

**VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

**Một số giải pháp nâng cao chất lượng cung cấp  
thông tin thị trường cho các doanh nghiệp**

**Nghiên cứu sinh: Đỗ Văn Chiến**

Chuyên ngành: Thương mại  
Mã số: 62.34.10.01

Người hướng dẫn:

1. GVHD 1: PGS.TS: Phạm Tất Thắng
2. GVHD 2: TS. Vũ Thị Bạch Nga

**2011**

## MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	10
CHƯƠNG 1.....	20
NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ THÔNG TIN VÀ CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG .....	20
1.1. Thông tin và vai trò của thông tin thị trường trong đời sống kinh tế - xã hội.....	20
1.2. Vai trò và ý nghĩa kinh tế của Thông tin Thị trường trong hoạt động của các doanh nghiệp. ....	47
1.3. Tính chất riêng của thông tin theo cấp quyết định. ....	52
1.4. Chất lượng thông tin thị trường. ....	55
1.5. Chất lượng cung cấp thông tin thị trường. ....	61
1.6. Tổ chức, xử lý và cung cấp thông tin thị trường tại một số nước và một số tổ chức cung cấp thông tin trên thế giới.....	64
1.7. Một số bài học về tổ chức thông tin thị trường cho Việt Nam. ....	79
CHƯƠNG 2.....	83
THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG VÀ CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP CUNG CẤP THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM. ....	83
2.1. Hệ thống các tổ chức cung cấp thông tin thị trường tại Việt Nam ....	83
2.2. Thực trạng nguồn thông tin thị trường đầu vào của các cơ quan có chức năng cung cấp thông tin thị trường hiện nay - sản phẩm thông tin thị trường được cung cấp trên thị trường - và các yếu tố điều kiện để tạo ra chất lượng thông tin thị trường. ....	95

2.3. Chất lượng thông tin thị trường hiện nay qua đánh giá của DN. ....	112
2.4. Các dạng sản phẩm thông tin thị trường và vấn đề chất lượng cung cấp thông tin thị trường cho các DN.....	117
2.5. Đánh giá chung. ....	129
CHƯƠNG 3.....	135
PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG THÔNG TIN VÀ CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP.....	135
3.1. Xu thế biến đổi của thị trường và nhu cầu thông tin của các doanh nghiệp. ....	135
3.2. Thông tin thị trường trong mối quan hệ với tổ chức thị trường.....	149
3.3. Xu hướng phát triển thông tin thị trường tại Việt Nam trong thời gian tới .....	153
3.4. Một số nguyên tắc và quan điểm trong phát triển thông tin thị trường và nâng cao chất lượng thông tin thị trường để cung cấp cho doanh nghiệp.....	161
3.5. Một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng thông tin thị trường để cung cấp cho doanh nghiệp. ....	162
KẾT LUẬN .....	183
CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA NGHIÊN CỨU SINH .....	186
DANH MỤC TÀI LỆU THAM KHẢO TIẾNG VIỆT .....	187
DANH MỤC TÀI LỆU THAM KHẢO TIẾNG ANH .....	193

## DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1.	Tính chất của thông tin theo cấp quyết định.....	53
Bảng 2.1.	Mức máy tính trung bình trong một số DN .....	121
Bảng 2.2.	Tỷ lệ DN có website phân theo lĩnh vực kinh doanh.....	127
Bảng 3.1.	Tổng mức lưu chuyển bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ.....	140
Bảng 3.2.	Kim ngạch XNK của Việt Nam giai đoạn 1990 – 2009.....	141
Bảng 3.3.	Tăng trưởng kim ngạch XK một số mặt hàng .....	142
Bảng 3.4.	Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang một số thị trường .....	143
Bảng 3.5.	Tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu từ một số thị trường .....	144

## **DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ**

Biểu đồ 2.1	Đánh giá của DN về chất lượng dịch vụ tư vấn và cung cấp TTTT ở Việt Nam.....	113
Biểu đồ 2.2	Độ tin cậy của dịch vụ cung cấp, tư vấn thông tin thị trường cho các DN tại Việt Nam .....	115
Biểu đồ 2.3	Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin thị trường của Việt Nam tại thời điểm điều tra 2008.....	116
Biểu đồ 2.4	Tần suất sử dụng dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin thị trường của doanh nghiệp .....	116
Biểu đồ 2.5	Tần suất cập nhật thông tin thị trường qua Internet của các doanh nghiệp .....	119
Biểu đồ 2.6	Mức độ tiếp cận Internet của Doanh nghiệp qua các năm 2004 - 2007 .....	123
Biểu đồ 2.7	Hình thức sử dụng Internet qua các năm 2004-2007 .....	123
Biểu đồ 2.8	Tình hình sử dụng mạng nội bộ của DN năm 2006, 2007.....	124
Biểu đồ 2.9	Chuyển biến về ứng dụng TMĐT tại các DN Việt Nam 02 năm 2006, 2007 .....	125
Biểu đồ 2.10	Tỷ lệ DN có website qua các năm 2004 – 2008 .....	126
Biểu đồ 2.11	Tần suất cập nhật website của DN qua các năm.....	128

**DANH MỤC SƠ ĐỒ**

Sơ đồ 1.1.	Các đầu mối thông tin của tổ chức doanh nghiệp.....	54
Sơ đồ 2.1.	Hệ thống tổ chức thông tin thị trường ở nước ta .....	90
Sơ đồ 2.2.	Hệ thống tổ chức thông tin thương mại và thị trường toàn quốc của Trung tâm thông tin CN & TM (VITIC) - Bộ Công Thương.....	92
Sơ đồ 3.1.	Tổ chức hệ thống thông tin thị trường nội địa Việt Nam.....	152
Sơ đồ 3.2.	Mô hình thu thập và trao đổi thông tin thị trường ngành công thương.....	169
Sơ đồ 3.3.	Mô hình cung cấp thông tin dữ liệu hàng hoá XNK của Việt nam của cục Công nghệ Thông tin và thống kê Hải quan. ....	170

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT TIẾNG VIỆT

Chữ viết tắt	Giải nghĩa tiếng Việt
CSDL	Cơ sở dữ liệu
CNTT	Công nghệ thông tin
CCTTTT	Cung cấp thông tin thị trường
CNTD	Công nghiệp tiêu dùng
CNTP	Công nghiệp thực phẩm
DN	Doanh nghiệp
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
DNTM	Doanh nghiệp thương mại
DNSX	Doanh nghiệp sản xuất
DV	Dịch vụ
HTX	Hợp tác xã
NCTT	Nghiên cứu thị trường
NTD	Người tiêu dùng
NK	Nhập khẩu
TT	Thông tin
TTTT	Thông tin thị trường
TV	Tư vấn
TMĐT	Thương mại điện tử
XTTM	Xúc tiến thương mại
XNK	Xuất nhập khẩu
XK	Xuất khẩu

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT TIẾNG ANH

Chữ viết tắt	Tên tiếng anh	Giải nghĩa tiếng việt
<b>ASEAN</b>	The Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
<b>AFTA</b>	ASEAN Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
<b>AFFA</b>	Asean Federation of Forwarders Associations	Hiệp hội giao nhận các nước ASEAN
<b>APEC</b>	Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương
<b>CIF</b>	Cost + Insurance + Freight	<i>(Thuật ngữ dùng trong ngoại thương)</i> – Người bán giành được quyền vận chuyển hàng hóa. Giá trị thanh toán gồm: giá hàng hóa + phí bảo hiểm + cước thuê tàu
<b>E-commerce</b>	Electronic – commerce	Thương mại điện tử (TMĐT)
<b>E-logistics</b>	Electronic – logistics	Dịch vụ hậu cần điện tử
<b>EDI</b>	Electronic Data Interchange	Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử
<b>EU</b>	European Union	Liên minh Châu Âu
<b>FOB</b>	Free on board	<i>(Thuật ngữ dùng trong ngoại thương)</i> – Người mua giành quyền vận chuyển. Điều kiện giao hàng: hàng giao trên boong tàu.
<b>FIATA</b>	International Federation of Freight Forwarders Associations	Hiệp hội giao nhận kho vận quốc tế
<b>WTO</b>	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại quốc tế
<b>GDP</b>	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
<b>DWT</b>	Dead Weight Tonnage	Trọng tải toàn phần (tàu biển)
<b>HC</b>	High Cube	Container cao (cao hơn container tiêu chuẩn 0,7 – 0,8 m)
<b>ICD</b>	Inland Container Depot	Cảng container nội địa
<b>IT</b>	Information Technology	Công nghệ thông tin



<b>ODA</b>	Official Development Assistance	Hỗ trợ phát triển chính thức
<b>TEU</b>	Twenty – foot equivalent units	Đơn vị tương đương container 20 feet
<b>USD</b>	United States Dollar	Đồng Đôla Mỹ
<b>VISABA</b>	Viet Nam Ship Agents and Brokers Association	Hiệp hội đại lí và môi giới hàng hải Việt Nam
<b>VIFFAS</b>	Vietnam Freight Forwarders Association	Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam
<b>VINALINES</b>	Vietnam National Shipping Lines	Tổng công ty hàng hải Việt Nam

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của vấn đề nghiên cứu

Kinh tế, thương mại thế giới hiện nay được mô tả bằng hai nét đặc trưng cơ bản. Đó là quốc tế hoá, khu vực hoá đan xen với bảo hộ mậu dịch, áp dụng các hàng rào kỹ thuật để bảo hộ sản xuất, tiêu dùng trong nước và sự dịch chuyển kinh tế, thương mại, đầu tư, tiền tệ giữa các nền kinh tế phát triển lâu đời và từ các nền kinh tế phát triển lâu đời sang các nền kinh tế mới nổi, đang phát triển. Với trào lưu của quốc tế hoá, hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu, với sự phát triển của các phương thức kinh doanh; hợp tác, liên kết trong kinh doanh và đặc biệt là sự phát triển của các phương thức, kỹ thuật xử lý thông tin, truyền tin kỹ thuật cao và hiện đại đã làm cho sự khác biệt giữa thị trường trong nước với thị trường ngoài nước của một quốc gia xét về nhiều phương diện ngày càng trở nên mờ nhạt. Trong kinh tế đối ngoại các chiến lược phát triển kinh tế hướng vào xuất khẩu hay thay thế nhập khẩu cũng đã có những thay đổi cơ bản, không còn giữ nguyên ý nghĩa cổ điển của nó nữa. Tất cả các nền kinh tế, để phát triển đều phải "mở cửa" thông qua việc cắt giảm hàng rào thuế quan và phi thuế quan, đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế; đồng thời, vẫn tăng cường các biện pháp bảo hộ sản xuất và bảo vệ thị trường trong nước. Sau khủng hoảng tài chính và suy giảm kinh tế thế giới những năm 2008 – 2009 cuộc chiến giành giật thị trường giữa hàng nội và hàng ngoại đã trở nên quyết liệt. Kinh tế và thị trường Việt Nam mặc dù chịu tác động của kinh tế thế giới vẫn đang duy trì được đà phát triển mạnh. Cùng với thay đổi của công nghệ, giá thành sản xuất hàng hoá, thị hiếu tiêu dùng, sự cạnh tranh ngày càng cao, vòng đời sản phẩm được rút ngắn... việc lựa chọn mặt hàng, sản phẩm đầu tư, kinh doanh và tổ chức tốt thị trường để kinh doanh thành công là rất quan trọng.

Thông tin thị trường phản ánh diễn biến thị trường, sự vận động của các yếu tố thị trường và sự tương tác giữa chúng xảy ra trong cùng một hệ