

Thương mại điện tử là gì?

Khái niệm đầy đủ về thương mại điện tử

Ngày nay người ta hiểu khái niệm thương mại điện tử thông thường là tất cả các phương pháp tiến hành kinh doanh và các quy trình quản trị thông qua các kênh điện tử mà trong đó Internet ...

Định nghĩa Thương mại điện tử

Thương mại điện tử (còn gọi là E-Commerce hay E-Business) là quy trình mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, đặc biệt là qua máy tính và mạng Internet. Thương mại điện tử (Electronic Commerce), một yếu tố hợp thành của nền "Kinh tế số hóa", là hình thái hoạt động thương mại bằng các phương pháp điện tử; là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện công nghệ điện tử mà nói chung là không cần phải in ra giấy trong bất cứ công đoạn nào của quá trình giao dịch (nên còn gọi là "Thương mại không có giấy tờ").

"Thông tin" trong khái niệm trên được hiểu là bất cứ gì có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm cả thư từ, các tệp văn bản, các cơ sở dữ liệu, các bản tính, các bản vẽ thiết kế bằng máy tính điện tử, các hình đồ họa, quảng cáo, hỏi hàng, đơn hàng, hóa đơn, biểu giá, hợp đồng, các mẫu đơn, các biểu mẫu, hình ảnh động, âm thanh, v.v...

"Thương mại" (commerce) trong khái niệm thương mại điện tử được hiểu (như quy định trong "Đạo luật mẫu về thương mại điện tử" của Liên hiệp quốc) là mọi vấn đề nảy sinh ra từ mọi mối quan hệ mang tính chất thương mại (commercial), dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mang tính thương mại bao gồm bất cứ giao dịch thương mại nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa, dịch vụ; thỏa thuận phân phối, đại diện hoặc đại lý thương mại; ủy thác hoa hồng, cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình; tư vấn; kỹ thuật công trình; đầu tư; cấp vốn; ngân hàng; bảo hiểm; thỏa thuận khai thác hoặc tô nhượng; liên doanh và các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt, đường bộ; và v.v... Như vậy, phạm vi của thương mại điện tử (E-commerce) rất rộng, bao quát hầu như mọi hình thái hoạt động kinh tế, mà không chỉ bao gồm buôn bán hàng hóa và dịch vụ; buôn bán hàng hoá và dịch vụ chỉ là một trong hàng nghìn lĩnh vực áp dụng của thương mại điện tử.

Các khái niệm khác nhau

Hai khái niệm phổ biến nhất là "Thương mại điện tử" (tiếng Anh là E-Commerce) và "Kinh doanh điện tử" (tiếng Anh là E-Business). Nếu thương mại điện tử chủ yếu bao hàm các hoạt động marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán có ứng dụng các phương tiện điện tử và mạng viễn thông trong giao dịch, thì kinh doanh điện tử bao hàm phạm vi rộng hơn của ứng dụng các phương tiện điện tử, mạng viễn thông vào các khía cạnh của hoạt động kinh doanh. Đặc biệt là ba hoạt động chính: Quản lý chuỗi cung ứng (SCM), quản lý nguồn lực doanh nghiệp (ERP) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM).

Nhìn một cách tổng quát, các định nghĩa thương mại điện tử được chia thành

hai nhóm tùy thuộc vào quan điểm:

Hiểu theo nghĩa hẹp

Theo nghĩa hẹp, thương mại điện tử chỉ đơn thuần bó hẹp thương mại điện tử trong việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử, nhất là qua Internet và các mạng viễn thông.

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), "Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hoá thông qua mạng Internet".

Theo Ủy ban Thương mại điện tử của Tổ chức Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), "Thương mại điện tử là công việc kinh doanh được tiến hành thông qua truyền thông số liệu và công nghệ tin học kỹ thuật số".

Hiểu theo nghĩa rộng

Có hai định nghĩa khái quát được đầy đủ nhất phạm vi hoạt động của Thương mại điện tử:

Luật mẫu về Thương mại điện tử của Ủy ban Liên hợp quốc về Luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL) định nghĩa: "Thuật ngữ thương mại [commerce] cần được diễn giải theo nghĩa rộng để bao quát các vấn đề phát sinh từ mọi quan hệ mang tính chất thương mại dù có hay không có hợp đồng. Các quan hệ mang tính thương mại commercial bao gồm, nhưng không chỉ bao gồm, các giao dịch sau đây: bất cứ

giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ; thoả thuận phân phối; đại diện hoặc đại lý thương mại, ủy thác hoa hồng (factoring), cho thuê dài hạn (leasing); xây dựng các công trình; tư vấn, kỹ thuật công trình (engineering); đầu tư; cấp vốn, ngân hàng; bảo hiểm; thoả thuận khai thác hoặc tô nhượng, liên doanh và các hình thức về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ".

Theo định nghĩa này, có thể thấy phạm vi hoạt động của thương mại điện tử rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế, trong đó hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một phạm vi rất nhỏ trong thương mại điện tử.

Theo Ủy ban châu Âu: "Thương mại điện tử được hiểu là việc thực hiện hoạt động kinh doanh qua các phương tiện điện tử. Nó dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử dưới dạng text, âm thanh và hình ảnh".

Thương mại điện tử trong định nghĩa này gồm nhiều hành vi trong đó: hoạt động mua bán hàng hóa; dịch vụ; giao nhận các nội dung kỹ thuật số trên mạng; chuyển tiền điện tử; mua bán cổ phiếu điện tử, vận đơn điện tử; đấu giá thương mại; hợp tác thiết kế; tài nguyên trên mạng; mua sắm công cộng; tiếp thị trực tiếp với người tiêu dùng và các dịch vụ sau bán hàng; đối với thương mại hàng hoá (như hàng tiêu dùng, thiết bị y tế chuyên dụng) và thương mại dịch vụ (như dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ pháp lý, tài chính); các hoạt động truyền thống (như chăm sóc sức khỏe, giáo dục) và các hoạt động mới (như siêu thị ảo)

Theo quan điểm thứ hai nêu trên, "thương mại" (commerce) trong "thương mại điện tử" không chỉ là buôn bán hàng hoá và dịch vụ (trade) theo các hiểu thông thường, mà bao quát một phạm vi rộng lớn hơn nhiều, do đó việc áp dụng thương

mại điện tử sẽ làm thay đổi hình thái hoạt động của hầu hết nền kinh tế. Theo ước tính đến nay, thương mại điện tử có tới trên 1.300 lĩnh vực ứng dụng, trong đó, buôn bán hàng hoá và dịch vụ chỉ là một lĩnh vực ứng dụng.

Các điểm đặc biệt của thương mại điện tử so với các kênh phân phối truyền thống là tính linh hoạt cao độ về mặt cung ứng và giảm thiểu lớn phí tổn vận tải với các đối tác kinh doanh. Các phí tổn khác thí dụ như phí tổn điện thoại và đi lại để thu nhập khác hàng hay phí tổn trình bày giới thiệu cũng được giảm xuống. Mặc dầu vậy, tại các dịch vụ vật chất cụ thể, khoảng cách không gian vẫn còn phải được khắc phục và vì thế đòi hỏi một khả năng tiếp vận phù hợp nhất định.

Ngày nay người ta hiểu khái niệm thương mại điện tử thông thường là tất cả các phương pháp tiến hành kinh doanh và các quy trình quản trị thông qua các kênh điện tử mà trong đó Internet hay ít nhất là các kỹ thuật và giao thức được sử dụng trong Internet đóng một vai trò cơ bản và công nghệ thông tin được coi là điều kiện tiên quyết. Một khía cạnh quan trọng khác là không còn phải thay đổi phương tiện truyền thông, một đặc trưng cho việc tiến hành kinh doanh truyền thống. Thêm vào đó là tác động của con người vào quy trình kinh doanh được giảm xuống đến mức tối thiểu. Trong trường hợp này người ta gọi đó là Thăng đến gia công (Straight Through Processing). Để làm được điều này đòi hỏi phải tích hợp rộng lớn các các tính năng kinh doanh.