

Thương mại điện tử là gì?

Sự ra đời của Internet

Trước tiên chúng ta cùng điểm qua những dấu mốc quan trọng của sự ra đời của Internet. Ý tưởng đầu tiên về việc kết nối các mạng máy tính lại với nhau ra đời năm 1962, cho đến năm 1991 ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản **HTML** ra đời cùng với giao thức truyền siêu văn bản **HTTP** (HyperText Transfer Protocol), lúc này Internet trở thành một công cụ đắc lực của hàng loạt dịch vụ mới.

Từ năm 1994 mạng internet được sử dụng một cách rộng rãi, các doanh nghiệp bắt đầu sử dụng dịch vụ internet vào mục đích thương mại.

World Wide Web (WWW) là tập hợp các siêu văn bản được kết nối với nhau và được truy cập thông qua Internet. Mỗi trang siêu văn bản là một trang web và có thể được truy cập được bởi các ứng dụng trình duyệt (Chorome, Firefox, Safari, Opera) trên thiết bị đầu cuối của người dùng.

Sở dĩ WWW trở nên phổ biến bởi nó cung cấp cho người dùng khả năng truy cập dễ dàng từ đó người dùng có thể khai thác các thông tin trên internet dưới dạng văn bản, hình ảnh, âm thanh hay video.

Các doanh nghiệp nhận thấy WWW giúp họ rất nhiều trong việc trưng bày, cung cấp, chia sẻ thông tin và liên lạc với đối tác một cách nhanh chóng, tiện lợi và kinh tế.

Internet nói chung và Word Wide Web nói riêng là công cụ quan trọng nhất của Thương mại điện tử (TMĐT).

Tại Việt Nam dịch vụ internet được xuất hiện từ năm 1997, đây là dấu mốc quan trọng mở ra cơ hội hình thành và phát triển Thương mại điện tử.

Năm 2003 TMĐT bắt đầu được giảng dạy ở một số trường đại học.

Từ năm 2000 đến nay internet bằng thông rộng phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng phát triển. Máy laptop, điện thoại di động, kết nối không dây vào internet.. đang được triển khai. Mạng 3G, 4G...cùng với đó là việc phát triển các dịch vụ số như: Game online, IPTV bắt đầu phát triển.

Ngay khi mạng Internet được khai thác trong kinh doanh đã tạo cơ hội mới và thách thức mới cho các doanh nghiệp kinh doanh truyền thống và dẫn đến sự phát triển của TMĐT.

Vậy thương mại điện tử là gì?

Hiện nay có nhiều khái niệm thương mại điện tử như Electronic Commerce hay e-Commerce trong đó có một khái niệm TMĐT khá nổi tiếng của các tổ chức quốc tế. Theo tổ chức thương mại thế giới WTO thì thương mại điện tử là việc **sản xuất -> tiếp thị -> bán -> phân phối** sản phẩm hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử.

Theo tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế OECD có 2 cách định nghĩa rộng và hẹp về giao dịch thương mại điện tử như sau:

Theo nghĩa RỘNG

Giao dịch thương mại điện tử là việc mua hoặc bán hàng/dịch vụ giữa doanh nghiệp, người tiêu dùng, chính phủ và các tổ chức nhà nước hoặc tư nhân được tính hàng thông qua các mạng kết nối qua trung gian máy tính. Hàng hóa hoặc dịch vụ được đặt mua qua mạng nhưng việc thanh toán và giao hàng hóa có thể được thực hiện theo phương pháp truyền thống.

Giao dịch thương mại điện tử theo định nghĩa này bao gồm các đơn hàng được nhận hoặc đặt qua bất cứ ứng dụng trực tuyến nào trong các giao dịch tự động như ứng dụng internet hoặc các hệ thống điện thoại tương tác.

Theo nghĩa HẸP

Giao dịch TMĐT là việc mua hoặc bán hàng hóa dịch vụ được tiến hành thông qua internet, giao dịch TMĐT theo định nghĩa này bao gồm: các đơn hàng được nhận hoặc đặt qua bất kỳ ứng dụng nào qua nền internet trong các giao dịch tự động bất kỳ hình thức truy cập internet thông qua di động hay tivi loại trừ các đơn hàng qua điện thoại, fax hay email.

Theo hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) thì TMĐT là các giao dịch điện tử trên mạng Internet hoặc những mạng mở khác, những giao dịch này có thể chia làm 2 loại:

- 1. Giao dịch bán dịch vụ và hàng hóa hữu hình
- 2. Giao dịch liên quan đến việc chuyển trực tiếp, trực tuyến các thông tin và dịch vụ hàng hóa số.

Tại Việt Nam vào ngày 16/05/2013 chính phủ ban hành nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT trong nghị định này thương mại điện tử được hiểu như sau:

Thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác

Vậy thương mại điện tử đem lại lợi ích gì?

TMĐT đem lại 3 lợi ích nổi bật như sau:

1. Đối với danh nghiệp

Lợi ích lớn nhất mà TMĐT đem lại là tiết kiệm chi phí và tạo thuận lợi cho các bên giao dịch. Với thương mại điện tử bạn không phải tốn kém nhiều cho việc thuê cửa hàng với đông đảo nhân viên phục vụ, bạn cũng không cần đầu tư nhiều cho kho chứa thay vào đó bạn chỉ cần một khoản tiền nhỏ để xây dựng một website bán hàng qua mạng sau đó chỉ tốn 10% phí để duy trì và vận hành website mỗi tháng.

Danh nghiệp có thể marketing toàn cầu với chi phí cực kì thấp, bạn có thể đưa thông tin quảng cáo của bạn đến với hàng trăm triệu người xem từ khắp nơi trên thế giới. Đây là điều mà chỉ có TMĐT làm được cho danh nghiệp.

2. Đối với người tiêu dùng

Thương mại điện tử mở rộng khả năng lựa chọn hàng hóa, dịch vụ người cung cấp. Với TMĐT khách hàng không còn giới hạn về địa lý hay thời gian làm việc, họ có thể mua hàng mọi lúc, mọi nơi. Lựa chọn giữa hàng trăm thậm chí hàng nghìn nhà cung cấp giữa các vùng miền khác nhau.

3. Đối với xã hội

TMĐT tạo ra một phương thức kinh doanh và làm việc mới phù hợp với cuộc sống công nghiệp hiện đại. TMĐT tạo ra một sân chơi mới cho các danh nghiệp buộc họ phải đổi mới, sáng tạo để đưa ra chiến lược kinh doanh và dịch vụ riêng cho sản phẩm dịch vụ từ đó góp phần phát triển cho các danh nghiệp nói riêng và nền kinh tế tổng thể nói chung.

Mặc dù mang lại những lợi ích kinh tế rất lớn nhưng việc ứng dụng TMĐT cũng không tránh khỏi những thách thức khó khăn.

Những thách thức khó khăn của TMĐT

- **Đối với cơ quan quản lí nhà nước:** Thách thức về xây dựng và áp dụng chính sách.

- **Đối với các nhân tố chức:** Bản chất của TMĐT là giao dịch một cách gián tiếp, bên mua và bên bán thậm chí còn không biết với nhau điều này dẫn đến những lo ngại riêng giữa người mua và người bán đó là thách thức về lòng tin. Người mua thì lo sợ số thẻ ngân hàng của họ khi truyền đi trên mạng có thể bị kẻ xấu hoặc bên bán lợi dụng và sử dụng bất hợp pháp. Còn người bán thì lo ngại về khả năng thanh toán và quá trình thanh toán của bên mua.
- **Đối với các danh nghiệp:** Việc thay đổi cơ cấu, nhân sự và quy trình làm việc cũng như là một thách thức đối với nhà quản lý. Để triển khai thành công và hiệu quả TMĐT thì danh nghiệp phải có một cơ sở hạ tầng thương mại thông tin vững chắc. Tiếp đó phải có đội ngũ IT đủ mạnh để có khả năng vận hành, quản trị và phát triển hệ thống này.

Thương mại điện tử tại Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT khá nhanh mặc dù phát triển khá muộn so với các nước trong khu vực.

Dưới đây là một số bảng xếp hạng về thương mại điện tử tại Việt Nam.

Danh nghiệp TMĐT được tìm kiếm nhiều nhất

- 1. Lazada
- 2. Thế giới di động
- 3. Shopee
- 4. Tiki
- 5. Sendo

Ứng dụng TMĐT được tải nhiều nhất

- 1. Lazada
- 2. Shopee
- 3. Sendo
- 4. Tiki
- 5. Thế giới di động

Fanpage TMĐT được tải lượt theo dõi nhất

- 1. Lazada
- 2. ZANARO
- 3. Tiki

- 4. Sendo
- 5. Điện máy xanh

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam có nhiều biến động lớn

Trong năm 2017, hai thương vụ đầu tư thương mại điện tử gây nhiều chú ý tại Việt Nam thuộc về Alibaba rót 1 tỷ đô vào Lazada, nâng tổng giá trị vốn sở hữu 83% Alibaba sở hữu tại Lazada. Trong khi đó, Tiki nhận 44 triệu đô thì JD, đối thủ của Alibaba tại thị trường Trung Quốc. Luồng gió mới còn mang đến ví thanh toán điện tử Alipay, thông qua việc hợp tác cùng với NAPAS Việt Nam.

Xem thêm các tài liệu tại: <https://vndoc.com/tai-lieu>