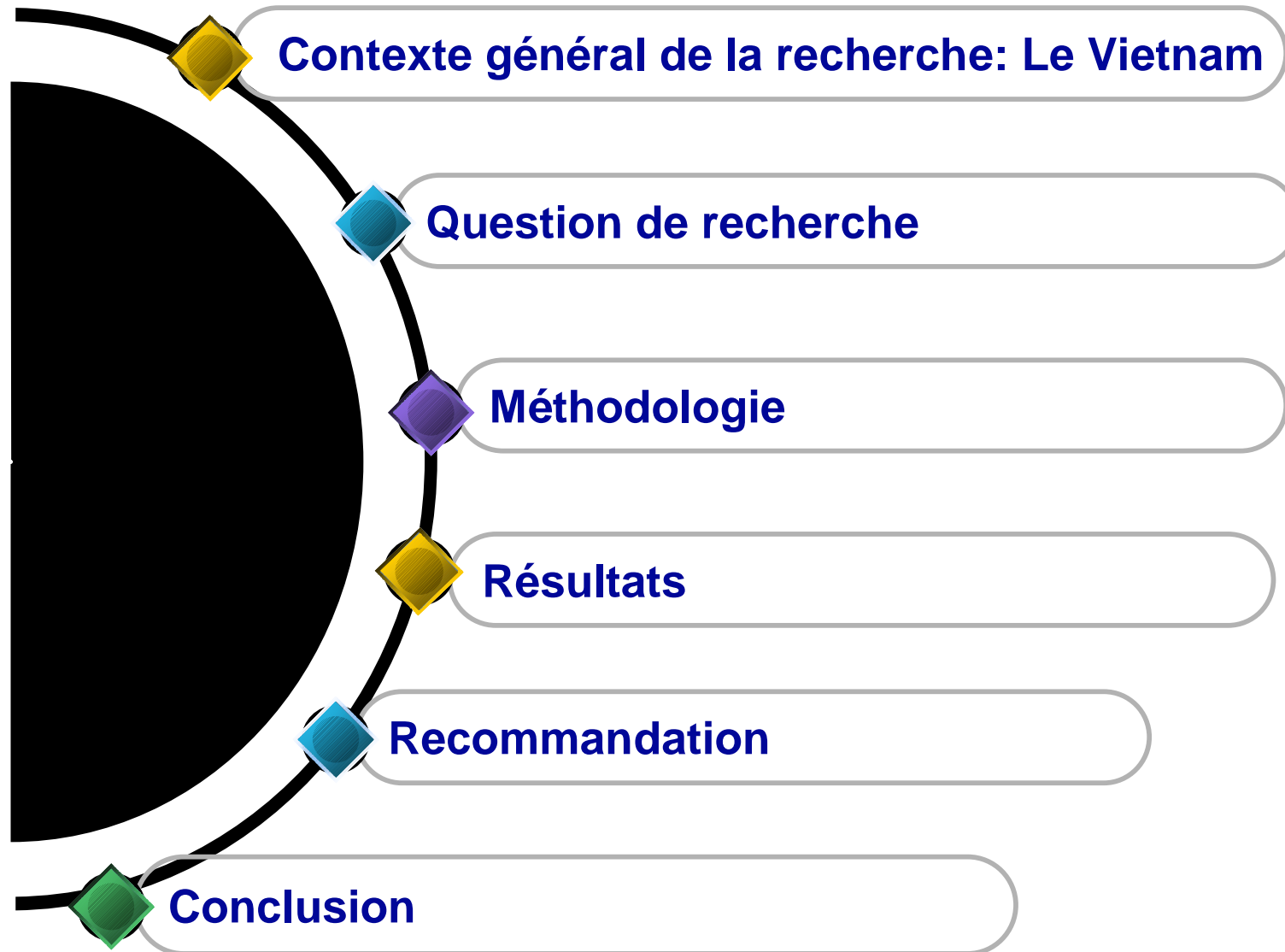


**DIFFUSION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE
DANS LES PETITES ET MOYENNES
ENTREPRISES (PME):
LE CAS DU VIETNAM**

**LE Van Huy
Université des Sciences Économiques de Danang, Vietnam**

Paris, 14 Décembre 2008

Plan de la présentation



Contexte général de la recherche : Le Vietnam

- ✓ **Pays en voie de développement.**
- ✓ **Situé au cœur de l'Asie du Sud-est.**
- ✓ **Superficie de 330000 km² (sa largeur n'excède pas 300 km et 50 km pour la zone la plus étroite).**
- ✓ **Population estimée, en 2006, 84 millions d'habitants.**
- ✓ **Grandes villes:**
 - § **Hanoi (au Nord): capitale administrative.**
 - § **Danang (au Centre).**
 - § **Ho Chi Minh (au Sud): capitale commerciale.**



Contexte général de la recherche : Le Vietnam

- ✓ Depuis 1986, le Vietnam a adopté la politique du “• •i m•ĩ” (politique de Renouveau) qui a eu des effets bénéfiques.
 - ✓ Le taux de croissance moyen du PIB sur 10 ans est supérieur à 7,5%, en 2006, le taux de croissance du PIB était de 8,2%.
 - ✓ La politique du “• •i m•ĩ” a permis au Vietnam:
 - § De développer les relations bilatérales et multilatérales avec la plupart des pays du monde.
 - § En 2007, devenir le 150^{ème} membre de l'OMC.
- à *Le Vietnam se présente comme un pays qui a des potentialités de développement économique et une stabilité politique.*

Contexte général de la recherche : Le Vietnam

✓ Concernant les nouvelles technologies (*)

§ En 2006, plus de 10% de foyers vietnamiens connectés à Internet, avec plus de 14 millions d'utilisateurs.

§ Les jeunes vietnamiens (30% de la population) sont très sensibles aux nouvelles technologies.

✓ Le Vietnam possède

§ De grandes ressources humaines dans le secteur des technologies de l'information.

§ Des programmeurs de qualité dans les sociétés informatiques.

à ***Ce sont de réelles forces et avantages pour la promotion des activités du commerce électronique au Vietnam.***

(*) Source: Rapport de l'enquête du commerce électronique au Vietnam (2006) – Ministère de la Poste et de la Communication

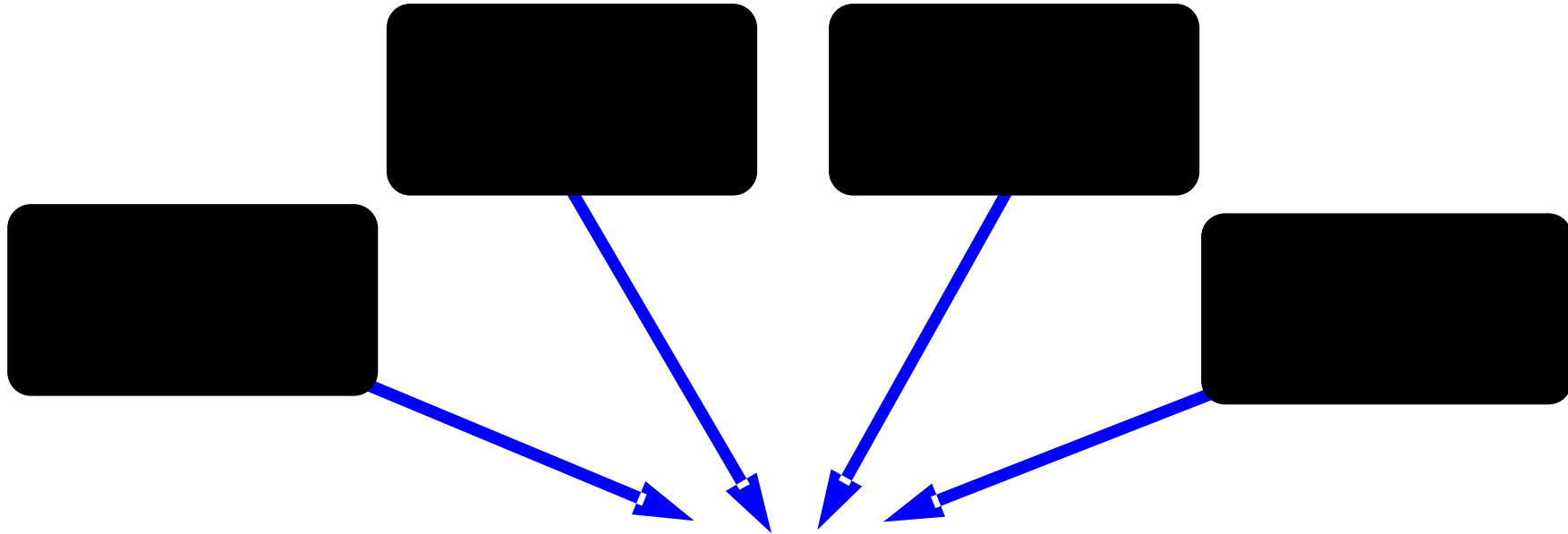
Contexte général de la recherche: Le Vietnam

✓ Les inconvénients :

- § Le manque de pratique et de connaissance des langues étrangères pour les programmeurs de site web.
- § Les habitudes d'achat des vietnamiens au petit marché local ("Cho") qui est un lieu de rencontre et d'échanges d'informations.
- § Le manque de stabilité de l'infrastructure nationale des technologies d'information.
- § L'absence de lois applicables sur le commerce électronique.
- § La faiblesse du système de sécurité, de protection des données et ainsi que la faible connaissance du secteur des affaires du commerce électronique.

(*) *Source: Rapport de l'enquête du commerce électronique au Vietnam (2006) – Ministère de la Poste et de la Communication*

Questions de recherche



1

Est-ce-que les entreprises et spécifiquement, les PME peuvent adopter et diffuser le commerce électronique pour profiter de ces avantages?

2

Comment peut-on promouvoir les activités du commerce électronique dans les PME au Vietnam?

Méthodologie de la recherche



1

Collecte des données a été établi par des étudiants en formation continue qui ont été entraîné à la méthode de "face à face".



2

Échantillon est composé de 1200 PME qui ont été sélectionnées aléatoirement à partir de la liste des PME de l'APMEV



3

Questionnaires utilisables: 926, soit (77,17%)



4

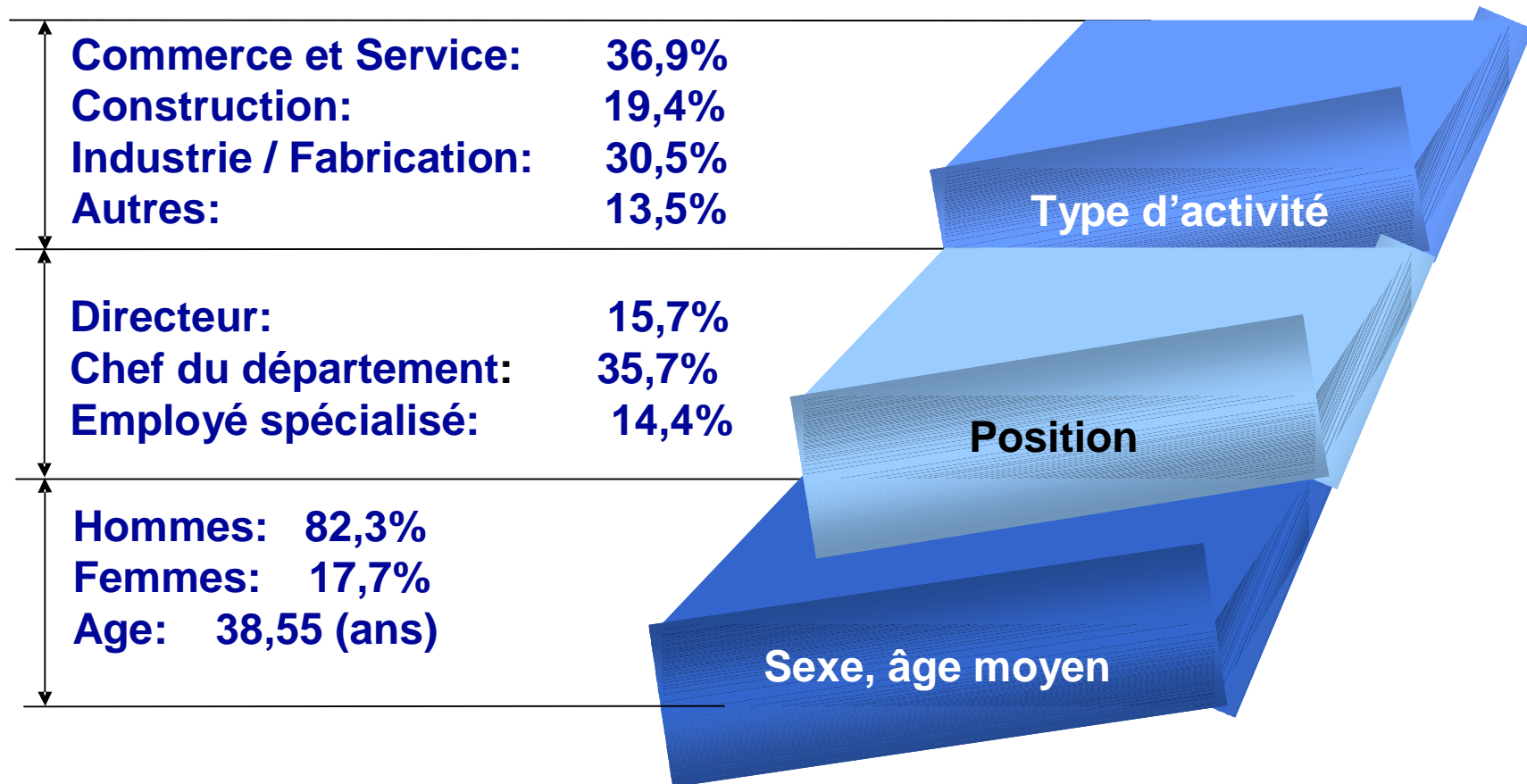
Test de fiabilité et de validité des échelles de mesure



5

Analyse des données

Structure de l'échantillon



Structure de l'échantillon

Catégories	N	%
Utilisateurs	307	33,2
Prospecteurs	356	38,4
Retardataires	263	28,4

Utilise un site web	Com&Serv.	Construct.	Industrie	Autres	Total
Utilise un site web	169	46	68	24	307
Prévoit l'utiliser au cours des 3 mois	28	38	13	8	87
Prévoit l'utiliser au cours des 6 mois	31	7	23	6	67
Prévoit l'utiliser au cours des 9 mois	39	12	30	17	98
Prévoit l'utiliser au cours d'un an	27	25	38	14	104
Total	305	137	184	76	663

Commentaires (4)

∨ La "fonction" actuelle du site web des entreprises Vietnamiennes (*)

Fonctions du site web	Nombre	N. cul.	%
1. Les développeurs	171	171	55,7
2. Les communicateurs	27	258	24,5
3. Les utilisateurs occasionnels	41	259	17,8
4. Les utilisateurs transactionnels	56	307	20,0

P.S: Les entreprises dans le groupe (n+1) ont des caractéristiques du groupe (n) + des caractéristiques spécifiques du groupe (n+1)

() Source: Analyse de l'auteur*

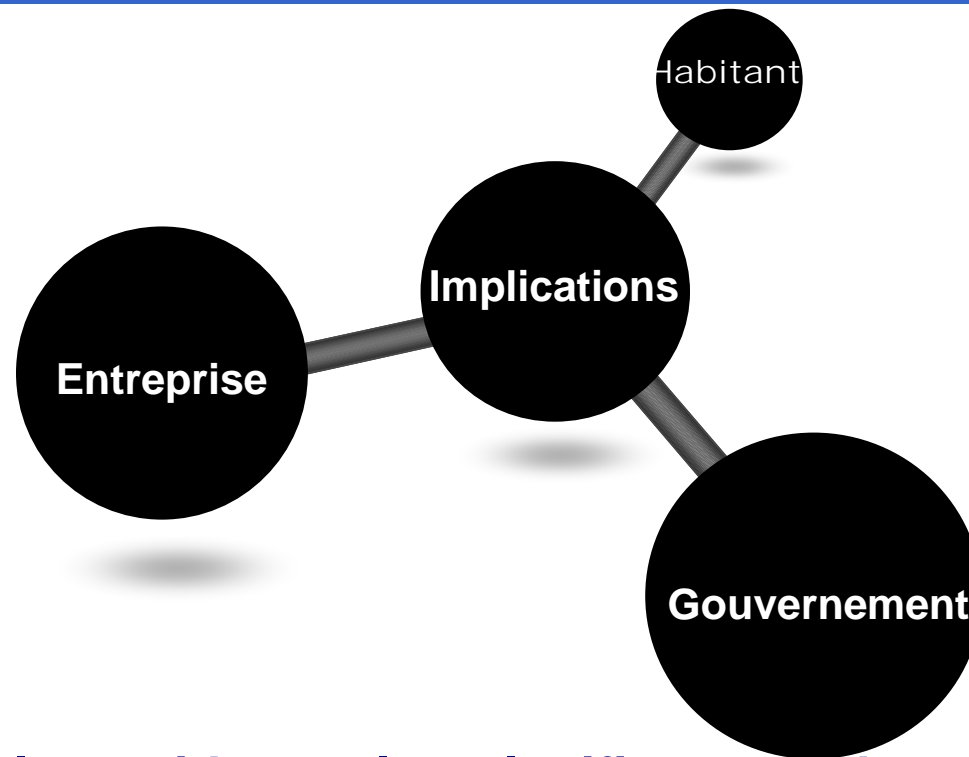
Obstacles à la diffusion du CE dans les PME

- ✓ **Inquiétudes au sujet de la sécurité**
- ✓ **Méconnaissance de la question des PME Vietnamiens**
- ✓ **Incertitude des PME quant aux avantages du commerce électronique pour leurs activités**
- ✓ **Inquiétudes au sujet du manque de compétences et de ressources humaines**
- ✓ **Coûts de l'équipement**

Recommandation

- ✓ **Investissement pour le commerce électronique**
- ✓ **Formation de la main-d'œuvre du commerce électronique (éducation du commerce électronique)**
- ✓ **Orientation stratégique du commerce électronique**
- ✓ **Rôle du gouvernement**

Conclusion



à Ces résultats aideront les planificateurs du gouvernement et les dirigeants des entreprises à prendre des orientations stratégiques pour susciter l'adoption et l'utilisation du commerce électronique dans les PME au Vietnam.

à Les habitants vietnamiens qui doivent avoir des connaissances nécessaires du commerce électronique pour l'utiliser dans la vie quotidienne.

Merci pour votre attention!

