1. Định nghĩa TMĐT

TMĐT là việc sử dụng Internet và các mạng khác (VD: intranets…) để mua, bán, vận chuyển, hoặc trao đổi dữ liệu, hàng hóa, dịch vụ.

1. TMĐT và Kinh doanh điện tử có gì giống và khác nhau

* Giống: đều là hoạt động kinh doanh trên internet và đều sử dụng hình thức thanh toán/giao dịch online làm nền tảng.
* Khác:

|  |  |
| --- | --- |
| Thương mại điện tử | Kinh doanh điện tử |
| * Gồm các trao đổi thương mại (mua bán) giữa khách hàng - các đối tác - doanh nghiệp thông qua phương tiện ĐT & mạng viễn thông * E-commerce được đánh giá chỉ là MỘT PHẦN của E-business | * Ứng dụng công nghệ thông tin và Internet vào các quy trình, hoạt động của doanh nghiệp * E-business được hiểu rộng hơn E-commerce vì đó là các hoạt động kinh doanh đa dạng trên Internet và đều sử dụng hình thức thanh toán / giao dịch online làm nền tảng |

1. Cho biết lịch sử hình thành & phát triển Internet, TMĐT
   * 1970s: Sự ra đời của hệ thống chuyển tiền điện tử (EFT) và hệ thống truyền tải dữ liệu trực tuyến (EDI)
   * 1990s: The Internet và World Wide Webs, thuật ngữ TMĐT hình thành
   * 1995: Các doanh nghiệp và người dùng tham gia vào Internet
   * 1999 – 2001: Ứng dụng TMĐT phát triển mạnh mẽ
   * 2005: Mạng xã hội và TM di động
   * 2009: S-Commerce
   * Ở Việt Nam, Internet có mặt vào năm 1997, và trở nên phổ dụng vào năm 2000. Khái niệm Thương mại điện tử vẫn còn xa lạ với nhiều người trong những năm 2000 – 2003. Từ năm 2004, Thương mại điện tử dần trở nên phổ biến hơn.
2. Sự khác biệt giữa TMĐT và Thương mại truyền thống (về công nghệ, tiến trình mua bán, thị trường)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Thương mại điện tử | Thương mại truyền thống |
| Công nghệ | Chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), các hệ thống quản lý hàng tồn kho, và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu | Chuyển tiền điện tử |
| Tiến trình mua bán | * Hàng hóa không thể kiểm tra vật lý trước khi mua * Thanh toán bằng thẻ tín dụng, chuyển tiền,v.v… * Phải tốn thời gian chờ lấy hàng | * Hàng hóa có thể kiểm tra vật lý trước khi mua * Thanh toán bằng tiền mặt, séc, thẻ tín dụng,v.v… * Có thể lấy hàng ngay |
| Thị trường | Mọi hoạt động marketing, tìm kiếm nhà cung cấp, khách hàng đều được giao dịch qua mạng và có thể mở rộng trên phạm vi toàn cầu. | Mọi hoạt động marketing, tiếp cận khách hàng, trao đổi với nhà cung cấp... chỉ có thể diễn ra trong phạm vi hẹp. |

1. Nêu những lợi ích của TMĐT đối với doanh nghiệp, người tiêu dùng & xã hội

* **Lợi ích Thương mại điện tử mang lại cho doanh nghiệp là**:
* Quảng bá thông tin và tiếp thị cho thị trường toàn cầu với chi phí cực thấp.
* Dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.
* Tăng doanh thu.
* Giảm chi phí hoạt động.
* Mua hàng hiệu quả hơn.
* Cập nhật thông tin nhanh chóng, không tốn kém.
* Tăng lợi thế cạnh tranh.
* …
* **Lợi ích Thương mại điện tử mang lại cho cá nhân là:**
* Có thể mua hàng, mua hay sử dụng dịch vụ, truy cập thông tin ở khắp mọi nơi.
* Cung ứng dồi dào, đa dạng, mang lại nhiều sự lựa chọn hơn, và giá cả rẻ hơn.
* Có thể mua món hàng hay dịch vụ đặt theo ý mình một cách tiện lợi và nhanh chóng, chi phí lại không mắc hơn món hàng hay dịch vụ đại trà.
* Giao hàng ngay đối với những sản phẩm download được hay đối với một số dịch vụ.
* Nhiều thông tin hơn để người mua ra quyết định tối ưu khi mua.
* Có thể tham gia mua đấu giá một cách tiện lợi mà không cần phải đi đâu.
* **Lợi ích đối với xã hội**
* Hoạt động trực tuyến: Thương mại điện tử tạo ra môi trường để làm việc, mua sắm, giao dịch... từ xa nên giảm việc đi lại, ô nhiễm, tai nạn
* Nâng cao mức sống: Nhiều hàng hóa, nhiều nhà cung cấp tạo áp lực giảm giá do đó khả năng mua sắm của khách hàng cao hơn, nâng cao mức sống của mọi người
* Lợi ích cho các nước nghèo: Những nước nghèo có thể tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ từ các nước phát triển hơn thông qua In- ternet và thương mại điện tử. Đồng thời cũng có thể học tập được kinh nghiệm, kỹ năng... được đào tạo qua mạng
* Dịch vụ công được cung cấp thuận tiện hơn: Các dịch vụ công cộng như y tế, giáo dục, các dịch vụ công của chính phủ... được thực hiện qua mạng với chi phí thấp hơn, thuận tiện hơn. Cấp các loại giấy phép qua mạng, tư vấn y tế.... là các ví dụ thành công điển hình.

1. Nêu những hạn chế của TMĐT

* Hạn chế về kỹ thuật như: chưa có công nghệ an toàn 100%, băng thông còn hạn chế nhất là trong viễn thông.
* Hạn chế phi kỹ thuật như: lo ngại về an toàn và tính riêng tư của người dùng, mối lo ngại về sự mâu thuẫn đôi khi gặp giữa luật quốc gia và luật Thương mại điện tử quốc tế trong những giao dịch Thương mại điện tử liên quốc gia, không sờ, cảm nhận, ngửi… sản phẩm trước khi mua được, khó xây dựng lòng tin giữa các đối tác khi họ không trực tiếp tiếp xúc với nhau, gian lận trong Thương mại điện tử…

1. Theo bạn thì hạn chế nào của TMĐT dễ vượt qua nhất-Hạn chế kỹ thuật hay phi kỹ thuật?

* Theo em thì hạn chế của TMĐT dễ vượt qua là Hạn chế kỹ thuật, vì hạn chế này có thể nhìn thấy để phát triển, để xây dựng hệ thống, để đáp ứng được các nhu cầu, để cải thiện nhằm phát triển công nghệ trong viễn thông.

1. Cho biết một số rào cản đối với phát triển TMĐT

* 5 rào cản lớn đối với phát triển TMĐT
* Cạnh trang.
* Không đủ thời gian.
* Quá trình bán hàng.
* Quy trình hoạt động.
* Tuyển dụng nhân viên phù hợp.

1. Nêu một số mô hình TMĐT phổ biến hiện nay.

* Mô hình thương mại điện tử B2B: Thương mại điện tử B2B về cơ bản có thể hiểu là thương mại điện tử giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp. Đây là loại hình thương mại điện tử gắn với mối quan hệ giữa các công ty
* Mô hình thương mại điện tử B2C: Là mô hình thương mại điện tử phổ biến thứ 2, thương mại điện tử B2C được hiểu là thương mại giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng liên quan đến việc khách hàng thu thập thông tin, mua các hàng hóa hữu hình hoặc vô hình và sử dụng nó, trở thành người tiêu dùng cuối cùng.
* Mô hình thương mại điện tử B2E: Mô hình thương mại điện tử B2E là một hình thức thương mại điện tử sử dụng mạng máy tính, cho phép doanh nghiệp cung cấp sản phẩm, dịch vụ tới nhân viên trong doanh nghiệp. Hình thức này thường không phổ biến và chỉ được thực hiện ở các doanh nghiệp lớn.
* Mô hình thương mại điện tử B2G: B2G là hình thức thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và chính phủ hay còn được hiểu là thương mại giữa công ty với khối hành chính công. Nó bao gồm việc sử dụng internet cho mua bán công, thủ tục cấp phép và các hoạt động có liên quan đến chính phủ.
* **Mô hình thương mại điện tử G2B:**Thương mại điện tử G2B là thương mại giữa chính phủ với doanh nghiệp, đây là một trong 3 yếu tố chính của chính phủ điện tử. Các hình thức tương tác giữa chính phủ với doanh nghiệp này thường không mang tính thương mại mà thường là việc cung cấp các thông tin về luật, quy chế, chính sách và các dịch vụ hành chính công trực tuyến cho doanh nghiệp qua internet.
* **Mô hình thương mại điện tử G2G:**G2G Là hình thức giao dịch trực tuyến không mang tính thương mại giữa các tổ chức chính phủ khác nhau với nhau. Hình thức này thường được áp dụng tại các nước đa chính phủ.
* **Mô hình thương mại điện tử G2C:** Thương mại G2C là thương mại điện tử giữa chính phủ với công dân hoặc cá nhân riêng lẻ. Mô hình này tại nước ta thường được thực hiện dưới hình thức gửi thư trực tiếp và các chiến dịch truyền thông
* **Mô hình thương mại điện tử C2C:** Thương mại C2C là thương mại điện tử giữa người tiêu dùng với nhau, đến hiện tại, đây là mô hình kinh doanh có tốc độ tăng trưởng nhanh chóng nhất. Hình thái của mô hình này là các sàn thương mại điện tử hoạt động bằng hình thức bán đấu giá trực tuyến, rao vặt trên mạng.
* **Mô hình thương mại điện tử C2B:** Thương mại điện tử C2B là mô hình kinh doanh trong đó người tiêu dùng tạo ra giá trị và doanh nghiệp sẽ tiêu thụ giá trị đó.

1. Tại sao nói TMĐT là một chất xúc tác làm thay đổi cơ bản các tổ chức
2. Giải thích việc TMĐT có thể giảm vòng đời, tăng sức mạnh cho nhân viên & hỗ trợ thân thiện với KH (<http://e-worldbiz.blogspot.com/2009/01/how-e-commerce-can-reduce-cycle-time.html>)
3. Tại sao việc mua hàng dùng thẻ thông minh từ một máy tự động lại được coi là TMĐT
4. Truy cập website <https://thuvienphapluat.vn/> xác định các sản phẩm và dịch vụ. Đây là mô hình TMĐT gì? Đánh giá những ưu/nhược của mô hình.
5. Truy cập amazon.com và xác định:

* 5 cuốn sách bán chạy nhất về TMĐT
* Tìm nhận xét về cuốn sách đó,
* Đánh giá dịch vụ khách hàng của amazon.com và những lợi ích khi mua sắm tại đó

1. Xác định mô hình kinh doanh điện tử của priceline.com

Mô hình kinh doanh: Mô hình kinh doanh “tự đặt giá”, còn gọi là “thu thập nhu cầu”.

1. Mô hình TMĐT của vi.aliexpress.com là gì? Lợi ích đem lại cho người mua và người bán?
   * Mô hình TMĐT: B2C
   * Lợi ích:
     + Người mua: Người tiêu dùng sẽ cảm thấy thuận tiện vì không phải đến tận cửa hàng, có khả năng lựa chọn và so sánh nhiều mặt hàng cùng một lúc.
     + Người bán: Doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí bán hàng do không cần phòng trưng bày hay thuê người giới thiệu bán hàng, chi phí quản lý cũng giảm hơn.
2. Lợi ích của đấu giá trực tuyến **chodaugia.com.vn** đối với người tham gia. Nguồn thu của họ là gi? Khả năng phát triển của mô hình này.

* Lợi ích: Không ràng buộc thời gian, việc đặt giá có thể thực hiện bất cứ lúc nào, giá trị của sản phẩm sẽ được nâng theo số lượng người tham gia.
* Nguồn thu: lấy phí từ 1-10% giá sản phẩm bán được
* Khả năng phát triễn: khả năng phát triễn của mô hình này cao nếu có sự đảm bảo về pháp luật cho lợi ích của cả người mua lẫn người bán