

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN



BÁO CÁO ĐỒ ÁN
PHÁT TRIỂN PHẦN MỀM TRÊN WEB

ĐỀ TÀI:

XÂY DỰNG WEBSITE GIỚI THIỆU SẢN PHẨM
RUỘU

Sinh viên thực hiện : ĐINH VĂN ĐÔNG
Giảng viên hướng dẫn : PHƯƠNG VĂN CẢNH
Ngành : CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
Chuyên ngành : CÔNG NGHỆ PHẦN MỀM
Lớp : D10CNPM
Khóa : 2015-2020

Hà Nội, 01 tháng 05 năm 2019

PHIẾU CHẤM ĐIỂM

Sinh viên thực hiện:

Họ và tên	Chữ ký	Ghi chú
Đinh Văn Đông		

Giảng viên chấm:

Họ và tên	Chữ ký	Ghi chú
Giảng viên chấm 1 :		
Giảng viên chấm 2 :		

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	4
LỜI MỞ ĐẦU	5
CHƯƠNG 1: TÌM HIỂU VỀ MẠNG VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	1
1.1. Tìm hiểu về Internet	1
1.2. Tổng quan về thương mại điện tử.....	4
CHƯƠNG 2: LỰA CHỌN CÔNG NGHỆ.....	14
2.1. Ngôn ngữ PHP	14
2.2. MYSQL	15
CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG.....	17
3.1. Mô tả bài toán	17
3.2. Khảo sát hiện trạng	17
3.3. Yêu cầu	19
3.4. Xác định các thực thể	31
3.5. Mô hình E-R	36
3.6. Thiết kế cơ sở dữ liệu vật lý	37
3.7. Mô hình thực thể liên kết.....	41
CHƯƠNG 4: YÊU CẦU HỆ THỐNG VÀ CÀI ĐẶT CHƯƠNG TRÌNH	42
4.1. Yêu cầu hệ thống	42
4.2. Hướng dẫn cài đặt.....	42
4.3. Một số giao diện phần khách hàng	44
4.4. Một số giao diện quản trị.....	53
KẾT LUẬN	57
TÀI LIỆU THAM KHẢO	58

LỜI CẢM ƠN

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sự tri ân sâu sắc đối với các thầy cô Khoa Công Nghệ Thông Tin, đặc biệt là thầy Phương Văn Cảnh đã giúp đỡ và hướng dẫn em hoàn thành bài báo cáo môn Công nghệ phần mềm.

Thực hiện đồ án là cơ hội để em áp dụng, tổng hợp các kiến thức đã học trên lớp, đồng thời đúc kết được những bài học thực tế phục vụ cho việc học tập và làm việc sau này. Mặc dù đã rất cố gắng để thực hiện đề tài nhưng vì năng lực và thời gian còn hạn chế nên chương trình khó tránh khỏi những sai sót, rất mong (thầy) cô thông cảm. Những góp ý của (thầy) cô là bài học, là hành trang để em vững bước vào cuộc sống sau này. Qua đây, em xin trân trọng cảm ơn thầy Phương Văn Cảnh, người đã nhiệt tình hướng dẫn, chỉ bảo em trong quá trình thực hiện, hoàn thành đề tài.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Đinh Văn Đông

LỜI MỞ ĐẦU

Ngày nay, công nghệ thông tin đã có những bước phát triển mạnh mẽ theo cả chiều rộng và sâu. Máy tính điện tử không còn là một thứ phương tiện quý hiếm mà đang ngày càng trở thành một công cụ làm việc và giải trí thông dụng của con người, không chỉ ở công sở mà còn ngay cả trong gia đình.

Đứng trước vai trò của thông tin hoạt động cạnh tranh gay gắt, các tổ chức và các doanh nghiệp đều tìm mọi biện pháp để xây dựng hoàn thiện hệ thống thông tin của mình nhằm tin học hóa các hoạt động tác nghiệp của đơn vị.

Hiện nay các công ty tin học hàng đầu thế giới không ngừng đầu tư và cải thiện các giải pháp cũng như các sản phẩm nhằm cho phép tiến hành thương mại hóa trên Internet. Thông qua các sản phẩm và công nghệ này, chúng ta dễ dàng nhận ra tầm quan trọng và tính tất yếu của thương mại điện tử. Với những thao tác đơn giản trên máy có nối mạng Internet bạn sẽ có tận tay những gì mình cần mà không phải mất nhiều thời gian. Các nhà dịch vụ sẽ mang đến tận nhà cho bạn.

Ở Việt Nam cũng có rất nhiều doanh nghiệp đang tiến hành thương mại hóa trên Internet nhưng do những khó khăn về cơ sở hạ tầng như viễn thông chưa phát triển mạnh, các dịch vụ thanh toán điện tử qua ngân hàng chưa phổ biến nên chỉ dừng lại ở mức độ giới thiệu sản phẩm và tiếp nhận đơn đặt hàng thông qua web.

Để tiếp cận và góp phần đẩy mạnh sự phổ biến của thương mại điện tử ở Việt Nam, em đã tìm hiểu và cài đặt “Xây dựng website giới thiệu và bán rượu qua mạng”.

Tuy đã cố gắng tìm hiểu, phân tích thiết kế và cài đặt hệ thống nhưng do thời gian hạn chế nên không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý của quý Thầy cô. Em xin chân thành cảm ơn

CHƯƠNG 1: TÌM HIỂU VỀ MẠNG VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Tìm hiểu về Internet

Internet là nguồn tài nguyên vô tận của con người trong mọi lĩnh vực. Internet là mạng máy tính khổng lồ được kết nối lại với nhau. Bất cứ vị trí, khoảng cách hoặc thời gian nào, một máy tính kết nối vào mạng Internet đều được coi là thành viên của mạng Internet.

1.1.1. Sự ra đời của Internet

Trong những năm 60 và 70, nhiều công nghệ mạng máy tính đã ra đời nhưng mỗi kiểu lại dựa trên những phần cứng riêng biệt. Một trong những kiểu này được gọi là mạng cục bộ (Local Area Networks – LAN), nối các máy tính với nhau trong phạm vi hẹp bằng dây dẫn và một thiết bị cài đặt trong mỗi máy. Các mạng lớn được gọi là mạng diện rộng (Wide Area Networks – WAN), nối nhiều máy tính với nhau trong phạm vi rộng thông qua một hệ thống dây truyền dẫn kiểu như trong các hệ thống điện thoại.

Việc chuyển và nhận thông tin trên Internet được thực hiện bằng giao thức TCP/IP. Giao thức này gồm hai thành phần là Internet Protocol (IP) và Transmission Control Protocol (TCP). IP cắt nhỏ và đóng gói thông tin chuyển qua mạng, khi đến máy nhận, thông tin đó sẽ được ráp nối lại. TCP đảm bảo cho sự chính xác của thông tin được chuyển đi cũng như thông tin được ráp nối lại, đồng thời TCP cũng sẽ yêu cầu truyền lại tin thất lạc hay hư hỏng.

Giao thức TCP/IP đảm bảo sự thông suốt trao đổi thông tin giữa các máy tính. Internet hiện nay đang liên kết hàng ngàn máy tính thuộc các công ty, cơ quan nhà nước, các trung tâm nghiên cứu khoa học, trường đại học, không phân biệt khoảng cách địa lý. Đó là ngân hàng dữ liệu khổng lồ của nhân loại.

1.1.2. Các dịch vụ trên Internet

a) Dịch vụ miền (DNS)

Việc định danh các phần tử của liên mạng bằng các con số như trong địa chỉ IP rõ ràng là không làm cho người sử dụng hài lòng, bởi chúng khó nhớ, dễ nhầm lẫn. Vì thế người ta đã xây dựng hệ thống đặt tên cho các phần tử Internet, cho phép người sử dụng chỉ cần nhớ

đến tên chứ không cần nhớ địa chỉ IP nữa. Hệ thống này được gọi là DNS (Domain Name System). Đây là một phương pháp quản lý các tên bằng cách giao trách nhiệm phân cấp cho các nhóm tên. Mỗi cấp trong hệ thống được gọi là một miền (domain), các miền được tách nhau bởi dấu chấm.

b) Đăng nhập từ xa (TELNET)

Telnet cho phép người sử dụng từ một trạm làm việc của mình có thể đăng nhập (login) vào một trạm ở xa qua mạng và làm việc với hệ thống y như là một trạm cuối (terminal) nối trực tiếp với trạm đó. Telnet là một giao thức tương đối đơn giản so với các chương trình phòng tạo trạm cuối (terminal emulator) phức tạp hiện nay. Lý do chính của sự phổ biến của Telnet là vì nó là một đặc tả mở (trong public domain) và khả dụng cho tất cả các hệ nền chủ yếu hiện nay.

c) Truyền tệp (FTP)

Dịch vụ được truyền tin trên Internet được đặt tên theo giao thức mà nó sử dụng là FTP (File Transfer Protocol).

FTP cho phép truyền các tệp từ một trạm này sang trạm khác, bất kể các trạm đó ở đâu và sử dụng hệ điều hành gì, chỉ cần chúng đều được kết nối Internet và có cài đặt FTP.

d) Thư điện tử (E-MAIL)

Đây là một trong những dịch vụ thông tin phổ biến nhất Internet. Tuy nhiên, khác với các dịch vụ trình bày ở trên, thư điện tử không phải là một dịch vụ end-to-end, nghĩa là máy gửi thư và máy nhận thư không cần phải liên kết trực tiếp với nhau để thực hiện việc chuyển thư. Nó là một dịch vụ kiểu “lưu và chuyển tiếp” (store-and-forward). Thư điện tử được chuyển từ máy này qua máy khác cho tới máy đích.

E-mail Server này có nhiệm vụ chuyển thư đến đích hoặc đến một E-mail Server trung gian khác. Thư sẽ chuyển đến E-mail Server của người nhận và được lưu tại đó. Đến khi người nhận thiết lập một kết nối tới E-mail Server đó thì thư sẽ được chuyển về máy người nhận.

e) Tìm kiếm tệp (ARCHIE)

Archie là một dịch vụ của Internet cho phép tìm kiếm theo chỉ số (index) các tệp khả dụng trên các server công cộng (Archie server) trên mạng. Bạn có thể yêu cầu Archie tìm các tệp có chứa các xâu văn bản nào đó hoặc chứa một từ nào đó, Archie sẽ trả lời bằng tên các tệp thỏa mãn yêu cầu của bạn và chỉ ra tên của server chứa các tệp đó. Khi chắc chắn đó là tệp bạn cần, bạn có thể dùng FTP để sao chép về máy mình.

f) Tra cứu thông tin theo thực đơn (GOPHER)

Dịch vụ này cho phép tra cứu thông tin theo chủ đề dựa trên hệ thống thực đơn (menu) mà không cần biết đến địa chỉ IP tương ứng. Gopher hoạt động theo phương thức “khách/chủ” (client/server), nghĩa là phải có hai chương trình: Gopher client và Gopher server. Bạn có thể lựa chọn một chương trình Gopher client tương ứng với hệ điều hành đang sử dụng. Mỗi chương trình client này được cấu hình trước với địa chỉ IP của một Gopher server nào đó. Khi bạn khởi động Gopher client, thì chương trình này sẽ gọi chương trình Gopher server và trên màn hình sẽ hiển thị bảng thực đơn menu chính (main menu). Một điểm mạnh của Gopher là thông tin không chỉ được lấy từ các Gopher server mà cả từ các FTP server hoặc Telnet server và điều đó hoàn toàn “trong suốt” đối với người sử dụng tại trạm client.

g) Siêu văn bản (WWW)

WWW (World Wide Web) là một dịch vụ thông tin mới nhất mà hấp dẫn nhất trên Internet.

Nó dựa trên một kỹ thuật biểu diễn thông tin có tên gọi là “siêu văn bản” (hypertext), trong đó các từ được chọn trong văn bản có thể được mở rộng bất kỳ lúc nào để cung cấp các thông tin đầy đủ hơn về từ đó. Sự “mở rộng” ở đây được hiểu theo nghĩa là chúng có các liên kết (link) tới các tài liệu khác có chứa những thông tin bổ sung. Web sử dụng một ngôn ngữ có tên là HTML (HyperText Markup Language). HTML cho phép đọc và liên kết các kiểu dữ liệu khác nhau trên cùng một trang thông tin.

1.2. Tổng quan về thương mại điện tử

1.2.1. Định nghĩa về thương mại điện tử

“Thương mại điện tử là việc tiến hành các giao dịch thương mại thông qua mạng Internet, các mạng truyền thông và các phương tiện điện tử khác.”

Phạm vi của TMĐT rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế. Việc mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một trong hàng ngàn lĩnh vực áp dụng của TMĐT. Theo nghĩa hẹp, TMĐT chỉ gồm các hoạt động thương mại được tiến hành trên mạng máy tính mở như Internet. Trên thực tế, chính các hoạt động thương mại thông qua mạng Internet đã là phát sinh thuật ngữ Thương mại điện tử.

Trong thực tế, thường người ta nhấn mạnh đến bốn nhóm hoạt động chính của TMĐT: hoạt động mua, hoạt động bán, hoạt động chuyển giao và hoạt động trao đổi của các nhóm đối tượng hàng hóa là sản phẩm, dịch vụ và/hoặc thông tin.

1.2.2. Đặc điểm của thương mại điện tử

TMĐT là một phương thức thương mại sử dụng phương tiện điện tử (PTDT) để tiến hành các giao dịch thương mại. Việc sử dụng các PTDT cho phép các bên thực hiện các hoạt động mua, bán, trao đổi các nguồn thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ... dễ dàng. Các nguồn thông tin được hiểu là bất cứ gì có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử như thư điện tử, thông điệp điện tử, các tập tin văn bản, các cơ sở dữ liệu, các bảng tính, các bản vẽ bằng máy tính điện tử, các hình đồ họa, quảng cáo, chào hàng, biểu giá, hợp đồng, hình ảnh động, video clip, âm thanh... Việc trao đổi thông tin qua mạng máy tính và Internet giúp các bên tham gia giao dịch cung cấp, truyền tải các nội dung giao dịch và không cần phải in giấy trong bất kỳ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch.

TMĐT có liên quan mật thiết đến thương mại truyền thống (TMTT), và phụ thuộc vào sự phát triển của mạng máy tính và Internet. Các giao dịch TMĐT được thực hiện trên cơ sở các giao dịch TMTT, nhiều công việc và quá trình giao dịch TMĐT có liên quan đến TMTT. Tuy nhiên khác với giao dịch TMTT được tiến hành trên giấy, qua điện thoại, người đưa tin, xe tải, máy bay và các phương tiện khác, các giao dịch TMĐT chủ yếu được tiến hành trên các mạng máy tính điện tử. Vì thế, giao dịch TMĐT phụ thuộc vào sự phát triển

của mạng máy tính và Internet. Tuy nhiên, khi xây dựng mô hình giao dịch trên mạng máy tính và Internet, một số yếu tố, chủ thể, mô hình kinh doanh trong TMTT có thể được điều chỉnh, nhưng ưu điểm và lợi ích của CNTT được ứng dụng trong TMĐT cho phép giao dịch TMĐT linh hoạt hơn (có thể thực hiện 24/7, phản hồi nhanh chóng...) đồng thời loại bỏ những hạn chế của TMTT (cản trở vật lý, địa lý, thông tin).

TMĐT được nghiên cứu gồm bốn nhóm hoạt động chủ yếu là mua, bán, chuyển giao và trao đổi các đối tượng sản phẩm, dịch vụ và thông tin. Ngoài ra, nó còn bao gồm các hoạt động hỗ trợ các hoạt động trên như: marketing, quảng cáo, xúc tiến trên mạng, thanh toán điện tử, an toàn mạng giao dịch, đấu giá, dịch vụ hỗ trợ CNTT... hỗ trợ việc chào bán, cung cấp các dịch vụ khách hàng hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình thông tin, liên lạc giữa các đối tác kinh doanh.

“Thương mại điện tử” là thuật ngữ mang tính lịch sử. Không thể có định nghĩa duy nhất về TMĐT bởi các công nghệ mới thường xuyên ra đời và được khai thác trong kinh doanh. Và ngay đối với những công nghệ hiện đại, chúng ta cũng chưa chắc đã khai thác và ứng dụng được hết những khả năng mà nó mang lại.

1.2.3. Sự khác biệt của thương mại điện tử với thương mại truyền thống

So với các hoạt động Thương mại truyền thống, TMĐT có một số điểm khác biệt cơ bản như sau:

- Các bên tiến hành giao dịch trong TMĐT không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi biết nhau từ trước:

- + Trong Thương mại truyền thống các bên thường gặp gỡ nhau trực tiếp để tiến hành giao dịch. Các giao dịch được thực hiện chủ yếu theo nguyên tắc vật lý như chuyển tiền, séc, hóa đơn, vận đơn, gửi báo cáo. Các phương tiện viễn thông như: fax, telex... chỉ được sử dụng để trao đổi số liệu kinh doanh. Tuy nhiên, việc sử dụng các phương tiện điện tử trong Thương mại truyền thống chỉ để chuyển tải thông tin một cách trực tiếp giữa hai đối tác của cùng một giao dịch.

- + TMĐT cho phép mọi người cùng tham gia từ các vùng xa xôi héo lánh đến các khu vực đô thị lớn, tạo điều kiện cho tất cả mọi người ở khắp mọi nơi đều có cơ hội ngang

nhau tham gia vào thị trường giao dịch toàn cầu và không đòi hỏi nhất thiết phải có mối quen biết với nhau.

- Các giao dịch Thương mại truyền thống được thực hiện với sự tồn tại của khái niệm biên giới quốc gia, còn TMĐT được thực hiện trong một thị trường không có biên giới (thị trường thống nhất toàn cầu). TMĐT trực tiếp tác động tới môi trường cạnh tranh toàn cầu:

+ TMĐT càng phát triển, thì máy tính cá nhân trở thành cửa sổ cho doanh nghiệp hướng ra thị trường trên khắp thế giới. Với TMĐT, một doanh nhân dù mới thành lập đã có thể kinh doanh ở Nhật Bản, Đức và Chile... mà không hề phải bước ra khỏi nhà, một công việc trước kia phải mất nhiều năm.

- Trong hoạt động giao dịch TMĐT 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:

+ Trong TMĐT, ngoài các chủ thể tham gia quan hệ giao dịch giống như giao dịch thương mại truyền thống đã xuất hiện một bên thứ ba đó là cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực... là những người tạo ra môi trường cho các giao dịch TMĐT. Nhà cung cấp dịch vụ mạng và cơ quan chứng thực có nhiệm vụ chuyển đi, lưu giữ các thông tin giữa các bên tham gia giao dịch TMĐT, đồng thời họ cũng xác nhận độ tin cậy của các thông tin trong giao dịch TMĐT.

- Đối với Thương mại truyền thống thì mạng lưới thông tin chỉ là phương tiện để trao đổi dữ liệu, còn đối với TMĐT thì mạng lưới thông tin chính là thị trường:

+ Thông qua TMĐT, nhiều loại hình kinh doanh mới được hình thành. Ví dụ: các dịch vụ gia tăng giá trị trên mạng máy tính hình thành nên các nhà trung gian ảo làm các dịch vụ môi giới cho giới kinh doanh và tiêu dùng, các siêu thị ảo được hình thành để cung cấp hàng hóa và dịch vụ trên mạng máy tính.

1.2.4. Phân loại thương mại điện tử

Cách phân loại chung nhất của TMĐT là theo bản chất của giao dịch hoặc mối quan hệ giữa các bên tham gia. Người ta phân biệt các loại hình TMĐT cơ bản như sau:

- TMĐT giữa các doanh nghiệp (B2B): Tất cả những bên tham gia trong TMĐT giữa các doanh nghiệp hoặc là các doanh nghiệp, hoặc là các tổ chức. Ví dụ, các giao dịch giữa

công ty DELL và Mark & Spencer và các nhà cung ứng của họ. Ngày nay, hơn 85% khói lượng TMĐT trên thế giới là B2B.

- TMĐT giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C): bao gồm các giao dịch bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của các doanh nghiệp đến khách hàng là cá nhân và các hộ gia đình, những người tiêu dùng cuối cùng. Nội dung chủ yếu của loại hình TMĐT này là bán lẻ điện tử.

- TMĐT doanh nghiệp – doanh nghiệp – người tiêu dùng (B2B2C): một trường hợp đặc biệt của B2B. Một doanh nghiệp cung cấp 1 số sản phẩm hoặc dịch vụ cho khách hàng là một doanh nghiệp khác. Doanh nghiệp khách hàng tiếp theo sẽ cung cấp những hàng hóa hoặc dịch vụ đó cho khách hàng của họ, cũng có thể là nhân viên của họ mà không có sự bổ sung giá trị. Một ví dụ cho hình thức này là một công ty sẽ trả cho AOL để tất cả các nhân viên trong công ty có thể truy cập được vào Internet thay vì mỗi nhân viên phải tự trả cho AOL.

- Người tiêu dùng – doanh nghiệp (C2B): người tiêu dùng ở đây có thể sử dụng Internet tiến hành bán sản phẩm hoặc dịch vụ của mình cho các doanh nghiệp hoặc các cá nhân thông qua hình thức đấu giá sản phẩm hoặc dịch vụ. Price.com là trang web nổi tiếng của giao dịch C2B này.

- Người tiêu dùng – người tiêu dùng (C2C): người tiêu dùng này trực tiếp giao dịch với người tiêu dùng khác. Ví dụ về loại này là một số cá nhân muốn bán một số tài sản riêng của họ như bất động sản, ô tô... thì họ quảng cáo chúng trên những trang web chuyên dụng. Quảng cáo các dịch vụ cá nhân thông qua trang web hay việc bán kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn là ví dụ khác của C2C.

- Các ứng dụng ngang hàng (P2P): công nghệ ngang hàng có thể được sử dụng trong C2C, B2B và B2C. Công nghệ này cho phép những máy tính ngang hàng đã được kết nối có thể chia sẻ các thư mục dữ liệu và xử lý trực tiếp với các máy khác. Ví dụ, trong việc ứng dụng ngang hàng C2C, mọi người có thể trao đổi âm nhạc, video, phần mềm và các sản phẩm số hóa khác bằng phương tiện điện tử.

- Thương mại di động (Mobile Commerce): giao dịch TMĐT và các hoạt động được thực hiện hoàn toàn hoặc một phần trong một môi trường không dây được xem như là

thương mại di động. Ví dụ người ta có thể sử dụng điện thoại di động có kết nối Internet để giao dịch với ngân hàng, đặt mua một cuốn sách. Rất nhiều ứng dụng của thương mại di động liên quan đến các thiết bị di động. Nếu các giao dịch như vậy được hướng đến những cá nhân ở những vị trí cụ thể, tại thời điểm cụ thể thì chúng được xem như thương mại trên cơ sở định vị. Một số người định nghĩa thương mại di động như là những giao dịch được thực hiện khi không ở nhà hay cơ quan. Những giao dịch như vậy có thể được thực hiện trên cả hệ thống có dây hay không dây.

- TMĐT nội bộ doanh nghiệp: TMĐT bên trong doanh nghiệp bao gồm tất cả những hoạt động bên trong tổ chức liên quan đến trao đổi hàng hóa, dịch vụ, thông tin ở nhiều đơn vị và các cá nhân trong tổ chức đó. Các hoạt động có thể từ việc mua bán các nhóm sản phẩm tới các nhân viên của công ty, tới các nỗ lực thiết kế hợp tác và đào tạo trực tuyến. TMĐT trong doanh nghiệp được thực hiện thông qua các mạng nội bộ hoặc công ty (công để truy cập vào website).

- Doanh nghiệp – nhân viên (B2E): là một hệ thống phụ của loại hình TMĐT nội bộ doanh nghiệp, trong đó tổ chức tiến hành phân phát các dịch vụ, thông tin hay sản phẩm tới từng nhân viên. Một bộ phận lớn nhân viên là nhân viên di động, họ làm đại diện của doanh nghiệp tại các tổ chức và doanh nghiệp khác. TMĐT hỗ trợ cho các nhân viên như vậy được gọi là B2ME (doanh nghiệp tới nhân viên di động).

- Thương mại hợp tác: khi các cá nhân hoặc các nhóm trao đổi hoặc hợp tác trực tuyến, họ đã tham gia trong thương mại hợp tác. Ví dụ, các đối tác kinh doanh ở các địa điểm khác nhau có thể cùng nhau thiết kế sản phẩm, sử dụng cầu truyền hình, quản lý hàng tồn kho trực tuyến như là trong trường hợp của DELL Computers, hoặc cùng nhau dự đoán nhu cầu sản phẩm như Marks & Spencer làm với nhà cung ứng của họ.

- TMĐT phi kinh doanh: số lượng các tổ chức phi kinh doanh đang dần tăng lên như các viện hàn lâm, các tổ chức phi lợi nhuận, các tổ chức tôn giáo, các tổ chức xã hội và các đơn vị chính phủ đang sử dụng TMĐT để giảm chi phí của họ hoặc thúc đẩy các hoạt động chung hoặc dịch vụ khách hàng.

1.2.5. Các cơ sở để phát triển thương mại điện tử

a) Cơ sở hạ tầng công nghệ viễn thông và CNTT:

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

- Cơ sở hạ tầng công nghệ quan trọng nhất của TMĐT là hạ tầng viễn thông và CNTT. Một hạ tầng viễn thông hiện đại, tốc độ truyền dẫn cao và khả năng bao phủ rộng khắp vùng lãnh thổ là cơ sở quan trọng để phát triển mạng máy tính và các dịch vụ của nó. Môi trường mạng máy tính là điều kiện cần thiết để TMĐT ra đời và phát triển. Mạng Internet ra đời và phát triển với hai đặc tính quan trọng (tính phân tán và tính mở) đã tạo tiền đề cho các giao dịch thương mại và từ đó TMĐT ra đời.

- Để TMĐT phát triển, cần đẩy mạnh phát triển công nghiệp CNTT. Sự phát triển công nghiệp CNTT đã tạo ra cơ sở hạ tầng bền vững cho TMĐT hình thành và phát triển.

b) Cơ sở pháp lý của TMĐT: TMĐT là môi trường kinh doanh mới, kinh doanh qua mạng. TMĐT cần một cơ sở pháp lý thống nhất, xuyên suốt để điều chỉnh các mối quan hệ giao dịch thương mại. Đó là các vấn đề liên quan đến luật TMĐT, bảo vệ sở hữu trí tuệ, bảo vệ người tiêu dùng, chuẩn hóa công nghiệp, bảo vệ bí mật riêng tư, đảm bảo an ninh chính trị.

c) Cơ sở thanh toán điện tử của TMĐT: TMĐT chỉ khả thi khi có một hệ thống thanh toán tài chính hoàn thiện, cho phép người tham gia giao dịch có thể thanh toán tự động. Nếu chưa có hệ thống thanh toán này thì TMĐT chỉ giới hạn ở việc trao đổi thông tin.

d) Cơ sở an toàn bảo mật thông tin trong TMĐT: TMĐT hoạt động trong một môi trường mạng máy tính toàn cầu nên luôn tiềm ẩn những nguy cơ hệ thống thông tin bị xâm phạm trái phép. TMĐT chỉ có thể phát triển trên cơ sở một hệ thống bảo vệ an toàn an ninh chặt chẽ chống mọi nguy cơ xâm phạm trái phép và phá hoại trong môi trường mạng rất biến động. Vì chỉ trên cơ sở đảm bảo an toàn và an ninh ta mới xây dựng lòng tin cho các chủ thẻ tham gia TMĐT.

e) Cơ sở chuyển phát hàng hóa trong TMĐT: Vận chuyển hàng hóa là một khâu trong quá trình kinh doanh thương mại. TMĐT giúp cho quá trình kinh doanh thương mại được nhanh hơn, phạm vi lớn hơn nhưng một khi thỏa thuận thương mại được ký kết thì TMĐT cần một hệ thống phát chuyển và cung ứng hàng hóa nhanh, tin cậy, tương xứng với tốc độ giao dịch trên mạng. TMĐT cần một cơ sở chuyển phát hàng hóa hiện đại.

f) Cơ sở nhân lực cho phát triển TMĐT: TMĐT là phương thức kinh doanh hiện đại sử dụng công nghệ cao để hoạt động kinh doanh thương mại. Để phát triển TMĐT cần đội ngũ

nhân lực nắm vững công nghệ thông tin, công nghệ Internet, kỹ thuật kinh doanh trên mạng để triển khai các hoạt động kinh doanh trên mạng.

1.2.6. Các hình thức hoạt động chủ yếu của thương mại điện tử

a) Thư điện tử: Các doanh nghiệp, các cơ quan Nhà nước,... sử dụng thư điện tử để gửi thư cho nhau một cách “trực tuyến” thông qua mạng, gọi là thư điện tử (electronic mail, viết tắt là e-mail). Thông tin trong thư điện tử không phải tuân theo một cấu trúc định trước nào.

b) Thanh toán điện tử: Thanh toán điện tử là việc thanh toán tiền thông qua các phương tiện điện tử. Ví dụ: trả lương bằng cách chuyển tiền trực tiếp vào tài khoản, trả tiền mua hàng bằng thẻ mua hàng, thẻ tín dụng. Ngày nay, với sự phát triển của TMĐT, thanh toán điện tử đã mở rộng sang các lĩnh vực mới đó là:

- Trao đổi dữ liệu điện tử tài chính (Financial Electronic Data Interchange, gọi tắt là FEDI).

- Tiền lẻ điện tử (Internet Cash).
- Ví điện tử (Electronic Purse).
- Giao dịch điện tử của ngân hàng (Digital Banking).

c) Trao đổi dữ liệu điện tử: Trao đổi dữ liệu điện tử là việc trao đổi các dữ liệu dưới dạng “có cấu trúc” (structured form), từ máy tính điện tử này sang máy tính điện tử khác, giữa các công ty hoặc đơn vị đã thỏa thuận bán buôn với nhau.

Theo Ủy ban liên hợp quốc về luật thương mại quốc tế (UNCITRAL), “Trao đổi dữ liệu điện tử (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 thỏa thuận để cấu trúc thông tin”.

d) Truyền dung liệu: Dung liệu (Content) là nội dung của hàng hóa số, giá trị của nó không phải trong vật mang tin mà nằm trong bản thân nội dung của nó. Hàng hóa có thể được giao qua mạng thay vì trao đổi bằng cách đưa vào các băng đĩa, in thành văn bản... Ngày nay, dung liệu được số hóa và truyền gửi theo mạng, gọi là “giao gửi số hóa” (digital delivery).

e) Mua bán hàng hóa hữu hình: Đến nay, danh sách các hàng hóa bán lẻ qua mạng đã mở rộng, từ hoa đến quần áo,... đã làm xuất hiện một loạt hoạt động gọi là “mua hàng điện tử” hay “mua hàng qua mạng”. Ở một số nước, Internet đã trở thành công cụ để cạnh tranh bán lẻ hàng hóa hữu hình. Tận dụng tính năng đa phương tiện của môi trường Web và Java, người bán xây dựng trên mạng “các cửa hàng ảo”, gọi là ảo bởi vì cửa hàng có thật nhưng ta chỉ xem toàn bộ quang cảnh cửa hàng và các hàng hóa chứa trong đó trên từng trang màn hình một.

1.2.7. Chức năng của thương mại điện tử

- Chức năng truyền thông: Chức năng truyền thông nhằm mục đích phân phối thông tin/tư liệu phục vụ các giao dịch kinh doanh. Ví dụ rõ nhất về chức năng truyền thông là thư điện tử.

- Chức năng quản trị quá trình: Chức năng quản trị quá trình bao gồm việc tự động hóa và cải thiện các quá trình kinh doanh, ví dụ nối mạng hai máy tính với nhau sao cho chúng có thể chia sẻ và truyền dữ liệu tốt hơn là lấy dữ liệu từ máy này chuyển sang máy kia.

- Chức năng quản trị dịch vụ: Đây là việc ứng dụng công nghệ để cải thiện chất lượng dịch vụ. Ví dụ về chức năng này có thể là bất kỳ website của một công ty vận tải nào. Website này cho phép khách hàng theo dõi hàng chuyên chở, lập thời gian biểu thông tin về định vị hàng chuyên chở trên phạm vi toàn thế giới 24 giờ trong ngày mà không cần gặp đại diện khách hàng.

- Chức năng dịch vụ: Chức năng này cung cấp khả năng mua bán hoặc thực hiện một số dịch vụ khác qua mạng Internet.

1.2.8. Lợi ích của thương mại điện tử

a) Đối với các tổ chức, doanh nghiệp:

Tìm kiếm, mở rộng thị trường với chi phí thấp, hiệu quả cao: dễ dàng tìm kiếm khách hàng, nhà cung cấp cũng như các đối tác trên phạm vi toàn cầu. Giảm chi phí cho doanh nghiệp, ví dụ như chi phí in ấn, truyền thông, chi phí lưu kho...

- Rút ngắn thời gian triển khai ý tưởng.
- Cải thiện hệ thống phân phối: việc phân phối hàng thuận tiện và nhanh chóng hơn, đáp ứng nhu cầu của khách hàng 24/7/365.
- Mô hình kinh doanh mới với những lợi thế mới: ví dụ đấu giá nông sản qua mạng.
- Cải thiện và phát triển mối quan hệ khách hàng: thông tin cập nhật liên tục, tăng khả năng tương tác với khách hàng...
- Cập nhật hóa tư liệu công ty: Bất kỳ tư liệu nào trên Web, như giá cả trong catalog đều có thể điều chỉnh trong giây lát.

b) Đối với người tiêu dùng:

- Mua sắm thuận tiện hơn.
- Người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn hơn.
- Có thể mua sắm ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào.
- Thông tin về sản phẩm, giá cả đa dạng, phong phú và cập nhật liên tục.
- Có thể tham gia chia sẻ thông tin và kinh nghiệm mua hàng của bản thân.

c) Đối với xã hội:

- Thông tin liên lạc được cải thiện, nhờ vậy ngày càng nhiều người có thể làm việc tại nhà, giảm việc đi lại đến nơi công sở và đi đến các cửa hàng mua sắm, giảm ách tắc giao thông và ô nhiễm không khí.
- Góp phần tạo mức sống cao hơn: Một số hàng hóa có thể bán với giá thấp hơn, cho phép người có thu nhập thấp mua được nhiều hàng hóa, dịch vụ hơn, nhờ vậy nâng cao mức sống.
- Nâng cao an ninh trong nước: Công nghệ TMĐT nâng cao an ninh nội địa nhờ hoàn thiện truyền thông, sự phối hợp thông tin và hành động...

- Tiếp cận các dịch vụ công: Các dịch vụ công như chăm sóc sức khỏe, đào tạo, các dịch vụ hành chính của chính phủ có thể được thực hiện và cung ứng với chi phí thấp, chất lượng được cải thiện.
- TMĐT tạo điều kiện cho nền kinh tế quốc gia sớm tiếp cận kinh tế tri thức và hội nhập nền kinh tế thế giới.

1.2.9. Các trở ngại đối với thương mại điện tử

a) Cản trở công nghệ:

- Thiếu các tiêu chuẩn chung về chất lượng, an ninh, độ tin cậy.
- Băng thông viễn thông không đủ, đặc biệt cho TMĐT di động.
- Sự phát triển các công cụ phần mềm mới bắt đầu triển khai.
- Khó tích hợp Internet và các phần mềm TMĐT với một số ứng dụng có sẵn và cơ sở dữ liệu (đặc biệt liên quan đến luật).
- Cần thiết có một số máy chủ Web bổ sung cho các máy chủ mạng, điều này làm tăng chi phí ứng dụng TMĐT.
- Việc thực hiện các đơn đặt hàng B2C trên quy mô lớn đòi hỏi có các kho hàng tự động hóa chuyên dùng.

b) Các trở ngại phi công nghệ:

- Các vấn đề an ninh và bí mật riêng tư hạn chế khách hàng thực hiện việc mua hàng.
- Thiếu niềm tin vào TMĐT.
- Nhiều vấn đề pháp luật và chính sách công, bao gồm cả vấn đề đánh thuế trong TMĐT chưa được giải quyết.
- Các quy định về quản lý quốc gia và quốc tế đối với TMĐT nhiều khi ở trong tình trạng không thống nhất.
- Còn khó đo đạc được lợi ích (hiệu quả) của TMĐT.
- Một số khách hàng còn tâm lý muốn nhìn thấy, sờ thấy trực tiếp sản phẩm.
- Người dân còn chưa tin tưởng lầm vào môi trường phi giấy tờ, giao dịch không theo phương thức mặt đối mặt.
- Sự lừa đảo trên mạng có xu hướng gia tăng.

CHƯƠNG 2: LỰA CHỌN CÔNG NGHỆ

2.1. Ngôn ngữ PHP

2.1.1. Giới thiệu về PHP

PHP (Personal Home Page hay PHP HyperText Preprocess) được giới thiệu năm 1994 bởi R. Lerdoft, như một bộ sưu tập của ngôn ngữ chưa chặt chẽ dựa vào Perl và các công cụ của trang chủ. Vì quá trình xử lý dựa trên máy chủ nên các trang web được viết bằng PHP sẽ dễ dàng hơn ở bất cứ hệ điều hành nào. Nói một cách ngắn gọn: PHP là một ngôn ngữ lập trình kiểu script, chạy trên server và trả về mã HTML cho trình duyệt. Xu hướng sử dụng PHP trong việc thiết kế Web đang ngày càng phát triển trong giai đoạn hiện nay và trong tương lai.

2.1.2. Tại sao phải sử dụng PHP

Như chúng ta đã biết, có rất nhiều trang web được xây dựng bởi ngôn ngữ HTML. Đây chỉ là các trang web tĩnh, nghĩa là chúng chỉ chứa đựng một nội dung cụ thể với dòng văn bản đơn thuần, hình ảnh. Tuy nhiên, Internet và Intranet đã được sử dụng cho các ứng dụng cần tới cơ sở dữ liệu. Các trang như vậy được gọi là trang web động, bởi vì nội dung của chúng luôn thay đổi tùy thuộc vào dữ liệu và người sử dụng. PHP là một ngôn ngữ như vậy. Bằng cách chạy chương trình PHP trên máy chủ Web Server, bạn có thể tạo ra các ứng dụng có sự tương tác với cơ sở dữ liệu và đây được gọi là các trang web động.

2.1.3. Điểm mạnh của PHP

- PHP thực hiện với tốc độ rất nhanh và hiệu quả.
- PHP hỗ trợ kết nối được với rất nhiều hệ quản trị cơ sở dữ liệu khác nhau: MySQL, PostgreSQL, Oracle, dbm, filePro, HyperWare... Ngoài ra còn hỗ trợ kết nối ODBC thông qua đó có thể kết nối với nhiều ngôn ngữ khác mà ODBC hỗ trợ.
- PHP cung cấp một hệ thống thư viện phong phú: Do PHP ngay từ đầu được thiết kế nhằm mục đích xây dựng và phát triển các ứng dụng trên nền web nên PHP cung cấp rất nhiều hàm xây dựng sẵn thực hiện các công việc rất dễ dàng như: gửi nhận mail, làm việc với cookie, session...

- PHP là một ngôn ngữ dễ dùng, dễ học và đơn giản hơn nhiều so với các ngôn ngữ khác như Java, Perl.
- PHP có thể sử dụng trên nhiều hệ điều hành.
- PHP là ngôn ngữ mà nguồn mở nên có một cộng đồng các thành viên chuyên về PHP đông đảo, rộng khắp trên thế giới. Vì vậy, mọi người có thể tự do, dễ dàng trao đổi, thảo luận với nhau để cùng phát triển các chương trình PHP của mình.

2.2. MySQL

2.2.1. Giới thiệu về MySQL

MySQL là một Database Server, là hệ thống quản lý cơ sở dữ liệu quan hệ. Trong việc lưu trữ, tìm kiếm, sắp xếp và truy vấn dữ liệu, nó tỏ ra rất nhanh và mạnh mẽ. MySQL Server điều khiển truy cập dữ liệu đa người dùng cùng một thời điểm, cung cấp khả năng truy cập dữ liệu nhanh, đảm bảo cho người sử dụng được cấp quyền truy cập dữ liệu hệ thống. Do vậy, MySQL là đa người dùng đa luồng. Nó sử dụng các câu lệnh truy vấn SQL (ngôn ngữ truy vấn có cấu trúc) là một chuẩn ngôn ngữ truy vấn cơ sở dữ liệu hiện nay trên web. MySQL được chính thức sử dụng rộng rãi năm 1996 nhưng nó đã hình thành từ năm 1979.

MySQL có thể quản lý tới hàng Terabyte dữ liệu, hàng triệu bản ghi, chạy trên nhiều môi trường khác nhau, có giao diện tương đối dễ sử dụng, có thể truy vấn cơ sở dữ liệu thông qua câu lệnh SQL.

MySQL thường được sử dụng chung với PHP trong những trang web cần sử dụng tới cơ sở dữ liệu.

2.2.2. Tại sao phải sử dụng PHP

Điểm mạnh của PHP là chạy trên mọi ngôn ngữ như ASP.NET, PHP, JSP... khi chạy nó không đòi hỏi tài nguyên máy quá lớn. Nhược điểm là độ bảo mật chưa cao bằng MSSQL hay Oracle... và quá trình Restore có phần chậm chạp hơn. Tuy nhiên, những nhược điểm đó là không đáng kể cho các bạn viết các hệ quản trị nội dung cỡ trung bình và khá, vì chỉ có những hệ thống từ lớn đến rất lớn mới có những yêu cầu phức tạp hơn.

Cơ sở dữ liệu MySQL đã trở thành cơ sở dữ liệu mã nguồn mở phổ biến nhất thế giới vì cơ chế xử lý nhanh và ổn định của nó, sự đáng tin cậy cao và dễ sử dụng. MySQL chạy trên 20 platform bao gồm: Linux, Windows, OS/X, HP-UX, AIX, Netware, mang đến cho bạn tính linh động trong việc sử dụng.

2.2.3. Điểm mạnh của MySQL

- Tính linh hoạt: MySQL cung cấp đặc tính linh hoạt, có sức chứa để xử lý các ứng dụng được nhúng sâu với dung lượng chỉ 1MB để chạy các kho dữ liệu đồ sộ lên đến hàng Terabyte thông tin. Sự linh hoạt về platform là một đặc tính lớn của MySQL với tất cả các phiên bản của Linux, Unix và Windows đang được hỗ trợ. Và dĩ nhiên, tính chất mã nguồn mở của MySQL cho phép sự tùy biến hoàn toàn theo ý muốn để thêm vào các yêu cầu thích hợp cho database server.

- Tính thực thi cao: Kiến trúc storage-engine cho phép các chuyên gia cơ sở dữ liệu cấu hình máy chủ cơ sở dữ liệu MySQL đặc trưng cho các ứng dụng đặc thù.

- Có thể sử dụng ngay: Sự đáng tin cậy cao và tính “mỳ ăn liền” là những tiêu chuẩn đảm bảo của MySQL.

- Hỗ trợ giao dịch mạnh: MySQL đưa ra một trong số những engine giao dịch cơ sở dữ liệu mạnh nhất trên thị trường. Các đặc trưng bao gồm hỗ trợ giao dịch ACID hoàn thiện, khóa mức dòng không hạn chế, khả năng giao dịch được phân loại, và hỗ trợ giao dịch đa dạng mà người đọc không bao giờ gây trở ngại cho người viết và ngược lại. Tình toàn vẹn của dữ liệu cũng phải được đảm bảo trong suốt quá trình server có hiệu lực, các mức giao dịch độc lập được chuyên môn hóa, và phát hiện khóa chết ngay lập tức.

- Chế độ bảo mật dữ liệu mạnh.

- Sự phát triển ứng dụng hỗn hợp: Một trong số các lý do khiến cho MySQL là cơ sở dữ liệu mã nguồn mở phổ biến nhất thế giới là nó cung cấp hỗ trợ hỗn hợp cho bất kỳ sự phát triển ứng dụng nào cần.

- Dễ dàng quản lý.

- Mã nguồn mở tự do và hỗ trợ 24/7.

- Tổng chi phí thấp.

CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG

3.1. Mô tả bài toán

Quản lý khách hàng: mỗi khách hàng được quản lý các thông tin sau đây: Họ, tên, địa chỉ, email, số điện thoại, tên đăng nhập, mật khẩu.

Quản lý mặt hàng: mỗi mặt hàng được quản lý những thông tin: Tên mặt hàng, đơn giá, số lượng, thời gian bảo hành, hình ảnh, mô tả.

Quá trình đặt hàng của khách hàng: Khách hàng xem và lựa chọn mặt hàng cần mua. Trong quá trình lựa chọn, bộ phận bán hàng sẽ trực tiếp trao đổi thông tin cùng khách hàng, chịu trách nhiệm hướng dẫn. Sau khi lựa chọn xong, bộ phận bán hàng sẽ tiến hành lập đơn đặt hàng của khách. Sau khi tiếp nhận yêu cầu trên, bộ phận này sẽ làm hóa đơn và thanh toán tiền.

Quá trình đặt hàng với nhà cung cấp: Hàng ngày nhân viên kho sẽ kiểm tra hàng hóa trong kho và đề xuất lên ban điều hành cần xử lý về việc những mặt hàng cần nhập. Trong quá trình đặt hàng thì ban điều hành sẽ có trách nhiệm xem xét các đề xuất về những mặt hàng yêu cầu và quyết định loại hàng, số lượng hàng cần đặt và phương thức đặt hàng với nhà cung cấp. Việc đặt hàng với nhà cung cấp được thực hiện thông qua địa chỉ trên mạng hay qua điện thoại, fax.

Quá trình nhập hàng: Sau khi nhận yêu cầu đặt hàng từ công ty, nhà cung cấp sẽ giao hàng cho công ty có kèm theo hóa đơn hay bảng kê chi tiết các loại mặt hàng. Thủ kho sẽ kiểm tra lô hàng của từng nhà cung cấp và trong trường hợp hàng hóa giao không đúng yêu cầu đặt hàng hay kém chất lượng... thì thủ kho sẽ trả lại nhà cung cấp và yêu cầu giao lại những mặt hàng bị trả đó.

Tiếp theo thủ kho sẽ kiểm tra chứng từ giao hàng để gán giá trị thành tiền cho từng loại sản phẩm. Những loại hàng hóa này sẽ được cung cấp một mã số và được cập nhật ngay vào giá bán.

3.2. Khảo sát hiện trạng

Từ quy trình thực tiễn nêu trên, ta nhận thấy rằng hệ thống được xây dựng cho bài toán đặt ra chủ yếu phục vụ cho hai đối tượng: khách hàng và nhà quản lý.

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

- Khách hàng: là những người có nhu cầu mua sắm hàng hóa. Khác với việc đặt hàng trực tiếp tại công ty, khách hàng phải hoàn toàn tự thao tác thông qua từng bước cụ thể để có thể mua được hàng. Trên mạng, các mặt hàng được sắp xếp và phân theo từng loại mặt hàng giúp cho khách hàng dễ dàng tìm kiếm. Trong hoạt động này, khách hàng chỉ cần chọn một mặt hàng nào đó từ danh mục các mặt hàng thì những thông tin về mặt hàng đó sẽ hiển thị lên màn hình như: hình ảnh, đơn giá, mô tả,...và bên cạnh là trang liên kết để thêm hàng hóa vào giỏ hàng. Đây là giỏ hàng điện tử mà trong đó chứa các thông tin về hàng hóa lẫn số lượng khách mua và hoàn toàn được cập nhật trong giỏ. Khi khách hàng muốn đặt hàng thì hệ thống hiển thị trang xác lập đơn đặt hàng cùng thông tin về khách hàng và hàng hóa. Khách hàng tùy chọn phương thức thanh toán.

- Nhà quản lý: Là người làm chủ hệ thống, có quyền kiểm soát mọi hoạt động của hệ thống. Nhà quản lý được cấp một username và password để đăng nhập vào hệ thống thực hiện những chức năng của mình. Nếu như quá trình đăng nhập thành công thì nhà quản lý có thể thực hiện những công việc: quản lý cập nhật thông tin các mặt hàng, tiếp nhận đơn đặt hàng, kiểm tra đơn đặt hàng và xử lý đơn đặt hàng, kiểm tra hàng tồn. Thống kê các mặt hàng bán trong tháng, năm, thống kê khách hàng, nhà cung cấp, thống kê tồn kho, thống kê doanh thu. Khi có nhu cầu nhập hàng hóa từ nhà cung cấp thì tiến hành liên lạc với nhà cung cấp để đặt hàng và cập nhật các mặt hàng này vào cơ sở dữ liệu,...

3.3. Yêu cầu

Từ những nhận xét trên, em đưa ra một số yêu cầu cho website của mình như sau:

- Cho phép nhập hàng vào CSDL. Hiển thị danh sách các mặt hàng theo từng loại (bao gồm: hình ảnh, giá cả, mô tả).
 - Hiển thị hàng hóa mà khách hàng đã chọn để mua.
 - Hiển thị đơn đặt hàng của khách hàng.
 - Cung cấp khả năng tìm kiếm, khách hàng có thể truy cập từ xa để tìm kiếm xem mặt hàng đặt mua.
 - Cho phép quản lý đơn đặt hàng.
 - Cập nhật mặt hàng, loại mặt hàng, khách hàng, nhà cung cấp.
 - Thống kê mặt hàng, khách hàng, đơn đặt hàng.
 - Dành cho khách hàng:
 - + Hiển thị danh sách, thông tin chi tiết các mặt hàng của công ty để khách hàng có thể xem và lựa chọn.
 - + Cung cấp chức năng tìm kiếm mặt hàng.
 - + Hệ thống có chức năng giờ hàng, thanh toán.
 - + Có chức năng đăng nhập và đăng ký thành viên.
 - Dành cho nhà quản lý:
 - + Chức năng quản lý cập nhật các mặt hàng trên web.
 - + Tiếp nhận và kiểm tra đơn đặt hàng của khách hàng.
 - + Quản trị tài khoản người dùng.
 - + Thống kê mặt hàng, khách hàng, đơn hàng, doanh thu...

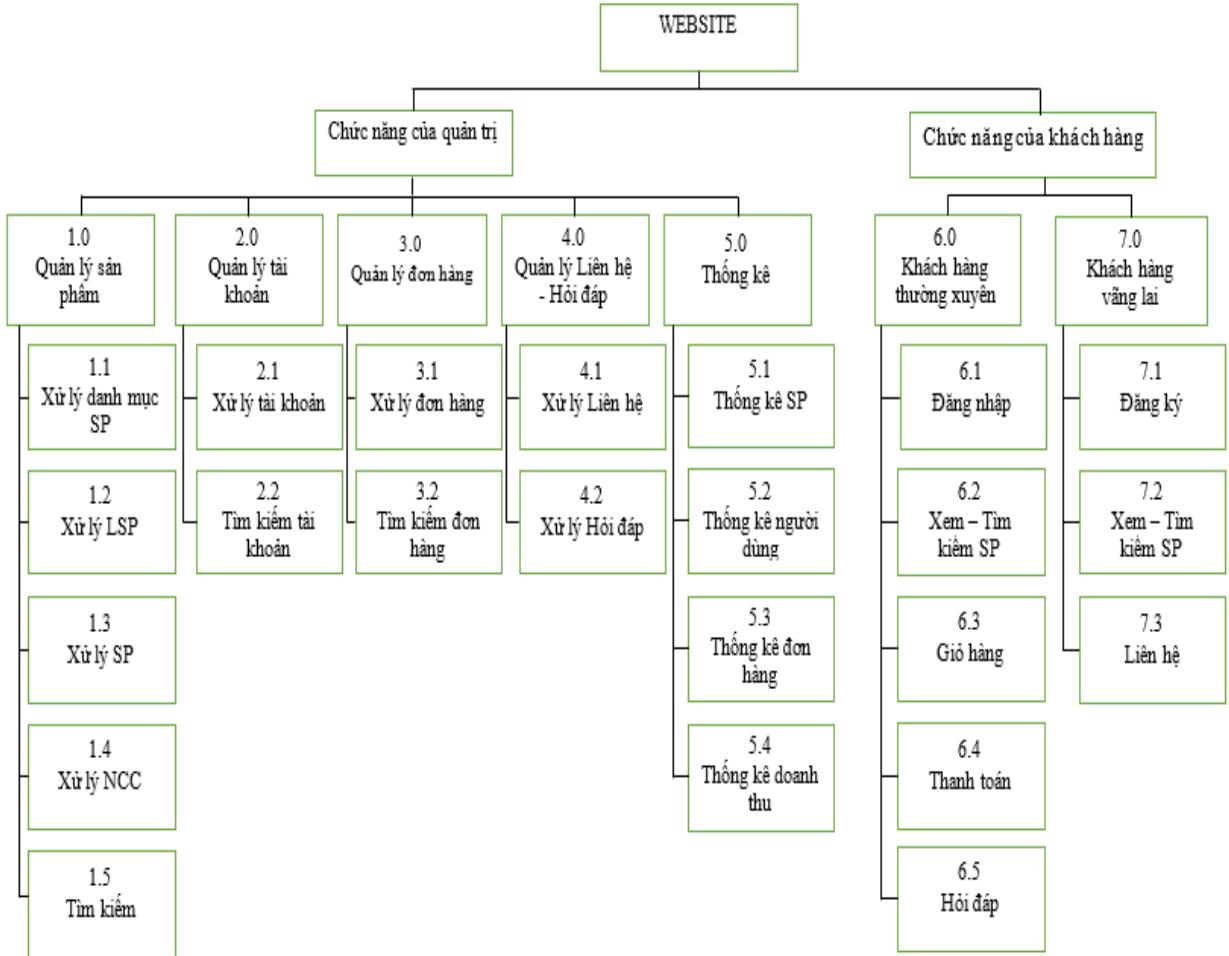
3.4. Mô hình chức năng

3.4.1 Sơ đồ phân cấp chức năng

Nhóm chức năng	Chức năng chính	Chi tiết chức năng
Chức năng của quản trị	Quản lý sản phẩm	Xử lý danh mục sản phẩm
		Xử lý loại sản phẩm
		Xử lý sản phẩm
		Xử lý nhà cung cấp
		Tìm kiếm
	Quản lý tài khoản	Xử lý tài khoản
		Tìm kiếm tài khoản
	Quản lý đơn hàng	Xử lý đơn hàng
		Tìm kiếm đơn hàng
	Quản lý Liên hệ - Hỏi đáp	Xử lý Liên hệ
		Xử lý Hỏi đáp
	Thống kê	Thống kê sản phẩm
		Thống kê người dùng

		Thống kê đơn hàng
		Thống kê doanh thu
		Đăng nhập
		Xem – Tìm kiếm sản phẩm
Chức năng của khách hàng	Khách hàng thường xuyên	Giỏ hàng
		Thanh toán
		Hỏi đáp
		Đăng ký
		Xem – Tìm kiếm sản phẩm
		Liên hệ

Các chức năng của hệ thống



Hình 3.1: Sơ đồ phân cấp chức năng

3.4.2. Sơ đồ mức ngữ cảnh

- Chú thích:

Ký hiệu

Ví dụ

Xử lý



1.0

Cập nhật đơn hàng

Dòng dữ liệu



Thông tin khách hàng



Kho dữ liệu

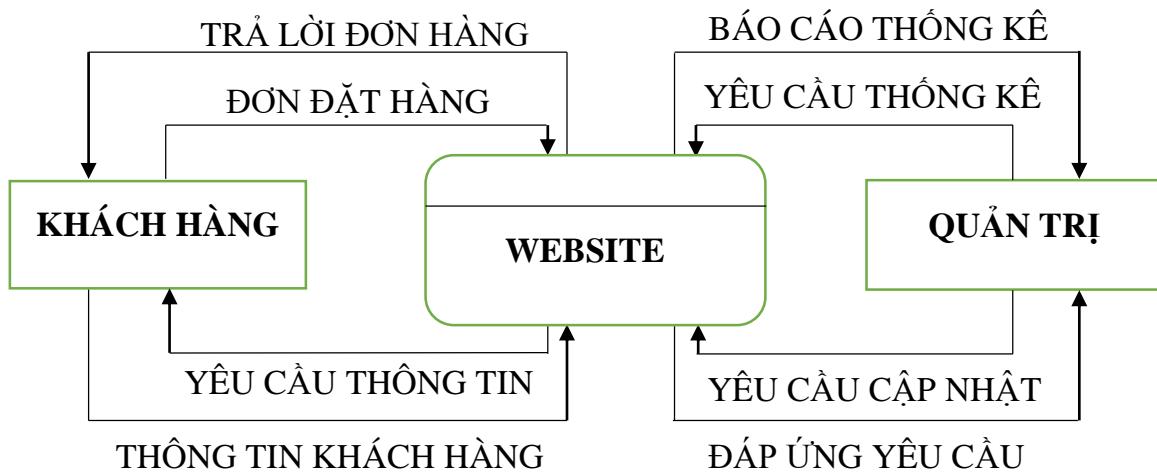


Danh sách đơn hàng

Tác nhân ngoài

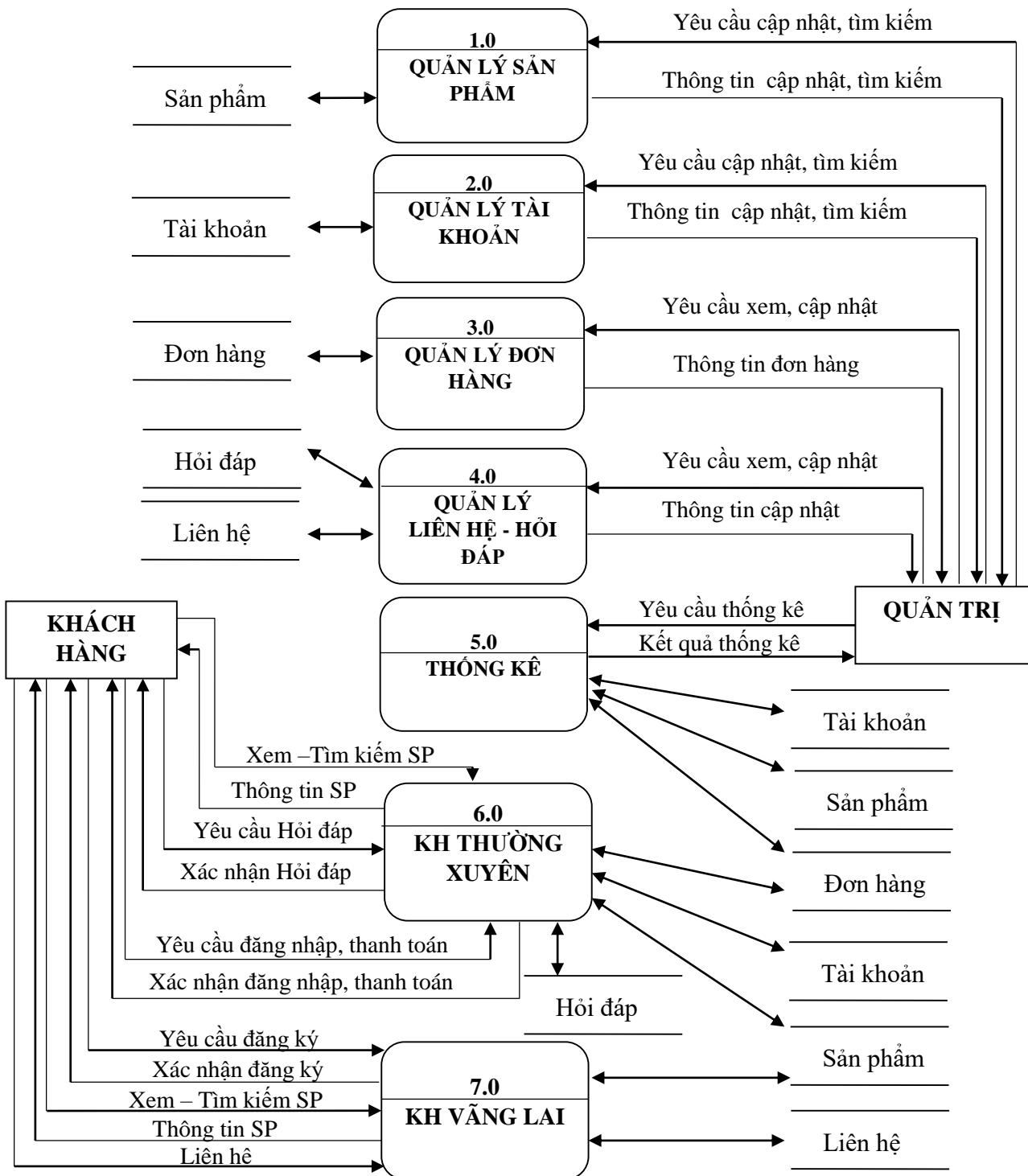


Khách hàng



Hình 3.2: Sơ đồ mức ngữ cảnh

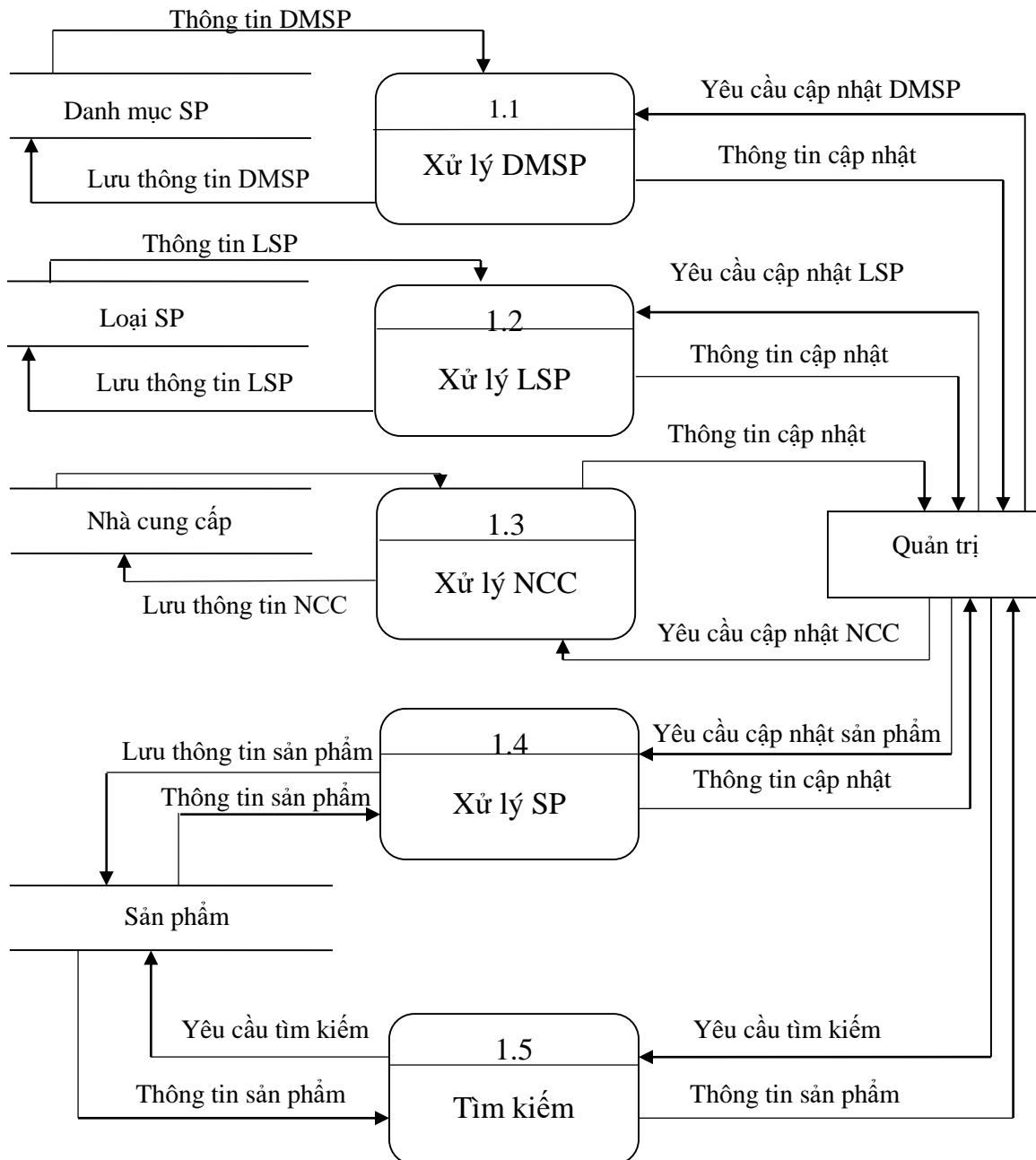
3.4.3. Sơ đồ mức đỉnh



Hình 3.3: Sơ đồ mức đỉnh

3.4.4. Sơ đồ mức dưới đinh

a) Chức năng: Quản lý Sản Phẩm

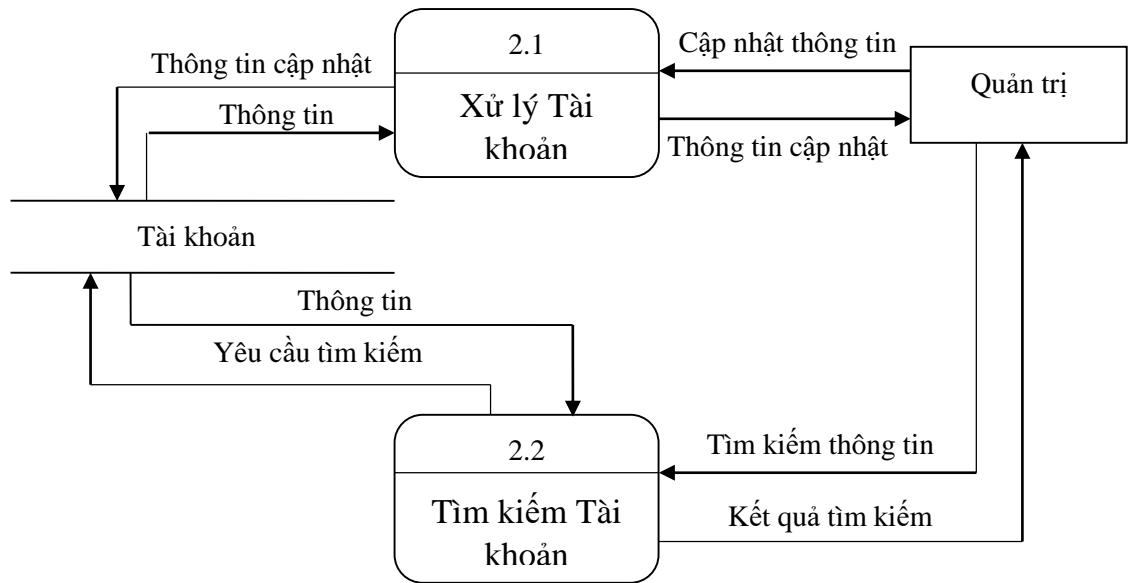


Hình 3.4: Quản lý sản phẩm

b) Chức năng: Quản lý Tài khoản

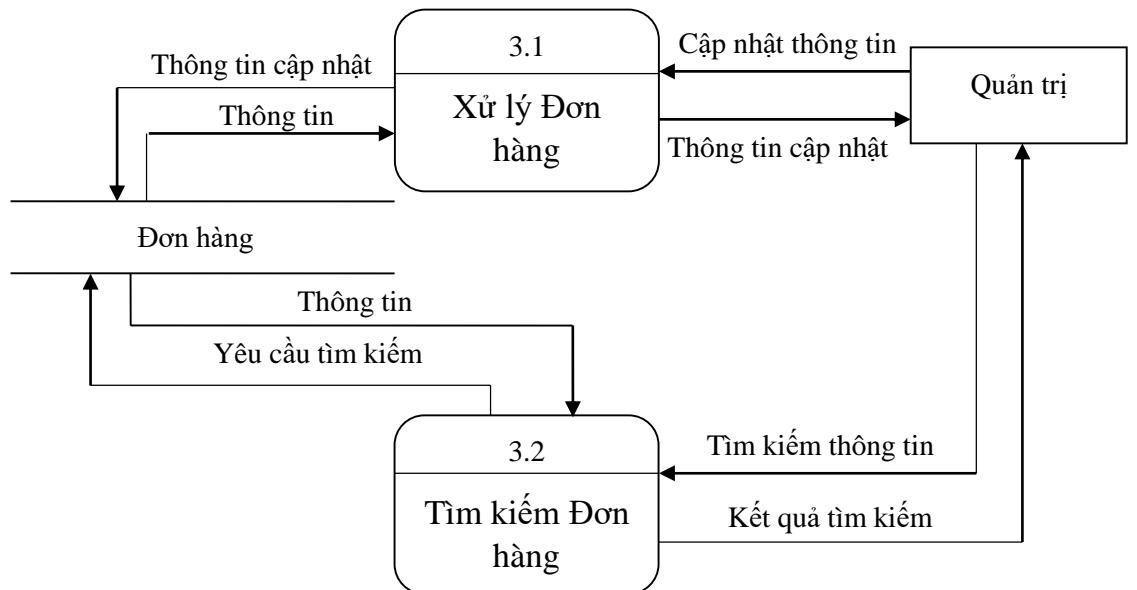
GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG



Hình 3.5: Quản lý người dùng

c) Chức năng: Quản lý Đơn hàng

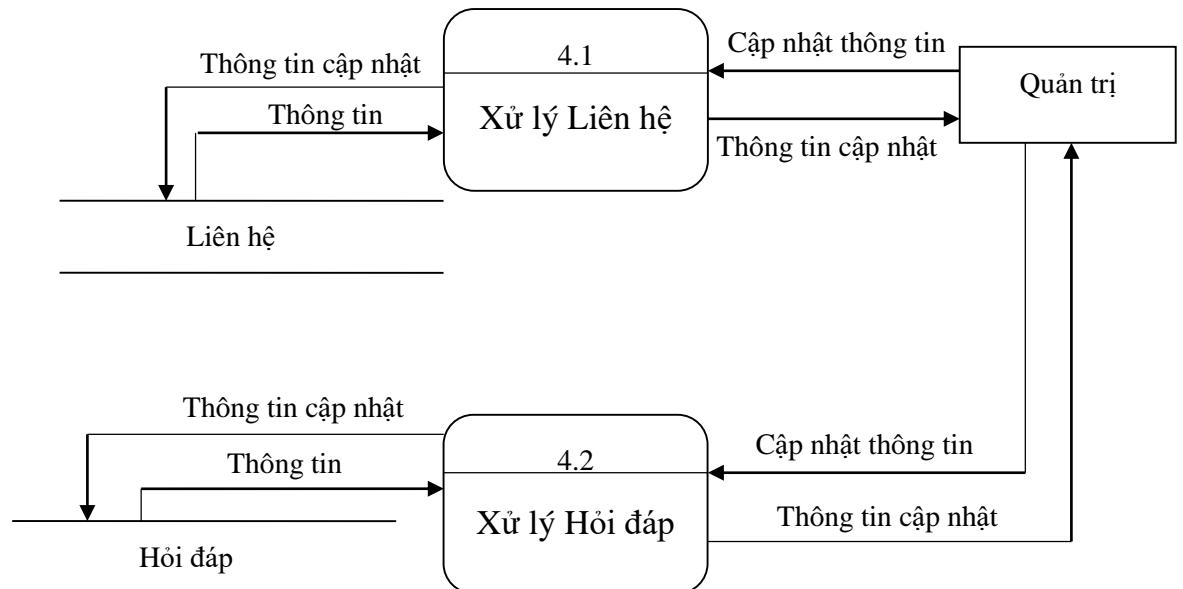


Hình 3.6: Quản lý Đơn hàng

d) Chức năng: Quản lý Liên hệ - Hỏi đáp

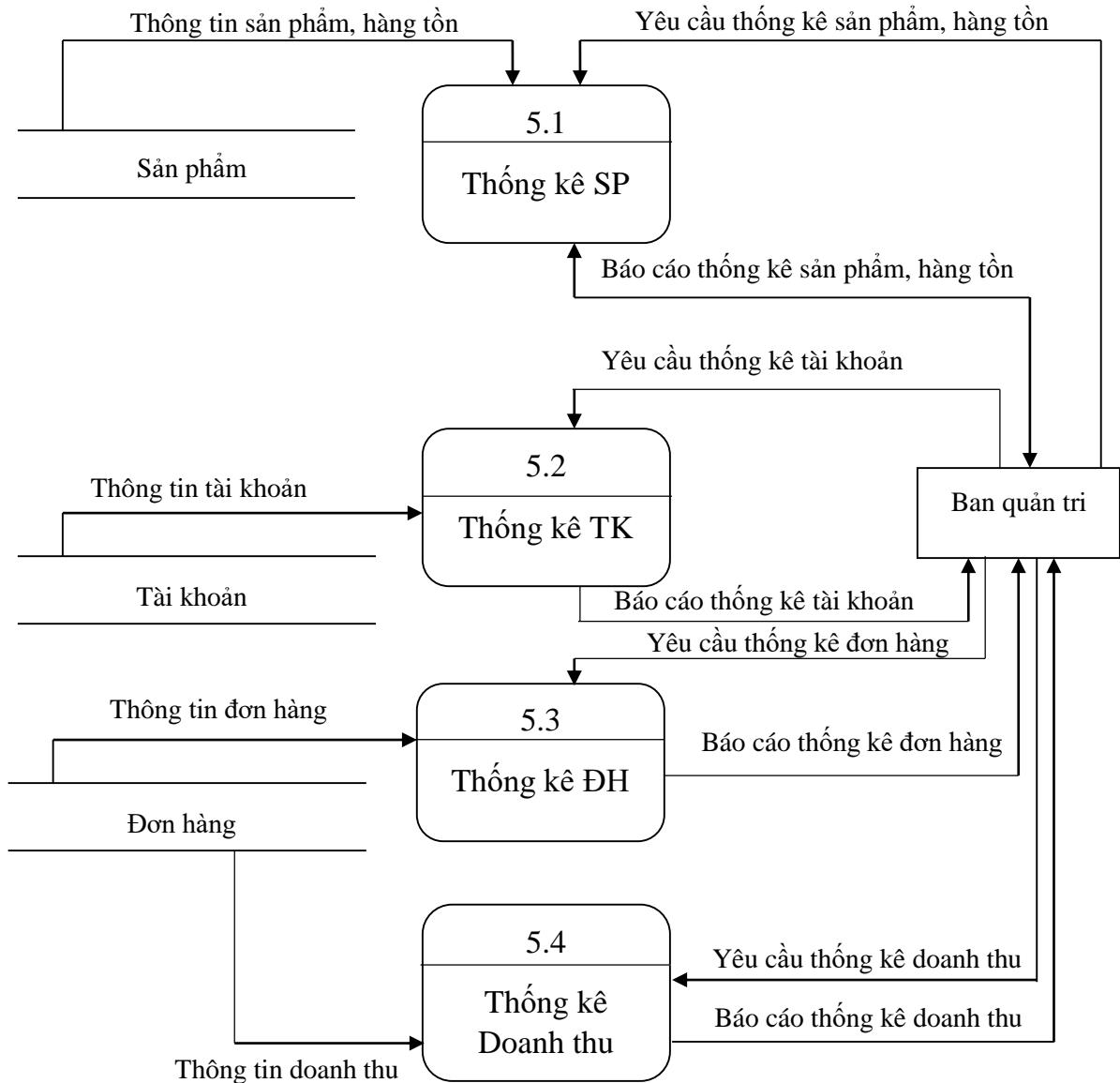
GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG



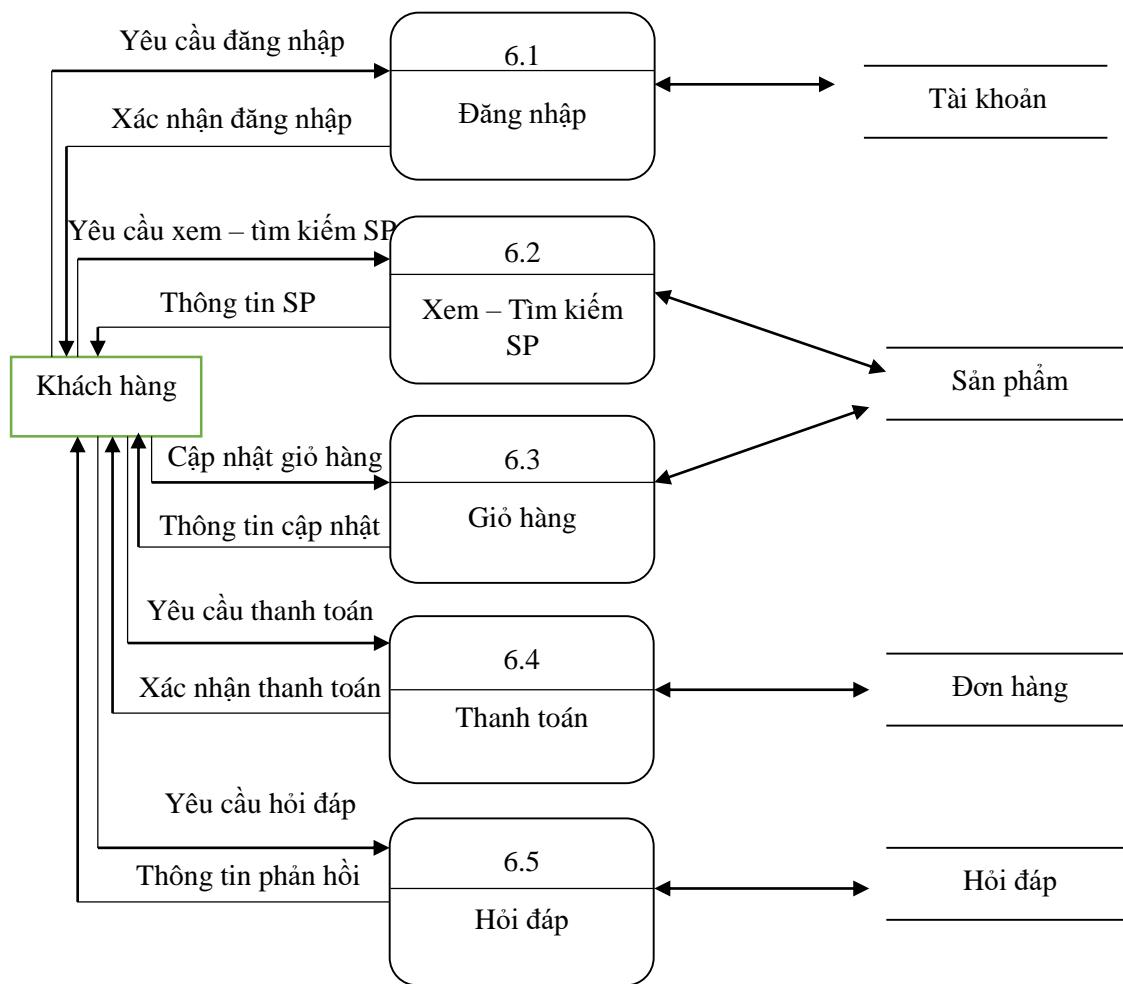
Hình 3.7: Quản lý Liên hệ - Hỏi đáp

e) Chức năng: Thống kê



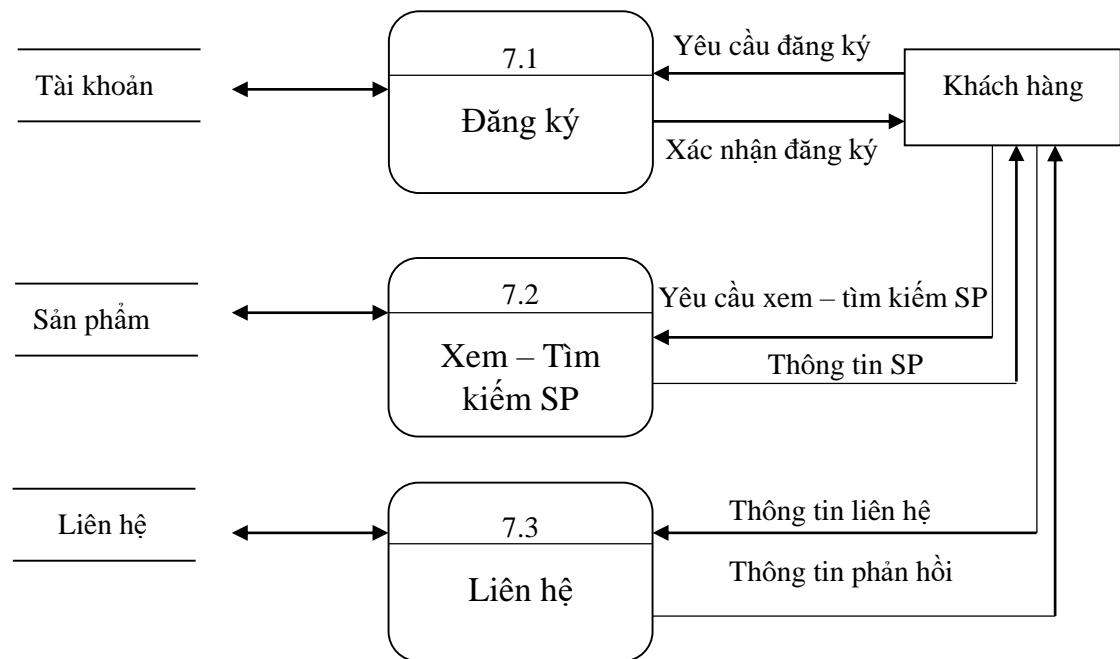
Hình 3.8: Thống kê

f) Chức năng: Khách hàng thường xuyên



Hình 3.9: Khách hàng thường xuyên

g) Chức năng: Khách hàng vãng lai



Hình 3.10: Khách hàng vãng lai

3.4. Xác định các thực thể

3.4.1. Danh sách các thực thể

STT	Tên thực thể	Mô tả
1	Tài khoản	Chứa các thông tin về tên đăng nhập, mật khẩu, các quyền hạn, họ tên, địa chỉ... của khách hàng và nhân viên
2	Danh mục sản phẩm	Chứa thông tin về các danh mục sản phẩm có trong cửa hàng
3	Loại sản phẩm	Chứa thông tin về các loại sản phẩm có trong cửa hàng
4	Sản phẩm	Chứa thông tin về các sản phẩm có trong cửa hàng như tên, hình ảnh, giá...
5	Nhà cung cấp	Chứa các thông tin của nhà cung cấp như tên đăng nhập, mật khẩu, địa chỉ, liên hệ...
6	Đơn đặt hàng	Chứa thông tin về các đơn đặt hàng từ khách hàng
7	Chi tiết đơn đặt hàng	Chứa các thông tin về chi tiết đơn đặt hàng như sản phẩm, số lượng, đơn giá...
8	Hình thức thanh toán	Chứa hình thức thanh toán của khách hàng
9	Cấp độ	Cấp độ quyền hạn của tài khoản
10	Liên hệ	Chứa thông tin liên hệ của khách hàng
11	Hỏi đáp	Chứa các câu hỏi đáp của khách hàng

3.4.1. Thực thể Tài khoản

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaTK	Mã tài khoản
2	Macapdo	Mã cấp độ tài khoản
3	Tendangnhap	Tên đăng nhập
4	Hoten	Họ tên
5	Gioitinh	Giới tính
6	Sodt	Số điện thoại
7	Diachi	Địa chỉ
8	Email	Email
9	TrangThai	Trạng thái của tài khoản
10	Ngaytao	Ngày tạo

3.4.2. Thực thể Danh mục sản phẩm

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	Madanhmuc	Mã danh mục
2	Tendanhmuc	Tên danh mục
3	TrangThai	Trạng thái của danh mục

3.4.3. Thực thể Loại sản phẩm

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaLSP	Mã loại sản phẩm
2	Madanhmuc	Mã danh mục
3	TenLSP	Tên loại sản phẩm
4	TrangThai	Trạng thái của loại sản phẩm

3.4.4. Thực thể Sản phẩm

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaSP	Mã sản phẩm
2	MaLSP	Mã danh mục
3	MaNCC	Mã nhà cung cấp
4	TenSP	Tên sản phẩm
5	Mota	Mô tả
6	Dongia	Đơn giá
7	Hinhanh	Hình ảnh
8	Soluong	Số lượng
9	Noibat	Sản phẩm nổi bật
10	TrangThai	Trạng thái của sản phẩm
11	Ngaytao	Ngày tạo

3.4.5. Thực thể Nhà cung cấp

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaNCC	Mã nhà cung cấp
2	TenNCC	Tên nhà cung cấp
3	Diachi	Địa chỉ
4	Dienthoai	Điện thoại
5	Email	Email
6	TrangThai	Trạng thái của nhà cung cấp

3.4.6. Thực thể Đơn đặt hàng

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaDDH	Mã đơn đặt hàng
2	MaTK	Mã tài khoản
3	MaHTTH	Mã hình thức thanh toán
4	TrangThai	Trạng thái đơn đặt hàng
5	Ngaydat	Ngày đặt hàng

3.4.7. Thực thể Chi tiết đơn đặt hàng

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaDDH	Mã đơn đặt hàng
2	MaSP	Mã sản phẩm
3	Soluong	Số lượng
4	Dongia	Đơn giá

3.4.8. Thực thể Hình thức thanh toán

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaHTTT	Mã hình thức thanh toán
2	TenHTTT	Tên hình thức thanh toán

3.4.9. Thực thể Cấp độ

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	Macapdo	Mã cấp độ tài khoản
2	Tencapdo	Tên cấp độ tài khoản

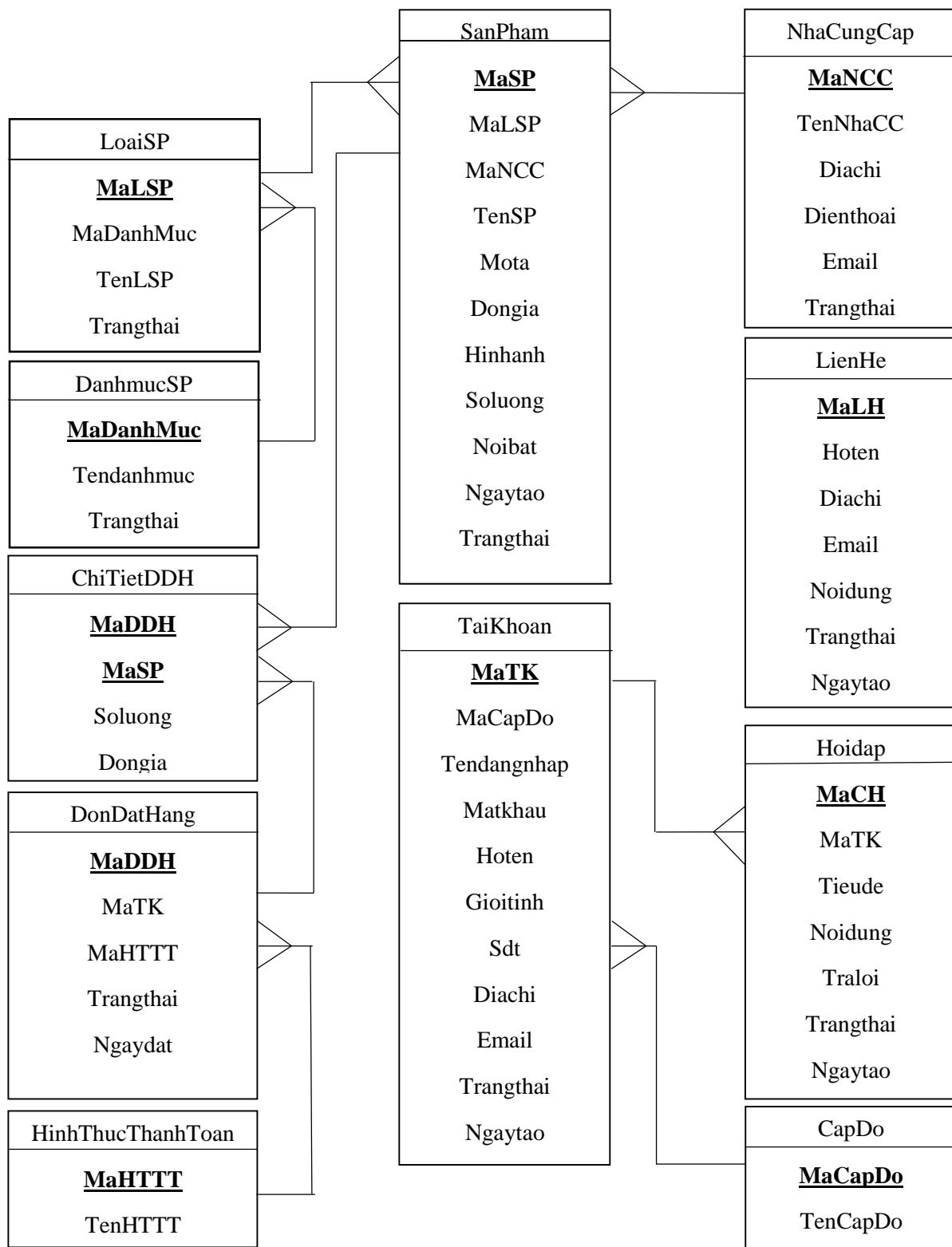
3.4.10. Thực thể Liên hệ

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaLH	Mã liên hệ
2	Hoten	Tên người liên hệ
3	Sdt	Số điện thoại người liên hệ
4	Diachi	Địa chỉ người liên hệ
5	Email	Email người liên hệ
6	Noidung	Nội dung
7	Ngaytao	Ngày tạo
8	TrangThai	Trạng thái

3.4.11. Thực thể Hỏi đáp

STT	Thuộc tính	Mô tả
1	MaCH	Mã câu hỏi
2	MaTK	Tên tài khoản
3	Tieude	Tiêu đề câu hỏi
4	Noidung	Nội dung câu hỏi
5	Traloi	Nội dung trả lời
6	Ngaytao	Ngày tạo
7	TrangThai	Trạng thái

3.5. Mô hình E-R



Hình 3.10. Mô hình E-R

3.6. Thiết kế cơ sở dữ liệu vật lý

3.6.1. Bảng TaiKhoan

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaTK	Mã tài khoản	Int(5)	Khóa chính
2	Macapdo	Mã cấp độ	Int(5)	Khóa ngoại
3	Tendangnhap	Tên đăng nhập của tài khoản	Varchar(20)	
4	Matkhau	Mật khẩu của tài khoản	Varchar(20)	
5	Hoten	Họ tên của người dùng	Varchar(255)	
6	Gioitinh	Giới tính	Boolean	
7	Sodt	Số điện thoại	Varchar(15)	
8	Diachi	Địa chỉ	Varchar(255)	
9	Email	Email	Varchar(255)	
10	Ngaytao	Ngày tạo	Date	
11	Trangthai	Trạng thái tài khoản	Boolean	

3.6.2 Bảng DanhmucSP

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	Madanhmuc	Mã danh mục	Int(5)	Khóa chính
2	Tendanhmuc	Tên danh mục	Varchar(255)	
3	TrangThai	Trạng thái	Boolean	

3.6.3. Bảng LoaiSP

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaLSP	Mã loại sản phẩm	Int(5)	Khóa chính
2	Madanhmuc	Mã danh mục	Int(5)	Khóa ngoại
3	TenLSP	Tên loại sản phẩm	Varchar(255)	
4	TrangThai	Trạng thái	Boolean	

3.6.4 Bảng SanPham

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaSP	Mã sản phẩm	Int(5)	Khóa chính
2	MaLSP	Mã loại sản phẩm	Int(5)	Khóa ngoại
4	MaNCC	Mã nhà cung cấp	Int(5)	Khóa ngoại
5	TenSP	Tên sản phẩm	Varchar(255)	
6	Mota	Mô tả sản phẩm	Varchar(255)	
7	Dongia	Giá sản phẩm	Int(15)	
8	Hinhanh	Hình ảnh	Varchar(255)	
9	Soluong	Số lượng	Int(10)	
10	Noibat	Nội bật	Boolean	
11	Ngaytao	Ngày tạo	Date	
12	TrangThai	Trạng thái	Boolean	

3.6.5. *Bảng NhaCungCap*

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaNCC	Mã nhà cung cấp	Int(5)	Khóa chính
2	TenNCC	Tên nhà cung cấp	Varchar(255)	
3	Diachi	Địa chỉ	Varchar(255)	
4	Dienthoai	Điện thoại	Int(15)	
5	Email	Email	Varchar(255)	
6	TrangThai	Trạng thái	Boolean	

3.6.6. *Bảng DonDatHang*

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaDDH	Mã hóa đơn nhập	Int(5)	Khóa chính
2	MaTK	Mã tài khoản	Int(5)	Khóa ngoại
3	MaHTTT	Mã hình thức thanh toán	Int(5)	Khóa ngoại
4	TrangThai	Trạng thái	Int(5)	
5	Ngaydat	Ngày đặt	Date	

3.6.7. *Bảng ChiTietDDH*

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaDDH	Mã đơn đặt hàng	Int(5)	Khóa chính
2	MaSP	Mã sản phẩm	Int(5)	Khóa chính
3	Soluong	Số lượng	Int(15)	
4	Dongia	Đơn giá	Int(15)	

3.6.8. Bảng Hình Thức Thành Toán

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaHTTT	Mã hình thức thanh toán	Int(5)	Khóa chính
2	TenHTTT	Tên hình thức thanh toán	Varchar(255)	

3.6.9. Bảng CapDo

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaCapDo	Mã cấp độ tài khoản	Int(5)	Khóa chính
2	TenCapdo	Tên cấp độ tài khoản	Varchar(255)	

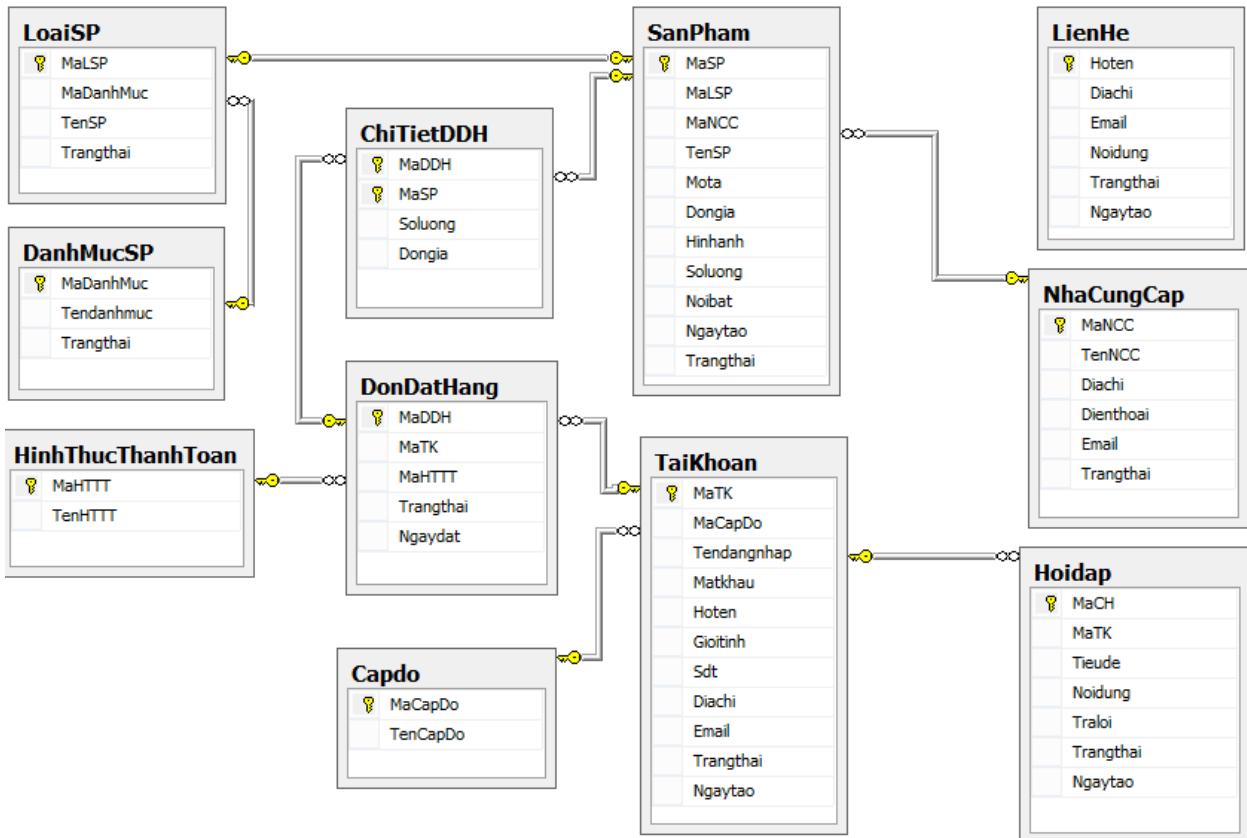
3.6.10. Bảng LienHe

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaLH	Mã Liên hệ	Int(5)	Khóa chính
2	Hoten	Họ tên người liên hệ	Varchar(255)	
3	Sdt	Số điện thoại	Int(15)	
4	DiaChi	Địa chỉ	Varchar(255)	
5	Email	Email	Varchar(255)	
6	Noidung	Nội dung	Text	
7	Ngaytao	Ngày tạo	Date	
8	Trangthai	Trạng thái	Boolean	

3.6.10. Bảng Hoidap

STT	Thuộc tính	Mô tả	Kiểu dữ liệu	Ràng buộc
1	MaCH	Mã câu hỏi	Int(5)	Khóa chính
2	MaTK	Mã tài khoản	Int(5)	Khóa ngoại
3	Tieude	Tiêu đề câu hỏi	Varchar(255)	
4	Noidung	Nội dung câu hỏi	Text	
5	Traloi	Trả lời	Text	
6	Ngaytao	Ngày tạo	Date	
6	Trangthai	Trạng Thái	Boolean	

3.7. Mô hình thực thể liên kết



Hình 3.11: Mô hình ERD

CHƯƠNG 4: YÊU CẦU HỆ THỐNG VÀ CÀI ĐẶT CHƯƠNG TRÌNH

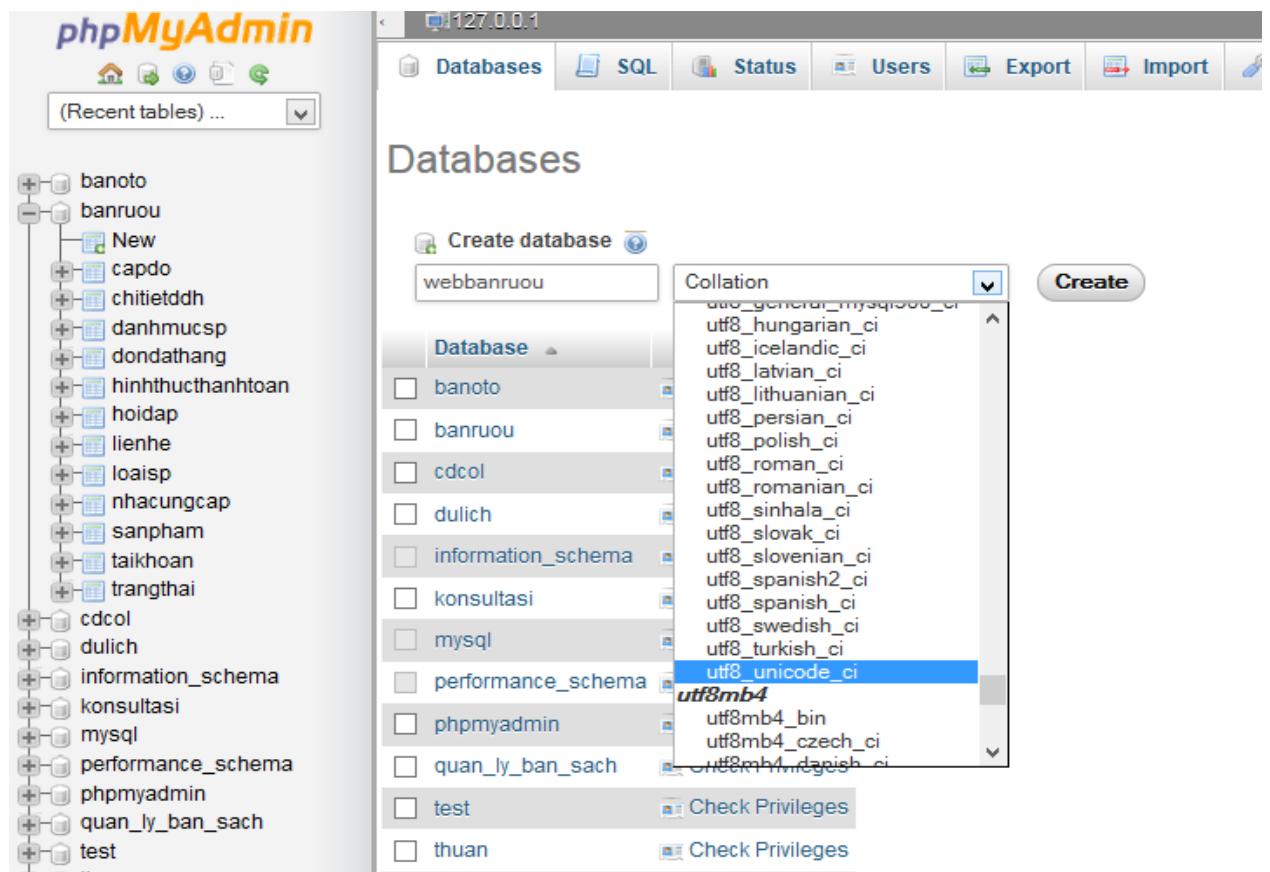
4.1. Yêu cầu hệ thống

Chương trình được cài đặt trên máy Server. Các phần mềm cần thiết cho chương trình hoạt động:

- + Hệ điều hành Window XP SP 2 hoặc Window NT Server (4.0).
- + Trình duyệt Web Internet Explorer 4.0 trở lên.
- + Hệ quản trị cơ sở dữ liệu MySQL.

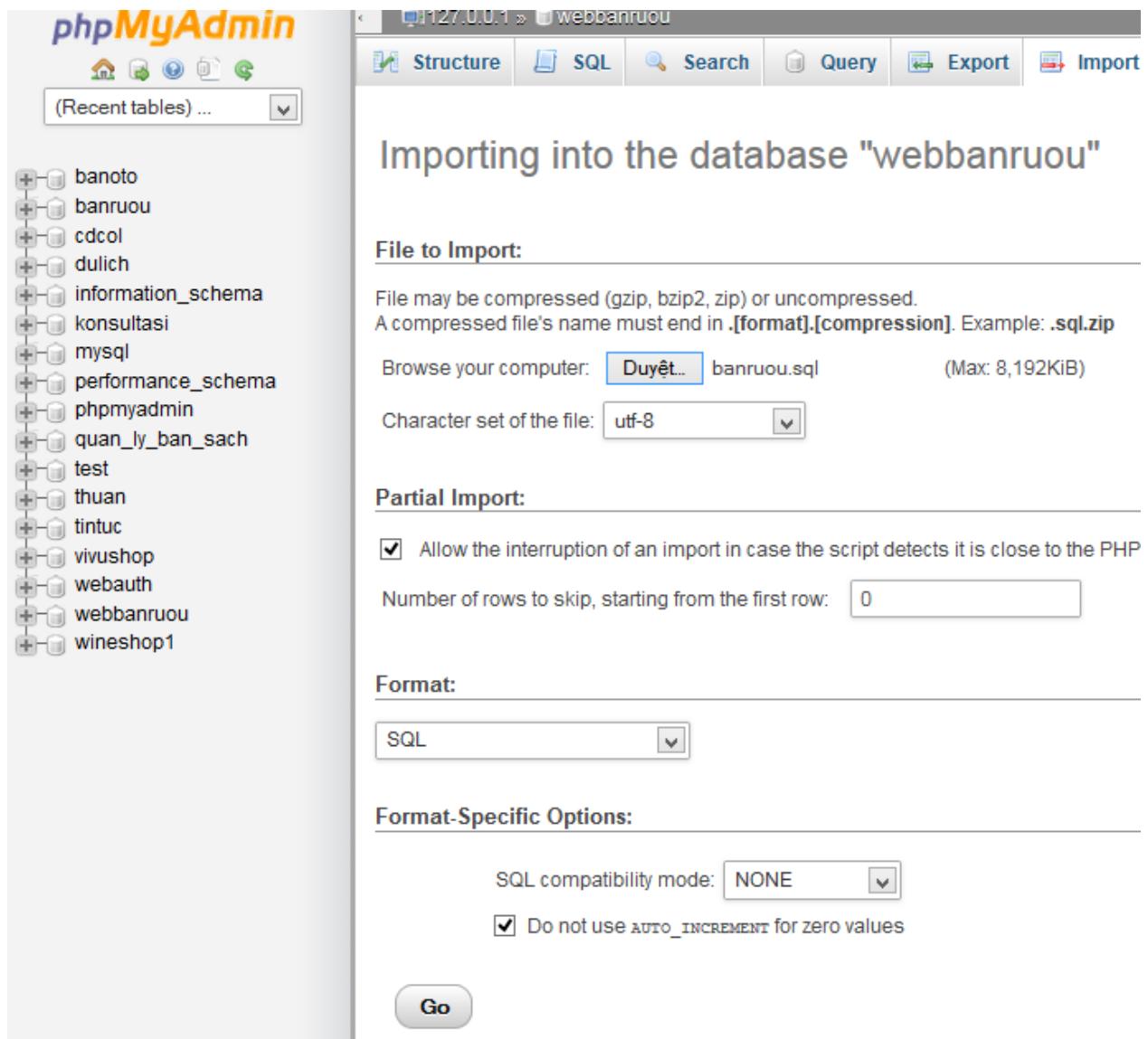
4.2. Hướng dẫn cài đặt

- Bước 1: Tạo 1 cơ sở dữ liệu.



Hình 4.1: Tạo database

- Bước 2: Import cơ sở dữ liệu từ file banruou.sql vào database vừa tạo.



Hình 4.2: Import cơ sở dữ liệu

- Bước 3: Cấu hình kết nối trong file include/dbcon.php.

Nội dung file dbcon.php:

```
<?php
    $db_host="localhost"; //tên máy chủ
    $db_user="root";//tên user
    $db_pass="";//mật khẩu
    $db_name="banruou";//tên database
    $conn=mysql_connect($db_host,$db_user,$db_pass) or die ("Khong ket noi
duoc database");
```

```
mysql_select_db($db_name,$conn);
?>
```

Người quản trị sau khi thay giá trị các biến \$db_host, \$db_user, \$db_pass, \$db_name thì có thể sử dụng ngay trang web.

4.3. Một số giao diện phần khách hàng

Sản Phẩm	Mô Tả	Giá	Số Lượng
Sushin Yamane - Komono Kiwam		950.000 VNĐ	20
Cognac Remy Martin XO		2.600.000 VNĐ	20
BARON OTARD VSOP Share		880.000 VNĐ	30
Rượu ngoại Johnnie...		1.450.000 VNĐ	15
Rượu ngoại Johnnie...		2.750.000 VNĐ	15
Rượu ngoại Johnnie...		465.000 VNĐ	30
Louis Roederer Brut Premier...		995.000 VNĐ	20
Rượu ngoại Chivas...		15.100.000 VNĐ	5

Hình 4.3: Một phần giao diện Trang chủ - Giới thiệu sản phẩm

Liên hệ với chúng tôi
**ĐỂ CHỌN DƯỢC QUÀ TẾT
THEO Y MUỐN**

Tìm Online
Nhập tên rượu cần tìm

DĂNG NHẬP
Tài khoản _____
Mật khẩu _____
Đăng nhập | Hoặc đăng ký

SẢN PHẨM MỚI

- Sushin Yamane - Komono Kiwami Giá : 950.000 VNĐ Số lượng: 20
- Cognac Rémy Martin XO Giá : 2.600.000 VNĐ Số lượng: 20
- BARON OTARD VSOP Share Giá : 880.000 VNĐ Số lượng: 30
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 1.150.000 VNĐ Số lượng: 15
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 2.750.000 VNĐ Số lượng: 15
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 465.000 VNĐ Số lượng: 30
- Louis Roederer Brut Premier... Giá : 995.000 VNĐ Số lượng: 20
- Rượu ngoại Chivas... Giá : 15.100.000 VNĐ Số lượng: 5

RƯỢU VÀNG

- Rượu vang Varietal Range... Giá : 265.000 VNĐ Số lượng: 30
- Rượu vang Eileen hardy... Giá : 6.350.000 VNĐ Số lượng: 20
- Ovation Ravelan... Giá : 4.930.000 VNĐ Số lượng: 30
- CAYAO Icon... Giá : 3.260.000 VNĐ Số lượng: 20
- Casa Vichio Premium... Giá : 950.000 VNĐ Số lượng: 15
- Casa Vichio Gran Reserv... Giá : 890.000 VNĐ Số lượng: 20
- Domaine De Sainte Marthe... Giá : 228.000 VNĐ Số lượng: 40
- Domaine De Sainte Marthe... Giá : 276.000 VNĐ Số lượng: 50

RƯỢU NGOẠI

- Cognac Rémy Martin... Giá : 2.600.000 VNĐ Số lượng: 20
- BARON OTARD VSOP... Giá : 880.000 VNĐ Số lượng: 30
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 1.450.000 VNĐ Số lượng: 15
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 2.750.000 VNĐ Số lượng: 15
- Rượu ngoại Johnnie... Giá : 465.000 VNĐ Số lượng: 30
- Louis Roederer Brut Premier... Giá : 995.000 VNĐ Số lượng: 20
- Rượu ngoại Chivas... Giá : 15.100.000 VNĐ Số lượng: 5
- Rượu ngoại chivas regal... Giá : 2.250.000 VNĐ Số lượng: 15

RƯỢU PHA CHẾ

- Rượu Martini Rosso... Giá : 100.000 VNĐ Số lượng: 20

RƯỢU CHÂU Á

- Sushin Yamane - Komono... Giá : 950.000 VNĐ Số lượng: 20
- Rượu... Giá : 215.000 VNĐ Số lượng: 15

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.4: Toàn bộ giao diện Trang chủ - Giới thiệu sản phẩm

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

Nhận đặt giỗ hàng
THEO YÊU CẦU

TRANG CHỦ RƯỢU VANG RƯỢU NGOẠI RƯỢU PHÁ CHÉ RƯỢU CHÂU Á LIÊN HỆ HỎI ĐÁP

I'm Online
Send me a message

Nhập tên rượu cần tìm Go

RƯỢU VANG CHI LÊ

- Ovation Ravalan Syrah
Giá : 4.950.000 VNĐ
Số lượng: 30
- CAYAO Icon Wine
Giá : 3.150.000 VNĐ
Số lượng: 20
- Casa Vicho Premium selection
Giá : 950.000 VNĐ
Số lượng: 15
- Casa Vicho Gran Resever
Giá : 890.000 VNĐ
Số lượng: 20
- Vang Chile Errazuriz 2012
Giá : 430.000 VNĐ
Số lượng: 100

ĐĂNG NHẬP

Tài khoản
Mật khẩu

Đăng nhập Hoặc đăng ký

SẢN PHẨM NỔI BẬT

- Rượu vang Jacob Creek Shiraz Cabernet Johann
- Johnnie Walker King George V
- Hennessy XO
- Casa Vicho Gran Resever
- CAYAO Icon Wine

THÀNH VIÊN MỚI

- admin
- nguyen
- duong
- hung
- nam

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.5: Giao diện Sản phẩm theo loại

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

Nhận đặt giỏ hàng
THEO YÊU CẦU

TRANG CHỦ RƯỢU VANG RƯỢU NGOẠI RƯỢU PHA CHẾ RƯỢU CHÂU Á LIÊN HỆ HỎI ĐÁP

CHI TIẾT SẢN PHẨM

Ovation Ravanal Syrah
Giá : 4.950.000 VNĐ
Số lượng : 30
Nhà cung cấp : Km 9, Thăng Long Nội Bài, Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội
[Đặt hàng](#)

Nồng độ: 15.8%
Nho: Syrah<br style="color: #222222; font

SẢN PHẨM CÙNG LOẠI

CAYAO Icon Wine Giá : 3.150.000 VNĐ Số lượng: 20	Casa Vicho Premium selection Giá : 950.000 VNĐ Số lượng: 15	Casa Vicho Gran Resever Giá : 890.000 VNĐ Số lượng: 20	Vang Chile Errazuriz 2012 Giá : 430.000 VNĐ Số lượng: 100

DĂNG NHẬP

Tài khoản:
Mật khẩu:
[Đăng nhập](#) | Hoặc đăng ký

SẢN PHẨM NỔI BẬT

- Rượu vang Jacob Creek Shiraz Cabernet Johann
- Johnnie Walker King George V
- Hennessy XO
- Casa Vicho Gran Resever
- CAYAO Icon Wine

THÀNH VIÊN MỚI

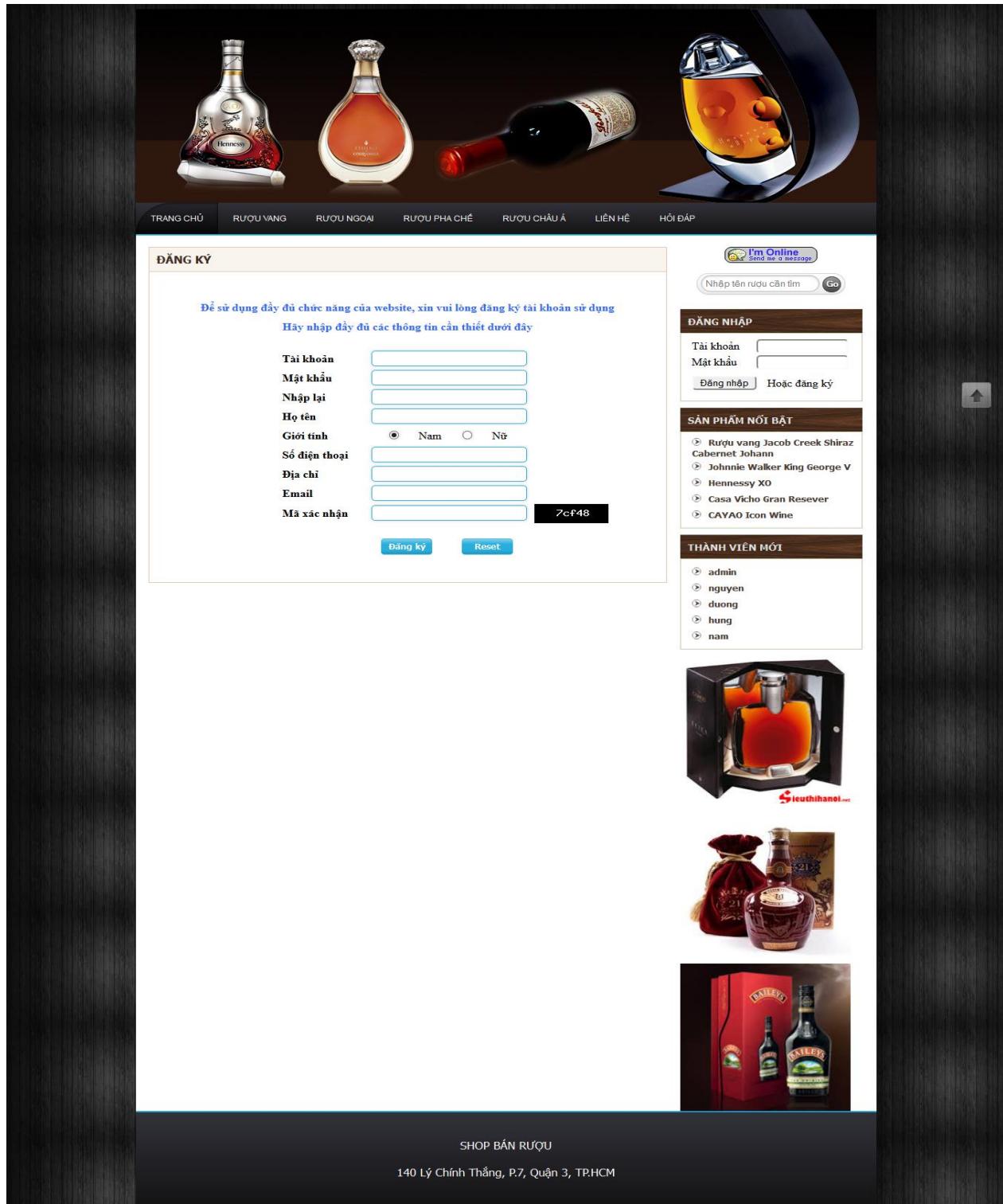
- admin
- nguyen
- duong
- hung
- nam

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.6: Giao diện Chi tiết sản phẩm

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG



Hình 4.7: Giao diện Đăng ký

GIỎ HÀNG

SẢN PHẨM	SỐ LƯỢNG	THÀNH TIỀN
BARON OTARD VSOP Share Giá: 880.000 VNĐ	2	1.760.000 VNĐ
Cognac Remy Martin X.O. Giá: 2.600.000 VNĐ	1	2.600.000 VNĐ
Rượu ngoại Johnnie Walker Blue Label 750ml Giá: 2.750.000 VNĐ	1	2.750.000 VNĐ
Rượu vang Varietal Range Sauvignon Blanc Giá: 265.000 VNĐ	1	265.000 VNĐ

XÓA TẤT CẢ CẬP NHẬT **Tổng cộng: 7.375.000 VNĐ** Hình thức thanh toán: **Trực tiếp**

MUA THÊM **THANH TOÁN**

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.8: Giao diện Giỏ hàng

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

**Nhận đặt giỏ hàng
THEO YÊU CẦU**

TRANG CHỦ RƯỢU VANG RƯỢU NGOẠI RƯỢU PHA CHẾ RƯỢU CHÂU Á LIÊN HỆ HỎI ĐÁP

Liên hệ

Cửa hàng bán rượu ngoại nhập khẩu
Địa chỉ: 140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

140 Lý Chính Thắng, 7, District 3

Xem trên Google Maps

Hoặc bạn có thể liên hệ trực tiếp với chúng tôi qua số điện thoại: 0985675439

GỬI YÊU CẦU CHO CHÚNG TÔI

Họ và tên:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Email:

Nội dung:

Gửi **Hủy**

ĐĂNG NHẬP

Xin chào admin Thoát
Đặt hàng 4

SẢN PHẨM NỔI BẬT

- Rượu vang Jacob Creek Shiraz Cabernet Johanna
- Johnnie Walker King George V
- Hennessy XO
- Casa Vichy Gran Reserva
- CAYAO Icon Wine

THÀNH VIÊN MỚI

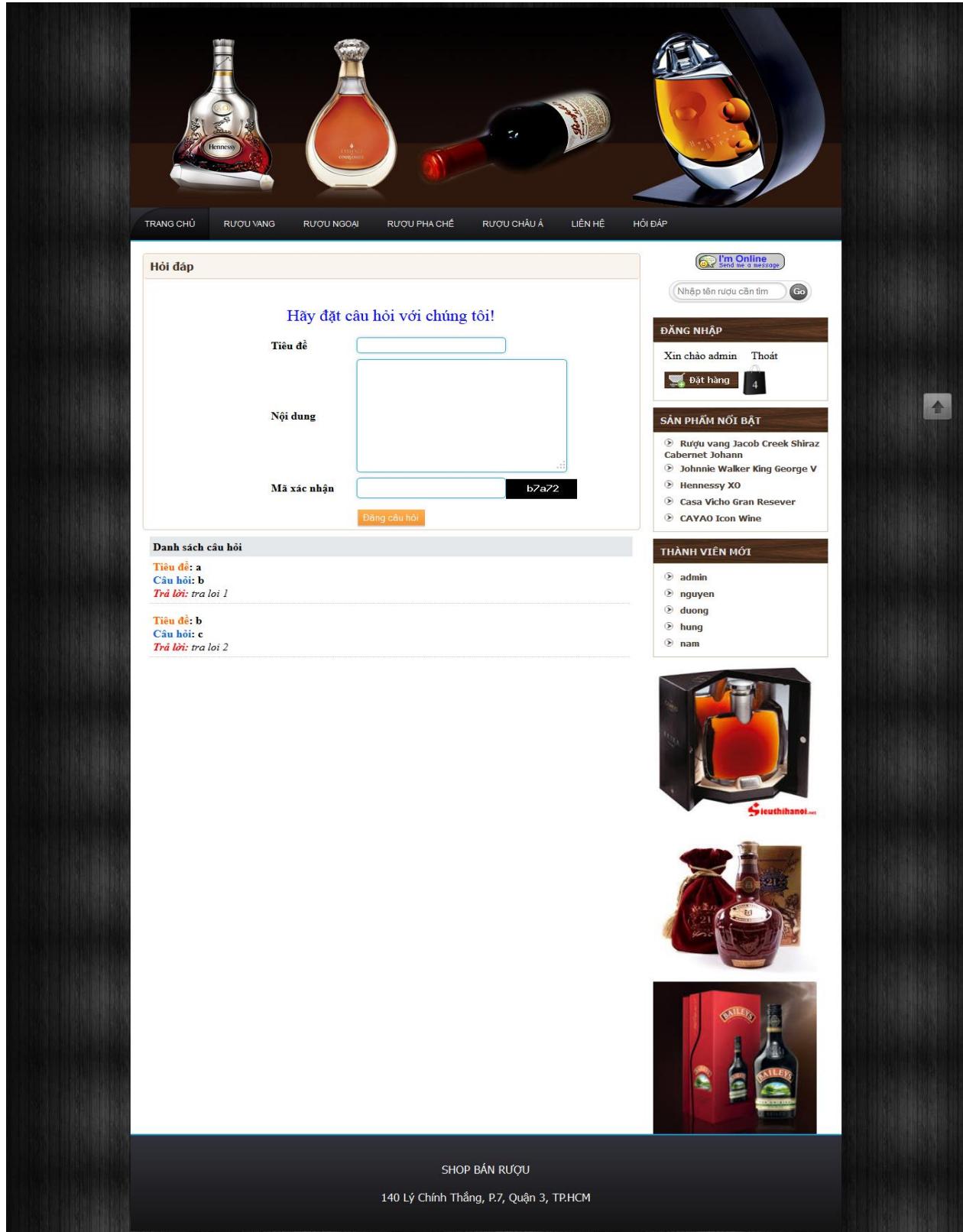
- admin
- nguyen
- duong
- hung
- nam

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.9: Giao diện Liên hệ

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG



Hình 4.10: Giao diện Hỏi đáp

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

Liên hệ với chúng tôi
ĐỂ CHỌN ĐƯỢC QUÀ TẾT
THEO Ý MUỐN

TRANG CHỦ RƯỢU VANG RƯỢU NGOẠI RƯỢU PHA CHÉ RƯỢU CHÂU Á LIÊN HỆ HỎI ĐÁP

I'm Online
Send me a Message

Nhập tên rượu cần tìm Go

KẾT QUẢ TÌM KIẾM: VANG

Vang Chile Errazuric 2012
Giá : 430.000 VNĐ
Số lượng: 100

Rượu vang Jacob Creek...
Giá : 1.780.000 VNĐ
Số lượng: 15

Rượu vang Eileen hardy Shiraz
Giá : 6.350.000 VNĐ
Số lượng: 20

Rượu vang Varietal Range...
Giá : 265.000 VNĐ
Số lượng: 30

ĐĂNG NHẬP

Xin chào admin Thoát
Đặt hàng 4

SẢN PHẨM NỔI BẬT

- Rượu vang Jacob Creek Shiraz Cabernet Johann
- Johnnie Walker King George V
- Hennessy XO
- Casa Vichos Gran Reserva
- CAYAO Icon Wine

THÀNH VIÊN MỚI

- admin
- nguyen
- duong
- hung
- nam

SHOP BÁN RƯỢU
140 Lý Chính Thắng, P.7, Quận 3, TP.HCM

Hình 4.11: Giao diện Kết quả tìm kiếm

GVHD: PHƯƠNG VĂN CẢNH

SVTH: ĐINH VĂN ĐÔNG

4.4. Một số giao diện quản trị



Hình 4.12: Giao diện đăng nhập của người quản trị

Hình 4.13: Giao diện Thêm sản phẩm

Xin chào admin Thoát



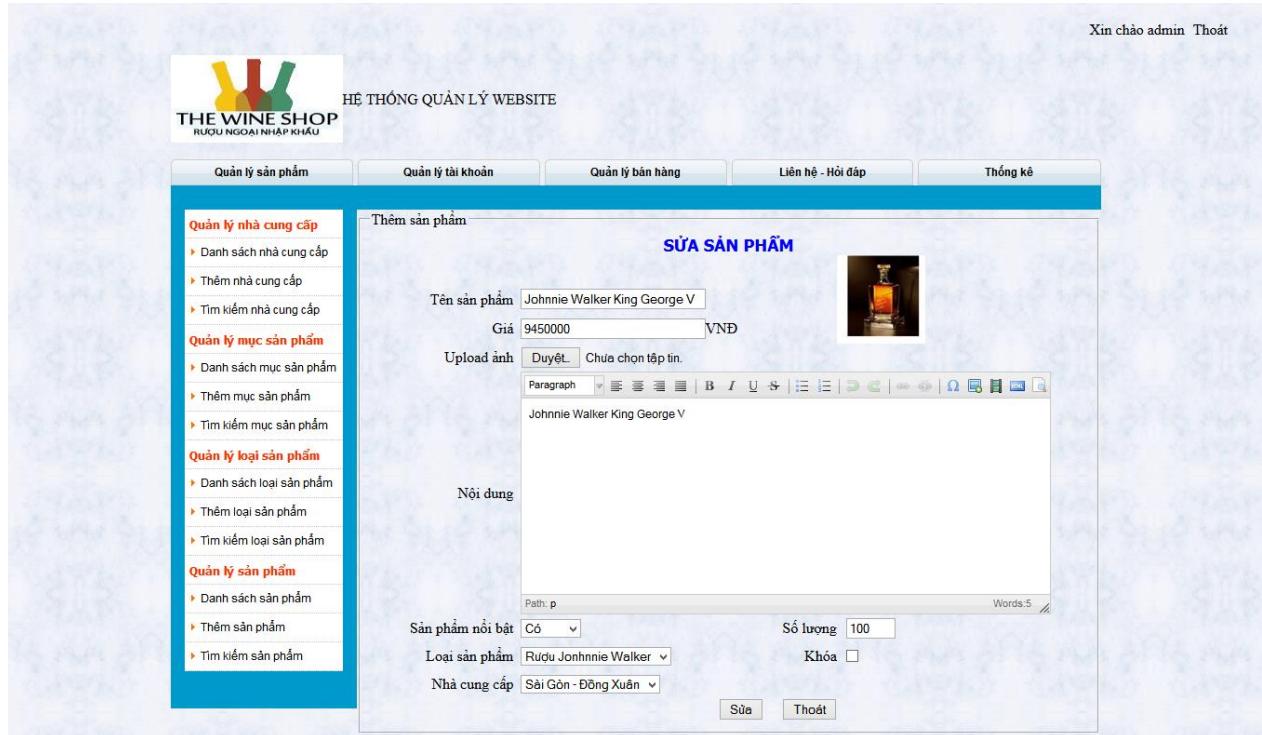
THE WINE SHOP
RUOU NGOAI NHAP KHAU

HỆ THỐNG QUẢN LÝ WEBSITE

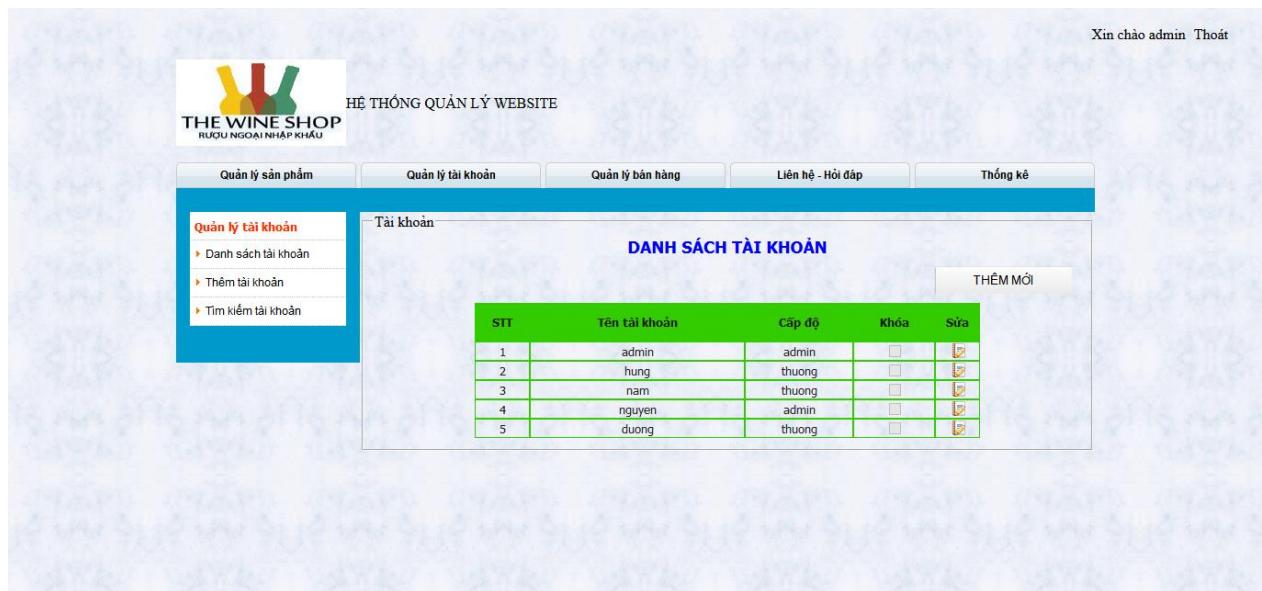
[Quản lý sản phẩm](#) | [Quản lý tài khoản](#) | [Quản lý bán hàng](#) | [Liên hệ - Hỏi đáp](#) | [Thống kê](#)

Sản phẩm						
DANH SÁCH SẢN PHẨM						
STT	Tên sản phẩm	Giá	Ảnh	Nổi bật	Khóa	Sửa
1	Vang Chile Errazuriz 2012	430000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Chateau Haut Selve Graves	513000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Rượu vang Jacob Creek Shiraz Cabernet Johann	1780000 VND		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Johnnie Walker King George V	9450000 VND		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Hennessy XO	3950000 VND		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Rượu Martini Rosso	300000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Rượu JajaYeonYeon	215000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	HAKUSHIKA KEISHUKU GOLD	1980000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
9	Rượu vang Pháp Pierres Brunes Merlot	207000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
10	Domaine De Sainte Marthe Blend	446000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
11	Domaine De Sainte Marthe Syrah	276000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	Domaine De Sainte Marthe Carbernet	228000 VND		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	Marquis De Chasse White Bordeaux	295000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
14	Grand Sud Merlot	150000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
15	Châteaux plantes des vignes 2009	300000 VND		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

Hình 4.14: Giao diện Danh sách sản phẩm



Hình 4.15: Giao diện Sửa sản phẩm



Hình 4.16: Giao diện Danh sách tài khoản

The screenshot shows a web-based administration interface for 'THE WINE SHOP'. At the top right, there are links for 'Xin chào admin' and 'Thoát' (Logout). The main header reads 'HỆ THỐNG QUẢN LÝ WEBSITE'.

The navigation bar includes tabs for 'Quản lý sản phẩm', 'Quản lý tài khoản', 'Quản lý bán hàng', 'Liên hệ - Hỏi đáp', and 'Thống kê'. The 'Quản lý bán hàng' tab is currently active.

A sidebar on the left under 'Quản lý đơn hàng' contains links: 'Danh sách đơn hàng', 'Đơn hàng chưa xử lý', 'Đơn hàng đã xử lý', and 'Tìm kiếm đơn hàng'.

The main content area displays a table titled 'DANH SÁCH ĐƠN HÀNG' (Order List) with the following data:

STT	Mã hóa đơn	Tên tài khoản	Ngày đặt hàng	Đã xử lý	Xem thông tin
1	5	admin	2014-03-04	<input type="checkbox"/>	
2	4	admin	2014-03-04	<input type="checkbox"/>	
3	3	admin	2014-03-04	<input type="checkbox"/>	
4	2	admin	2014-03-04	<input type="checkbox"/>	
5	1	admin	2014-03-04	<input checked="" type="checkbox"/>	

Hình 4.17: Giao diện Danh sách đơn hàng

This screenshot shows the 'Thông tin đơn hàng' (Order Information) page. At the top right, it says 'Xin chào admin' and 'Thoát'.

The header 'HỆ THỐNG QUẢN LÝ WEBSITE' and navigation bar are identical to the previous screenshot.

The sidebar on the left shows the same 'Quản lý đơn hàng' menu options.

The main content area displays 'THÔNG TIN ĐƠN ĐẶT HÀNG' (Order Information) for order number 7, placed by user 'admin' on March 11, 2014. The payment method was 'Trực tiếp' and the total amount was 3795000 VND.

Below this, the 'CHI TIẾT ĐƠN HÀNG' (Order Details) table lists the items:

STT	Tên sản phẩm	Đơn giá	Số lượng	Thành tiền
1	Rượu vang Varietal Range Sauvignon Blanc	265000 VND	1	265000 VND
2	Rượu ngoại Johnnie Walker Black Label	465000 VND	2	930000 VND
3	Cognac Remy Martin X.O	2600000 VND	1	2600000 VND

A 'Thoát' (Logout) button is located at the bottom of the content area.

Hình 4.18: Giao diện Thông tin đơn hàng

KẾT LUẬN

Với tốc độ phát triển ngày càng tăng của mạng máy tính thì việc thiết kế và cài đặt các ứng dụng cho người dùng là rất cần thiết. Vì vậy ý tưởng giới thiệu và bán hàng máy tính qua mạng tuy không phải là mới nhưng phần nào cũng giúp cho khách hàng thuận tiện trong việc lựa chọn và mua hàng.

Hiện nay việc ứng dụng thương mại điện tử ở Việt Nam chỉ đáp ứng được một số vấn đề cơ bản về mua bán, chưa được linh hoạt. Việc ứng dụng này đòi hỏi phải tốn nhiều thời gian và tiền bạc.

Với kiến thức nền tảng đã được học ở trường và bằng sự nỗ lực của mình, em đã hoàn thành đề tài “Xây dựng website giới thiệu và bán rượu qua mạng”. Mặc dù đã cố gắng và đầu tư rất nhiều nhưng do thời gian có hạn nên đề tài còn nhiều hạn chế. Em rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý của quý Thầy cô cùng các bạn để chương trình ngày càng hoàn thiện hơn.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn cô Trần Thu Hiền đã tận tình giúp đỡ em trong suốt thời gian thực hiện đồ án tốt nghiệp. Em xin chân thành cảm ơn thầy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] : TS. Trần Văn Hòe, “Giáo trình Thương mại điện tử cơ bản”, Nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật, 2007.

[2] : <http://vi.wikipedia.org/wiki/MySQL>

[3] : <http://vi.wikipedia.org/wiki/PHP>

[4] : http://vi.wikipedia.org/wiki/Thuong_mai_dien_tu

[5] : Thạc Bình Cường, “Phân tích và thiết kế hệ thống thông tin”, Nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật, 2002.

Và một số tài liệu khác.