**E-procurement**

E-procurement có nghĩa là mua hàng điện tử, được biết đến vào năm 1980 dưới sự phát triển của trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), khi các thông tin, dữ liệu giữa các nhân sự trong và ngoài doanh  trao đổi thông qua các trang điện tử. Tại thời điểm này, E – Procurement chỉ đơn giản là việc giao nhận hóa đơn giữa nhà cung cấp và nhà thu mua thông qua Email. Đến năm 1990, EDI có những cải tiến khi phát triển những mục trực tuyến riêng, đặc biệt dành cho các nhà cung ứng.

E – Procurement khác với Ecommerce, đây là quy trình giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa nhà cung ứng với nhà thu mua. Mua hàng điện tử ngày nay bao gồm tất cả các hoạt động đều được thực hiện dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, từ tìm kiếm, lựa chọn nhà cung cấp đến đấu thầu, mua hàng, và quản lý dữ liệu, hợp đồng.

**Lợi ích của E – Procurement**

**Tạo mạng lưới kết nối với các đối tác**

E – Procurement tích hợp các thông tin cần thiết giữa các bên liên quan trong và ngoài chuỗi cung ứng nhất là trong hoạt động thu mua, giữa phòng thu mua với các nhà cung cấp. Thay vì phải tốn thời gian để đến từng địa điểm của nhà cung cấp để đàm phán thu mua, thì với E – Procurement, các nhà thu mua và nhà cung cấp có thể thương lượng ở bất kỳ nơi đâu nhờ vào mạng lưới trao đổi thông tin hiệu quả. Nhờ đó, doanh nghiệp cũng sẽ tiết kiệm được chi phí đi và rủi ro trong quá trình di chuyển.

**Rút ngắn quy trình mua hàng**

Mua hàng điện tử tự động hoá các quy trình mà trước đây các nhà thu mua phải làm bằng cách thủ công bao gồm tìm kiếm, đánh giá và chọn nhà cung ứng. Hệ thống E – Procurement cập nhật danh sách các nhà cung ứng đã đăng ký và thông qua quá trình kiểm duyệt chất lượng, và ghi nhận các loại chứng từ cần thiết như bằng sáng chế, giấy chứng nhận an toàn vệ sinh, môi trường, Bên cạnh đó là tự động hóa hoạt động soạn và gửi thư mời thầu, xin báo giá, Không những thế E – Procurement còn giúp đơn giản hóa quá trình quản lý nhà cung ứng.

**Hạn chế những vấn đề liên quan đến Pháp chế**

Việc gặp mặt trực tiếp nhiều nhà cung ứng có thể dẫn đến những vấn đề về mua chuộc, hối lộ, một trong những điều cấm kỵ trong mua hàng. Vì khi giao dịch qua các hệ thống trực tuyến, các nhà cung ứng sẽ cung cấp cùng một hồ sơ đấu thầu, và tuyệt đối các số liệu về giá sẽ được bảo mật. Nhà cung ứng nào có chính sách về giá tốt sẽ được cân nhắc hợp tác. Từ đó, tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng giữa các nhà cung ứng.

**Thách thức của việc ứng dụng E – Procurement**

**Thiếu nguồn nhân lực**

Để chuyển đổi và ứng dụng nền tảng E – Procurement một cách hiệu quả, khó khăn đầu tiên mà doanh nghiệp có thể gặp phải là thiếu nguồn nhân lực. Việc tập hợp được một đội ngũ có đủ kiến thức và kỹ năng triển khai và hệ thống hóa nền tảng Mua hàng điện tử là việc không hề đơn giản. Vì E – Procurement vẫn đang là một xu hướng thịnh hành, không quá nhiều doanh nghiệp đã chuyển đổi, nên việc thiếu nguồn nhân lực là điều không thể tránh khỏi.

**Khó khăn trong việc tìm nền tảng phù hợp**

Để lựa chọn một hệ thống E – Procurement phù hợp với từng ngành hàng cũng vô cùng khó khăn. Vì mỗi ngành hàng khác nhau sẽ có những đặc điểm và quy trình vận hành khác nhau. Hệ thống E – Procurement cần phải tương thích với quy mô và quy trình truyền thống của từng chuỗi cung ứng, để tạo lợi thế tối ưu cho doanh nghiệp.

Thách thức về chi phí:

Không thể phủ nhận những lợi ích mà Mua hàng điện tử mang lại. Tuy nhiên, để thực hiện quy trình chuyển đổi này, doanh nghiệp cần phải đầu tư một khoản chi phí không hề nhỏ cho nguồn nhân lực triển khai dự án, và chi phí cho việc mua nền tảng công nghệ điện tử. Bên cạnh đó là chi phí chạy thử trong khoảng thời gian đầu. Vì thế, khi muốn triển khai E – Procurement, các doanh nghiệp thường phải xem xét lại quy mô chuỗi cung ứng của mình, cần cân nhắc xem, việc triển khai Mua hàng điện tử có thực sự cần thiết, và giá trị mà nó mang lại có xứng đáng với những đầu tư ban đầu không.

**E-collaboration**

E-Collaboration là một thuật ngữ Kinh tế tài chính có nghĩa là Hợp tác điện tử. Quá trình giám sát, phê bình và hợp tác trong một dự án chương trình bằng cách sử dụng internet, email, các phần mềm quản lí nhóm .v..vv

**E-custom service**

E-custom service là dịch vụ khách hàng thương mại điện tử, nó cung cấp các dịch vụ hỗ trợ lâu dài cho khách hàng mua bán sản phẩm qua các nền tảng thương mại điện tử. Bên cạnh đó hỗ trợ cho các doanh nghiệp xử lý các vấn đề thường gặp của người tiêu dùng như:

+ Số lượng lớn dịch vụ và yêu cầu hỗ trợ

+ Các câu hỏi thường gặp liên quan đến sản phẩm, tiến trình và đổi trả

+ Quản lí nhiều kênh dịch vụ với thời gian phản hồi nhanh

Bên cạnh đó, trải nghiệm người dùng phải luôn được đặt lên hàng đầu. Nếu dịch vụ khách hàng thương mại điện tử tốt thì nó sẽ tạo nên cho chúng ta một thương hiệu tốt,