

KHI INTERNET LÀM ĐỔI THAY THƯƠNG MẠI

Với doanh số đạt gần 700 tỉ USD trong năm 2005, đến năm 2012 ước tính hơn 1.000 tỉ USD, thương mại điện tử (TMĐT) đã và đang làm đổi thay to lớn diện mạo của nền thương mại quốc tế. Trong khi đó, hiện có hơn 97% doanh nghiệp VN vẫn còn đứng ngoài lề TMĐT, theo kết quả khảo sát mới c&oci

Với doanh số đạt gần 700 tỉ USD trong năm 2005, đến năm 2012 ước tính hơn 1.000 tỉ USD, thương mại điện tử (TMĐT) đã và đang làm đổi thay to lớn diện mạo của nền thương mại quốc tế. Trong khi đó, hiện có hơn 97% doanh nghiệp VN vẫn còn đứng ngoài lề TMĐT, theo kết quả khảo sát mới công bố trong một cuộc hội thảo do VCCI tổ chức tháng 3-2006. Để vững bước trên đường hội nhập, VN không thể không sớm xây dựng một chiến lược phát triển trong lĩnh vực này. Năm 2005, TMĐT tại Mỹ gia tăng 28% so với năm trước, còn tại Pháp tăng tới 44%. Từ 10 năm nay, TMĐT luôn giữ mức tăng trưởng hằng năm hai con số và chưa hề biết đến khủng hoảng. Tuy TMĐT vẫn chỉ chiếm vị trí khá khiêm tốn trong nền kinh tế (2,4% doanh số bán lẻ tại Mỹ trong quý 4-2005 và dưới 1% ở Pháp), nhưng các nhà phân tích khuyên không nên tính toán tác động của Internet lên thị trường chỉ dựa trên các số liệu trên. Khi bắt đầu phổ biến cách đây 10 năm, Internet đã làm nảy sinh nhiều hi vọng ở các nhà kinh tế theo trường phái tân cổ điển rằng cuối cùng thì lý thuyết của Leon Walras về cạnh tranh hoàn hảo cũng đã thành hiện thực. Mạng Internet dường như có thể là một thị trường lý tưởng nơi vô số nhà cung cấp và khách hàng gặp nhau một cách tự do, thông thoáng và mọi thứ đều minh bạch, rõ ràng. Mười năm sau, phương thức giao dịch đã thay đổi chỉ vài năm và nhiều nhân tố mới xuất hiện đã chiếm chỗ của các tác nhân đang hoạt động. Tại Pháp, với doanh số hơn 3 tỉ euro vào năm 2005, du lịch trực tuyến chiếm tới 45% tổng doanh số của TMĐT trên toàn bộ các lĩnh vực. Còn tại Mỹ, trong lĩnh vực du lịch, giao dịch qua mạng đã chiếm tới 1/3 doanh số và tỉ lệ này dự kiến sẽ hơn 40% năm 2007 theo văn phòng tư vấn Cuswright. Theo một thống kê khác, 63% vé máy bay tại Mỹ được bán qua mạng và tại châu Âu tỉ lệ là 24%. Thời của các nhân tố trung gian mới: Google Vài năm trước, người ta vẫn thường nói rằng Internet sẽ rung hồi chuông cáo chung cho khâu trung gian, vì người bán và người mua sẽ có quan hệ trực tiếp. Song trên thực tế, điều ngược lại lại xảy ra: Internet đang tạo thuận lợi cho sự nổi lên của một số trung gian mới, có tầm cỡ toàn cầu. Các công cụ tìm kiếm như Yahoo, Google hay MNS của Microsoft đóng vai trò ngày càng quan trọng và vẫn không ngừng phát triển để trở thành các nhân tố trung tâm của nền kinh tế điện tử. Ngày nay, giá trị tư bản trên thị trường chứng khoán của Google vượt xa giá trị cố định của nhiều tác nhân của nền kinh tế cũ: với tổng giá trị ước tính đạt trên 100 tỉ USD, giá trị của Google trên thị trường tài chính còn hơn cả Verizon, nhà cung cấp dịch vụ viễn thông lớn thứ hai khu vực Bắc Mỹ. Điều gì đã làm nên thành công kỳ diệu của Google? Chính là do các nhà đầu tư nhận thức được vai trò trung gian thông tin ngày càng tăng của mạng này. Đầu năm 2004, khi Google ở tột đỉnh, Google đã xử lý trên 80% số lượng thông tin tìm kiếm trên Internet. Và không chịu bằng lòng với việc đáp ứng nhu cầu tìm kiếm từ khóa qua mạng, Google đang bước vào thị trường sách và nhạc, video qua mạng với lời hứa sẽ xây dựng thư viện số lớn nhất trong sáu năm nữa, với việc đưa lên mạng 15 triệu tác phẩm từ bốn thư viện Anh ngữ lớn trên thế giới. Nền văn hóa iPod làm đảo lộn ngành công nghiệp văn hóa Theo những số liệu của Viện GFK, năm 2005 tại Pháp, gần 1,3 tỉ file được tải xuống từ Internet trong đó có 1 tỉ file nhạc, 160 triệu file phần mềm, 120 triệu file phim và khoảng 30 triệu file trò chơi video. Quả là những con số chóng mặt. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là việc tải các file phải trả tiền chỉ chiếm một số lượng rất nhỏ: trong số 1 tỉ file nhạc, chỉ 20 triệu file trả tiền được

tài, tức là khoảng 2%, và điều này không hề gây ngạc nhiên. Hiện tượng này đang làm nhiều người hài lòng, nhất là Apple, hiện thống trị thị trường máy nghe nhạc nén iPod: từ 2001-2005, 40 triệu bộ iPod đã được bán trên khắp thế giới. Những nhà cung cấp dịch vụ truy cập Internet cũng có cùng niềm vui khi chứng kiến sự bùng nổ nhu cầu thuê bao. Nhưng giới kinh doanh âm nhạc và phim ảnh thì rơi vào cảnh sống dở chết dở. Tại Pháp, họ đang là những người cổ vũ mạnh mẽ nhất cho việc ban hành luật về quyền tác giả trên Internet. Amazon - nhà sách trên mạng. Điều gì làm nên sự khác biệt giữa Amazon, nhà kinh doanh sách và đĩa qua mạng với các nhà sách ngoài phố? Trước hết, đó là khả năng thích ứng về việc cung cấp cho từng khách hàng. Internet có thể thực hiện việc tiếp thị cá thể hóa mà thương mại hữu hình không làm nổi. Và, "ai cho rằng có thể tiếp thị trúng đích hơn, hãy tin mình có thể bán đắt hơn"... Amazon là một trong những nhà tiên phong trong lĩnh vực CRM (Customer Relationship Management), quản lý quan hệ khách hàng: chẳng hạn, nhà sách trên mạng có thể đưa lên mạng những bình luận của khách hàng về tác phẩm mà họ mua, khai thác khách hàng để có thể tiếp thị đến họ các sản phẩm mà họ quan tâm nhất. Sự phát triển của e-mailing (thăm dò khách hàng thông qua thư điện tử) cũng nằm trong logic này. Dù chi phí trong lĩnh vực này trong năm 2005 (40 triệu euro) vẫn chỉ là khoản vặt so với 5,2 tỉ euro quảng cáo trên truyền hình, nhưng rõ ràng là nhiều kênh quảng cáo truyền thống như báo chí, thư từ đang bị mất dần thị phần quảng cáo của mình. Ebay: sự bùng nổ của công thức C2C và của thị trường bán hàng cũ qua mạng. Với Internet, thị trường hàng second hand đã thay đổi đột ngột. Thành công của mạng bán đấu giá Ebay, vừa kỷ niệm 10 năm ngày thành lập năm 2005, là một minh chứng. Là mạng TMDT hàng đầu thế giới, Ebay là nhà kinh doanh không hề có kho hàng dự trữ. Hàng hóa rao bán trên mạng của Ebay sẽ đi thẳng từ người tiêu dùng (cũ) đến người tiêu dùng (mới). Với 150 triệu khách hàng đăng ký trên khắp thế giới cùng lượng giao dịch đạt 44 tỉ USD trong năm 2005 và 5 triệu đồ vật thuộc hơn 50.000 lĩnh vực được giao bán, Ebay chính là cửa hàng lớn nhất thế giới hiện nay. Theo thống kê của chính eBay, năm 2004 tại Mỹ, 430.000 người đã sống hoàn toàn hoặc một phần nhờ nguồn lợi nhuận thu được qua việc kinh doanh trên mạng này. Thành công của eBay nhanh chóng được tiếp thu bởi nhiều mạng khác cũng chuyên về bán hàng cũ qua mạng như Priceminister, 2xmoinscger hay Amazon hoặc Alapage... T.GIANG