

**Câu 1: TMĐT là gì. Sự khác nhau khi tiếp cận thị trường trong thương mại truyền thống và TMĐT?**

*Khái niệm:*

TMĐT (E-commerce) là hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, đặc biệt là máy tính và mạng Internet

***Khả năng tiếp cận thị trường***

**Thương Mại Truyền Thống:**

- Tiếp cận thị trường ở các khu vực sẽ khó hơn
- Doanh nghiệp phải mở rộng cửa hàng, văn phòng, thuê nhiều nhân viên dẫn đến việc tăng thêm chi phí.
- Doanh nghiệp cũng bị hạn chế thời gian khi tiếp cận khách hàng.

**Thương Mại Điện Tử:**

- Doanh nghiệp có thể tiếp cận thị trường dễ dàng hơn
- Thông qua Internet khách hàng có thể truy cập vào cửa hàng online hoặc sàn thương mại để mua sản phẩm, giúp giảm được chi phí cho nhân viên.
- Việc mua bán, trao đổi không bị giới hạn thời gian, địa điểm.

**Câu 2: TMĐT là gì? Trình bày các đặc điểm chính của TMĐT. Phân tích tóm tắt lợi thế TMĐT so với Thương Mại truyền thống.**

**Đặc điểm của TMĐT**

- Phải dựa vào mạng máy tính và thông qua các thiết bị cũng như các phương tiện điện tử
- Có mối liên hệ với Thương mại truyền thống
- Thực hiện TMĐT đa dạng, phong phú

- Khái niệm mang tính lịch sử (vì thay đổi tư duy vận hành so với thương mại truyền thống)

### **Ưu điểm của Thương Mại Điện Tử so với Thương Mại Truyền Thống**

- Vượt qua giới hạn địa lý
- Giá rẻ
- Xác định vị trí sản phẩm nhanh hơn
- Tiết kiệm thời gian chi phí đi lại
- Cung cấp dịch vụ so sánh trực tuyến
- Cho phép thỏa thuận, giao dịch, phiếu giảm giá và mua theo nhóm
- Lượng thông tin dồi dào
- Tạo mục tiêu truyền thông
- Hoạt động mọi lúc (24/7)
- Tạo thị trường phù hợp cho sản phẩm
- Có được khách hàng mới với công cụ hiển thị tìm kiếm

**Câu 3: Phân biệt điểm khác nhau giữa thương mại truyền thống và TMĐT. Theo bạn TMĐT tại Việt Nam phát triển thế nào trong thời gian tới, thuận lợi và khó khăn với TMĐT tại Việt Nam.**

## Sự khác nhau giữa Thương Mại Truyền Thống Và Thương Mại Điện Tử

	<b>Thương Mại Truyền Thống</b>	<b>Thương Mại Điện Tử</b>
Phạm vi trao đổi dịch vụ	Cố định tại một vị trí	Phạm vi tiếp cận trên toàn thế giới
Thời gian trao đổi dịch vụ	Chỉ diễn ra trong giờ làm việc	Có thể diễn ra bất cứ lúc nào
Khả năng kiểm tra hàng hóa	Có thể kiểm tra hàng hóa thực tế	Không thể kiểm tra hàng hóa thực tế
Phương thức thanh toán	Thanh toán bằng tiền mặt, chuyển khoản	Thanh toán bằng tiền điện tử, thẻ tín dụng...
Thời gian giao hàng	Giao hàng ngay lập tức	Giao hàng sau một thời gian cố định

### Hướng phát triển của TMĐT tại Việt Nam trong thời gian tới.

- Mua sắm qua hình thức TMĐT sẽ là xu hướng tiêu dùng mới thay vì chỉ là hình thức đối phó trong mùa dịch vừa qua
- TMĐT sẽ dần chiếm ưu thế so với việc mua sắm truyền thống, kéo theo là sự phát triển của thanh toán không tiền mặt và logistics
- TMĐT tại Việt Nam sẽ áp dụng mạnh mẽ với quy mô toàn diện về mặt công nghệ blockchain nhằm đảm bảo an toàn và độ tin cậy trong giao dịch thanh toán.
- TMĐT sẽ được xuất hiện hầu hết trên các mạng xã hội nhờ số lượng người sử dụng nhiều

### Thuận lợi trong TMĐT tại Việt Nam:

- CNTT, hệ thống Internet tại Việt Nam ngày càng phát triển mạnh.
- Dân số Việt Nam là dân số trẻ, rất nhanh nhạy trong vấn đề kinh doanh online.
- Tỷ lệ dân số sử dụng điện thoại thông minh và các nền tảng xã hội cao.

**Khó khăn trong TMĐT tại Việt Nam:**

- Lừa đảo là một vấn nạn lớn tại Việt Nam.
- Rủi ro về việc lộ thông tin cá nhân
- Hệ thống Logistics và Chuỗi cung ứng chưa thật sự lớn.

#### **4. Trình bày những lợi ích của TMĐT mang lại cho Doanh nghiệp và người tiêu dùng. Nêu những rủi ro mà TMĐT có thể gặp phải**

##### **\*Lợi ích người dùng**

- Mua hàng ,sử dụng dịch vụ ở khắp nơi mà không phụ thuộc vào thời gian
- Nguồn hàng cung cấp dồi dào ,đa dạng, nhiều lựa chọn, giá ưu đãi
- Săn nhiều mã giảm giá để mua đồ giá rẻ
- Có thời gian suy nghĩ khi đưa ra lựa chọn mua hàng

##### **\*Lợi ích doanh nghiệp**

- Tiếp cận người khách hàng dễ dàng
- Quảng bá sản phẩm và tiếp thị với chi phí thấp
- Dịch vụ khách hàng tốt hơn
- Tăng doanh thu do kết hợp nhiều hình thức bán hàng
- Giảm chi phí hoạt động

##### **\*Rủi ro TMĐT có thể gặp**

- Về an ninh mạng: Dễ bị hacker tấn công, lừa tiền
- Đối với các nước kém phát triển hạn chế về công nghệ và Internet =>khó phát triển TMĐT
- Khó thanh toán bằng thẻ khi giao dịch trên các sàn TMĐT
- Khó kiểm soát hàng giả => giảm độ tin cậy cho các sàn TMĐT

**5. So sánh marketing truyền thống và marketing hiện đại (dựa trên truyền thông mạng máy tính internet). Cho biết một số phương thức marketing hiện đại dựa trên Internet?**

**Bảng so sánh E-Marketing và Marketing truyền thống**

So sánh marketing điện tử và marketing truyền thống ( so sánh e marketing và marketing truyền thống) giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn và vận dụng một cách hợp lý khi tiến hành chiến dịch tiếp thị của mình

<b>Đặc điểm</b>	<b>Marketing trực tuyến (E-marketing)</b>	<b>Marketing truyền thống</b>
<b>Phương thức</b>	Sử dụng Internet, các thiết bị kỹ thuật số	Chủ yếu sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng: tivi, radio vv....
<b>Không gian</b>	Không bị giới hạn	Bị giới hạn
<b>Thời gian</b>	Mọi lúc mọi nơi, phản ứng nhanh, cập nhập thông tin tức thời.	Vào một số khung giờ nhất định, khó khăn và mất nhiều thời gian và nhân lực để thay đổi mẫu quảng cáo

<b>Phản hồi</b>	Khách hàng tiếp nhận thông tin, doanh nghiệp có thể nhận phản hồi ngay lập tức.	Khách hàng tiếp cận thông tin và phản hồi mất thời gian lâu hơn so với marketing trực tuyến
<b>Khách hàng</b>	Có thể lựa chọn được đối tượng cụ thể, tiếp cận trực tiếp với khách hàng mục tiêu.	Bao quát không chọn được một nhóm đối tượng cụ thể.
<b>Chi phí</b>	Chi phí hợp lý, với ngân sách vừa và nhỏ vẫn thực hiện được. Điều chỉnh, kiểm soát được chi phí quảng cáo (Google Adwords).	Chi phí cao do phải chạy thời gian lâu hoặc in ấn tốn kém, cần ngân sách quảng cáo lớn, được dùng một lần, không chia nhỏ hay dùng giữa chừng.
<b>Lưu trữ thông tin</b>	Lưu trữ data khách hàng dễ dàng, sau đó gửi thông tin, liên hệ trực tiếp tới đối tượng khách hàng.	Rất khó thu thập, lưu trữ được thông tin của khách hàng.

Một số phương thức marketing hiện đại dựa trên Internet?

- Marketing online với các trang web
- Marketing online với facebook
- Marketing online với instagram
- Marketing online với forums
- Marketing online với zalo
- Marketing online với youtube
- Marketing online với trang tuyển dụng

**6. Trình bày tóm tắt các mô hình kinh doanh TMĐT? (C2C, B2C, B2B). Cho biết mô hình trên kinh doanh Lazada, Shopee thuộc loại hình nào?.**

- **B2B**

-B2B là Thương mại điện tử giữa các doanh nghiệp, công ty với nhau(một bên doanh nghiệp cung cấp các giải pháp thương mại điện tử, bên còn lại sử dụng ứng dụng đó để kinh doanh sản phẩm).

- **Sàn giao dịch mô hình B2B:** Đây được hiểu đơn giản là một website ở đó nhiều công ty mua bán sản phẩm trên cơ sở dùng chung một nền tảng công nghệ.

- **B2C:**

- Mô hình kinh doanh TMĐT B2C là hình thức kinh doanh từ doanh nghiệp đến khách hàng

- Khách hàng của mô hình B2C chủ yếu là người tiêu dùng cá nhân. Họ có nhu cầu mua sắm trên Internet cho mục đích của mình, nên không phát sinh thêm giao dịch mua bán.

- Đây là mô hình kinh doanh được nhiều doanh nghiệp lựa chọn. Bởi vì B2C không yêu cầu cao về tính chất pháp lý, đàm phán.



- C2C
  - Mô hình TMĐT C2C là hình thức kinh doanh người mua và người bán đều là cá nhân.
- Mô hình kinh doanh của Lazada là B2B
- Mô hình ban đầu của Shopee là C2C Marketplace (trung gian trong quy trình mua bán giữa các cá nhân với nhau). Tuy nhiên, hiện nay Shopee đã trở thành mô hình lai khi có cả B2C (doanh nghiệp đến người tiêu dùng).

## **Câu 7. Trình bày hiểu biết về chữ ký điện tử số (chữ ký số), Ứng dụng của chữ ký số trong TMĐT. Cho ví dụ về nhà cung cấp dịch vụ chữ ký số tại Việt nam**

### **Khái niệm**

- “Chữ ký điện tử” là thông tin đi kèm theo dữ liệu (văn bản, hình ảnh, video...) nhằm mục đích xác định người chủ của dữ liệu đó.
- Chữ ký điện tử được sử dụng trong các giao dịch điện tử. Xuất phát từ thực tế, chữ ký điện tử cũng cần đảm bảo các chức năng: xác định được người chủ của một dữ liệu nào đó: văn bản, ảnh, video, ... dữ liệu đó có bị thay đổi hay không.
- "Chữ ký số" là một dạng chữ ký điện tử được tạo ra bằng sự biến đổi một thông điệp dữ liệu sử dụng hệ thống mật mã không đối xứng theo đó người có được thông điệp dữ liệu ban đầu và khoá công khai của người ký có thể xác định được chính xác

### **Ứng dụng chữ ký số trong thương mại điện tử**

Chữ ký số được các DN/cá nhân/tổ chức dùng để:

- Chứng thực danh tính người tham gia giao dịch, xác thực tính an toàn của giao dịch điện tử qua mạng Internet.
- Chứng thực tính nguyên vẹn của hợp đồng, tài liệu,...
- Ứng dụng xác thực trong Internet banking
- Ứng dụng xác thực trong giao dịch chứng khoán
- Ứng dụng xác thực trong mua bán, đấu thầu qua mạng

### **Ví dụ nhà cung cấp chữ ký số tại Việt Nam:**

#### **1. Chữ ký số Viettel**

Tập đoàn Viễn thông Quân đội cung cấp dịch vụ chữ ký số Viettel-CA. Thương hiệu Viettel cũng đã có uy tín trên thị trường, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Viettel được đánh giá tốt. Hiện tại, Viettel cũng cung cấp dịch vụ hóa đơn điện tử đi kèm.

- Chính hãng trực tiếp 100% – Nhân viên chính thức Viettel-CA triển khai
- Hơn 1000 đội ngũ kỹ sư VIETTEL-CA chuyên nghiệp phát triển
- Được tin dùng bởi 1.000.000 doanh nghiệp cả nước (>30% thị phần)
- Chính sách dịch vụ bảo hành trọn đời, tổng đài hỗ trợ kỹ thuật 24/24 tận nơi
- Có thể sử dụng trong tất cả các giao dịch thư điện tử – email – dịch vụ hành chính công.
- Có hạ tầng Data Center hỗ trợ khách hàng lớn nhất Châu Á hiện nay.

## 2. Chữ ký số VNPT

- Tập đoàn bưu chính Viễn thông Việt Nam là một trong những tập đoàn uy tín tại Việt Nam hiện nay. Chữ ký số VNPT được tập đoàn này phát triển và được cấp giấy phép phân phối dịch vụ chữ ký số và chứng nhận chữ ký số công cộng.

Dịch vụ chữ ký số của Tập đoàn Bưu Chính Viễn Thông (VNPT CA) là dịch vụ được sử dụng trong các giao dịch điện tử với mục đích xác định danh tính của người ký, đảm bảo giá trị pháp lý và tính toàn vẹn của các giao dịch điện tử. Dịch vụ chữ ký số VNPT CA giúp việc thực hiện các giao dịch từ xa qua internet trở nên đơn giản, nhanh chóng, an toàn và bảo mật.

## **Câu 8. Phân biệt các loại hợp đồng thương mại truyền thống và hợp đồng TMĐT. Cho ví dụ minh họa.**

### **Giống nhau:**

Cả hợp đồng điện tử và hợp đồng truyền thống đều là sự thỏa thuận giữa các bên về việc xác lập, thay đổi hoặc chấm dứt quyền và nghĩa vụ với nhau. Khi giao kết và thực hiện chúng đều phải dựa trên những cơ sở pháp lý nhất định và tuân thủ những quy định liên quan đến hình thức của hợp đồng, chủ thể của hợp đồng, điều kiện hiệu lực của hợp đồng, quy trình giao kết hợp đồng, chế độ trách nhiệm do vi phạm hợp đồng và giải quyết tranh chấp phát sinh nếu có.

Cả hai hợp đồng này đều phải đảm bảo tuân thủ ba nguyên tắc thực hiện hợp đồng:

- Đúng đối tượng, số lượng, chủng loại thời hạn phương thức và các thỏa thuận khác;

- Thực hiện hợp đồng một cách trung thực theo tinh thần hợp tác và các bên cùng có lợi, đảm bảo tin cậy lẫn nhau;
- Không được xâm phạm đến lợi ích của nhà nước, lợi ích công cộng, quyền và lợi ích hợp pháp của người khác.

**Khác nhau:**

<b>Tiêu chí</b>	<b>Hợp đồng truyền thống</b>	<b>Hợp đồng điện tử</b>
<b>Căn cứ pháp lý</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bộ luật Dân sự 2015</li> <li>- Luật Thương mại 2005</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luật Giao dịch điện tử 2005</li> <li>- Luật Thương mại 2005</li> <li>- Luật mẫu Thương mại điện tử của UNCITRAL (năm 1996)</li> <li>- Nghị định 130/2018/NĐ-CP về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số</li> </ul>
<b>Phương thức giao kết</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giao dịch bằng văn bản</li> <li>- Giao dịch bằng lời nói</li> <li>- Giao dịch bằng hành động</li> <li>- Các hình thức khác do hai bên thỏa thuận</li> </ul> <p>Các giao dịch trao đổi với nhau bằng các phương tiện “giấy tờ”, “vật chất” và ký bằng chữ ký tay để thể hiện việc giao kết.</p> <p>Các bên tham gia phải gặp mặt trực tiếp rồi mới đi đến việc ký hợp đồng</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giao dịch bằng phương tiện điện tử hay còn được gọi là giao dịch bằng văn bản điện tử.</li> <li>- Được ký bằng chữ ký điện tử để thể hiện việc giao kết.</li> </ul> <p>Các bên tham gia không cần gặp mặt trực tiếp, chỉ cần trao đổi qua môi trường điện tử và đi đến việc ký hợp đồng</p>
<b>Phạm vi áp dụng</b>	Áp dụng rộng rãi trong mọi hoạt động của đời sống kinh tế, xã hội, mọi ngành, mọi lĩnh vực....	Chỉ áp dụng trong một số lĩnh vực cụ thể mà <b>không áp dụng</b> đối với việc cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, quyền sở hữu nhà và các bất động sản khác, văn bản về thừa kế, giấy đăng ký kết hôn,

		quyết định ly hôn, giấy khai sinh, giấy khai tử, hồi phiếu và các giấy tờ có giá khác.
<b>Chủ thể tham gia</b>	- Bên bán và Bên mua	<p>- Bên bán, Bên mua</p> <p>- Bên thứ ba có liên quan chặt chẽ đến hợp đồng điện tử - đó là các nhà cung cấp các dịch vụ mạng và các cơ quan chứng thực chữ ký điện tử. Bên thứ ba này không tham gia vào quá trình đàm phán, giao kết hay thực hiện hợp đồng điện tử. Họ tham gia với tư cách là các cơ quan hỗ trợ nhằm đảm bảo tính hiệu quả và giá trị pháp lý cho việc giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử</p>
<b>Nội dung hợp đồng</b>	<p>Nội dung trong hợp đồng truyền thống cần đầy đủ các nội dung sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đối tượng của hợp đồng;</li> <li>- Số lượng, chất lượng;</li> <li>- Giá, phương thức thanh toán;</li> <li>- Thời hạn, địa điểm, phương thức thực hiện hợp đồng;</li> <li>- Quyền, nghĩa vụ của các bên</li> <li>- Trách nhiệm do vi phạm hợp đồng;</li> <li>- Phương thức giải quyết tranh chấp.</li> </ul>	<p>Bên cạnh những nội dung bắt buộc như trong hợp đồng truyền thống, hợp đồng điện tử có một số điểm khác biệt:</p> <p>+ Địa chỉ pháp lý: ngoài địa chỉ pháp lý thông thường (địa chỉ bưu điện) hợp đồng điện tử còn có địa chỉ email, địa chỉ website, địa chỉ xác định nơi, ngày giờ gửi thông điệp dữ liệu, ... Những địa chỉ này có ý nghĩa rất lớn để xác định tính hiện hữu, sự tồn tại thật sự của các bên giao kết hợp đồng với tư cách là chủ thể của việc giao kết hợp đồng điện tử.</p> <p>+ Các quy định về quyền truy cập, cải chính thông tin điện tử. Ví dụ như việc thu hồi hay hủy một đề nghị giao kết hợp đồng trên mạng Internet.</p>

		<p>+ Các quy định về chữ ký điện tử hay một cách thức khác như mật khẩu, mã số, ... để xác định được các thông tin có giá trị về các chủ thể giao kết hợp đồng.</p> <p>+ Quy định chi tiết về phương thức thanh toán điện tử. Ví dụ: thanh toán bằng thẻ tín dụng, tiền điện tử, ví điện tử, ...(bởi việc thanh toán trong các hợp đồng điện tử cũng thường được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử)</p>
--	--	---

#### **Ví dụ:**

-Ví dụ dễ hiểu nhất là việc bạn đặt hàng trên các trang thương mại điện tử, sau đó xác nhận đơn hàng với người bán. Vì thế, đây còn gọi là hợp đồng thương mại điện tử. Các bên ký kết hợp đồng sẽ trao đổi, chỉnh sửa và ký kết hợp đồng thông qua email.

-Hợp đồng truyền thông thì các bên trao đổi trực tiếp thông qua giấy tờ.

#### **Câu 9 : TMĐT là gì?, khi tranh chấp trong TMĐT xảy ra thì các phương án giải quyết tranh chấp như thế nào, nếu khởi kiện thì áp dụng luật nào ?**

- **Thương mại điện tử (E-Commerce)** là hình thức kinh doanh trực tuyến sử dụng nền tảng công nghệ thông tin với sự hỗ trợ của Internet để thực hiện các giao dịch mua bán, trao đổi, thanh toán trực tuyến.
- **Hình thức giải quyết tranh chấp**
  - Thương lượng giữa các bên.
  - Hoà giải
  - Giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại
  - Giải quyết tranh chấp bằng Tòa án

- Nếu khởi kiện thì áp dụng luật nào?

Căn cứ theo Điều 30 Bộ luật Tố tụng dân sự 2015 quy định những tranh chấp về kinh doanh, thương mại thuộc thẩm quyền giải quyết của Tòa án

- Tranh chấp phát sinh trong hoạt động kinh doanh, thương mại giữa cá nhân, tổ chức có đăng ký kinh doanh với nhau và đều có mục đích lợi nhuận.
- Tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ, chuyển giao công nghệ giữa cá nhân, tổ chức với nhau và đều có mục đích lợi nhuận.
- Tranh chấp giữa người chưa phải là thành viên công ty nhưng có giao dịch về chuyển nhượng phần vốn góp với công ty, thành viên công ty.
- Tranh chấp giữa công ty với các thành viên của công ty; tranh chấp giữa công ty với người quản lý trong công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc thành viên Hội đồng quản trị, giám đốc, tổng giám đốc trong công ty cổ phần, giữa các thành viên của công ty với nhau liên quan đến việc thành lập, hoạt động, giải thể, sáp nhập, hợp nhất, chia, tách, bàn giao tài sản của công ty, chuyển đổi hình thức tổ chức của công ty.
- Các tranh chấp khác về kinh doanh, thương mại, trừ trường hợp thuộc thẩm quyền giải quyết của cơ quan, tổ chức khác theo quy định của pháp luật.

**Câu 10: Mô hình kinh doanh B2C là gì? cho biết tiến trình mua bán hàng hóa (sản phẩm) dựa trên mô hình này.**

- **B2C (Business – To – Customer):** Là các giao dịch thương mại giữa doanh nghiệp với đối tượng khách hàng là những cá nhân qua nền tảng Internet. Loại hình này áp dụng cho bất kỳ doanh nghiệp hay tổ chức nào bán các sản phẩm hoặc dịch vụ của họ cho khách hàng qua Internet, phục vụ cho nhu cầu sử dụng của cá nhân.

- **Tiến trình mua bán hàng hóa :**

Mô hình B2C có quy trình đơn giản, người bán đưa hàng, khách hàng trả tiền và nhận hàng.

**Câu 11: Thương mại điện tử là gì? Đặc trưng của e-commerce?**

- **Thương mại điện tử (E-Commerce)** là hình thức kinh doanh trực tuyến sử dụng nền tảng công nghệ thông tin với sự hỗ trợ của Internet để thực hiện các giao dịch mua bán, trao đổi, thanh toán trực tuyến.

- **Đặc điểm đặc trưng của TMDT**

- ✓ Sử dụng không gian ảo để tiến hành các hoạt động.
- ✓ Các bên tiến hành giao dịch không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước.
- ✓ Sự tồn tại của khái niệm biên giới quốc gia bị xóa mờ.
- ✓ Có sự tham ra của ít nhất ba chủ thể.
- ✓ Mạng lưới thông tin chính là thị trường.
- ✓ Có thể tìm kiếm, tham khảo và chọn mua sản phẩm, dịch vụ trong bất kì khoảng thời gian nào.



**Câu 14: Theo Quyết định số 645/QĐ-TTg, mục tiêu cụ thể TMĐT Việt Nam cần đạt được 2025 về phát triển nguồn nhân lực cho thương mại điện tử**

- 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo về thương mại điện tử;
- 1 triệu lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử.

**16. So sánh đặc điểm chính giữa TMĐT tại Việt Nam và Thế giới. Theo bạn Cơ sở hạ tầng viễn thông và Công nghệ Thông tin tại Việt nam có đáp ứng tốt cho TMĐT không?, giải thích?**

- Đặc điểm TMĐT Thế giới: thị trường thế giới hiện nay là một thị trường toàn cầu, khối lượng buôn bán tăng liên tục, các hoạt động tập trung lớn vào các nước tư bản phát triển và tốc độ tăng trưởng thương mại tăng trưởng cao hơn tốc độ tăng trưởng kinh tế
- Đặc điểm TMĐT Việt Nam: tốc độ tăng trưởng thương mại đang trên đà phát triển, các hình thức thanh toán trực tuyến đang dần được phổ cập ở nước ta, người dân đang được tiếp cận tốt về công nghệ và các dịch vụ...
- Cơ sở hạ tầng chưa thực sự đáp ứng tốt cho TMĐT tại nước ta vì sự yếu kém của hệ thống viễn thông(bao gồm cả mạng và thiết bị mạng) tại các nước đang trên đà phát triển như nước ta thì nó sẽ ảnh hưởng đến sức tăng trưởng TMĐT của trong các doanh nghiệp

**17. Sàn giao dịch TMĐT là gì?, cho biết các phương thức giao dịch trên sàn giao dịch TMĐT?**

- Sàn giao dịch TMĐT là một thị trường trực tuyến, một địa điểm họp chợ được thực hiện thông qua mạng internet mà ở đó người tham gia có thể tìm kiếm thông tin và thị trường và sản phẩm, thiết lập mối quan hệ cũng như tiến hành đàm phán tiền giao dịch
- Các phương thức giao dịch tại sàn TMĐT:
  - o Giao dịch giao ngay
  - o Giao dịch tương lai
  - o Giao dịch quyền chọn
  - o Nghiệp vụ tự bảo hiểm
  - o Đấu giá điện tử
  - o Đấu thầu điện tử

**18 . Phân biệt quảng cáo truyền thống và quảng cáo dựa trên internet. Cho biết các hình thức quảng cáo phổ biến qua Internet?**

Tiêu chí	Quảng cáo online	Quảng cáo truyền thống
Phương thức	Sử dụng internet và các thiết bị số	Sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng
Thời gian	Tốc độ cập nhật thông tin nhanh mọi lúc, mọi nơi	Bó buộc vào một số giờ nhất định, mất nhiều thời gian
Không gian	Không bị giới hạn vào một vị trí địa lý nhất định	Bị giới hạn vào một vị trí địa lý nhất định
Chi phí	Chi phí thấp, có thể linh động	Chi phí cao, chủ yếu sử dụng một lần
Đối tượng	Nhắm tới một đối tượng cụ thể	Không chọn được nhóm khách hàng cụ thể
Đo lường	Đo lường hiệu quả dễ dàng thông qua các công cụ phân tích	Rất khó đo lường hiệu quả một cách rõ ràng chính xác
Phản hồi	Khách hàng tiếp nhận thông tin và phản hồi ngay lập tức	Mất thời gian dài để khách hàng tiếp nhận thông tin và phản hồi
Lưu trữ thông tin	Lưu trữ thông tin khách hàng dễ dàng, nhanh chóng	Rất khó lưu trữ thông tin của khách hàng

Câu 19: Marketing trong thời đại (TMĐT) là gì?, Cho biết các lợi thế của Doanh nghiệp khi nghiên cứu, khai thác, tiếp cận thị trường qua Internet.

### **Marketing trong thời đại (TMĐT)**

Marketing thương mại điện tử là hoạt động quảng bá, tiếp thị, cung cấp thông tin trên các nền tảng truyền thông xã hội như: Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok... bao gồm quảng cáo trả tiền và bài đăng không trả tiền.

### **Lợi thế của Doanh nghiệp khi nghiên cứu, khai thác, tiếp cận thị trường qua Internet.**

Thế giới luôn thay đổi, đặc biệt là trong nền công nghiệp 4.0 hiện nay, việc nghiên cứu thị trường, tìm hiểu khách hàng mục tiêu giúp cho doanh nghiệp bắt kịp với các xu hướng thị trường mới nhất và đạt được lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh. Hiểu thị trường, khách hàng cũng là một loại lợi thế cạnh tranh giúp cho doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc tiếp cận, thu hút khách hàng mục tiêu và tăng trưởng doanh số.

Việc nghiên cứu thị trường có vai trò quan trọng giúp doanh nghiệp:

- Xác định được các vấn đề về sản phẩm, vấn đề về doanh nghiệp
- Hiểu nhu cầu, hành vi, sở thích và tâm lý khách hàng; Hiểu Insight khách hàng
- Phân tích và xác định cơ hội kinh doanh cho sản phẩm mới
- Có thông tin để phát triển sản phẩm
- Phát triển các chiến lược hiệu quả, xây dựng các chiến lược kinh doanh, marketing theo định hướng khách hàng
- ....

Nhờ đó, doanh nghiệp có thể đảm bảo sự thành công cho các chiến lược marketing và bán hàng của mình. Đồng thời đạt được lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh. Để có cái nhìn toàn cảnh hơn về vấn đề này, bạn có thể tham khảo 5 lý do doanh nghiệp nên nghiên cứu thị trường hoặc Tại sao doanh nghiệp phải tìm hiểu thị trường.

Hiện nay, dịch vụ này không chỉ được sử dụng bởi các công ty lớn, các gói dịch vụ Nghiên cứu thị trường cho doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng không còn là điều lạ lẫm. Để hiểu hơn về dịch vụ này, doanh nghiệp có thể tìm hiểu về Các bước tiến

hành nghiên cứu thị trường hoặc Cách nghiên cứu thị trường trong kinh doanh trước khi quyết định đầu tư cho nó.

Câu 20: TMĐT là gì? Phân biệt điểm khác nhau giữa website TMĐT và app TMĐT trên nền tảng truyền thông di động. Theo bạn cách tiếp cận nào hiệu quả hơn?, vì sao?

### **TMĐT là**

Thương mại điện tử (E-Commerce) là hình thức kinh doanh trực tuyến sử dụng nền tảng công nghệ thông tin với sự hỗ trợ của Internet để thực hiện các giao dịch mua bán, trao đổi, thanh toán trực tuyến.

### **Phân biệt điểm khác nhau giữa website TMĐT và app TMĐT trên nền tảng truyền thông di động**

Website TMDT	App TMDT
website thương mại điện tử hoạt động trên mạng internet và người dùng sẽ thực hiện giao dịch thông qua nó, bao gồm cả những website không có chức năng đặt hàng và mua hàng trực tuyến, thanh toán trực tuyến, khách hàng muốn mua hàng phải gọi điện hoặc để lại thông tin.	app thương mại điện tử là app mobile chuyên dùng để mua bán, phân phối sản phẩm qua internet.

Cách tiếp cận app TMDT hiệu quả hơn vì

### **Bảo vệ thông tin khách hàng**

Web app cần bảo vệ được thông tin khách hàng. Bởi lẽ, bất cứ khi nào người dùng nhập thông tin cá nhân hoặc thanh toán, bạn đều sẽ nhận được thông tin từ khách hàng. Những dữ liệu đầu vào thường của người dùng cuối. Do đó, việc bảo mật thông tin khách hàng là điều mà bất cứ công ty viết web app nào cũng cần lưu tâm.

### **Lựa chọn nhà phát triển web chuyên nghiệp**

Một nhà phát triển web chuyên nghiệp sẽ giúp bạn có được **web app** chất lượng. Nhất là trong bối cảnh các cuộc tấn công **SQL**, tin tặc thông qua công cụ tự động, kẻ gian lợi dụng lỗ hổng ứng dụng rất nhiều. Do đó, hãy chắc rằng bạn đã tìm được một đơn vị phát triển web app kinh nghiệm và uy tín.

### **Trách nhiệm pháp lý**

Luật pháp cũng quy định về việc bảo mật thông tin khách hàng. Trong mọi tình huống, bạn với tư cách chủ sở hữu web app cần có trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của họ.

Câu 22: An ninh trong thương mại điện tử là gì? Tường lửa (Firewall) có chức năng gì? Khi một máy chủ hỗ trợ các dịch vụ TMDT được triển khai? (Ví dụ: Sendo Server)

- An ninh thương mại điện tử là quá trình làm giảm thiểu và hạn chế các rủi ro có thể xảy đến trong thương mại điện tử liên quan đến các vấn đề về thủ tục, chính sách, pháp luật và đặc biệt là công nghệ. Một ví dụ về an ninh thương mại điện tử điển hình là việc doanh nghiệp đảm bảo an toàn trước các lỗi, mã độc mà do tin tặc gây ra.

- Thuật ngữ tường lửa (*firewall*) là từ mượn trong kỹ thuật thiết kế xây dựng nhằm để ngăn chặn, hạn chế hỏa hoạn. Trong lĩnh vực công nghệ thông tin, firewall là kỹ thuật được tích hợp vào hệ thống mạng với mục đích chống lại sự truy cập trái phép, giúp bảo vệ thông tin, dữ liệu nội bộ và hạn chế sự xâm nhập từ bên ngoài. Firewall có chức năng đúng như tên gọi của nó, là bức tường lửa bảo vệ máy tính, máy tính bảng hay điện thoại thông minh khỏi những mối nguy hiểm khi truy cập mạng Internet.

- Tường lửa (Firewall) có chức năng:

- Tường lửa ngăn chặn các truy cập trái phép vào mạng riêng. Nó hoạt động như người gác cửa, kiểm tra tất cả dữ liệu đi vào hoặc đi ra từ mạng riêng. Khi phát hiện có bất kỳ sự truy cập trái phép nào thì nó sẽ ngăn chặn, không cho traffic đó tiếp cận đến mạng riêng.
- Tường lửa giúp chặn được các cuộc tấn công mạng.
- Firewall hoạt động như chốt chặn kiểm tra an ninh. Bằng cách lọc thông tin kết nối qua internet vào mạng hay máy tính cá nhân.

- Dễ dàng kiểm soát các kết nối vào website hoặc hạn chế một số kết nối từ người dùng mà doanh nghiệp không mong muốn.
- Bạn có thể tùy chỉnh tường lửa theo nhu cầu sử dụng. Bằng cách thiết lập các chính sách bảo mật phù hợp.

- Khi một máy chủ hỗ trợ các dịch vụ TMDT được triển khai

- Nâng cao hiệu suất và cải thiện khả năng quản lý của các hệ thống hiện có với mức chi phí hợp lý
- Sử dụng các công nghệ mới nhất và loại bỏ việc khóa nhà cung cấp trên phần cứng và phần mềm
- Khả năng mở rộng và linh hoạt cao hơn với chi phí thấp nhất có thể

Cải thiện khả năng giảm thiểu rủi ro và quản lý tài nguyên

- Triển khai di chuyển tốc độ và tăng độ chính xác thông qua hướng dẫn và hỗ trợ từ các kỹ sư có kinh nghiệm
- Ngân sách hiệu quả hơn cho các hoạt động mạng với kế hoạch di chuyển từng giai đoạn
- Giảm quá tải hệ thống và hỗ trợ các vấn đề phát sinh, chủ động xây dựng một kế hoạch chủ động để thay thế các thành phần mạng cũ kỹ
- Quản lý vòng đời sản phẩm hiệu quả hơn

## **Câu 24: Trình bày các bước lập kế hoạch quảng cáo online?**

**- BƯỚC 1: PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH TRƯỚC KHI LẬP KẾ HOẠCH MARKETING ONLINE CHO 1 SẢN PHẨM**

**- BƯỚC 2: XÂY DỰNG TẬP KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU**

**- BƯỚC 3: CÁC BƯỚC PHÂN TÍCH MỤC TIÊU DOANH NGHIỆP**

**- BƯỚC 4: PHÁT TRIỂN CÁC CHIẾN LƯỢC MARKETING PLAN**

**- BƯỚC 5: KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG/ACTION PLAN**

**- BƯỚC 6: NGUỒN LỰC VÀ NGÂN SÁCH**

**- BƯỚC 7: GIÁM SÁT KẾ HOẠCH DIGITAL MARKETING ONLINE**

## **Câu 31: Mô hình B2B là gì? Cho ví dụ và phân tích?**

Khái niệm mô hình kinh doanh B2B là gì?

-Mô hình B2B là gì? B2B là viết tắt của “Business to Business”. Đây là hình thức kinh doanh, buôn bán (gồm tổng thể các hoạt động từ Marketing đến bán hàng (sales) và chăm sóc khách hàng) giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp. Trong thực tế, một số trường hợp giao dịch phức tạp sẽ được diễn ra dựa trên báo giá mua bán sản phẩm, thỏa thuận trực tiếp và kí kết hợp đồng giữa các bên.

**Ví dụ: Nhà giao dịch môi giới (Mô hình B2B thiên về bên mua)**

**Phân tích:**

-Mô hình B2B này hoạt động theo phương thức lấy các đơn vị kinh doanh có nhu cầu mua, nhập các nguồn hàng, sản phẩm từ bên thứ ba là trung tâm.



-Có nhiều doanh nghiệp có cả những website để đăng tải các nhu cầu mua hàng. Các doanh nghiệp bán khác sẽ cập nhập báo giá cũng như phân phối sỉ lẻ sản phẩm thông qua website này đến doanh nghiệp mua.

-Tại thị trường Việt Nam mô hình trên ít gặp hơn so với nước ngoài. Vì phần lớn các doanh nghiệp đều có nhu cầu bán và phân phối sản phẩm.

### **Câu 32: Trình bày các mô hình hoạt động TMĐT của Tập đoàn TMĐT Ebay?**

**Hiện nay Ebay đang áp dụng chủ yếu là mô hình C2C.**

C2C là viết tắt của cụm từ Consumer to Consumer. Theo đó, C2C chính là hình thức kinh doanh giữa các cá nhân với nhau. Tức là người mua và người bán đều là các cá nhân chứ không phải doanh nghiệp.

Tại sao Ebay lại sử dụng mô hình kinh doanh này? Như đã nói, Ebay khác với nhiều website thương mại khác. Khi tham gia vào trang Ebay, mọi thứ đều sẽ được bán theo hình thức đấu giá. Hình thức đấu giá trên internet cũng không giống với hình thức đấu giá truyền thống mà mọi người vẫn thấy.

Tại Ebay, cuộc trao đổi mua bán chỉ diễn ra giữa cá nhân với cá nhân hoặc có thể là doanh nghiệp nhỏ. C2C – Mô hình kinh doanh Consumer to Consumer Với sự phát triển mạnh mẽ, đến nay, trang Ebay đã tạo dựng được một cộng đồng giao dịch giữa các cá nhân trên toàn thế giới thông qua mạng internet. Nhờ vậy, người mua và người bán có thể đến gần với nhau hơn. Tại Ebay.com, người bán có thể đưa và niêm yết danh mục sản phẩm mình muốn bán. Trong khi đó, người mua có quyền được đấu giá sản phẩm mà mình muốn mua. Các mặt hàng trên Ebay đều được niêm yết theo hình thức tự động và sắp xếp theo các hạng mục.

**Bên cạnh mô hình C2C thì Ebay còn áp dụng cả mô hình B2B**, tức là nếu các doanh nghiệp có hàng cần bán thì có thể đăng lên website. Doanh nghiệp nào muốn mua có thể liên hệ sản, điểm hoặc là được Ebay bảo trợ khi giao dịch qua sàn thương mại điện tử. Cũng có thể Ebay sẽ hợp tác với doanh nghiệp để thực hiện vận chuyển hàng hóa, hợp tác với bên thanh toán,...

Câu 33: Mô hình C2C là gì? Cho ví dụ và phân tích?

-C2C được viết tắt của cụm từ Consumer To Consumer, là một mô hình kinh doanh cho phép khách hàng giao dịch với nhau, mà trong đó bên mua và bên bán đều là khách hàng cá nhân, giao dịch này thường được thực hiện trên môi trường trực tuyến.

C2C giúp người tiêu dùng có thể giao dịch với nhau thông qua một bên thứ ba, thường là qua các nền tảng bán hàng trực tuyến trung gian, hoặc những trang web đấu giá trung gian.

-Ví dụ:

Trong thương mại điện tử C2C, một số tên tuổi lớn có thể kể đến như Ebay, Aliexpress, Paypal, Amazon... Tại Việt Nam, là các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, Tiki...

Ebay là trang web đấu giá trực tuyến cho phép người dùng giao dịch với nhau bất cứ lúc nào.

Amazon, Shopee có sự kết hợp giữa B2C và C2C, tức là nó cho phép cả các doanh nghiệp bán cho người tiêu dùng và người tiêu dùng bán cho người tiêu dùng.

Câu 34: trình bày các mô hình hoạt động TMĐT của tập đoàn TMĐT Amazon?

- Mô hình doanh thu của Amazon: Nhìn chung, cửa hàng trực tuyến vẫn là phần cốt lõi trong hoạt động kinh doanh của Amazon nhưng chúng hoạt động và vận hành với vai trò như là nền tảng cho các hoạt động kinh doanh khác, giúp tổng thể công ty có lợi hơn về lâu dài.

- Mô hình xoay vòng dòng tiền của Amazon: nhờ chiến lược “kiếm tiền” Amazon đã và vẫn đang hoạt động trong nhiều năm theo cách sẵn sàng chấp

nhận giảm tỷ suất lợi nhuận trên cửa hàng trực tuyến của mình. Amazon luôn đặt giá thấp cho những mặt hàng phổ biến nhưng linh hoạt theo thị trường, thuận tiện hơn so với các cửa hàng truyền thống với hệ thống giao hàng nhanh chóng và hiệu quả.

- Hoạt động quảng cáo Amazon: có nhiều thương hiệu và marketer sẵn sàng trả tiền cho các dịch vụ quảng cáo của Amazon.

- Mô hình tài chính của Amazon: thay vì tập trung vào việc gia tăng tỷ suất lợi nhuận, công ty đã thúc đẩy tạo ra các dòng tiền có thể tái đầu tư vào sự phát triển của doanh nghiệp.

Câu 35: chữ ký điện tử là gì? Yêu cầu về chữ ký điện tử?

Chữ ký điện tử là một dạng thông tin được gắn kèm theo dữ liệu (có thể là chữ, ký hiệu, âm thanh, hình ảnh hoặc một hình thức khác bằng phương tiện điện tử), được sử dụng để xác nhận người ký dữ liệu và xác nhận sự chấp thuận của người đó đối với nội dung dữ liệu được ký.

Yêu cầu về chữ ký điện tử:

- Cung cấp thông tin cho người yêu cầu về tính pháp lý của chữ ký điện tử; các yêu cầu về phần cứng, phần mềm; các lựa chọn ký và chi phí (nếu có);
- Xác thực các bên để nhận diện rủi ro kinh doanh và yêu cầu;
- Đưa toàn bộ văn bản ra xem xét (các bên có thể phải điền số liệu);
- Yêu cầu các bên xác nhận sự tự nguyện ký vào văn bản;
- Đảm bảo các văn bản được xem xét không bị thay đổi từ khi ký;
- Cung cấp cho các bên các văn bản gốc pháp lý để lưu giữ.

36.

Google Webmaster Tool là công cụ được Google phát triển và cho phép các nhà quảng trị website sử dụng miễn phí. Với những tính năng tỏ ra vô cùng ưu việt, hỗ trợ đắc lực cho các admin website trong việc nắm bắt tình hình "sức khỏe" mà website mình đang quản trị.

37.

**Credit Card** là một loại **thẻ ngân hàng** mà người sở hữu được phép thanh toán hàng hóa mà không cần tiền trong thẻ. Hình thức thanh toán này dựa trên sự uy tín của người tiêu dùng. Có thể hiểu là thẻ Credit cho phép bạn “mượn” tiền của ngân hàng trong một hạn mức nhất định để thanh toán và sẽ hoàn trả lại số tiền ấy cho ngân hàng vào cuối mỗi kỳ.

38.

Khi nói đến thị trường trực tuyến, cái tên đầu tiên xuất hiện trong đầu bạn là **Amazon**. Amazon chắc chắn là một công ty thương mại điện tử lớn, nhưng có một công ty thương mại điện tử khác sắp (và đã bắt đầu) tiếp quản thị trường internet. Đây là một công ty có trụ sở tại Trung Quốc mà người sáng lập đã bị KFC từ chối. Hiện ông là người giàu nhất Trung Quốc. Gã khổng lồ thương mại điện tử này không ai khác chính là Alibaba. Với một trong những **mô hình kinh doanh** thành công nhất trên thế giới, công ty này đang vươn mình trên thị trường trực tuyến trên toàn cầu. Nhưng Alibaba kiếm tiền bằng cách nào? Mô hình kinh doanh của Alibaba là gì? Bây giờ chúng ta sẽ cùng thảo luận về *Mô hình kinh doanh của Alibaba*.

### **Mô hình kinh doanh của Alibaba**

Alibaba đã trải qua một chặng đường dài kể từ khi thành lập vào năm 1999. Tính đến tháng 4 năm 2016, Alibaba là nhà bán lẻ lớn nhất thế giới vượt qua Walmart, với hoạt động tại hơn 200 quốc gia. Nhưng chính xác thì Mô hình kinh doanh của Alibaba là gì? Làm thế nào nó xoay sở để đạt được thành công như vậy? Để làm được điều đó, trước tiên chúng ta hãy hiểu cách thức hoạt động của Alibaba và những gì mà tất cả các doanh nghiệp sở hữu.

### **Alibaba hoạt động như thế nào?**

Mô hình kinh doanh của Alibaba so với các ông lớn như eBay và **Amazon**. Nó tập trung nhiều hơn vào B2B. Không giống như cách tiếp cận giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng thông thường (B2C), Alibaba tập trung vào việc trở thành một nền tảng để các nhà cung cấp bán sản phẩm với giá bán buôn với số lượng lớn cho các

doanh nghiệp vừa hoặc nhỏ trên toàn thế giới, sau đó bán lại để thu lợi nhuận tại thị trường nội địa của họ.

Mặc dù Alibaba tập trung vào B2B nhưng Alibaba cũng hỗ trợ các hoạt động thương mại khác thông qua các cổng web thương mại điện tử. Taobao dành cho người tiêu dùng để giao dịch, trong khi Tmall dành cho tầng lớp trung lưu của Trung Quốc để mua các sản phẩm có thương hiệu. Có rất nhiều công ty con khác tạo các dòng thu nhập cho Alibaba.

### **Alibaba kiếm tiền bằng cách nào?**

Mô hình kinh doanh của Alibaba được tạo thành từ ba cổng web chính: Alibaba.com, Taobao và Tmall. Tất cả chúng đều phục vụ cho việc kết nối nhiều người mua và người bán khác nhau. Tuy nhiên, có thêm 6 công ty con của Alibaba bao gồm Aliexpress, 1688, Alimama, Alibaba Cloud, Ant Financial và Cainiao Network. Tất cả các công ty con này được tích hợp tốt đến mức khiến tập đoàn Alibaba trở thành một hệ sinh thái lớn.

Alibaba.com là thị trường bán buôn trực tuyến lớn nhất thế giới về thương mại toàn cầu. Trang web cho phép các nhà xuất khẩu ở Trung Quốc cũng như các nước khác kết nối với người mua ở hơn 200 quốc gia. Người mua thường bao gồm các đại lý thương mại, người bán buôn, người bán lẻ, nhà sản xuất và doanh nghiệp SMEs tham gia vào hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu.

Công ty cũng cung cấp các dịch vụ chuỗi cung ứng xuất nhập khẩu khác bao gồm

- Thủ tục hải quan,
- Hoàn thuế VAT,
- Tài trợ thương mại, và
- Dịch vụ hậu cần.

Người bán có thể liệt kê các sản phẩm của họ trên trang web miễn phí. Họ cũng có đặc quyền trả tiền cho một số tính năng bổ sung như hiển thị nhiều hơn trên trang web và danh sách sản phẩm không giới hạn.

### **Alibaba kiếm tiền bằng cách nào?**

Alibaba.com là một thị trường nơi người bán và người mua gặp nhau. Trang web đóng vai trò trung gian thu phí hoa hồng từ những người bán ở Trung Quốc đại lục,

Hồng Kông và Đài Loan. Tuy nhiên, doanh thu không chỉ kiếm được từ tiền hoa hồng.

Alibaba cung cấp hai loại tư cách thành viên nhà cung cấp:

### **Tư cách thành viên nhà cung cấp miễn phí**

Các nhà cung cấp trên Alibaba không cần phải trả bất kỳ khoản nào để niêm yết hàng hóa của họ trên sàn thương mại điện tử. Họ được miễn phí hiển thị tối đa 50 Sản phẩm trực tuyến và nhận các yêu cầu kinh doanh. Alibaba chỉ kiếm tiền từ họ dưới hình thức hoa hồng nếu tiền được thanh toán qua Ali Pay và người bán đến từ Trung Quốc đại lục, Hồng Kông và Đài Loan

### **Tư cách thành viên nhà cung cấp vàng**

Có những hạn chế khi trở thành thành viên nhà cung cấp miễn phí của Alibaba vì những nhà cung cấp này không được xác minh (làm giảm lòng tin của người mua) và chỉ có thể hiển thị tối đa 50 sản phẩm trên trang web. Các nhà cung cấp từ Trung Quốc thậm chí không thể liệt kê mình là nhà cung cấp miễn phí và phải mua gói thành viên nhà cung cấp vàng để bắt đầu kinh doanh trên Alibaba.com.

Tư cách thành viên Nhà cung cấp Vàng của Alibaba là tư cách thành viên cao cấp, nơi các nhà cung cấp trả một số khoản phí nhất định (vài nghìn đô la) để trở thành Nhà cung cấp Vàng đã được xác minh.

Tất cả các thành viên của Nhà cung cấp Vàng được yêu cầu phải đáp ứng các yêu cầu cần thiết đối với cấp độ thành viên cao nhất này. Họ cũng được yêu cầu trải qua quy trình xác thực và xác minh nghiêm ngặt bởi các cơ quan báo cáo tín dụng của bên thứ ba.

Các thành viên vàng cũng được tính hoa hồng theo tỷ lệ phần trăm của giá trị giao dịch của hàng hóa được bán.

### **Taobao**

Taobao trong tiếng Trung có nghĩa là “tìm kiếm kho báu”. Nó được ra mắt vào ngày 10 tháng 5 năm 2003 dưới sự quản lý của tập đoàn Alibaba. Phần này trong mô hình kinh doanh của Alibaba tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp (nhỏ) kinh doanh B2C và C2C bằng cách cho phép các doanh nghiệp nhỏ và các cá nhân tự kinh doanh niêm yết sản phẩm của họ trên trang web để bán.

Taobao, trang web lớn nhất của Alibaba, lớn và phổ biến đến mức nó đã buộc người dẫn đầu thị trường thị trường trực tuyến – eBay phải đóng cửa hoạt động kinh doanh tại Trung Quốc vào năm 2006. Trang web ngày nay là trang web mua sắm lớn nhất Trung Quốc. Nó được xếp hạng là trang web phổ biến thứ chín trên thế giới bởi Alexa.com. Taobao liệt kê hàng trăm triệu sản phẩm và dịch vụ từ hàng triệu người bán (400 triệu người dùng đang hoạt động).



### **39. Thẻ ghi nợ là gì (Debit card, còn gọi là bank card hoặc check card)?**

Thẻ ghi nợ hay còn gọi là Debit Card là một trong những sản phẩm thẻ căn bản của các ngân hàng. Loại thẻ này được xem là một hình thức thay thế tiền mặt phổ biến nhất hiện nay. Thẻ được liên kết với tài khoản ngân hàng. Trong thẻ có bao nhiêu tiền, thì bạn có thể sử dụng bấy nhiêu, không thể sử dụng vượt mức bạn có. Hình thức này khác với việc làm thẻ tín dụng là chi tiêu trước rồi mới trả tiền sau, bạn cần hiểu rõ tránh có sự nhầm lẫn.

### **40. Các hệ thống thanh toán Séc điện tử?**

Séc điện tử là một phần của lĩnh vực ngân hàng điện tử, là tập hợp con những giao dịch được gọi là chuyển khoản điện tử (EFT). Séc điện tử được phát triển để đáp ứng các giao dịch phát sinh khác nhau. Vì vậy, các hệ thống cho phép người dùng thanh toán bằng séc điện tử nhanh chóng, tiện lợi và uy tín bao gồm:

+Hệ thống của FSTC: cho phép người dùng thanh toán và chuyển nhượng séc điện tử.

+Hệ thống của NACHA: hệ thống gửi tiền và thanh toán qua mạng ACH.

+Hệ thống của Authorize.net: cho phép doanh nghiệp chấp nhận thanh toán bằng séc điện tử cho dịch vụ và hàng hóa được mua qua đặt hàng qua thư, đặt hàng qua điện thoại, trang web Thương mại điện tử hoặc đăng ký.

Với séc điện tử bạn hoàn toàn có thể chủ động thanh toán hàng hóa dịch vụ của mình nhanh chóng, tiện lợi. Hơn thế nữa còn có tính bảo mật cao, đây cũng chính là điểm thu hút khách hàng chọn séc điện tử thay vì séc giấy.

### **41. Tiền điện tử là gì?**

-Là tiền hoặc các tài sản tương đương tiền được lưu trữ, quản lý và trao đổi trên các hệ thống thiết bị điện tử kỹ thuật số, đặc biệt là qua mạng internet.[1] Tiền kỹ

thuật số có thể được lưu trữ trong cơ sở dữ liệu phân tán trên Internet, trong cơ sở dữ liệu máy tính điện tử, trong tệp kỹ thuật số hoặc trong thẻ có giá trị lưu trữ. Ví dụ về các loại tiền tệ kỹ thuật số bao gồm tiền mã hóa, tiền ảo, tiền tệ kỹ thuật số ngân hàng trung ương và e-Cash.

Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) mô tả: tiền điện tử là giá trị tiền tệ được lưu trữ trên một thiết bị điện tử được sử dụng phổ biến để thực hiện giao dịch thanh toán cho các tổ chức khác không phải là tổ chức phát hành.[2]

Trong khi đó, Ngân hàng Thanh toán quốc tế (BIS) định nghĩa, tiền điện tử là giá trị được lưu trữ hoặc sản phẩm trả trước, trong đó thông tin về khoản tiền hoặc giá trị khả dụng của khách hàng được lưu trữ trên một thiết bị điện tử thuộc sở hữu của khách hàng.[3]

## **42. Các đặc trưng cơ bản của sàn giao dịch TMĐT?**

- Các phương thức giao dịch tại sàn giao dịch TMĐT rất phong phú
- Số lượng người mua , người bán, nhà cung cấp tham gia rất lớn
- Tất cả các quy định giao dịch mua bán, dịch vụ, đàm phán, thanh toán đều thực hiện trực tuyến trên internet
- Người mua và bán có thể giao dịch tại sàn giao dịch vào bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu
- Chung loại hàng hóa đa dạng , phong phú
- Sàn giao dịch TMĐT có thể kết nối thông tin khách hàng, cung cấp hệ thống chính sách pháp lý
- Các thành viên tham gia có quyền khai thác thông tin thị trường, sản phẩm, chính sách.

## **43. Ví tiền điện tử là gì?**

**Ví điện tử**, có tên gọi khác là ví số, là một tài khoản online dùng để thanh toán các giao dịch trực tuyến phổ biến hiện nay. Tài khoản của ví điện tử có thể lưu trữ tất cả thông tin cá nhân của người dùng, thậm chí nó còn liên kết cả tài khoản ngân hàng để tiến hành giao dịch nhanh chóng hơn.

**Ví dụ:** Ví điện tử Momo; Ví điện tử Zalo Pay; Ví điện tử Vimo; Ví điện tử VTC pay...

## **44. Các hệ thống xuất trình và thanh toán hóa đơn điện tử?**

- Quy trình xuất trình và thanh toán bằng hóa đơn điện tử (Electronic Invoice Presentment and Payment – EIPP) là quy trình mà các công ty xuất trình hóa đơn và thanh toán cho đối tác thông qua mạng Internet.
- Quy trình EIPP có 3 mô hình phổ biến:
  - xuất phát từ người bán
  - xuất phát từ người mua
  - trung gian thanh toán.

### **Xuất phát từ người bán**

- Là mô hình mà một người bán và nhiều người mua

- Khi người mua vào website của người bán và đăng nhập vào chương trình thanh toán EIPP, người bán sẽ tạo ra các hóa đơn trên hệ thống và thông báo cho nhiều người mua là các hóa đơn này đã sẵn sàng.
- Sau đó những khách hàng sẽ vào kiểm tra và đánh giá các hóa đơn.
- Các khách hàng có thể tiến hành thanh toán hóa đơn hoặc giải quyết các bất đồng phát sinh.
- Theo qui định, tranh chấp có thể được tự động chấp nhận, từ chối hoặc xem xét lại. Một khi thanh toán được tiến hành, thì tổ chức tài chính của người bán sẽ thanh toán.
- Mô hình này thường được áp dụng khi hai bên Mua và Bán đã có mối quan hệ thân thiết hoặc đã tiến hành nhiều giao dịch.

### **Xuất phát từ người mua**

- Là mô hình có một người mua mà nhiều người bán, rõ ràng trong mô hình này, lợi thế thuộc về người mua. Người Bán sẽ đăng nhập vào hệ thống EIPP của người mua trên website của người mua.
- Người Bán sẽ đưa hóa đơn vào hệ thống EIPP của người mua theo qui định của người mua. Sau đó người Mua sẽ kiểm tra lại và đánh giá hóa đơn trên hệ thống của mình.
- Một khi hóa đơn đã được chấp nhận, người mua sẽ thanh toán, lúc này tổ chức tài chính của người mua sẽ tiến hành thanh toán.

### **Trung gian thanh toán**

- Là mô hình có nhiều người bán và nhiều người mua, theo đó sẽ có một trung gian đứng ra để thu thập và xử lý các hóa đơn. Bên trung gian không những là nhà cung cấp dịch vụ EIPP, mà còn cung cấp các dịch vụ tài chính khác (ví dụ như bảo hiểm).
- Bên mua và bán sẽ đăng nhập vào hệ thống EIPP. Người bán tạo và gửi thông báo hóa đơn đến hệ thống. Bên cung cấp sẽ thông báo đến người mua tình trạng sẵn sàng của hóa đơn. Người mua sẽ kiểm tra lại và phân tích hóa đơn.

- Bất kì tranh chấp nào xảy ra sẽ được bên thứ ba giải quyết. Một khi người mua ủy quyền thanh toán hóa đơn, thì bên thứ 3 bắt đầu thanh toán. Và việc thanh toán sẽ được xử lí bởi tổ chức tài chính (ngân hàng) của người bán hoặc là người mua.

### **Câu 45: Lợi ích kinh doanh qua sàn giao dịch TMĐT?**

#### **Lợi ích đối với doanh nghiệp**

- Mở rộng thị trường nhưng không tốn kém quá nhiều chi phí:
- Hiệu quả về thời gian: Các hoạt động kinh doanh nhờ internet có thể hoạt động liên tục. Từ đó, tất cả những thông tin liên quan sẽ được gửi đến khách hàng một cách nhanh chóng, tiện lợi và tiết kiệm hơn.
- Dịch vụ khách hàng tốt hơn: Doanh nghiệp thương mại điện tử có thể tạo điều kiện cho khách hàng chọn mua hàng trực tiếp từ trên mạng.
- Giảm chi phí hoạt động sản xuất: giảm các chi phí thuê mặt bằng, thuê nhân viên điều hành, chi phí in ấn...
- Tăng doanh thu: Không bị giới hạn đối tượng khách hàng trong từng vùng dẫn đến việc phát triển doanh thu, gia tăng lợi nhuận.
- Cập nhật thông tin sản phẩm nhanh chóng, thuận tiện

#### **Lợi ích đối với người tiêu dùng**

- Nhiều lựa chọn hơn về sản phẩm, dịch vụ: Người mua có thể tiếp cận qua các sàn thương mại điện tử, website thương mại điện tử, các kênh mua bán trực tuyến
- Được lựa chọn giá thấp hơn
- Mua sắm không bị giới hạn về không gian và thời gian
- Các sản phẩm số hoá được giao hàng nhanh hơn
- Được đáp ứng mọi nhu cầu
- Thông tin phong phú và thuận tiện hơn

### **Câu 46: Giao dịch EDI là gì?, So sánh điểm khác nhau giữa giao dịch thanh toán truyền thống và giao dịch thanh toán EDI?.**

#### **-Giao dịch EDI là:**

*EDI được viết tắt bởi cụm từ Electronic Data Interchange, được hiểu là sự trao đổi dữ liệu điện tử. Đây được xem là quá trình trao đổi điện tử thông tin doanh nghiệp định dạng chuẩn. Nói một cách đơn giản hơn, EDI là một định dạng điện tử tiêu chuẩn hoàn toàn có thể thay thế được các tài liệu giấy như đơn đặt hàng hay hóa đơn.*

#### **-Điểm khác nhau giữa giao dịch thanh toán truyền thống và giao dịch thanh toán EDI**

### ***Giao dịch thanh toán truyền thống***

- Hệ thống kiểm kê sẽ tự động thông báo cho người mua để có thể đặt hàng hoặc sai khi truy vấn hệ thống kiểm kê, người mua cần xác định rằng đơn hàng đã được tạo
- Người mua tiến hành nhập dữ liệu lên màn hình hệ thống mua hàng để tạo PO, in và tiến hành gửi thư
- Sau vài ngày, khi nhà cung cấp nhận được PO, họ sẽ tiến hành nhập thủ công vào hệ thống đặt hàng
- Nhà cung cấp in hóa đơn và gửi kèm theo lô hàng, hoặc có thể gửi riêng bằng thư
- Người mua tiến hành tự nhập hóa đơn vào hệ thống Tài khoản phải trả
- Quá trình trao đổi các tài liệu giấy có thể có thêm một tuần vào quy trình, nếu có lỗi xảy ra bởi nhập dữ liệu thủ công thì thời gian có thể bị tăng lên rất nhiều.

### ***Giao dịch với EDI***

- Trong hệ thống mua sắm, người mua sẽ sử dụng phần mềm EDI để tự động hóa tạo và gửi PO định dạng EDI khi hàng tồn kho đạt đến mức quan trọng
- Trong khoảng thời gian ngắn vài phút, hệ thống đặt hàng của nhà cung cấp, sử dụng phần mềm EDI sẽ nhận được EDI PO
- Sau đó hệ thống sẽ tiến hành thông báo cho bộ phận vận chuyển hàng hóa và tạo hóa đơn EDI được truyền trực tiếp đến hệ thống phải trả của người mua
- Quá trình EDI này có thể được hoàn thành vòng vài giờ đồng hồ

### **Câu 48: Những hành vi nào bị cấm trong TMĐT?**

#### **- Vi phạm về hoạt động kinh doanh thương mại điện tử:**

+ Lợi dụng hoạt động thương mại điện tử để kinh doanh theo phương thức đa cấp nhưng chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp (được sửa đổi bởi khoản 4 Điều 1 Nghị định 85/2021/NĐ-CP).

+ Lợi dụng thương mại điện tử để kinh doanh hàng giả, hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh;

+ Lợi dụng danh nghĩa hoạt động kinh doanh thương mại điện tử để huy động vốn trái phép từ các thương nhân, tổ chức, cá nhân khác;

- + Cung cấp các dịch vụ thương mại điện tử hoặc dịch vụ giám sát, đánh giá và chứng thực trong thương mại điện tử khi chưa đăng ký theo các quy định của Nghị định này (được sửa đổi bởi khoản 2 Điều 2 Nghị định 85/2021/NĐ-CP);
- + Cung cấp các dịch vụ thương mại điện tử hoặc dịch vụ giám sát, đánh giá và chứng thực trong thương mại điện tử không đúng với thông tin trong hồ sơ đăng ký hoặc cấp phép;
- + Có hành vi gian dối hoặc cung cấp thông tin sai sự thật khi thực hiện các thủ tục thông báo thiết lập website thương mại điện tử, đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, đăng ký các dịch vụ giám sát, đánh giá và chứng thực trong thương mại điện tử (được sửa đổi bởi khoản 2 Điều 2 Nghị định 85/2021/NĐ-CP).

**- Vi phạm về thông tin trên website thương mại điện tử:**

- + Giả mạo thông tin đăng ký hoặc không tuân thủ các quy định về hình thức, quy cách công bố thông tin đăng ký trên website thương mại điện tử;
- + Sử dụng biểu trưng của các chương trình đánh giá tín nhiệm website thương mại điện tử khi chưa được những chương trình này công nhận;
- + Sử dụng các đường dẫn, biểu trưng hoặc công nghệ khác trên website thương mại điện tử để gây nhầm lẫn về mối liên hệ với thương nhân, tổ chức, cá nhân khác;
- + Sử dụng đường dẫn để cung cấp những thông tin trái ngược hoặc sai lệch so với thông tin được công bố tại khu vực website có gắn đường dẫn này.

**- Vi phạm về giao dịch trên website thương mại điện tử:**

- + Thực hiện các hành vi lừa đảo khách hàng trên website thương mại điện tử;
- + Giả mạo thông tin của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác để tham gia hoạt động thương mại điện tử;
- + Can thiệp vào hệ điều hành và trình duyệt Internet tại các thiết bị điện tử truy cập vào website nhằm buộc khách hàng lưu lại website trái với ý muốn của mình.