**Thương mại điện tử là gì**

* Theo nghĩa rộng, thương mại điện tử là việc sử dụng các mạng máy tính để nâng cao hiệu suất của tổ chức: Gia tăng lợi nhuận, chiếm thêm thị phần, cải thiện dịch vụ khách hàng, phân phối sản phẩm,...
* Nói ngắn gọn, thương mại điện tử bao gồm việc sử dụng công nghệ thông tin để gia tăng mức độ truyền thông và giao dịch với tất cả các bên liên quan với tổ chức. Những bên liên quan đó bao gồm khách hàng, nhà cung ứng, các cơ quan điều tiết của chính phủ, tổ chức tài chính, nhân viên và cả công chúng

**Các yếu tố để xem xét tổ chức có nên sử dụng internet**

* Đầu tiên, có bao nhiêu khách hàng đang có hoặc khách hàng tiềm năng đang sử dụng Internet?
* Thứ 2, mức độ thông tin sản phẩm
* 2 thông số trên có thể được kết hợp để cung cấp mô hình nhằm xác định những công ty nào nên sử dụng internet.

**Lý do nên sử dụng internet:**

* **Giảm thiểu 3 rủi ro nghiêm trọng: rủi ro về nhu cầu, rủi ro về đổi mới và rủi ro về sự thiếu hiệu quả**
* Rủi ro về nhu cầu: do sự thay đổi về nhu cầu hoặc sự thu hẹp các thị trường => có ít khách hàng muốn mua sản phẩm của doanh nghiệp hơn. Web sẽ giúp cho doanh nghiệp dễ tìm kiếm thị trường hơn và dễ tiếp cận khách hàng hơn, hay thậm chí các doanh nghiệp có thể trực tiếp sử dụng web để kinh doanh như Tiki, Lazada,...
* Rủi ro đổi mới: do sự thừa cung của sản phẩm và dịch vụ dẫn đến khách hàng trở nên sành điệu và khó tính hơn, vì vậy doanh nghiệp cần đổi mới liên tục để mang đến sự mới mẻ và khác biệt. Công cụ internet sẽ cung cấp môi trường để doanh nghiệp có thể tương tác với khách hàng dễ dàng hơn, từ đó biết được nhu cầu của khách hàng hoặc thậm chí là các ý tưởng hay mà khách hàng đưa ra để kịp thời đổi mới
* Rủi ro về sự thiếu hiệu quả: là sự thất bại trong việc theo kịp chi phí đơn vị của các đối thủ. Internet cho phép cắt giảm chi phí bằng cách phân phối càng nhiều thông tin càng tốt dưới hình thức điện tử.

**Miễn trung gian:**

Thương mại điện tử cung cấp nhiều cơ hội để tái định hình các phương thức kinh doanh truyền thống. Việc miễn trung gian, loại bỏ các trung gian như môi giới và đại lý, là một kết quả khả dĩ trong một số ngành công nghiệp. Miễn trung gian giúp cho các doanh nghiệp có thể dễ dàng tiếp cận khách hàng hơn qua các công cụ internet như trang web, từ đó giảm thiểu chi phí và giảm giá thành của sản phẩm khi đi qua trung gian như các đại lý.

Tuy nhiên phi trung gian không phải là 1 trường hợp nhị nguyên. Thay vào đó, nó được bật hoặc tắt cho một số liên kết trong mạng lưới giá trị. Ví dụ, một số người tiêu dùng có xu hướng thích giao dịch với các đại lý hơn. Mặc dù điều này có thể dẫn đến xung đột kênh và nhầm lẫn kênh, đó là một kết quả tất yếu về nhu cầu của người tiêu dùng để có sự lựa chọn tốt hơn

**Các chủ đề chính được nhắm đến:**

* Các mô hình, lý thuyết, ẩn dụ và các ví dụ mới mô tả thương mại điện tử và tác động của nó đối với hoạt động kinh doanh và xã hội
  + Các mô hình mới để tạo ra các hoạt động kinh doanh (thông qua Internet)
  + Các mô hình lai kết hợp các chiến lược Internet với các chiến lược kinh doanh truyền thống
  + Các hình thức hành vi con người mới (ví dụ: phòng chat, cộng đồng ảo)
  + Các hình thức hành vi người tiêu dùng mới (ví dụ: tìm kiếm thông tin trên mạng)
  + Chủ nghĩa hậu hiện đại và Web
* Mô tả độ tin cậy và tính bền vững của công nghệ nằm bên dưới nền Internet và thành phần đa phương tiện (Web)
* Mô tả cách các tổ chức có thể cạnh tranh trong thời đại ngày nay, với trọng tâm là phác thảo các chiến lược và chiến thuật thương mại điện tử
  + Internet tạo ra giá trị cho các tổ chức
  + Internet tăng cường chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng
* Dự đoán tương lai, đặc biệt là ảnh hưởng của công nghệ thông tin đối với các chiến lược kinh doanh và các hình thức kinh doanh trong tương lai (ví dụ như “Amazoning” (Amazon hóa) các ngành được lựa chọn
* Mô tả các xu hướng công nghệ sẽ xuất hiện trong tương lai
* Những cách thức giao tiếp mới với các bên liên quan và đánh giá hiệu quả truyền thông
* So sánh và đối chiếu Internet với các phương tiện truyền thông khác (ví dụ: TV và tờ rơi)
* Các đặc tính chính của Internet khiến nó trở thành một lực lượng cách mạng trong nền kinh tế (một thế lực hủy diệt sáng tạo)
  + Tốc độ chuyển tải thông tin và tốc độ của nền kinh tế ngày càng tăng > các giao dịch
  + Thời gian nén các chu kỳ kinh doanh
  + Ảnh hưởng của tương tác
  + Sức mạnh và hiệu quả của mạng
  + Các cơ hội cho toàn cầu hoá và cho các tổ chức nhỏ cạnh tranh
* Quan điểm đa ngành cần thiết để hiểu thương mại điện tử và những thay đổi mà nó tạo cảm hứng trong môi trường kinh tế. Ở đây, chúng tôi tập trung vào ba cách tiếp cận chuyên ngành:
  + Marketing, nghiên cứu marketing và truyền thông
  + Hệ thống thông tin quản lý
  + Chiến lược kinh doanh
* • Các yếu tố làm cơ sở cho các trang web và chiến lược web hiệu quả.
* Các loại tương tác mới của con người được tăng cường bởi Internet, chẳng hạn như:
  + Hội họp từ xa
  + Các cộng đồng thương hiệu (ví dụ: trang web dành cho chủ sở hữu Winnebago)
  + Phòng chat
  + Các cộng đồng ảo
* Chiến lược marketing mới cho việc định giá, quảng bá và phân phối hàng hoá và dịch vụ
* Trọng tâm của cuốn sách là chiến lược kinh doanh; vì vậy chúng tôi tập trung vào những hoạt động của con người (ví dụ như hành vi người tiêu dùng) có giao cắt với hoạt động kinh doanh. Một số ví dụ về các hành vi tiêu dùng mà chúng ta thảo luận bao gồm: các cộng đồng ảo; tìm kiếm thông tin tăng cường qua web; trao đổi e-mail (ví dụ như thông tin truyền miệng về sản phẩm, thư điện tử gửi trực tiếp đến các tổ chức); mua hàng trực tiếp của người tiêu dùng qua web (ví dụ: mua hoa, đĩa CD, phần mềm)