

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ ỨNG DỤNG

Những vấn đề cần lưu ý trong môn học

Chương 1: Giới thiệu E-commerce

Gv: Đinh Thị Ngọc Loan

## LỊCH HỌC TẬP \*

Tuần	Thời gian	Địa điểm	NỘI DUNG
7	26/02/2013 28/02/2013	NT102	Chương 1: Giới thiệu thương mại trên Internet
8	05/3/2013 07/3/2013	NT102	Chương 2: Chiến lược kinh doanh trong thương mại điện tử Chương 3: Phần cứng và phần mềm trong thương mại điện tử
9	12/3/2013 14/3/2013	NT102	Chương 4: Portal <b>Chương 5: Thương mại điện tử di động (M-Commerce)</b>
10	19/3/2013 21/3/2013	NT102	<b>Chương 6: Hệ thống thanh toán E-payment</b> Chương 7: Bảo mật trong thương mại điện tử
11	26/3/2013 28/3/2013	NT102	Chương 8: Triển khai một ứng dụng trong E-commerce
12	02/4/2013 04/4/2013	NT102	Thời gian hoàn tất đồ án
13	09/4/2013 11/4/2013	NT102	Thuyết trình
14	16/4/2013 18/4/2013	NT102	Thuyết trình + Tổng kết môn học

\* Có thể có một số thay đổi nhằm luôn bảo đảm tính toán vẹn nội dung môn học  
\* Mọi thay đổi về thời gian, địa điểm, kiểm tra Giảng viên sẽ thông báo trước

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. E. Turban, D. King, J. McKay, P. Marshall, J. Lee, D. Viehland (2008). Electronic Commerce – A Managerial Perspective, Prentice Hall
2. G. P. Schneider, University of San Diego (2006). Electronic Commerce, 7th Annual Edition, Course Technology Ptr
3. H. M. Deitel, P. J. Deitel, K. Steinbuhler (2001). E-business and e-commerce for Managers, Prentice-Hall

## 4. GOOGLE

## THÔNG TIN LIÊN LẠC

- Gv: Đinh Thị Ngọc Loan
  - Khoa Công nghệ thông tin
  - Trường ĐH Sài Gòn
  - Email: loan.dinh.198@gmail.com

## CÁCH ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

- Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận
- Cách tính điểm học phần:
  - [1] Chuyên cần, chuẩn bị bài và thảo luận: 0.1
  - [2] Điểm giữa kỳ: 0.4
  - [3] Điểm thi cuối kỳ: 0.5
  - Điểm học phần:

$$\text{Điểm HP} = [1] \times 0.1 + [2] \times 0.4 + [3] \times 0.5$$

## ĐIỂM GIỮA KỲ

**Điểm giữa kỳ = Điểm đồ án**

- Cách chấm đồ án:
  - Nhóm được chọn thuyết trình: tối đa 10
  - Nhóm không thuyết trình: tối đa 9
- Chỉ cần nộp đồ án qua email, không cần bản in
- Thời gian nộp: Hạn chót 04/4/2013 (strict)
- Thời gian thuyết trình: tuần 13 + tuần 14

## ĐỒ ÁN: NỘI DUNG CHI TIẾT

### ○ Gồm 2 phần: Báo cáo + Demo

1. Báo cáo: **“Nghiên cứu trình bày 1 hệ thống ứng dụng thương mại điện tử thực tế”**
  - Trình bày trong một tập tin word (trình bày trước lớp bằng slide đối với nhóm được chọn thuyết trình)
  - Một trang đầu bao gồm thông tin các thành viên trong nhóm,
  - Font: Arial – Font size: 13 – Line spacing: 1.5
2. Demo: **“Viết 1 ứng dụng web giả lập 1 hệ thống thương mại điện tử”**
  - Ngôn ngữ lập trình và hệ quản trị cơ sở dữ liệu: tự chọn
  - Nộp mã nguồn và chạy demo trực tiếp để tính điểm đồ án.

### ○ Hình thức nộp

- Báo cáo + Demo (source) + Demo (exe) nén trong file zip/rar
- Đặt tên: TMDTUD\_Nhóm.zip/rar
- Gửi đến email [loan.dinh.198@gmail.com](mailto:loan.dinh.198@gmail.com) (hạn chót 04/4//2013)

7

## Chương 1 Giới Thiệu E-Commerce

Giới thiệu + Chương 1

8

## NỘI DUNG

- Sự khác biệt giữa thương mại truyền thống và thương mại điện tử (TMĐT)
- Thuận lợi/bất lợi của việc sử dụng TMĐT trong kinh doanh
- Tính toàn cầu hóa của TMĐT
- Sự phát triển của TMĐT
- Chuỗi giá trị trong TMĐT
- Các lưu ý quan trọng khi thực hiện TMĐT

9

## THƯƠNG MẠI TRUYỀN THỐNG

- Sự trao đổi hàng hóa/dịch vụ của ít nhất 2 phía tham gia
- Bao gồm tất cả các hoạt động của các bên tham gia để hoàn thành các giao dịch mua bán
- Hệ thống trao đổi hàng hóa, dịch vụ, dựa trên nguyên tắc tiền tệ

10

## CÂU HỎI

- Mô tả chuỗi hành vi trong thương mại truyền thống của

• **Người mua hàng**

• **Người bán hàng**

Giới thiệu + Chương 1

11

## CÁC HOẠT ĐỘNG TRONG 1 GIAO DỊCH MUA BÁN

- Là các hoạt động mà 2 bên mua và bán cam kết thực hiện nhằm thực hiện 1 giao dịch mua bán (Business Processes)
  - Chuyển tiền
  - Đơn đặt hàng
  - Gửi hóa đơn
  - Chuyển hàng đến người mua
  - .....

12

## THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- **Thương mại điện tử tiếng Anh là Electronic Commerce** - viết tắt là **eCommerce**.
- Thương mại điện tử : việc sử dụng Internet trợ giúp cho công việc kinh doanh.
- Trên thực tế, thương mại điện tử có vai trò quan trọng hơn nhiều.

Giới thiệu + Chương 1

13

## THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- Một số ý kiến : thương mại điện tử **là mọi hình thức giao dịch được hỗ trợ bởi các phương tiện điện tử**.
- Tất cả mọi hoạt động kinh doanh hiện nay đều là thương mại điện tử vì đều sử dụng điện thoại, fax hay email... và tất cả đều là phương tiện điện tử????

Giới thiệu + Chương 1

14

## THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- Thuật ngữ thương mại điện tử chỉ mới được sử dụng khi có một số người đã thực hiện được việc mua bán qua mạng Internet bằng cách trả tiền bằng một loại tiền đã được mã hoá.
- Vậy thương mại điện tử chỉ có thể **thực hiện được qua Internet** hay hệ thống các máy tính nối mạng?. Đúng như vậy, nhưng **không phải giao dịch nào trên Internet** cũng được gọi là thương mại điện tử.

Giới thiệu + Chương 1

15

## ĐỊNH NGHĨA TMDT

- Hiện nay có nhiều quan điểm khác nhau về "thương mại điện tử"
- **Nghĩa rộng** :Thương mại điện tử là các giao dịch tài chính và thương mại bằng phương tiện điện tử: trao đổi dữ liệu điện tử, chuyển tiền điện tử, các hoạt động **gửi rút tiền bằng thẻ tín dụng**
- **Nghĩa hẹp**: bao gồm các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet.

Giới thiệu + Chương 1

16

## ĐỊNH NGHĨA TMDT

- Tổ chức Thương mại Thế giới: Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình cả các sản phẩm được giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet.

Giới thiệu + Chương 1

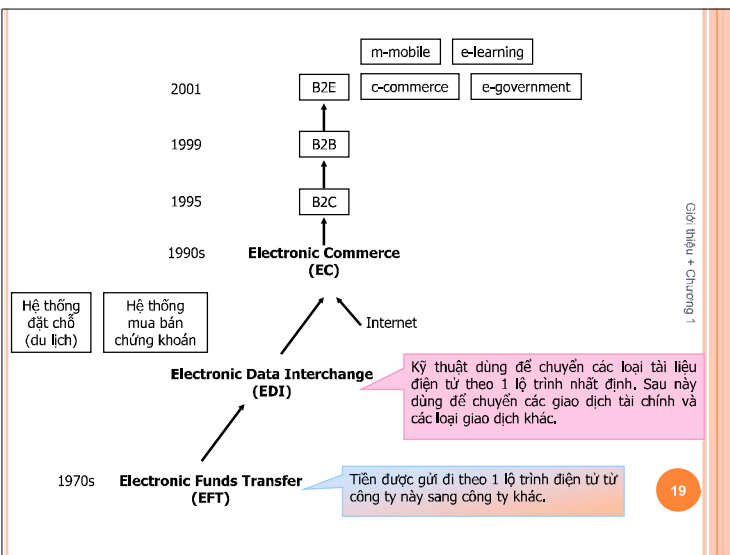
17

## ĐỊNH NGHĨA TMDT

- Tổ chức hợp tác phát triển kinh tế của Liên Hợp quốc: Thương mại điện tử được định nghĩa sơ bộ là các giao dịch thương mại dựa trên truyền dữ liệu qua các mạng truyền thông như Internet.

Giới thiệu + Chương 1

18



## EFT VÀ EDI

- **Electronic Funds Transfers (EFT)**
  - hệ thống mà các ngân hàng sử dụng dùng để trao đổi thông tin tài khoản trên các mạng có tính bảo mật cao
- **Electronic Data Interchange (EDI)**
  - là việc chuyển giao thông tin từ máy tính điện tử này sang máy tính điện tử khác bằng phương tiện điện tử, có sử dụng một tiêu chuẩn đã được thoả thuận để cấu trúc thông tin.

Giới thiệu + Chương 1

20

## CÁC CẤP ĐỘ CỦA TMDT

- Các ứng dụng kinh doanh trên Internet được chia là 4 mức độ khác nhau:
  - **Brochureware: Quảng cáo trên Internet.** Đưa thông tin lên mạng dưới một website giới thiệu công ty, sản phẩm... Hầu hết các ứng dụng trên Internet ở Việt Nam đều ở dạng này.
  - **eCommerce: Thương mại điện tử.** Là các ứng dụng cho phép trao đổi giữa người mua và người bán, hỗ trợ khách hàng và quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng hoàn toàn trên mạng. Đây là hình thức giao dịch giữa người bán và người mua (Business To Customer hay viết tắt là B2C).

Giới thiệu + Chương 1

21

## CÁC CẤP ĐỘ CỦA TMDT

- **eBusiness: Kinh doanh điện tử.** Là ứng dụng cho phép thực hiện giao dịch giữa doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác và khách hàng của doanh nghiệp đó (Business To Business hay viết tắt là B2B). B2B bao gồm các ứng dụng như thị trường ảo, quản lý quan hệ khách hàng...
- **eEnterprise: Doanh nghiệp điện tử.** Một số doanh nghiệp ứng dụng cả B2C và B2B. Các doanh nghiệp này được gọi là eEnterprise.

Giới thiệu + Chương 1

22

## CÁC HÌNH THỨC HOẠT ĐỘNG CHỦ YẾU CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Thư điện tử
- Thanh toán điện tử
- Trao đổi dữ liệu điện tử
- Truyền dữ liệu
- Bán lẻ hàng hóa hữu hình
- .....

Giới thiệu + Chương 1

23

## ĐẶC ĐIỂM CỦA TMDT

- **Giao dịch nhanh nhất, hiệu quả nhất, tận dụng được tối đa mọi nguồn lực.**
- **Tiến hành trên mạng :** không bị ảnh hưởng bởi khoảng cách địa lý, không phân biệt nhà cung cấp nhỏ hay lớn
- **Hiện diện trên toàn cầu** cho nhà cung cấp
- **Lựa chọn toàn cầu** cho khách hàng.

Giới thiệu + Chương 1

24

## ĐẶC ĐIỂM CỦA TMDT

- Các nhà cung cấp đã tiếp cận gần hơn với khách hàng  
→ Tăng chất lượng dịch vụ cho người tiêu dùng.
- Tăng chi phí đầu tư cho công nghệ, người sử dụng phải luôn luôn học hỏi để nâng cao kiến thức sử dụng công nghệ.

Giới thiệu + Chương 1

25

## ĐẶC ĐIỂM CỦA TMDT

- Trong thương mại điện tử, người bán và người mua **không gặp nhau trực tiếp** mà thông qua mạng, do đó vấn đề cập nhật thông tin cho các bên sẽ nhanh hơn, nhưng đòi hỏi người tham gia phải có khả năng sử dụng.
  - TMDT là việc kinh doanh trên các thiết bị điện tử nên nó sẽ bị tác động theo sự thay đổi của công nghệ. Vì vậy người tham gia kinh doanh cũng phải luôn học hỏi để theo kịp sự thay đổi đó.

Giới thiệu + Chương 1

26

## ĐẶC ĐIỂM CỦA TMDT

- Các bên tiến hành giao dịch trong thương mại điện tử không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước.
- Thương mại truyền thống được thực hiện với sự tồn tại của khái niệm biên giới quốc gia, còn thương mại điện tử được thực hiện trong một thị trường không có biên giới (thị trường thống nhất toàn cầu)→tác động tới môi trường cạnh tranh toàn cầu.

Giới thiệu + Chương 1

27

## ĐẶC ĐIỂM CỦA TMDT

- Giao dịch thương mại điện tử đều có sự tham ra của ít nhất ba chủ thể, trong đó có một bên không thể thiếu được là người cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực.
- Đối với thương mại truyền thống: mạng lưới thông tin chỉ là phương tiện để trao đổi dữ liệu
- Đối với thương mại điện tử: mạng lưới thông tin chính là thị trường

Giới thiệu + Chương 1

28

## ƯU ĐIỂM CỦA TMDT

- Tăng lượng hàng bán
  - Thị phần từ các vị trí địa lý phân tán
  - Các cộng đồng người mua ảo
- Giảm chi phí
  - Quản lý các thông tin kinh doanh
  - Cung cấp bằng giá
  - Xác định sản phẩm phù hợp thị trường

Giới thiệu + Chương 1

29

## BẤT LỢI CỦA TMDT

- Không thể xem xét kỹ lưỡng sản phẩm(người mua!!)
- Tốc độ phát triển của kỹ thuật !!!
- Khó tính toán lợi nhuận của vốn đầu tư
- Các trở ngại liên quan đến văn hóa và luật lệ

Giới thiệu + Chương 1

30

## CÂU HỎI

- Vậy:
  - Thương mại truyền thống phù hợp trong những lĩnh vực nào
  - Thương mại điện tử phù hợp trong những lĩnh vực nào
  - Những lĩnh vực nào có thể vừa sử dụng hình thức truyền thống lẫn hình thức TMDT

Giới thiệu + Chương 1

31

## TMĐT Ở TẦM MỨC QUỐC TẾ

- Cần khắc phục rào cản ngôn ngữ
- Thể chế chính trị
  - Chuyển đổi ngoại tệ
  - Thuế (Tariffs) và các giới hạn xuất/nhập khẩu
- Các vấn đề về luật pháp, thuế, thông tin cá nhân
  - Ai sẽ thu thuế?
  - Bảo vệ các thông tin cá nhân?

Giới thiệu + Chương 1

32

## INTERNET VÀ WORLD WIDE WEB

- The Internet : là 1 hệ thống lớn mạng của các mạng, có phạm vi toàn cầu
- The World Wide Web (WWW) : là 1 bộ phận của Internet, cho phép NSD chia sẻ các thông tin dựa trên giao tiếp đơn giản
- Internet/The Internet ????

Giới thiệu + Chương 1

33

## CÁC ỨNG DỤNG TRÊN INTERNET

- E-mail
  - Truyền gửi thông điệp giữa các cá nhân trên Internet
- File Transfer Protocol (FTP)
  - Truyền gửi tập tin giữa các máy tính
- Telnet
  - Đăng nhập và điều khiển 1 máy tính từ 1 máy tính khác

Giới thiệu + Chương 1

34

## CÁC ỨNG DỤNG TRÊN INTERNET

- World Wide Web (WWW)
  - Truy cập thông tin thông qua các giao diện đơn giản
- Videoconferencing
  - Hội nghị từ xa-môi trường Internet
- Multimedia
  - Truyền tải, thể hiện hình ảnh, âm thanh,... Trên Internet

Giới thiệu + Chương 1

35

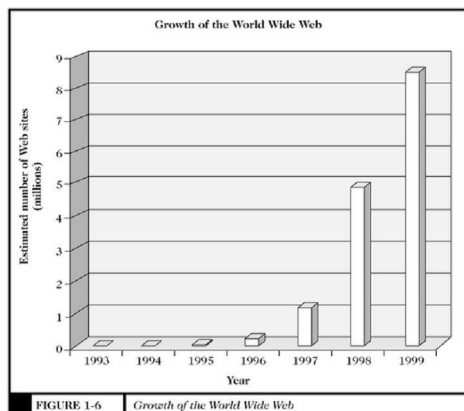
## HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE (HTML)

- Ngôn ngữ cho webpage : văn bản phối hợp với các mã định dạng
  - ``
  - `<a href="mailto:abc@aol.com">mail</a>`
- Siêu liên kết (Hypertext links, hyperlinks) cho phép NSD chuyển đến các trang HTML trên các máy tính khác 1 cách dễ dàng

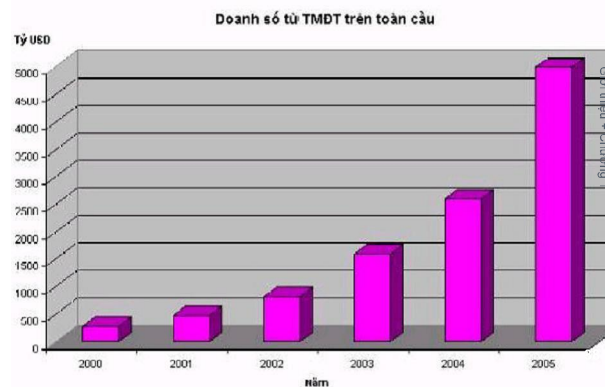
Giới thiệu + Chương 1

36

## Sự phát triển của WWW



## DOANH SỐ TỪ TMDT



## CHI PHÍ KINH DOANH

- Chi phí môi giới - Brokerage fees
- Hoa hồng bán hàng-Sales Commissions
- Thu thập và tìm kiếm thông tin
- Đầu tư thiết bị
- Thuê mướn nhân công lành nghề
- .....

## PHÂN CẤP THỊ TRƯỜNG

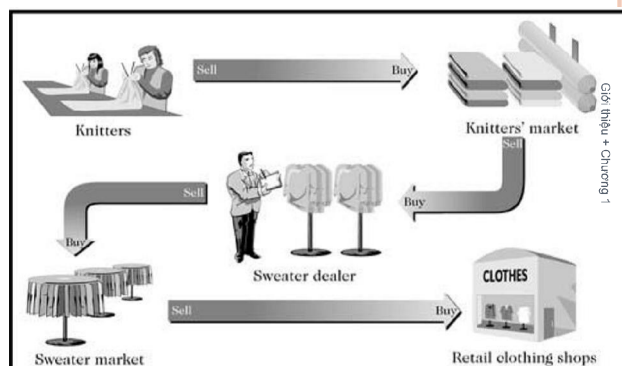


FIGURE 1-7 Markets form of economic organisation

## Phân cấp thị trường

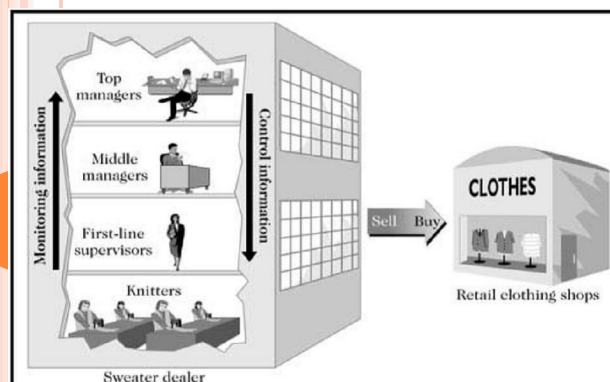
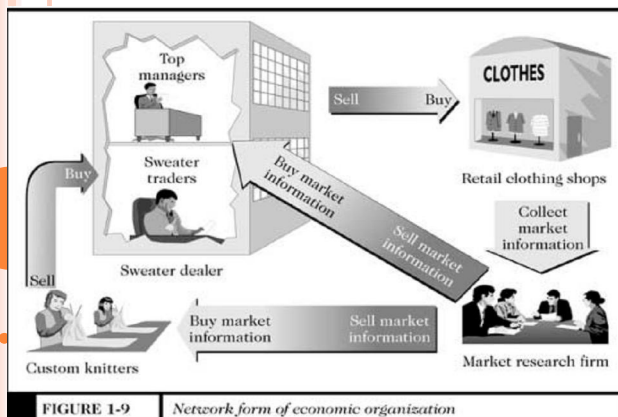


FIGURE 1-8 Hierarchically structured form of economic organisation

## VAI TRÒ CỦA TMDT

- Giảm thiểu chi phí quản lý kinh doanh
  - Cải thiện thông tin kinh doanh
  - Tăng khả năng điều phối các hoạt động
- Mở rộng thị trường đã có
- Tạo các thị trường mới

### Mô hình tổ chức doanh nghiệp (dạng mạng liên kết)



### CHUỖI GIÁ TRỊ (VALUE CHAINS) TRONG E-COMMERCE

Cách thức tổ chức các hoạt động tham gia vào việc thiết kế, sản xuất, phát triển, tiếp thị, giao hàng, các dịch vụ hậu mãi,... của 1 doanh nghiệp bán các sản phẩm/dịch vụ...

Giới thiệu + Chương 1

44

### CÁC HOẠT ĐỘNG CƠ BẢN TRONG DÂY CHUYỀN GIÁ TRỊ

- Xác định đối tượng khách hàng
  - Nghiên cứu thị trường, điều tra khách hàng
- Thiết kế sản phẩm
  - Nghiên cứu, công nghệ, điều tra thị trường
- Mua/Cung ứng nguyên vật liệu
  - Chọn đối tác, chất lượng và thời hạn giao nhận,...

Giới thiệu + Chương 1

45

### CÁC HOẠT ĐỘNG CƠ BẢN TRONG DÂY CHUYỀN GIÁ TRỊ

- Sản xuất
  - Chế tạo, lắp ráp, kiểm tra SP, đóng gói,...
- Thị trường và bán các sản phẩm
  - Quảng cáo, khuyến mại, chính sách giá cả, quản lý các kênh phân phối và bán hàng
- Giao hàng
  - Quản lý kho, quản lý nguyên vật liệu, quản lý giao hàng
- Cung ứng các dịch vụ hậu mãi
  - Test sản phẩm, bảo trì, sửa chữa, bảo hành, thay thế cơ phận,...

Giới thiệu + Chương 1

46

### CÁC HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ CHUỖI DÂY CHUYỀN GIÁ TRỊ

- Quản trị tài chính
  - Kế toán, luật pháp, hoá đơn mua bán, nguồn vốn vay,...
- Quản lý nguồn nhân lực
  - Tuyển dụng, thuê nhân công, huấn luyện, các chính sách bồi thường/thưởng,...
- Phát triển kỹ thuật
  - Nghiên cứu, phát triển, cải tiến kỹ thuật, ứng dụng công nghệ mới,...

Giới thiệu + Chương 1

47

### Mình họa chuỗi dây chuyền giá trị

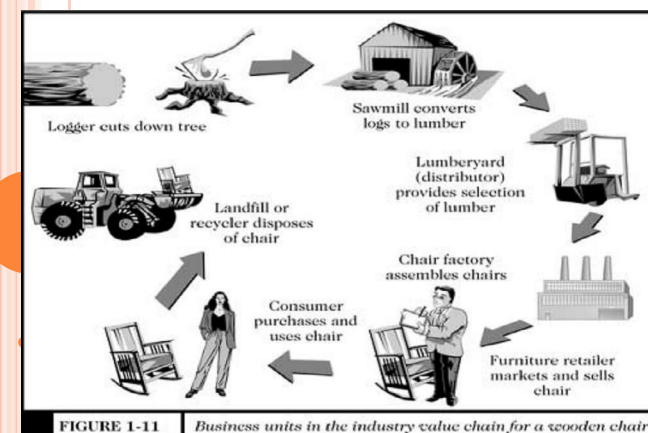


FIGURE 1-11 Business units in the industry value chain for a wooden chair



## TMĐT Ở VIỆT NAM CÒN CÓ NHỮNG KHÓ KHĂN GÌ?

- Đã có một số doanh nghiệp ở Việt nam tham gia hoạt vào động thương mại điện tử ???.
- Song để **khai thác hết cơ hội mà thương mại điện tử đem lại** thì còn rất ít doanh nghiệp ở Việt Nam làm được.
- Lý do :
  - nhận thức còn hạn chế
  - cơ sở hạ tầng công nghệ
  - nhận thức của người dân
  - điều kiện xã hội

Giới thiệu + Chương 1

49

## NHỮNG QUAN NIỆM SAI LẦM TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Tin rằng xây dựng website xong là sẽ có khách hàng một cách dễ dàng và nhanh chóng !!!
- Tin rằng có thể dùng website để quảng bá sản phẩm, thông tin đến với mọi người trên khắp thế giới một cách dễ dàng !!!
- Tin rằng website sẽ thay thế các công cụ, phương tiện marketing khác !!!
- Không chú trọng và hiểu biết đúng đắn về thiết kế, giao diện, chức năng... của website

Giới thiệu + Chương 1

50

## NHỮNG QUAN NIỆM SAI LẦM TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Không chú trọng những thông tin thuyết phục người xem ra quyết định mua hàng!!!
- Không cập nhật thông tin thường xuyên!!!
- Tin rằng website đẹp về mỹ thuật sẽ mang lại nhiều khách hàng !!!!
- Không có thói quen trả lời ngay những email hỏi thông tin của người xem !!!
- Không quan tâm đến rủi ro trong thanh toán qua mạng

Giới thiệu + Chương 1

51

## NHỮNG QUAN NIỆM SAI LẦM TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Áp dụng rập khuôn những mô hình TMĐT đã có: (Lưu ý: chìa khóa thành công trong TMĐT nằm ở cụm từ “tạo nét đặc trưng riêng” (differentiation))
- Không quan tâm đúng mức về cạnh tranh trong TMĐT
- Không quan tâm đến công nghệ mới từ đó phải đổi mới phương thức kinh doanh, đổi mới tư duy, đổi mới cung cách quản lý v.v...

Giới thiệu + Chương 1

52

## MỘT SỐ KHÁI NIỆM KHÁC

- **B2B**: Giao dịch Doanh nghiệp với doanh nghiệp còn được gọi là giao dịch liên kết thị trường. Nó bao gồm các giao dịch hoạt động kinh doanh điện tử giữa các bên doanh nghiệp với nhau.
- **B2C**: giao dịch doanh nghiệp với khách hàng hay B2C. Giao dịch loại này còn được gọi là những giao dịch thị trường.
- **C2C**: Một hình thức giao dịch khác trên Net là khách hàng với khách hàng (Consumer to consumer). Giao dịch này chỉ là một thông báo mua hoặc bán một món đồ cũ

Giới thiệu + Chương 1

53

## M-COMMERCE: HƯỚNG PHÁT TRIỂN MỚI CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Sự phát triển rất nhanh của kỹ thuật truyền thông di động cùng với sự phổ dụng của điện thoại di động (ĐTDD) đã tạo ra một hướng phát triển mới của thương mại điện tử (E-Commerce).
- Đó là thương mại điện tử di động (M-Commerce), một hướng phát triển được nhiều nhà kinh doanh nhắc đến như là một phương tiện hữu hiệu để nâng cao doanh số bán hàng qua mạng.

Giới thiệu + Chương 1

54

## M-COMMERCE

- o **"các giao dịch với giá trị tiền tệ được thực hiện thông qua mạng viễn thông di động"**. Hiểu một cách đơn giản thì đây là TMDT thông qua mạng điện thoại di động.
- o ĐTDD là cửa kết nối cho phép thuê bao thực hiện các hoạt động thương mại điện tử như: dịch vụ tài chính, mua hàng, thanh toán...

Giới thiệu + Chương 1

55

## M-COMMERCE

- o Sự gắn kết giữa người sử dụng với chiếc máy ĐTDD cá nhân đã mang lại hàng loạt ứng dụng mới với khả năng tiếp thị, khả năng đáp ứng nhu cầu cá nhân tốt hơn và khả năng truy nhập mọi lúc, mọi nơi.
- o **Lợi thế quan trọng của chiếc ĐTDD là nó luôn gắn liền với người sử dụng như một chìa khoá cho việc thao tác trên tài khoản cá nhân.**

Giới thiệu + Chương 1

56

## M-COMMERCE

- o Hơn nữa, người ta không "sợ" sử dụng ĐTDD như sử dụng máy vi tính.
- o Hiện nay đang có nhiều "kịch bản" cho việc ứng dụng M-Commerce tại Việt Nam.

Giới thiệu + Chương 1

57

## CÂU HỎI TỔNG KẾT CHƯƠNG

1. Điểm khác biệt giữa thương mại truyền thống và TMDT
2. Nêu ra các lĩnh vực rất thuận lợi khi sử dụng TMDT, các lĩnh vực không thể sử dụng TMDT, các lĩnh vực mà TMDT có thể hỗ trợ trong kinh doanh
3. TMDT đã xuất hiện ở VN hay chưa? các thuận lợi, bất lợi của việc sử dụng TMDT ở VN hiện nay
4. B2B, B2C, C2C?
5. Các ứng dụng M-commerce hiện nay?
6. Lợi ích cho người dùng và doanh nghiệp trong M-commerce?

Giới thiệu + Chương 1

58

## CÂU HỎI CHUẨN BỊ CHƯƠNG 2

1. Theo bạn có bao nhiêu mô hình kinh doanh TMDT?
2. Nếu bạn là chủ một doanh nghiệp bạn có hướng phát triển kinh doanh theo mô hình TMDT không? Nếu không, tại sao? Nếu có, theo mô hình nào, các bước chiến lược bạn sẽ thực hiện là gì?

Giới thiệu + Chương 1

59

Thank you

Giới thiệu + Chương 1

60

### **Thương mại truyền thống**

- Các bên giao dịch thường tiếp xúc trực tiếp
- Các giao dịch được thực hiện chủ yếu theo nguyên tắc vật lý như chuyển tiền, séc, hóa đơn, vận đơn, gửi báo cáo...
- Bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý
- Có sự tham gia của 2 chủ thể là người mua và người bán
- Mạng lưới thông tin chỉ là phương tiện trao đổi dữ liệu

### **Thương mại điện tử**

- Các bên giao dịch không cần thiết tiếp xúc trực tiếp, có thể không quen biết từ trước
- Giao dịch được thực hiện bằng các dữ liệu đã mã hóa
- Không giới hạn bởi khoảng cách địa lý
- Có sự tham gia ít nhất của 3 chủ thể: người mua, người bán và người cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực
- Mạng lưới thông tin chính là thị trường.