* Các bên tiến hành giao dịch trong EC không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không cần biết nhau từ trước.

Giải thích:

Về bản chất giao dịch trong EC là hoạt động trao đổi mua bán hàng hoá nhằm thoả mãn nhu cầu của các bên. Điều làm cho giao dịch trong EC khác với giao dịch truyền thống đó là các thao tác đều thực hiện tự động thông qua internet. Các bên giao dịch gián tiếp với nhau qua màn hình điện thoại hoặc máy tính. Việc thanh toán cũng được thực hiện một cách gián tiếp qua thanh toán online nên cả hai bên không cần biết nhau từ trước vẫn có thể giao dịch được một cách nhanh chóng, mọi lúc, mọi nơi.

VD: Khi lựa 1 món hàng trên shopee và thành toán bằng thẻ ngân hàng. Như vậy chúng ta đã thực hiện được một cuộc giao dịch với chủ shop mà không cần biết chủ shop là ai và cũng không tiếp xúc trực tiếp với chủ shop.

* EC được thực hiện trong một thị trường không biên giới (toàn cầu). Thương mại điện tử trực tiếp tác động tới môi trường cạnh tranh toàn cầu.

Giải thích:

Việc giao dịch trên EC đã phổ biến hơn bao giờ hết. Không cần ra khỏi nhà, chỉ cần một cú nhấp chuột, bạn có thể mua được những sản phẩm mình cần bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu, từ bất kì đâu trên thế giới.

Trong xã hội, việc mua hàng trực tuyến cũng có thể buộc các doanh nghiệp nhỏ phải đóng cửa, hoặc thay đổi hoàn toàn việc kinh doanh trực tuyến. Nó cũng thay đổi cách mọi người nhìn vào việc mua hàng và chi tiêu. Không chỉ vậy, EC ra đời nó cũng ảnh hưởng lớn đến thị trường việc làm. Nó tạo ra các vị trí việc làm mới, đòi hỏi trình độ về công nghệ cao hơn như như xuất, nhập dữ liệu, thiết kế website, bảo trì, xử lý thẻ tín dụng, bảo mật trên Internet, quảng cáo, marketing online,…

Thương mại điện tử và toàn cầu hóa trở nên gắn bó với nhau hơn, người mua và người bán đang gia tăng khả năng kết nối, do đó việc mua bán, giao dịch sẽ rất nhanh. Vì vậy, trong khi môi trường kinh doanh đầy biến động, các nhà quản lý chuỗi cung ứng cần phải xem xét các chiến lược phát triển mới để đối phó với những thay đổi nhanh chóng mà do tăng trưởng thương mại điện tử mang lại trong thị trường toàn cầu.

VD: Lùi về năm 2007 khi thương mại điện tử chưa thực sự được phổ biến ở Việt Nam, khi đó muốn đặt hàng từ nước ngoài chúng ta phải nhờ tới người thân ở hải ngoại. Hành trình để món hàng đó đến tay chúng ta cực kì gian nan và mất thời gian nhưng hiện nay việc đó đã trở nên đơn giản hơn nhờ thương mại điện tử. Các sàn thương mại điện tử luôn cạnh tranh với nhau để giành thị phần và cũng chính vì vậy khách hàng là người được hưởng lợi nhất vì chất lượng dịch vụ của các sàn thương mại điện tử ngày càng cao.