

**ĐỀ SỐ 3**

Câu	NỘI DUNG	ĐIỂM
1	<p>Để tạo sự tin cậy và có giá trị làm bằng chứng, một văn bản gốc cần phải đảm bảo được ba yêu cầu cơ bản:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Tính nguyên vẹn (integrity):</b> Nội dung thông tin không bị thay đổi trong suốt quá trình chuyển giao. <span style="float: right;">0.5</span></li> <li>2. <b>Tính xác thực (authenticity):</b> Xác định đúng nguồn gốc và chủ thể tạo lập văn bản. <span style="float: right;">0.5</span></li> <li>3. <b>Tính không thể thay đổi được (unalterability):</b> Đảm bảo thông tin được cố định và không bị tác động trái phép. <span style="float: right;">0.5</span></li> </ol> <p>Đối với các chứng từ có thể trao đổi (như vận đơn, cổ phiếu), thách thức lớn nhất là đảm bảo chỉ có một người duy nhất nắm giữ quyền sở hữu tại một thời điểm. Trong thương mại điện tử, vấn đề này được giải quyết bằng cách sử dụng chữ ký điện tử kết hợp với việc xây dựng một hệ thống đăng ký tập trung hoặc phi tập trung. Theo đó, việc chuyển quyền sở hữu chứng từ chỉ kết thúc khi việc đăng ký quyền sở hữu mới được hoàn thành trên hệ thống, đảm bảo tính duy nhất của chứng từ gốc điện tử và xác lập giá trị pháp lý tương đương với việc cầm giữ văn bản gốc bằng giấy. <span style="float: right;">1.5</span></p>	
2	<p>Sàn giao dịch thương mại điện tử (E-marketplace) có thể được phân loại dựa trên hai tiêu chí chính sau đây:</p> <p><b>1. Phân loại theo chủ thể sở hữu và đối tượng tham gia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sàn giao dịch TMDT công cộng (Public E-marketplace):</b> Là nền tảng do một bên thứ ba độc lập hoặc các tập đoàn công nghệ sở hữu và quản lý. Sàn này mở rộng cho tất cả các doanh nghiệp và cá nhân có nhu cầu mua bán tham gia mà không bị hạn chế khắt khe về tư cách thành viên. <span style="float: right;">1.0</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <i>Ví dụ:</i> Shopee, Lazada, Amazon.</li> </ul> </li> <li>• <b>Sàn giao dịch TMDT riêng (Private E-marketplace):</b> Là nền tảng do một doanh nghiệp lớn sở hữu nhằm mục đích quản lý các giao dịch với mạng lưới các nhà cung cấp hoặc khách hàng chiến lược của riêng họ. Sàn này bị hạn chế về số lượng thành viên và các điều kiện tham gia do doanh nghiệp sở hữu quyết định. <span style="float: right;">1.0</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <i>Ví dụ:</i> Sàn mua sắm linh kiện riêng của các tập đoàn sản xuất ô tô hoặc điện tử lớn dành cho các nhà cung cấp vệ tinh.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2. Phân loại theo phạm vi ngành hàng kinh doanh:</b> <span style="float: right;">1.0</span></p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sàn giao dịch chuyên môn hóa (Vertical E-marketplace):</b> Tập trung sâu vào một lĩnh vực hoặc một ngành hàng cụ thể. Sàn này cung cấp các giải pháp chuyên biệt và kết nối các nhà cung cấp trong cùng một chuỗi cung ứng ngành. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <i>Ví dụ:</i> Các sàn chuyên doanh sắt thép, thiết bị y tế, hóa chất hoặc phụ tùng công nghiệp.</li> </ul> </li> <li>• <b>Sàn giao dịch tổng hợp (Horizontal E-marketplace):</b> Kinh doanh đa dạng các loại hàng hóa và dịch vụ thuộc nhiều ngành hàng khác nhau trên cùng một nền tảng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng rộng rãi. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <i>Ví dụ:</i> Alibaba (kết nối đa ngành hàng B2B), Tiki (kinh doanh từ sách, đồ điện tử đến hàng tiêu dùng).</li> </ul> </li> </ul>	<b>1.0</b>
<b>3</b>	<p><b>1. Ưu điểm:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tối ưu hóa chi phí:</b> Giảm thiểu đáng kể các chi phí so với nghiên cứu thực địa như: chi phí in ấn bảng hỏi, chi phí thuê và đào tạo nhân viên phỏng vấn, chi phí di chuyển và hậu cần. <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> <li>• <b>Tốc độ và hiệu quả thời gian:</b> Dữ liệu được thu thập và tổng hợp theo thời gian thực (real-time). Quá trình từ khi gửi bảng khảo sát đến khi có báo cáo phân tích diễn ra nhanh chóng hơn nhiều so với phương pháp nhập liệu thủ công. <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> <li>• <b>Phạm vi tiếp cận không giới hạn:</b> Xóa bỏ rào cản về mặt địa lý, cho phép doanh nghiệp khảo sát khách hàng ở nhiều vùng miền, quốc gia khác nhau cùng một lúc một cách dễ dàng. <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> </ul> <p><b>2. Hạn chế:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Thách thức về độ tin cậy của dữ liệu:</b> Khó kiểm chứng chính xác danh tính, độ tuổi hoặc các đặc điểm nhân khẩu học thực tế của người phản hồi, dẫn đến nguy cơ sai lệch dữ liệu đầu vào. <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> <li>• <b>Rào cản về bảo mật và quyền riêng tư:</b> Người dùng thường có tâm lý lo ngại về việc bị thu thập thông tin cá nhân trái phép hoặc bị làm phiền bởi các phần mềm độc hại, dẫn đến tỷ lệ từ chối trả lời cao. <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> <li>• <b>Sai lệch về mẫu nghiên cứu:</b> Kết quả nghiên cứu có thể không đại diện cho toàn bộ thị trường nếu đối tượng mục tiêu là những người ít tiếp xúc với công nghệ hoặc không sử dụng Internet thường xuyên (ví dụ: người cao tuổi, dân cư ở vùng sâu vùng xa). <span style="float: right;"><b>0.5</b></span></li> </ul>	
<b>TỔNG ĐIỂM</b>		<b>10</b>