

SAYLING WEN

TƯƠNG LAI

của thương mại điện tử



NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

TƯƠNG LAI của thương mại điện tử

Tên nguyên bản tiếng Anh:

FUTURE OF E-COMMERCE

Creating Wealth in the Network Age

Tác giả: SAYLING WEN

Nhà xuất bản: ASIAPAC - SINGAPORE

Năm xuất bản: 2001

SAYLING WEN

TƯƠNG LAI
của thương mại điện tử

Biên dịch: **TS. Nguyễn Thành Phúc**

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Hà Nội, tháng 12 - 2002

LỜI NÓI ĐẦU

Sayling Wen là một doanh nhân người Đài Loan, đồng thời là Chủ tịch hãng Kimpo, Giám đốc nhà máy và Chủ tịch của Công ty Inventec Đài Loan và hiện là Phó Chủ tịch Tập đoàn Inventec Group. Ông là tác giả của nhiều cuốn sách có tính chất dự báo như *Tương lai của phương tiện truyền thông*, *Tương lai của nền giáo dục*, *Tương lai của doanh nghiệp*... Cuốn sách "**Tương lai của thương mại điện tử**" được coi là một cuốn sổ tay về thương mại điện tử, dễ đọc, dễ hiểu và hàm chứa nhiều vấn đề về thương mại điện tử.

Trong cuốn sách "**Tương lai của thương mại điện tử**" tác giả đã khẳng định một luận điểm quan trọng: thương mại điện tử là thương mại. Hệ thống tốt nhất để triển khai kinh doanh bao gồm dòng thông tin, hàng hoá và tiền tệ. Công nghệ mạng và dịch vụ trực tuyến của hiệu sách trên Internet nổi tiếng - Amazon.com thuộc loại hàng đầu thế giới nhưng nó phải bắt đầu từ dòng lưu thông hàng hoá cơ bản nhất. Dòng hàng hoá là một phần của nền kinh tế hữu hình đòi hỏi vốn đầu tư, kỹ năng quản lý và nguồn nhân lực rất lớn. Đây chính là cái mà mạng Internet không thể hoàn toàn thay thế khi chuyển từ thương mại truyền thống sang thương mại điện tử.

Cuốn sách cho thấy Sayling Wen đã có những cảm nhận sâu sắc về thương mại điện tử. Ông đã nắm vững hoạt động của một nền kinh tế mới và chia sẻ những hiểu biết đó với bạn đọc.

Nhà xuất bản Bưu điện đã biên dịch xuất bản cuốn sách "Tương lai của thương mại điện tử" với hy vọng rằng cuốn sách sẽ đem đến cho bạn đọc những kiến thức bổ ích về thương mại điện tử.

Mọi ý kiến góp ý của quý vị, bạn đọc xin gửi về Nhà xuất bản Bưu điện, địa chỉ 18 Nguyễn Du, Hà Nội.

Xin trân trọng cảm ơn.

Hà Nội, tháng 11 năm 2002

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Chương 1

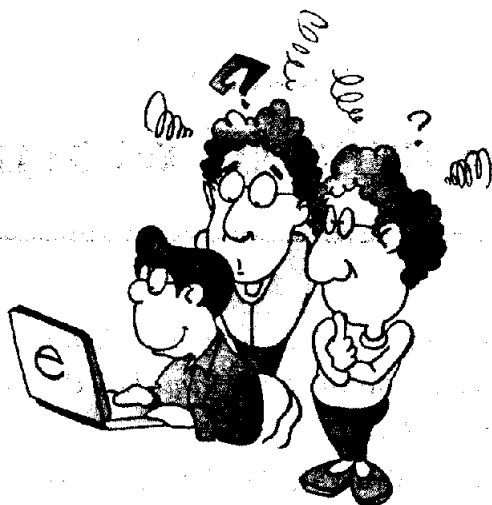
KỸ NGUYÊN DÙNG MẠNG

Giống như đường sắt, thương mại điện tử đem tới sự tác động mới, nhanh chóng làm thay đổi nền kinh tế, xã hội và chính trị.

Peter Drucker, Người đứng đầu cộng đồng Hin-đu

Thương mại điện tử là một chủ đề nóng bỏng tác động mạnh tới cuộc sống hàng ngày của nhiều người. Sẽ là không quá khi nói rằng thương mại điện tử là bí quyết mới nhất cho dù nó gắn bó chặt chẽ với công nghệ Internet và máy tính mới.

Ở Mỹ, các khoá học về thương mại điện tử luôn có đông đủ người tham dự. Tôi đã từng nghĩ rằng xã hội Mỹ với mạng Internet khổng lồ đang tận hưởng trình độ văn minh thương mại điện tử ở mức cao. Nhưng tôi đã bị thuyết phục ngược lại trong một hội thảo Hội đồng kinh tế khu vực Thái Bình Dương về thương mại điện tử tổ chức vào ngày 24 tháng 3 năm 2000. Rất ít người thực sự làm chủ khái niệm về thương mại điện tử có quan điểm cho rằng Mỹ có thể là quốc gia hàng đầu về bí quyết máy tính, với sự đầu cơ cổ phần Internet và thương mại điện tử là nhật lệnh.



Thương mại điện tử có thể được xem là một hiện tượng phổ biến nhưng nhiều người chỉ mới hiểu biết mơ hồ về nó. Nhiều người trẻ tuổi muốn hiểu nó đầy đủ nhưng những khái niệm thương mại điện tử phức tạp đã cản trở mong muốn của họ. Các doanh nhân cũng muốn nhảy vào phong trào này nhưng lại thiếu tri thức và sự hoạch định nhất định. Cuối cùng, những ước mơ này trở thành việc cưỡi lên những làn sóng sôi sục của một xu hướng.

Nhưng với ảnh hưởng sâu xa của nó, thương mại điện tử thực sự hoàn thiện tương lai của nhân loại. Do đó, việc nghiên cứu thương mại điện tử không chỉ giới hạn ở việc am hiểu nó.

Tại sao thương mại điện tử lại xuất hiện? Thực chất thương mại điện tử là gì? Tại sao nó lại trở nên quan trọng đến thế? Thương mại điện tử sẽ tác động thế nào đến cuộc

sống của chúng ta? Đây là những câu hỏi mãnh liệt trong tâm trí của nhiều người.

1. Thế kỷ mới là thế kỷ của thương mại điện tử

Thực sự, thương mại điện tử sẽ là thế kỷ tương lai. Andy Grove, tổng giám đốc Intel đã từng tuyên bố chắc nịch: "Trong năm năm tới, tất cả các doanh nghiệp sẽ là các doanh nghiệp trực tuyến". Tốc độ, chi phí thấp và khả năng truy nhập tới Internet làm cho thương mại điện tử trở thành cơ hội mới cho tất cả các doanh nghiệp tương lai. Thương mại điện tử sẽ giảm đáng kể chi phí chung, thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực bán lẻ, đảm bảo thanh toán dễ dàng hơn và làm giảm rủi ro đầu tư nội tại... đây chính là mục tiêu của tất cả các doanh nghiệp. Đây cũng là điều mà con người ở đầu thế kỷ này cần hiểu rõ. Chúng ta đang đứng trước ngưỡng cửa của một kỷ nguyên mới, một bước ngoặt của nền văn minh.

Đứng trước nền văn minh và tích lũy sự hiểu biết của chúng ta về thương mại điện tử sẽ đưa chúng ta tiến gần hơn tới làn sóng văn minh mới này. Công việc của bạn có thể liên quan đến thương mại điện tử trong suốt cuộc đời bạn. Nếu bạn hiểu nó trước, bạn sẽ là người đi tiên phong trong mọi việc. Bạn sẽ làm chủ những bí quyết mới nhất trong nền kinh tế mới.

Với sự ra đời của thương mại điện tử, chúng ta cần phát triển các nguồn nhân lực. Nếu muốn làm việc trong một doanh nghiệp thương mại điện tử, chúng ta buộc phải tăng cường tri thức và kỹ năng kỹ thuật. Và chúng ta phải làm chủ chúng càng sớm càng tốt. Như người đứng đầu cộng đồng

Hin-đu, Peter Drucker đã lưu ý: "Tri thức để chúng ta sử dụng. Khi áp dụng tri thức, chúng ta phải coi trọng kết quả cuối cùng mong muốn của chúng ta. Nói một cách khác, chúng ta đang nhấn mạnh vai trò và việc sử dụng tri thức".

Trong thời đại mà thông tin có thể truy cập dễ dàng, việc sử dụng thông tin thành thạo sẽ cho thấy thông tin điện tử có thể làm được những gì. Các sản phẩm có thể được xúc tiến thương mại trên phạm vi toàn cầu bất kể nguồn gốc sản xuất ở đâu.

Thương mại điện tử do đó đóng một vai trò đặc biệt quan trọng. Để có thể vượt quá những ranh giới tự nhiên và tham gia vào các hoạt động thương mại là cái gì đó nằm ngoài sự tưởng tượng của những người sống trong các xã hội ruộng đất.

Sự thật, nó không hoàn toàn là một điều thần bí. Tôi rất vui lòng được chia sẻ nó với những ai mong muốn biết và hiểu nó. Chúng ta sẽ cùng nhau làm chủ tri thức này và tạo ra các cơ hội trong thương mại điện tử.

2. Các làn sóng văn minh

Thời đại nông nghiệp (xã hội ruộng đất) -> Thời đại công nghiệp (xã hội ruộng đất + xã hội công nghiệp) -> Kỷ nguyên mạng (xã hội ruộng đất + xã hội công nghiệp + xã hội mạng).

Sự ra đời và phát triển của bất kỳ sự việc nào đều có nguyên nhân và nguồn gốc của nó. Trước khi chúng ta thảo luận về thương mại điện tử, chúng ta phải hiểu nguồn gốc của văn minh nhân loại và sự phụ thuộc của loài người vào làn sóng văn minh này.

Alvin Toffler đã xuất bản cuốn sách "Làn sóng thứ ba" cách đây 20 năm. Trong quyển sách đó ông đã dự đoán loài người sẽ tiến đến làn sóng văn minh thứ ba.

Làn sóng thứ nhất: Xã hội ruộng đất

Alvin Toffler chia mười nghìn năm văn minh nhân loại thành 3 làn sóng chính. Làn sóng thứ nhất là nền văn minh nông nghiệp cách đây 300 năm. Tổ tiên chúng ta đã trải qua cuộc sống du cư trước khi tiến đến thời đại nông nghiệp tự duy trì cuộc sống. Mọi người sống trong một xã hội ruộng đất thuộc nền văn minh nông nghiệp. Lao động của loài người và tự nhiên bổ sung cho nhau trong khi trí tuệ và kỹ năng của con người chỉ tạo ra những công cụ lao động thô sơ để đảm bảo một cuộc sống tự nuôi dưỡng đơn giản và ổn định.

Làn sóng thứ hai: Xã hội công nghiệp

Loài người phát minh ra máy hơi nước vào năm 1698 sau Công nguyên, trong đó nước có thể lấy từ các nguồn dưới đất. Sự kiện này đánh dấu điểm bắt đầu của cuộc cách mạng công nghiệp đưa loài người đến thời đại công nghiệp, mà chúng ta còn gọi là nền văn minh công nghiệp.

Rất nhiều người có ý tưởng rằng thời đại công nghiệp là một sự chuyển đổi từ xã hội ruộng đất đi lên xã hội công nghiệp. Thực tế, thời đại công nghiệp và xã hội công nghiệp là hai thực thể khác nhau. Trong suốt thời đại công nghiệp, rất nhiều người vẫn sống trong xã hội ruộng đất. Kể từ khi con người bước vào thời đại công nghiệp cách đây 300 năm, cả xã hội ruộng đất và xã hội công nghiệp cùng tồn tại. Cho đến tận bây giờ, đây vẫn là một hiện tượng phổ biến.



Ngay cả khi chúng ta đi đến hết thời đại công nghiệp, chỉ có 20% của hơn 6 tỷ dân số toàn cầu, tức là khoảng 1,25 tỷ là sống trong xã hội công nghiệp. Hầu hết 80% dân số thế giới vẫn còn sống trong xã hội ruộng đất, ít hoặc không bao giờ tiếp xúc rộng rãi với xã hội công nghiệp. Hầu hết con người còn phụ thuộc vào nông nghiệp để duy trì sự sống. Thực tế, chúng ta đang bắt đầu công bố chia tay với thời đại công nghiệp và bước vào một nền văn minh mới mà Tiến sỹ Toffler gọi là "Làn sóng văn minh thứ ba". Đây là xu hướng của thời đại và tương lai đang đến rất gần chúng ta.

Làn sóng thứ ba: Xã hội mạng

Do không thể dự đoán được tương lai và những hạn chế về các khái niệm của con người nên có rất nhiều quan điểm khác nhau xuất hiện khi Tiến sỹ Toffler đưa ra khái niệm

"Làn sóng thứ ba". Nhưng 20 năm đã trôi qua, sự ra đời của máy tính PC và Internet là những bằng chứng hùng hồn cho dự đoán của ông.



Sự phát triển của máy tính PC cho chúng ta thấy rằng sự ra đời của máy tính PC không nằm trong kế hoạch của lịch sử công nghệ. Nó là một sự trùng khớp ngẫu nhiên. Sự trùng khớp ngẫu nhiên này đã giúp con người tạo ra một nền văn minh mới.

Trong quá khứ, rất nhiều người đã có những dự đoán trái ngược nhau về *Làn sóng thứ ba* và cố gắng chỉ định vị trí của nó trong lịch sử. Một số nói rằng nó thuộc về kỷ nguyên thông tin trong khi những người khác lại chỉ ra thời đại hậu công

ngành. Sau đó, một lần nữa có những người nói rằng nó xảy ra trong thời đại máy tính, kỷ nguyên toán học và gần đây nhất, có một quan điểm phổ biến là kỷ nguyên kinh tế tri thức hoặc thời đại Internet. Danh sách này còn có thể kéo dài nữa. Tuy nhiên, sự thật của vấn đề lại là tất cả các khái niệm này đều không thể mô tả đầy đủ về sự ra đời của một thời đại mới.

Sự ra đời của một nền văn minh mới không chỉ phù hợp với những biến đổi công nghệ. Sẽ là quá thô thiển nếu ấn định sự ra đời của một nền văn minh mới chỉ vì các hệ thống thư điện tử đã thay thế các máy Fax, điện thoại cố định và điện thoại di động.

Thực tế, việc thay đổi một công cụ không thể là sự ra đời của một nền văn minh mới. Sự ra đời của một nền văn minh mới được xây dựng trên nền tảng của quan hệ con người mà cơ bản sẽ làm thay đổi cách làm việc, cách sống, cách vui chơi giải trí, cách học, cách liên lạc của con người... và làm biến đổi văn hoá. Chỉ có như vậy mới xứng đáng gọi là sự ra đời của một nền văn minh mới.

Máy móc được phát minh trong những ngày đầu của cuộc cách mạng công nghiệp chủ yếu nhằm nâng cao năng suất nông nghiệp. Trong 20 năm cuối của thế kỷ 20, hầu hết các máy móc mà chúng ta đã phát minh ra cũng được dùng để nâng cao năng suất nông nghiệp. Điều đó chỉ không đúng đến những năm 1990 khi Internet bắt đầu gây sự chú ý. Các máy tính PC nhanh chóng trở thành một công cụ chung và Internet làm cho thông tin liên lạc trở nên cực kỳ thuận tiện. Điều đó đã làm thay đổi hoàn toàn cách mà chúng ta đánh

giá về thông tin liên lạc khi chúng ta sử dụng phương thức liên lạc thuận lợi nhất hiện có.

Khi chúng ta vào mạng Internet thông qua máy tính PC, chúng ta có thể trò chuyện hoặc bàn chuyện kinh doanh với bất kỳ ai ở châu Mỹ, châu Phi và các khu vực khác trên thế giới. Ngày nay, cách thức con người liên hệ với nhau đã trải qua một sự biến đổi hoàn toàn. Điều này không đơn thuần là một sự mở rộng của xã hội công nghiệp. Đúng hơn, đó là một sự đổi mới toàn bộ cách thức liên lạc truyền thống. ảnh hưởng và tác động của nó nằm ngoài sức tưởng tượng của chúng ta.

Ví dụ, trong quá khứ, chúng ta phải định trước thời gian và địa điểm cho một cuộc họp, hoặc phải đi lại nhiều giờ bằng máy bay và đặt phòng khách sạn trước khi đi thăm một nhà văn nước ngoài. Ngày nay, chúng ta chỉ cần gõ địa chỉ thư điện tử của nhà văn đó và trò chuyện miễn phí với những người khác thông qua dịch vụ hội nghị từ xa.

Trong quá khứ, thật không dễ dàng có thể tìm một người trong thế giới rộng lớn này. Nhưng ngày nay, chúng ta có thể dễ dàng liên hệ được với người khác thông qua điện thoại di động. Sự thay đổi cách thức liên lạc với người khác đã làm biến đổi xã hội của chúng ta. Do đó, chúng ta có thể nói thời đại tiếp theo là thời đại mạng.

Sự ra đời của xã hội mạng đã làm giảm những trở ngại do khoảng cách gây ra. Nó hoàn toàn khác biệt với việc mở rộng thuần túy từ xã hội công nghiệp. Loài người đã ứng dụng rất nhiều phương tiện thông tin công nghệ cao để đáp

ứng các nhu cầu của cuộc sống hàng ngày thông qua truyền dẫn số. Về mặt này, thời đại mạng là một sự mô tả phù hợp nhất về làn sóng văn minh tiếp theo.

Làn sóng thứ ba của nền văn minh đã xuất hiện

Để chứng minh điều này, tôi đã bay tới Lốt-an-dơ-lét vào ngày 18 tháng 11 năm 1999 để gặp và chia sẻ quan điểm với Tiến sĩ Toffler. Chúng tôi đã trao đổi rất nhiều vấn đề. Những điểm tranh luận của tôi đã góp phần làm sáng tỏ quan điểm của ông. Sau một hồi thảo luận, ông nghĩ rằng phân tích của tôi là xác đáng. *Làn sóng thứ ba* mà ông đã từng dự đoán đã xuất hiện trong cuộc sống và đó chính là xã hội mạng đang hình thành. Ông cũng đồng ý với tôi rằng năm 2000 là năm mở đầu cho thời đại mạng.

Sau hơn mười nghìn năm tồn tại, loài người đã trải qua *Làn sóng thứ nhất* của xã hội ruộng đất và cách đây 300 năm, chúng ta đã chứng kiến sự ra đời của xã hội công nghiệp. Cho đến những năm cuối thế kỷ trước, chúng ta đã thấy sự thoái trào của xã hội công nghiệp. Từ năm 2000, chúng ta đã bước vào xã hội mạng. Đó đúng là một chuỗi các sự kiện cho thấy một xu hướng mới.

Ở thời đại ngày nay, chúng ta vẫn còn thấy 3 loại hình xã hội đã nêu trên cùng tồn tại. Trong khi một số người vẫn còn làm việc trên các cánh đồng, một số người khác đang làm việc trong các nhà máy thì rất nhiều người đã tham gia vào xã hội mạng.

Nhiều cơ quan nghiên cứu đã đưa ra các báo cáo số liệu thống kê, theo những báo cáo này, vào năm 2000, hơn

200 triệu người đã biết cách truy nhập và sử dụng Internet. Điều đó có nghĩa là 3% tổng dân số thế giới đã sẵn sàng bước vào xã hội mạng.

Vào năm 1988, 29% của 500 tập đoàn chủ chốt trên thế giới đã tuyển dụng nhân tài qua Internet. Vào năm 2000, con số này đã lên tới 79%. Chỉ tính riêng ở Mỹ, 71% nhân viên đã xin việc trực tiếp qua mạng Internet. Các nước khác cũng cho thấy xu hướng tương tự. Mặc dù các con số thống kê còn khác nhau, nhưng con số dự báo bảo thủ nhất về số lượng người sử dụng Internet trong các quốc gia công nghiệp trong vòng năm năm tới, nghĩa là đến năm 2005 sẽ vượt quá con số 1,25 tỷ. Cũng có một dự báo chắc chắn hơn rằng 2 tỷ người sẽ truy nhập Internet. Số người này bao gồm những người sử dụng máy tính PC, điện thoại di động, máy thu hình và các thiết bị khác.

Với tốc độ phát triển nhanh, xã hội mạng sẽ đạt được sự phổ biến lớn hơn. Một bộ phận dân chúng sẽ chuyển từ xã hội công nghiệp sang xã hội mạng. Rất nhiều ví dụ đã cho thấy nhiều xã hội ruộng đất sẽ tiến hoá thành xã hội trực tuyến. Các nông dân nghèo có thể dễ dàng truy nhập vào thế giới rộng lớn của Internet và tìm ra vị trí thích hợp cho họ bằng cách học sử dụng Internet.

Xã hội công nghiệp và xã hội ruộng đất là hoàn toàn khác nhau. Trong một xã hội ruộng đất, con người tận dụng các nguồn lực có sẵn để trồng trọt và chăn nuôi, đây là trụ cột cho các hoạt động kinh tế. Khi chuyển sang xã hội công nghiệp, con người khai thác các nguồn tài nguyên thiên nhiên như khí đốt, thép và xăng dầu. Con người sử dụng các

nguồn tài nguyên thiên nhiên để tạo ra các công cụ và tạo đà cho sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp xây dựng và vận tải.

Không còn nghi ngờ gì nữa, do chúng ta khai thác ngày càng nhiều tài nguyên thiên nhiên, cuộc sống của chúng ta bị đe dọa và môi trường thiên nhiên bị tàn phá. Nhưng với xã hội mạng thì hoàn toàn khác. Nó liên kết con người trên thế giới thông qua thư điện tử. Đó là nguồn tài nguyên. Do đó, xã hội mạng mới không cần đào sâu vào trái đất để khai thác tài nguyên.

Những nguy hại về môi trường như ô nhiễm không khí, ô nhiễm nước, ô nhiễm trái đất, rác rưởi và chất thải nguyên tử do xã hội công nghiệp gây ra sẽ giảm đi khi xã hội mạng phát triển. Nên văn minh mới sinh ra một xã hội mới trong đó chúng ta không còn phụ thuộc vào các nguồn lực đang khai thác mà ảnh hưởng đến sự tồn vong của những thế hệ tiếp sau. Thay vào đó, chúng ta sẽ dựa vào sự tương tác giữa những con người.

Khả năng mới này đưa chúng ta vào một trào lưu mới. Khi chúng ta nắm được tri thức cần thiết, chúng ta sẽ nhanh chóng được đẩy tới xã hội mới này.

3. Cấu trúc của nền văn minh

Hệ thống tạo ra của cải vật chất -> Hệ thống xã hội -> Hệ thống chính trị -> Ý thức hệ

Sau khi hiểu tiến trình của các nền văn minh, chúng ta cần tìm hiểu cấu trúc của nền văn minh. Hệ thống tạo ra của

cải vật chất là cái gốc của mọi nền văn minh. Nó là một cấu trúc vô cùng đơn giản.

Vài nghìn năm trước đây, tổ tiên chúng ta sống bên các dòng sông và đã khám phá ra cách cày bừa ruộng đất. Điều này đã dẫn đến sự ra đời của nền văn minh cổ đại và tiếp theo đó là sự xuất hiện của một hệ thống tạo ra của cải vật chất trong suốt thời đại nông nghiệp. Nhờ có sự màu mỡ của trái đất, các hoạt động nông nghiệp dần dần hình thành hệ thống tạo ra của cải vật chất. Cách trao đổi hàng hoá, sự tương trợ lẫn nhau và cách thức làm ruộng nhanh chóng được truyền lại cho các thế hệ để trở thành hệ thống các xã hội ruộng đất.

Các xã hội ruộng đất được hình thành ở các khu vực khác nhau trên thế giới và khái niệm sở hữu ruộng đất dần dần xuất hiện. Do sự khác biệt về phong tục, tập quán, do ý thức an ninh nảy sinh từ sự sở hữu và ý chí khai phá đất đai, các cuộc chiến giữa các làng xã liên tục xảy ra. Kết quả là xuất hiện nhu cầu về một hệ thống tư pháp và điều hành.

Một hệ thống chính trị không xử lý các vấn đề liên quan đến tích lũy tài sản. Nó liên quan đến việc thông qua các phán quyết. Ai là người chịu trách nhiệm về các hoạt động của làng xã và người dân của làng xã đó? Ai sẽ quyết định người nào đó là đúng? Liệu quyết định đó có được tôn trọng hay không? Liệu sẽ có một lực lượng cưỡng chế để đảm bảo sự tôn trọng đó? Do đó, hệ thống chính trị được hình thành ngoài các cố gắng hoà giải.

Khi hệ thống này hình thành, một ý thức hệ dần dần được phát triển xung quanh nó. Dân tộc, đạo đức, tôn giáo và văn hoá được sinh ra do các nhà triết học, các nhà tư tưởng đánh đúng vào nhu cầu thoả mãn đời sống tinh thần của con người ngay cả khi nhu cầu vật chất của con người đã được thoả mãn. Sự tồn tại hài hoà của các hệ thống này đánh dấu một nền văn minh hoàn chỉnh khác.

Khi làn sóng văn minh tràn vào thời đại công nghiệp, cấu trúc của nó đã thay đổi. Vấn đề đầu tiên bị ảnh hưởng là phương thức tích lũy tài sản. Trong quá khứ, làm ruộng, đánh cá và săn bắn đem lại của cải vật chất cho con người và thoả mãn nhu cầu của họ. Ngày nay, hàng hóa sản xuất hàng loạt tại các nhà máy, các dịch vụ và hệ thống bán lẻ trở thành phương tiện của cuộc sống. Các phòng ban khác nhau của một nhà máy giải quyết các nhiệm vụ mà trước đây do một gia đình đảm nhiệm. Các vấn đề nảy sinh từ quá trình vận hành, quản lý một thực thể đã dần dần được giải quyết. Sự thay đổi về phương thức tạo ra của cải vật chất đã đem lại sự thay đổi trong hệ thống xã hội. Con người bắt đầu cư trú gần nơi làm việc và chuyển tới các nhà ở tập thể của các nhà máy. Khi phạm vi của các nhà máy được mở rộng, chúng phát triển từ một khu vực nhà máy thành một khu công nghiệp, từ một khu công nghiệp thành một thị trấn, từ một thị trấn thành một thành phố. Cái gọi là các xã hội công nghiệp hoá được hình thành trên cơ sở một hệ thống tạo ra của cải vật chất mới.

Sự di chuyển quy mô lớn của con người đã làm thay đổi cấu trúc của toàn bộ xã hội. Với sự thay đổi đó, có những sự

thay đổi hiển nhiên kéo theo mà một trong những thay đổi đó là hệ thống chính trị. Trong thời đại nông nghiệp, con người sống ở xa nhau. Ai làm việc gì không thành vấn đề, chỉ cần thuê thớt và không có thiên tai, chiến tranh là đủ.

Nhưng trong một xã hội công nghiệp, con người sống gần kề nhau. Nên giáo dục nuôi dưỡng tư tưởng tự do và tạo ra rất nhiều vấn đề xã hội mới. Do đó, sự thay đổi về chính trị trở nên rất quan trọng. Các hệ thống chính trị mới liên tục được sinh ra và cải tổ. Theo thời gian, ý thức hệ tham gia vào để đảm bảo cho hệ thống chính trị hiện tại duy trì ổn định.

4. Hệ thống tạo ra của cải vật chất mới

Sản xuất lương thực -> Khai thác và sử dụng các nguồn lực -> Các quan hệ cá nhân và nguồn nhân lực -> Cơ sở hạ tầng xã hội

Ngày nay, chúng ta đang bơi trong các làn sóng của một nền văn minh mới khi chúng ta chuẩn bị tiến vào nền văn minh Internet.

John Morgridge, Chủ tịch hãng Cisco Systems đã từng nói: "Internet là trò chơi của giới trẻ". Thật may mắn là chúng ta đang chứng kiến thời điểm đó.

Tương tự, một nền văn minh mới đòi hỏi một hệ thống tạo ra của cải vật chất mới. Trong thực tế, để một xã hội và nền văn minh mạng tiếp tục phát triển và hưng thịnh, cần thiết phải thiết lập một hệ thống tạo ra của cải vật chất riêng của nó. Nếu hệ thống đó không xuất hiện để cho phép đồng đảo công chúng hơn hưởng lợi và một xã hội, một nền văn

minh tốt đẹp hơn được xây dựng, thì Internet mà chúng ta đang đề cập tới chỉ còn là một thú tiêu khiển cho giới trẻ. Điều này làm cho nó sẽ có một ảnh hưởng không lớn.

Vậy hệ thống tạo ra của cải vật chất phù hợp với thời đại mạng là gì? Khoảng năm hoặc sáu năm trước đây, có một thú vui kỳ cục của nhân viên các công ty tiên tiến là gửi thư điện tử và bố trí các vụ tán gẫu qua Internet trong giờ nghỉ giải lao của họ. Internet không chỉ bị giới hạn bởi các hoạt động kể trên. Một khi Internet đã gắn với các hoạt động thương mại thì hiện tượng đó chỉ là một sự việc của quá khứ. Vượt lên trên tất cả, việc tích lũy tài sản và tạo ra của cải vật chất là vấn đề mà mọi người quan tâm.

Vậy loại hệ thống tạo ra của cải vật chất mới nào mà thế giới chúng ta cần để tạo ra sự thịnh vượng. Chúng ta có thể tìm ra câu trả lời bằng cách xem xét phân tích thời đại nông nghiệp, thời đại công nghiệp và thời đại mạng.

Thời đại nông nghiệp -> Trồng trọt trên cánh đồng

Khi nhìn lại thời đại nông nghiệp, chúng ta thấy rằng con người đã sản xuất lương thực để tạo ra của cải vật chất.

Con người lớn lên từ một làng quê sẽ biết rất rõ cuộc sống ở nông thôn. Buổi sáng, người cha và người anh trai có thể đi làm đồng, đánh cá hoặc săn bắn. Gia súc và gia cầm cũng được nuôi ở nhà. Người mẹ có thể ở nhà rửa rau, giặt quần áo, nấu cơm và khâu vá. Con lớn trong nhà có thể hỗ trợ chăn gia súc. Hoạt động của mọi người đều xoay quanh việc sản xuất nông

ngiệp. Con người tạo ra của cải vật chất bằng cách sử dụng đất đai và hiểu biết về thời tiết. Đó chính là hệ thống tạo ra của cải vật chất trong thời đại nông nghiệp.

Thời đại công nghiệp -> Khai thác tài nguyên thiên nhiên

Thời đại công nghiệp đã bắt đầu cách đây 300 năm. Bàn tay con người đã khai thác và tận dụng hết các nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có. Việc khai thác tất cả các nguồn tài nguyên đã chứng kiến một động lực lớn hơn đối với việc tạo ra của cải vật chất. Từ khí đốt đến hơi nước, xăng đến dầu, u-ra-ni đến năng lượng nguyên tử, các dự án được mở rộng và hiệu quả của chúng đã nâng lên đến tốc độ báo động. Việc làm, lợi nhuận và sự giàu có mà chúng tạo ra đã nâng lên đáng kể, đẩy nền văn minh công nghiệp lên các tầm cao mới.

Lý do tại sao mà các xã hội nông nghiệp ban đầu không thể chuyển sang xã hội công nghiệp là khi họ đào xuống một độ sâu nhất định, nguồn nước ngầm ngăn họ không đi được xa hơn. Do không thể khai thác nhiều tài nguyên thiên nhiên hơn, họ đành quay lại nền văn minh trồng trọt.

Nhưng kể từ khi ông James Watt, người Anh phát minh ra máy hơi nước, trong đó hơi nước được sử dụng để hút nước ngầm, chiếc máy đó đã được dùng để khai thác khí đốt, xăng dầu và các tài nguyên thiên nhiên khác ẩn sâu dưới lòng đất. Quặng sắt được khai thác để làm ra các thanh gia cường trong các vật liệu xây dựng, ô tô và nhiều thứ khác. Rất

nhiều các hoạt động có lợi nhuận đã được khai thác. Việc khai thác các nguồn tài nguyên thiên nhiên dần dần trở thành nền tảng cho việc tạo ra của cải vật chất.

Cơ sở hạ tầng của một xã hội công nghiệp

Để xây dựng một xã hội công nghiệp, cần có cơ sở hạ tầng như đường cao tốc, đường sắt, ga tàu, nhà cao tầng, điểm đỗ xe và các nhà máy. Việc quy hoạch hệ thống đường sắt đã được thực hiện tốt hơn so với việc quy hoạch mạng Internet ngày nay. Nhân lực, nguồn lực và thời gian được huy động vào công việc này với một quy mô lớn hơn nhiều. Đó là lý do tại sao thế kỷ 20 đã chứng kiến sự xuất hiện của các ông trùm ô tô, trùm sắt thép.

Sử dụng cơ sở hạ tầng của xã hội công nghiệp để tham gia vào các hoạt động thương mại

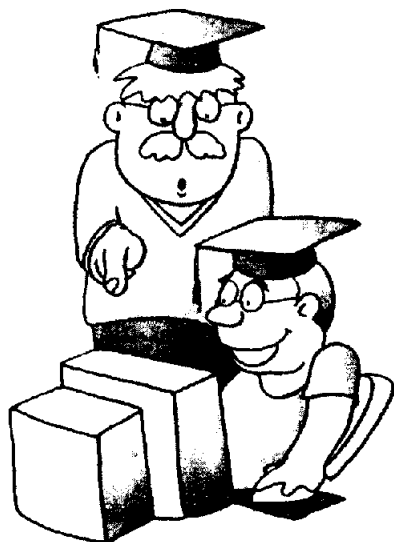
Việc tham gia vào các hoạt động thương mại như sản xuất, buôn bán và cung cấp dịch vụ bằng cách sử dụng cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh của xã hội công nghiệp - đó chính là hệ thống tạo ra của cải vật chất trong thời đại công nghiệp.

Thời đại mạng - Phát triển, sử dụng nguồn nhân lực và các mối quan hệ của con người

Chúng ta đã bước vào xã hội mạng. Hệ thống tạo ra của cải vật chất đã được đưa đến một mức khác. Nếu xã hội công nghiệp là sự khai thác tài nguyên thiên nhiên thì xã hội mạng khai thác nguồn nhân lực và các mối quan hệ của con người.

Xã hội mạng thường được mô tả như một xã hội công nghệ cao. Tuy nhiên, khi xem xét các ứng dụng rộng rãi của công nghệ mạng, người ta không thể gọi là xã hội công nghệ được. Sinh viên ngày nay có ít sách vở hơn nhiều so với sinh viên cách đây 30 năm. Họ có thể dễ dàng truy nhập vào nhiều trang Web trên Internet để có nhiều thông tin hơn.

Kênh thu nhận thông tin đã thay đổi và dễ dàng truy cập hơn rất nhiều so với trước đây. Sự thay đổi đó đã tác động đến cách thức con người tiếp thu tri thức. Thi vào một trường đại học không phải là con đường duy nhất để có được tri thức. Con đường khác có được tri thức chính là truy nhập vào Internet. Internet là một sự mở rộng của trường học, một sự hình thành xã hội mới. Không gian mà nó bao trùm gần như là vô tận.



Xã hội mạng không phải là một sự mở rộng của xã hội công nghiệp. Nó không đòi hỏi công nghệ tiên tiến. Xã hội mạng liên kết con người trên thế giới thông qua các thiết bị như máy tính, điện thoại di động hoặc thiết bị hỗ trợ số cá nhân. Nó cũng lợi ích như việc khai thác các nguồn nhân lực, trong đó các nguồn trí tuệ con người được gắn kết với nhau. Nhờ đó, các mối quan hệ con người và quan hệ công việc có thể được thiết lập và sử dụng.

Một ví dụ điển hình là địa chỉ Amazon.com trên Internet. Nó không chỉ là một hiệu sách ảo và không tự hào về công nghệ cao. Tuy nhiên, giá trị thị trường của nó là hơn 20 tỷ USD. Của cải vật chất mà nó tạo ra và dịch vụ xã hội mà nó cung cấp là rất lớn. Thực tế, cái mà nó làm được chính là tạo ra các cơ hội thương mại bằng cách tập hợp các nguồn lực trên Internet để thiết lập mối quan hệ trực tiếp với khách hàng. Đây là một ứng dụng trên Internet để thoả mãn các yêu cầu tìm mua sách của khách hàng. Khi khách hàng thấy rằng một dịch vụ thoả mãn nhu cầu của mình thì họ sẽ quay lại nhà cung cấp dịch vụ, tạo ra một luồng lưu thông liên tục. Đó chính là nền tảng cơ bản nhất cho bất kỳ hoạt động tạo ra của cải vật chất nào trong xã hội mạng.

Cơ sở hạ tầng của xã hội mạng

Nơi nào có một mạng như thế thì nơi đó có cơ sở hạ tầng cho một xã hội mạng. Cũng như xã hội công nghiệp cần có xa lộ, nhà cao tầng, đường sắt..., xã hội mạng cần có Internet (một xa lộ thông tin), cơ sở hạ tầng cơ bản cho truyền thông, các phương tiện phần cứng và phần mềm Internet, các máy

tính PC, modem và các máy điện thoại di động... Trong 20 năm qua, các công ty làm ra nhiều tiền nhất là những công ty đã tham gia vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng mạng. Chúng bao gồm các công ty sản xuất máy tính cầm tay và điện thoại di động. Họ là những người đầu tiên khai phá một miền đất mới do đó họ là những nhân vật quan trọng.

Việc sản xuất máy thu hình và máy tính (PC) thuộc về xã hội công nghiệp. Để sản xuất một máy thu hình đòi hỏi chi phí ít hơn so với sản xuất một máy tính PC. Nhưng tại sao các nhà máy sản xuất máy thu hình thì lỗ còn các nhà máy sản xuất máy tính PC thì lãi. Như đã nói ở trên, đây không phải là vấn đề công nghệ. Lý do là máy thu hình là cơ sở hạ tầng của xã hội công nghiệp còn máy tính là cơ sở hạ tầng của xã hội mạng.

Trong thời hoàng hôn của xã hội công nghiệp, nhu cầu về các phương tiện của nó rõ ràng đang đi xuống, trong khi đó nhu cầu cho các phương tiện của xã hội mạng đang phát triển lại dâng cao. Trong 20 năm gần đây, các ông trùm mới xuất hiện đều tham gia vào các lĩnh vực liên quan đến việc xây dựng một xã hội mạng. Bill Gates, Michael Dell và John Chambers là một số ví dụ trong số họ. Họ là những con người gắn liền với những câu chuyện huyền thoại. Nhưng tất cả trong số họ đều có một điểm chung - đó là họ tham gia vào việc cung cấp các sản phẩm đáp ứng nhu cầu của một xã hội mạng.

Kinh doanh dựa trên cơ sở hạ tầng của một xã hội mạng

Sau khi xã hội công nghiệp đã đáp ứng nhu cầu về cơ sở hạ tầng của nó như đường sắt, xe lộ, nhà cao tầng thì các

siêu thị đã được đặt trên các nhà cao tầng. Khi xã hội mạng đã dần trở thành hiện thực, các hoạt động thương mại trên Internet có thể theo sau. Việc triển khai các hoạt động thương mại trên Internet là điểm mấu chốt của việc tạo ra của cải vật chất trong một xã hội mạng. Hoạt động đó còn được gọi là thương mại điện tử.

Với cơ sở hạ tầng càng tốt thì càng nhiều hoạt động thương mại có thể triển khai. Đối với Internet, một vấn đề chung mà chúng ta gặp phải là lượng thời gian lớn giành cho việc truy nhập vào mạng. Khi có nhiều người sử dụng, Internet thường bị tắc nghẽn.

Nhưng khi Internet đạt tới độ chín của nó trong đó các dịch vụ thương mại điện tử được cung cấp và nhiều người hiểu rõ được điều này thì các dịch vụ thương mại như giao nhận hàng hoá và thanh toán sẽ được phối hợp nhịp nhàng hơn và thuận lợi hơn. Đến khi nào mà chúng ta không cần đăng nhập vào mạng mà vẫn luôn luôn kết nối vào Internet, thương mại điện tử sẽ chắc chắn tiến xa trong việc cải thiện và đơn giản hoá cuộc sống của chúng ta. Lợi ích mà chúng ta nhận được sẽ là vô kể.

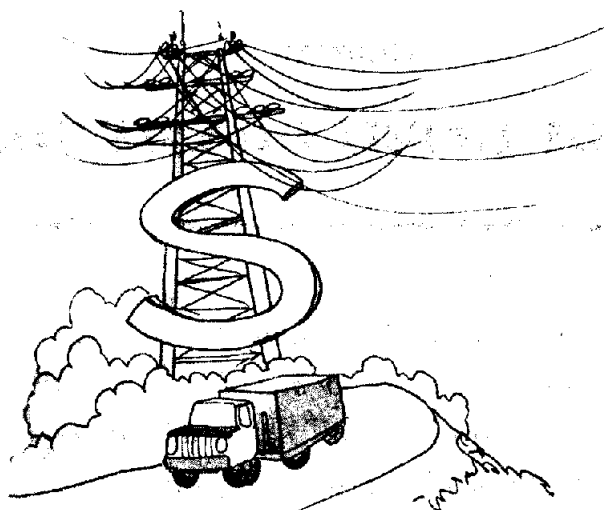
Chương 2

HÀNH TRÌNH DOANH NHÂN

Internet đang tác động mạnh đến cuộc sống con người. Cuộc sống mạng sẽ là một đặc trưng của đời sống tương lai. Một khi con người đã bắt đầu sử dụng Internet thì sẽ không có sự quay lại.

Bill Gates, Chủ tịch kiêm Kiến trúc sư trưởng
phần mềm Tập đoàn Microsoft

Từ trước đến nay, khái niệm của chúng ta về một doanh nhân là mơ hồ. Thực tế, bất kỳ cá nhân nào điều hành một doanh nghiệp mới có thể coi là một doanh nhân. Trong quá khứ, chúng ta có xu hướng gán cho các doanh nhân những phẩm chất huyền bí, đặc biệt là chủ nghĩa anh hùng cá nhân. Tuy nhiên, các đặc tính của một cá nhân không thực sự là các thành tố cần thiết để trở thành một doanh nhân giỏi. Đúng hơn, là một doanh nhân giỏi bởi vì anh ta có khả năng hiểu và theo kịp với thời đại, nắm bắt được các cơ hội đến với anh ta.

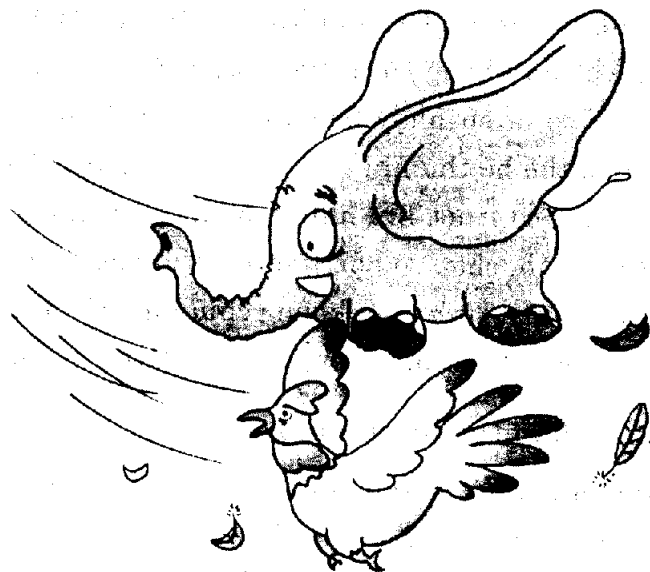


Tương tự, một nhà khoa học không làm những gì mà một doanh nhân làm. Rất nhiều người chưa tốt nghiệp đại học như Michael Dell hoặc Bill Gates đang rất thành công và giàu có. Điều này đã từng làm cho nhiều người có suy nghĩ sai lầm rằng việc học hành chẳng để làm gì cả. Đúng hơn, chúng ta khẳng định lại rằng những người đó thành công bởi vì họ có khả năng theo kịp thời đại. Có một câu thành ngữ: "Ngay cả những con lừa cũng sẽ bay khi có một cơn gió đủ mạnh" hay nói một cách ngắn gọn: "Một doanh nhân có thành công hay không tùy thuộc vào việc anh ta có khả năng chớp lấy thời cơ như thế nào".

1. Các doanh nhân thế hệ thứ nhất

Các doanh nhân thế hệ thứ nhất xây dựng cơ sở hạ tầng của một xã hội công nghiệp: xăng dầu, sắt thép, ô tô, vận tải, điện năng, viễn thông...

Nhìn lại thế kỷ trước, bạn sẽ khám phá ra rằng các doanh nhân thế hệ thứ nhất đã tham gia vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng của xã hội công nghiệp. Ông trùm sắt thép người Mỹ - Andrew Carnegie và ông trùm ô tô người Mỹ - Henry Ford, ông chủ người Nhật - Konosuke Matsushita, các thiên tài người Đài loan - Y C Wang và Chang Yung-Fa là những ví dụ điển hình về những người đã chớp lấy thời cơ và xây dựng cho họ những đế chế riêng.



Các công ty viễn thông, điện lực và vận tải là những công ty giàu có trong bất kỳ xã hội công nghiệp nào. Cho đến ngày nay, họ vẫn là những hãng lớn nhất ở bất kỳ một nước công nghiệp nào. Nhu cầu về cơ sở hạ tầng của một xã hội công nghiệp hoá đã nuôi dưỡng rất nhiều doanh nhân, những người có cơ sở truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Họ đã tận dụng được nhiều cơ hội kinh doanh trong các lĩnh vực mà những người bên ngoài rất khó thâm nhập. Hãy xét ba công ty Mỹ lớn nhất. Chúng đã được chuyển giao qua nhiều thế hệ. Thật khó cho bất kỳ ai có thể chiếm đoạt được vị trí của họ.

Các câu chuyện về các doanh nhân thế hệ thứ nhất luôn luôn hấp dẫn vì họ đã khởi đầu một doanh nghiệp dựa trên các cơ hội kinh doanh dường như không tồn tại. Thậm chí, một số trong họ còn không có cả tiền hay bằng cấp nào. Tất cả những gì họ có là sự nhạy bén và động lực kinh doanh. Các doanh nhân thế hệ thứ nhất đã dạy cho chúng ta bài học phải nắm bắt thời cơ trước khi những người khác nắm được, khắc phục khó khăn, chớp cơ hội, tôn trọng phong cách quản lý đúng đắn và có một tính cách không chịu lùi bước. Chỉ như vậy, chúng ta mới có thể thành công và hưởng thụ sự giàu có.

2. Các doanh nhân thế hệ thứ hai

Các doanh nhân thế hệ thứ hai sử dụng cơ sở hạ tầng của một xã hội công nghiệp để triển khai các hoạt động kinh doanh: bán lẻ, bán buôn, vận tải, ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán và trái phiếu, thức ăn nhanh, các ngành dịch vụ...

Sau khi các doanh nhân thế hệ thứ nhất đã hoàn thành cơ sở hạ tầng, các doanh nhân thế hệ tiếp theo sử dụng nó. Các doanh nhân thế hệ thứ hai này rất giỏi trong việc sử dụng cơ sở hạ tầng hiện có để tham gia vào các hoạt động kinh doanh. Ví dụ, các cửa hàng được mở dọc theo các tuyến đường đã hoàn thành hoặc các dịch vụ vận tải, bảo hiểm, ngân hàng và bảo vệ được cung cấp. Họ tận hưởng những thành quả lao động của các doanh nhân thế hệ thứ nhất. Nếu họ quản lý tốt các doanh nghiệp của họ thì sản lượng kinh doanh sẽ tăng.

Họ không cần chiến đấu với các doanh nhân thế hệ thứ nhất để sản xuất ô tô. Thay vào đó, họ triển khai các hoạt động kinh doanh bằng cách sử dụng cơ sở hạ tầng do những vị tiền bối xây dựng. Ví dụ, với tính năng của máy bay và ô tô, các công ty chuyển phát nhanh được thành lập để làm dịch vụ với quy mô lớn. Các ngành kinh tế mới nảy sinh và bùng nổ nhanh chóng trên những cơ sở hạ tầng mới. Đây là cách thức mà cơ sở hạ tầng của một xã hội công nghiệp truyền cảm hứng cho tinh thần của doanh nhân mới.

Chúng ta hãy lấy một ví dụ khác. Các con đường đang đầy áp người, do đó ý tưởng thiết lập một cửa hàng ăn cho những người không có thời gian hoặc không muốn nấu ăn đã ra đời. Và sau đó sáng kiến cung cấp món ăn nóng dễ cầm, ngon, đơn giản xuất hiện. Sự phát triển nhanh chóng trên quy mô toàn cầu của McDonald chính là do lãnh đạo của công ty này đã nắm bắt đúng xu hướng thời đại. Trong

những năm gần đây, một số công ty cũng nhận thấy rằng nhiều người thậm chí còn không có thời gian để lấy xe ô tô đi ăn. Do đó những nhà hàng lưu động đã được thiết lập nhằm phục vụ những người này. Các loại sản phẩm và dịch vụ mới phát triển như nấm sau mưa để đáp ứng những nhu cầu đa dạng, phong phú của các loại khách hàng khác nhau. Không một ngành kinh doanh nào có thể dậm chân tại chỗ được.

Các doanh nhân thế hệ thứ hai sáng tạo ra các thương hiệu của riêng họ và xây dựng doanh nghiệp của họ bằng những lời truyền khẩu và uy tín của thương hiệu của họ. Họ có thể làm được điều này vì họ biết chớp cơ hội. Điều này không liên quan đến năng lực và trình độ đào tạo của họ. Chừng nào có người dám cười lên đỉnh những cơn sóng thời gian thì người đó sẽ nổi tiếng rất nhanh.

Và như vậy, các doanh nhân thế hệ thứ nhất kinh doanh các ngành xây dựng và sắt thép còn các doanh nhân thế hệ thứ hai kinh doanh các dịch vụ bán lẻ và ngân hàng. Họ là những hãng khổng lồ không thể bị đánh bại. Tuy nhiên, trong 20 năm qua, số lượng các doanh nhân như thế đã giảm đáng kể. Điều này là do chúng ta đã rẽ sang một con đường mới trong lịch sử loài người. Các doanh nhân thế hệ thứ ba đã bước lên sân khấu.

Trong quá khứ, tín hiệu khói và ngựa được sử dụng để liên lạc và vận chuyển trong suốt thời đại nông nghiệp. Trong thời đại công nghiệp, tàu hoả, máy hơi nước và máy bay trở thành phương tiện giao thông vận tải hiệu quả hơn. Hiện nay, trong thời đại mạng, than và dầu mỏ không còn có

nhu cầu lớn như trước đây nữa. Tất cả những gì xảy ra là một vài giây vào máy tính PC hoặc máy điện thoại di động để lấy thông tin cần thiết. Cái thực sự cần là một mạng Web toàn cầu liên kết con người với nhau. Đây là một thế giới mới mà các doanh nhân thế hệ thứ ba đã cần cù tạo ra.

3. Các doanh nhân thế hệ thứ ba

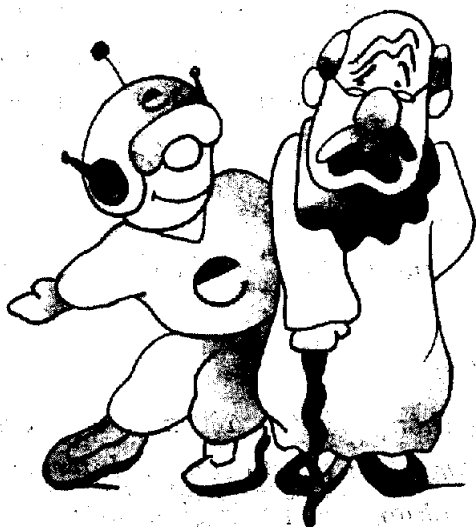
Các doanh nhân thế hệ thứ ba xây dựng cơ sở hạ tầng của một xã hội mạng

Mạng đường trục

Internet (mạng thông tin tốc độ cao) -> Internet băng rộng (mạng đa phương tiện tốc độ cao) -> Internet vô tuyến băng rộng (mạng đa phương tiện thời gian thực).

Các doanh nhân thế hệ thứ ba với sự nhạy cảm về thời gian đã đột phá vào thời gian, do đó xây dựng cơ sở hạ tầng cho một xã hội mạng. Trong khoảng thời gian ngắn 20 năm, các công ty thành đạt chủ yếu là những công ty tham gia vào các ngành liên quan đến Internet.

Internet cho phép một lượng thông tin khổng lồ và nhanh chóng chuyển tới ai đó trên một thiết bị đầu cuối tạo ra một không gian phi biên giới. Ngay cả như thế vẫn chưa thể thoả mãn nhu cầu của con người vì nó không thể chuyển các hình ảnh video và không đáp ứng tốc độ mà thông tin truyền đi trong không gian điều khiển theo mong muốn của những người thành phố thời hiện đại, những người luôn đòi hỏi tính hiệu quả cao. Các giải pháp mới được đưa ra khi gặp những vấn đề thực tế này.



Đó là sự ra đời của mạng băng rộng. Với sự phát triển hiện nay, nó đã trở thành siêu lộ đa phương tiện. Báo chí đã được đưa lên Internet, trong đó đăng tải văn bản và các đồ họa đơn giản. Khi mạng băng rộng hoàn thành, bản thân phương tiện (bao gồm video, hình ảnh, âm thanh và văn bản) có thể đưa lên Internet. Thực tế, trong khoảng thời gian 2 năm tới, chúng ta có thể nhìn thấy bạn bè và người thân ở nước ngoài qua Internet. Trước đây, một viễn cảnh như thế không bao giờ có trong những ước mơ táo bạo nhất của chúng ta.

Gần đây, một chương trình Internet được phát triển trong đó một chuyên gia về một lĩnh vực có thể giảng bài hoặc người nghe có thể nêu câu hỏi với giảng viên trực tiếp

qua Internet. Đây chính là giá trị của siêu lộ đa phương tiện trong đó hai đối tác có thể tham gia vào một đàm thoại hai chiều rõ ràng. Theo cách này thì thông tin không còn gì trở ngại nữa.

Nhưng con người thường không thoả mãn với hiện tại. Con người sẽ tiếp tục phát triển mạng băng rộng vô tuyến mà cũng là một mạng đa phương tiện thời gian thực. Bên cạnh tính chất tốc độ cao, nó cũng có tính chất thời gian thực sao cho mọi người có thể thụ hưởng các dịch vụ đa phương tiện vào bất lúc nào, bất kỳ ở đâu.

Xin trích dẫn ra đây một cụm từ của một doanh nghiệp, "liên kết con người" chính là khẳng định vai trò của công nghệ. Để nhân tính hoá nhu cầu thì sự tưởng tượng của con người là nền tảng để triển khai, thực hiện và cơ sở hạ tầng mở đường đi tới tương lai. Nó rất giống với những con đường thời đại công nghiệp trong đó mọi con đường không chỉ dẫn tới thành Rome mà còn đi tới nhà của bạn. Tất cả các trạm Web sẽ được trang bị âm thanh và hình ảnh sao cho người sử dụng Internet có thể cảm thấy thuận tiện như việc sử dụng điện thoại. Tất cả những điều này phụ thuộc vào sự sáng tạo của các doanh nhân thế hệ thứ ba.

Thiết bị giao diện mạng

Một vấn đề khác chính là sự phát triển của các phương tiện hỗ trợ như máy tính PC, các ứng dụng và cơ sở dữ liệu đa phương tiện, các máy điện thoại di động, các máy tivi có thêm chức năng truy nhập Web (Web TV) và các thiết bị

Internet... Sự phát triển nhanh chóng của các công cụ điện tử này cũng giống như các xe tốc độ cao chạy trên đường và các máy bay siêu tốc trên bầu trời. Với những phương tiện hỗ trợ này, hiệu quả của Internet sẽ đạt được mức cao nhất.

Nếu không có những phương tiện hỗ trợ này thì cũng chỉ là vô ích ngay cả khi người ta đã có được mạng đường trục. Chỉ khi nào máy tính PC được kết nối tới Internet thì những người tài giỏi cung cấp phần mềm máy tính PC mới có thể kiếm được những món tiền lớn. Các thiết bị ứng dụng, điện thoại di động, Web TV và thiết bị Internet là những công cụ hỗ trợ của Internet. Loại thứ hai của các doanh nhân thế hệ thứ ba tham gia vào việc cung cấp các phương tiện truyền tải sao cho mạng đường trục có thể được sử dụng hiệu quả.

Nhu cầu sử dụng Internet tăng không ngừng, do đó nhu cầu sử dụng cơ sở hạ tầng cũng rất lớn. Vẫn còn đại đa số dân chúng đang chịu giới hạn bởi các ranh giới địa lý. Nước nào càng có nhiều người có nhu cầu sử dụng Internet thì càng có điều kiện thuận lợi để phát triển Internet. Điều này có nghĩa là các cơ hội kinh doanh lớn đang mở ra.

Không lâu trước đây, một người Hồng Kông đặt cho tôi một câu hỏi ở một hội nghị: Tại sao Đài Loan lại phát triển nhanh hơn Hồng Kông? Phải chăng đó là do Đài Loan học được công nghệ của Mỹ. Người dân ở Đài Loan đang nhanh chóng xây dựng cơ sở hạ tầng cho một xã hội mạng trong khi những người Hồng Kông vẫn đang ở giai đoạn doanh nhân thế hệ thứ nhất và thế hệ thứ hai. Hồng Kông vẫn còn đang tích cực mở các siêu thị và đầu tư vào bất động sản. Như thế,

những người Hồng Kông đã bị tụt hậu so với những người Đài Loan. John Chambers, Tổng giám đốc của Cisco Systems nói: "*Một năm trên mạng tương đương với bảy năm trên mặt đất*". Rất nhiều cơ hội lớn qua đi rất nhanh giống như khi nó đến. Nhưng bạn đừng vội chán nản. Các cơ hội cho thế hệ doanh nhân thứ tư đang đến gần.

4. Các doanh nhân thế hệ thứ tư

Các doanh nhân thế hệ thứ tư sử dụng cơ sở hạ tầng của một xã hội mạng để tham gia vào thương mại điện tử

Năm 2000 được coi là năm mở đầu của thế kỷ Internet. Chúng ta đã bước vào xã hội mạng, trong đó mọi người đều có cơ hội trở thành doanh nhân thế hệ thứ tư, nghĩa là những người tham gia vào thương mại điện tử, sử dụng cơ sở hạ tầng Internet.

Trong xã hội công nghiệp hoá, việc quản lý một doanh nghiệp trong phạm vi một toà nhà được xây dựng gần đường chính là sử dụng cơ sở hạ tầng có sẵn để triển khai các hoạt động kinh doanh. Tương tự như vậy, việc tham gia vào thương mại điện tử trên Internet sử dụng cơ sở hạ tầng sẵn có cũng có cùng một ý nghĩa. Hiện tại, các nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISP - Internet Service Provider), các nhà cung cấp nội dung thông tin trên Internet (ICP - Internet Content Provider) và các cửa hàng trực tuyến là những nguồn lực đặc quyền mới dành cho các doanh nhân thế hệ mới.

Vậy ai là những doanh nhân thế hệ mới? Jerry Yang, một người Trung Quốc trẻ đã sáng tạo ra Yahoo ở Mỹ. Yahoo hiện là cổng thông tin lớn nhất thế giới. Jeffrey Bezos, người sáng

tạo ra Amazon.com không hề có nền tảng kỹ thuật. Điểm chung của những người này là họ đại diện cho những doanh nhân thế hệ thứ tư. Nếu một người hiểu đầy đủ về thương mại điện tử thì người đó đã có một cơ hội lớn bất kể người đó có quyền sở hữu hoàn toàn hay phải liên doanh liên kết.

Các doanh nhân thế hệ thứ tư hiểu rõ thương mại điện tử không thay thế hoàn toàn hình thức kinh doanh truyền thống. Do đó, họ bổ sung cho cách thức kinh doanh truyền thống bằng cách xây dựng thương mại điện tử trên nền tảng các thông lệ kinh doanh truyền thống. Điều này sẽ cho phép khách hàng thấy rõ hơn các loại sản phẩm và dịch vụ được cung cấp. Đồng thời, họ có thể dễ dàng thử sử dụng trực tuyến các sản phẩm, dịch vụ đó.

Các cơ hội kinh doanh đối với các doanh nhân thế hệ thứ tư là vô tận bởi vì nhu cầu của khách hàng không có giới hạn. Với Internet, thương mại điện tử đang nhanh chóng trở thành hiện thực. Theo Công ty IDC (Internation Data Corporation), chỉ có 14 triệu người truy nhập vào Internet vào năm 1995 nhưng đã tăng lên 40 triệu người vào năm 1996. Năm 1997 con số này đạt tới 80 triệu và tăng lên 120 triệu vào năm 1998.

Trong cuốn sách "Business @ The Speed of Thought", Bill Gates dự báo rằng 250 triệu người sẽ truy nhập Internet vào năm 2000. Dự báo này đã được chứng minh là đúng. Tiếp theo là dự báo số lượng người sử dụng Internet sẽ vượt quá dân số của các xã hội công nghiệp. Khi thời điểm đó đến, thương mại điện tử sẽ là một ngành kinh doanh có lợi nhuận cao.

Compaq là một ví dụ kinh điển về một doanh nghiệp thế hệ thứ ba thành công. Nó là hãng sản xuất máy tính PC lớn nhất thế giới và đang cố gắng trở thành công ty trực tuyến lớn nhất thế giới. Gần đây, Compaq ký một thoả thuận 3 bên với Microsoft Taiwan Corporation và Systex Corporation để thành lập công ty Asia e-Business Corp nhằm vào thị trường châu Á. Nó cũng thiết lập một dây chuyền cung cấp điện tử với 16 hãng truyền thông bao gồm Hon Hai Precision Industry Co. Ltd và Inventec Corporation.

Sự hoàn thiện nhanh chóng cơ sở hạ tầng đã làm tăng cường thông tin giữa các doanh nghiệp. Ví dụ, Microsoft Taiwan Corporation đã phát triển các hoạt động thương mại điện tử dưới hình thức doanh nghiệp - doanh nghiệp và quảng bá Biz Talk thành đối tượng môi giới cho các doanh nghiệp. Một ứng dụng như vậy sẽ làm đơn giản hoá việc trao đổi thông tin và hỗ trợ các cuộc thương lượng trên Internet dễ thành công hơn.

Thế giới tương lai sẽ không còn tập trung vào sự giàu có hay nguồn nhân lực. Doanh nhân tương lai sẽ không cần phải đi khắp thế giới để xây dựng các cơ sở của mình mà vẫn có thể triển khai các hoạt động kinh doanh trên quy mô toàn cầu. Thông qua các tính chất và chức năng đặc biệt của Internet, kết hợp với khả năng ngôn ngữ cơ bản, doanh nhân tương lai sẽ có thể tạo dựng một sự hiện diện toàn cầu với chi phí rất nhỏ.

Đừng vội cho rằng các doanh nhân thế hệ thứ tư là những người đàn ông, những người đàn bà vĩ đại. Bất kỳ ai,

kể cả bạn cũng có thể là ông chủ. Việc công ty của bạn có thể lãi hay lỗ tùy thuộc vào bạn. Bạn sẽ cạnh tranh với những người khác như thế nào? Hãy cố gắng tốt nhất để huy động được mọi sức mạnh của mình và đạt được những khách hàng bạn mong muốn trong một khoảng thời gian ngắn nhất. Hãy tiếp tục cung cấp những sản phẩm, dịch vụ mới để hấp dẫn họ và giữ họ quay lại với bạn sao cho họ không thể chuyển sang một nhà cung cấp khác. Khi nào bạn giữ được khách hàng quay lại với mình thì bạn đã thành công.

Một công ty có một người với sự hiện diện toàn cầu không còn là một ước mơ quá xa vời. Nó là một khả năng. Từ thế hệ thứ nhất đến thế hệ thứ tư, mỗi thế hệ đã tạo ra những đợt sóng mạnh đẩy con thuyền thời đại của họ, tạo ra sự giàu có cho bản thân họ và để lại lợi ích cho các thế hệ tương lai. Liệu bạn sẽ có thể hòa nhập được với thời đại mạng mới của bạn và đứng trong hàng ngũ những người sáng tạo ra thế giới dot.com của bạn không? Các nguồn lực mới chưa được khai thác vẫn đang chờ đợi bạn.

Chương 3

BIẾN ƯỚC MƠ VÀ Ý TƯỞNG THÀNH HIỆN THỰC

Trả lương cho công nhân và tôn trọng họ là cần thiết nhưng như thế là chưa đủ. Bạn phải làm cho họ cảm thấy rằng họ đang sáng tạo ra lịch sử.

- Jim Moore, người sáng lập GEO Partners



Các doanh nhân thế hệ thứ tư là những người đã mở cửa cho thương mại điện tử. Rất nhiều người do nóng vội, muốn thành đạt nhanh chóng đã nhảy vào trào lưu thương mại điện tử mà không biết rằng nó là một sự kế thừa tuần tự. Điều này đã tạo ra một ảo tưởng về Internet của thế kỷ mới. Trong số họ rất nhiều người đã thất bại và không thể tự thoát ra được. Đó là lý do tại sao cần phải có một sự giới thiệu rõ ràng, chính xác về thương mại điện tử và thương mại điện tử sẽ trở thành hoạt động kinh tế chính của tương lai.

Tôi đã dành nhiều thời gian suy nghĩ khi viết cuốn sách này và cũng đã tốn rất nhiều thời gian đọc qua các sách và các nguồn thông tin khác. Do đó, tôi đã có thể tạm hiểu khái niệm thương mại điện tử và mô tả nó theo ngôn từ dân dã. Theo cách này, người đọc có thể hiểu nó dễ hơn.

1. Tương lai của thương mại điện tử

Như cái tên đã cho thấy, thương mại điện tử là các hoạt động thương mại được triển khai bằng các phương tiện điện tử. Có rất nhiều loại thiết bị điện tử và việc giải quyết một vụ làm ăn qua điện thoại cũng là một loại thương mại điện tử. Thương mại điện tử mà chúng ta đề cập đến ngày nay chủ yếu là các hoạt động thương mại qua Internet.

Công cụ tìm kiếm trực tuyến cho các sản phẩm thương mại điện tử cũng thay thế quảng cáo

Người tiêu dùng mua hàng trên Internet với máy tính là hình thức phổ biến nhất của thương mại điện tử. Nếu bạn

muốn mua một máy ảnh, hãy ấn từ "c-a-m-e-r-a" và công cụ tìm kiếm sẽ bắt đầu dò tìm. Sau đó, bạn có thể bắt đầu so sánh các loại máy ảnh khác nhau kèm theo giá cả, tính năng, thương hiệu của chúng và mua cái máy ảnh mà bạn hằng ao ước bằng trực tuyến. Điều tiếp theo mà bạn biết là máy ảnh sẽ được chuyển đến tận cửa nhà bạn.

Trước đây để mua một chiếc máy ảnh bạn sẽ thấy đây là một nhiệm vụ nặng nề. Bạn phải chọn rất nhiều tờ quảng cáo và sản phẩm khác nhau, hoặc đi tìm ở một số siêu thị và cửa hàng đồ điện trước khi tìm ra chiếc máy ảnh ưng ý. Và nếu muốn một giá cả hợp lý hơn, bạn phải so sánh giá của từng cửa hàng. Có những lúc, bạn không thể tìm ra chiếc máy ảnh ưng ý và phải chấp nhận mua một chiếc máy ảnh không như mong đợi. Rất nhiều thời gian và công sức đã bị lãng phí trước khi bạn đạt được một kết quả thoả mãn.

Bây giờ, ngay cả khi bạn không có thời gian đi mua bán, rất nhiều cổng thông tin trên Internet có thể giúp bạn làm những việc này. Bạn thậm chí còn biết được chiếc máy ảnh lý tưởng qua Internet. Điều này có thể giúp các hãng sản xuất máy ảnh có cảm hứng sáng tạo ra nhiều sản phẩm mới.

Do thói quen lâu đời của người tiêu dùng, 10 năm tới vẫn chưa phải là thương mại điện tử thực sự. Sẽ có một sự chống lán giữa xã hội công nghiệp và xã hội mạng. Một số siêu thị sẽ thiết lập các trạm Web để khách hàng có thể mua hàng trực tuyến. Với dịch vụ trực tuyến, một người có thể thăm hàng trăm trạm Web trong một đêm. Nhưng cá nhân anh ta

không thể đi thăm số lượng của hàng lớn như vậy. Thời gian và sức lực không đúng về phía anh ta. Theo thời gian, những người tiêu dùng của xã hội công nghiệp sẽ từng bước thay đổi thói quen mua bán rất tốn thời gian và công sức hiện nay. Điều này sẽ dẫn dắt người tiêu dùng tiến tới một xã hội hoàn toàn dựa trên thương mại điện tử.

Yêu cầu trực tuyến chuyển dịch về chuẩn hoá giá cả cộng với dịch vụ

Mua bán trực tuyến có một lợi thế lớn: bạn có thể so sánh giá trên phạm vi toàn cầu qua mạng Internet.

Đây là một ví dụ: ai đó muốn mua một máy Walkman của Sony. Anh ta nêu yêu cầu về giá cả và thấy rằng giá bán nó ở New York chỉ bằng một nửa giá của máy đó ở Tokyo. Sau khi khảo sát kỹ lưỡng, anh ta phát hiện ra rằng sự chênh lệch về giá cả là do chi phí chung và chi phí hoa hồng ở Tokyo cao hơn. Tất cả các chi phí vui chơi giải trí nhằm giới thiệu loại máy đó với thị trường đã được đưa vào giá. Về mặt tự nhiên, người sử dụng sẽ đặt hàng mua chiếc máy đó từ New York. Nếu tất cả những người tiêu dùng mua hàng kỹ tính thì các cửa hàng ở Tokyo sẽ nhanh chóng bị phá sản.

Việc có thể dễ dàng truy nhập Internet và có thể nêu yêu cầu mua bán sẽ không phải là kịch bản thông thường trong tương lai. Ngành bán lẻ tương lai sẽ có thể đặt ra một mức giá chuẩn. Nếu việc cho thuê quá cao thì giá cho thuê có thể được chuẩn hoá. Một mức phí dịch vụ khoảng 5% được tính thêm

vào sẽ là hợp lý. Do thông tin liên lạc mở toàn cầu nên không ai có thể độc quyền hoặc nâng giá quá mức. Đến thời điểm đó, giá cả của cùng một sản phẩm sẽ tiến đến thống nhất. Đối tượng được hưởng lợi từ việc đó chính là người tiêu dùng.

Tôi có một người bạn triệu phú người In-dô-nê-xi-a. Một lần anh ta chỉ tay vào một phố đông đúc và nói nó thuộc về anh ta và 6 người khác. Bảy người bọn họ quyết định hàng hoá nào được bán và bán với giá nào. Khi chúng ta bước vào thời đại mạng, một kịch bản như thế sẽ chỉ còn là chuyện quá khứ.

Sẽ không có siêu thị hữu hình hoặc biên giới trên Internet. Sẽ không có cá nhân nào có thể quyết định giá cả thị trường. Tương lai có thể thấy sản xuất gắn liền với tiêu dùng. Mọi người được đối xử bình đẳng. Nếu giá bạn đưa ra không hợp lý thì bạn có thể sẽ mất khách hàng.

Sử dụng thử trên mạng

Trong khi mua bán trên Internet, bạn có thể sử dụng thử các sản phẩm và mua chúng sau khi đã cảm thấy thoả mãn. Nhưng điều này là không thông thường trong thương mại truyền thống. Ví dụ khi mua một bộ đồ nội thất DIY. Bạn có thể lo ngại khi phải tự quyết định nhưng hãng sản xuất có thể cung cấp một mẫu hàng ảo trên Internet cho bạn thử. Bên cạnh việc cung cấp màu sắc, mẫu mã, số đo, các chức năng còn có những lời hướng dẫn sử dụng chi tiết. Bạn thậm chí còn có thể nhìn xem nó sẽ trông như thế nào trong phòng

ngủ của bạn sao cho bạn có thể thấy hết giá trị của nó. Sau đó bạn có thể quyết định rèm nào, loại cây nào có thể làm tăng vẻ đẹp cho đồ đạc nhà bạn.

Gần đây, có một quảng cáo về một mô hình xe ô tô. Để quảng bá tiêu chuẩn an toàn cao của loại xe, hãng sản xuất đã cung cấp một cảnh tai nạn mô phỏng sao cho người tiêu dùng có thể tự cảm nhận chiếc xe vững chắc như thế nào khi bị tai nạn và liệu họ có thể sống sót sau tai nạn không. Trong thực tế, sẽ là không thể lái chiếc xe và tự nhìn xem nó có thể chịu đựng các cú va chạm lớn không. Nhưng chúng ta có thể làm điều đó trên Internet. Đó là điều mà thương mại truyền thống không bao giờ có thể thực hiện được.

Đặt hàng trực tuyến và thanh toán trực tuyến

Trong thương mại điện tử, phương thức thanh toán đã được nâng cấp sao cho việc đó có thể thực hiện trực tuyến. Nó làm cho người tiêu dùng mua hàng trực tuyến cảm thấy thoải mái khi trả tiền mua một sản phẩm, dịch vụ ở một nơi xa. Do đó, việc sử dụng tiền điện tử là một phần cấu thành của thương mại điện tử.

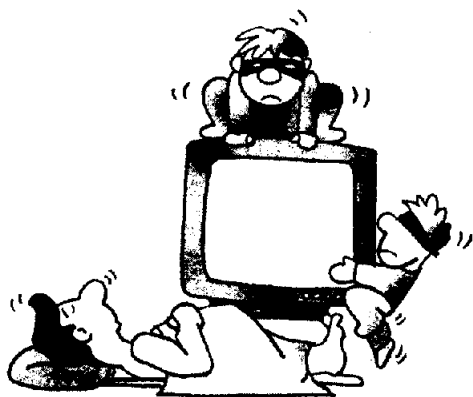
Tiền Mondex Card đang được công ty Inventec Corporation phát triển là một hình thức tiền điện tử hiệu quả, an toàn và thuận tiện.

Tại sao lại là tiền điện tử? Đây là một phát minh nhằm hỗ trợ cho thương mại điện tử. Các thẻ từ hiện tại đã rất thuận tiện cho sử dụng. Tuy nhiên, các hãng sản xuất lo ngại bị bãi bỏ hợp đồng vào phút cuối hoặc chậm trễ thanh toán

nên khách hàng bị yêu cầu phải trả một khoản tiền đặt cọc. Nhưng tính an toàn của việc thanh toán thẻ tín dụng còn chưa đảm bảo. Do đó, việc sử dụng tiền điện tử (thông qua các chữ ký được gửi qua đường điện thoại hoặc máy tính) để trả tiền đặt cọc là một ý tưởng hay.

Các chữ số có thể hoán vị để tạo thành vô số các chuỗi chữ số. Lý do mà ta có thể rút tiền từ các máy rút tiền tự động (ATM) là các thẻ ngân hàng của chúng ta được mã hoá bằng các chữ số mà máy ATM nhận dạng được.

Điều này cũng tương tự đối với tương lai của tiền điện tử. Các dòng tiền hữu hình sẽ không còn nữa mà thay vào đó là các nhóm chuỗi số. Mọi người sẽ có một tập mã riêng và chuỗi số của bên nhận tiền cũng khác. Việc vận chuyển các đồng xu không còn ý nghĩa trong kho đó vẫn còn nguy cơ về tiền giả nếu các hoá đơn được trao đổi trong một giao dịch. Tín hiệu điện tử là an toàn nhất và không còn phải lo ngại về trộm cướp.



Chúng ta ngăn ngừa sự giả mạo như thế nào? Có một hệ thống an toàn trên mạng để ngăn ngừa tin tặc. Do không dễ dàng sao chép hệ thống này nên độ tin cậy của nó rất cao.

Chúng ta thường xem phim thấy các tên cướp rình chặn các xe trở vàng và tiền mặt như thế nào. Ở Đài Loan, có rất nhiều trường hợp nhân viên nhà băng bị cướp sau khi lấy tiền lương. Ngày nay, lương của công nhân được chuyển trực tiếp vào tài khoản nhà băng của họ do đó làm giảm bớt tình trạng cướp tiền. Khi chúng ta sử dụng tiền điện tử để thanh toán, chúng ta không cần đem tiền theo khi ra khỏi nhà. Điều này làm cho cuộc sống của chúng ta an toàn hơn, thuận tiện hơn.

Cung cấp hàng hoá -> Khách hàng nhận hàng hoá hay hàng hoá được chuyển đến cho khách hàng -> Khách hàng thanh toán

Sau khi trả tiền đặt cọc, khách hàng chờ nhận hàng. *Ai sẽ giao hàng cho khách?* Kết quả là một chuỗi mối quan hệ xuất hiện. Chu trình cung cấp hàng hoá bắt đầu từ hãng sản xuất. Với các hợp đồng lớn, hàng có thể chuyển trực tiếp đến vị trí mà khách hàng chỉ định; còn với các hợp đồng nhỏ, hàng có thể chuyển đến cửa hàng bán lẻ gần nơi khách hàng muốn nhất. Sau đó khách hàng sẽ nhận hàng hoá, đồng thời trả hết tiền.

Để thực hiện một quan hệ chuỗi có hiệu quả, hệ thống giao nhận trực tiếp tốt nhất là hệ thống thuận tiện cho cả hai

bên phải được tạo ra. Tất nhiên, không ai có thể chấp nhận nhiều hợp đồng gửi đến họ trong các trường hợp khác nhau. Điều này có thể dẫn tới có một số lần giao nhận trong một ngày. Một cách khả thi là giao nhận tất cả hàng hoá cùng một lúc. Ví dụ là hàng hoá và thực phẩm của một người mua hàng tại cùng một siêu thị sẽ được giao nhận cùng một lúc. Một hệ thống giao nhận phù hợp và hoàn chỉnh là một hệ thống làm cho phương thức giao dịch thực sự trở nên thuận tiện.

Giao nhận hàng hoá đến một nơi gần địa chỉ của khách hàng sao cho khách hàng có thể nhận hàng tại điểm thuận lợi là một ý tưởng khả thi khác. Ở Mỹ, các cửa hàng thường cách xa nhau nhưng ở Đài Loan thì lại khác. Các cửa hàng bán lẻ phục vụ 24 giờ/ngày chỉ cách nhau 3 đến 5 bước chân. Các cửa hàng bán lẻ này hiển nhiên là những vị trí giao nhận hàng lý tưởng. Các cửa hàng này không quá xa và là vị trí linh hoạt cho ai đó nhận hàng một cách thuận tiện.

Khẩu hiệu của một bản quảng cáo gần đây nói rằng: "Qua một đêm có thêm 2.400 hiệu sách phục vụ 24 giờ/ngày". Đó có thực sự là kỳ diệu không? Câu trả lời là có, bởi vì sự ra đời của các hiệu sách trực tuyến cho phép người đọc lựa chọn sách suốt ngày đêm. Người mua sách cũng có thể nhận sách ở các cửa hàng bán lẻ gần nhà sau khi đã trả tiền trực tuyến. Việc nhận hàng từ những cửa hàng bán lẻ phục vụ 24 giờ/ngày này thật thuận tiện cho người mua. Nó là một tình huống mà cả ba bên tham gia đều có lợi.

Hiệu sách thì tiết kiệm được tiền cước phí bưu chính, cửa hàng bán lẻ có thể thu được một chút phí dịch vụ và người mua có thể nhận sách vào bất kỳ lúc nào thuận tiện. Và nếu những người ham đọc sách sẵn lòng trả thêm tiền cước phí bưu chính, họ không cần phải đi ra khỏi nhà để mua một cuốn sách hay nữa. Nó thực sự dễ chịu hơn đối với việc đi mua một cuốn sách. Do vậy nó sẽ khuyến khích mọi người mua nhiều sách hơn. Khi con người đọc nhiều hơn thì cuộc sống của họ trở nên phong phú hơn. Và cuối cùng, người mua có lợi do có nhiều cách thức mua hàng hơn.

Khi nào hiệu sách cung cấp một dịch vụ như thế thì sẽ dễ dàng thu hút những khách hàng thường xuyên và do đó làm tăng cơ hội thương mại. Các cửa hàng bán lẻ cũng có lợi. Dịch vụ gia tăng này làm tăng doanh thu của họ. Những người đến cửa hàng nhận sách cũng có thể sẽ mua một lon Coca-Cola, một vài tờ báo hoặc đồ ăn vặt. Đây chính là khoản doanh thu phát sinh.

Phân tích dữ liệu khách hàng -> Phát triển các sản phẩm thương mại -> Các sản phẩm mới đưa lên mạng

Tất cả các hoạt động trên đều được thực hiện trên mạng máy tính. Hồ sơ của khách hàng được phân tích và các sản phẩm mới được giới thiệu trên mạng nơi mà khách hàng có thể xem và mua hàng. Đây chính là cái mà chúng ta gọi là thương mại điện tử.

Do đó thương mại điện tử là một môi trường. Một hệ thống thông tin điện tử đầy đủ cho bạn một môi trường để

thực hiện các giao dịch có lãi. Nó không có những từ ngữ bí hiểm hoặc khó hiểu. Với sự xuất hiện của công nghệ mới, các ý tưởng và khái niệm mới được sinh ra. Những giải pháp mới sẽ đạt được. Nhiều người đang thử nghiệm chúng và tôi thì đang nghiên cứu các kết quả thử nghiệm.

Việc một công ty Internet có thành công hay không tùy thuộc vào tốc độ và sự chính xác của họ. Nó không phụ thuộc vào vốn đầu tư ban đầu của công ty lớn đến đâu. Các khách hàng tiềm năng phải được nhận ra và họ phải được thông báo về dịch vụ của bạn trong khoảng thời gian ngắn nhất có thể được. Ngược lại, nếu bạn coi công ty đơn thuần là một phương tiện kiếm tiền thì công ty sẽ phá sản.

Cổ phần của các công ty dot.com tăng vọt là một dấu hiệu tốt. Nó đem lại một môi trường thực sự lành mạnh. Nó nhắc nhở những nhà đầu tư nghiêm túc phải xem xét cách thức triển khai thương mại điện tử của họ. Nếu dễ dàng kiếm tiền bằng các cách không trong sáng thì không ai phải làm việc cả. Điều này đúng bởi vì cách thức không trong sáng sẽ ngăn chặn người ta thực hiện các ước mơ đáng kính trọng.

Đây cũng là lý do mà tôi viết cuốn sách này. Tôi không có ý định biến nó thành một cuốn kinh điển được nhiều người khen ngợi. Tôi chỉ muốn giúp mọi người hiểu thương mại điện tử là gì và không bị điều khiển bởi những người không trong sáng. Theo cách này, mọi người sẽ biết làm thế nào để tham gia vào thương mại điện tử. Chỉ như vậy thì môi trường thương mại điện tử mới hình thành và sự thành công mới cải thiện tương lai.

2. Thương mại điện tử là thương mại

Thực tế, thương mại điện tử là thương mại. Rất nhiều công ty gần đây đã chạy đua theo trào lưu để trở thành các công ty dot.com. Sự chuyển động này dường như làm tăng giá trị công ty. Tôi thường so sánh điều này với một nhà xuất bản đang thua lỗ nhưng đã nhanh nhẹn lên mạng và đưa thêm đuôi ".com" vào tên của nó. Với cách đó, sẽ rất nhiều người mua cổ phiếu của nhà xuất bản. Nhưng hiện tượng đó là không bình thường và sẽ không kéo dài được lâu.

Chúng ta cần nhấn mạnh rằng thương mại điện tử là thương mại. Tại các buổi hội thảo, tôi thường đặt câu hỏi rằng các cổ phần dot.com đang bùng nổ hay một cổ phần dot.com có đáng mua không. Nó thật đơn giản. Bạn không thể chỉ có một cái đuôi dot.com mà không tiến hành hoạt động thương mại nào cả. Rất nhiều công ty giống như thế. Do đó, sẽ là sai lầm nếu mua cổ phiếu của các công ty dot.com này. Thương mại điện tử là thương mại sử dụng hệ thống và mạng viễn thông. Sau cùng, một cái mũ phải là một cái mũ, một cuốn sách phải là một cuốn sách. Sau đó một lần nữa, thương mại điện tử có thể tham gia như một dòng số hoặc một dòng hàng hoá. Nhưng thương mại phải tồn tại trước khi nó có thể được gọi là thương mại điện tử. Do đó, tôi muốn nhấn mạnh rằng thương mại điện tử là thương mại. Chúng ta hãy cùng xem xét các điều kiện cần thiết để tạo ra thương mại điện tử.



3. Số hoá các dòng thông tin, tiền tệ và hàng hoá

Thương mại là giao dịch xảy ra giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng. Khi một nhà máy sản xuất một mặt hàng thì nó được gọi là một sản phẩm. Sản phẩm trở thành hàng hoá khi được bán cho người tiêu dùng. Các hoạt động này xảy ra phù hợp với các quy định của chính phủ và tạo nên cái gọi là thương mại.

Về cơ bản, đây là 3 dòng chảy. Dòng chảy thứ nhất là dòng chảy của thông tin. Cả hai bên phải liên lạc với nhau để biết nhà cung cấp đang bán cái gì và người tiêu dùng muốn mua cái gì. Họ trao đổi thông tin và hoạt động đó tạo thành dòng thông tin. Chỉ khi nào cung đáp ứng cầu thì người bán mới không mò mẫm sản xuất trước.

Dòng chảy thứ hai là dòng hàng hoá. Sau khi trao đổi thông tin, nhà cung cấp sẽ sử dụng nhiều phương thức khác nhau để giao hàng đã được yêu cầu cho khách hàng. Hoạt động này làm hoàn chỉnh dòng chảy của hàng hoá. Có hai loại dòng hàng. Một là hệ thống giao nhận trực tiếp trong đó hàng hoá hữu hình được chuyển đến cho khách hàng. Hai là dòng số trong đó văn bản, âm nhạc và đồ hoạ được gửi tới khách hàng.

Loại thứ ba là dòng tiền tệ. Một khi đã thống nhất được thoả thuận, khách hàng sẽ trả tiền mua hàng hoá.

Ba dòng chảy này tạo thành thương mại điện tử. Bất kể là thương mại truyền thống hay thương mại điện tử, chúng đều liên quan đến dòng thông tin, dòng tiền tệ và dòng hàng hóa.

Ăn một bát mì tại một cửa hàng bên đường cũng là thương mại. Khi bạn ngồi xuống bàn và gọi một bát mì, bà chủ bắt đầu nấu trước khi phục vụ bạn. Đây là một hình thức của dòng hàng. Sau khi ăn xong bát mì bạn trả tiền còn bà chủ dùng tiền đó để mua gia vị và các loại thực phẩm khác. Đây là dòng tiền. Cũng có một dòng thông tin. Bà chủ của hàng ăn nhận ra rằng có nhiều người thích ăn mì bò, dám trẻ thích ớt và những khách hàng đó thích súp của cửa hàng. Bà chủ do đó có thể cải tiến mì của bà ta dựa trên những thông tin thu nhận được. Bà ta có thể chuẩn bị nhiều hay ít tùy theo từng loại mì. Tất cả những thông tin này sẽ giúp cho sự làm ăn của bà ta trong tương lai và đó là một dạng của dòng thông tin.

Thương mại điện tử có ba dòng chảy này. Thương mại điện tử đòi hỏi phải số hoá dòng thông tin. Ngay cả dòng tiền tệ cũng có thể phải số hoá trong khi dòng hàng hoá sẽ chấp thuận hệ thống giao nhận trực tiếp, làm khác đi so với chu trình phân phối hiện nay. Đây là nguyên lý rất cơ bản của thương mại điện tử.

Số hoá dòng thông tin

Thứ nhất, chúng ta hãy xem xét việc số hoá dòng thông tin. Có ba loại mạng thông dụng và cũng là những thuật ngữ phổ biến: intranet là mạng được sử dụng trong một tổ chức cho dòng thông tin số hoá; extranet là mạng được sử dụng giữa các doanh nghiệp cho phép truyền đưa và chia sẻ thông tin giữa khách hàng, nhà cung cấp, đối tác và các doanh nghiệp khác; Internet trực tiếp kết nối hàng triệu khách hàng tới các doanh nghiệp.

Số hoá dòng tiền tệ

Tiền điện tử là sự số hoá dòng tiền. Nơi nào có thương mại thì sẽ có sự trao đổi đồng tiền. Trong thương mại truyền thống, chúng ta rất quen thuộc với việc sử dụng tiền mặt, thẻ tín dụng, séc và các công cụ thanh toán khác. Trong xã hội mạng, chúng ta cần tìm ra một thứ giống như séc điện tử, tiền điện tử, thẻ nợ điện tử và thẻ tài chính điện tử. Một công cụ thanh toán toàn diện sẽ hỗ trợ đẩy mạnh thương mại điện tử. Trong tương lai, việc sử dụng tiền điện tử sẽ trở thành thông thường như việc sử dụng thẻ tín dụng vậy.

An ninh là vấn đề quan trọng hàng đầu trong tâm trí của mỗi người. Để khẳng định sự tồn tại của số hoá đơn tài chính hiện ra trên màn hình máy tính PC và đảm bảo an toàn cho giao dịch, thuật toán mã hoá được sử dụng để mã hoá và xác thực thông tin. Những phương pháp khác là việc tạo ra một cái "ví chịu lửa" để đảm bảo an ninh cho dòng tiền tương lai.

Với những suy nghĩ đó, các công ty thẻ tín dụng đã đưa ra một hệ thống, chẳng hạn như VISA, MasterCard, IBM, Microsoft, Netscape, GTE và SAIC đã cùng với các công ty khác phát minh ra hệ thống SET (Secure Electronic Transaction - Giao dịch điện tử đảm bảo). Hệ thống này bao gồm "ví điện tử", chứng chỉ số, cổng thanh toán và cơ quan chứng thực. Thông qua các phương tiện mã hoá khác nhau, tính bảo an và nhất thể của số liệu giao dịch được đảm bảo.

"Ví điện tử" có thể nhận ra của hàng bán lẻ, gửi thông tin và lưu giữ các bản ghi. Chứng chỉ số thiết lập sự tin tưởng giữa hai bên. Nó làm việc giống như một thị thực. Các số mã hoá cho phép cả hai bên khẳng định lẫn nhau. Cổng thanh toán là một ứng dụng dịch vụ. Nó ngăn ngừa sự xâm nhập của những người và dữ liệu không được phép, do đó làm tăng tính bảo an của thanh toán điện tử. Cơ quan chứng thực làm việc giống như ngân hàng. Nó chấp nhận đơn đăng ký của cả hai bên một cách công bằng và minh bạch. Nó phát hành các chứng chỉ số cho các bên đăng ký.

Với các mã nhận dạng đã được thông qua, số liệu hoàn chỉnh và sự bí mật, các rủi ro giao dịch được giữ ở mức tối thiểu. Sự thuận tiện của dòng tiền trở thành vững chắc hơn.

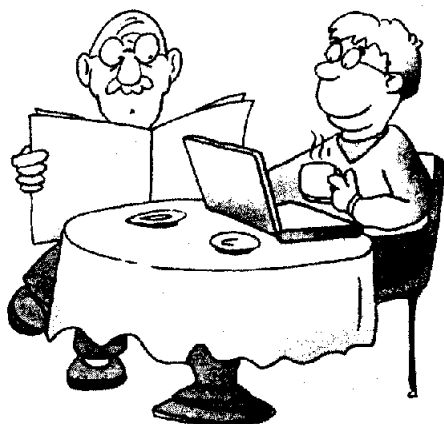
Số hoá dòng hàng hoá và giao nhận trực tiếp

Bên cạnh việc số hoá dòng thông tin và dòng tiền, việc số hoá dòng hàng hoá là một khía cạnh khác của một xã hội mạng. Cũng như các cuốn sách có thể tải về từ mạng, âm nhạc cũng có thể lấy từ trên mạng xuống. Một ví dụ điển hình là MP3. Đây là một dòng hàng đã được số hoá. Việc mua một đĩa CD tạo thành một dòng hàng hữu hình thay thế cho nó.

Con người đọc báo, sách và tạp chí để thu nhận thêm thông tin và kiểm tra suy nghĩ của người viết. Nếu những vật liệu này có thể được số hoá sao cho chúng có thể được tải về trực tiếp từ mạng Internet thì thương mại điện tử có thể đạt được với một mức phí tính cho việc tải thông tin về.

Sách và tạp chí không thể mất đi nhưng chúng có thể được số hoá. Công nghệ đã tạo ra một dòng hàng hoá số. Điều này loại bỏ chi phí in ấn và cước phát hành. Nó cũng làm giảm sức ép phải lưu giữ báo chí. Tất nhiên bạn còn phải lựa chọn giữa một cuốn sách thực hay một nội dung cuốn sách được số hoá. Nhưng cái mà bạn muốn cuối cùng không phải là một cuốn sách mà là kiến thức trong quyển sách. Đó là phương hướng mà thương mại điện tử sẽ đi tới.

Một số sản phẩm có thể không bao giờ được số hoá. Ví dụ, một máy thu hình không thể được giao nhận qua mạng điện thoại được. Tuy nhiên, thương mại điện tử vẫn có thể có tác động đến chúng là trong quá khứ, một hãng sản xuất phải đi đến một nhà bán lẻ. Với Internet kết nối một nhà sản xuất trực tiếp tới một khách hàng, việc giao nhận trực tiếp có thể xảy ra.



4. Các loại thương mại điện tử

Việc sử dụng các khái niệm về dòng hàng hoá, dòng tiền và dòng thông tin để phân loại thương mại điện tử sẽ dễ giải thích hơn. Thương mại điện tử kết hợp hiệu quả các dòng thông tin, dòng hàng hoá và dòng tiền, làm thay đổi bộ mặt của môi trường người tiêu dùng. Nó cũng làm thay đổi chuỗi phân phối. Khi phần cứng cho mạng ở Đài Loan hoàn thành, thì việc giải quyết trực tuyến một thương vụ có lợi không còn là một ước mơ nữa. Nó cũng rất thuận lợi cho mọi người đệ trình khoản hoàn thuế nữa.

Chúng ta hãy cùng xem xét các loại thương mại khác nhau. Bất kể mạng phát triển đến mức độ nào, các giao dịch thường có hai bên tham gia. Một là nhà máy, công ty hoặc các doanh nghiệp. Nó là một thực thể kinh doanh (viết tắt là chữ B). Một nhà bán lẻ cũng được gọi là một thực thể kinh doanh. Bên kia là người tiêu dùng (viết tắt là chữ C).

Thương mại điện tử có thể chia làm hai loại lớn. Loại thứ nhất là mối quan hệ doanh nghiệp - doanh nghiệp, viết tắt là B-B (B to B). Loại thứ hai là mối quan hệ doanh nghiệp - người tiêu dùng, viết tắt là B-C (B to C). Do đó các nhà bảo hiểm và ngân hàng mạng là một phần của thương mại điện tử. Các lĩnh vực kinh doanh có thể được phân thành B-B B-C, C-B hoặc C-C.

Một doanh nghiệp có thể là chủ sở hữu toàn bộ hoặc công ty cổ phần. Mọi phương thức có thể quy thành dòng hàng hoá hữu hình hoặc dòng hàng số hoá. Hiện tại, các máy tính PC chạy trên nền Win98, Win2000 hoặc NT là hệ điều hành thông dụng nhất mà người sử dụng có thể cài thêm phần mềm họ cần. Đó chính là nền tảng cho thương mại điện tử.

B-B: Thương mại giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp

Nếu thương mại bị giới hạn bởi hai công ty, ví dụ giữa nhà máy sản xuất với nhà buôn, nhà máy với nhà máy hoặc nhà buôn với nhà buôn thì đó gọi là thương mại giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B-B). Kiểu quản lý đó có thể chia thành hai loại. Một loại không có dòng hàng hoá thực mà chỉ có dòng hàng hoá ảo. Loại kia của thương mại giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp có một dòng hàng hoá thực.

Nền tảng cho các giao dịch B-B

Một số công ty lớn phải thuê nền tảng bởi vì không phải công ty nào cũng có đủ năng lực để chạy một nền tảng cho thương mại điện tử. Sau đó, các công ty có thể sử dụng nền tảng này để triển khai các giao dịch thương mại. Điều này giống như việc xây dựng một trung tâm thương mại và thuê cửa hàng. Tương tự, loại thương mại điện tử này cũng có một dòng hàng hoá số và hệ thống giao nhận trực tiếp.

Ví dụ, công ty Microsoft Taiwan Corporation phát triển và xúc tiến phần mềm Biz Talk, một nền tảng thương mại điện tử B-B mới ở Đài Loan, biến nó thành người môi giới cho các doanh nghiệp. Nó nhằm vào hệ thống thương mại điện tử đầu cuối và đơn giản hoá việc tạo ra các trạm Web cũng như việc trao đổi thông tin trong thương mại điện tử. Nó cũng cung cấp một từ điển phần mềm tiêu chuẩn. Nó xúc tiến các lĩnh vực kinh doanh thông tin liên lạc và làm cho việc tập hợp thông tin dễ dàng hơn. Điều này sẽ cho phép mọi loại doanh nghiệp, từ doanh nghiệp nhỏ đến doanh nghiệp lớn dễ dàng triển khai thương mại điện tử.

B-C: Giao dịch trực tiếp giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng

Trong một giao dịch giữa cửa hàng trực tuyến với người tiêu dùng, thì cửa hàng trực tuyến là một doanh nghiệp còn người tiêu dùng là một cá nhân. Nhưng cá nhân cũng có thể tham gia vào các cơ hội thương mại. Lấy ví dụ về Amazon.com, trong đó sách của bạn sẽ được chuyển tới bạn sau khi bạn đặt hàng trên Internet. Đây chính là thành phần giao nhận trực tiếp trong mối quan hệ B-C. Một ví dụ khác là www.booksfree.com. Bạn có thể tải về hoặc đọc một quyển sách mà bạn thích. Trong trường hợp này không cần giao nhận trực tiếp vì nội dung cuốn sách đã được chuyển tới bạn thông qua mạng. Đây chính là dòng hàng B đến C số hoá.

Giả sử bạn đã đặt một đĩa CD từ một công ty nghe nhìn trực tuyến mà sau đó công ty này gửi đĩa đến cho bạn. Đây là hình thức giao nhận trực tiếp B đến C. Nhưng rất nhiều công ty nghe nhìn nước ngoài đã bắt đầu cung cấp dịch vụ cho

phép khách hàng của họ tải trực tiếp trên mạng nội dung đĩa CD mà họ đặt hàng.

Nền tảng cho các giao dịch B-C

Thậm chí nếu bạn có một cửa hàng trực tuyến, nếu không ai biết địa chỉ Web của bạn, rất có thể sẽ không ai tới thăm trang Web của bạn. Nhưng nếu chúng ta có thể thiết lập một cửa hàng trực tuyến trên các cổng thông tin như Amazon và Yahoo thì những người khác sẽ dễ dàng tìm thấy chúng ta hơn. Nó cũng giống như việc thiết lập một quầy hàng tại một siêu thị hoặc một trung tâm thương mại nổi tiếng. Điều đó giúp cho người khác dễ dàng tìm thấy chúng ta hơn. Các siêu thị và trung tâm thương mại là một nền tảng B đến C, đảm bảo cho nhiều doanh nghiệp triển khai để mở rộng các cơ hội kinh doanh.

C - B: Giao dịch giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp

Trong một xã hội mà thông tin có thể được truy nhập dễ dàng, một cá nhân có thể bán tài năng của anh ta cho một công ty. Anh ta có thể chia sẻ với một công ty nào đó các ý tưởng thông minh của anh ta về cung cấp hàng hoá và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Nó giống như việc đi xin việc trên Internet trong đó trí tuệ của một cá nhân có thể được giới thiệu cho một doanh nghiệp. Người này không cần một không gian văn phòng hoặc làm việc trong một thành phố. Tất cả những gì mà anh ta hoặc cô ta cần là kết nối trực tuyến. Tất nhiên, mô hình này có thể chia thành giao nhận trực tiếp và dòng hàng hoá số. Nếu một nghệ sỹ gửi các tác phẩm nghệ thuật của anh ta tới một nhà xuất bản

sách trẻ em thì đó là hình thức giao nhận trực tiếp C tới B. Ngược lại, nếu anh ta làm các hình minh họa trên máy tính PC và gửi chúng tới nhà xuất bản dưới dạng tệp ".jpg" hoặc ".tif" thì nó trở thành dòng hàng hoá số. Chẳng nào bạn còn tài năng và sức lực, bạn sẽ còn kiếm được nhiều tiền thông qua các giao dịch như thế trong tương lai.

Nền tảng cho các giao dịch C-B

Trong quá khứ, một người tiêu dùng không dễ gì thiết lập một giao dịch với một công ty. Chúng ta chỉ có thể nhìn thấy các dòng quảng cáo tuyển nhân viên của các doanh nghiệp. Thường thì rất khó thay đổi tính tiêu cực của thị trường tuyển dụng lao động. Nhưng với sự xuất hiện của các tổ chức giới thiệu việc làm trực tuyến, các cá nhân có thể trình đơn xin việc trực tiếp tới các tổ chức này, sau đó họ sẽ giới thiệu những người này với các công ty cần tuyển lao động. Hoặc các cá nhân có thể bán dịch vụ của họ trực tiếp cho các khách hàng tiềm năng qua mạng Internet. Một ví dụ sẽ là những người thiết kế trang Web và những lập trình viên là những đối tượng có nhu cầu lớn và có thể tham gia vào các dự án dài hạn hoặc ngắn hạn. Hơn thế nữa, họ chỉ cần ngồi nhà là làm việc được.

C-C: Các giao dịch giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng

Trong xã hội công nghiệp, rất khó có thể triển khai các giao dịch giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng. Nhưng điều này là khả thi trong thời đại mạng. Ví dụ về một bài thơ hoặc một nhạc sỹ. Một người sáng tác các bài thơ trữ

tình còn người kia sáng tác nhạc. Mỗi quan hệ này tạo thành mô hình C đến C. Một lần nữa, mô hình này có thể chia thành dòng hàng hoá số hoặc giao nhận trực tiếp. Cả hai bên có thể gửi tác phẩm của họ cho nhau thông qua thư điện tử hoặc gửi chúng lên mạng. Không cần phải trao đổi cho nhau các tác phẩm của mình họ vẫn có thể nhận được tác phẩm của người kia.

Nền tảng cho các giao dịch C-C

Một nền tảng cũng đã tồn tại cho thương mại C đến C. Công ty eBay của Mỹ đưa ra một mô hình tiếp thị đặc biệt trong đó nó cung cấp một địa điểm giao dịch cho các nhà buôn đồ cũ. Giả sử rằng những người tiến hành giao dịch là những doanh nhân trung thực. Không cần có hợp đồng hay sự đồng ý của công ty. Ai đó đều có thể mua hoặc xem hàng ở đây. Một nền tảng như vậy gọi là một nền tảng tiêu dùng (C). Sự trao đổi hàng hoá biến nó thành nền tảng C tới C. Cả hai hình thức dòng hàng hoá số và giao nhận trực tiếp đều tồn tại ở đây. Giả sử bạn đang tìm một cuốn sách không còn xuất bản nữa. Người khác có thể gửi nội dung cuốn sách đó lên Internet và bạn có thể tải nội dung đó về máy tính của mình.

Như ông Steve Case, Chủ tịch của hãng America Online nói: "Cuộc chiến thương mại điện tử đã làm thay đổi nhiều điều. Vấn đề là không phải ai là đối thủ thị trường lớn nhất hoặc ai có nội dung thông tin, mà thực ra là ai có thể đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng". Tương lai có thể chứng kiến các vụ sáp nhập giữa các công ty trong cùng một ngành hoặc các công ty từ các ngành kinh doanh khác nhau. Toàn

bộ thế giới sẽ liên kết với nhau một cách phức tạp đem lại lợi ích cho các doanh nghiệp trên bình diện chung.

5. Vai trò của Chính phủ

Khi thương mại điện tử trở nên hoàn thiện, chúng ta sẽ thấy rất nhiều thay đổi về mặt xã hội. Nơi nào trong quá khứ có rủi ro về giao dịch thì rất nhiều nhân viên an ninh được thuê. Bây giờ, các cơ quan chính phủ có thể cần nhiều chuyên gia thông tin có thể giúp họ kiểm soát dòng thông tin. Chỉ như vậy thì các gánh nặng của Chính phủ như giám sát nhập cảnh, khen thưởng, kỷ luật và xử lý các vụ án hình sự mới có thể được giảm nhẹ một cách có hiệu quả.

Trong quá khứ, Chính phủ đảm bảo an ninh và kiểm soát tất cả các hoạt động thương mại. Mặc dù Chính phủ đóng vai trò không can thiệp, họ không thể bỏ qua vấn đề an ninh. Chính phủ phải là người kiểm soát các tin tặc, tội phạm Internet và làm giả tiền điện tử.

Mạng đem lại cả lợi ích lẫn tác động tiêu cực. Điều quan trọng là chúng ta cố gắng khắc phục những nhược điểm của Internet. Nếu chỉ vì một hoặc hai tên lừa đảo trên Internet tìm cách trốn thuế mà chúng ta cấm mọi người sử dụng Internet là một sai lầm. Nếu chỉ vì một hoặc hai cổng thông tin hỏng hoặc cổ phiếu Internet giảm xuống mà chúng ta ngừng phát triển thương mại điện tử cũng là sai lầm. Một Chính phủ có tầm nhìn xa phải có trách nhiệm định hướng cho nhân dân của họ đi đến một xã hội thông tin đầy đủ và hoàn chỉnh.

Bất kể ai đều có thể thành công trong thương mại điện tử. Chính phủ cũng không phải trường hợp ngoại lệ. Vấn đề nan giải là làm thế nào để giảm thiểu những nhược điểm của thương mại điện tử, bao gồm hành vi trốn thuế. Các cơ quan chính phủ bắt đầu vạch ra các kế hoạch để đem lại sự thịnh vượng cho nhân dân họ sao cho họ có thể cảm nhận được ý định tốt của chính phủ. Nhìn từ một phương diện rộng lớn hơn, đó chính là một hình thức khác của thương mại điện tử.

Có rất nhiều điều mà Chính phủ có thể đạt được trên Internet. Trong những năm gần đây, ngày càng xuất hiện nhiều ý đồ bất lương trên mạng. Một số sinh viên và nghiên cứu sinh đã đánh mất chính mình khi lạm dụng các bức ảnh của các ngôi sao điện ảnh và sản xuất ra các câu chuyện cực kỳ lố bịch. Trớ trêu thay, người ta lại tin họ và đã bỏ tiền tiết kiệm ra để tài trợ cho những "sinh viên" lừa đảo này.

Đây là một lĩnh vực mà Chính phủ phải giành quyền kiểm soát. Chính phủ có thể tập hợp các thông tin chi tiết của mọi người ví dụ như ảnh của họ, tên đầy đủ, số chứng minh thư, số điện thoại liên hệ, tên bố mẹ, nghề nghiệp, trình độ văn hoá, kinh nghiệm, địa chỉ, tiền án tiền sự, hồ sơ sức khoẻ... Bằng cách này, người ta có thể kiểm tra các đơn khiếu nại về kẻ bịp bợm trong các hồ sơ lưu trữ quốc gia của chính phủ. Các mối quan hệ chớp nhoáng thông qua việc kết bạn trên Internet cũng sẽ được giảm bớt. Bố mẹ sẽ bớt phải lo ngại về việc con cái họ kết bạn trên Internet.

Một công thông tin bao gồm các thông tin cá nhân chi tiết như thế có thể làm giảm tính riêng tư. Nhưng lợi ích mà

nó đem lại là rất rõ ràng. Tương lai sẽ không chỉ có các giao dịch B đến C mà còn có các giao dịch G (Chính phủ) đến C và G đến B. Từ một thông báo mời thầu cho một dự án của Chính phủ cho đến một lời mời tham gia thiết kế tem thư, viết các tài liệu giáo dục cho đến việc xúc tiến văn hoá, phạm vi của nó sẽ ngày càng mở rộng và tác động của nó thật là sâu rộng.

Một xã hội công nghệ càng tiên tiến thì yêu cầu về giáo dục và đào tạo của nó càng cao. Lợi ích của giáo dục là một trong những điều tốt đẹp nhất trong cuộc sống. Xin-ga-po có các xe dạy học Internet lưu động chạy khắp các khu dân cư để người dân nước này có thể học cách vào mạng. Họ học cách thức kinh doanh hoặc đọc sách trực tuyến. Họ đã đi trước trong việc giáo dục Internet. Họ sẽ mở đường cho một ý thức hệ và một hệ thống chính trị của một xã hội mạng.

Mặt trời sẽ không bao giờ tắt trên thế giới mạng. Sẽ không còn những lo ngại về sự chậm trễ hoặc phức tạp trong việc kết nối và thoát khỏi mạng. Con người sẽ duy trì kết nối vào mạng suốt cả ngày để chỉ cần nhấn nút là có thể thu nhận, sử dụng và trao đổi thông tin. Các giới hạn về không gian và thời gian sẽ mất đi. Nền kinh tế toàn cầu sẽ cất cánh. Chúng ta phải duy trì những kiến thức cần thiết sao cho chúng ta không bị tụt hậu so với thời đại và trở thành các "công dân loại hai".

Chương 4

MƯỜI TÁC ĐỘNG LỚN CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Khía cạnh hấp dẫn nhất của thương mại điện tử là nó chứa đầy những biến thể. Có lẽ một người có thể thậm chí tìm ra 50 cách giải quyết một vấn đề. Rồi thì một lần nữa 50 cách này có thể không có tác dụng.

Andy Grove, Chủ tịch Intel

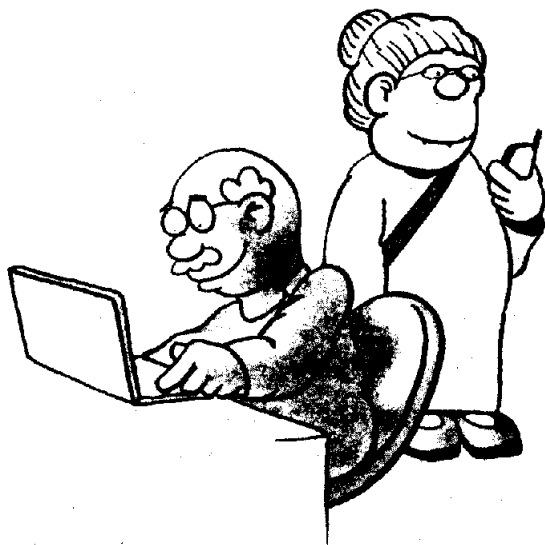


Có lẽ nhiều người vẫn còn băn khoăn: tại sao cứ phải làm rùm beng trong từng chủ đề liên quan đến thương mại điện tử như thế? Sở dĩ như vậy là vì nó là một hệ thống tạo ra của cải vật chất mới.

Thương mại điện tử không phải là một phương thức mới của thương mại. Thực ra nó đánh dấu sự bắt đầu của một hệ thống tạo ra của cải vật chất mới. Nó là một cơ hội thương mại tuyệt vời để phát triển kinh tế. Đó là lý do tại sao nhiều người đang đổ tiền vào khai thác thương mại điện tử.

Nhờ có thông tin liên lạc tiên tiến, mọi người biết rằng chúng ta cần xây dựng một hệ thống tạo ra của cải vật chất mới trong một nền văn minh mới. Bất cứ ai làm chủ được hệ thống tạo ra của cải vật chất mới sẽ làm chủ nền văn minh mới. Điều đó cũng giống như các nhà tư bản đầu tiên đã làm chủ thế giới như thế nào bởi vì họ đã làm chủ hệ thống tạo ra của cải vật chất trong thời đại công nghiệp.

Thương mại điện tử có một tác động sâu rộng bởi vì nó là một nền văn minh mới. Ngày nay, các doanh nghiệp thương mại điện tử có thể làm những việc giống như các nhà máy đã từng làm trong suốt thời đại công nghiệp khi họ lấy đi các công việc của người nông dân. Điều này cũng giải thích cho vụ sáp nhập trị giá 185 tỷ USD giữa American Online và Time Warner. Tổng số dự trữ ngoại tệ của Đài Loan đứng hàng thứ ba trên thế giới (chưa đến 100 tỷ USD). Nhưng tổng tài sản của hai công ty Mỹ này lại vượt xa so với hàng thập kỷ tiết kiệm của 200 triệu người dân Đài Loan.



Lý do là gì vậy? Đó là vì Mỹ, với Internet và máy tính PC tiên tiến nhất trên thế giới đã nhận thức được làn sóng mới thuộc về xã hội mạng. Cái cốt lõi của xã hội mạng là thương mại điện tử. Bất cứ ai làm chủ được thương mại điện tử thì sẽ làm chủ nền văn minh sắp tới.

Ví dụ, tập đoàn Sears cần một thế kỷ để trở thành hệ thống siêu thị lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, Wal-Mart được thành lập năm 1980 chỉ cần 20 năm để vượt qua Sears trở thành hệ thống siêu thị lớn nhất thế giới. Amazon.com, một hiệu sách trực tuyến được thành lập năm 1995 chỉ cần mất 4 năm để vượt qua Wal-Mart về giá trị thị trường. Từ đây, chúng ta có thể nhận thấy tầm quan trọng của thương mại điện tử. Nó không phải là một thực thể không ổn định giống như chứng khoán và cổ phiếu. Thực ra, nó là một thực thể chắc chắn và thực tế.

Gần đây, tôi đã nghiên cứu Amazon.com. Nó có khoảng 6 triệu khách hàng mà rất nhiều người trong số là những khách hàng thường xuyên. Hãy nghĩ kỹ về điều đó. Nếu một trạm Web có nhiều khách hàng thường xuyên, nó không có gì khác so với bất kỳ cửa hàng nào. Khi chúng ta mua thứ gì đó, chúng ta không cần đi đến cửa hàng. Điều quan trọng nhất là chúng ta có thể mua cái mà chúng ta cần và người bán có thể nhận được tiền thanh toán. Như vậy thì không cần phải đi đến cửa hàng để mua sắm nữa.

Nếu 6 triệu người cảm thấy thật dễ dàng, thuận tiện, tiết kiệm thời gian khi mua sách trực tuyến thì tự nhiên họ sẽ có thói quen mua bán trực tuyến. Nếu ngày càng có nhiều người làm như vậy thì có phải là vô số các hiệu sách sẽ làm các cửa hàng phải đóng cửa? Đây là tác động của thương mại điện tử đối với các hiệu sách.

Hiển nhiên rằng thương mại điện tử là hệ thống tạo ra của cải vật chất của nền văn minh sắp tới. Chúng ta có thể nhìn và nghe thấy rằng nó đã tạo ra một tác động to lớn đến cuộc sống của chúng ta. Nếu gọi nó là kỹ năng luyện vàng mới của thế kỷ mới thì cũng không quá. Tuy nhiên, trong khu vực này bất cứ cái gì đều biến động nên có một số quy tắc cần được tuân thủ, đó là các cơ hội phải được tận dụng và các biện pháp phải được thực hiện để khách hàng còn quay trở lại. Chỉ như thế người ta mới có thể tận hưởng hương vị ngọt ngào của thành công.

Mười tác động lớn liệt kê dưới đây cho chúng ta thấy sự biến đổi từ thương mại truyền thống sang thương mại điện tử ảnh hưởng thế nào đến cuộc sống của chúng ta.

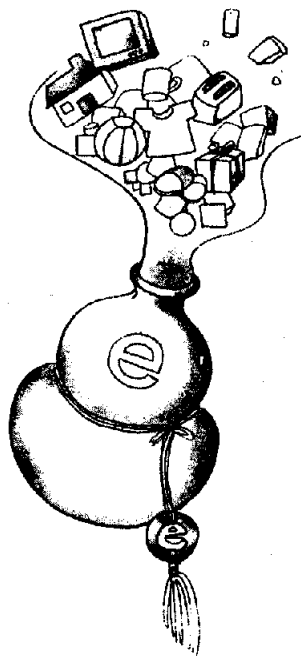
1. Phá vỡ các giới hạn của không gian và thời gian

Có những người vẫn còn nghĩ rằng chúng ta ám chỉ tới đơn đặt hàng khi nói về thương mại điện tử. Có người hiểu rằng đó là việc mua cái mà chúng ta thích trên Internet và hãng sản xuất sẽ giao hàng đến cửa nhà chúng ta. Ý tưởng này dường như rất giống với đơn đặt hàng. Những người hiểu điều này đã thực sự dự báo được sức mạnh của hệ thống tạo ra của cải vật chất mới. Nó hoàn toàn không phải là đơn đặt hàng.

Thương mại điện tử đã phá vỡ các giới hạn của thời gian và không gian. Ví dụ, hiệu sách lớn nhất thế giới có thể chứa khoảng 170.000 cuốn sách. Nhưng bạn có thể xem hàng triệu cuốn sách của Amazon trên Internet. Hơn thế nữa, số lượng sách ngày càng tăng theo thời gian. Lý do là nó không bị hạn chế về không gian và thời gian.

Một điểm nữa là hầu hết các hiệu sách bị giới hạn về giờ mở cửa. Mặc dù đã xuất hiện các hiệu sách mở cửa 24 giờ/ngày thì những hiệu sách này vẫn còn rất ít ỏi. Bạn vẫn còn phải đi ra khỏi nhà và tìm tên cuốn sách bạn muốn trên giá sách. Việc này tiêu tốn cả thời gian và công sức. Và bạn có thể thậm chí không tìm thấy cuốn sách mà bạn muốn.

Tuy nhiên, các hiệu sách trực tuyến mở cửa 24 giờ/ngày và bảy ngày/tuần. Thậm chí nếu bạn thức dậy vào lúc nửa đêm, bạn chỉ cần ấn bàn phím để tìm cuốn sách bạn muốn và bạn tìm cuốn sách theo thời gian thực. Bạn không bị ràng buộc bởi các giới hạn về không gian và thời gian. Và đến một lúc nào đó các hiệu sách truyền thống sẽ bị loại ra. Trừ khi bạn không quan tâm đến việc tiêu tốn thời gian và công sức để tìm một quyển sách ở một hiệu sách, làm sao bạn có thể chống lại ý tưởng của một hiệu sách trực tuyến?



Các siêu thị có 10 triệu mặt hàng

Cái gì là sự khác biệt giữa một siêu thị và một cửa hàng tạp hoá? Sự khác biệt hiển nhiên nhất là số lượng mặt hàng bán ra. Với không gian nhỏ của một cửa hàng tạp hoá, một cửa hàng cỡ lớn có thể bày bán khoảng 9.000 đến 10.000 mặt hàng và thậm chí một cửa hàng cỡ lớn hơn nữa có thể bày bán khoảng 20.000 đến 40.000 mặt hàng. Tuy nhiên, các siêu thị với nhiều tầng có thể bày bán từ 80.000 đến 120.000 mặt hàng. Một siêu thị khổng lồ như Wal-Mart có thể bày bán tới

200.000 mặt hàng. Điều này có vẻ như là quá đủ nhưng cũng là một vấn đề không thể xem thường được.

Chùng nào sản phẩm mà bạn tìm kiếm còn thuộc về các mặt hàng được bày bán thì bạn còn có thể tìm thấy nó. Nhưng nếu nó không được bày ra thì bạn sẽ không tìm thấy nó. Do đó vấn đề là cho dù siêu thị lớn như thế nào thì nó vẫn có giới hạn. Không thể có siêu thị nào, cho dù mặt bằng cực lớn có thể đáp ứng được nhu cầu của mọi khách hàng.

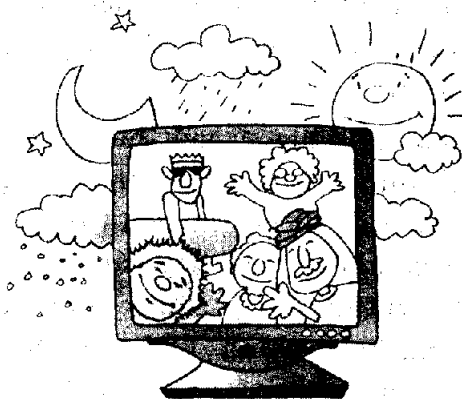
Nhưng trên Internet thì hoàn toàn khác. Do nội dung không hạn chế trên Internet, tất cả các sản phẩm có thể được hiển thị để người tiêu dùng lựa chọn. Nếu một trang Web được thiết kế để giới thiệu sản phẩm thì nó có thể thay thế các giá bày hàng vật lý. Dưới sức ép cạnh tranh gay gắt của các cửa hàng trực tuyến, Wal-Mart đã đưa ra kế hoạch làm tăng số lượng và chủng loại các mặt hàng bày bán. Họ quyết định giới thiệu trên mạng một số loại hàng hoá mà họ không thể chứa được để phá vỡ các giới hạn về không gian và thời gian. Họ cũng đưa ra một tuyên bố chắc nịch: "Tới năm 2005, Wal-Mart mong muốn bán tới 10 triệu mặt hàng để trở thành một siêu siêu thị".

Đối với một siêu thị nâng số mặt hàng từ 200.000 lên 10 triệu, thì qui mô kinh doanh chắc chắn sẽ tăng lên nhiều lần. Do đó nhiều người đã đi hết cả siêu thị mà vẫn không mua được gì bởi vì họ không tìm thấy cái mà họ cần. Điều này có thể xảy ra bởi vì tính đa dạng được cung cấp hoặc một dải kích thước không hoàn chỉnh. Các siêu thị trực tuyến không làm mất khách hàng theo cách này do hàng hoá không bị giới hạn. Thậm chí khách hàng sẽ còn quay lại bởi vì họ có mọi thứ!

Các hoạt động thương mại không ngừng - Không có kỳ nghỉ hàng năm; dịch vụ 24 giờ/ngày

Các hoạt động thương mại không ngừng là một hình thức phá vỡ các giới hạn của không gian và thời gian. Thương mại điện tử có thể thực hiện 24 giờ trong ngày, 365 ngày trong năm. Giả sử tôi muốn mua một áo len dài tay vào lúc 01 giờ sáng nhưng các cửa hàng đã đóng cửa vào giờ đó. Vào ngày hôm sau, tôi lại quên việc mua áo. Như thế, cửa hàng đã mất đi một cơ hội bán áo. Do giới hạn thời gian, cơ hội bán chiếc áo len dài tay cho tôi đã mất.

Vấn đề đó sẽ không xảy ra trong thương mại điện tử. Một người truy nhập vào Internet có thể mua một cái gì đó vào bất kỳ thời điểm nào, ở bất kỳ đâu. Kết quả là sản lượng thương mại thế giới sẽ tăng lên. Thương mại không ngừng là tác động đầu tiên của thương mại điện tử.



Mua tại chỗ -> Theo yêu cầu

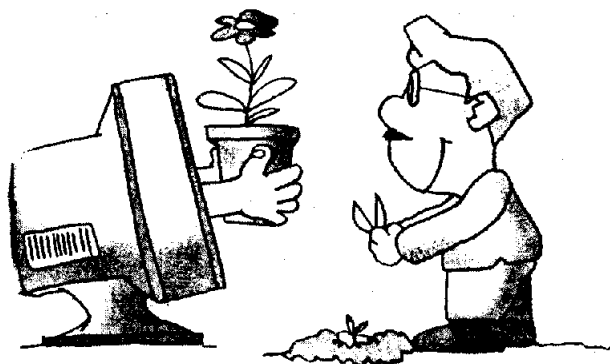
Trước đây, khi bạn mua hàng thì đó là phương thức mua hàng tại chỗ. Chúng ta chỉ có thể mua các sản phẩm hoặc dịch vụ đã có sẵn. Nếu chúng không được bày bán hoặc chúng ta không tìm thấy chúng thì chúng ta không biết được sản phẩm hoặc dịch vụ mà mình cần đã có chưa.

Nhờ công nghệ Internet trở nên phổ biến, một siêu thị trước đây thường bán khoảng 200.000 mặt hàng có thể tăng số mặt hàng bán ra lên tới 10 triệu. Người sử dụng có thể đặt hàng thay vì mua hàng tại chỗ. Họ chỉ cần thông báo trên Internet sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ cần là họ có thể tìm ra nó.

2. Quan hệ trực tiếp giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng

Tác động thứ hai là nhà cung cấp có thể có quan hệ trực tiếp tới người tiêu dùng, do đó bỏ qua được các khâu trung gian. Trước đây, ngay cả khi một nhà máy có thể sản xuất tới một triệu mặt hàng, nhưng họ không biết khách hàng của họ ở đâu.

Với Internet, điều này sẽ không xảy ra. Vào năm 1999, công ty Dell đã bán được 10 triệu máy tính PC trực tiếp cho người sử dụng. Họ đã tránh được rủi ro không tìm thấy khách hàng và không mất chi phí lưu kho hàng hoá. Điều đó cũng giống với Amazon. Một khi họ hiểu được nhu cầu của người đọc, họ sẽ bớt bị rủi ro, tiết kiệm được chi phí và tăng suất lợi nhuận.



Cuộc cách mạng về hệ thống bán lẻ

Trước đây, nhà cung cấp và người tiêu dùng có mối liên hệ còn chưa nhiều. Ngay cả với phương thức đặt hàng trực tiếp qua thư tín, rất nhiều các thư từ được gửi đi trước khi tìm được đúng khách hàng. Mặt khác, nhà cung cấp không biết phải tìm các thông tin của khách hàng ở đâu. Internet quy tụ mọi người và cửa hàng với nhau nên các nhà cung cấp có thể có quan hệ trực tiếp với người sử dụng. Điều này mở ra một chương mới trong cuộc cách mạng về hệ thống bán lẻ. Nó làm đơn giản hoá toàn bộ tiến trình thương mại và đem lại hiệu quả sản xuất.

Thay đổi vai trò từ đại lý sang người mua

Theo truyền thống, các sản phẩm từ một nhà máy phải đi qua một số khâu trung gian trước khi đến được với người tiêu dùng. Đó chính là hệ thống bán lẻ mà chúng ta đã biết.

Tuy nhiên, các nhà máy bây giờ có thể bán sản phẩm của họ trực tiếp cho người tiêu dùng, bỏ qua các khâu trung gian. Một cách tự nhiên, điều này đã cách mạng hoá hệ thống bán lẻ. Một người chỉ phải gửi thư điện tử tới một nhà máy có sản phẩm mà anh ta muốn và sau đó nhận sản phẩm đó tại nhà mình. Một hệ thống giao dịch đơn giản như vậy sẽ dần dần thay thế các đại lý và cửa hàng bán lẻ hiện nay.

Có thể bạn nghĩ rằng về mặt dài hạn, những đại lý và người bán lẻ này sẽ phải đóng cửa và mất việc làm. Nhưng thực tế sẽ không như vậy. Các đại lý không ngồi chờ khách hàng của họ bỏ đi. Họ sử dụng kinh nghiệm và kiến thức quản lý đã tích lũy được để chiếm lấy các cơ hội kinh doanh.

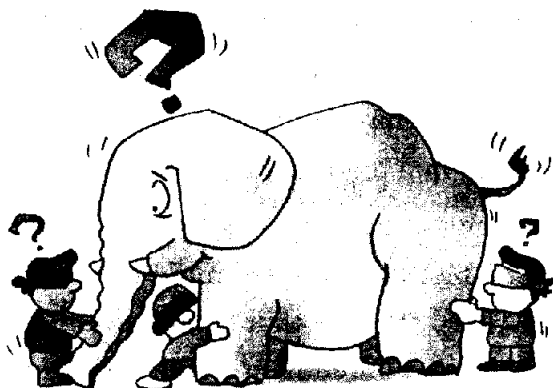
Về mặt cơ bản, mọi đại lý và cửa hàng bán lẻ đều có nghiên cứu thị trường. Khi nào có một mặt hàng nhất định không còn nhu cầu lớn thì họ sẽ giảm bớt số lượng nhập mặt hàng đó. Do có sự nhạy cảm thị trường, họ có thể nắm bắt được nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng một cách chính xác. Những người này có thể trở thành những nhân tài vô giá đối với thương mại điện tử.

Các đại lý và người bán lẻ sẽ dần dần trở thành người mua hàng bởi vì họ biết khách hàng muốn gì và có thể tìm ra cái mà họ muốn. Họ có thể cho khách hàng những lời khuyên và cung cấp dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp. Khi khách hàng đã có một quyết định, họ sẽ gửi một lệnh đặt hàng lên Internet trong vai của người mua. Đây là tác động thứ hai.

3. Giảm đáng kể sự phỏng đoán

Thương mại trong xã hội công nghiệp truyền thống thường được xây dựng trên một thế giới - sự phỏng đoán. Nói một cách khác, đại lý và người bán lẻ đều tham gia vào việc phỏng đoán: khách hàng muốn cái gì?

Nhà máy bắt đầu phỏng đoán. Phòng kế hoạch sản phẩm của nó sẽ phỏng đoán loại sản phẩm nào mà khách hàng có thể cần trước khi sản xuất nó. Người bán lẻ cũng không phải ngoại lệ. Khi họ mở một cửa hàng bán đồ điện, họ cho rằng khách hàng sẽ đi qua khu vực đó và do đó quyết định mở cửa hàng tại đó. Tiếp theo, anh ta sẽ đoán góc nào trong cửa hàng của anh ta sẽ có nhiều người đến nhất. Đó là nơi mà anh ta sẽ đặt số lượng hàng hoá lớn nhất để thu hút khách hàng vào cửa hàng.



Giả sử chúng ta bước vào một cửa hàng đồ điện và xem rất nhiều loại máy thu hình với các kích cỡ khác nhau bày trên tủ hàng. Do người chủ không thể nói kích cỡ máy thu hình nào khách hàng đang nghĩ trong đầu nên anh ta phải bày mọi loại máy thu hình với kích cỡ khác nhau hiện có. Sự thật là khách hàng chỉ cần có một chiếc máy thu hình chứ đâu có cần nhiều loại máy bày bán đến như vậy? Nếu máy thu hình không bán được họ sẽ phải trả lại nhà máy sản xuất. Từ nhà máy tới đại lý và tới người bán lẻ, mọi người đều phỏng đoán. Bạn có thể hình dung bao nhiêu công sức đã được dồn vào công việc phỏng đoán này. Khi bạn phải trả hàng không bán được lại cho nhà máy sản xuất thì chi phí còn cao hơn nữa.

Nhưng với Internet, có một mối quan hệ trực tiếp giữa nhà cung cấp với khách hàng. Khách hàng có thể nói với nhà máy anh ta muốn mua một chiếc máy thu hình 29 inch với giá bao nhiêu, do đó tiết kiệm được thời gian đi tìm mua hàng. Với quan hệ trực tiếp đó, không cần mở một cửa hàng theo kết quả phỏng đoán. Điều đó có nghĩa là chi phí được tiết kiệm rất lớn. Tất nhiên, cần có sự thông tin qua lại ở một mức độ nhất định để khách hàng hiểu các sản phẩm và dịch vụ cần thiết. Tuy nhiên, sự phỏng đoán trước đây vẫn còn, đó là một dạng của quá khứ.

Cách tốt nhất để giảm chi phí - Sản xuất cái mà người tiêu dùng cần

Cách tốt nhất để giảm chi phí là sản xuất cái mà người tiêu dùng cần. Nếu khách hàng trên thế giới hy vọng mua

một chiếc máy thu hình 29 inch với cái giá của máy máy thu hình 21 inch thì chỉ có loại máy thu hình 29 inch được sản xuất. Điều này sẽ làm giảm đáng kể chi phí sản xuất và số tiền tiết kiệm đó được giành cho khách hàng. Khách hàng chỉ phải mua chiếc máy thu hình 29 inch với giá của một chiếc máy thu hình 21 inch.

Tại sao máy thu hình 29 inch lại đắt thế? Bởi vì chi phí của các loại máy thu hình 25 inch và 34 inch đã dồn vào nó. Nếu chỉ sản xuất loại máy thu hình 29 inch, thì chi phí sản xuất sẽ nhỏ hơn nhiều so với việc sản xuất các loại máy thu hình có kích cỡ khác nhau. Sẽ không cần một không gian cửa hàng và đại lý không cần xây hoặc thuê một nhà kho để chứa hàng. Chỉ có loại hàng hoá nào khách hàng cần mới được sản xuất. Đây là cách tốt nhất để giảm chi phí.

Rất nhiều nhà máy sẽ nói rằng họ là các hãng sản xuất và không có gì để làm với thương mại điện tử cả. Tất cả những gì họ cần làm là quản lý tốt dây chuyền sản xuất. Nhưng vấn đề thực tế là nếu họ không tham gia vào thương mại điện tử thì họ sẽ không biết khách hàng cần gì và họ sẽ luôn luôn phải phỏng đoán. Tại sao công ty Dell của Mỹ lại là công ty máy tính có lợi nhuận lớn nhất? Công nghệ của Dell không phải là tốt nhất. Nhưng chi phí phỏng đoán của họ thấp bởi vì họ biết khách hàng muốn gì.

4. Từ những sự lựa chọn hạn chế đến các yêu cầu hạn chế

Chúng ta thường nói rằng khách hàng là thượng đế. Khách hàng chọn người nào để mua. Nhưng không có nhiều

điều cho “thượng đế” này làm. Cái mà anh ta phải làm là lựa chọn những hàng hoá có sẵn cho mình. Nếu anh ta muốn mua một máy thu hình 300 inch thì xin lỗi không có. Bất kể khách hàng đáng kính trọng đến mức nào thì ông ta cũng chỉ có một số lựa chọn hạn chế.

Phòng nghiên cứu và triển khai (R & D) -> Phòng nhu cầu và thoả mãn khách hàng N & S

Nhưng với Internet thì khác. Khách hàng có thể nói cái mà họ muốn có. Điều này chuyển trọng tâm từ phòng nghiên cứu và triển khai R & D (Research & Development) sang phòng nhu cầu và thoả mãn khách hàng N & S (customer's Needs and Satisfaction). Phòng N & S có trách nhiệm tìm ra nhu cầu của khách hàng là gì và cố gắng tốt nhất để thoả mãn khách hàng. Có thể các kỹ sư sẽ lo lắng khi tôi cho rằng N & S sẽ thay thế R & D, do đó sẽ làm giảm nhu cầu sử dụng kỹ sư. Một số người thậm chí còn muốn đệ đơn từ chức sau khi nghe bài phát biểu của tôi ở Thượng Hải. Thực tế thì còn xa.

Trong quá khứ, việc nghiên cứu và triển khai được xây dựng trên sự phỏng đoán chứ không thực sự dựa trên cái mà khách hàng cần. Với sự liên lạc trực tiếp do Internet đem lại, tại sao khách hàng không nói cho chúng ta biết họ muốn gì trước khi chúng ta phát triển các sản phẩm mới mà hầu hết mọi người muốn?

Tôi tin rằng khi chúng ta chuyển từ R & D sang N & S, yêu cầu sử dụng kỹ sư vẫn tăng. Bởi vì chúng ta đã từng tham gia vào sự phỏng đoán nên có những mặt hàng chúng

ta chưa nghĩ tới và do đó chúng ta chưa sản xuất. Với những khách hàng cho chúng ta biết nhu cầu và mong muốn của họ, các kỹ sư có thể phát triển các sản phẩm mới mà không phải tham gia phỏng đoán. Các cơ hội thương mại nảy sinh từ quá trình này sẽ hoàn chỉnh hơn và hiệu quả hơn.

Kỷ nguyên phát triển không hạn chế các sản phẩm và dịch vụ mới

Khi khách hàng đặt ra các yêu cầu không hạn chế thì có nghĩa là chúng ta sẽ bước vào một kỷ nguyên mà không có giới hạn về các sản phẩm, dịch vụ mới. Trong thế giới ngày nay, cung đang vượt cầu nên có sự cạnh tranh khốc liệt. Khi chúng ta bước vào những năm chạng vạng của thời đại công nghiệp, sự phỏng đoán, hệ thống sản xuất và phương thức bán hàng của chúng ta đã tồn tại lâu hơn sự hữu dụng của chúng. Trong xã hội mạng, chúng ta có thể có quan hệ trực tiếp với khách hàng và tìm hiểu nhu cầu của khách hàng trước khi chúng ta thực hiện. Đó là lý do tại sao các sản phẩm và dịch vụ mới luôn luôn xuất hiện.

Đây là thời đại mà chúng ta đang sống. Tôi luôn lạc quan về những năm sau năm 2000. Tôi tin tưởng rằng quan hệ trực tiếp giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng có nghĩa là chẳng bao lâu nữa chúng ta sẽ không còn bị bó buộc trong những sản phẩm, dịch vụ có sẵn do kiến thức hạn chế của các kỹ sư đem lại cho chúng ta. Thay vào đó, chúng ta có thể nêu ra các yêu cầu không có giới hạn.

5. Tác động của bất động sản đối với kinh doanh

Một thành phố trống?

Tiến sỹ Toffler muốn dùng cụm từ “Một thành phố trống” trong các quyển sách của ông ta. Khi tôi gặp ông tại một hội thảo SAP ở Nhật Bản vào năm 1998, ông bảo tôi: “Này hãy nhìn xem, một thành phố lớn như Tokyo đến lúc nào đó sẽ có những toà nhà trống rỗng”. Tại sao như vậy?

Đó là bởi vì chúng ta đã chuyển vào xã hội mạng. Các giao dịch sẽ dựa vào hệ thống giao nhận trực tiếp và số lượng những người trung gian sẽ giảm đi rất nhiều. Khi các nhà máy giao hàng trực tiếp cho người tiêu dùng, chúng ta sẽ cần rất ít các văn phòng, cửa hàng và siêu thị. Người tiêu dùng bây giờ có thể phải trả ít tiền hơn cho cùng một loại sản phẩm. Khi chúng ta ít đi tới các siêu thị hơn thì số lượng các siêu thị sẽ giảm. Điều này có nghĩa là bất động sản sẽ dư thừa. Đây sẽ là một tác động nghiêm trọng tới ngành kinh doanh bất động sản.

Công nghệ Internet tương lai cho phép chúng ta không phải sống và làm việc trong các thành phố để có năng suất lao động cao. Mọi người chỉ cần một chiếc máy tính PC và kết nối trực tuyến vào mạng để làm việc tại nhà. Hiện nay, rất nhiều người làm việc trước màn hình máy tính khi họ báo cáo kết quả làm việc ở cơ quan. Trong tương lai, một khi các máy tính của chúng ta nối mạng trực tuyến thì chúng ta không cần đi đến cơ quan nữa.

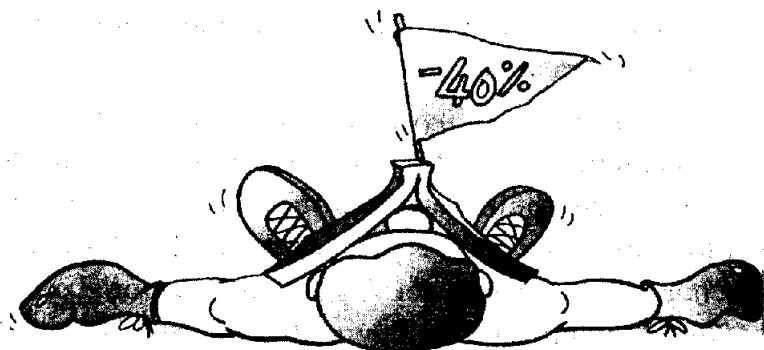
Với những bối cảnh như thế, nhu cầu về bất động sản cho các hoạt động thương mại và dịch vụ như nhà hàng, nơi

đỗ xe và các mỹ viện sẽ giảm đi rất lớn. Mặc dù sẽ không đến mức không còn chút nhu cầu nào nhưng xu hướng của tương lai sẽ là giảm bớt nhu cầu về bất động sản. Trong cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, giá trị bất động sản ở Hồng Kông giảm đi 400 tỷ USD, vượt quá tổng số vốn đầu tư nước ngoài của Trung Quốc trong vòng 20 năm vừa qua. Điều đó cho chúng ta thấy thị trường bất động sản bị tác động mạnh mẽ đến mức nào.

Trong thực tế, thị trường bất động sản ở Đài Loan đã phá vỡ xu hướng của quá khứ. Thị trường bất động sản Đài Loan trước đây thường tăng trưởng trong vòng 6 đến 7 năm để đạt đến đỉnh điểm. Nhưng trong vòng 10 năm qua, nó vẫn chưa đạt tới đỉnh điểm. Những thay đổi về nhân chủng học và sự phát triển thành phố là những yếu tố tác động của hiện tượng này. Nhưng kỷ nguyên của thương mại điện tử rõ ràng là một yếu tố tác động mới.

Một cộng đồng mới?

Tuy nhiên vẫn có những người tin rằng thời đại mạng sẽ làm tăng nhu cầu sử dụng bất động sản. Trong quá trình chuyển từ xã hội nông nghiệp sang xã hội công nghiệp, hầu hết mọi người đều chuyển nhà vài lần. Khi chúng ta bước vào xã hội mạng, con người có thể muốn một môi trường sống thoáng đãng và thịnh vượng hơn phù hợp với tầm nhìn của họ về một xã hội mạng. Mặc dù cả hai kịch bản trên đều hợp lý nhưng chúng ta không thể dự báo sai về tác động của thương mại điện tử đối với bất động sản.



Sau khi Amazon.com lên mạng, 40% các hiệu sách ở Mỹ đóng cửa trong hai năm 1997 và năm 1998. Các hiệu sách không phải là đối tượng duy nhất chịu tác động và dần dần các lĩnh vực khác cũng sẽ chịu tác động tương tự. Thực tế, thương mại điện tử đã làm tổn hại đến thị trường bất động sản.

6. Thương mại quốc tế giữa các cá nhân

Trong quá khứ, bất cứ khi nào chúng ta nói về thương mại điện tử, chúng ta thường nghĩ đến máy tính PC và Internet. Mọi người nghĩ rằng chỉ có các công ty lớn hoặc các cá nhân làm việc trong các lĩnh vực công nghệ cao mới triển khai thương mại điện tử. Điều đó không đúng. Trong thời đại mạng, thương mại quốc tế có thể xảy ra giữa các cá nhân với nhau.

Đây là một câu chuyện xảy ra ở Trung Quốc. Một người đàn ông sống ở một vùng ngoại ô Bắc Kinh đem tỏi đi bán ở thủ đô. Ông ta nhận thấy rằng càng ngày càng ít người mua tỏi của mình do mọi người bây giờ mua tỏi ở siêu thị. Đột

nhiên có một trận mưa và ông ta trú tạm vào một quán cà phê Internet của một số thanh niên. Họ mời ông ta vào quán uống một tách trà nóng.

Một thanh niên hỏi người nông dân: “Bác làm nghề gì?”. Người nông dân trả lời: “Tôi trồng tỏi nhưng bây giờ ít người mua quá”. Người thanh niên tiếp tục: “Tỏi của bác có gì khác so với tỏi bán ở siêu thị”? Người nông dân đáp: “Không khác nhiều lắm. Tôi tự trồng tỏi. Tôi không sử dụng phân hoá học”. Một ý tưởng táo bạo nảy sinh trong đầu người thanh niên và anh ta nói: “Hãy để cháu giúp bác tìm người mua”. Sau đó anh ta đưa thông tin về tỏi sạch lên Internet để tìm người mua và thấy rằng một hệ thống nhà hàng Trung Quốc lớn nhất ở Đức đang tìm kiếm loại tỏi sạch này. Ngay sau đó hai bên đã ký được hợp đồng.

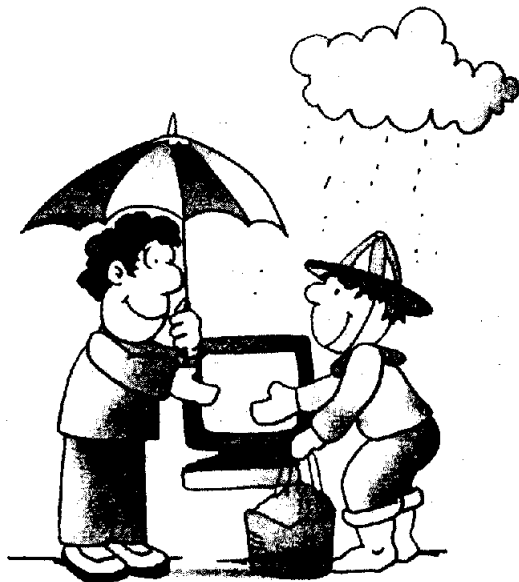
Ý nghĩa của câu chuyện là thương mại điện tử không chỉ dành cho các công ty lớn trong thời đại mạng. Một người nông dân mù chữ về máy tính cũng có thể tham gia vào thương mại quốc tế. Nếu như có ai đó ở một làng xa xôi có một chiếc máy tính nối mạng Internet thì thương mại quốc tế giữa các cá nhân ở đó vẫn có thể xảy ra.

Thậm chí trong quá khứ nếu có nhu cầu về tỏi sạch thì cũng không ai kinh doanh mặt hàng này vì tỷ lệ hoàn vốn quá thấp. Các công ty lớn khống chế hầu hết thị trường. Không ai quan tâm đến một lĩnh vực kinh doanh nhỏ như thế này.

Trong thực tế, nơi nào có cầu là nơi đó có cung. Nhưng nếu không có những người trung gian môi giới thì sẽ không có thương mại. Tuy nhiên, thương mại điện tử lại làm cho thương mại quốc tế C đến C trở nên khả thi. Ví dụ, bạn có

thể viết cho tôi một bài hát còn tôi có thể viết cho bạn một bài thơ. Thương mại phát triển mạnh mẽ đồng nghĩa với một nền kinh tế bùng nổ. Nơi nào cung đáp ứng cầu thì nơi đó nền kinh tế đang tăng trưởng tốt.

Sự phát triển của một nền kinh tế không do sự tăng trưởng của cải vật chất. Đúng hơn đó là do dòng lưu thông của cải vật chất. Khối lượng thương mại lớn sẽ tạo ra một dòng lưu thông của cải vật chất lớn. Mọi người sẽ muốn tham gia vào thương mại quốc tế. Như chúng ta đã thấy, khi trú nhờ để tránh mưa đã có một hợp đồng với người mua đang tìm kiếm tỏi sạch. Kịch bản đó sẽ tiếp tục xảy ra trong xã hội mạng.



Hình thức thương mại quốc tế này sẽ phát triển và nền kinh tế toàn cầu sẽ tăng trưởng. Sẽ đến lúc có sự phân phối bình đẳng của cải vật chất bởi vì chẳng bao lâu nữa chúng ta sẽ không còn nằm trong tầm khống chế của một số ít tập đoàn khổng lồ hoặc những công ty môi giới đầy quyền lực. Hình thức thương mại quốc tế C đến C có thể được triển khai qua thương mại điện tử. Đây là tác động thứ sáu của thương mại điện tử.

7. Cuộc cách mạng tiếp thị của các sản phẩm và dịch vụ số hoá

Bất cứ điều gì có thể truyền qua đường dây điện thoại dưới dạng tín hiệu số được gọi là một sản phẩm số hoá. Tất cả các dạng thông tin đã được số hoá. Nội dung của một cuốn sách đã được số hoá và truyền qua đường dây điện thoại. Cuốn sách đó có thể là một sản phẩm số hoá. Ngược lại, một chiếc máy thu hình không thể được truyền qua các đường dây điện thoại. Do đó nó không phải là một sản phẩm số hoá.

Trong tương lai, tất cả các sản phẩm thông tin sẽ được số hoá qua Internet. Các quyển sách, băng âm thanh, băng video sẽ được số hoá. Mặt hàng được nhiều người ưa thích bây giờ là MP3, một dạng tệp máy tính số hoá âm nhạc và cho phép chúng ta lấy nhạc từ Internet. Hình thức này đã làm cho ngành âm nhạc thua lỗ hơn 10 tỷ USD một năm.

Sự biến đổi tiền mặt là tác động rõ ràng nhất. Trong quá khứ, tiền là vàng trước khi nó biến đổi thành dạng tiền giấy. Bây giờ nó đang biến thành dạng tiền số hoá. Khi bạn mua

hàng ở một siêu thị, tất cả những gì chúng ta cần là trả tiền bằng thẻ tín dụng. Không hề có sự trao đổi tiền mặt nào cả.

Nhưng cái thực sự đáng kinh ngạc là dịch vụ số hoá. Hãy nghĩ kỹ về nó. Một lượng lớn tiền mua bán các cổ phiếu có thể được truyền qua Internet trong một giây. Dịch vụ này đã cách mạng hoá chu trình bán lẻ. Chúng ta đang thực sự sống trong thời đại đầy sáng tạo.

Giải phóng sức sáng tạo

Trong quá khứ, một nhà văn với một bản thảo hay thường bị các nhà xuất bản từ chối in sách của anh ta. Một nhà xuất bản có thể nghĩ rằng đó là một quyển sách hay nhưng không bán được nhiều bản. Hoặc là nhà văn đó chưa có tên tuổi và do đó nhà xuất bản không muốn mạo hiểm. Cơ chế này có thể ngăn cản nhà văn đó viết thêm sách. Chính vì thế những tác phẩm đầy sáng tạo trong tương lai của nhà văn bị chặn lại từ trong trứng nước.

Bây giờ, nếu quyển sách này được xuất bản, nhà văn có thể viết nhiều sách hơn. Tính sáng tạo của ông ta thậm chí có thể khơi dậy sự sáng tạo của những người khác. Tính sáng tạo của chúng ta trước đây thường bị ngăn cản bởi hệ thống bán lẻ. Với sự xuất hiện của các sản phẩm và dịch vụ số hoá, chúng ta tin tưởng rằng tính sáng tạo sẽ thực sự được giải phóng.

Bây giờ tôi có thể hy vọng kiếm được một đôla cho việc kể một chuyện tiểu lâm hoặc soạn 100 chuyện tiểu lâm và bán một lô với giá một đôla. Có thể có những người mua quan

tâm tới tất cả những gì tôi biết. Trong quá khứ, chuyện tiêu tiền bị coi là thô tục. Không ai có thể giúp bạn bán chúng cả. Nhưng nếu sự sáng tạo của bạn được số hoá thì bạn có thể bán. Đây là một sự giải phóng sức sáng tạo. Thực tế, chúng ta đã cảm nhận được điều đó. Bất kể đó là một cuốn sách, các cổ phần và cổ phiếu MP3 hoặc thậm chí tiền điện tử thì nó đã xảy ra rồi.

8. Sự biến đổi của các ngân hàng truyền thống

Tiền kim loại -> tiền giấy -> tiền điện tử

Tác động thứ tám của thương mại điện tử là sức ép cải tổ các ngân hàng truyền thống.



Để thấy sự ra đời và suy thoái của ngân hàng, chúng ta phải xem xét lịch sử của đồng tiền. Chúng ta xem tivi, xem phim thấy rõ người xưa sử dụng vàng, bạc và các kim loại khác làm đồng tiền như thế nào. Tôi sợ rằng ngày nay không ai bán cho chúng ta hàng hoá, dịch vụ của họ nếu chúng ta trả họ bằng những thỏi vàng thay cho những đồng tiền. Tuy nhiên, khi đồng tiền giấy mới xuất hiện không ai muốn dùng nó cả. Bây giờ, ai đó còn dùng vàng để giao dịch thì sẽ bị chê cười.

Chức năng của các ngân hàng truyền thống - cất giữ, phát hành, quản lý và giao nhận tiền

Khi xuất hiện đồng tiền giấy, một tổ chức mới gọi là ngân hàng được thành lập. Các ngân hàng mới phổ biến trong vòng vài thế kỷ trở lại đây. Các ngân hàng truyền thống giữ tiền cho chúng ta. Giữ, phát hành, quản lý và giao nhận tiền là chức năng của một ngân hàng truyền thống. Trong thời gian đầu, ngành tài chính chỉ là cơ quan cất giữ tiền của mọi người, nhưng sau đó ngân hàng còn làm chức năng tín dụng. Các chi nhánh ngân hàng và sau này là các máy rút tiền tự động (ATM) được đặt khắp nơi trên thế giới để tạo thuận lợi hơn cho việc rút tiền.

Chức năng của ngân hàng trực tuyến - bảo vệ tiền điện tử và đảm bảo sử dụng đồng tiền có hiệu quả

Các ngân hàng trực tuyến xuất hiện khi chúng ta bước vào kỷ nguyên tiền điện tử. Trong kỷ nguyên mới này, tiền mặt thể hiện dưới dạng một tín hiệu số có thể truyền tới mọi

nơi trên thế giới. Nếu bạn đi tới ngân hàng gửi 500.000 USD tới Mỹ thì người nhận sẽ có được số tiền đó trong ngày hôm sau. Tiền nhận được không phải là tiền mặt mà là một thông báo xác định rằng tiền đã sẵn sàng và có thể rút được. Nó cũng giống như việc thanh toán tiền bằng thẻ tín dụng ở một siêu thị vậy.

Nếu tiền trở thành một tín hiệu thì chúng ta chẳng cần tiền giấy nữa. Với bối cảnh như thế, các ngân hàng truyền thống sẽ mất đi lợi thế của chúng. Nếu vấn đề bảo an tiền điện tử được giải quyết thì hầu hết nếu không phải là tất cả các ngân hàng sẽ phải tiến hành cải tổ.

Trước thực tế còn có nhiều tin tức và vi rút máy tính, nhiều người đặt vấn đề nghi vấn về độ tin cậy của các tín hiệu số. Trong thời gian đầu, chúng ta đã từng có sự nghi ngờ về đồng tiền giấy. Bây giờ chúng ta sẽ không bao giờ trả tiền mua cái gì bằng một thỏi bạc nữa. Điều đó là vì giao dịch bằng tiền giấy thật dễ dàng và chúng ta có thể phân biệt được tiền giả. Tương tự như vậy, lòng tin và tính bảo an của tiền điện tử cũng sẽ vượt qua đồng tiền giấy. Chúng ta vẫn còn dùng tiền giấy bởi vì việc dùng tiền điện tử chưa thực sự thuận lợi. Nếu tất cả xe taxi đều có một máy đọc để bạn có thể đưa thẻ tín dụng của mình thì mọi người sẽ sẵn lòng sử dụng tiền điện tử.

Cũng thế, hãy nghĩ tới khoản tiền lãi cộng thêm thu được. Nếu một người lái xe taxi gửi số tiền kiếm được vào ngân hàng vào ngày hôm sau thì anh ta sẽ bị mất tiền lãi của

một ngày. Nếu anh ta có thể kiếm được tiền lãi ngay vào lúc thẻ tín dụng được đọc thì đó không chỉ là sự thuận tiện mà còn là sự khai thác tối đa đồng tiền. Với tiền điện tử, chúng ta thường phải tuân thủ các thủ tục thường xuyên của ngân hàng để đưa tiền của chúng ta vào năm khoản tiền đặt cọc khác nhau. Một khi chúng ta bắt đầu thanh toán từ tài khoản của mình, ngân hàng sẽ giảm tiền thanh toán từ tài khoản xuống mức tiền lãi thấp nhất. Lợi ích của tiền điện tử sẽ buộc các ngân hàng truyền thống phải cải tổ.

9. Cước viễn thông sẽ là khoản thu lớn nhất của Chính phủ

Khoản giao dịch và nguyên lý thuế lợi tức

Một thị trưởng của một thành phố Đông Nam Á từng nói với tôi: “Nguồn thu từ viễn thông của chúng tôi cao hơn nguồn thu thuế của chúng tôi”. Tình trạng đó còn tiếp tục phát triển xa hơn. Cách thức Chính phủ giám sát thương mại cũng sẽ thay đổi. Điều này là do nguồn thu thuế dựa trên doanh thu và lợi nhuận. Nếu Inventec Corporation làm được 10 tỷ USD một năm thì Chính phủ sẽ áp đặt mức thuế dựa trên khoảng doanh thu đó hoặc dựa trên lợi nhuận kiếm được. Nếu chúng ta không có doanh thu thì Chính phủ không thể thu thuế của chúng ta được.

Một Chính phủ có thể thu tiền thuế như thế nào trong một xã hội mạng? Giả sử bạn sống ở Mỹ và bạn mua một máy tính xách tay ở Đài Loan. Nhà sản xuất ở đó muốn bạn trả tiền vào một tài khoản miễn thuế trước khi giao trực tiếp máy

tính xách tay cho bạn. Như thế, có vẻ như hãng sản xuất không có tí doanh số nào. Cả cơ quan thuế Mỹ và Đài Loan không thể thu thuế. Nhưng mặt hàng đó đã được chuyển đến cho bạn. Với kịch bản như thế thì làm thế nào để đánh thuế?

Một nguyên lý thuế dựa trên tần suất và số lượng thời gian dùng mạng viễn thông

Một hình thức đánh thuế mới rất khả thi sẽ xảy ra trong tương lai. Khi toàn bộ thế giới tham gia vào thương mại điện tử, doanh số và lợi nhuận có thể không còn được nghiên cứu chặt chẽ nữa. Chính phủ không có cách nào để tìm ra bao nhiêu bài thơ tôi đã viết cho bạn trong tháng trước. Với thương mại điện tử, Chính phủ có thể mất một khoản tiền thuế lớn.

Để giải quyết vấn đề nghiêm trọng này, thuế trong tương lai có thể dựa trên tần suất và thời gian sử dụng mạng viễn thông. Điều đó còn thực tế hơn là cố gắng dò tìm xem tiền đã đi đâu. Khi nào chúng ta sử dụng mạng, qua vệ tinh, cáp hoặc hệ thống hữu tuyến, thì chúng ta sẽ bị quản lý bởi một hệ thống viễn thông. Do đó, các hệ thống viễn thông có thể là nền tảng cho việc đánh thuế trong thế kỷ sau.

Nhưng điều đó liệu có công bằng không nếu có ai đó đang vào mạng tán chuyện với người yêu cũng phải trả tiền thuế giống như một người đang đàm phán một hợp đồng trị giá hàng triệu đôla qua điện thoại? Không thể suy nghĩ như thế được. Chúng ta cần thay đổi suy nghĩ của chúng ta. Nó cũng giống như việc thuê một phòng khách sạn. Một số người thuê phòng khách sạn chỉ để ngủ, trong khi đó những người khác dùng phòng đó đàm phán các hợp đồng trị giá hàng chục triệu

đôla. Nhưng khách sạn đều tính tiền thuê phòng cho hai đối tượng đó như nhau. Việc thay đổi suy nghĩ này là một trong những thách thức mà chính phủ gặp phải trong tương lai.

10. Các luật và quy định mới cần ban hành ngay

Mô hình thị trường của một nước -> Thị trường toàn cầu (Bán hàng trong nước và bán hàng ngoài nước - Bán hàng toàn cầu)

Do rất nhiều thay đổi mà thương mại điện tử mang lại, chúng ta cần nhanh chóng tìm ra các luật mới và đưa ra các quy định mới. Bởi vì thế giới đã thay đổi nên mô hình thị trường của một nước đã đi đến giai đoạn một thị trường toàn cầu. Nơi nào trước đây còn có sự phân biệt giữa thị trường trong nước và thị trường ngoài nước thì bây giờ chỉ còn là thị trường toàn cầu.

Tôi có một người bạn ở Đài Loan làm nha sĩ. Ông ta thường gửi các số đo của một chiếc răng giả cho một nha sĩ ở Sri Lanka thông qua Internet. Sau đó chiếc răng giả sẽ được gửi về Đài Loan qua đường bưu chính. Cách đó đã tiết kiệm được nhiều thời gian và công sức. Chúng ta có thể gọi cách này là bán hàng trong nước hay bán hàng ngoài nước? Nó không phải trong nước mà cũng chẳng phải ngoài nước. Đó là một giao dịch toàn cầu.

Khi thế giới được kết nối qua mạng, các ranh giới quốc gia không còn là ranh giới thương mại nữa. Mọi người đều tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế. Nếu hệ thống giao nhận trực tiếp hoàn thành thì chúng ta sẽ nói về một thị trường toàn cầu.

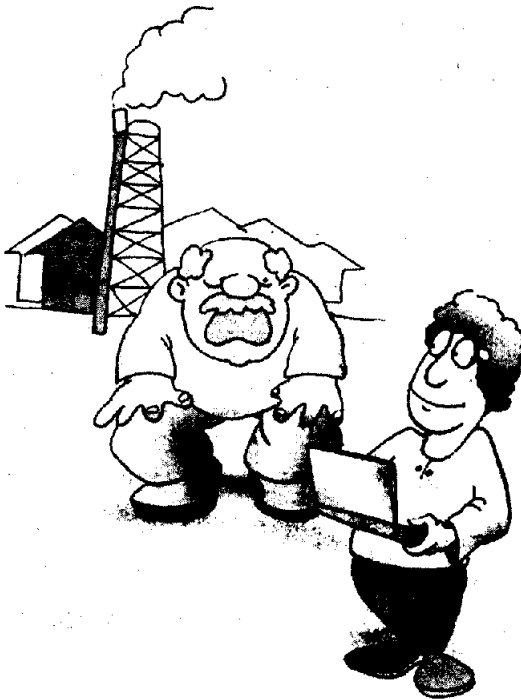
Nếu một đại lý ở Hồng Kông bán một đầu DVD với giá thấp nhất thế giới thì các đại lý khác trên toàn thế giới không thể bán được các đầu máy DVD của họ. Đây là một vấn đề mà chúng ta cần giải quyết. Các luật lệ và quy định cũ không còn áp dụng được nữa. Cần có những luật lệ mới để tạo hành lang pháp lý cho thương mại điện tử phát triển. Điều này bao gồm cả các quy tắc ứng xử trong kinh doanh và các nguyên tắc quản lý.

Chương 5

ĐỪNG ĐỂ TUỘT MẤT CƠ HỘI KINH DOANH

Tôi không bán công nghệ. Tôi bán ước mơ.

John Chambers, Tổng giám đốc Cisco Systems



Cuối cùng, chúng ta hay thảo luận xem thương mại điện tử có thể thành công như thế nào. Các vấn đề nan giải nằm ở chỗ nào? Đây là một vấn đề mà mọi người đang bàn cãi, đặc biệt sau khi cổ phiếu Internet mất giá. Trong thực tế, bất cứ cái gì đều có thể đổ vỡ. Vấn đề không thuộc về bản thân Internet mà các nhà đầu tư đã gây ra vấn đề.

1. Sắp kết thúc giai đoạn trứng nước của thời đại mạng

Khi hoa tụy-líp và hoa lan đều là một thời thượng thì mọi người đổ xô đầu tư vào chúng dẫn đến một sự đổ vỡ. Khi nó đạt tới điểm mà cung không đáp ứng cầu, các nhà đầu tư rút tiền vào mà không cần xem xét kỹ lưỡng. Đến lúc mà họ thấy rõ bức tranh thị trường thì lòng tin của họ bắt đầu lung lay. Thời điểm mà lòng tin của nhà đầu tư mất thì bong bóng xà phòng vỡ tung.

Cổ phiếu của Internet có giá trị không? Câu trả lời là có.

Khi tôi mua cổ phiếu, tôi nhìn vào giá trị hiện tại và tương lai. Các cổ phiếu Internet có thể được phân thành hai loại. Loại thứ nhất của các công ty cung cấp cơ sở hạ tầng phần cứng cơ bản như máy tính PC và điện thoại di động. Loại thứ hai của các công ty tham gia vào các hoạt động thương mại triển khai trên cơ sở hạ tầng, nghĩa là thương mại điện tử. Nó rất giống với cách thức các lĩnh vực kinh doanh siêu thị, thực phẩm và đồ uống bắt đầu như thế nào trong thời đại công nghiệp sau khi các tòa nhà và đường xá được xây dựng.



Khi chúng ta bước vào xã hội mạng, tất cả các phương tiện cơ bản và phần cứng vẫn được xây dựng. Hiện tại, Internet vẫn chưa phải là phổ biến. Chỉ 3% dân số thế giới được sử dụng Internet. Điều này có nghĩa là số lượng các cửa hàng trực tuyến còn rất nhỏ. Chỉ khi nào số lượng các cửa hàng trực tuyến lên tới 20%, tương đương với tỷ lệ mà thế giới được công nghiệp hoá thì nhịp sống của thương mại điện tử mới có thể tương đương với phương thức mua bán hiện tại. Với nền tảng hiện tại, thương mại điện tử vẫn còn trong giai đoạn trứng nước. Tới năm 2005 khi nền tảng mạng hoàn thành và khi số người sử dụng Internet có thể so sánh được với dân số công nghiệp hoá thì các cơ hội kinh doanh lớn mới có thể được tạo ra.

Cổ phiếu Internet ở Mỹ rất có giá. Đó là do Mỹ có số lượng người sử dụng Internet lớn nhất và họ chiếm tới hai phần ba số người vào mạng. Trừ Mỹ ra thì chỉ 1% dân số thế giới đã hoà mạng Internet. Đó là một thị trường nhỏ bé. Nhưng với cái nhìn lạc quan của Mỹ về Internet, thì chúng ta cũng sẽ theo sau. Trong khi thương mại điện tử còn chưa phát triển rộng rãi, mọi người coi nó như một trò chơi may rủi. Với thị trường chứng khoán Mỹ dẫn dắt, nhiều người bắt đầu mua cổ phiếu Internet mà không hiểu đầy đủ sự cần thiết của nó. Và những người này bán lại cổ phiếu cho những người ngây thơ hơn họ dẫn tới một hoạt động đầu cơ tích trữ. Các nhà đầu cơ không biết gì về giá trị của nó và thiếu khả năng đánh giá cơ bản. Họ cũng không hiểu toàn bộ hệ thống. Khi họ nhận ra rằng không ai kiếm được tiền cả thì họ mất lòng tin.

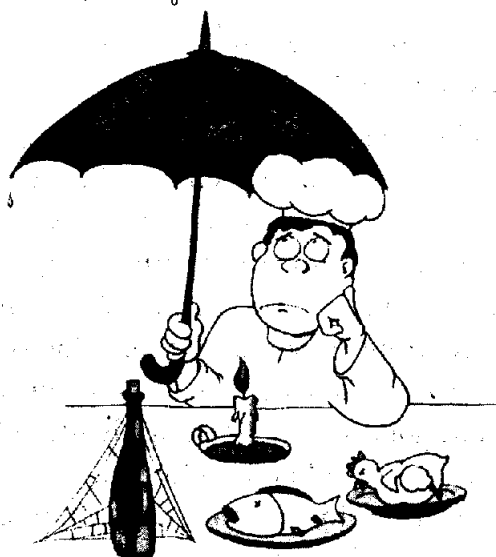
Trong thực tế, cổ phiếu Internet rất có tương lai. Tương lai của chúng là trong vòng 5 năm tới, trước khi cơ sở hạ tầng cơ bản được hoàn thành và số lượng khách hàng đủ lớn thì không biết được giá trị thực của chúng. Khi nền tảng cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh và có thể tự vận hành hoặc cho các bên thứ ba thuê như một thị trường ảo thì kết quả sẽ sáng tỏ.

Nếu tương lai là thời đại mạng thì hiện tại phải là “thời quá khứ” của thời đại mạng. Những người sử dụng Internet thường phải chờ đợi và do đó lãng phí rất nhiều thời gian quý giá trong lúc vào mạng. Đôi khi, họ không thể nhận được thông tin mà họ muốn. Một khi mạng băng rộng được thiết lập, việc kết nối trực tuyến không còn là vấn đề nữa. Mọi người sẽ kết nối thường trực vào mạng. Cũng như vậy với tất

cả các thiết bị điện khác, một cái ấn nút sẽ đưa một thiết bị lên mạng trực tuyến. Sẽ không còn sự chờ đợi nữa. Khi điều đó xảy ra, con người, phương tiện và cơ sở dữ liệu sẽ được liên kết với nhau. Đó là lúc có một xã hội mạng thực sự. Nó có thể được thực hiện vào năm 2003.

Một số người sẽ hỏi tại sao họ cần đầu tư ngay từ bây giờ trong khi cơ sở hạ tầng cơ bản chỉ có thể hoàn thành vào năm 2005. Tại sao không đợi đến năm 2003 khi mà mạng băng rộng đã sẵn sàng? Rồi thì có những người khác nghĩ rằng việc tham gia sớm vào thị trường sẽ tạo cho họ một lợi thế vì họ đã xây dựng được danh tiếng đối với người tiêu dùng của họ. Việc sớm xuất hiện sẽ có lợi trong việc thiết lập thương hiệu trong lòng người sử dụng. Kinh nghiệm, khách hàng, năng lực và cơ sở dữ liệu tích lũy được sẽ tạo cho họ chỗ đứng tốt. Chi phí nhân lực và mức độ sai lầm cũng sẽ thấp hơn. Điều này có nghĩa là đến thời điểm chín muồi bạn sẽ trở thành một đối thủ cạnh tranh đáng gờm. Tất cả các khoản đầu tư sớm của bạn sẽ không bị lãng phí.

Sớm nắm lấy cơ hội hiển nhiên là tốt nhưng nó cũng có nhược điểm. Kịch bản có thể xảy ra là sẽ phải rót rất nhiều vốn vào trong suốt quá trình. Nó giống như việc quản lý một doanh nghiệp trong một tòa nhà chưa được cấp điện, nước đầy đủ. Bất cứ khi nào việc cấp điện, cấp nước ngừng trệ thì sẽ phải tốn tiền khắc phục sự cố. Cuối cùng, có người có thể sẽ mất hết vốn đầu tư và trở thành kẻ "tử vì đạo" đầu tiên của thương mại điện tử. Do đó việc tham gia vào thị trường sớm hay muộn có những ưu điểm và nhược điểm riêng. Nó hoàn toàn phụ thuộc vào các nhà đầu tư sử dụng tiền vốn và duy trì vốn theo thời gian như thế nào.



2. Chìa khoá dẫn đến thương mại điện tử thành công

Tỷ lệ người truy nhập -> Xem trang giới thiệu sản phẩm -> Thành viên -> Đặt mua - Lặp lại các đơn đặt hàng

Khái niệm đúng của Internet là gì? Cách thức quản lý thương mại điện tử thế nào là đúng. Yếu tố cần xem xét đầu tiên là tỷ lệ người truy nhập. Giả sử bạn mở một cửa hàng. Điều đầu tiên bạn cần làm là thu hút mọi người vào cửa hàng của bạn. Bạn có thể tặng bóng bay, quà hoặc mời những người nổi tiếng để thu hút sự chú ý đối với cửa hàng mới của bạn. Tương tự, khi bạn mở một cửa hàng trực tuyến, bạn cần

có được tỷ lệ người truy nhập lớn, nghĩa là mọi người biết đến sự tồn tại của cửa hàng của bạn.

Nhưng nếu nhiều người đến cửa hàng của bạn chỉ để xem, thì tỷ lệ người truy nhập cao cũng không giúp ích gì cho cửa hàng của bạn cả. Bạn cần một tỷ lệ người xem trang giới thiệu sản phẩm cao. Điều này có nghĩa là khách hàng không chỉ dừng ở cửa của cửa hàng mà phải xem từng trang giới thiệu sản phẩm của cửa hàng đó. Để đạt được tỷ lệ người xem trang giới thiệu sản phẩm cao, bạn phải hướng dẫn khách hàng đọc các trang giới thiệu và tìm ra bạn đang bán cái gì và liệu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có đáp ứng được nhu cầu của họ không.

Thậm chí, một tỷ lệ người xem trang giới thiệu sản phẩm cao cũng còn chưa đủ. Sẽ là tốt nhất nếu khách hàng để lại tên và số điện thoại liên hệ của họ để đăng ký trở thành một thành viên. Điều này có nghĩa là bạn có cơ hội để liên hệ với họ. Một cổng thông tin có giá trị đầu tư hay không tùy thuộc vào tỷ lệ người truy nhập, tỷ lệ người xem trang giới thiệu sản phẩm và số lượng thành viên của nó. Nhưng đây mới chỉ là bước đầu. Nó chưa thể được coi là thương mại điện tử. Điều quan trọng nhất là khách hàng mua sản phẩm hoặc dịch vụ. Và một hợp đồng mua bán trực tuyến vẫn chưa đủ. Chúng ta muốn khách hàng sẽ còn quay lại với những đơn đặt hàng mới.

Ở châu Á, việc đánh giá không được làm một cách chi tiết. Ở Mỹ, một chủ cửa hàng phải đưa ra bằng chứng cho thấy anh ta có bao nhiêu khách hàng thường xuyên. Nếu có 10.000 khách hàng thường xuyên, với mỗi khách hàng trị giá

50 USD thì cửa hàng đó có giá trị 500.000 USD. Tương tự, giá trị của một cổng thông tin phụ thuộc vào số khách hàng thường xuyên của nó.

Nhiều người rất hài lòng với việc thấy tỷ lệ người truy nhập cao, nghĩ rằng tỷ lệ đó nói lên giá trị cao. Thực tế, đây không phải tất cả đối với thương mại điện tử. Do đó tỷ lệ người truy nhập cao không thể được sử dụng để tính giá trị của cửa hàng. Các cửa hàng trực tuyến và các cửa hàng truyền thống có chung một mục đích, đó là lợi nhuận. Đó là ý tưởng quan trọng nhất của thương mại điện tử.

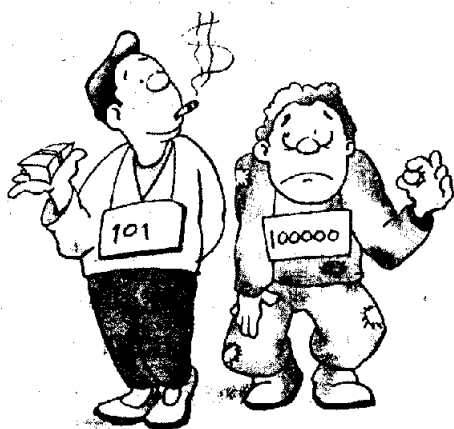
3. Tất yếu là $E + T > T$

Khi chúng ta ở vào thời đại mạng trong đó mọi người đều biết cách sử dụng Internet, thì sẽ có hai loại thương mại. Một loại là thương mại truyền thống T (Traditional) và loại khác là thương mại điện tử E (E-commerce). Mua một mặt hàng từ một cửa hàng truyền thống là T còn mua một mặt hàng trực tuyến là E. Sau khi thương mại điện tử đi vào thế giới của chúng ta, một cuộc tranh luận dai dẳng đã diễn ra xem phương thức thương mại nào sẽ chiến thắng. Rất nhiều dự đoán đã được nêu ra xung quanh vấn đề này và cho đến nay vẫn chưa có gì kết luận được.

Các doanh nhân truyền thống coi thương mại điện tử là một mối đe dọa khi nghĩ rằng thương mại điện tử cuối cùng sẽ thay thế họ. Lo ngại này là kết quả của sự thiếu hiểu biết về thương mại điện tử. Trong quá khứ, khi một cửa hàng hết hàng, chủ cửa hàng sẽ bảo con anh ta lấy xe đạp đi chở hàng bổ sung. Sau khi điện thoại được lắp đặt, tất cả những gì họ cần làm là gọi điện thoại đến nhà người bán buôn. Con cái họ không

còn phải đạp xe đi tới nhà người bán buôn nữa. Điện thoại đã trở thành một phương tiện giao thông trong trường hợp này. Trong thực tế, đó là cách thức của thương mại điện tử.

Ngày nay, sự việc cũng xảy ra như vậy. Bất kỳ cửa hàng nào đều coi thương mại điện tử là một hình thức khác của điện thoại, một sự lựa chọn khác và một kênh thương mại thuận tiện khác. Đó là lý do tại sao chúng tôi muốn nhất mạnh rằng thương mại truyền thống không biến ngay thành thương mại điện tử qua một đêm. Một sự biến đổi đột ngột như thế sẽ không được người tiêu dùng chấp nhận. Điều này có nghĩa là sẽ có một sự chuyển đổi từ từ và nó được gọi là giai đoạn E + T. Nói một cách khác, thương mại điện tử được bổ sung cho thương mại truyền thống sao cho mọi người có thể chấp nhận nó.



Ví dụ, một đại lý bán ô tô gửi tất cả dữ liệu về ô tô của anh ta và các dịch vụ mà anh ta cung cấp lên Internet hoặc gửi vào một hộp thư thoại. Bên cạnh máy tính PC, một máy điện thoại di động cũng có thể được sử dụng để kết nối trực tuyến. Đó là một hình thức của E + T. Nó cho phép những người khác biết ngay bạn đang bán những ô tô gì với giá bao nhiêu. Họ không cần tới thăm phòng trưng bày xe của bạn để có được những thông tin đó.

Bằng cách làm như vậy, tác động của sự thay đổi phương thức thương mại sẽ không quá lớn. Từng bước, tỷ lệ thương mại truyền thống sẽ giảm xuống. Đến thời điểm nào đó, bạn có thể cho khách hàng sử dụng thử ô tô trong môi trường ảo. Bạn có thể liệt kê giá cả của các xe ô tô cùng loại sao cho người khác có thể tiết kiệm được thời gian, so sánh giá cả. Thậm chí bạn có thể đưa ra các gói chào hàng đặc biệt để tránh sự tranh cãi khó xử về giá cả. Một khi bạn đã chiếm được lòng tin của khách hàng thì khách hàng có thể đặt hàng mua xe trực tuyến.

Ví dụ này cho chúng ta thấy tỷ trọng của thương mại điện tử trong tương lai sẽ lớn hơn. Mặc dù chúng ta đang trong giai đoạn quá độ, chúng ta không chỉ nhìn thấy ngày mai mà còn nhìn thấy tương lai. Từ tập đoàn lớn đến cửa hiệu cất tóc, khám chữa răng nhỏ, bất cứ ai cũng có thể sử dụng Internet để thông tin cho khách hàng. Điều đó sẽ giúp khách hàng đỡ mất thời gian chờ đợi và cho phép họ hẹn giờ trước, từ đó nâng cao được chất lượng cuộc sống.

Sự chuyển đổi này không chỉ tiết kiệm thời gian mà còn tiết kiệm công sức của con người. Nếu bạn có thể mua cái gì đó chỉ bằng một cái nhấn nút thì có lý do gì khiến bạn phải thay đồ và ra khỏi ngôi nhà ấm cúng của bạn để mua thứ đó nữa không? Nếu bạn có thể tìm ra kích cỡ, chất liệu, tính năng và màu sắc của một sản phẩm trên mạng Internet thì việc gì bạn phải vất vả tìm kiếm trên đường phố nữa?

Đây là một giai đoạn quá độ. Giai đoạn này là cần thiết và không thể tránh khỏi. Khi tôi có một bài phát biểu ở Hàn Quốc, ông chủ của nhiều siêu thị hỏi tôi: "Siêu thị của tôi là một cửa hàng thuận tiện. Khách hàng bước vào, nhặt một hộp Coca-Cola và một tờ báo rồi trả tiền cho người thu ngân. Tôi không cần thương mại điện tử".

Tôi hỏi ông ta: "Cửa hàng của ông có thể bày bán bao nhiêu mặt hàng?" Ông ta đáp: "Khoảng 2.500 đến 3.000".

Tôi lại hỏi ông ta: "Tại sao ông không bán 10.000 mặt hàng?" Ông ta giải thích: "Cửa hàng không đủ lớn". Tôi nói: "Thật đơn giản. Hãy bày bán 10.000 mặt hàng khác hoặc những mặt hàng chưa bày bán được lên Internet. Khách hàng có thể tìm ra ông bán cái gì trên Internet. Họ có thể đặt hàng với ông và nhận hàng tại nơi nào đó thuận tiện. Bằng cách này, ông có thể bán được nhiều thứ. Thương mại điện tử đã cho ông một kênh bán lẻ hai luồng. Điều đó có phải là cho ông nhiều cơ hội kinh doanh hơn không?"

Đó là một sự chuyển động thực tế. Một siêu thị có thể chứa 80.000 mặt hàng. Nhưng khách hàng có thể mệc mỗi khi xem xong 8.000 mặt hàng. Nếu siêu thị chịu bỏ ra 1%

vốn đầu tư để thiết lập một trạm Web và bày bán 80.000 mặt hàng trên Internet, một khách hàng chỉ cần đánh vào từ "vòng đeo" thì tất cả các loại vòng trang sức trong cửa hàng sẽ được hiện ra. Đây là một cách thức mua bán rất thuận lợi và không có phiền nhiễu.

Chi phí chung thấp đem lại lợi nhuận kinh doanh lớn - Đó là $E + T > T$

Không phải mọi người đều mua hàng trực tuyến. Nhưng Internet có thể giúp các nhà cung cấp bán nhiều mặt hàng hơn và hỗ trợ người tiêu dùng tìm ra cái mà họ muốn nhanh nhất. Đây là mô hình mua bán của kỷ nguyên mới. Nếu ý tưởng về thương mại điện tử thâm nhập vào mọi hiệu sách, siêu thị, cửa hàng, nhà hàng, mọi người sẽ thiết lập một cổng thông tin hoàn chỉnh, do đó tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh hơn.

Tác động và cơ hội kinh doanh của thương mại điện tử sẽ vượt qua thương mại truyền thống. Liệu máy tính có thể thay thế bộ óc của con người? Tất nhiên là không! Nhưng ai đó được trang bị máy tính chắc chắn sẽ hiệu quả hơn những người không có máy tính.

4. Một động lực mạnh

Các nghiên cứu gần đây của tôi về những ví dụ thành công của nhiều cổng thông tin thương mại điện tử ở Mỹ cho thấy rằng thương mại điện tử gây ra nhiều vấn đề hơn thương mại truyền thống. Thương mại truyền thống là một thực thể hữu hình. Nếu cửa hàng có một vị trí thuận lợi, cửa

hàng được bày trí đẹp, giá cả thấp hơn những nơi khác và dịch vụ thật thuận tiện với khách hàng thì nó sẽ kinh doanh tốt. Uy tín của nó sẽ được truyền miệng.

Nhưng các cửa hàng trực tuyến và thương mại điện tử giống như những dòng sông trong một sa mạc hoặc một đường mòn trong rừng hoang. Họ tiến hành kinh doanh trong một môi trường lạ. Làm thế nào để các doanh nghiệp Mỹ tiếp tục thành công? Tôi đã suy nghĩ kỹ về vấn đề này và sau khi nghiên cứu nhiều trường hợp tôi nhận ra rằng họ đều có một điểm chung. Họ có một động lực mạnh.

Trong 20 năm qua, ba thiên tài người Mỹ chưa hoàn thành chương trình học đại học đã trở thành những người sáng lập ra Microsoft, Apple và Dell. Họ đã đưa vào thực tế những gì họ nghĩ ra và đã đạt được những kết quả đáng kinh ngạc trước khi các đối thủ cạnh tranh bước vào thị trường. Mặc dù quá trình sáng lập là rất khó khăn nhưng nó là một ngành có tương lai sán lạn. Mọi người đều có cơ hội bình đẳng. Điều này tự nhiên tạo ra một động lực mạnh.

Nền kinh tế công nghệ thông tin thuộc về thời đại mạng. Mọi người phải thích ứng với nó, đối mặt với nó và nắm lấy nó chứ không thể không muốn hoặc chống lại nó. Các doanh nghiệp cũng phải thay đổi chiến lược và mô hình kinh doanh của họ. Họ phải thay đổi và học cách theo kịp với thời đại. Internet đã cho ra đời một cuộc sống cá nhân và một đời sống doanh nghiệp trong một thế giới số. Mặc dù một số người đã nhận ra, có thể xác định được các vấn đề phát sinh và tiêu chuẩn hoá luật lệ thì sự thay đổi là không thể tránh được khi

đối mặt với một thời đại kinh tế điện tử sắp đến. Chúng ta càng hành động sớm càng tốt.

Trong quá khứ, người giàu kiểm soát các nguồn tài nguyên thiên nhiên như xăng dầu, đất đai và sắt thép. Các ông chủ lớn ngày nay như Bill Gates kiểm soát tri thức và tốc độ. Đây là tương lai của công nghệ thông tin (IT). Sự phát triển của IT ngày nay đã đi đến bước ngoặt. Nhưng tốc độ xảy ra của nó nhanh hơn nhiều so với hai cuộc cách mạng trước. Một ví dụ là lý tưởng về đồng đôla châu Âu đã được nêu ra lần đầu tiên cách đây 20 năm. Mãi đến gần đây ý tưởng này mới được thực hiện. Nhưng giai đoạn lý tưởng của thương mại điện tử có thể được thực hiện trong vòng 5 năm tới.

Cái mà chúng ta biết là Chính phủ sẽ chỉ quản lý dòng hàng. Trong vòng 30 năm tới, sẽ chỉ có nền kinh tế toàn cầu, công nghiệp bán lẻ vào năm 2010 sẽ cũng co lại. Do đó thương mại điện tử phải nhìn vào các vấn đề mới từ một góc độ mới. Chúng ta phải phá vỡ suy nghĩ của cuộc cách mạng công nghiệp. Chúng ta không được coi ranh giới quốc gia là ranh giới kinh tế. Với sự tồn tại của những người thích ứng tốt nhất, chúng ta cần được giải phóng khỏi những suy nghĩ cũ và thay vào đó cần theo đuổi cuộc cách mạng.

Tương lai mà chúng ta có thể phác thảo ra từ bây giờ là một tương lai chịu chi phối bởi các dịch vụ điện tử. Các cộng đồng Internet sẽ chia sẻ thông tin và cơ sở hạ tầng Internet, sẽ tạo thành tài sản lớn nhất của tương lai. Do đó, một doanh nghiệp sẽ cần không ngừng sáng tạo và sáng tạo lại. Đây là tinh thần doanh nghiệp của thế kỷ 21, và đó là cái mà chúng ta gọi là "động lực".



5. Giành được khách hàng với tốc độ nhanh nhất

Khi một đài truyền hình phỏng vấn một nhà vô địch cuộc chạy đua 100 m, anh ta được hỏi anh đã cố gắng chạy lên trước đối thủ như thế nào ngay khi nghe thấy tiếng súng. Anh ta trả lời: “Không tôi không nhìn thấy đối thủ. Tôi chỉ nhìn thấy đường kẻ trắng trước mặt tôi và tất cả những gì tôi nghĩ là phải đến đó trong khoảng thời gian ngắn nhất”.

Và đây là một ví dụ thú vị khác. Hai người đi cắm trại ở vùng núi cao và nghe thấy tiếng hổ gầm ngay bên cạnh. Một người trong số họ nhanh chóng đeo giày chạy trong khi người kia hỏi mĩa mai anh bạn liệu anh ta có thể chạy thoát khỏi

con hổ không. Người đeo dày trả lời: “Tôi không thể. Nhưng tôi chỉ cần chạy thoát khỏi anh là được”.

Hai ví dụ trên cho chúng ta thấy tầm quan trọng của tốc độ. Người đầu tiên tập trung vào nhiệm vụ của anh ta, vận dụng hết khả năng của anh ta và cuối cùng đã về đích trước tiên. Người thứ hai không ngần ngại và nhanh chóng hành động để sống sót với cái giá phải mất anh bạn đi cùng. Trong thế kỷ 21, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh với nhau hoặc phản ứng lại sự cạnh tranh từ các đối thủ. Họ phải có chiến lược đem lại lợi ích cho họ trong thời gian ngắn nhất có thể được. Họ phải nhìn vào khách hàng chứ không phải các đối thủ cạnh tranh.

Do công nghệ không còn là điểm then chốt của sự cạnh tranh nên bất kỳ ai có thể nhìn thấy nhu cầu của người tiêu dùng đầu tiên và đáp ứng các nhu cầu đầu tiên sẽ là người chiến thắng. Amazon không có công nghệ hiện đại. Nó chỉ đơn thuần giới thiệu nhiều sách hơn qua Internet và phân loại sách để giúp người đọc tìm kiếm quyển sách mà họ cần nhanh hơn. Những dịch vụ theo yêu cầu như thế đã giúp công ty thành công.

Bill Gates nói: “Tốc độ quyết định một doanh nghiệp thành công hay thất bại”. Tuyên bố này không có nghĩa là nâng cao năng suất và đẩy nhanh công việc hành chính bằng cách sử dụng các công cụ số. Nó chỉ có nghĩa là tự động hoá các thủ tục cũ và không ảnh hưởng đến năng suất của một doanh nghiệp theo một phương thức cách mạng hoá.

Chúng ta phải khai thác hết công nghệ số để tạo ra các thủ tục mới; cho phép công nhân trở thành các tài năng với sự toàn vẹn tinh thần, đầy năng lực, siêng năng và hãy để họ đạt được đỉnh cao của họ; tìm ra cách nhanh nhất để hành động trong môi trường kinh doanh không ổn định. Chỉ như vậy chúng ta mới có thể tận dụng được các cơ hội kinh doanh nảy sinh từ một dòng thông tin liên tục.

Bất cứ doanh nghiệp hoặc doanh nhân có tầm nhìn xa nào đều hiểu tầm quan trọng của các hành động kịp thời.

Công ty đi đầu của thế giới mạng, Cisco System, đã ra đời khoảng 15 năm. Sản phẩm chính của nó là các bộ định tuyến, chuyển mạch Internet và các thiết bị khác. Thị phần toàn cầu của nó đạt khoảng 80%. Một nửa hoạt động kinh doanh của nó được tiến hành qua Internet. Nó cần rất ít nhân lực. Khẩu hiệu của Cisco là: trong thế giới kinh doanh tương lai sẽ không còn chuyện doanh nghiệp lớn thôn tính doanh nghiệp nhỏ. Vấn đề chỉ là tốc độ.

Khi mọi người có thể nhận thông tin nhanh, các doanh nghiệp phải nhanh mới thành công được. Do công nghệ đã cho chúng ta nhiều sự lựa chọn, một dòng thông tin hiệu quả sẽ đem lại những điều đã từng là không thể trong quá khứ. Các doanh nghiệp sẽ có thể xác định được khách hàng tiềm năng và tìm cách thoả mãn họ không chút chậm trễ. Thậm chí nếu bạn không có vốn, bạn vẫn có thể sử dụng kinh nghiệm, kiến thức, ý tưởng và khả năng đánh giá của bạn để kiếm được nhiều tiền. Quan trọng hơn, bạn phải có được những ý tưởng vĩ đại trước khi ai đó có được.

Chỉ khi nào sự khám phá, thoả mãn và sáng tạo gặp nhau chúng mới có giá trị.

Thương mại điện tử hiện đang còn gặp rất nhiều trở ngại. Nó phải liên tục xây dựng lòng tin của khách hàng. Hệ thống kinh tế mới này cần kiến thức để duy trì nó và sự thịnh vượng công cộng để giúp nó phát triển. Sự kiểm soát của chính phủ đối với thương mại điện tử sẽ bị huỷ bỏ do Internet. Việc kiểm soát thông tin sẽ trở nên tốn kém hơn và cuộc cách mạng IT sẽ là xu hướng của tương lai, trong đó dòng vốn đầu tư sẽ được toàn cầu hoá và Internet di động đang trở thành một loại tri thức. Sẽ đến lúc các sản phẩm, công nghệ và dịch vụ số cất cánh.

Để thích ứng với cái gọi là kỷ nguyên kinh tế điện tử của tương lai, các yếu tố sau đây là các điều kiện tiên quyết: nhanh, liên tục, dễ dàng và đáng tin cậy. Việc sử dụng thông tin kịp thời sẽ nhân đôi sự giàu có của chúng ta và cho phép các nguồn lực được chia sẻ để tạo ra một tình huống cùng có lợi.

Để hiểu thương mại điện tử không khó và nó cũng không phải là một quá trình phức tạp. Nó là cái gì đó mà ngay cả những người già cũng có thể tham gia được. Sự kết nối và cấu hình của các máy điện thoại di động tương lai sẽ đưa thương mại di động lên tới đỉnh cao chưa từng có, vượt xa so với những gì các máy tính PC đem lại ngày hôm nay. Khi ấn một nút, một giao dịch hoặc một hợp đồng đã được ký kết. Sẽ không cần bất kỳ cuộc họp kín hoặc các hội nghị lớn nào nữa.

Đây là bước phát triển vĩ đại mà con người đang trải qua và là giai đoạn được thực hiện bởi các ngón tay chứ không phải bàn chân của chúng ta. Đừng để các cơ hội kinh doanh tuột khỏi bàn tay của bạn. Thương mại điện tử sẽ đem lại một đời sống tự chủ hơn, đơn giản hơn và sạch sẽ hơn. Thế giới cũng sẽ thấy những ý tưởng mới và nền văn minh mới. Tôi hy vọng rằng khi bạn đã hiểu đầy đủ về thương mại và tài chính điện tử, bạn sẽ có thể điều khiển chúng và tạo ra các cơ hội cho riêng bạn. Hãy trở thành một con người của thông tin và dạo chơi trong không gian điện tử.

PHẦN PHỤ LỤC

Phụ lục 1

DÂN SỐ INTERNET VÀ 10 CÔNG THÔNG TIN HÀNG ĐẦU

Nếu người nào muốn kiếm được nhiều tiền trong thời đại mạng, người đó phải có sự hiểu biết về tình trạng hiện nay. Nhưng sự thay đổi nhanh chóng của Internet thường làm cho người ta lẫn lộn. Từ khi Nasdaq đạt đỉnh cao vào năm 1999, các nhà đầu tư và lãnh đạo các tập đoàn tương tự đã bị ám ảnh bởi sự mất giá của các cổ phiếu Internet. Nếu nỗi lo sợ đó không được xoa dịu thì cảm giác về sự bất ổn định của thị trường Internet sẽ còn tiếp tục truyền lan.

Vậy dân số Internet hiện nay là bao nhiêu? Tương lai phát triển của Internet là gì? Những thông tin sau đây có thể cung cấp một số điểm để nghiên cứu.

1. Dân số Internet

Châu Âu

Theo báo cáo mới nhất từ cơ quan nghiên cứu Internet tin cậy nhất ở châu Âu, Pro Active International, dân số Internet ở châu Âu đã đạt đến con số 10,78 triệu người. Với tổng dân số châu Âu là 31,8 triệu người, mật độ người sử dụng Internet đạt mức 34%, trong đó những người sử dụng thường xuyên đạt tới 24% (7,6 triệu người). Số người sử dụng cụ thể của từng nước cho thấy 65% dân số Thụy Điển, 59% người dân Na uy, 54% người dân Đan Mạch, 53% dân số

Phần Lan, 49% dân số Thụy Sĩ, 48% người Hà Lan, 46% người Anh, 40% người Áo, 34% người Đức và 32% người Pháp sử dụng Internet. Các nước Bắc Âu chiếm lĩnh bốn vị trí đầu tiên.

Báo cáo cho thấy sự trái ngược giữa Bắc Âu và Nam Âu. Tây Ban Nha chỉ có 12% dân số truy nhập trực tuyến. Nhưng điều cần ghi nhận là Internet đang nhanh chóng trở nên phổ biến ở châu Âu, với số lượng người sử dụng Internet phát triển nhanh nhất trên thế giới.

Khái niệm "Người sử dụng thường xuyên" đề cập trong báo cáo nêu trên là những người vào mạng ít nhất 14 ngày trong tháng 5 năm 2000. Một nhà phân tích đã lưu ý: "Vì châu Âu đã tự do hoá thị trường viễn thông nên một ngành cung cấp dịch vụ Internet mở sẽ nhanh chóng trở thành hiện thực. Cuộc phí viễn thông cao mà trước đây thường ngăn cản sự phát triển của Internet sẽ giảm xuống và mật độ người sử dụng Internet sẽ bùng nổ".

Châu Mỹ

Theo báo cáo hàng năm của Nielsen//NetRatings của các công ty nghiên cứu nổi tiếng của Mỹ - NetRatings, Inc, Nielson Media Research và ACNielsen - nhiều hơn 50% dân số Mỹ đã truy nhập trực tuyến. Điều đó có nghĩa là 137,5 triệu trong tổng số khoảng 275 triệu người Mỹ sử dụng Internet. 35% dân số Mỹ là những người sử dụng Internet thường xuyên. Nước Mỹ, không còn nghi ngờ gì nữa là nước có dân số Internet cao nhất thế giới.

Các nước và khu vực khác

Từ báo cáo của Nielsen/NetRatings tháng 7 năm 2000 về mức độ sử dụng Internet ở các nước cho thấy 2,6 triệu người Nhật Bản đã truy nhập trực tuyến, trong khi đó Ô-xtrây-li-a có 6,3 triệu người và Xin-ga-po có 1,7 triệu người sử dụng Internet. Đối với Đài Loan, đến tận cuối năm 1999, số người sử dụng Internet mới đạt 4,02 triệu người, chiếm 18% dân số.

2. Xu hướng quản lý các cổng thông tin

Mười cổng thông tin hàng đầu thế giới

Do công nghệ phần cứng Internet liên tục được cải tiến và nhờ có sự xúc tiến không ngừng về việc sử dụng Internet, mật độ người sử dụng Internet ở nhiều nước đã phát triển nhanh. Các cơ hội kinh doanh xuất hiện từ sự bùng nổ của Internet sẽ tạo thêm các động lực mới cho các doanh nghiệp hoặc các doanh nhân toàn cầu. Với vị trí của Mỹ là nước có lịch sử ứng dụng Internet lâu nhất và tác động của nó tới sự phát triển của Internet, chúng ta cần phải hiểu tình hình phát triển ở đó. Vụ sáp nhập của AOL và Time Warner vào năm 1999 trị giá 185 tỷ USD sẽ có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của Internet.

Mười cổng thông tin hàng đầu của Mỹ nêu trong báo cáo tháng 7 năm 2000 của Nielsen/NetRatings là AOL Websites, Yahoo, MSN, Microsoft, Lycos Network, Excite@Home, GO Network, AltaVista, Time Warner và NBC Internet.

Trong báo cáo đó, 10 cổng thông tin hàng đầu của Anh là MSN, Yahoo, AOL Websites, Lycos, Microsoft, Excite@Home, British Telecom, Freeserve, BBC và Amazon.

Mười cổng thông tin hàng đầu của Ô-xtrây-li-a là NineMSN/MSN, Yahoo, AOL Websites, Telstra, Excite@Home, Microsoft, Lycos, AltaVista, Australian Federal Government và OzEmail.

AOL Websites, Yahoo, MSN, Microsoft, Lycos, Excite@Home được đánh giá là thuộc 10 cổng thông tin hàng đầu ở cả Mỹ, Anh và Ô-xtrây-li-a. Từ đây chúng ta có thể thấy rằng thị trường Internet không có biên giới quốc gia.

Các cổng thông tin thành công đã sớm tham gia vào thị trường và do đó đã thiết lập được hình ảnh thương hiệu của họ. Họ rất mạnh về phát triển thị trường và thích ứng tốt với sự thay đổi. Bên cạnh việc cung cấp các dịch vụ mà người sử dụng Internet đã biết rõ, họ cũng có phẩm chất cần thiết để giúp cho họ thành công trong thời đại mạng.

Chúng ta có thể học được nhiều điều từ mô hình quản lý và chiến lược kinh doanh của 10 cổng thông tin hàng đầu của Mỹ và các cổng khác như Amazon.com và eBay. Đây là bài luyện tập cho các doanh nhân mới trong thời đại mạng.

Các cổng thông tin ở Trung Quốc

Theo một khảo sát 100 trạm Internet hàng đầu ở Trung Quốc, Hồng Kông, Xin-ga-po và Đài Loan do công ty Business Next tiến hành cho danh sách như sau: sina.com; Internet Solution Lab, Inc (www.isp.net.tw), PC Home Online, sohu.com, china.com, kimo.com, Yahoo Chinese, Ying Technology, Chunghwa Telecom (cht.com.tw) và Legend Group (legend.com.cn),...

Thứ bậc xếp hạng ở đây khác với 10 cổng thông tin hàng đầu ở Mỹ ở chỗ nó không dựa trên số lượng người sử dụng hoặc doanh thu có được từ những cổng thông tin đó. H T Jan, nhà phân phối của Business Next nhấn mạnh: "Kết quả khảo sát không phải là sự xếp hạng. *Tham số đánh giá chính ở đây là ảnh hưởng của cổng thông tin. Do đó, một cổng thông tin với một thu nhập thấp có thể được xếp hạng cao hơn những cổng thông tin có doanh thu cao. Lý do là sự nhấn mạnh vào tiềm năng phát triển của một cổng thông tin...*".

Tiêu chí đánh giá mà Business Next liệt kê bao gồm mô hình kinh doanh, sự ổn định tài chính, đổi mới, vị thế thị trường và đội ngũ quản lý...

Benjamin Tsiang, người sáng lập sina.com cũng nêu ra mấy điều kiện để đánh giá ảnh hưởng của một cổng thông tin. Chúng bao gồm tiềm năng để các sản phẩm trên cổng thông tin đó vươn ra toàn cầu; sự cạnh tranh thị trường; sự chuyển đổi các khái niệm sang các thách thức và cổng thông tin đó tác động như thế nào đối với cuộc sống con người trong thị trường. Ông ta nhấn mạnh về nguồn gốc và hy vọng rằng các cổng thông tin ở châu Á sẽ có thể phát triển mô hình kinh doanh của riêng họ và không bắt chước các mô hình của Mỹ.

Kết quả khảo sát 10 cổng thông tin hàng đầu ở Đài Loan là PC Home Online, kimo.com, Yahoo Chinese, Chunghwa Telecom, etwebs.com, Acer.com, yam.com, giga.net.tw, TVBS và pasia.com.

Từ việc xếp hạng ở Đài Loan, chúng ta thấy rằng ảnh hưởng của một cổng thông tin cũng bao gồm việc cung cấp

nội dung thông tin và dịch vụ của nó, xây dựng cơ sở hạ tầng phần cứng Internet cơ bản và sự tham gia ngày càng tăng của nó vào thương mại điện tử.

Báo cáo này cũng khẳng định rằng chỉ có Yahoo Chinese của Mỹ đứng thứ 7 trong 10 cổng thông tin hàng đầu. Điều này cho chúng ta thấy rằng cổng thông tin của Mỹ vẫn phải tìm cách để đi vào thị trường Internet ở Trung Quốc. Các cổng thông tin khác như sina.com, Internet Solution Lab, Inc và PC Home Online tham gia vào thị trường sớm hơn, họ đã xây dựng được một nền tảng nhất định và đã có được lợi thế để trở thành một cổng thông tin địa phương. Đây là một thực tế mà 10 cổng thông tin hàng đầu của Mỹ không thể bỏ qua nếu họ muốn tham gia vào thị trường Trung Quốc.

Tôi hy vọng rằng thông tin trên không chỉ đơn thuần làm sáng tỏ hiện trạng mà còn nhắc nhở bạn suy nghĩ về nó. Bạn có thể truy nhập vào Internet vào bất kỳ thời điểm nào để quan sát tình trạng hiện nay của các cổng thông tin nổi tiếng của Trung Quốc và Mỹ. Bằng cách sử dụng các khái niệm và triển vọng mới nêu trong cuốn sách này, bạn có thể giành được cảm hứng để thực hiện các ý tưởng và kế hoạch kinh doanh mới. Với kinh nghiệm của bạn là động lực chính, một nền thương mại điện tử thành công đang tới gần.

Phụ lục 2

NHỮNG XU HƯỚNG MỚI CỦA TRUNG QUỐC

Sayling Wen đã có một cuộc đối thoại với chuyên gia công nghệ thông tin Trung Quốc, ông Fang Xiangming về nền văn minh mạng mới và các vấn đề phát triển kinh tế Trung Quốc. Sau đây là toàn văn cuộc đối thoại.

1. Sự khác biệt giữa định hướng và phương pháp

Ông Fang: Ông đã có nhiều bài nói chuyện và xuất bản nhiều cuốn sách ở Trung Quốc trong những năm gần đây. Xuất phát từ giới doanh nghiệp, theo ông điều gì là quan trọng trong việc truyền bá các suy nghĩ tiên tiến đó? Ông đã không chia sẻ kinh nghiệm quản lý phong phú của ông. Thay vào đó, ông tập trung nêu ra các ý tưởng và dự báo về xu hướng tương lai. Tại sao như vậy?

Ông Wen: Chúng ta đang sống trong một thời đại tốc độ cao trong đó phản ứng của con người đối với các sự việc sẽ nhanh hơn. Trong quá khứ, tin về vụ ám sát Tổng thống Lincoln phải mất 12 ngày mới tới London. Mọi thứ bây giờ đã khác. Chỉ cần vài phút hoặc vài giây để tin tức đi đến với mọi người. Trong thời đại của tốc độ, sự cạnh tranh cũng trở nên quyết liệt hơn. Nó cũng giống như việc lái xe trên xa lộ. Khi bạn lái xe càng nhanh thì bạn phải tập trung hơn. Mọi người đang khao khát tri thức mới. Trong một thời đại tốc độ, phân tích sai một sự việc còn tồi tệ hơn một hành động sai. Nếu bạn không thay đổi đúng lúc thì hậu quả còn tồi tệ hơn là làm sai.

Ông Fang: Các công ty Trung Quốc đang cân phương pháp nên đã bỏ qua định hướng. Họ đã chú trọng tới phương pháp hơn là chiến lược.

Ông Wen: Hầu hết mọi người hi vọng rằng tôi sẽ đưa ra các phương pháp kỳ diệu trong các bài nói chuyện của tôi. Tôi nói với họ rằng đây không phải điều quan trọng. Tôi không đem theo mình một phương pháp giải quyết vấn đề hoàn hảo. Thay vì đem đến một con cá, tôi trình bày với mọi người những con cá to đang ở đâu và làm thế nào để bắt chúng.

Ông Fang: Việc truyền bá những tri thức và ý tưởng thật tốn kém thời gian và tiền bạc. Cũng rất khó có thể thấy kết quả trong một thời gian ngắn. Ông đã làm việc này trong nhiều năm. Ông đã thấy kết quả gì chưa?

Ông Wen: Việc làm chăm chỉ của tôi đã được đền đáp. Một số người sau khi đọc các cuốn sách của tôi hoặc nghe các bài nói chuyện của tôi đã bắt đầu trao đổi quan điểm với người khác. Đó là cách thức truyền lan một ý tưởng.

Một người phải suy nghĩ kỹ về một ý tưởng trước khi anh ta hoặc cô ta nói ra. Một sự thay đổi về quan điểm làm cho vấn đề nan giải như điểm khởi đầu. Tại một thời điểm khi có một luồng thông tin lớn thì điều quan trọng là ý tưởng đúng phải được chia sẻ. Chúng ta không chỉ vùi đầu xuống và làm việc chăm chỉ. Chúng ta phải ngẩng đầu lên và làm việc chăm chỉ. Nếu bạn làm việc một cách mù quáng, bạn sẽ ngày càng rời xa khỏi mục tiêu của bạn.

Ông Fang: Việc trao đổi thông tin trên thế giới đang diễn ra liên tục. Tại sao ông vẫn phải tự thân truyền bá ý tưởng.

Ông Wen: Có một sự khác biệt lớn giữa thông tin và tri thức. Thông tin là số liệu lưu động liên tục được truyền lan trên thế giới. Mọi người có thể nắm bắt các thông tin đó. Nhưng tri thức chỉ đạt được sau khi đã suy nghĩ rất nhiều về một thông tin nào đó. Trái đất đang bùng nổ thông tin nhưng rất ít tri thức. Đó là lý do tại sao các chuyên gia nên đưa ra suy nghĩ về thông tin và xử lý chúng sao cho thông tin đó trở thành tri thức dễ hiểu.

Thông tin giống như thực phẩm tươi sống trong khi tri thức là thức ăn đã nấu chín. Nó ăn được, dễ tiêu hoá và đầy chất dinh dưỡng. Điều mà chúng ta đang cố gắng làm là biến thông tin thành tri thức và đóng gói nó thành dạng mỳ ăn liền.

Ông Fang: Ông đã nghiên cứu học thuyết và cách nghĩ của Tiến sỹ Toffler trong vòng 30 năm. Những dự báo của Toffler về sự phát triển toàn cầu đã được khẳng định là chính xác. Nhưng liệu quan điểm vĩ mô của ông ta có phù hợp với những dự báo cấp khu vực không?

Ông Wen: Có sự đa dạng văn hoá trong thế giới này. Thông thường, sự phát triển kinh tế của mỗi nước, mỗi khu vực là khác nhau. Nhưng từ quan điểm kinh tế, có rất nhiều sự tương đồng. Phần đáng quý nhất trong học thuyết của Tiến sỹ Toffler là nó dựa trên một xu hướng chung xác định. Nhưng một mẫu thông thường không thể xảy ra trong tình huống thực. Học thuyết được nêu ra không thể dùng để triển khai các phương pháp thực tế. Chúng tôi tập trung nên cứu vào việc tìm kiếm phương pháp thích hợp nhất đối với

Trung Quốc trên cơ sở học thuyết của Tiến sỹ Toffler. Điều đó có thể dẫn đến một mô hình phù hợp cho sự phát triển toàn cầu. Đây là điều mà chúng ta có thể làm tốt hơn những người nước ngoài. Trung Quốc hiện nay đang tìm kiếm các ý kiến tư vấn từ rất nhiều chuyên gia nước ngoài. Tôi nhận ra rằng nhiều người trong số những học giả này có thể lần đầu tiên đến Trung Quốc. Sau khi giành khoảng 2 ngày nghe các báo cáo của một vài người, họ rút ra những kết luận của họ. Tuy nhiên, tôi tin rằng họ không nắm được tình hình thực tế. Theo ý kiến của tôi, người Trung Quốc cần tự thân nghiên cứu ra những chính sách tốt nhất.

2. Bốn yếu tố của sự tăng trưởng

Ông Fang: Là một doanh nhân với nhiều dự án đầu tư thành công ở Trung Quốc, là phái viên văn hoá kết nối hai bờ, ông đã truyền bá nhiều suy nghĩ và ý tưởng sâu sắc. Là một nhà nghiên cứu về xu hướng tương lai, xét về mặt tổng thể, ông đánh giá thế nào về sự phát triển kinh tế.

Ông Wen: Tôi đã tham gia vào thị trường Trung Quốc năm 1998. Trong khoảng thời gian 12 năm, Trung Quốc đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh về mặt kinh tế, đặc biệt sau khi Đặng Tiểu Bình có những bài nói chuyện trong chuyến thăm miền Nam.

Ông Fang: Ông có dự báo gì về xu hướng tương lai của nền kinh tế Trung Quốc?

Ông Wen: Kinh tế Trung Quốc đang đi đúng hướng. Có một số điều cần làm đối với sự lãnh đạo của các cơ quan quản

lý Trung Quốc. Trước khi cải cách, Trung Quốc chủ yếu dựa vào nông nghiệp. Sau khi cải cách, Trung Quốc nhanh chóng bước vào nền văn minh công nghiệp. Các nhà khoa học có tầm nhìn xa đang kiến nghị Chính phủ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng mạng. Mặc dù kinh phí hạn hẹp, nhưng vốn đầu tư vẫn đang được đổ vào xây dựng cơ sở hạ tầng. Làm như thế là đúng. Trung Quốc cần phát triển nhanh nhưng đừng nhanh quá để có thể xảy ra những tác động xấu.

Ông Fang: Theo ông những yếu tố nào đã giúp Trung Quốc duy trì tốc độ tăng trưởng cao trong vòng 20 năm qua?

Ông Wen: Theo tôi có 4 yếu tố: vốn đầu tư nước ngoài, đầu tư vào cơ sở hạ tầng, giải phóng nguồn nhân lực và sự hình thành của một thị trường lớn.

Ông Fang: Tại sao ông lại cho rằng vốn đầu tư nước ngoài là yếu tố đầu tiên?

Ông Wen: Chúng ta không bàn về chính sách của Chính phủ. Chúng ta chỉ xem xét môi trường kinh tế. Từ khi cải cách, khoảng 400 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài đã được rót vào nền kinh tế. Vốn đầu tư nước ngoài đã tạo ra một chuỗi phản ứng và thổi sức sống vào nền kinh tế. Vốn đầu tư nước ngoài đã trực tiếp kích thích nền kinh tế và thay đổi bộ mặt của nền kinh tế.

Đồng thời, chính phủ đã có tầm nhìn rất xa. Vốn đầu tư nước ngoài được đầu tư vào xây dựng cơ sở hạ tầng như giao thông, năng lượng, viễn thông,... Chính phủ đã không sử dụng lãng phí vốn đầu tư nước ngoài như một số nước khác.

Việc lãng phí vốn đầu tư nước ngoài sẽ chỉ làm hại đất nước và tăng mức độ phụ thuộc vào nó, làm cho nó kiệt quệ.

Ông Fang: Cuộc cải cách kinh tế Trung Quốc bắt đầu từ năm 1978 ở các làng xã. Trong cuộc cải cách làng xã, không có nhiều sự đầu tư. Chỉ có một sự thay đổi từ những người nông dân làm công trở thành những người nông dân làm chủ nhưng đã khuyến khích được nông dân và nâng cao năng suất. Cuộc cải cách ở thành thị bắt đầu vào năm 1985 đã tạo động lực mạnh cho công nhân. Đây có phải là điều mà ông muốn ám chỉ trong cụm từ "giải phóng sức lao động"?

Ông Wen: Các nhà kinh tế nước ngoài không hiểu làm thế nào mà 400 tỷ USD đầu tư nước ngoài có thể tạo ra sự tăng trưởng kinh tế mức cao trong một đất nước rộng lớn như Trung Quốc. Đó là lý do tại sao họ nghi ngờ rằng con số tăng trưởng kinh tế của Trung Quốc bị thổi phồng. Họ xem xét rất kỹ một yếu tố rất quan trọng đó là sự giải phóng sức lao động. Họ tính toán dựa trên sự giải phóng sức lao động tiềm năng. Không có cách nào để 400 tỷ USD có thể tạo ra tốc độ tăng trưởng cao như thế. Nhưng nguồn nhân lực của Trung Quốc trong quá khứ là chưa đủ. Bên cạnh dòng vốn đầu tư, cũng cần có sự hỗ trợ của nguồn nhân lực.

Ông Fang: Việc động viên con người thực sự có thể cho kết quả không ngờ. Ông đã cho rằng giải phóng sức lao động là một yếu tố chủ chốt tạo nên sự phát triển nhanh của Trung Quốc. Nhưng các nhà kinh tế nước ngoài dường như đã lơ đi quan điểm đó.

Ông Wen: 400 tỷ USD không phải là quá lớn. Nhưng vốn đầu tư này là một yếu tố kích thích. Nhân dân Trung Quốc trước đây có mức sống thấp. Do đó khi một số người đột nhiên cho họ 100 USD thì họ có thể có được đời sống ấm no hơn. 100 USD này không chỉ kích thích nhu cầu vật chất mà còn kích thích nhu cầu dịch vụ. Chính các nhu cầu đó là động lực phát triển kinh tế. Vốn đầu tư nước ngoài đã tạo ra rất nhiều cơ hội. Nó tạo ra công ăn việc làm cho xã hội. Với lợi ích vật chất tốt hơn, họ sẽ làm việc chăm chỉ. Cuối cùng, khoản đầu tư 100 USD biến thành 500 USD. Ở Trung Quốc, sự ra đời của ngành dịch vụ rất đặc biệt. Ngành dịch vụ là ngành sử dụng nhiều lao động. Do đó, tác động của việc giải phóng sức lao động là rất hiển nhiên.

Ông Fang: Vốn đầu tư nước ngoài, xây dựng cơ sở hạ tầng và giải phóng sức lao động là ba yếu tố chính tạo ra một thị trường to lớn. Và một thị trường to lớn như thế thu hút nhiều vốn đầu tư nước ngoài, do đó tạo ra một chu trình tăng trưởng kinh tế cao.

Ông Wen: Hiện tại, thị trường Trung Quốc có một vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế thế giới. Nó là thị trường lớn thứ hai sau châu Mỹ. Người ta dự báo rằng Trung Quốc sẽ trở thành thị trường hàng đầu thế giới đối với nhiều loại sản phẩm trong vòng 5 năm tới. Cải cách kinh tế đã đem lại vốn đầu tư nước ngoài, sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng, sự xuất hiện của ngành dịch vụ và sự giải phóng sức lao động. Bốn yếu tố này tạo thành một thực thể, đó là cấu trúc kinh tế Trung Quốc hiện nay.

Trong khi thị trường này đang được hình thành, mô hình kinh tế cũng đang có sự thay đổi. Sự chuyển đổi theo hướng kinh tế thị trường ở Trung Quốc rất thành công. Không có đổ máu và không có sự phản đối từ hệ thống kinh tế cũ của nó. Nó là một sự chuyển đổi từng bước từ nền kinh tế cũ sang nền kinh tế mới.

Ông Fang: Ông đã từng viết cuốn sách: "Kinh nghiệm Đài Loan" và ông cũng đã nghiên cứu sự phát triển kinh tế của Trung Quốc. Theo ông cái gì là sự khác biệt và sự tương đồng giữa hai nền kinh tế?

Ông Wen: Con đường của Đài Loan sẽ khác với con đường của Trung Quốc. Thị trường Đài Loan không đủ lớn trong khi thị trường Trung Quốc quá lớn. Đó là lý do tại sao Trung Quốc sẽ đi trước tới xã hội mạng. Xã hội mạng là tự chủ và sự tiêu tốn nguồn lực ở mức thấp. Nền tảng công nghiệp ở Đài Loan tốt hơn và nó có thể mạnh về sản xuất công nghiệp. Do đó, Đài Loan sẽ tiếp tục tập trung và sản xuất công nghiệp, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất đòi hỏi vốn đầu tư lớn. Nó sẽ phải phụ thuộc vào việc xuất khẩu để tồn tại.

Đài Loan cần tìm ra một khu vực hỗ trợ. Sản phẩm của nó đang gặp phải sự cạnh tranh mạnh mẽ. Trung Quốc không phải chịu áp lực đó. Trung Quốc có một thị trường nội địa đủ lớn. Đài Loan thiếu một thị trường nội địa như thế. Nó đang chịu áp lực để sản xuất một sản phẩm có tính cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu. Do đó, mẫu hình phát triển của Đài Loan và Trung Quốc là khác biệt. Nhưng cơ cấu tiêu dùng có thể tương đồng. Cả hai nền kinh tế đều có thị trường Trung Quốc

và thị trường Đài Loan có thể là một phần của thị trường Trung Quốc đối với một số hàng tiêu dùng và dịch vụ.

3. Xung đột của ba nền văn minh

Ông Fang: Cơ cấu kinh tế Trung Quốc là nhiều mặt trong đó bạn thấy xã hội nông nghiệp, công nghiệp và xã hội mạng cùng tồn tại. Liệu sự tồn tại của cả ba xã hội này có cản trở sự phát triển của toàn thể xã hội không?

Ông Wen: Rất nhiều người không hiểu đầy đủ về Làn sóng thứ ba. Xã hội nông nghiệp và xã hội công nghiệp đối nghịch với nhau. Xã hội nông nghiệp là một xã hội mà con người kiếm sống bằng đôi bàn tay trong khi ở xã hội công nghiệp con người sử dụng trí óc để kiếm sống. Nền văn hoá của cả hai xã hội này thường xung đột lẫn nhau.

Khi những người ở nông thôn chuyển ra sống ở thành phố, họ đều có những băn khoăn lo lắng. Điều này là do xã hội công nghiệp rất lạ lùng và phức tạp đối với họ. Họ không biết liệu họ có thể thích ứng với xã hội đó được không. Nhưng để tồn tại và phát triển, họ phải thích ứng với một cách sống mới.

Xã hội thông tin hiện nay không có những vấn đề như thế. Người nông dân có thể liên lạc với thế giới và triển khai kinh doanh trong xã hội công nghiệp thông qua mạng viễn thông. Ba nền văn minh được hàm chứa trong xã hội mạng và thậm chí còn làm giảm bớt ranh giới giữa nền văn minh nông nghiệp và nền văn minh công nghiệp.

Giả sử bạn sống ở vùng nông thôn nhưng hy vọng có điện đến nhà bạn. Tuy nhiên, bạn phải rời quê hương ra thành

phổ nếu bạn muốn như thế. Trong xã hội mạng, bạn không phải làm như vậy. Mạng có thể chuyển đến cửa nhà bạn điều mà bạn muốn. Bạn không phải thay đổi cách sống nhưng bạn phải thay đổi cách thức tạo ra của cải vật chất. Cái mà xã hội mạng cho bạn, trong thực tế là một câu trả lời chứ không phải là xung đột. Tôi làm việc trên một cánh đồng nhưng cách sống của tôi không khác biệt nhiều so với những người sống ở thành phố. Tiêu chuẩn cuộc sống của tôi cũng tương tự như của họ.

Mạng là một đại dương thông tin và mọi người có quyền lựa chọn kết nối trực tuyến. Đó là lý do tại sao sự phân biệt giữa các nền văn minh khác nhau bị lu mờ trong một xã hội mạng.

Ông Fang: Liệu con người sống trong xã hội nông nghiệp có thể bỏ qua xã hội công nghiệp và đi thẳng vào xã hội mạng được không?

Ông Wen: Câu trả lời là được. Chỉ cần 20 phút để ai đó sống ở nông thôn tiếp cận được vào xã hội mạng. Rào cản vào xã hội mạng là rất thấp. Tương đương như vậy, rào cản từ một xã hội nông nghiệp chuyển sang xã hội công nghiệp thì cao hơn. Bạn phải đến trường học toán, vật lý và hoá học. Nhưng ở xã hội mạng, tất cả những gì bạn cần là 20 phút học cách vào mạng và lấy tri thức từ nguồn thông tin khổng lồ có sẵn trên đó. Một phóng viên một lần đã hỏi tôi mất bao nhiêu thời gian để người dân vùng Tây Bắc có thể hiểu được các ý tưởng của tôi. Bạn phải được chuẩn bị cho sự thay đổi tại mọi thời điểm. Xã hội mạng giống như một đại dương lớn. Chỉ cần

quay số 163 là bạn sẽ cười lên những lần sóng của nó. Nơi bạn sống ở đâu không còn là vấn đề nữa.

Ông Fang: Đối với một cá nhân, các rào cản vào xã hội mạng là tương đối thấp. Nhưng đối với một xã hội, một khu vực hoặc một đất nước thì các rào cản có lớn hơn không?

Ông Wen: Tất cả những gì mà chúng ta cần là điện thoại di động và máy tính PC. Xã hội không cần tiến hành những thay đổi lớn. Ví dụ, sự phát triển của xã hội công nghiệp vào những ngày đầu không tạo ra sự kỳ diệu. Cái được phát minh ra ra máy móc làm tăng năng suất lao động. Con người đã được hưởng rất nhiều lợi ích từ cuộc cách mạng công nghiệp. Một trong những lợi ích lớn là sự phát triển của máy móc đã làm tăng sản lượng nông nghiệp.

Ông Fang: Các nước nông nghiệp và các nước đang trong giai đoạn đầu của sự công nghiệp hoá có cơ hội ngang bằng trong xã hội mạng tương lai không?

Ông Wen: Điều này ám chỉ một vạch xuất phát mới. Con người trong xã hội nông nghiệp và công nghiệp đều muốn tiến đến xã hội mạng. Đây là vạch xuất phát cho mọi người và nó thật công bằng. Nếu không nhận thức được điều này, những khoản đầu tư mù quáng sẽ được triển khai. Tôi thường nói rằng nếu bạn mua 50 con bò để làm ruộng trong khi người khác đã chuyển sang dùng máy thì bạn đã đầu tư nhầm chỗ. Bạn không phải đầu tư vào các lĩnh vực sắp lạc hậu. Việc sử dụng máy Fax khá công kênh. Khi mọi người sử dụng thư điện tử thì bạn đã tụt hậu so với những người khác nếu bạn vẫn mua một máy Fax. Bạn sẽ lãng phí thời gian và tiền bạc.

Nếu bạn không sống trong thời đại công nghiệp trong đó bạn có một máy đánh chữ, máy Fax và một tủ hồ sơ thì bạn sẽ không mua chúng nếu bạn biết được xu hướng tương lai.

Khi chuyển từ một xã hội nông nghiệp sang một xã hội công nghiệp, chúng ta đã đi từ làn sóng này sang làn sóng kia. Nhưng kết quả thì chưa xác định. Chúng ta không cần phải đi theo đường đó từ bây giờ. Nếu công nghệ thông tin đã đến với chúng ta từ cách đây 300 năm thì mạng đã phát triển từ đó. Xã hội công nghiệp có thể đã không tồn tại.

Tiến sỹ Toffler nói rằng khi chúng ta nhìn lại lịch sử 1.000 năm kể từ ngày hôm nay chúng ta sẽ phân vân tại sao chúng ta đã xây dựng nhiều tòa nhà cao tầng đến thế để rồi sau đó lại bỏ hoang. Từ quan điểm lịch sử, xã hội công nghiệp có thể là thừa. Do đó, một đất nước nông nghiệp không nhất thiết phải trải qua xã hội công nghiệp. Bất kể chúng ta đang ở giai đoạn nông nghiệp hay công nghiệp thì mục tiêu cuối cùng của chúng ta là xã hội mạng.

4. Kỷ nguyên cung lớn hơn cầu

Ông Fang: Các nhà kinh tế và doanh nhân ở Trung Quốc cảm thấy rằng Trung Quốc cần trở thành một trung tâm sản xuất của thế giới. Ông có nghĩ rằng đây là sự lựa chọn sai lầm không?

Ông Wen: Tôi cho rằng đó là một sai lầm. Trung Quốc vẫn chưa phải là một thị trường bão hoà. Doanh số bán tủ lạnh và điều hoà nhiệt độ còn cao. Nhu cầu thị trường lớn đã dẫn đến sự phát triển của ngành sản xuất công nghiệp.

Nhưng từ quan điểm toàn cầu, cung đã vượt cầu dẫn đến sự cạnh tranh quyết liệt. Các quốc gia phát triển đã chuyển các nhà máy của họ tới những nơi có giá thành lao động thấp hơn. Điều này đem lại sự hình thành ngành sản xuất công nghiệp ở các nước đang phát triển. Cơ chế này đẩy nhanh tốc độ sản xuất và do đó sẽ nhanh chóng đạt tới điểm bão hoà. Vấn đề cung lớn hơn cầu sẽ càng tồi tệ hơn. Tiến tới xã hội công nghiệp rõ ràng là một sai lầm.

Vào năm 1990, 49% người Mỹ đã tham gia vào sản xuất nông nghiệp để nuôi sống nước Mỹ. Vào năm 1999, chỉ 1,9% dân số tham gia sản xuất nông nghiệp để nuôi sống nước Mỹ và một phần lớn sản lượng nông nghiệp được xuất khẩu. Điều này có nghĩa là không cần nhiều người cho nông nghiệp. Tương tự như vậy với xã hội công nghiệp. Trong quá khứ cần rất nhiều công nhân. Nhưng ngày nay, một số lượng ít hơn công nhân có thể làm được cùng một việc đó. Dịch chuyển trọng tâm sang sản xuất công nghiệp và nghĩ rằng những người khác sẽ không tham gia vào sản xuất công nghiệp không phải là tầm nhìn dài hạn. Tôi đã từng cảnh báo về vấn đề cung lớn hơn cầu ở Trung Quốc.

Ông Fang: Nếu Trung Quốc chuyển từ một nền kinh tế truyền thống dựa trên khu vực sản xuất công nghiệp sang nền kinh tế mạng thì đó sẽ là một sự chuyển đổi khó khăn phải không?

Ông Wen: Các cơ hội do mạng tạo ra vượt xa so với mong đợi của chúng ta. Chúng ta chưa bao giờ thấy mạng là một yếu tố sản xuất cũng như chưa bao giờ chúng ta coi dịch vụ là một

ngành sản xuất. Vấn đề nan giải không phải là sản xuất mà là liệu chúng ta có thể thoả mãn nhu cầu của con người không. Trước đây nó là một nền kinh tế thị trường. Ngày nay, nó là nền kinh tế tiêu dùng trong đó sự thoả mãn của người tiêu dùng là quan trọng. Nó không phải là việc sản xuất một sản phẩm có giá trị với mức chi phí thấp. Chừng nào chúng ta còn thoả mãn khách hàng thì đó chính là giá trị.

Tôi vừa trở về từ Nhật Bản, nơi có nhiều siêu thị lớn đang phải đóng cửa. Người ta thấy rằng ngày nay nhiều thanh niên không đến siêu thị. Họ đã bị các hoạt động khác lôi cuốn. Trước đây, họ thường cảm thấy thích thú trong việc mua sắm. Ngày nay, họ thích tán gẫu với bạn bè qua mạng Internet và do đó ít đi đến các siêu thị hơn. Điều này có nghĩa là con người đang mua ít hàng hoá hơn. Mặt khác, việc tiêu thụ hàng hoá mà không cần sờ thấy, nhìn thấy ngày càng tăng.

Ông Fang: Tiêu thụ vô hình đang tăng lên còn tiêu thụ hữu hình đang giảm xuống. Đó là một mất nhất thời hay một xu hướng?

Ông Wen: Các sản phẩm vô hình như tán gẫu hoặc xem tivi có thể tiêu tốn vài giờ của tôi. Điều đó có thể tiêu tốn thời gian mà đáng lẽ tôi giành cho việc ăn uống và mua sắm. Sự tiêu thụ vô hình đã thay thế sự tiêu thụ hữu hình. Sự tiêu thụ vô hình như thế đã tạo ra nhiều việc làm và cơ hội kinh doanh. Như vậy, các sản phẩm hữu hình sẽ đạt tới điểm bão hoà. Trong quá khứ chúng ta thường mua rất nhiều đồ dùng. Ngày nay chúng ta mua máy tính PC. Khi nhu cầu mua máy

tính PC tăng lên, nhu cầu mua máy Fax giảm xuống. Tổng nhu cầu trên thế giới không tăng. Nếu bạn muốn phát triển ngành sản xuất công nghiệp, bạn sẽ nhận thấy rằng không còn nhiều thứ có thể sản xuất được. Con người đang tiến về hướng tiêu thụ vô hình và sử dụng dịch vụ.

Ông Fang: Trong thực tế, nhu cầu tiêu thụ hữu hình ở Trung Quốc là chưa đủ trong khi nhu cầu tiêu thụ vô hình lại đang tăng nhanh. Có phải ý của ông là như vậy không?

Ông Wen: Thật bình thường khi việc cung cấp hàng hoá hữu hình ở Trung Quốc vượt quá nhu cầu. Rất nhiều người vẫn còn đặt hy vọng vào thị trường Trung Quốc. Mọi người không thể đợi đến khi Trung Quốc trở thành thành viên WTO bởi vì họ nghĩ rằng đó là một thị trường lớn. Trong thực tế, 70% sản phẩm của Trung Quốc đã ở tình trạng cung vượt cầu. Với viễn cảnh này, chúng ta không thể tiếp tục dựa vào việc sản xuất hàng hoá hữu hình để giải quyết vấn đề thiếu việc làm. Nguồn việc làm mới phải đến từ việc cung cấp các dịch vụ như đào tạo từ xa, y tế từ xa. Mạng sẽ tạo ra các ngành dịch vụ mới mà trước đây có vẻ như không có giá trị. Đồng thời, các ngành đó sẽ đem lại nhiều cơ hội việc làm mới.

Ông Fang: Một số hãng sản xuất truyền thống ở Trung Quốc cho rằng họ không biết làm thế nào để mạng có thể tạo ra của cải vật chất và không thấy có lý do gì để họ phải chuyển sang nền kinh tế mạng. Hai vấn đề này có thể được giải quyết như thế nào?

Ông Wen: Tôi nghĩ rằng vấn đề lớn nhất ở đây là hệ thống thanh toán. Rất nhiều người nói rằng họ không thể

nhận được tiền thanh toán qua Internet. Đó là vấn đề nan giải đầu tiên mọi người gặp phải trên mạng. Nếu tôi in một cuốn sách, tôi có thể bán nó lấy tiền. Nhưng tôi không thể nhận được tiền thanh toán nếu tôi đưa cuốn sách đó lên mạng Internet. Điều này không chỉ xảy ra ở Trung Quốc. Nó cũng xảy ra ở Mỹ. Khi bạn gọi điện thoại, bạn phải trả tiền. Khi bạn gọi qua mạng Internet, bạn không cần trả tiền. Điều này là do công ty viễn thông có một hệ thống cước. Cả điện thoại và mạng đều cung cấp các dịch vụ vô hình. Do đó vấn đề của một hệ thống thanh toán trên mạng cần được nhanh chóng giải quyết. Điều này liên quan đến các chính sách của một đất nước.

Ở Nhật Bản, công ty điện thoại thay mặt mạng chấp nhận thanh toán. Nếu bạn truy nhập vào trạm Web của tôi và tạo ra một doanh thu điện thoại gia tăng thì công ty mạng và công ty điện thoại sẽ chia sẻ khoản doanh thu gia tăng đó. Nếu không có hệ thống thanh toán phù hợp thì không thể làm được điều gì cả. Rất nhiều nơi đang cố gắng giải quyết vấn đề này. Tại sao chúng ta không trả tiền cho việc truy nhập vào mạng Internet?

Ông Fang: Trung Quốc có thể gia nhập WTO trong năm nay. Các nhà kinh tế Trung Quốc và giới kinh doanh đang lo ngại rằng điều này sẽ dẫn đến sự cạnh tranh khốc liệt trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp. Từ quan điểm của ông, Trung Quốc không cần tập trung vào sản xuất công nghiệp. Điều đó có nghĩa là mọi người không cần lo ngại quá nhiều đối với sự cạnh tranh?

Ông Wen: Đúng vậy. Trung Quốc có những cơ hội tốt hơn Mỹ bởi vì Mỹ đã là xã hội công nghiệp quá lâu rồi. Họ thông minh hơn. Trong vòng 20 năm qua, họ đã cố gắng tối đa để đổ rác thải sản xuất ra khỏi nước mình. Nhật Bản cũng đã ở trong xã hội công nghiệp rất lâu. Nhưng họ rất thích sản xuất. Cuối cùng nền kinh tế Nhật Bản bị trượt dốc.

Việc gia nhập WTO có nghĩa là chấp nhận luật chơi chung. Chúng ta không nên nhìn nhận việc gia nhập WTO quá nghiêm trọng. Tình trạng toàn cầu sẽ vẫn như vậy. Vấn đề cung lớn hơn cầu về lương thực và hàng hoá công nghiệp sẽ không thay đổi. Trong khoảng thời gian ngắn sau khi gia nhập WTO, sẽ có một yếu tố kéo.

Trong xã hội mạng, chúng tôi thấy rằng sản xuất trong xã hội công nghiệp và nông nghiệp đang trong tình trạng cung lớn hơn cầu. Cách duy nhất để giúp đỡ con người đi đến một cuộc sống tốt đẹp hơn là phát triển một nền kinh tế mới trong xã hội mạng. Nền kinh tế thị trường được điều chỉnh bởi các quy định sản xuất cơ bản. Nó là sự trao đổi hàng hoá hữu hình. Nhưng nền kinh tế mới là mối quan hệ trực tiếp giữa các cá nhân. Trí tuệ của tôi thoả mãn bạn và trí tuệ của bạn làm thoả mãn tôi. Đây là sự khác biệt lớn nhất giữa nền kinh tế mới và nền kinh tế thị trường.

5. Năm điểm phát triển miền Tây

Ông Fang: Chính phủ Trung Quốc đã tập trung vào việc phát triển miền Tây. Theo ông việc phát triển miền Tây có nên đi theo con đường công nghiệp hoá không?

Ông Wen: Ý tưởng chung cho việc phát triển miền Tây là đúng. Trong khi một nước đang trong giai đoạn phát triển, chính phủ của nó không thể cho phép có sự cách biệt thu nhập quá lớn giữa các khu vực khác nhau. Nhưng khu vực miền Tây có thể được phát triển như thế nào? Chuyến tham quan nghiên cứu của tôi đến khu vực này đã giúp tôi có một số ý tưởng.

Một là, chúng ta luôn sử dụng mô hình phát triển khu vực miền Tây nước Mỹ làm bài học cho khu vực miền Tây Trung Quốc. Tôi không đồng ý với quan điểm đó. Miền Tây nước Mỹ đã được phát triển với việc vận chuyển bằng ngựa, súng và quần gín. Đối với miền Tây Trung Quốc, chúng ta sử dụng các công cụ hiện đại như điện thoại di động và máy tính. Sự khác biệt trong quan điểm là hai khu vực được phát triển và công cụ được sử dụng để loại bỏ bất kỳ sự tương đồng nào giữa hai khu vực.

Thứ hai là, chúng ta không cần đến 50 năm để phát triển miền Tây. Chúng ta chỉ cần 10 năm. Hãy nhìn vào Thượng Hải. Cách đây vài năm, nó còn tụt hậu so với phần còn lại của thế giới. Nhưng mọi thứ đã thay đổi trong vài năm ngắn ngủi. Nếu khu vực miền Tây được giành cho 50 năm để phát triển thì không ai chịu nhận trách nhiệm đó.

Thứ ba là, miền Tây không thể theo đuổi con đường công nghiệp hoá của miền Đông. Sự thành công của công nghiệp hoá ở miền Đông là do nó gần biển. Công nghiệp hoá là sản xuất hàng hoá hữu hình tức là cần có vận chuyển. Nếu các

ngành công nghiệp mất lợi thế cạnh tranh được chuyển về miền Tây thì chi phí vận chuyển sẽ vượt quá lợi thế chi phí nhân công rẻ ở đó.

Thứ tư, một thành phố chính phải được phát triển. Ô-xtrây-li-a lớn hơn miền Tây Trung Quốc. Nó có 6 thành phố chính và khoảng 30 thành phố nhỏ. Miền Tây Trung Quốc cũng cần phát triển một thành phố chính để tập trung các ngành công nghiệp và nhập khẩu. Điều này sẽ làm giảm chi phí.

Thứ năm, có ba nguồn lực cho phát triển miền Tây, đó là các nguồn tài nguyên bề mặt, các nguồn tài nguyên ngầm và nguồn nhân lực. Khi chúng ta nói về phát triển một khu vực, chúng ta thực tế nói đến sự phát triển của ba nguồn lực này. Nhưng các nguồn lực quan trọng nhất là nguồn tài nguyên ngầm đòi hỏi một kế hoạch phát triển trên quy mô lớn được nghiên cứu kỹ lưỡng và thực tiễn. Tôi nói với mọi người rằng cách nhanh nhất là phát triển nguồn nhân lực và nguồn tài nguyên bề mặt. Nhưng nguồn tài nguyên ngầm sẽ cho những lợi ích lớn nhất xét về mặt dài hạn.

Ông Fang: Nông nghiệp trước đây đã từng phát triển rực rỡ ở miền Tây. Nhưng các nguồn tài nguyên bề mặt đã tác động xấu đến nó. Nguồn nước cạn dần, đất đai bạc màu và bỏ hoang là những vấn đề nghiêm trọng.

Ông Wen: Khi chúng ta nói về các nguồn tài nguyên bề mặt, nhiều người sẽ nghĩ tới nông nghiệp. Nhưng sẽ rất khó tạo ra sự thịnh vượng ở miền Tây nhờ nông nghiệp. Lượng

cung sản phẩm nông nghiệp đã vượt cầu và khoảng cách vận chuyển quá dài. Do đó, nông nghiệp ở miền Tây mất lợi thế. Việc chăn nuôi gia súc quá mức cũng đã dẫn đến những điều kiện đất đai không thuận lợi.

Nhưng điều mà miền Tây có được là tiềm năng du lịch. Đất đai rộng lớn với nhiều thắng cảnh. Khi vấn đề giao thông hàng không được giải quyết thì tiềm năng du lịch sẽ được khai thác tốt.

6. Năm khái niệm về nền văn minh mới

Ông Fang: Rất nhiều dự báo của Tiến sỹ Toffler dựa trên học thuyết Làn sóng thứ ba của ông đã được khẳng định là chính xác. Toffler không đưa ra thêm dự báo nào về giai đoạn mà xã hội mạng đã thực sự hình thành và những tác động của nó. Quan điểm của ông về vấn đề này như thế nào?

Ông Wen: Tôi có quan điểm riêng của tôi về sự phát triển tương lai của nền văn minh mạng. Đối với nền kinh tế mới, tôi đã đưa ra 5 khái niệm, đó là: vốn đầu tư nước ngoài mới, các doanh nghiệp mới, công việc mới, giáo dục mới và quyền sở hữu mới.

Ông Fang: Trung Quốc đang cố gắng "nâng cao tiêu chuẩn để thu hút vốn đầu tư nước ngoài". Ông đã đề cập đến khái niệm về vốn đầu tư nước ngoài mới. Vốn đầu tư nước ngoài mới này đem đến cái gì?

Ông Wen: Đây là một khái niệm mới. Trung Quốc trước đây đã từng mời các nhà đầu tư nước ngoài vào với vốn đầu tư nước ngoài và các dự án nước ngoài. Phương pháp cũ này cần thay đổi. Khi nền kinh tế Trung Quốc trở nên phát triển

và nguồn tài năng trong nước đã được đào tạo tốt hơn, Trung Quốc cần có kế hoạch và trình bày các dự án ưa thích của chính họ cho các nhà đầu tư nước ngoài. Khi thu hút vốn đầu tư nước ngoài, nguồn tri thức đi theo là vô cùng quan trọng. Các nhà đầu tư không chỉ cung cấp vốn. Họ cũng có thể cho bạn nhiều ý kiến tư vấn tốt.

Ông Fang: Ở Trung Quốc, các doanh nghiệp liên quan đến Internet được gọi là các doanh nghiệp mới. Các doanh nghiệp này phát triển với tốc độ cao. Nhưng họ cũng chết rất nhanh. Đó là lý do tại sao nhiều người vẫn còn nghi ngờ về việc biến các doanh nghiệp này trở thành trụ cột của nền kinh tế Trung Quốc. Quan điểm của ông về vấn đề này như thế nào?

Ông Wen: Các doanh nghiệp mới của tôi ám chỉ các doanh nghiệp được xây dựng trên mạng. Trong 20 năm qua, các doanh nghiệp có lợi nhuận lớn nhất là những doanh nghiệp tham gia vào xây dựng cơ sở hạ tầng các ứng dụng mạng mới. Hãy lấy siêu thị Sear của Mỹ làm ví dụ. Nó đã được thành lập khoảng 100 năm và giá trị của nó đạt khoảng 20 tỷ USD. Chuỗi siêu thị lớn nhất thế giới Wal-Mart được thành lập năm 1980. Giá trị thị trường của nó cũng đạt 20 tỷ USD. Yahoo, được thành lập cách đây 5 năm mà đã có giá trị 70 tỷ USD.

Trung Quốc đang gặp tình thế tiến thoái lưỡng nan, đó là phải chấp nhận các doanh nghiệp mới hoặc phải duy trì các doanh nghiệp cũ. Một sự tin tưởng chung là các doanh nghiệp mới giống như nền kinh tế bong bóng xà phòng và tạo

ra các thái cực không tin cậy cho nền kinh tế. Các doanh nghiệp mới không thể cứu đất nước và do đó các doanh nghiệp mới phải tiếp tục làm chủ lực. Tôi không đồng ý với ý kiến trên.

Trung Quốc nhấn mạnh việc cải cách doanh nghiệp nhưng đã mất rất nhiều thời gian. Mặc dù đã có một sự thay đổi tốt hơn nhưng kết quả không rõ ràng. Một lượng lớn tiền và nguồn lực đã được đầu tư. Nhưng đã có ai tính toán xem việc đầu tư đó có đạt kết quả xứng đáng không? Các doanh nghiệp mới đang phát triển nhanh trong nền kinh tế mới. Nếu chúng ta nuôi dưỡng những doanh nghiệp này từ bây giờ thì một nhóm các doanh nghiệp lớn sẽ xuất hiện trong vòng 5 năm tới. Nếu các doanh nghiệp mới và các ngành kinh tế mới nhẩy lên được đoàn tàu tốc hành của nền kinh tế mới thì sự tăng trưởng sẽ rất nhanh và các doanh nghiệp cũ cũng sẽ có động lực. Điều đó có thể làm cho Trung Quốc trở thành một trong những quốc gia tiên tiến nhất.

Ông Fang: Có phải sự ra đời của các doanh nghiệp mới đồng nghĩa với việc tạo ra các cơ hội việc làm mới?

Ông Wen: Không thực sự như vậy. Điều gì sắp xảy ra với các doanh nghiệp cũ? Bỏ đi các doanh nghiệp truyền thống để nuôi dưỡng các doanh nghiệp mới có thể đem lại lợi ích của khoảng 10% dân số. Nhưng 90% số người còn lại sẽ cảm thấy khiếp sợ. Tuy nhiên, chúng ta không thể duy trì các doanh nghiệp mới đang uể oải để đảm bảo công ăn việc làm. Chúng ta phải tìm kiếm các cơ hội việc làm mới trong nền kinh tế mới và tạo ra một hệ thống công việc mới mà cả

những người già và thanh niên đều có thể thích ứng. Trong quá khứ, điều này là không thể nhưng nền kinh tế mới đang biến đổi đó trở thành hiện thực. Khi nhu cầu của con người phát triển đa dạng, các cơ hội việc làm mới sẽ cũng lên cao. Cuối cùng chỉ là vấn đề bạn nhận thấy sự thay đổi và chớp được cơ hội hay không.

Ông Fang: Vấn đề đau đầu nhất đối với các công ty Internet ở Trung Quốc là thiếu kinh nghiệm. Những tài năng Internet sẽ đến từ ba nguồn: các doanh nghiệp truyền thống, các chuyên gia máy tính và các kỹ thuật viên, nhân viên truyền thông. Tôi là nhìn thấy lỗ hổng kiến thức về Internet của sinh viên của các trường đại học hàng đầu. Nhưng tôi cảm thấy rằng nền giáo dục mới mà ông đề cập tới giống với một cách sống hơn là một hình thức giáo dục.

Ông Wen: Nền giáo dục mới mà tôi đang đề cập tới là một cách thức học tập mới. Chúng ta không phải thay đổi hệ thống giáo dục cũ. Trong một thời đại tốc độ cao, mọi người phải liên tục học tập. Mục đích là học tri thức mới và nắm bắt được các bí quyết kỹ thuật mới. Con người không cần thiết phải có bằng đại học.

Nền văn minh mạng đã đem đến sự học hành tức thời, mọi lúc, mọi nơi. Khi một người bỏ việc, chúng ta lo ngại cho anh ta bởi vì kỹ năng của anh ta không được sử dụng nữa. Nhưng nhu cầu đó sẽ không còn cần thiết nữa. Trong nền kinh tế mới, một cá nhân có thể làm việc một năm và sau đó đi học trong ba năm trước khi quay về làm việc một năm nữa. Lương anh ta thu được trong năm cuối cùng làm việc có

thể vượt quá mức thu nhập mà đáng lẽ anh ta có thể thu được trong bốn năm liên tục.

Hệ thống giáo dục mà xã hội công nghiệp quen thuộc là 16 năm học ở trường, 40 năm làm việc và về hưu ở tuổi 60. Nền kinh tế mới sẽ khác. Nếu một năm làm việc có thể đảm bảo cuộc sống cho tôi trong năm năm tiếp theo thì tôi sẽ dành ba năm đi học một cái gì đó mới mẻ và làm việc một năm. Cái mà tôi kiếm được trong vòng một năm làm việc có thể vượt quá cái mà tôi có thể kiếm được trong vòng 10 năm qua. Hoặc, tôi có thể làm việc vào buổi sáng và nghiên cứu vào buổi chiều. Đây là nền giáo dục mới.

Ông Fang: Quyền sở hữu là một yếu tố chủ chốt trong nền kinh tế cũ. Trong xã hội Làn sóng thứ ba thì quyền sở hữu sẽ như thế nào?

Ông Wen: Trong xã hội ruộng đất, đồng ruộng là tài sản quan trọng nhất. Trong xã hội công nghiệp, tài sản quan trọng nhất của bạn có thể là tài sản cố định, tiền mặt, cổ phiếu hoặc các vật thể chấp khác. Trong thời đại mạng, tri thức là tài sản quan trọng nhất. Trung Quốc đã không coi trọng quyền sở hữu. Nó cũng giống như là bỏ quyền đó đi. Có thể sẽ đến ngày mà bạn phải trả tiền cho mọi thứ bạn làm trong thời đại mạng. Internet sẽ ngăn cản sự chuyển động của bạn. Nếu bạn vi phạm quyền sở hữu thì bạn sẽ không có lối thoát. Internet sẽ làm cho xã hội trở nên ngày càng minh bạch hơn.

Ông Fang: Trong hai năm qua, Tiến sỹ Toffler đã không giải thích đầy đủ về mạng. Có phải ông đã khắc sâu học thuyết của ông ta vào trong các nghiên cứu của ông về các vấn đề mà mạng gặp phải?

Ông Wen: Tiến sỹ Toffler là một nhà khoa học trong lĩnh vực nghiên cứu về xu hướng tương lai. Trong chuyến thăm Mỹ gần đây của tôi, ông đã chia sẻ với chúng tôi những gì ông đã dự báo về tương lai vào năm 2030. Xã hội mạng mà ông dự báo đã hình thành trong 5 năm vừa qua. Nhưng Tiến sỹ Toffler cảm thấy sự ra đời của xã hội mạng chỉ là phần đầu của Làn sóng thứ ba. Phần sau sẽ là thời đại của khoa học sự sống và kỹ thuật mã di truyền. Ông đã chia Làn sóng thứ ba thành hai phần. Phần thứ nhất là xã hội mạng. Phần thứ hai là việc tìm kiếm của con người để mở rộng sự sống. Đó sẽ là xã hội di truyền.

Về mặt không gian, đâu là nơi mà con người sẽ sống trong thời đại mạng. Cuộc đàm luận của tôi với Tiến sỹ Toffler đã đưa đến kết luận rằng thời đại mạng vượt qua các giới hạn về không gian và thời gian. Con người có thể sống ở bất kỳ nơi nào họ muốn.

Chúng ta cũng đã tiếp cận đến Làn sóng thứ tư. Đó là khi con người rời khỏi trái đất.

Nghiên cứu của Tiến sỹ Toffler là rất vĩ mô bởi vì ông có suy nghĩ rất sâu sắc. Tôi chỉ đơn thuần chuyển học thuyết của ông về mức thực tiễn. Tôi đã sử dụng học thuyết của ông làm cơ sở cho công việc thực tế của tôi, chủ yếu là trong việc nghiên cứu và truyền bá các ý tưởng của tôi. Mục đích của tôi là chúng ta sẽ tiến lên và tránh phải hồi tưởng lại quá khứ. Điều đó sẽ giúp cho chúng ta tránh khỏi những quyết định sai lầm.

MỤC LỤC

| | |
|---|----|
| <i>Lời nói đầu</i> | 5 |
| Chương 1: Kỷ nguyên bùng nổ mạng | 7 |
| 1. Thế kỷ mới là thế kỷ của thương mại điện tử..... | 9 |
| 2. Các làn sóng văn minh | 10 |
| 3. Cấu trúc của nền văn minh..... | 18 |
| 4. Hệ thống tạo ra của cải vật chất mới | 21 |
| Chương 2: Hành trình doanh nhân | 29 |
| 1. Các doanh nhân thế hệ thứ nhất | 31 |
| 2. Các doanh nhân thế hệ thứ hai..... | 32 |
| 3. Các doanh nhân thế hệ thứ ba | 35 |
| 4. Các doanh nhân thế hệ thứ tư..... | 39 |
| Chương 3: Biến ước mơ và ý tưởng thành hiện thực | 43 |
| 1. Tương lai của thương mại điện tử..... | 44 |
| 2. Thương mại điện tử là thương mại | 54 |
| 3. Số hoá các dòng thông tin, tiền tệ và hàng hoá | 55 |
| 4. Các loại thương mại điện tử..... | 60 |
| 5. Vai trò của Chính phủ..... | 66 |
| Chương 4: Mười tác động lớn của thương mại điện tử | 69 |
| 1. Phá vỡ các giới hạn của không gian và thời gian..... | 73 |

| | |
|---|------------|
| 2. Quan hệ trực tiếp giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng..... | 77 |
| 3. Giảm đáng kể sự phỏng đoán..... | 80 |
| 4. Từ những sự lựa chọn hạn chế đến các yêu cầu hạn chế..... | 82 |
| 5. Tác động của bất động sản đối với kinh doanh..... | 85 |
| 6. Thương mại quốc tế giữa các cá nhân..... | 87 |
| 7. Cuộc cách mạng tiếp thị của các sản phẩm và dịch vụ số hoá..... | 90 |
| 8. Sự biến đổi của các ngân hàng truyền thống..... | 92 |
| 9. Cuộc viễn thông sẽ là khoản thu lớn nhất của Chính phủ..... | 95 |
| 10. Các luật và quy định mới cần ban hành ngay..... | 97 |
| Chương 5: Dừng để tuột mất cơ hội kinh doanh..... | 99 |
| 1. Sắp kết thúc giai đoạn trứng nước của thời đại mạng..... | 100 |
| 2. Chìa khoá dẫn đến thương mại điện tử thành công..... | 104 |
| 3. Tất yếu là $E + T > T$ | 106 |
| 4. Một động lực mạnh..... | 110 |
| 5. Giành được khách hàng với tốc độ nhanh nhất..... | 113 |
| Phân Phụ lục..... | 119 |
| Phụ lục 1: Dân số Internet và 10 cổng thông tin hàng đầu..... | 120 |
| Phụ lục 2: Những xu hướng mới của Trung Quốc..... | 126 |

TƯƠNG LAI CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Chịu trách nhiệm xuất bản
LƯU ĐỨC VĂN

Biên tập : ĐÀO THỊ MINH - TRẦN TUYẾT ANH
Chế bản : VŨ HỒNG NHUNG
Sửa bản in : TRẦN TUYẾT ANH
Trình bày bìa : VŨ HỒNG NHUNG

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Trụ sở : 18 Nguyễn Du, TP. Hà Nội
Điện thoại : 04-9430202, 04-9435416 **Fax:** 04-9431285
E-mail : bientap@hn.vnn.vn
Chi nhánh : 27 Nguyễn Bình Khiêm, Quận I, TP. Hồ Chí Minh
Điện thoại : 08-9100925 **Fax:** 08-9100924
E-mail : chinhanh-nxbbd@hcm.vnn.vn

In 800 cuốn, khổ 14,5 x 20,5 cm tại Công ty In Khoa học Kỹ thuật
Số xuất bản: 1088/4/XB-QLXB ngày 23/9/2002
In xong và nộp lưu chiểu tháng 12 năm 2002.

NHÀ XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Trụ sở chính: 18 Nguyễn Du - Hà Nội

Điện thoại: 04 9435416 - 04.9431283 Fax: 04 9431283

E-mail: bientap@hn.vnn.vn

Chi nhánh: 27 Nguyễn Bình Khiêm - Quận 1 - TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 08 9100925 Fax: 08.9100925

E-mail: chinhanh-nxbbd@hcm.vnn.vn

MỜI CÁC BẠN ĐÓN ĐỌC

1. QUẢN TRỊ KINH DOANH TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
2. GIÁO TRÌNH KINH DOANH QUỐC TẾ
3. QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC TRONG DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG
4. DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRONG KINH DOANH BƯU CHÍNH - VIỄN THÔNG
5. TÌM HIẾU MẠNG VÀ DỊCH VỤ W-CDMA (3G)
6. HỎI - ĐÁP SỬ DỤNG DỊCH VỤ ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG GSM
7. CÁC PHƯƠNG PHÁP DỰ BÁO TRONG BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG
8. DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH - VIỄN THÔNG VÀ THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN
9. ĐÀO TẠO TỬ XA - PHƯƠNG THỨC ĐÀO TẠO CỦA HIỆN TẠI VÀ TƯƠNG LAI

Giá: 18.900 đ