

CHIẾN LƯỢC NÂNG CAO ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

● PHẠM THỊ MAI QUYÊN

TÓM TẮT:

Ngày nay, thương mại điện tử đã trở thành một phương thức quan trọng trong hoạt động sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp. Việc sử dụng mạng internet để thực hiện các hoạt động giao dịch trực tuyến: bán hàng, marketing,... giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả quản lý, cũng như tối đa hóa lợi nhuận. Bài viết nêu rõ các đặc điểm của thương mại điện tử, phân tích môi trường bên trong, bên ngoài và các tác động của thương mại điện tử đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời, bài viết cũng đề xuất các giải pháp ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động quản lý của doanh nghiệp.

Từ khóa: thương mại điện tử, hoạt động quản lý, doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử chủ yếu là ứng dụng công nghệ mạng thông tin để thực hiện các giao dịch và hoạt động dịch vụ trên nền tảng internet và mạng nội bộ, do đó các hoạt động thương mại dần có xu hướng điện tử hóa, nối mạng hóa và thông tin hóa. Thương mại điện tử có thể thực hiện các hoạt động thương mại trên phạm vi toàn cầu, hai bên tham gia giao dịch có thể hoàn thành tốt các hoạt động giao dịch mà không gặp nhau, đó là một loại mô hình hoạt động kinh doanh mới. Thương mại điện tử là sản phẩm mới của sự phát triển của công nghệ mạng, do bản thân công nghệ mạng có đặc điểm là mở, toàn cầu hóa, chi phí thấp nên mô hình thương mại điện tử có nhiều lợi ích kinh tế và xã hội.

Trong quá trình phổ biến và ứng dụng rộng rãi của thương mại điện tử, cho thấy thương mại điện tử có những đặc điểm sau:

Thứ nhất, tính phổ biến: Thương mại điện tử là một loại phương thức giao dịch mới, do hiệu quả ứng dụng vượt trội nên đạt được sự phổ biến rộng rãi trong các lĩnh vực và nhóm người tiêu dùng.

Thứ hai, sự tiện lợi: Trong môi trường thương mại điện tử, các công ty và khách hàng có thể sử dụng các cách thức thuận tiện hơn để hoàn thành các hoạt động giao dịch, kiểm soát cơ bản chi phí giao dịch và nâng cao hiệu quả giao dịch.

Thứ ba, tính thống nhất: Việc sử dụng các phương tiện thương mại điện tử có thể xử lý nhanh chóng và thống nhất quy trình công việc, đảm bảo các hoạt động thủ công và xử lý thông tin điện tử có thể tạo thành một thể thống nhất, cải thiện cơ bản việc sử dụng nhân lực và vật lực, đảm bảo hệ thống liên kết chặt chẽ hơn.

Thứ tư, bảo mật: Bảo mật là một điều kiện quan trọng để đảm bảo sự phát triển của thương mại điện

tử, môi trường mạng bắt buộc phải phát triển các giải pháp bảo mật khả thi hơn, do đó đặt ra yêu cầu cao hơn đối với công tác quản lý kỹ thuật nghiệp vụ của các doanh nghiệp thương mại điện tử.

Thứ năm, sự phối hợp: Thương mại điện tử được điều phối và hợp tác giữa khách hàng với các doanh nghiệp sản xuất và bán buôn. Do đó, cần tăng cường sự phối hợp quản lý của các bộ phận khác nhau trong doanh nghiệp để đảm bảo thương mại điện tử có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao trình độ quản lý toàn diện của doanh nghiệp.

2. Phân tích các yếu tố bên trong, bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự phát triển của thương mại điện tử

Với tốc độ phát triển không ngừng của công nghệ thông tin, thương mại điện tử trên nền tảng internet đã lan rộng đến các lĩnh vực sản xuất và tiếp thị khác nhau của doanh nghiệp, để nâng cao cơ bản hiệu quả chung của doanh nghiệp, cần liên tục cải tiến kế hoạch quản lý kinh doanh phù hợp với xu hướng phát triển của thương mại điện tử. Để đạt được mục tiêu phát triển tối đa về lợi ích kinh tế của doanh nghiệp và thúc đẩy sự phát triển lâu dài của công ty, các bộ phận của công ty cần phân tích kỹ lưỡng các điều kiện môi trường bên trong và bên ngoài hiện tại của doanh nghiệp; Đồng thời, cần thiết lập các tư tưởng chỉ đạo đúng đắn, lập kế hoạch dài hạn cho phương hướng kinh doanh và các bước thực hiện.

(1) Các yếu tố vĩ mô: Thương mại điện tử có đặc điểm là phức tạp và chuyên nghiệp, các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử không chỉ là các bên tham gia giao dịch mà còn có sự tham gia của các bộ phận khác nhau của doanh nghiệp, doanh nghiệp với các đối tác. Thương mại điện tử có quan hệ mật thiết với lưu thông thương mại tương ứng, hỗ trợ tài chính và môi trường pháp lý... Có thể thấy, trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp ảnh hưởng đến thương mại điện tử gồm chủ yếu các yếu tố như: các yếu tố về mạng viễn thông cơ bản, tiêu chuẩn kỹ thuật, bảo mật giao dịch mạng, chủ thể giao dịch có thể đối mặt với nguy cơ bị lộ các thông tin bảo mật, từ đó ảnh hưởng tới niềm tin của chủ thể giao dịch với hoạt động thương mại điện tử.

(2) Các yếu tố vi mô: Trong quá trình phát triển của hoạt động thương mại điện tử, các doanh nghiệp sẽ gặp phải nhiều vấn đề như trình độ xây dựng văn hóa doanh nghiệp chưa cao, cơ chế quản lý thông tin chưa hoàn thiện,... những vấn đề này sẽ hạn chế việc triển khai thương mại điện tử trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp và gây ra những bất lợi cho quản lý doanh nghiệp.

3. Tác động cụ thể của thương mại điện tử đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

(1) Tác động của thương mại điện tử đến cơ cấu ngành của doanh nghiệp: Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển, các ngành mới tập trung vào dịch vụ thông tin phát triển ngày càng nhiều. Nhiều trung tâm giao dịch trực tuyến và các công ty dịch vụ tư vấn thương mại điện tử trở thành những người đóng vai trò chính trong việc thúc đẩy xã hội.

Là nền tảng quan trọng tạo nên trình độ của nền kinh tế thị trường, trong quá trình hình thành hệ thống thương mại điện tử, các hoạt động kinh doanh xuyên biên giới hoặc xuyên khu vực tiếp tục gia tăng. Để mở rộng phạm vi và quy mô kinh doanh, một số doanh nghiệp bán lẻ đã thiết lập các địa điểm giao dịch ảo trên nền tảng mạng để liên tục tối ưu hóa cơ cấu kinh doanh truyền thống và mô hình quản lý đa dạng, phù hợp hơn với xu thế phát triển kinh tế - xã hội hiện nay.

(2) Ảnh hưởng của thương mại điện tử đến mô hình thị trường: Sự phổ biến rộng rãi của thương mại điện tử đã thúc đẩy tốc độ chuyển đổi kinh tế và xã hội, làm cho nền kinh tế - xã hội chuyển từ dựa vào hậu cần trung gian, sang kết nối trực tiếp thông qua kết nối mạng. Từ đó, giúp kiểm soát cơ bản việc tiêu thụ nhân lực và vật lực trong các hoạt động thương mại, đảm bảo các hoạt động giao dịch có thể đạt được lợi ích kinh tế một cách tối đa trong thời gian sớm nhất.

(3) Ảnh hưởng của thương mại điện tử đến cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp: Việc ứng dụng thương mại điện tử đã làm thay đổi rất nhiều cơ cấu tổ chức nội bộ của các doanh nghiệp truyền thống. Trong cơ cấu tổ chức truyền thống của doanh nghiệp, các bộ phận chức năng cần dựa vào sự phân công và cộng tác của nhiều bộ phận khác nhau để hoàn thành các nhiệm vụ giao dịch kinh

doanh. Việc áp dụng mô hình thương mại điện tử chỉ yêu cầu bộ phận tiếp thị tham gia vào hoạt động kinh doanh, các bộ phận khác có thể tiếp xúc với khách hàng trên nền tảng mạng, đảm bảo công tác dịch vụ khách hàng có thể hội nhập chặt chẽ với thị trường. Thông qua việc áp dụng mô hình thương mại điện tử cũng có thể giúp doanh nghiệp tạo ra cơ cấu tổ chức mới.

Trong khuôn khổ thương mại điện tử, cách thức truyền tải thông tin của doanh nghiệp thể hiện nhiều đặc điểm và thông tin có thể được truyền trực tiếp đến cả hai bên của giao dịch mà không cần thông qua các liên kết trung gian. Không chỉ vậy, trong quá trình áp dụng mô hình quản lý thông tin doanh nghiệp, các chức năng mạng nội bộ và cơ sở dữ liệu hoàn thiện hơn, các đơn vị kinh doanh khác nhau có thể giao tiếp nhanh chóng thông qua mạng nội bộ. Trong bối cảnh thương mại điện tử, quản lý doanh nghiệp đã chuyển từ tập trung cấp cao truyền thống sang phát triển tổ chức ra quyết định lấy hệ thống làm trung tâm.

Các bộ phận khác nhau của doanh nghiệp có thể sử dụng nền tảng mạng để đạt được thông tin liên lạc hiệu quả và thống nhất các quyết định quan trọng khác nhau. Có thể thấy, việc áp dụng các phương thức phát triển thương mại điện tử về cơ bản có thể tăng cường sự tham gia của người lao động trong doanh nghiệp, nâng cao nhận thức về sự tham gia và ra quyết định của họ, đồng thời tăng hiệu quả sự gắn kết các bộ phận trong doanh nghiệp.

4. Các biện pháp nâng cao ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động quản lý doanh nghiệp

(1) Thiết lập và cải tiến hệ thống pháp luật liên quan: Hệ thống pháp luật hoàn chỉnh là nền tảng quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử, đảm bảo doanh nghiệp thu được lợi ích kinh tế tối đa thông qua hoạt động thương mại điện tử. Trong quá trình xây dựng hệ thống pháp luật, cần làm rõ hình thức hợp tác và đàm phán, thống nhất các bộ phận và đối tượng giao dịch của các giao dịch thương mại điện tử, xây dựng các luật và quy định về thương mại điện tử có thể áp dụng cho nhiều khu vực và ngành nghề khác nhau, yêu cầu hoạt động thương mại điện tử phải được thực

hiện trên cơ sở tuân thủ các quy định của pháp luật.

Trong tương lai, các doanh nghiệp cần cải thiện luật pháp và các quy định của địa phương phù hợp với tình hình phát triển của chính họ, đồng thời cải thiện cơ bản khả năng áp dụng của hệ thống pháp luật; thiết lập cơ chế thưởng phạt hoàn thiện hơn, phạt nghiêm khắc hơn các hoạt động thương mại điện tử bất hợp pháp và bảo vệ lợi ích hợp pháp của tất cả các bên tham gia.

(2) Tích hợp các nguồn lực khác nhau: Thiết lập một chuỗi thị trường thương mại điện tử hoàn chỉnh, tăng cường hợp tác với các tổ chức tài chính khác nhau và đầu tư thêm kinh phí để xây dựng cơ sở hạ tầng nhằm tạo ra một nền tảng vận chuyển thương mại điện tử chất lượng cao, thúc đẩy sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử. Tích hợp đầy đủ các nguồn lực ban đầu của doanh nghiệp để đảm bảo sử dụng có hiệu quả các thông tin trong quá trình sản xuất và hoạt động của doanh nghiệp, để hoạt động thương mại điện tử có thể đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của doanh nghiệp.

(3) Tăng cường giám sát các dịch vụ thương mại điện tử: Cần kết hợp thương mại điện tử và dịch vụ tài chính trong sản xuất và hoạt động của doanh nghiệp để hỗ trợ tài chính vững chắc hơn cho thương mại điện tử. Cải thiện cơ bản tính bảo mật của các dịch vụ tài chính, phân tích rủi ro của các dịch vụ tài chính thương mại điện tử, nghiêm trị các tội phạm tài chính trong lĩnh vực thương mại điện tử. Chú ý tăng cường sự tiện lợi của các dịch vụ tài chính thương mại điện tử, để các cơ sở tiền tệ và tài chính hợp tác tốt.

Khi có vấn đề với các khu vực khác nhau và phương thức thanh toán của người dùng, nền tảng thanh toán được sử dụng có thể được thống nhất và nền tảng thanh toán của bên thứ ba có thể được thiết lập để kiểm soát cơ bản chi phí của quá trình thanh toán và nâng cao mức độ thanh toán của thương mại điện tử.

(4) Đổi mới mô hình kinh doanh của doanh nghiệp: Kết hợp giữa môi trường phát triển của thương mại điện tử và đặc điểm phát triển kinh tế, không ngừng cải tiến và tối ưu hóa mô hình kinh doanh của doanh nghiệp. Cần làm rõ sự đổi mới về giá trị khách hàng trong công ty, hiểu rõ hơn về

thị trường mục tiêu và hưởng dịch vụ sản phẩm của công ty, tung ra các sản phẩm mới có tính cạnh tranh hơn trên thị trường và thu hút nhiều khách hàng hơn. Nền tảng tài chính thương mại điện tử được sử dụng bắt buộc phải áp dụng phương pháp tiếp thị đa chiều để thu hút lưu lượng truy cập của khách hàng, để các hoạt động thương mại điện tử ở các khu vực và quốc gia khác nhau có thể được áp dụng.

Nền tảng giao dịch này được ra mắt, sử dụng đăng ký miễn phí để thu hút nhiều người bán hơn đến giải quyết trên nền tảng và tăng cơ bản tổng khối lượng giao dịch, trên cơ sở các chức năng của nền tảng trao đổi thương mại điện tử truyền thống, các dịch vụ quảng cáo mở và dịch vụ cho vay tín dụng để mở rộng về cơ bản nguồn thu nhập.

(5) Thiết lập một nền tảng quản lý doanh nghiệp đầy đủ chức năng: Xây dựng hệ thống tạo giá trị của thương mại điện tử và tuân thủ định hướng giá trị của khách hàng. Nền tảng quản lý doanh nghiệp được thiết lập bắt buộc phải cung cấp các dịch vụ thương mại điện tử cơ bản, kết hợp các chức năng hỏi đáp và đánh giá thanh toán để hình thành một nền tảng giao dịch thương mại điện tử hoàn thiện hơn, nhằm sử dụng tối đa các nguồn lực của khách hàng. Tích hợp hiệu quả công nghệ dữ liệu lớn, cung cấp từ khóa đa chiều bằng cách phân tích điểm quan tâm và nhu cầu của khách hàng. Hiện thị thông tin sản phẩm toàn diện hơn, kích thích tiêu dùng của khách hàng và thu được lợi ích kinh tế cao hơn. Đổi mới là nền tảng quan trọng cho sự phát triển của các nền tảng thương mại điện tử. Kết hợp với mô hình phát triển nền tảng thông tin hiện tại, cần hỗ trợ đa dạng hơn các phương pháp tư vấn thông tin và tuân thủ nghiêm ngặt mô hình nền tảng giao dịch để thúc đẩy giao dịch thương mại điện tử.

(6) Chú ý đến việc định vị hoạt động kinh doanh: Để thương mại điện tử đóng vai trò quan trọng trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp, các bộ phận quản lý liên quan cần làm tốt công tác định vị doanh nghiệp, làm rõ phạm vi hoạt động thực tế của doanh nghiệp, thiết lập định vị doanh nghiệp và lợi nhuận khoa học, khả thi hơn. Trên quan điểm hiện nay, bộ phận quản lý của doanh

nh nghiệp chưa quan tâm đúng mức đến công tác định vị doanh nghiệp, thực hiện hoạt động thương mại điện tử trực tuyến chỉ thông qua một ý niệm đơn giản dẫn đến khoảng cách giữa hiệu quả của hoạt động thương mại điện tử và mục tiêu mong đợi. Do đó, việc định vị kinh doanh của doanh nghiệp cần được kiểm soát chặt chẽ, phân tích hiện trạng các nguồn dự trữ tài nguyên khác nhau của doanh nghiệp và đảm bảo định vị kinh doanh được thiết lập có thể giúp doanh nghiệp cải thiện kế hoạch sản xuất, nhằm thực hiện nhiều loại hình hoạt động thương mại điện tử phong phú hơn.

(7) Nâng cao giá trị thương hiệu doanh nghiệp và giá trị khách hàng: Tăng cường hơn nữa giá trị của khách hàng doanh nghiệp và lợi nhuận thông qua hợp tác với các công ty. Nâng cao sự quan tâm và sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động kinh doanh và kích thích hành vi tiêu dùng lặp lại của khách hàng. Theo quan điểm hiện nay, hầu hết các công ty chỉ tập trung vào quy trình sản xuất, chế biến kinh doanh trong quá trình ứng dụng công nghệ thương mại điện tử mà không phân tích kỹ nhu cầu tiêu dùng thực tế của khách hàng. Điều này dẫn đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm và hoạt động tiếp thị của công ty chưa cao. Các công ty có thể xây dựng hệ thống thông tin khách hàng dựa trên đặc điểm cấu trúc của ngành, sử dụng nền tảng mạng để thu thập và phân loại dữ liệu khách hàng, tiếp cận khách hàng tiềm năng và đảm bảo các hoạt động thương mại điện tử có thể hình thành các kế hoạch chiến lược kinh doanh khả thi hơn trên cơ sở tích hợp nhiều nguồn khách hàng.

5. Kết luận

Để phát huy cơ bản vai trò quan trọng của thương mại điện tử trong hoạt động quản lý và nâng cao hiệu quả lợi ích kinh tế của hoạt động sản xuất và marketing của doanh nghiệp, cần phân tích kỹ các đặc điểm của thương mại điện tử. Nghiên cứu sâu về các môi trường phát triển của doanh nghiệp trong bối cảnh thương mại điện tử, và hình thành một cơ chế quản lý doanh nghiệp có tính khả thi về kỹ thuật và khả thi về kinh tế sẽ nâng cao cơ bản mức độ dịch vụ của doanh nghiệp và thu hút sự quan tâm của khách hàng hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Văn Hồng & Nguyễn Văn Thoan (2013), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Hà Nội, Nhà xuất bản Bách khoa.
2. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, (2020). Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2020, Truy cập tại <https://vecom.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2020>
3. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, (2020). Việt Nam - Thương mại điện tử tăng tốc sau đại dịch Covid 19. Truy cập tại <https://vecom.vn/viet-nam-thuong-mai-dien-tu-tang-toc-sau-dai-dich-covid-19-1>

Ngày nhận bài: 30/3/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/4/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/4/2021

Thông tin tác giả:

PHẠM THỊ MAI QUYÊN

Khoa Kinh tế và Quản lý

Trường Đại học Điện lực

**STRATEGIES TO PROMOTE THE USE OF E-COMMERCE
IN BUSINESS MANAGEMENT ACTIVITIES OF ENTERPRISES**

● PHAM THI MAI QUYEN

Faculty of Economics and Management

Electricity Power University

ABSTRACT:

E-commerce has become an important part in production and business activities of many enterprises. The use of the Internet to conduct online transactions, sales, marketing activities, etc. helps businesses save their costs, enhance their management efficiency and also maximize their profits. This paper highlights the characteristics of e-commerce, analyzes the internal and external environment and assesses the impacts of e-commerce on business activities of enterprises. The paper also proposes some solutions of applying e-commerce in business management activities of enterprises.

Keywords: e-commerce, management activities, enterprises.