Ó ®¸nh gi¸ møc ®é s½n sµng c«ng nghÖ cña c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá cho Th-¬ng m¹i ®iÖn tö lµ viÖc sö dông m¹ng néi bé. XÐt mèi t-¬ng quan chÆt chÏ gi÷a n¨ng lùc øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö víi tr×nh ®é tin häc hãa troang néi bé doanh nghiÖp, tû lÖ nµy cho thÊy møc ®é s½n sµng øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö cña doanh nghiÖp ngµy cµng ®-îc c¶i thiÖn. Theo kh¶o s¸t cña Côc Th-¬ng m¹i ®iÖn tö – C«ng nghÖ th«ng tin th× cã gÇn 82% trong sè c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá sö dông m¹ng néi bé LAN vµ chØ cã ch-a ®Õn 2% doanh nghiÖp sö dông m¹ng WAN, h¬n 5% daonh nghiÖp sö dông Intranet vµ mét sè rÊt Ýt doanh nghiÖp sö dông m¹ng Extranet[1]. C¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá míi chØ øng dông c¸c m¹ng néi bé ®¬n gi¶n nh- m¹ng LAN, cßn c¸c m¹ng Intranet vµ Extranet vÉn cßn lµ c«ng nghÖ míi vÝ nhiÒu doanh nghiÖp ViÖt Nam vµ hiÖn míi chØ ®-îc øng dông t¹i c¸c doanh nghiÖp, tËp ®oµn lín.

3. Møc ®é triÓn khai øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trong doanh nghiÖp võa vµ nhá

3.1. Tæng quan:

Víi møc ®é s½n sµng ngµy cµng ®-îc c¶i thiÖn trªn c¶ hai khÝa c¹nh c«ng nghÖ vµ nguån nh©n lùc, øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trong doanh nghiÖp còng ngµy cµng ®-îc më réng.

[1] Theo tài liệu lưu hành nội bộ của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin (thuộc 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

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

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

NÕu hiÓu Th-¬ng m¹i ®iÖn tö lµ viÖc ønng dông c¸c ph-¬ng tiÖn ®iÖn tö ®Ó tiÕn hµnh ho¹t ®éng th-¬ng m¹i, th× doanh nghiÖp võa vµ nhá cã thÓ triÓn khai Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trªn nhiÒu cÊp ®é, tõ sö dông email ®Ó giao dÞchvíi ®èi t¸c, giao kÕt hîp ®ång th«ng qua ®iÖn tho¹i, fax, email, cho ®Õn x©y dùng website riªng cña m×nh hoÆc tham gia c¸c sµn giao dÞch Th-¬ng m¹i ®iÖn tö.

MÆc dï tû lÖ ®¬n vÞ chÊp nhËn ®Æt hµng b»ng ph-¬ng tiÖn ®iÖn tö n¨m nay kh«ng cã nhiÒu thay ®æi so víi n¨m 2006, t-¬ng quan gi÷a c¸c ph-¬ng tiÖn ®-îc sö dông ®· cã sù chuyÓn biÕn kh¸ râ rÖt. Bªn c¹nh nh÷ng ph-¬ng tiÖn truyÒn thèng nh- fax vµ ®iÖn tho¹i, th- ®iÖn tö víi website ®ang ngµy cµng trë nªn phæ biÕn trong giao dÞch gi÷a c¸c ®èi t¸c kinh doanh. §Æc biÖt, th- ®iÖn tö ®ang dÇn thay thÕ fax vµ v-¬n lªn vÞ trÝ thø hai (sau ®iÖn tho¹i) trong c¸c ph-¬ng tiÖn ®iÖn tö ®-îc sö dông nhiÒu nhÊt, víi gÇn 65% doanh nghiÖp ®-îc kh¶o s¸t cho biÕt " nhËn ®Æt hµng qua th- ®iÖn tö" , t¨ng h¬n 5% so víi tû lÖ 59,4% cña n¨m 2006. C¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá ®ang ph¸t triÓn Th-¬ng m¹i ®iÖn tö theo chiÒu s©u b»ng c¸ch tiÕn hµnh c¸c dù ¸n hoÆc kÕ ho¹ch x©y dùng website, tham gia sµn giao dÞch ®iÖn tö, n©ng cÊp hoÆc t¨ng c-êng an ninh cho hÖ thèng Th-¬ng m¹i ®iÖn tö hiÖn hµnh, tin häc hãa c¸c quy tr×nh kinh doanh tõ trong néi bé doanh nghiÖp,….

3.2. Nguồn nhân lực cho Thơương mại điện tử:

Một yếu tố nữa phản ánh mức độ triển khai Thương mại điện tử ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ là việc đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực cho Thương mại điện tử. Theo số liệu điều tra, 56.5% doanh nghiệp vừa và nhỏ cho biết có bố trí cán bộ chuyên trách về Thương mại điện tử[1], với mức trung bình là 2,7 người trong một doanh nghiệp, gần gấp đôi số 1,5 người của năm 2006. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về Thương mại điện tử không chuyển biến nhiều trong 3 năm gần đây, cho thấy việc tăng 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

[1] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

cán bộ trung bình trên một đơn vị là kết quả của sự tăng cường đầu tư trong những doanh nghiệp đã triển khai ứng dụng Thương mại điện tử từ những năm trước. Việc gia tăng nguồn lực này là dấu hiệu cho thấy các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã bắt đầu đánh giá đúng tầm quan trọng cũng như hiệu quả mà Thương mại điện tử đem lại cho hoạt động sản xuất của đơn vị mình .

3.3. Ứng dụng Thợơng mại điện tử trong quản trị doanh nghiệp:

Ứng dụng Thương mại điện tử trong công tác quản trị doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang dần đi vào chiều sâu, khi các phần mềm tác nghiệp được sử dụng trở nên ngày càng đa dạng. Bên cạnh phần mềm tài chính kế toán vẫn tiếp tục duy trì vị trí là phần mềm thông dụng nhất (với gần 80% doanh nghiệp được khảo sát cho biết đã triển khai), các phần mềm quản lý kho, quản lý khách hàng, quản lý nhân sự,…cũng trở nên ngày càng phổ biến với tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng tăng đều qua các năm. Phần mềm có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất là những phần mềm: quản lý nhân sự, quản lý cung ứng (SCM) và lập kế hoạch nguồn lực (ERP). Sau đây là một ví dụ về hiệu quả ứng dụng ERP tại một doanh nghiệp điển hình.

Với tham vọng trở thành chuỗi siêu thị bán lẻ thiết bị số chuyên nghiệp và lớn nhất Việt Nam, công ty Cổ phần Thế giới số Trần Anh đã lựa chọn hướng cạnh tranh bằng công nghệ quản lý. Xu hướng cạnh tranh tất yếu giữa các siêu thị không còn là cạnh tranh về giá, phân phối hay nguồn hàng chất lượng mà là công nghệ quản lý. Công nghệ quản lý sẽ mang lại cho siêu thị phong cách văn minh trong mua bán và chuyên nghiệp trong phục vụ. Hơn thế nữa, công nghệ quản lý còn giúp các nhà kinh doanh bán lẻ đẩy nhanh vòng quay của vốn và gia tăng độ chính xác đối với các quyết định cung ứng, phân phối hàng hóa, dịch vụ. Hiện tại, lợi nhuận của các đơn vị ngành kinh doanh bán lẻ thường chỉ đạt khoảng 5%. Nhưng nhờ ứng dụng hệ thống ERP giúp hiệu suất quay vòng đồng vốn nhanh, nên lợi nhuận của Trần Anh có thể

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 thêm từ 3-5%. Đây là giá trị không hề nhỏ đối với 1 siêu thị bán lẻ như Trần Anh, vì từ giá trị này Trần Anh giảm được áp lực của việc đi vay vốn, tạo nên thế mạnh cạnh tranh. Cũng nhờ ứng dụng ERP, bất cứ khi nào Trần Anh cũng chủ động được việc cung ứng, phân phối hàng hóa. Đồng thời giảm được nhiều thiệt hại như: giảm chi phí bảo hành bị tăng thêm đối với hàng tồn, giảm lượng hàng nhập dư, chỉ cần nhập đủ để tận dụng đồng vốn; chủ động chia sẻ nguồn hàng dự trữ giữa các điểm bán hàng ngay khi một điểm nào đó trong chuỗi siêu thị bị thiếu hàng; giảm sai lệch trong hoạch toán; nhân sự cho mỗi khâu cũng giảm khoảng 20%.

3.4. Tham gia sàn giao dịch Thọơng mại điện tử:

Giao dịch Thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay chủ yếu được thực hiện thông qua các sàn giao dịch Thương mại điện tử B2B tổ chức theo hình thức cổng thông tin về cơ hội giao thương hoặc trung tâm thương mại. Thông qua những sàn Thương mại điện tử này, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể tìm hiểu thông tin về đối tác tiềm năng và giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của mình ra thị trường.

Trong bối cảnh nguồn nhân lực Thương mại điện tử của các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn ít và nguồn tài chính còn khiêm tốn, tham gia sàn giao dịch Thương mại điện tử (e-marketplace) là một giải pháp mang tính chiến lược và đem lại hiệu quả cao. Theo kết quả khảo sát thì 59,2% doanh nghiệp tham gia sàn giao dịch có cán bộ chuyên trách về Thương mại điện tử. Điều này minh chứng mối quan hệ giữa việc bố trí nguồn nhân lực và hiệu quả triển khai ứng dụng Thương mại điện tử. Doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về Thương mại điện tử sẽ lựa chọn các phương thức ứng dụng Thương mại điện tử bài bản và hiệu quả hơn những doanh nghiệp chưa bố trí được nhân sự cho hoạt động 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

Ngoài sàn giao dịch Thương mại điện tử B2B, còn có sàn Thương mại điện tử hỗ trợ giao dịch doanh nghiệp với người tiêu dùng B2C. Phần lớn các sàn B2C hoạt động theo dạng cửa hàng trực tuyến kinh doanh tổng hợp nhiều mặt hàng, trong đó chủ yếu là các mặt hàng có độ tiêu chuẩn hóa cao như hàng điện tử, thiết bị điện, đồ gia dụng, sách báo, văn phòng phẩm,… Với mô hình kinh doanh và chiến lược quảng bá bài bản, nhiều sàn thương mại điện tử B2C bắt đầu tạo nguồn doanh thu ổn định cho doanh nghiệp.

Số lượng và chất lượng các website kinh doanh là một trong những tiêu chí quan trọng giúp đánh giá mức độ phát triển Thương mại điện tử tại Việt Nam. Khi việc kết nối hệ thống giữa các đối tác chiến lược để trao đổi dữ liệu điện tử còn chưa phát triển, thì các webiste là kênh phổ biến nhất để doanh nghiệp vừa và nhỏ quảng bá sản phẩm, xúc tiến dịch vụ và tiến hành giao dịch Thương mại điện tử theo cả hình thức B2B và B2C. Do vậy, nếu một doanh nghiệp vừa và nhỏ xây dựng và duy trì được một website hiệu quả để phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị mình, điều nay đã nói lên một trình độ nhất định về triển khai ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp đó.

Hình 2.4: Tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ có webiste năm 2007[1]

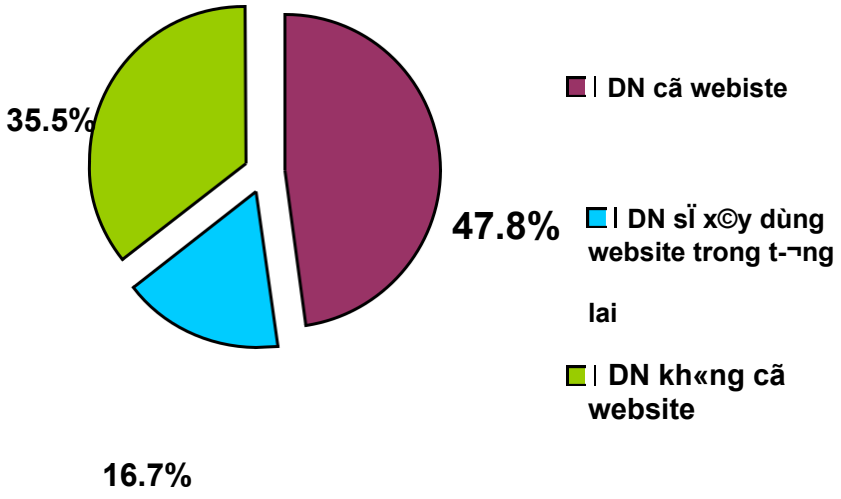
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

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

[1] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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



Các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã và đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc thiết lập một website riêng dành cho doanh nghiệp mình. Nguyên nhân khiến tỷ lệ số doanh nghiệp chưa có website vẫn cao như vậy là do thiếu nguồn nhân lực về Thương mại điện tử cũng như cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, và đặc biệt là sự nhận thức của chủ doanh nghiệp về tầm quan trọng, tính hiệu quả của việc triển khai website cho doanh nghiệp mình.

Nhưng các doanh nghiệp thiết lập website thôi chưa đủ mà còn phải coi trọng việc rà soát, cập nhật thông tin trên website là một công việc quan trọng và cần được tiến hành hàng ngày. So với điều tra năm 2005 thì kết quả khảo sát năm 2007 cho thấy một bước tiến vượt bậc về nhận thức cũng như phương pháp triển khai Thương mại điện tử. Doanh nghiệp vừa và nhỏ đã nhìn nhận đúng mức hơn vai trò của website như một kênh giao tiếp và tương tác thường xuyên với khách hàng, từ đó đầu tư thỏa đáng hơn cả về nguồn lực cũng như thời gian để nâng cao hiệu quả hoạt động cho ứng dụng Thương mại điện tử.

3.5. Các dịch vụ hỗ trợ trong Thoịơng 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

Một trong những nhân tố quyết định sự phát triển của ứng dụng Thương mại điện tử trên quy mô rộng là các dịch vụ hỗ trợ như thanh toán, vận tải

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

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

giao nhận,… Việc chuyên môn hóa từng khâu của quy trình giao dịch sẽ giúp tiết kiệm nguồn lực cho các bên tham gia, đồng thời nâng cao hiệu quả của toàn bộ quy trình. Kinh nghiệm thế giới cho thấy, Thương mại điện tử chỉ có thể phát triển nhanh và mạng trên nền tảng các dịch vụ hỗ trợ được tổ chức tốt, có tính chuyên nghiệp cao. Tuy nhiên đây hiện vẫn là một trong những điểm yếu của môi trường Thương mại điện tử ở Việt Nam.

Trong các dịch vụ hỗ trợ Thương mại điện tử, dịch vụ giao nhận có vai trò quan trọng, nhất là đối với giao dịch B2C và C2C. Đa phần các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn lựa chọn phương thức "người mua đến nhận hàng tại các đại lý" hoặc sử dụng đội ngũ nhân viên của chính doanh nghiệp để giao hàng (với tỷ lệ trên 50%). Đây là hai phương thức giao nhận khá thủ công, không tận dụng được ưu thế của Thương mại điện tử là xóa bỏ các ranh giới địa lý cũng như tiết kiệm nguồn lực cho doanh nghiệp. Những phương thức này chỉ có thể là giải pháp tạm thời ở giai đoạn phát triển ban đầu của Thương mại điện tử, và xu thế tất yếu sẽ phải giảm dần vai trò khi các ứng dụng Thương mại điện tử tiến đến mức độ chuyên nghiệp hơn.

Với các đơn đặt hàng điện tử, tùy theo loại hình hàng hóa mà doanh nghiệp có thể giao hàng trực tuyến, lấy hàng từ đại lý, sử dụng dịch vụ giao nhận hoặc chuyển hàng qua bưu điện. Việc sử dụng đội ngũ giao hàng của chính các doanh nghiệp vừa và nhỏ chỉ phù hợp với những đơn đặt hàng trong pham vi lân cận doanh nghiệp, còn giao hàng trong phạm vi tỉnh thành và toàn quốc thì các doanh nghiệp phải sử dụng dịch vụ bưu điện để giao hàng như GNN, Tín Thành, Netco,…Như vậy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể tiết kiệm chi phí hình thành đội ngũ giao nhận hàng mà vẫn đảm bảo chất lượng giao hàng chuyên nghiệp.

4. **Hiệu quả ứng dụng Thợơng mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ**

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 hiệu quả ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp, chúng ta dựa trên 3 chỉ tiêu:

Tỷ trọng đầu tư cho Thương mại điện tử trên tổng chi phí hoạt động hàng năm

Tỷ trọng của doanh thu từ các đơn đặt hàng sử dụng phương tiện điện tử trong tổng doanh thu

Đánh giá tác động của ứng dụng Thương mại điện tử đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

4.1. Đầu tợ cho Thợơng mại điện tử của doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Do nhận thức chưa cao về tầm quan trọng và tính hiệu quả của việc ứng dụng Thương mại điện tử, nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn chưa có những đầu tư thỏa đáng để triển khai Thương mại điện tử. Khoảng 50% doanh nghiệp được khảo sát thì họ dành dưới 5% tổng chi phí hoạt động thường niên cho các ứng dụng Công nghệ thông tin và Thương mại điện tử, trên 36% doanh nghiệp có tỷ lệ đầu tư từ 5% đến 15% và gần 14% doanh nghiệp có tỷ lệ đầu tư trên 15%. Trong hai năm 2006-2007, tỷ trọng đầu tư công nghệ thông tin và Thương mại điện tử đang có xu hướng chuyển dịch về mức 5% - 15% là mức trung bình của khu vực.

Không chỉ tăng về tỷ trọng, cơ cấu đầu tư Thương mại điện tử trong doanh nghiệp vừa và nhỏ thời gian qua cũng có những bước cải thiện đáng kể. Đầu tư cho phần mềm và đào tạo ngày càng chiếm vị trí quan trọng, với tỷ lệ kết hợp đạt

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 40% tổng đầu tư cho công nghệ thông tin và Thương mại điện tử của doanh nghiệp.

Hạ tầng cho ứng dụng Thương mại điện tử tại các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ hiện nay tương đối ổn định. Nếu trong những năm đầu 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 vừa và nhỏ đẩy mạnh đầu tư trang thiết bị công nghệ thông tin để bước đầu tiếp cận với Thương mại điện tử thì bây giờ là lúc doanh nghiệp bắt tay vào khai thác các dứng dụng trên nền thiết bị phần cứng này. Tỷ trọng chi phí đào tạo cũng tăng gấp rưỡi trong vòng 2 năm trở lại đây cho thấy doanh nghiệp đã nhận thúc rõ vai trò quyết đinh của yếu tố con người trong bài toán chung về hiệu quả đầu tư Thương mại điện tử. Đây là một bước tiến lớn cả về tư duy quản lý cũng như cách tiếp cận của doanh nghiệp đối với vấn đề triển khai ứng dụng Thương mại điện tử nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Nhưng các doanh nghiệp vẫn chưa chú trọng đúng mức tới đầu tư cho phần mềm. Đặc biệt là vấn đề bản quyền của các phần mềm được sử dụng trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay. Trong các doanh nghiệp, phần mềm hầu như không thay đổi, chúng không được nâng cấp theo sự phát triển của công nghệ. Điều này cho thấy vai trò của phần mềm và giải pháp Thương mại điện tử chưa được đầu tư hợp lý.

4.2. Doanh thu từ Thoịơng mại điện tử của doanh nghiệp vừa và nhỏ

Nguyên nhân lớn nhất khiến cho tỷ trọng đầu tư vào Thương mại điện tử tăng lên như vậy là do hiệu quả đầu tư đã được phản ánh rõ qua mức đóng góp thực tế của ứng dụng Thương mại điện tử đối với doanh thu.

Tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ ít chịu tác động của Thương mại điện tử (đánh giá mức độ đóng góp Thương mại điện tử vào doanh thu dưới 5%) đã giảm mạnh từ 63,5% trong năm 2005 xuống còn 27,6% vào năm 2007. Như vậy, tỷ trọng doanh thu từ Thương mại điện tử đang chuyển dịch về ngưỡng trên dưới 15% và sự chuyển dịch này diễn ra với tốc độ nhanh hơn nhiều so với các điều chỉnh tương ứng về nguồn vốn đầu tư cho Thương mại điện tử. Các doanh nghiệp đánh giá lạc quan về tác động của Thương mại điện tử trong thời gian tới, đặc biệt doanh thu từ các đơn hàng sử dụng phương tiện

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

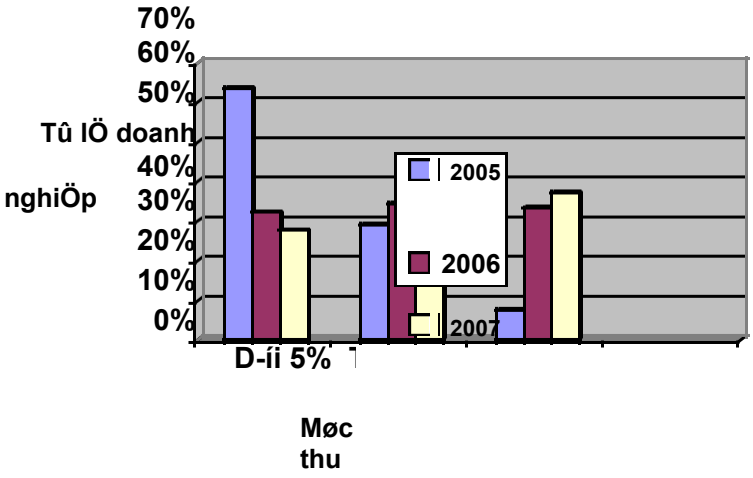
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

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

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

điện tử sẽ tăng. Cách nhìn nhận này đã thay đổi rất nhiều so với 2 năm trước và cho thấy triển vọng ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp đang ngày càng sáng sủa.

Hình 2.5: Chuyển biến trong doanh thu từ ứng dụng Thương mại điện tử qua các năm[1]



Nhưng để xét đến tính hiệu quả của việc triển khai ứng dụng Thương mại điện tử thì chúng ta cần xem xét đến mối tương quan giữa đầu tư và doanh thu của Thương mại điện tử. Theo khảo sát cho thấy những doanh nghiệp có tỷ trọng đầu tư cho Thương mại điện tử dưới 5% thì doanh thu chỉ bằng hơn một nửa số chi phí bỏ ra, nhưng những doanh nghiệp có tỷ trọng đầu tư cho Thương mại điện tử trên 15% thì lại có doanh thu rất cao, gần gấp 3 lần so với chi phí. Chính vì vậy mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần có những quyết định đầu tư sáng suốt để không lãng phí khi đầu tư nửa vời mà không đem lại kết quả khả quan. Các doanh nghiệp phải thực sự sẵn sàng về cả mặt nhận thức cũng như cơ sở hạ tầng, công nghệ thông tin cho Thương mại điện tử thì khi đó hãy triển khai, để đảm bảo các khoản đầu tư của mình thu về hiệu quả cao hơn so với chi phí bỏ ra cho hoạt động ứng dụng Thương 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

[1] Theo "Báo cáo Thương mại điện tử 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

4.3. Tác động của Thợơng mại điện tử tới hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Kết quả điều tra về mối tương quan giữa đầu tư với doanh thu Thương mại điện tử đã cho thấy hiệu suất doanh thu cao mà ứng dụng Thương mại điện tử đem lại. Tuy nhiên, tỷ lệ đóng góp cho doanh thu mới chỉ là một trong những tác động của Thương mại điện tử đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngoài yếu tố định lượng này, còn rất nhiều yếu tố định tính khác để đánh giá hiệu quả ứng dụng Thương mại điện tử. Bộ Công thương đã tiến hành điều tra về đánh giá của doanh nghiệp đối với sáu chỉ tiêu tác động là:

Mở rộng kênh tiếp xúc với khách hàng hiện có thông qua các phương tiện điện tử như email hay các công cụ quản lý mối quan hệ khách hàng CRM (Customer relationship management). Theo số liệu khảo sát của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin thì có 32.76% doanh nghiệp vừa và nhỏ có sử dụng công cụ quản lý mối quan hệ khách hàng CRM. Điều đó chứng tỏ các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng đã bước đầu sử dụng hiệu quả những công cụ trong Thương mại điện tử.

Thu hút khách hàng mới nhờ các kênh quảng cáo trực tuyến hoặc có thể ngay tại website của doanh nghiệp. Các kênh quảng cáo trực tuyến được đánh giá là hiệu quả và nổi tiếng như Google, Yahoo chiếm đa phần trong các hình thức quảng cáo mà doanh nghiệp lựa chọn. Trong số 1227 doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát thì có tới 1070 doanh nghiệp lựa chọn dịch vụ quảng cáo của Google, điều này cho chúng ta thấy những lợi ích mà quảng cáo trực tuyến nói chung và chương trình quảng cáo trực tuyến của Google nói riêng đã đem lại cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất nhiều lợi ích. Ngoài ra, có

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

620 doanh nghiệp trong số đó sử dụng dịch vụ quảng cáo của Yahoo, và chỉ có 32 doanh nghiệp sử dụng dịch vụ quảng cáo khác.[1]

Xây dựng hình ảnh cho doanh nghiệp cũng là một tiêu chí để đánh giá hiệu quả ứng dụng Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nếu các doanh nghiệp chỉ xây dựng website với mục đích trao đổi sản phẩm và thông tin mà bỏ qua mất nhiệm vụ xây dựng hình ảnh cho doanh nghiệp thì những thành tựu mà đơn vị đó đạt được sẽ không lâu dài và không đạt được hiệu quả tối ưu.

Doanh số là một chỉ tiêu thể hiện rõ rất việc doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử có hiệu quả hay không? Theo số liệu khảo sát của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin thì có 52.8% doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng doanh thu sau khi ứng dụng Thương mại điện tử. Trong khi đó, chỉ có 2.7% doanh nghiệp bị giảm doanh thu sau khi ứng dụng, con số này cho thấy, các doanh nghiệp đã và đang triển khai ứng dụng biến Thương mại điện tử thành một công cụ hữu ích để tăng doanh số cũng như xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp mình.

Tăng lợi nhuận và hiệu quả hoạt động. Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng doanh thu của mình thì chiếm hơn 50% doanh nghiệp được khảo sát nhưng doanh nghiệp tăng lợi nhuận thì lại chỉ chiếm hơn 12% số doanh nghiệp[2]. Con số này thể hiện việc tăng doanh thu từ những hoạt động Thương mại điện tử thì dễ chứ để tăng lợi nhuận hay nói cách khác là để ứng dụng Thương mại điện tử 1 cách hiệu quả nhất thì không phải doanh nghiệp nào cũng làm được.

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 chi phí kinh doanh là một ưu điểm nổi trội của Thương mại điện tử đem lại cho các doanh nghiệp ứng dụng. Bước đầu, hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ ứng dụng Thương mại điện tử là do lợi thế này, do các

[1] Theo tài liệu lưu hành nội bộ của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin (thuộc Bộ Công Thương)
[2] Theo tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

doanh nghiệp tiết kiệm được khá nhiều chi phí, như chi phí kinh doanh, chi phí giao dịch hay ký kết hợp đồng.

Tăng khả năng cạnh tranh. Đây là một lợi thế mà khi các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã ứng dụng Thương mại điện tử đạt được một thành quả nhất định. Nhưng mới chỉ có 15.24 % doanh nghiệp đạt được ưu thế này trong quá trình ứng dụng (Theo số liệu thống kê của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin năm 2007). Điều này phản ánh việc các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa ứng dụng Thương mại điện tử một cách triệt để và chưa khai thác hết được lợi thế mà Thương mại điện tử đem lại.

5. Một số lĩnh vực áp dụng Thương mại điện tử nổi bật

Năm 2007, tình hình ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp nói chung đã có nhiều tiến bộ so với những năm trước. Tuy nhiên, tốc độ chuyển biến và mức độ ứng dụng giữa các ngành, các lĩnh vực khác nhau không đồng nhất. Do đặc thù của ngành nghề kinh doanh, một số ngành triển khai ứng dụng Thương mại điện tử nhanh và mạnh hơn các ngành khác, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ. Theo số liệu của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin năm 2007, trong số 783 doanh nghiệp vừa và nhỏ được khảo sát thì có 91 doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa tổng hợp (Siêu thị điện tử),

92 doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm cơ khí máy móc, 116 doanh nghiệp kinh doanh thiết bị điện tử và viễn thông, 90 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, còn hầu hết các lĩnh vực kinh doanh khác như nông lâm thủy sản, sách, văn hóa phẩm, quà tặng hay hàng thủ công mỹ nghệ thì xấp xỉ 50 doanh nghiệp tham gia kinh doanh. Theo kết quả điều tra cho thấy dịch vụ du lịch và bán lẻ là hai lĩnh vực nổi bật với nhiều chuyển biến cũng như thành tựu đáng ghi nhận về

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

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

ứng dụng Thương mại điện tử trong năm 2007. Nhưng không thể không kể đến những thành tựu mà các doanh nghiệp trong ngành xuất nhập khẩu đạt được khi tham gia Thương 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

5.1. Lĩnh vực du lịch

Lĩnh vực kinh doanh dịch vụ đòi hỏi cao về hàm lượng thông tin và mức độ tương tác giữa khách hàng và nhà cung cấp rất thích hợp cho môi trường Thương mại điện tử. Cùng với tốc độ tăng trưởng nhanh của thị trường dịch vụ tại Việt Nam, các sản phẩm dịch vụ ngày càng xuất hiện nhiều hơn trên mạng.

So sánh với doanh nghiệp ở các ngành dịch vụ khác, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch tỏ ra năng động hơn cả trong việc khai thác ứng dụng Thương mại điện tử. Hỗu hết những doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, đặc biệt là dịch vụ lữ hành quốc tế, đã xây dựng trang web nhằm quảng bá sản phẩm của mình. Các tiện ích trên website được cung cấp ở nhiều cấp độ khác nhau. Một số trang web cho phép khách du lịch đặt vé, đưa ra yêu cầu về lộ trình, thỏa thuận giá cả, lựa chọn khách sạn và thụ hưởng một số dịch vụ giá trị gia tăng. Nhiều website đã chấp nhận thanh toán qua thẻ tín dụng. Năm 2007 đánh dấu mốc phát triển mới của ứng dụng Thương mại điện tử trong ngành du lịch với sự phát triển đồng loạt dịch vụ vé máy bay điện tử tại hai hãng hàng không lớn nhất Việt Nam là Vietnam Airlines và Pacific Airlines.

Một ví dụ điển hình trong ngành du lịch áp dụng Thương mại điện tử là công ty du lịch Vietravel. Tháng 3/2007, Công ty Du lịch và Tiếp thị giao thông vận tải Vietravel chính thức đưa vào vận hành Hệ thống bán Tour du lịch và tham khảo thông tin du lịch trực tuyến qua trang web http://www.travel.com.vn. Khi truy cập vào website, du khách dễ dàng tìm kiếm được tất cả những chương trình tour mới, dịch vụ hàng không, tàu hỏa, phương tiện vận chuyển cho thuê, khách sạn, resort, nhà hàng, các dịch vụ giải trí khác,….Hiện công ty có hơn 1.500 tour du lịch chào bán, trong đó hơn 1.000 tour quốc tế. Không chỉ nhằm thỏa mãn nhu cầu của du khách trong

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

nước, du khách Việt kiều và người nước ngoài cũng có thể đặt mua tour ngay tại các nước mà không cần đến trụ sở và chi nhánh của Vietravel. Du khách sẽ tự do chọn chương trình tham quan yêu thích và gửi xác nhận đăng kí toir theo hướng dẫn trên trang web là có thể an tâm với một chuyến di đã được chuẩn bị từ doanh nghiệp này. Khi triển khai dịch vụ trực tuyến trên website (E-tour), Vietravel không làm việc độc lập mà liên kết với một hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ trong nước và quốc tế. Thông qua hệ thống E-tour, Vietravel sẽ nhanh chóng đưa các sản phẩm, dịch vụ lên hệ thống đặt chỗ tự động để du khách lựa chọn và đăng kí được thuận tiện. Ngoài ra, hệ thống tiêu thụ của Vietravel cũng có mặt ở tất cả các vùng trong và ngoài nước. Du khách có thể đến các đại lý ủy quyền để đăng ký dịch vụ hoặc đăng ký trực tuyến qua website của doanh nghiệp.[1]

Ngoài ra, nhiều cổng thông tin khách sạn – nơi cung cấp thông tin tổng hợp về các khách sạn tại Việt Nam và cho phép khách hàng chọn lựa, đặt phòng trực tuyến cũng đã được triển khai rất thành công. Và trong tương lai ngành công nghiệp dịch vụ này sẽ còn phát triển hơn nữa với sự hỗ trợ của Thương mại điện tử trong thời đại công nghệ thông tin như hiện nay.

5.2. Lĩnh vực bán lẻ

Với việc thu nhập bình quân đầu người không ngừng được cải thiện và sức mua trong xã hội ngày cang tăng, hành vi mua sắm của người tiêu dùng Việt Nam cũng có những thay đổi đáng kể trong vài năm trở lại đây. Người tiêu dùng có nhu cầu tinh tế hơn, am hiểu hơn về thị trường và tiếp cận được với những thông tin đa dạng về hàng hóa. Theo khảo sát của công ty nghiên cứu thị trường Nielsen, Việt Nam đứng thứ 5 thế giới về mức độ tự tin của

[1] " Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 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

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

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

người tiêu dùng và là thị trường hấp dẫn thứ 4 thế giới với các doanh nghiệp bán lẻ.

Gia nhập WTO, Việt Nam cam kết thực thi lộ trình mở cửa thị trường bán lẻ cho các công ty nước ngoài tham gia. Để có thể cạnh tranh trực tiếp với những tập đoàn bán lẻ lớn của thế giới, doanh nghiệp Việt Nam đứng trước yêu cầu cấp bách phải hiện đại hóa quy trình và cải thiện dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Ứng dụng Thương mại điện tử đang là một trong những giải pháp then chốt cho bài toán nâng cao năng lực cạnh tranh này. Ứng dụng Thương mại điện tử trong lĩnh vực bán lẻ hiện nay được các doanh nghiệp vừa và nhỏ triển khai theo hai hướng: thiết lập các cửa hàng "ảo" trên mạng hoặc ứng dụng các giải pháp công nghệ thông tin để nâng cao hiệu quả quy trình kinh doanh tại cửa hàng truyền thống.

Những website bán điện thoại di động, máy tính, thiết bị điện tử, mỹ phẩm, quà tặng,… đã trở nên phổ biến và quen thuộc với người tiêu dùng hơn rất nhiều cửa hàng "thật" khác. Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ đã thành công trong việc sử dụng các cửa hàng "ảo" để hỗ trợ, bổ sung cho cửa hàng truyền thống và mở rộng mạng lưới tiêu thụ sản phẩm, nâng cao đáng kể doanh số bán hàng. Các sản phẩm có độ tiêu chuẩn hóa cao như điện thoại, máy tính, văn hóa phẩm gồm sách, báo, đĩa nhạc, mỹ phẩm và quà tặng hiện là những mặt hàng có doanh số bán trực tuyến cao nhất do đặc tính phù hợp với phương thức giao dịch Thương mại điện tử. Các đặc tính đó là gọn nhẹ, chi phí vận chuyển thấp,có thể đánh giá sản phẩm qua thông số kỹ thuật, thông tin hoặc hình ảnh trực quan. Và một loạt các giải pháp phục vụ cửa hàng bán lẻ hoặc chuỗi bán lẻ được ra đời, giới thiệu, thể hiện rõ sự quan tâm của các nhà cung cấp giải pháp cả trong và ngoài nước đối với tiềm năng phát triển của thị trường dịch vụ 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

6. Những khó khăn trong việc ứng dụng Thương mại điện tử

6.1. Tổng quan:

Theo dõi nhận định của doanh nghiệp về các trở ngại cho ứng dụng Thương mại điện tử qua kết quả khảo sát hàng năm, có thể thấy sự chuyển biến của từng yếu tố trong tương quan chung về môi trường phát triển Thương mại điện tử tại Việt Nam. Nếu trong những năm trước, vấn đề nhận thức xã hội luôn được coi là trở ngại hàng đầu đối với việc triển khai ứng dụng Thương mại điện tử trên diện rộng, thì đến năm 2007 trở ngại này đã được xếp xuống hàng thứ ba theo đánh giá của các doanh nghiệp. Chính trở ngại này đã giúp cho doanh nghiệp ý thức được tầm quan trọng của nhân tố con người và xã hội khi bắt tay vào triển khai Thương mại điện tử. Nổi lên vị trí đầu tiên trong danh sách các trở ngại là vấn đề an ninh an toàn giao dịch. Kết quả này phản ánh đúng thực trạng thời gian qua, khi hoạt động của các cơ quan, tổ chức xã hội và các phương tiện thông tin đại chúng đã giúp nâng cao nhận thức của toàn xã hội về Thương mại điện tử, nhưng mặt khác việc đưa ứng dụng Thương mại điện tử vào từng lĩnh vực của đời sống cũng nhanh chóng làm bộc lộ những nguy cơ tiềm ẩn về an toàn an ninh mà người tiêu dùng và doanh nghiệp chưa có kinh nghiệm xử lý khi gặp phải.

Bên cạnh việc phản ánh thực trạng môi trường ứng dụng Thương mại điện tử, đánh giá của doanh nghiệp về các trở ngại đồng thời cũng cho thấy chuyển biến trong nhận thức đối với những vấn đề cần ưu tiên khi triển khai Thương mại điện tử. Năm 2007 là năm thứ ba liên tiếp vấn đề thanh toán có mặt ở vị trí thứ 2 trong danh sách các trở ngại, cho thấy mức độ quan tâm cũng như nhu cầu của doanh nghiệp về một hạ tầng thanh toán hiện đại phục vụ cho hoạt động Thương mại điện tử. Với việc một loạt nhà cung cấp dịch vụ đi vào hoạt động trong năm 2007, hi vọng vấn đề thanh toán điện tử sẽ không

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

còn trở ngại lớn đối với tiến trình trong những năm tới. Trong khi dịch trực tuyến, bảo vệ dữ liệu cá như thực tiễn tại các nước có nền phát triển Thương mại điện tử tại Việt Nam đó, những vấn đề an ninh an toàn của giao nhân,…có thể sẽ nổi lên hàng đầu, tương tự Thương mại điện tử phát triển hơn.

Các sàn giao dịch B2C trong thời gian qua phải vận dụng nhiều phương thức thanh toán đa dạng, từ tiền mặt khi giao hàng, chuyển khoản ngân hàng, điện chuyển tiền, thẻ thanh toán nội địa và quốc tế, thẻ trả trước,…. Tuy nhiên, chưa sàn nào có được một giải pháp toàn diện cho thanh toán trực tuyến. Ngoài ra khâu vận chuyển hàng hóa hiện cũng là một vướng mắc lớn cho các doanh nghiệp Thương mại điện tử B2C. Việt Nam còn thiếu các dịch vụ chuyển phát chuyên nghiệp, dịch vụ do bưu điện hoặc một số doanh nghiệp giao nhận cung cấp thì chi phí cao, thời gian chưa đảm bảo, do đó không đem lại hiệu quả tối ưu cho việc phân phối hàng hóa trên phạm vi toàn quốc.

6.2. Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Tìm hiểu thêm về những thách thức đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc ứng dụng công nghệ thông tin và Thương mại điện tử thì thấy trước hết ở vấn đề nhận thức. Rất nhiều doanh nghiệp khẳng định đã nhận thức rõ về việc ứng dụng Thương mại điện tử, song thực tế chỉ có số ít hiểu được đầy đủ vấn đề này. Các doanh nghiệp phải trả lời được: Tại sao phải ứng dụng Thương mại điện tử, ứng dụng như thế nào cho phù hợp với đặc thù của doanh nghiệp mình. Đa phần các doanh nghiệp mới trả lời được câu hỏi thứ nhất, dẫn đến tình trạng đầu tư chưa đúng hướng hoặc còn hạn chế, phần lớn chi phí dành cho trang thiết bị, cơ sở hạ tầng chứ chưa chú trọng tới giải pháp ứng dụng, đào tạo nguồn nhân lực.

Thách thức thứ 2 là nguồn nhân lực. Không phải giám đốc các doanh nghiệp vừa và nhỏ nào cũng có trình độ về công nghệ thông tin và 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

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

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

mại điện tử và quan tâm đúng mức tới việc triển khai ứng dụng. Hơn nữa, khả năng ứng dụng các giải pháp, phần mềm Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất hạn chế. Chính vì vậy, các nhà lãnh đạo trong doanh nghiệp phải tự trau dồi kiến thức cho bản thân và hướng dẫn các nhân viên của mình, đặc biệt là phải tổ chức các khóa học về Thương mại điện tử để hình thành đội ngũ nhân viên có đầy đủ kiến thức, chuẩn bị sẵn sàng để ứng dụng Thương mại điện tử.

Thách thức thứ ba liên quan đến các vấn đề trong quá trình thanh toán. Rủi ro trong quá trình thanh toán trực tuyến có thể đến từ nhiều phía như rủi ro từ phía các ngân hàng phát hành, ngân hàng thanh toán, hay đến từ phía người sử dụng và từ phía doanh nghiệp áp dụng thanh toán điện tử. Nếu không có một hệ thống thanh toán điện tử an toàn, doanh nghiệp có thể gặp thất bại rất lớn trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử.

Ngoài những khó khăn nói trên, các doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp không ít những trở ngại về vấn đề nhận thức của xã hội. Do nhận thức của xã hội về Thương mại điện tử còn chưa cao nên các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ gặp rất nhiều khó khăn. Theo tâm lý người tiêu dùng và thói quen mua sắm truyền thống, khách hàng muốn nhìn tận mắt các mặt hàng mình cần mua, và chính điều này trở thành một trở ngại lớn đối với các doanh nghiệp bán lẻ. Tình hình tài chính chưa đủ mạnh cũng như chưa có nhiều kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực này, nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất lúng túng trong việc xử lý các tình huống ngoài ý muốn khi ứng dụng Thương mại điện tử trong khâu phân phối hàng hóa.

Chính vì vậy, không chỉ dựa vào những hỗ trợ từ phía Chính phủ hay các tổ chức xúc tiến thương mại, bản thân các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng cần chuẩn bị cho mình những hành trang thiết yếu, đặc biệt là tư duy Thương mại

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

điện tử, để có thể tiến những bước tiến vững chắc trong quá trình triển khai ứng dụng Thương 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

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 III
GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

I. GIẢI PHÁP VĨ MÔ TỪ CHÍNH PHỦ

1. Về mặt pháp luật:

Tiếp tục ban hành các văn bản quy phạm pháp luật:

Cho tới cuối năm 2007, các nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử và nhiều nghị định hướng dẫn Luật Công nghệ thông tin đã được ban hành. Hệ thống các luật và nghị định này đã tạo thành khung pháp lý cơ bản cho sự phát triển của Thương mại điện tử. Tuy nhiên, Thương mại điện tử là hình thái kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ tiên tiến và liên quan mật thiết tới nhiều lĩnh vực nên các Bộ ngành liên quan phải tiếp tục ban hành nhiều văn bản quy pham pháp luật khác.

Thương mại điện tử là một công cụ giúp các doanh nghiệp thuộc nhiều ngàng nghề khác nhau có thể phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của mình trên quy mô lớn và tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả lao động của doanh nghiệp. Nhưng mỗi ngành nghề lại có đặc thù công việc riêng và áp dụng Thương mại điện tử ở các mức độ khác nhau, nên các Bộ ngàng liên quan cần đưa ra các văn bản pháp luật về Thương mại điện tử phù hợp với ngành nghề. Việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật cũng tháo gỡ được những khó khăn trong việc đầu tư trong lĩnh vực Công nghệ thông tin, đặc biệt là đầu tư phát triển phần mềm, sẽ góp phần tích cực cho sự phát triển Thương 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

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. Nâng cao năng lực giải quyết tranh chấp về Thợơng mại điện tử:

Thương mại điện tử mới phát triển ở nước ta trong những giai đoạn đầu, và việc hình thành Luật cũng còn khá mới mẻ. Các doanh nghiệp cũng chưa nắm vững được Luật trong khi giao dịch Thương mại điện tử nên còn xảy ra nhiều tranh chấp. Việc giao kết hợp đồng trực tuyến cũng như các giao dịch trực tuyến khác như thanh toán điện tử và mua bán các sản phẩm số hóa sẽ tăng lên nhanh chóng cả về số lượng lẫn giá trị. Cũng vì thế mà số vụ tranh chấp Thương mại điện tử liên quan tới mua bán trực tuyến sẽ xuất hiện ngày càng nhiều. Đồng thời, những tranh chấp về tài sản trí tuệ liên quan tới môi trường mạng như tên miền, bản quyền tác giả cũng gia tăng với tốc độ phức tạp cao. Ngoài ra, số vụ tranh chấp khi tiến hành mua bán kinh doanh trên môi trường Internet giữa Việt Nam với các nước cũng sẽ tăng do các doanh nghiệp Việt Nam chưa có thói quen áp dụng Luật một cách chặt chẽ nên dẫn đến những tranh chấp không đáng có.

Trong khi đó, năng lực giải quyết tranh chấp về Thương mại điện tử của Việt Nam còn thấp. Các tòa án kinh tế, trọng tài kinh tế, các tổ chức thanh tra viễn thông và thương mại, các tổ chức thực thi cạnh tranh lành mạnh và bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, các cơ quan điều tra,… chưa được đào tạo tốt về lĩnh vực Thương mại điện tử và hầu như chưa có kinh nghiệm trong việc giải quyết tranh chấp liên quan đến Công nghệ thông tin và Thương mại điện tử. Đặc biệt là khi Việt Nam gia nhập WTO, môi trường kinh doanh quốc tế ngày càng được mở rộng, nếu không nâng cao năng lực của các cơ quan pháp luật, Việt Nam không thể xử lý các vụ việc tranh chấp liên quan đến các tổ chức nước ngoài.

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

Một nhiệm vụ cấp bách của Chính phủ trong những năm tới là phải nâng cao năng lực giải quyết tranh chấp của các cơ quan pháp luật về Thương mại điện tử.

2. Về mặt xã hội:

2.1. Triển khai nhanh một số dịch vụ công trực tuyến gắn chặt với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Văn phòng Bộ, các đơn vị cơ quan Bộ và Vụ Thương mại điện tử cần công bố công khai quy trình thủ tục hành chính trên trang thông tin điện tử của Bộ Công Thương. Các Bộ ngành liên quan cần sớm triển khai nhanh chóng một số dịch vụ công trực tuyến để doanh nghiệp có thể ứng dụng Thương mại điện tử một cách toàn diện.

Một trong những dịch vụ công quan trọng nhất đối với Thương mại điện tử là dịch vụ hải quan. Dịch vụ hải quan điện tử do các tổ chức phối hợp với các chi cục hải quan đã, đang và sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp tiết kiệm tối đa thời gian và chi phí giao dịch trong quá trình khai báo hải quan cũng như thông quan so với cách thức truyền thống. Một bước tiến quan trọng trong tiến trình xây dựng xã hội điện tử và phát triển Thương mại điện tử là sự kiện dịch vụ "Thông quan điện tử" được triển khai thí điểm tại Cục Hải quan Thành phố Hồ Chí Minh và Cục Hải quan Hải Phòng đạt được nhiều kết quả khả quan. Đồng thời, Bộ Tài Chính đã xây dựng và triển khai dự án khai và nộp thuế điện tử. Và trong những năm tới, các Bộ ngành cần đẩy mạnh việc tổ chức triển khai mở rộng thủ tục hải quan điện tử và có hướng dẫn cụ thể cho các doanh nghiệp

2.2. Tuyên truyền, phổ biến về bảo vệ dữ liệu cá nhân

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

Cho tới nay những trở ngại lớn nhất đối với sự phát triển Thương mại điện tử ở Việt Nam là môi trường pháp lý, hạ tầng công nghệ thông tin và Internet, nhận thức và tập quán mua bán, thanh toán. Từ năm 2006 ván đề an ninh an toàn thông in trên môi trường mạng đã trở thành một trở ngại đáng kể tới việc tham gia Thương mại điện tử của cả doanh nghiệp và người tiêu dùng. Theo xu hướng chung của Thương mại điện tử toàn cầu, trong những năm tới vấn đề dữ liệu cá nhân sẽ nổi lên như một trong những trở ngại lớn nhất đối với sự phát triển Thương mại điện tử, đặc biệt là các giao dịch doanh nghiệp với người tiêu dùng.

Việt Nam cần có kế hoạch rõ ràng để hạn chế tới mức tối đa trở ngại này.Trước hết cần phải tiếp tục đẩy mạnh hoạt động phổ biến, tuyên truyền tới các tổ chức, doanh nghiệp và công dân về vấn đề bảo vệ dữ liệu cá nhân thông qua việc xuất bản các tài liệu, tổ chức hội thảo, đặc biệt là triển khai mạnh mẽ hoạt động dán nhãn tín nhiệm các website Thương mại điện tử.

II. GIẢI PHÁP VI MÔ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

1. Quy trình phát triển Thoợng mại điện tử

Nghiên cứu thị troờng:

Nghiên cứu thị trường là khâu quan trọng trong việc quyết định có triển khai ứng dụng Thương mại điện tử hay không và ứng dụng ở đâu, trong lĩnh vực nào , ứng dụng như thế nào cho phù hợp. Nghiên cứu thị trường qua mạng như hiện nay tạo điều kiện dễ dàng hơn so với trước đây trong việc nghiên cứu các điều kiện kinh tế, xã hội, điều kiện chính trị và dân số học của bất kỳ nước nào. Qua mạng có thể dễ dàng tìm được cơ hội kinh doanh, xuất nhập khẩu theo từng ngành, từng sản phẩm và từng nước; xác định được 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

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

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

nhà nhập khẩu nước ngoài của các mặt hàng chuyên dùng, tìm ra các nguồn thông tin về thị trường và tiếp thị trong TMĐT. Tuy vậy, vẫn phải sử dụng cả các nguồn thông tin truyền thống khi doanh nghiệp chưa hề bán sản phẩm ra thị trường nước ngoài nào. Doanh nghiệp có thể chỉ tập trung nghiên cứu một nhóm đối tượng khách hàng để giải thích các đặc điểm của sản phẩm và nhận được sự quan tâm của khách hàng đối với việc mua sản phẩm thông qua mạng Internet. Trường hợp doanh nghiệp chưa xuất khẩu, có thể gửi các mẫu hàng tới những thị trường có tiềm năng để khách hàng đánh giá. Doanh nghiệp cũng có thể phải nghiên cứu những đặc điểm đặc trưng nhất của các nhóm khách hàng khác nhau.

Chiến lược tiến hành TMĐT cũng cần phải dựa trên sự nghiên cứu và phân tích thị trường một cách cặn kẽ. Quá trình nghiên cứu cần đảm bảo trả lời được sản phẩm của doanh nghiệp có thể bán trên mạng Internet được không, trên thị trường nào, liệu hình dáng, kích thước, màu sắc và các đặc điểm khác của sản phẩm sẽ thu hút được khách hàng tại một số thị trường đặc biệt, liệu nó có thể thoả mãn yêu cầu của các nhóm khách hàng tiềm năng. Một trong những phương pháp đơn giản mà hiệu quả để nghiên cứu thị trường là MFA (market factor assessment). MFA là công cụ đánh giá các yêu tố của thị trường, là phương pháp dự báo gồm 36 câu hỏi về các yếu tố như dân số, chính trị, kinh tế, xã hội, tiêu thụ và sự cạnh tranh của một thị trường. Trong khi chiến lược đối với từng nước bạn hàng riêng biệt là quan trọng, đối với chiến lược xuất khẩu chung thì cần xem xét đến tận các doanh nghiệp riêng biệt khi doanh nghiệp bạn tham gia vào TMĐT. Dù một nước có được đánh giá cao đến mấy theo công cụ MFA, một doanh nghiệp riêng rẽ trong nước đó vẫn có thể không phù hợp với doanh nghiệp của bạn. Ngược lại, cũng có thể tìm được một bạn hàng thích hợp với doanh nghiệp trong những nước đạt điểm thấp theo hệ thống MFA.

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

Sau đây là 36 câu hỏi trong MFA giúp doanh nghiệp nghiên cứu thị trường một cách bài bản hơn và dễ dàng hơn.

Môi trường tự nhiên

Quy mô dân số; mức tăng trưởng; mật độ

Dân số: phân bố theo độ tuổi

Dân số: phân bố theo địa lý (nông thôn, thành thị)

Sự thay đổi khí hậu và thời tiết

Khoảng cách và tần số của việc vận chuyển bằng tàu biển

Điều kiện thuận lợi cho vận chuyển hàng không

Phân bố vật lý và mạng lưới thông tin liên lạc

Điệu kiện thuận lợi cho vận chuyển trong vùng và địa phương

Môi trường chính trị

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 chính phủ

Sự tham gia của chính phủ vào thương mại

Quan điểm về thương mại quốc tế

Sự ổn định và liên tục của chính trị

Quan điểm về thương mại bình đẳng và tự do

Sự ưu tiên quốc gia cho việc phát triển thương mại

Môi trường kinh tế

Trình độ phát triển tổng thể

Tăng trưởng kinh tế: Tổng sản lượng quốc gia

Phần trăm chia đều của xuất nhập khẩu trong toàn bộ nền kinh tế

Cán cân thanh toán

Tiền tệ: lạm phát; tính thanh khoản; khả năng kiểm soát nền 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

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 bình quân trên đầu người và sự phân phối

Thu nhập sau thuế và mức độ chi tiêu

Môi trường xã hội và văn hóa

Tỷ lệ biết đọc và trình độ học vấn

Sự tồn tại của tầng lớp trung lưu

Sự giống và khác nhau với thị trường trong nước

Rào cản ngôn ngữ

Thâm nhập thị trường

Mạng lưới phân phối

Các chính sách điều chỉnh 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

Tiêu chuẩn nội địa; không ràn cản thuế xuất nhập khẩu

Bảo vệ bản quyền, nhãn hiệu thương mại và quyền sáng chế

Các luật về thuế và thuế suất

Tính tiềm năng của sản phẩm

Nhu cầu và sự mong muốn của khách hàng

Sản xuất nội địa; nhập khẩu; tiêu dùng

Quảng cáo và sự chấp nhận sản phẩm

Thái độ của khách hàng đối với sản phẩm

Tính cạnh tranh của sản phẩm

Lập kế hoạch và hoạch định chiến lợợc kinh doanh trên môi trợờng Internet

Xây dựng một chiến lược Thương mại điện tử đòi hỏi phải vạch ra kế hoạch vừa tổng thể vừa chi tiết. Thương mại điện tử cần được coi là hoạt

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

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

động mang tính dài hạn chứ không phải một cơ hội để tranh thủ lợi nhuận ngắn hạn. Vạch ra chiến lược Thương mại điện tử sẽ khẳng định liệu sự có mặt trên thị trường Internet đã là mong muốn của doanh nghiệp hay chưa và vào lúc nào làm điều đó sẽ giúp được doanh nghiệp sử dụng hiệu quả của công cụ kinh doanh đầy sức mạnh này.

Một chiến lược Thương mại điện tử về cơ bản không khác với một kế hoạch kinh doanh và trước khi xây dựng nó, doanh nghiệp cần phải đảm bảo là:

Hiểu được các đặc tính của thương trường (marketplace) trên mạng như tính cạnh tranh toàn cầu, các yêu cầu về luật pháp và kỹ thuật để bán hàng qua mạng và vai trò của thông tin trong Thương mại điện tử.

Có năng lực kỹ thuật về cung ứng để bán các sản phẩm, dịch vụ trên thị trường trực tuyến toàn cầu.

Quá trình sản xuất và bán hàng đã sẵn sàng giúp cho doanh nghiệp có thể xử lý sự tăng trưởng rất nhanh công việc kinh doanh.

Quyết định tham gia vào Thương mại điện tử được toàn doanh nghiệp ủng hộ

Xác định rõ ràng các bước đi trong toàn bộ quá trình bán hàng bằng công cụ điện tử

Lựa chọn đội ngũ nhân viên tham gia cụ thể và cung cấp hiểu biết về

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

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

tiềm năng của Thương mại điện tử cho đội ngũ nhân viên này, đào tạo họ về một số lĩnh vực chuyên môn trước khi chiến lược Thương mại điện tử được vạch ra.

Làm như vậy sẽ giúp cho doanh nghiệp có được khái niệm rõ ràng hơn những công việc cần phải làm khi triển khai ứng dụng Thương 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

Một chiến lược Thương mại điện tử được xây dựng kỹ càng cần có sự đánh giá tiềm năng bán hàng trên mạng của từng sản phẩm; có dự trù về nhu cầu đầu tư để xây dựng và phát triển kinh doanh đối với sản phẩm đó; có kế hoạch để điều hành và đánh giá kết quả của công việc kinh doanh, có chỉ tiêu đánh giá hiệu quả của vốn đầu tư. Chiến lược Thương mại điện tử cũng phải tạo thuận lợi để tìm được nguồn vốn. Doanh nghiệp cần đưa ra một bản tóm tắt chiến lược hoạt động, nêu ra được những việc mà doanh nghiệp cần làm để đi đến thành công, sau đó đưa ra những lợi thế của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh khác đã có mặt trên mạng Internet.

Sau đây là những yếu tố cốt lõi trong chiến lược triển khai ứng dụng Thương mại điện tử của doanh nghiệp:

Các mục tiêu: Nêu rõ các mục tiêu dài hạn và xác định Thương mại điện tử sẽ giúp cho doanh nghiệp như thế nào để đạt được múc tiêu này.

Định hướng: Nêu rõ lý do và đặc tính của lĩnh vực mà doanh nghiệp muốn đầu tư và nêu rõ hướng phát triển để thích ứng tốt hơn với môi trường mạng

Đặt ra các chỉ tiêu đánh giá sự hoạt động trên mạng. Các chỉ tiêu này cần bao gồm số lần truy cập vào trang web trong một tháng; số trang web được xem; số lượng người chỉ truy cập một lần; số lượng các liên lạc thực tế, số lượng giao dịch thực hiện, số lượng đơn đặt 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

Phân tích, nghiên cứu thị trường: Nghiên cứu thị trường để nhìn ra những cơ hội trên thị trường thương mại điện tử của doanh nghiệp và phân tích những yếu tố của thị trường ảnh hưởng đến dự án ứng dụng Thương mại điện tử .

Mức độ cạnh tranh hiện tại: Trình bày các bằng chứng phân tích mức độ cạnh tranh trong hiện tại và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong

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

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

ngành công nghiệp của mình. Lập danh sách website của các đối thủ cạnh tranh và phân loại theo mức độ cạnh tranh, dự kiến thị phần của các đối thủ cạnh tranh. Xác định xu thế thương mại điện tử trong ngành của mình.

Khách hàng mục tiêu: Trình bày tình trạng của khách hàng mục tiêu trên mạng của doanh nghiệp về mặt số lượng và các yếu tố kinh tế xã hội. Nêu rõ tại sao doanh nghiệp tin tưởng họ sẽ mua sản phẩm của mình qua mạng Internet. Nhưng cũng cần nghiên cứu một nhóm đối tượng tập trung có tiềm năng của thị trường mục tiêu để giúp doanh nghiệp nhận được phản hồi về quá trình bán sản phẩm có tiềm năng qua môi trường trên mạng

Rủi ro kinh doanh dự tính sẽ gặp phải: Trình bày dự báo về tình hình của cả ngành và của riêng công ty trong vòng ba đến năm năm tới, cả kinh doanh qua mạng và kinh doanh không qua mạng.

Chiến lược tiếp thị và quảng cáo: Doanh nghiệp phải chỉ ra phương pháp thu hút khách hàng trên mạng, các nhà nhập khẩu, các đại lý và các nhà bán buôn tham gia kinh doanh với doanh nghiệp, và cách làm thế nào để duy trì được sự quan tâm của họ. Doanh nghiệp cũng phải chuẩn bị kế hoạch quảng cáo, chú ý đến các yêu cầu về nhãn hiệu và bao bì ở nước ngoài, các vấn đề về chuyển đổi ngôn ngữ, mối quan hệ khách hàng, các quảng cáo có tính nhạy cảm về văn hoá và các rào cản về ngữ nghĩa khác. Hơn thế nữa, cần phải có một kế hoạch khuyếch trương website của doanh nghiệp để uy tín cũng như danh tiếng của doanh nghiệp được mở rộng hơn.

Nội dung: Xây dựng nội dung từng phần dự định đưa lên trang web.

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

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

Quan hệ khách hàng: Đề ra kế hoạch cho chương trình cập nhật sản phẩm dịch vụ một cách thường xuyên và liên tục, trong đó có thể bao gồm các hình thức thực hiện như bản tin điện tử, viết bài cho các tạp chí kỹ thuật,

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

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

thông cáo báo chí, tổ chức các cuộc gặp giữa các khách hàng và chủ trì các nhóm hội thảo trên mạng.

Chiến lược bán hàng:

Định giá khả năng sinh lợi. Xây dựng chiến lược định giá quốc tế để bán hàng, phân phối và mua hàng trên mạng.

Xử lý đơn đặt hàng và thanh toán: Đơn đặt hàng được nhận vào như thế nào? (bằng điện thoại, fax, thư từ, qua mạng). Quá trình thanh toán được thực hiện như thế nào? (qua thư, qua mạng, giao dịch giữa các ngân hàng).

Phương pháp phân phối: Xác định phương thức và địa điểm giao hàng ở nước ngoài, phương thức xác nhận đơn đặt hàng và việc giao hàng đi.

Chiến thuật khuếch trương cụ thể cho hàng hóa được bán trên Internet: Sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ chỉ được khuếch trương qua mạng hay kết hợp với các công cụ truyền thống (ví dụ như gửi thư trực tiếp, gửi thư điện tử, cold calling, ấn phẩm, quảng cáo trên radio và T.V)

Dịch vụ: sẵn sàng cung cấp các dịch vụ gia tăng sau bán hàng

Quan hệ kinh doanh: Vạch ra một kế hoạch và xác định loại quan hệ

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

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

cần xác lập (chẳng hạn như đại lý/người phân phối) để phát triển quan hệ kinh doanh quốc tế trong đó có các vấn đề như việc đào tạo đa văn hoá (cros-cultural).

Khả năng tích hợp hệ thống: Hệ thống của công ty sẽ được tích hợp với hệ thống của ngân hàng, khách hàng, các nhà cung cấp và các nhà phân phối như thế nào?

Kế hoạch sản xuất: Xác định khối lượng ban đầu và yêu cầu mở rộng sản xuất, các nguồn cung cấp nguyên liệu, nơi sản xuất. Cần xác định khả năng sản xuất của doanh nghiệp để có kế hoạch mở rộng vì khi ứng 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

Thương mại điện tử có thể nhu càu về hàng hóa sẽ tăng đột biến. Doanh nghiệp cần phải phân tích điểm hòa vốn (break-even point) để tính toán số đơn vị cần bán.

Kế hoạch tài chính: Doanh nghiệp cần phải rất thực tiễn và thận trọng trong việc lập kế hoạch tài chính cho dự án triển khai ứng dụng Thương mại điện tử. Trong kế hoạch này, nguồn vốn và việc sử dụng vốn là vấn đề quan trọng cần đề cập đến đầu tiên. Doanh nghiệp cần chỉ ra nơi cấp vốn để bắt đầu và mở rộng hoạt động sản xuất như vốn chủ sở hữu hay vốn vay, dự trù chi phí cho năm đầu tiên của dự án để cân đối ngân sách, sau đó lập kế hoạch về việc sử dụng lợi nhuận hay các khoản vay phát sinh khác như thế nào cho phù hợp. Làm như vậy, doanh nghiệp sẽ không bị quá tải về mặt tài chính, không bị rơi vào tình trạng thiếu kinh phí khi hoạt động và có thể kiểm soát hoạt động tài chính của mình để ứng phó nhanh với những tình huống hay sự cố bất ngờ trong quá trình triển khai ứng dụng Thương mại điện tử .

Xây dựng và thiết kế

Thuê máy chủ và chọn tên miền

Thuê máy chủ hay sử dụng dịch vụ hosting chất lượng là yếu tố quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp trong việc ứng dụng Thương mại điện tử. Doanh nghiệp cần sử dụng một dịch vụ hosting uy tín và chất lượng để đảm bảo cài đặt website cho doanh nghiệp một cách ổn định; để tiết kiệm thời gian duyệt web của khách hàng và cũng là của chính doanh nghiệp; để có tốc độ truy cập nhanh, cho phép download và upload cao; để có một hệ thống support – hỗ trợ khách hàng chuyên nghiệp; để tránh được những rủi ro đến từ hệ thống đường truyền mạng kém chất lượng.

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 thị trường, có rất nhiều nhà cung cấp dịch vụ hosting uy tín như VNN TELE-HOSTING VDC. Nhà cung cấp này cho phép 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 sử dụng dịch vụ hosting vừa hỗ trợ tạo tên miền riêng như tencongty.com.vn hoặc tencongty.vnn.vn, doanh nghiệp có thể toàn quyền xây dựng và tự quản lý webiste lưu trên server đã thuê. Điều này giúp các doanh nghiệp có nền tảng vững chắc về Thương mại điện tử có thể chủ động hơn trong hoạt động của mình.

Việc chọn tên miền cũng rất quan trọng đối với các doanh nghiệp vì nó là thương hiệu trên Internet của doanh nghiệp. Tên miền có ý nghĩa đặc biết quan trọng đối với công việc kinh doanh trong thời đại thông tin, Thương mại điện tử, quảng cáo tiếp thị trực tuyến. Một đặc tính nổi trội của tên miền là tính duy nhất trên toàn thế giới, giúp người ta nhận ta thương hiệu tương ứng mà không cần những yếu tố gây bắt mắt như màu sắc, hình khối,…. Do vậy, doanh nghiệp cần tính toán kĩ trước khi quyết định chọn tên miền cho mình, làm sao để dễ nhớ, thu hút được nhiều sự chú ý nhưng đồng thời phải hiển thị được cho bản thân doanh nghiệp, ví dụ như đặt tên miền theo tên thương mại, nhãn hiệu hàng hóa hoặc các sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, quyền tác giả

… thuộc quyền sở hữu của doanh nghiệp.

Sau đây là một số nguyên tắc cơ bản khi doanh nghiệp chọn tên miền cần lưu ý:

Tuân theo các quy định khi đặt tên miền: Tên miền không được vượt quá 63 ký tự, bao gồm cả phần .com, .net, .org. Tên miền chỉ bao gồm các ký tự trong bảng chữ cái (a-z), các số (0-9) và dấu trừ (-), khoảng trắng và các ký tự đặc biệt đều không hợp lệ. Không thể bắt đầu và kết thúc tên miền bằng dấu (-). Tên miền không cần bắt đầu bằng http:// hoặc www hoặc http://www vì đây là các thành phần chung áp dụng cho tất cả các tên miền.

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

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

Càng ngắn gọn càng tốt và dễ nhớ: Mặc dù hiện nay một tên miền ngắn gọn rất khó đăng ký, trừ khi doanh nghiệp muốn tên miền là tên đầy đủ, doanh nghiệp nên chọn tên miền ngắn nhất có thể được (hp.com,

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

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

msn.com,…). Tên miền ngắn thì dễ nhớ, dễ gõ địa chỉ, và dễ dàng khi cần thiết kế nhãn hiệu, logo... Người sử dụng sẽ dễ dàng để nhớ các tên đặc biệt như Yahoo.com, Amazon.com hay Google.com hay những tên miền ngộ nghĩnh như Alibaba.com, Umbala.com,... Những tên miền mà khi phát âm có giàu âm điệu, dễ nghe, dễ đọc thì sẽ dễ nhớ hơn. Trong thế giới của Internet, tất cả mục đích của một tên miền, đó là luôn ở trong đầu của khách hàng.

Không dễ gây nhầm lẫn và khó viết sai: Một tên miền tốt phải không tương tự hoặc dễ gây nhầm lẫn với tên miền sẵn có. Nếu tên miền sẵn có là một thương hiệu đã được đăng ký, doanh nghiệp có thể gặp rắc rối khi sử dụng tên miền tương tự. Doanh nghiệp có thể kiểm tra tên miền mà mình định đăng ký đã có ai sử dụng chưa hay có một tên miền nào tương tự không thì có thể truy cập vào trang www.whois.net. Một khía cạnh cần phải lưu ý là tên miền của doanh nghiệp cần phải dễ đọc khi nhân viên của doanh nghiệp phải đọc tên miền cho khách hàng qua điện thoại. Các tên miền bắt đầu bằng các từ như i, e, the hay có dấu - (gạch ngang) trong tên thường dễ gây nhầm lẫn khi đọc. Tên miền càng dài và càng phức tạp thì càng nhiều khả năng bị viết sai. Nếu tên miền của doanh nghiệp dài hoặc rắc rối thì sẽ mất đi nhiều khách hàng do một số kẻ sẽ lợi dụng sự nhầm lẫn của người truy cập khi gõ sai một địa chỉ, để chỉ đến một website khác.

Tên miền nên có liên quan đến tên hoặc lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp, không nên tách rời với thương hiệu của doanh nghiệp: Nếu doanh nghiệp không tìm được tên miền chính xác tên miền như tên doanh nghiệp thì có thể đổi sang tên của một sản phẩm đặc trưng cho doanh nghiệp.

Doanh nghiệp đăng ký tên miền với nhà cung cấp và sau 24 – 72 giờ thì tên miền này có thể sử dụng được. Nhưng 1 tên miền có thể đăng ký với thời hạn từ

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 đến 10 năm, nên khi hết hạn đăng ký doanh nghiệp cần phải đi đăng ký lại với các nhà quản lý tên miền VNNIC – cơ quan quản lý tên miền 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

gia ở Việt Nam. . Các doanh nghiệp không nên chậm trễ trong việc đăng kí tên miền vì nguyên tắc trong việc đăng ký là ai đăng ký trước sẽ được cấp trước.

Các doanh nghiệp không nên tận dụng những tên miền miễn phí trên mạng (người cung cấp tên miền cho phép người sử dụng có thể có tên miền mà không tốn phí) do dịch vụ này tiềm ẩn rất nhiều rắc rối sau này mà các doanh nghiệp cần cảnh giác. Một khi doanh nghiệp đăng ký tên miền miễn phí, doanh nghiệp sẽ không có quyền sở hữu nó do dịch vụ đăng ký tên miền miễn phí đã bỏ chi phí ra đầu tư cho nó thì sẽ tìm cách thu lại lợi nhuận trong tương lai. Nếu sau nhiều năm hoạt động, website của doanh nghiệp có tiếng tăm nhất định mà nhà cung cấp tên miền miễn phí lại đòi doanh nghiệp phải trả giá quá cao so với thực tế để duy trì website, khi đó doanh nghiệp sẽ bị rơi vào tình thế khó khăn. Chi phí để sở hữu một tên miền và duy trì nó hàng năm hoàn toàn không đáng kể so với hoạt động của một doanh nghiệp. Đừng tạo rủi ro cho doanh nghiệp của mình vì tiếc một số tiền nhỏ.

Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu

Sau khi đã tìm được dịch vụ hosting chất lượng và có được tên miền tốt, các doanh nghiệp không nên tiến hành ngay bước tiếp theo là thiết kế website. Vì khi tiến hành bước đó mà chưa có một hệ thống cơ sở dữ liệu vững chắc thì việc thiết kế webiste sẽ trở nên phức tạp và khó đạt được mục đích mà doanh nghiệp đề ra ban đầu. Doanh nghiệp cần xác định mục đích của website là gì? Website chỉ là nơi quảng bá, giới thiệu sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp, khuyếch trương danh tiếng hay là một website bán hàng trực tuyến. Các webiste thông thường bao gồm cả hai mục đích trên nhưng nếu doanh nghiệp xác định mục tiêu của mình là bán hàng qua mạng thì hệ thống

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

cơ sở dữ liệu cần được chuẩn bị kĩ lưỡng hơn do nhu cầu mua sắm trực tiếp có những đòi hỏi cao hơn là mục đích tham khảo.

Với một doanh nghiệp nằm trong lĩnh vực xuất nhập khẩu thì mục đích chủ yếu của website là quảng bá sản phẩm cũng như danh tiếng của doanh nghiệp đến các bạn hàng nước ngoài. Chính vì thế mà cơ sở dữ liệu không chỉ là những mặt hàng đơn lẻ với giá cả, kích thước và đặc tính của sản phẩm mà còn phải chú trọng đến điều kiện giao hàng, ví dụ như giá CIF là bao nhiêu, giá EXW là bao nhiêu để đối tác có thể xem xét và lựa chọn các điều kiện giao hàng phù hợp. Hơn nữa, website với mục đích khuyếch trương danh tiếng của doanh nghiệp, cơ sở dữ liệu cần phải có những bài giới thiệu về thành tựu cũng như uy tín của doanh nghiệp. Như vậy, đối tác có thể hiểu thêm về doanh nghiệp trước khi đi đến những quyết định hợp tác lâu dài.

Còn đối với những website với mục đích là một cửa hàng trực tuyến thì lại cần có hệ thống cơ sở dữ liệu chi tiết về các sản phẩm có ý định giao bán trên webiste. Cơ sở dữ liệu cần đầy đủ thông tin chính xác về đặc điểm, hình ảnh, giá cả của các sản phẩm, như vậy sẽ giúp người tiêu dùng dễ dàng có quyết định mua hàng mà không cần tra cứu thêm bất cứ thông tin nào khác.

Hệ thống cơ sở dữ liệu là nền tảng cho các hoạt động sau này của website.

Thiết kế webiste

Khi thiết lập một trang web cho mình, các doanh nghiệp cần đặt ra những mục đích cần đạt được để tận dụng hết những ưu điểm vượt trội mà website nói riêng, Thương mại điện tử nói chung đem lại. Sau đây là một số mục đích cơ bản mà doanh nghiệp cần hướng 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

Nâng cao uy tín bằng việc xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp một cách vững chắc và hiện đại 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

Khuyếch trương các sản phẩm và dịch vụ của mình

Quảng cáo được trên nhiều thị trường với chi phí thấp hơn trước với những banner quảng cáo trên các trang web khác về website của doanh nghiệp,…. Nhưng cũng cần phải lựa chọn những hình thức quảng cáo phù hợp với đặc thù của sản phẩm và điều kiện của doanh nghiệp.

Trả lời câu hỏi của khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp.

Khách hàng không cần tốn tiền điện thoại hay mất công đi lại để có được những thông tin cần thiết liên quan đến sản phẩm, dịch vụ. Nhân viên của doanh nghiệp có thể trả lời những thắc mắc đó thông qua Mục hỏi đáp ngay trên trang web hay có thể dùng dịch vụ thư điện tử (e-mail). Như vậy sẽ rút ngắn thời gian trả lời cho khách hàng do tính linh hoạt của Thương mại điện tử. Khi khách hàng có thắc mắc về bất cứ thông tin gì liên quan đến doanh nghiệp như sản phẩm, dịch vụ thì nhân viên có thể trả lời khách hàng ngay thông qua Yahoo Chat hay Skype.

Cung cấp các dịch vụ ngay trong ngày hoặc các dịch vụ ngoài giờ làm việc bình thường

Sử dụng thư điện tử (e-mail) như một công cụ để tiếp thị, đồng thời là công xụ liên lạc với khách hàng nhưng tránh làm dụng vì sẽ gây ra hiện tượng thư rác (spam), làm phiền hà cho khách hàng nều không đúng nhu cầu của họ.

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

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

Phối hợp các quan hệ cung ứng với khách hàng từ nhiều thị trường

Tiến hành nghiên cứu thị trường nước ngoài thông qua các bản điều tra thị trường trực tuyến (online survey) giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm rất nhiều chi phí mà vẫn có được hiệu quả cao.

Doanh nghiệp muốn thiết kế một website thì sẽ phải trải qua các giai đoạn sau:

Lập kế hoạch

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 định khán giả và đối thủ

Xây dựng trang Web

Xác định cấu trúc Wesite.

Thiết kế giao diện

Tiêu chuẩn chung để đánh giá một website thương mại điện tử nói riêng:

Tính hấp dẫn và chất lượng thiết kế.

Tính phổ dụng.

Tính nhất quán.

Khả năng dễ nâng cấp.

An toàn thông tin

Tốc độ hiển thị

Liên kết và khả năng tương tác.

Nội dung của trang Web cần bao gồm các yếu tố chủ yếu 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

Logo của công ty

Danh mục các sản phẩm chủ yếu có kèm hình ảnh (catalogue).

ảnh về doanh nghiệp và chủ doanh nghiệp.

Quảng cáo website

Trong thời kỳ công nghệ thông tin phát triển vượt bậc như hiện nay thì những hình thức quảng cáo tiếp thị sẽ đến với người tiêu dùng một cách thường xuyên hơn và cập nhật hơn. Để đạt được mục tiêu đó thì các doanh nghiệp phải xây dựng cho mình một chiến lược quảng cáo, tiếp thị phù hợp là điều tất yếu.

Nếu doanh nghiệp có một website bắt mắt, một tên miền dễ nhớ và một dịch vụ hoàn hảo dành cho người tiêu dùng, nhưng lại ít người biết đến website thì đó cũng là một thất bại lớn đối với doanh nghiệp. Lập một kế

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

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

hoạch quảng cáo cho website là một bước không thể thiếu trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử trong doanh nghiệp.

Doanh nghiệp có thể áp dụng những hình thức quảng cáo truyền thống như sử dụng các phương tiện truyền thông như tivi, đài báo,… vì nó đến được với đại đa số quần chúng. Hay tài trợ các cuộc thi, các chương trình truyền hình cũng là hình thức quảng cáo được các doanh nghiệp ưa chuộng.

Nhưng doanh nghiệp cũng không thể bỏ qua các hình thức quảng cáo trực tuyến như đặt banner trên các website có số lượng truy cập lớn, trao đổi đường link (đặt đường link ở các trang web khác và ngược lại) hay quảng cáo qua thư điện tử (e-mail) tới những khách hàng tiềm năng. Nhưng các doanh nghiệp cũng cần chú ý để không quá lạm dụng hình thức quảng cáo này, vì sẽ gây phiền hà cho người sử dụng nếu họ nhận được quá nhiều thư quảng cáo không phù hợp với nhu cầu của họ, và nó sẽ trở thành thư rác (spam). Có một lựa chọn mới nhưng hiệu quả đối với doanh nghiệp đó là quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm nổi tiếng thế giới. Quảng cáo website trên Google hay quảng cáo website trên Yahoo cũng sẽ góp phần thu hút một lượng lớn khách truy cập website của doanh nghiệp, cũng đồng nghĩa với cơ hội kinh doanh, giao dịch của doanh nghiệp tăng lên một cách đáng kể theo thời gian. Từ khóa trong website của doanh nghiệp được các công cụ Search Engine (bộ máy tìm kiếm) đánh giá cao hơn sơ với các site khác. Dịch vụ quảng cáo webiste trên các trang tìm kiếm sẽ giúp doanh nghiệp đưa thông tin về website của mình lên top các trang đầu tiên hiển thị ra khi khách hàng tìm kiếm một từ khóa có liên quan, như vậy khả năng khách hàng truy cập vào website của doanh nghiệp là rất lớn.

Nhận phản hồi từ khách hàng và tiếp tục nâng cấp

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

Doanh nghiệp đã dự trù về những thiếu sót và lỗi kỹ thuật có thể xảy ra trong quá trình sử dụng website nhưng đó vẫn chỉ là những ước tính chủ quan của doanh nghiệp. Chính vì vậy, doanh nghiệp cần có công cụ hỗ trực trực tuyến (online support) như tư vấn qua Yahoo Chat và không trực tuyến (offline) như gửi thư điện tử để có thể trợ giúp khách hàng một cách tối đa và hiệu quả nhất. Từ những thắc mắc và phản hồi của khách hàng, doanh nghiệp có thể rút ra những bài học kinh nghiệm trong việc thiết kế website sao cho tiện dụng nhất cho khách hàng hay làm thế nào để khách hàng có thể thanh toán một cách nhanh chóng nhất và an toàn nhất,… Tất cả những điều đó giúp doanh nghiệp có thể nâng cấp chất lượng website cũng như dịch vụ cung cấp cho khách hàng, để ngày một hoàn thiện hơn.

2. Giải pháp để phòng tránh rủi ro trong Thương mại điện tử

Bảo mật và mã hóa

Hiện nay, các phương tiện truyền thông trên thế giới tường thuật khá nhiều về khả năng để rò rỉ những dữ liệu cá nhân của khách hàng như mã số bảo hiểm xã hội, thông tin thẻ tín dụng…. Điều nay cho thấy rằng muốn bảo vệ dữ liệu mà chỉ dựa vào việc mật mã hóa dữ liệu thôi là chưa đủ. Vì ngày càng có nhiều tin tặc có thể đọc trộm, tráo đổi dữ liệu và mạo danh để xâm nhập một cách táo bạo và thiện nghệ. Như vậy các doanh nghiệp cần có thêm nhiều biện pháp ngăn chặn hữu hiệu hơn để bảo vệ những dữ liệu quan trọng hoặc riêng tư không bị xâm phạm bởi những kẻ tin tặc.

Doanh nghiệp cần nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề bảo mật thông tin và những nguy cơ có thể xảy ra khi thông tin của doanh nghiệp hay của khách hàng bị rò rỉ. Bảo mật thông tin là duy trì tính bảo mật, trọn vẹn và tính sẵn sàng của thông tin, đảm bảo thông tin chỉ được tiếp cận bởi những người được cấp quyền tương ứng, bảo vệ sự chính xác, hoàn chỉnh của thông

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

tin và thông tin chỉ được thay đổi bởi những người được cấp quyền, và những người được quyền sử dụng có thể truy xuất thông tin khi họ cần.

Đa số các doanh nghiệp cho rằng vấn đề bảo mật chủ yếu dựa vào các yếu tố kỹ thuật, công nghệ. Nhưng điều đó không hoàn toàn đúng, do còn một yếu tố quan trọng khác cũng chi phối tính bảo mật thông tin trong doanh nghiệp đó là yếu tố quản lý. Vấn đề quản lý ở đây phải được hiểu là gồm các chính sách bảo mật thông tin, vấn đề phân công trách nhiệm bảo mật thông tin, nhận thức và huấn luyện về bảo mật thông tin, hoạch định đảm bảo việc kinh doanh liên tục. Và một vấn đề đáng lưu ý nữa là những đe dọa về bảo mật đến từ nội bộ doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần thay đổi những quan điểm cho rằng rủi ro đến từ bên ngoài là lớn nhất hay vấn đề bảo mật thông tin chỉ nhằm bảo vệ hệ thống và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin; quản lý nhân sự trong bảo mật thông tin không quan trọng bằng công nghệ; áp dụng những giải pháp công nghệ cao và tiên tiến sẽ làm tăng tính bảo mật. Do vậy, doanh nghiệp cần nhìn nhận lại vấn đề này và có những chính sách bảo mật thông tin phù hợp để có được hiệu quả cao nhất.

Doanh nghiệp có thể tham khảo giải pháp mà nhiều công ty lớn trên thế giới hiện nay áp dụng đó là hệ thống quản lý bảo mật thông tin (ISMS). ISMS được đưa ra không chỉ là một giải pháp để thể hiện chức năng của nó cũng như một công cụ bảo mật thông tin với chu kỳ 4 bước (thiết kế, thực hiện, giám sát và duy trì) mà còn góp phần thay đổi những ngộ nhận về việc bảo mật thông tin trong doanh nghiệp. Hệ thống quản lý này bao gồm cơ cấu tổ chức, chính sách, các hoạt động hoạch định, trách nhiệm, thực hành, quy trình, phương pháp và nguồn tài nguyên. Tất cả những vấn đề trên đều phụ thuộc vào yếu tố con người, chính vì vậy mà doanh nghiệp không nên xem nhẹ yếu tố này vì dù có đầu tư bao nhiêu cho công nghệ kỹ thuật thì nguy cơ

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

bị rò rỉ thông tin vẫn sẽ có thể diễn ra và ảnh hưởng đến vấn đề sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Mã hóa là một công cụ hữu ích để bảo mật thông tin. Mã hóa thông tin là quá trình chuyển văn bản hay các tài liệu gốc thành các văn bản dưới dạng mật mã để bất cứ ai, ngoài người gửi và người nhận, đều không thể đọc được. Mục đích của kỹ thuật mã hóa là đảm bảo an toàn cho các thông tin được lưu trữ và đảm bảo độ an toàn cho thông tin khi truyền phát. Mã hóa là một kỹ thuật khá phổ biến, có khả năng đảm bảo yếu tố an toàn trong Thương mại điện tử: đảm bảo tính toàn vẹn của thông điệp, chống phủ định, đảm bảo tính xác thực và tính bí mật của thông tin. Doanh nghiệp có thể sử dụng nhiều kỹ thuật mã hóa khác nhau nhưng có hai loại kỹ thuật cơ bản mà được sử dụng rộng rãi là mã hóa " khóa bí mật" và mã hóa "khóa công cộng". Và một phương pháp mã hóa "khóa công cộng" đang rất phổ biến hiện nay là chữ ký số. Nếu ứng dụng được phương pháp này thì doanh nghiệp sẽ tiến được một bước xa hơn trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử.

Thanh toán điện tử

Thanh toán điện tử là nền tảng của hệ thống Thương mại điện tử. Sự khác biệt cơ bản giữa Thương mại điện tử với các hình thức thương mại thông thường khác là khả năng thanh toán trực tuyến này. Để ứng dụng Thương mại điện tử một cách toàn diện thì doanh nghiệp cần hoàn thiện hệ thống thanh toán điện tử và đảm bảo các yếu tố an toàn, tin cậy và tiện dụng.

Doanh nghiệp nên vận dụng các bước cơ bản trong quy trình thanh toán điện tử khi giao dịch qua mạng:

Khách hàng lựa chọn các sản phẩm trên website của 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

Phần mềm e-cart tự động tính toán giá trị và hiển thị hóa đơn, chi tiết đơn hàng trong quá trình khách hàng lựa chọn.

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 điền thông tin thanh toán (ví dụ: số thẻ tín dụng, tên chủ thẻ, ngày cấp, …)

E-cart hiển thị hóa đơn để khách hàng xác nhận

Thông tin thanh toán được mã hóa, gửi đến ngân hàng phát hành thẻ để kiểm tra tính xác thực và khả năng thanh toán. Nếu đủ khả năng thanh toán sẽ xử lý trừ tiền trên tài khoản của người mua và chuyển tiền sang tài khoản của doanh nghiệp.

Kết quả được gửi về cho máy chủ của doanh nghiệp để xử lý chấp nhận đơn hàng hay không

Nếu không đủ khả năng thanh toán, e-cart hiển thị thông báo không chấp nhận.

Nếu đủ khả năng thanh toán, e-cart hiển thị xác nhận đơn hàng để khách hàng lưu lại hoặc in ra làm bằng chứng sau này.

Sau đó doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ giao hàng cho người mua.

Nhưng hiện nay, an ninh trong thanh toán điện tử là vấn đề nhức nhối mà hầu hết tất cả các doanh nghiệp ứng dụng Thương mại điện tử gặp phải. Nếu như

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 thương mại truyền thống, việc mất thẻ hoặc thẻ bị đánh cắp là mối đe dọa lớn nhất đối với khách hàng thì trong Thương mại điện tử mối đe dọa lớn nhất là bị mất các thông tin liên quan đến thẻ hoặc các thông tin về giao dịch sử dụng thẻ trong qua trình diễn ra giao dịch. Doanh nghiệp cần liên hệ chặt chẽ với các ngân hàng để có được dịch vụ thanh toán điện tử an toàn và tiện lợi nhất. Do các dịch vụ liên ngân hàng có thể cung cấp cho doanh nghiệp nhiều hình thức thanh toán điện tử khác nhau như thanh toán bằng thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, tiền điện tử hay ví điện tử,…

Đào tạo nhân sự

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

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

Thương mại điện tử là một công cụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập. Do đó, đào tạo nguồn nhân lực có khả năng quản lý các giao dịch bằng Thương mại điện tử kà một nhiệm vụ cấp thiết của các doanh nghiệp. Sự quan tâm đầu tư đúng mức của doanh nghiệp dành cho việc phát triển nguồn nhân lực trực tiếp ứng dụng và triển khai Thương mại điện tử đã góp phần nâng cao hiệu quả đầu tư và năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp muốn chuyển sang mức ứng dụng cao hơn thì phải đầu tư nhiều hơn nữa cho việc phát triển nguồn nhân lực phục vụ Thương mại điện tử.

Do Nhà nước chưa có những chương trình khung đào tạo chính thức nên các doanh nghiệp cần tự tìm hình thức đào tạo nguồn nhân lực phù hợp cho mình. Các doanh nghiệp có thể lựa chọn phương pháp đào tạo tại chỗ như cử cán bộ tham gia các khóa tập huấn ngắn hạn về Thương mại điện tử do các cơ quan quản lý nhà nước tổ chức để nâng cao trình độ về lĩnh vực này cho nhân viên. Đây là cách rẻ nhất và nhanh nhất để phục vụ nhu cầu trước mắt của doanh nghiệp, những về mặt chiến lược thì hình thức này không thể trang bị được cho nhân viên những kiến thức bài bản, có hệ thống, do đó hiệu quả về lâu dài không cao. Để có được nguồn nhân lực phục vụ cho mục đích phát triển Thương mại điện tử lâu dài, doanh nghiệp cần cử các cán bộ tham gia các lớp học chuyên ngành Thương mại điện tử tại các trường đại học, cao đẳng. Các doanh nghiệp cũng có thể khai thác nhiều tài liệu hướng dẫn về Thương mại điện tử trực tuyến, học tập kinh nghiệm triển khai Thương mại điện tử thành công từ các doanh nghiệp khác, các nước khác trên thế giới,…

KẾT LUẬN

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, cùng với sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ, hoạt động Thương mại điện tử cũng đang phát triển với tốc độ nhanh chóng, thể hiện bằng những thành công của các doanh nghiệp đã và đang ứng dụng Thương mại điện tử. Doanh nghiệp thành công trong việc ứng dụng Thương mại điện tử vào hoạt động sản xuất kinh doanh cũng nhiều nhưng thất bại thì cũng không ít. Thất bại có rất nhiều nguyên nhân, nhưng nguyên nhân chủ yếu là do trình độ và nhận thức về Thương mại điện tử của các doanh nghiệp chưa đúng mức dẫn đến những hướng đi sái lệch trong quá trình phát triển. Các doanh nghiệp cần nhìn nhận lại năng lực cũng như hướng phát triển của mình để có những chính sách hợp lý trong khi triển khai ứng dụng.

Trong khuân khổ một khóa luận tốt nghiệp, đề tài này đã đề cập đến thực trạng ứng dụng Thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ cả trên thế giới và ở Việt Nam, giúp doanh nghiệp có cái nhìn bao quát và tổng thể hơn về Thương mại điện tử. Bên cạnh đó, khóa luận cũng đi sâu nghiên cứu các giải pháp giúp các doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn trong quá trình ứng dụng Thương mại điện tử vào hoạt động sản xuất kinh doanh. Đặc biệt là quy trình cơ bản để một doanh nghiệp có thể áp dụng khi ứng dụng Thương mại điện tử lần đầu. Trong phần này, đặc biệt chú trọng đến việc xây dựng chiến lược cụ thể cho hoạt động Thương mại điện tử trước khi đi vào ứng dụng để doanh nghiệp có những bước đi cụ thể trong giai đoạn phát triển.

Bằng việc ý thức đầy đủ về vai trò của Thương mại điện tử trong hoạt động sản xuất kinh doanh trong xu thế hội nhập kinh tế của tế của Việt Nam hiện nay, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã không đứng ngoài cuộc trong vận hội mới này. Chúng ta có quyền hy vọng với những cố gắng và nỗ lực được thể hiện cụ thể bằng những chiến lược phát triển Thương mại điện tử thực 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

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2007 " của Bộ Công Thương

2. Bài giảng "Thương mại điện tử" của trường Kinh tế và quản trị kinh doanh.

3. Báo điện tử http://vnexpress.net

4. "Bí quyết Thương mại điện tử" của Trung tâm Thương mại Quốc tế – International Trade Centre.

5. Tài liệu nguồn của "Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2007 " của Bộ Công Thương

6. Tài liệu lưu hành nội bộ của Cục Thương mại điện tử – Công nghệ thông tin (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

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 BẢNG BIỂU

Bảng 1.1: Các loại hình Thương mại điện tử 10

Bảng 2.2 : Bảo vệ thông tin cá nhân của các website Thương mại điện tử..... 35

Bảng 2.3: Mục đích sử dụng Internet trong doanh nghiệp nói chung..... 43

Hình 2.1: Tình hình đào tạo Công nghệ thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp vừa và nhỏ qua các năm 40

Hình 2.2: Mức độ truy cập Internet của doanh nghiệp vừa và nhỏ qua các năm 41
.

Hình 2.3: Hình thức truy cập Internet của doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2007..... 42

Hình 2.4: Tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ có webiste năm 2007..... 48

Hình 2.5: Chuyển biến trong doanh thu từ ứng dụng Thương mại điện tử qua các năm..... 52

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

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU 1

CH-¬NG I

TỔNG QUAN VỀ THƢƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ 4

I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ THƢƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 4

1. LÞch sö ra ®êi cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö *4*

1.1. LÞch sö Internet 4

1.2. LÞch sö cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö : 5

2. Kh¸i niÖm chung vÒ Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: *7*

2.1. Kh¸i niÖm vÒ Th-¬ng m¹i ®iÖn tö 7

2.2. C¸c h×nh thøc giao dÞch trong Th-¬ng m¹i ®iÖn tö 10

2.3. §Æc ®iÓm cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 12

2.3.1. TÝnh c¸ nh©n hãa 12

2.3.2. §¸p øng tøc thêi 13

2.3.3 . Gi¸ c¶ linh ho¹t 13

2.3.4. §¸p øng mäi lóc, mäi n¬i 14

2.3.5. C¸c ®iÖp viªn th«ng minh 14

3. Lîi Ých cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: *15*

3.1. Lîi Ých víi doanh nghiÖp 15

3.2. Lîi Ých ®èi víi ng-êi tiªu dïng: 18

3.3. Lîi Ých ®èi víi x· héi 19

4. H¹n chÕ cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: *19*

4.1. H¹n chÕ mang tÝnh kÜ thuËt: 20

4.2. H¹n chÕ mang tÝnh th-¬ng m¹i: 20

II. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ 21

1. Nguån lùc: *22*

1.1. Nguån vèn: 22

.....

1.2. §Êt ®ai 23

1.3. Nguån nh©n lùc: 24

.....

1.4. C«ng nghÖ: 24

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. M«i tr-êng kinh doanh: *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

CH-¬NG II

THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG THCJƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ 27

I. TỔNG QUAN: 27

II. THỰC TRẠNG: 29

1. HÖ thèng ph¸p luËt Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 29

1.1. T¸c ®éng cña viÖc ban hµnh LuËt: 29

1.2. T×nh h×nh ban hµnh c¸c v¨n b¶n d-íi LuËt nh»m h-íng dÉn luËt Giao dÞch ®iÖn tö 32

1.3. Mét sè vÊn ®Ò trong viÖc thùc thi luËt Giao dÞch ®iÖn tö: 34

1.3.1. Gi¸ trÞ ph¸p lý cña chøng tõ ®iÖn tö trong giao dÞch th-¬ng m¹i: 34

1.3.2. B¶o vÖ th«ng tin c¸ nh©n cña ng-êi tiªu dïng trong Th-¬ng m¹i ®iÖn tö 36

1.3.3. B¶n quyÒn phÇn mÒm 38

2. Møc ®é s½n sµng cho Th-¬ng m¹i ®iÖn tö cña c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá 39

2.1. T×nh h×nh sö dông m¸y tÝnh trong c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá 39

2.2. T×nh h×nh ®µo t¹o c«ng nghÖ th«ng tin vµ Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 41

2.3. H¹ tÇng viÔn th«ng vµ Internet 43

2.4. HiÖu qu¶ cña viÖc sö dông Internet trong doanh nghiÖp 44

2.5. X©y dùng vµ sö dông m¹ng néi bé 46

3. Møc ®é triÓn khai ¸ng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trong doanh nghiÖp võa vµ nhá 46

3.1. Tæng quan: 46

3.2. Nguån nh©n lùc cho Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 47

3.3. ¸ng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trong qu¶n trÞ doanh nghiÖp:

3.4. Tham gia sµn giao dÞch Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 49

3.5. C¸c dÞch vô hç trî trong Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 51

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

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

4. HiÖu qu¶ øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö trong c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá *52*

4.1. §Çu t- cho Th-¬ng m¹i ®iÖn tö cña doanh nghiÖp võa vµ nhá: **53**

4.2. Doanh thu tõ Th-¬ng m¹i ®iÖn tö cña doanh nghiÖp võa vµ nhá **54**

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

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

4.3. T¸c ®éng cña Th-¬ng m¹i ®iÖn tö tíi ho¹t ®éng s¶n xuÊt kinh doanh cña c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá 56

5. Mét sè lÜnh vùc ¸p dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö næi bËt 58

5.1. LÜnh vùc du lÞch 59

5.2. LÜnh vùc b¸n lÎ 60

6. Nh÷ng khã kh¨n trong viÖc øng dông Th-¬ng m¹i ®iÖn tö 62

6.1. Tæng quan: 62

6.2. §èi víi c¸c doanh nghiÖp võa vµ nhá: 63

CHƢƠNG III

GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN THƢƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM 63

I. GIẢI PHÁP VĨ MÔ TỪ CHÍNH PHỦ 66

1. VÒ mÆt ph¸p luËt: 66

1.1. TiÕp tôc ban hµnh c¸c v¨n b¶n quy ph¹m ph¸p luËt: 66

1.2. N©ng cao n¨ng lùc gi¶i quyÕt tranh chÊp vÒ Th-¬ng m¹i ®iÖn tö: 67

2. VÒ mÆt x· héi: 68

2.1. TriÓn khai nhanh mét sè dÞch vô c«ng trùc tuyÕn g¾n chÆt víi ho¹t ®éng kinh doanh cña doanh nghiÖp 68

2.2. Tuyªn truyÒn, phæ biÕn vÒ b¶o vÖ d÷ liÖu c¸ nh©n 68

II. GIẢI PHÁP VI MÔ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP 69

1. Quy tr×nh ph¸t triÓn Th-¬ng m¹i ®iÖn tö 69

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

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

1.1. Nghi^an cøu thÞ tr-êng: 69

1.2. LËp kÕ ho¹ch vµ ho¹ch ®Þnh chiÕn l-îc kinh doanh tr^an m«i tr-êng Internet 72

1.3. X©y dùng vµ thiÕt kÕ 77

1.3.1. Thu^a m¸y chñ vµ chän t^an miÒn 77

1.3.2. X©y dùng hÖ thèng c¬ së d÷ liÖu 80

1.3.3. ThiÕt kÕ webiste 81

1.4. Qu¶ng c¸o website 83

1.5. NhËn ph¶n håi tõ kh¸ch hµng vµ tiÕp tôc n©ng cÊp 84

2. Gi¶i ph¸p ®Ó phßng tr¸nh rñi ro trong Th-¬ng m¹i ®iÖn tö *85*

2.1. B¶o mËt vµ m· hãa 85

2.2. Thanh to¸n ®iÖn tö 87

2.3.§µo t¹o nh©n sù 88

KẾT LUẬN **86**

TµI LIÖU THAM KH¶O **91**

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