

# KHẢ NĂNG ỨNG DỤNG MARKETING ĐIỆN TỬ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM THỜI KỲ HỘI NHẬP HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VÀ CỘNG ĐỒNG KINH TẾ ASEAN

E-MARKETING APPLICABILITY OF VIETNAMESE ENTERPRISES IN THE PERIOD OF INTEGRATION OF FREE TRADE AGREEMENTS AND ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

Vũ Thị Thu Hà<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*E-mail: thuhamar46@gmail.com

Ngày nhận bài: 30/11/2017

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 19/2/2017

Ngày chấp nhận đăng: 28/2/2017

**TÓM TẮT** Hiện nay, các hoạt động và công cụ marketing điện tử phát triển nhanh và biến đổi liên tục, điều này cũng phù hợp với tình hình thực tiễn phát triển công nghệ thông tin trên thế giới. Đặc biệt trong thời kỳ hội nhập hiệp định thương mại tự do và cộng đồng kinh tế Asean, lĩnh vực marketing điện tử đã và đang có những bước phát triển mạnh mẽ do bối cảnh kinh tế xã hội có nhiều thay đổi. Bài báo trình bày nghiên cứu về khả năng ứng dụng marketing điện tử tại các doanh nghiệp Việt Nam, thông qua phương pháp phỏng vấn sâu các chuyên gia. Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc ứng dụng này tại các doanh nghiệp Việt Nam vẫn bị sai lệch và chưa đầy đủ.

**Từ khóa:** marketing điện tử; quy trình ứng dụng; các yếu tố cấu thành của marketing điện tử; quảng cáo trực tuyến; truyền thông xã hội

**ABSTRACT** Nowadays it is the fact that work and electronic marketing activities are developing dramatically and adapting continuously to practical information technology development in the world. Especially, in the period of joining free trade agreement and ASEAN economy community, electronic marketing field has stepped further sharply because of the difficulty in social and economic background. However, by analyzing Vietnamese's enterprises' application capability of electronic marketing, the author acknowledges that this is still incorrect and inadequate. This thesis aims to give overview of the world's researches and bases on individual-specialized interviews of experts working on electronic marketing field in Vietnam to point out approaches, fundamental factors and process of electronic marketing. This will be the basic for enterprises to understand thoroughly, sufficiently and support for their company's business activities.

**Keywords:** electronic marketing; the application process; factors making of electronic marketing; online advertisement; social media