

Khoa CNTT - ĐHSG



Thương mại điện tử và ứng dụng

Tổng quan về eCommerce

GV: Phan Thị Kim Loan

Nội Dung

- Sự khác biệt giữa thương mại truyền thống và thương mại điện tử
- 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

Câu hỏi

➤ Cụm

từ

Commerce

????

➤ Đặc điểm của thương mại truyền thống

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

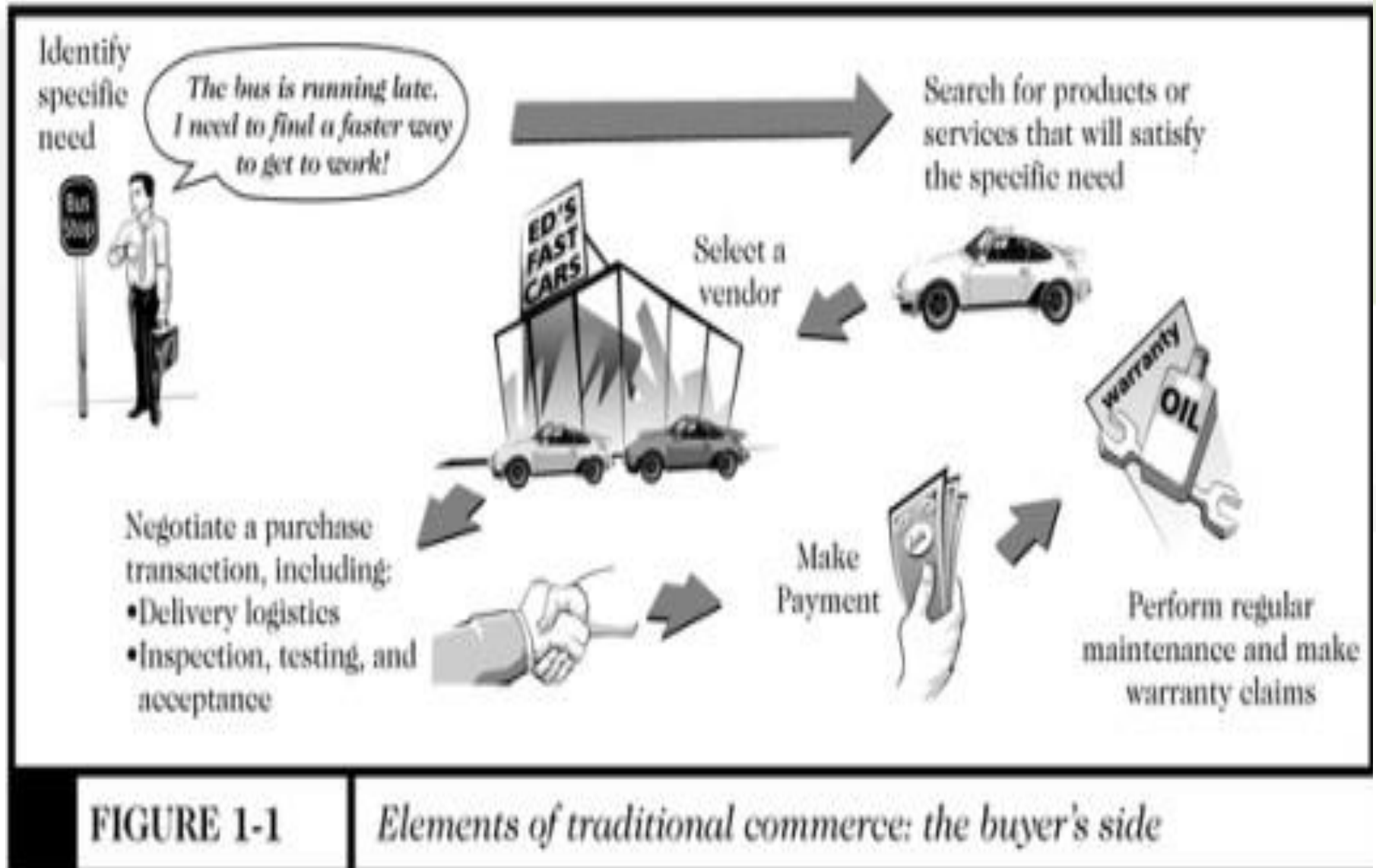
Câu hỏi

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

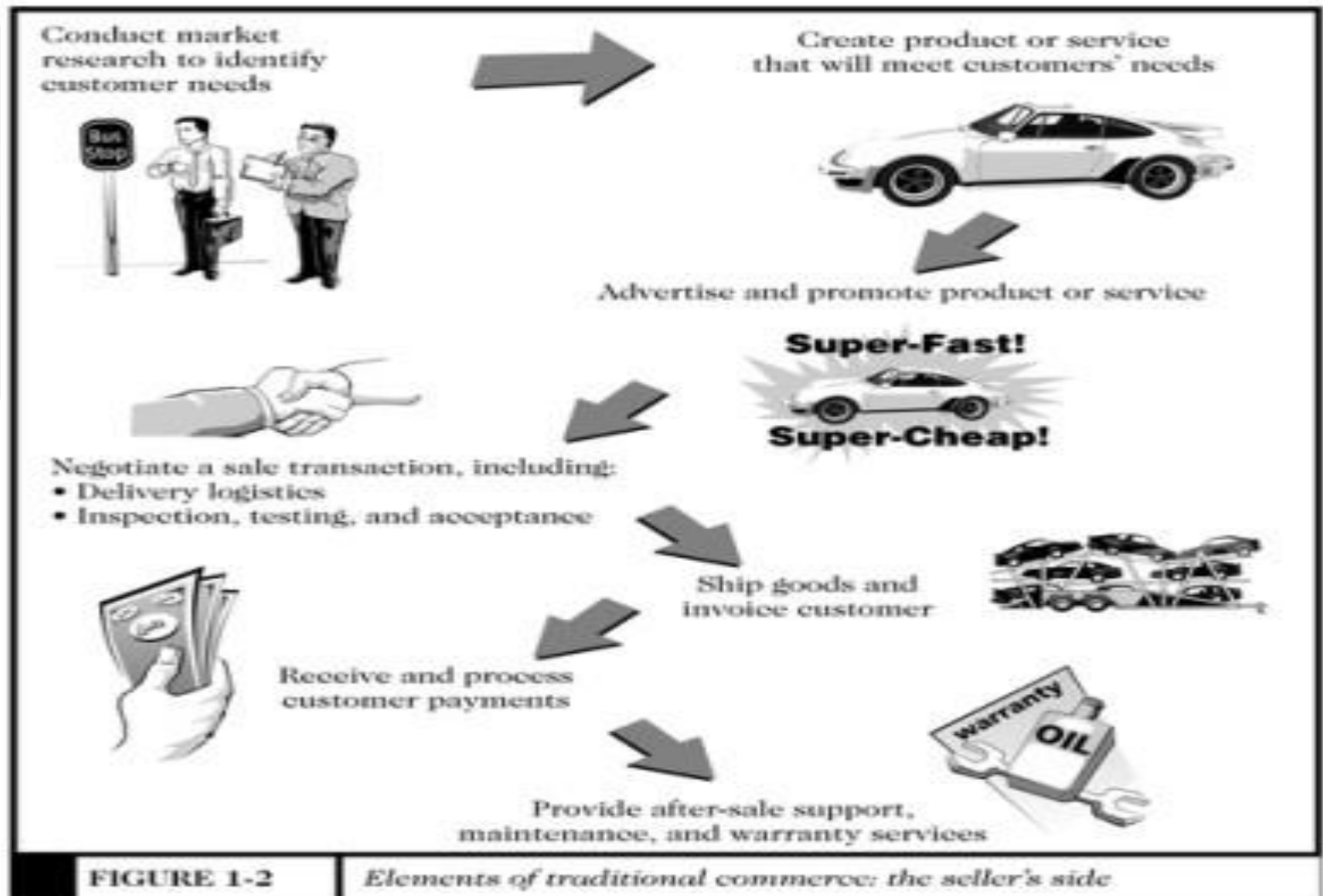
- **Người mua hàng**

- **Người bán hàng**

Người Mua Hàng



Người Bán Hàng



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
 -

Câu hỏi

- Theo ý anh chị, thương mại truyền thống có những điểm khác biệt nào với TMĐT ???
- (Gợi ý : Căn cứ trên hành vi người mua và người bán)

So sánh TM truyền thống và TMĐT

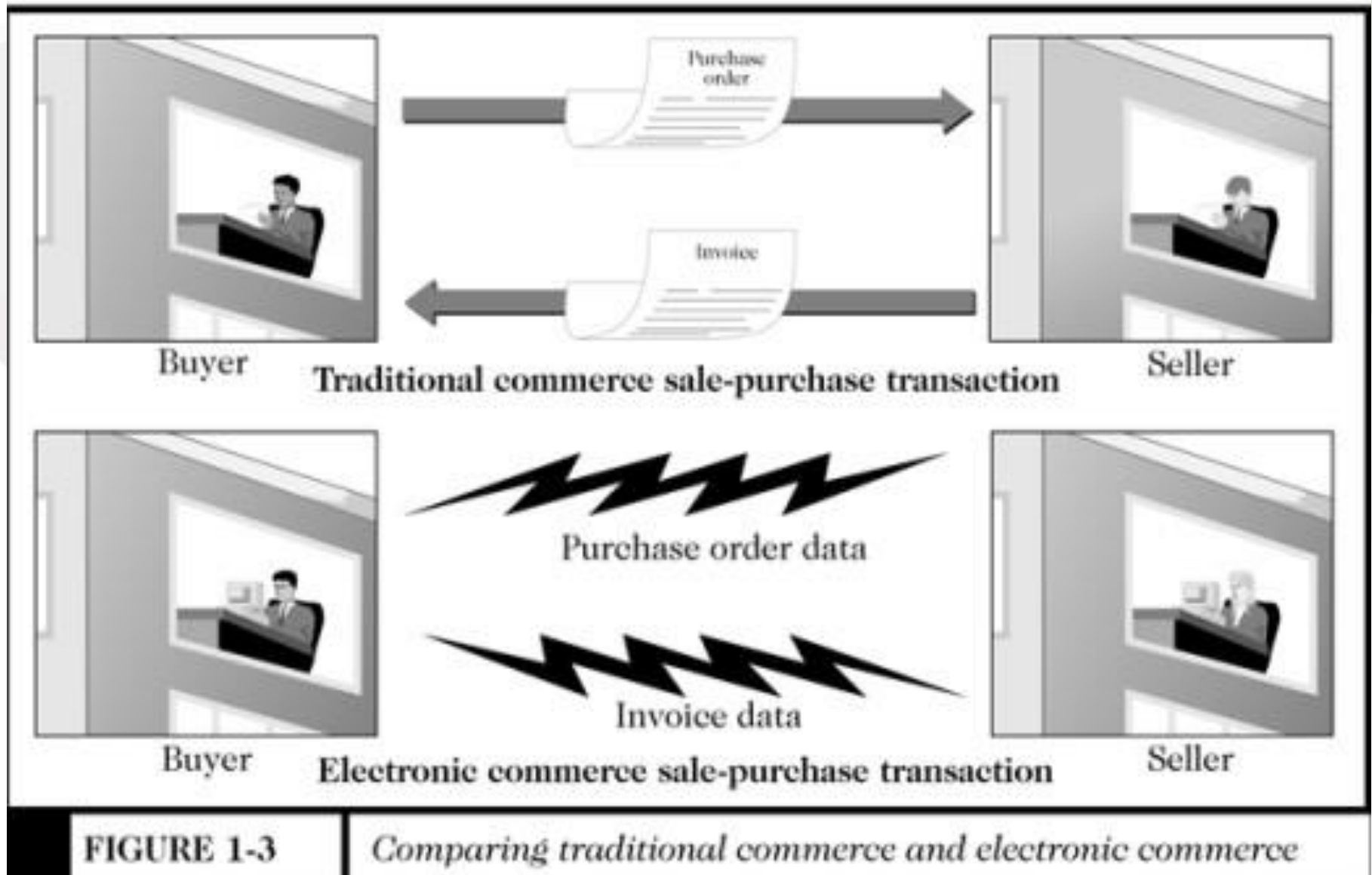


FIGURE 1-3

Comparing traditional commerce and electronic commerce

Câu hỏi

- Như vậy, theo anh chị : Thế nào TMĐT là gì ? Hình thức hoạt động như thế nào thì có thể được coi là TMĐT ???

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.

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????

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.

Định nghĩa TMĐT

- 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. (cần nhớ!!!)
- Nghĩa hẹp: bao gồm các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet. (***cần nhớ !!!***)

Định nghĩa TMĐT

- 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.

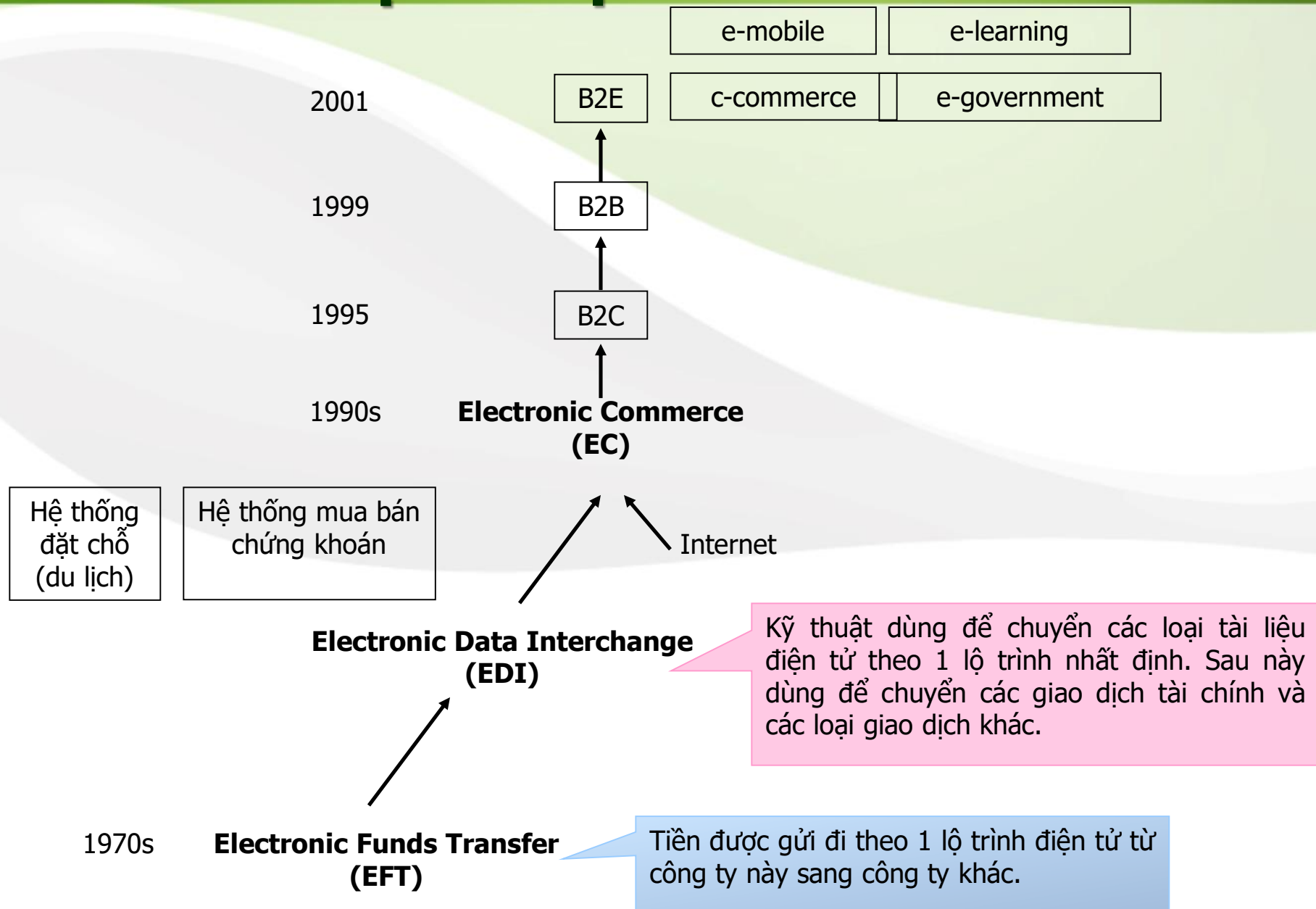
Định nghĩa TMĐT

- 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.

Câu hỏi

- E-Commerce ?
- E-Business ?
- Sự tương đồng và khác biệt ????

Lịch sử phát triển



➤ 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.

Câu hỏi

- Thương mại điện tử có những cấp độ nào ??
 - Xét về qui mô
 - Xét về hình thức
 - Xét về quản lý

Các cấp độ của TMĐT

- 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).

Các cấp độ của TMĐT

- **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 nay được gọi là eEnterprise.

Câu hỏi

- Theo anh chị, những hoạt động nào thường xuyên xảy ra khi thực hiện thương mại điện tử

Các hình thức hoạt động chủ yếu của TMĐT

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

Câu hỏi

- Anh chị nêu thử 1 vài đặc điểm của Thương Mại Điện Tử

Đặc điểm của TMĐT

- 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.

Đặc điểm của TMĐT

- 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.

Đặc điểm của TMĐT

- 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.
- TMĐT 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.

Đặc điểm của TMĐT

- 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.

Đặc điểm của TMĐT

- 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

Câu hỏi

➤ Theo anh chị, từ những đặc điểm đã nêu trên, hãy cho biết

- **Lợi điểm của thương mại điện tử**
- **Bất lợi của Thương mại điện tử**

Ưu điểm của TMĐT

- 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 bảng giá
 - Xác định sản phẩm phù hợp thị trường

Bất lợi của TMĐT

- 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

Câu hỏi

➤ Theo anh chị

- 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 TMĐT

Chọn hình thức TM phù hợp

Business processes well-suited to:		
Electronic commerce	Traditional commerce	Combinations of electronic and traditional commerce
Sale/purchase of books and CDs	Sale/purchase of high fashion clothing	Sale/purchase of automobiles
Online delivery of software	Sale/purchase of perishable food products	Online banking
Advertising and promotion of travel services	Small-denomination transactions	Roommate-matching services
Online tracking of shipments	Sale of expensive jewelry and antiques	Sale/purchase of investment and insurance products

FIGURE 1-4 *Business process suitability to type of commerce*

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?

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 ????

Lược Sử Internet

- Phát triển bởi Bộ Quốc Phòng Mỹ vào những năm đầu 1960
- Mô hình kết nối của các hãng điện thoại là hình mẫu cho các mạng máy tính
- Kết nối với các viện, cơ quan nghiên cứu, trường ĐH vào năm 1969

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

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

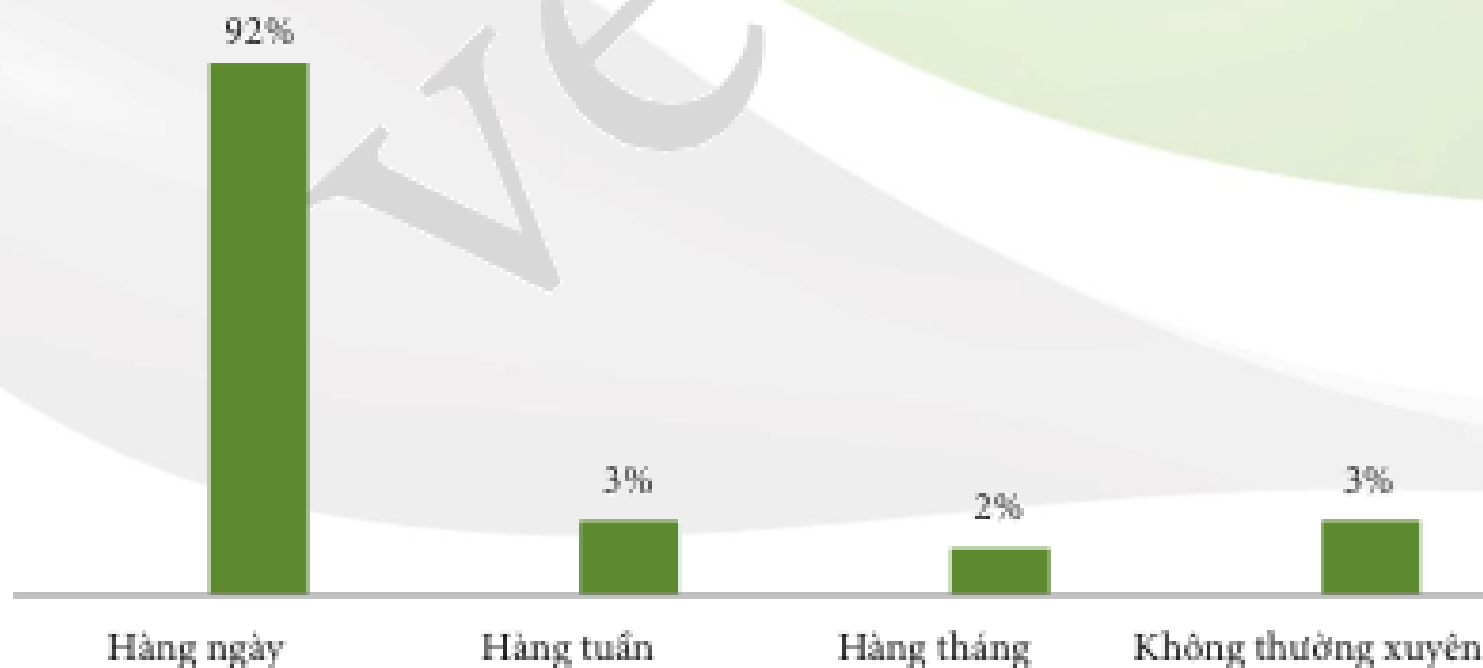
- Truyền tải, thể hiện hình ảnh, âm thanh,.. Trên Internet

Các ứng dụng thương mại trên Internet

- National Science Foundation không cho phép tổ chức các hoạt động thương mại trên Internet trong suốt thập niên 1980
- 1989: NSF cho phép MCI Mail và CompuServe thực hiện 1 số dịch vụ hạn chế trên Internet
- 1990 : trên 300,000 máy tính nối kết với Internet

Thông kê sử dụng Internet

Hình 30: Tần suất truy cập của người sử dụng Internet tại Việt Nam



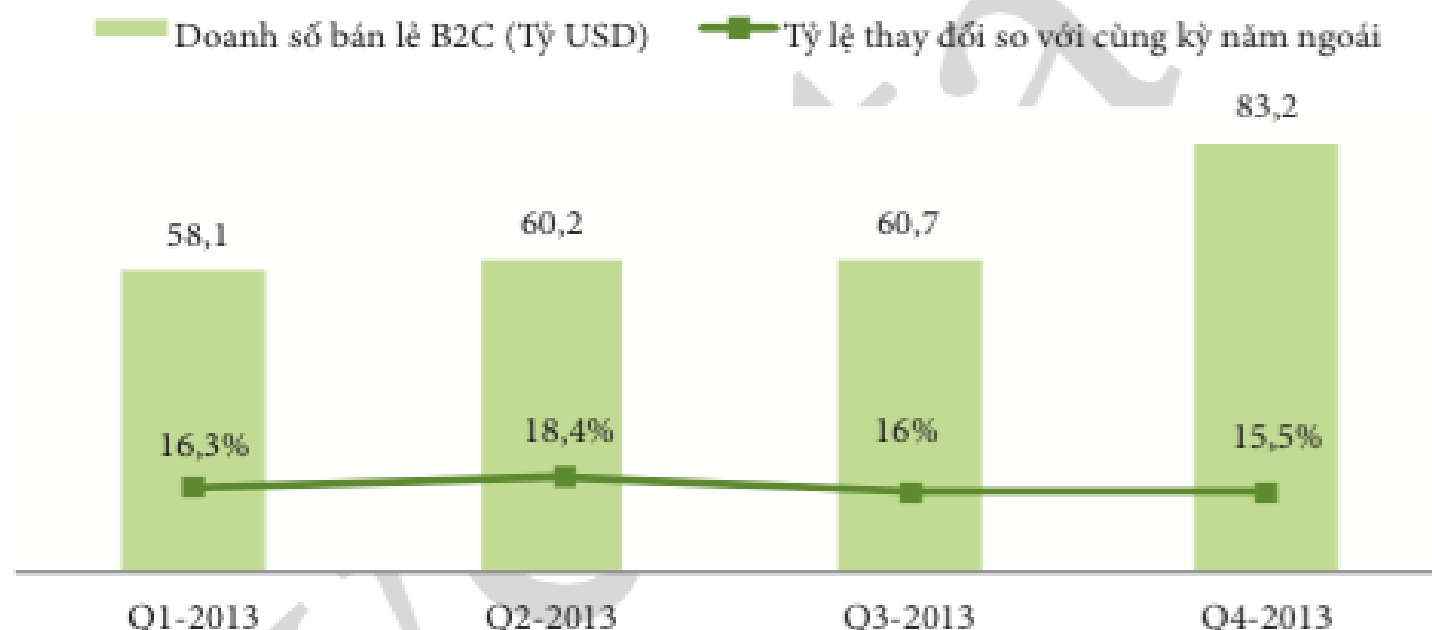
Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Số liệu thống kê năm 2013

- Ngôn ngữ cho webpage : văn bản phối hợp với các mã định dạng
 - ``
 - `mail`
- Siêu liên kết (Hypertext links, hyperlinks) cho phép NSD chuyển đến các trang HTML trên các máy tính khác 1 cách dễ dàng

Sự phát triển của web EC

Hình 20: Doanh số TMĐT B2C của Hoa Kỳ năm 2013³



Nguồn: www.eMarketer.com

Hình 21: Dự báo doanh số TMĐT B2C của Hoa Kỳ năm 2014 - 2017

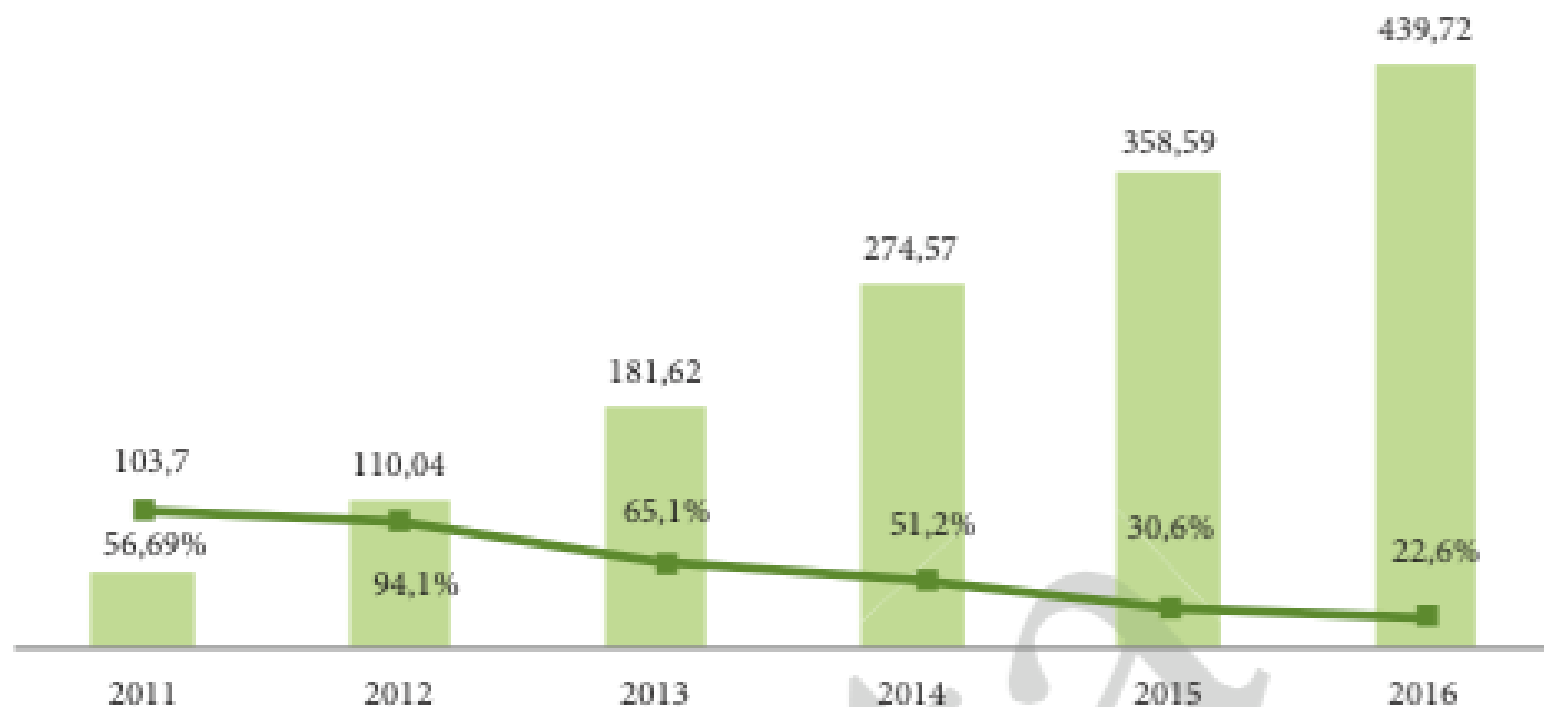
Năm	2014	2015	2016	2017
Dự báo tốc độ tăng trưởng so với năm trước đó	14,6%	14,2%	13,6%	12,8%
Dự báo doanh số TMĐT B2C (tỷ USD)	300,5	344,4	391,2	441,3

Nguồn: www.eMarketer.com

Sự phát triển của web EC

Doanh số TMDT B2C tại Trung Quốc 2011 - 2016⁶

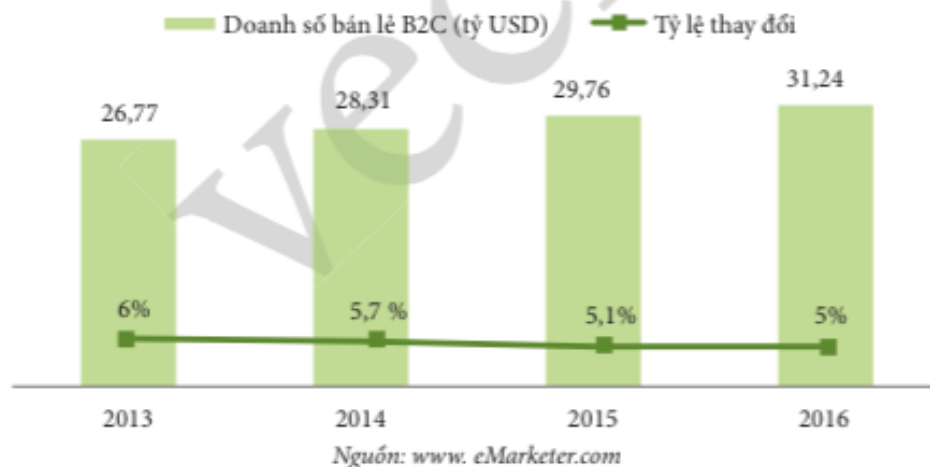
Doanh số bán lẻ B2C (tỷ USD) Tỷ lệ thay đổi



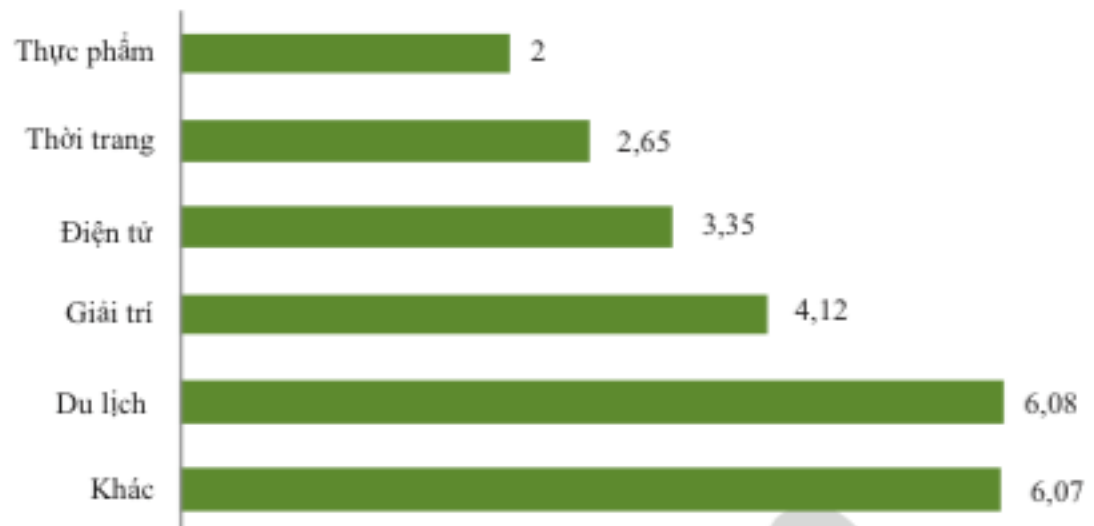
Nguồn: www.eMarketer.com

Sự phát triển của web EC

Hình 26: Doanh số TMĐT B2C Úc từ 2013 - 2016⁸

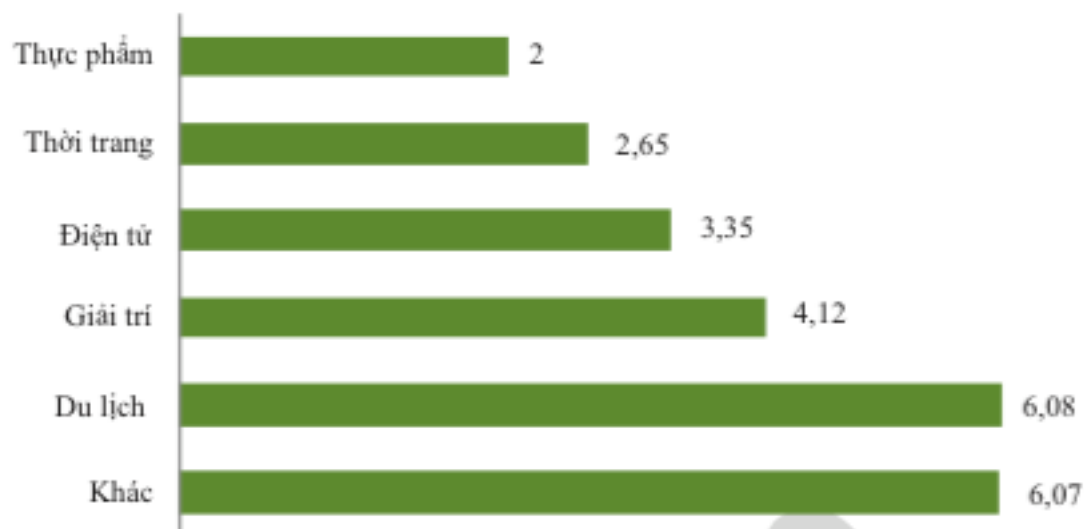


Hình 27: Sản phẩm, dịch vụ ưa thích được mua sắm trực tuyến tại Úc năm 2013
(Đơn vị tính: tỷ AUD)



Sự phát triển của web EC

Hình 27: Sản phẩm, dịch vụ ưa thích được mua sắm trực tuyến tại Úc năm 2013
(Đơn vị tính: tỷ AUD)



Nguồn: www.eMarketer.com

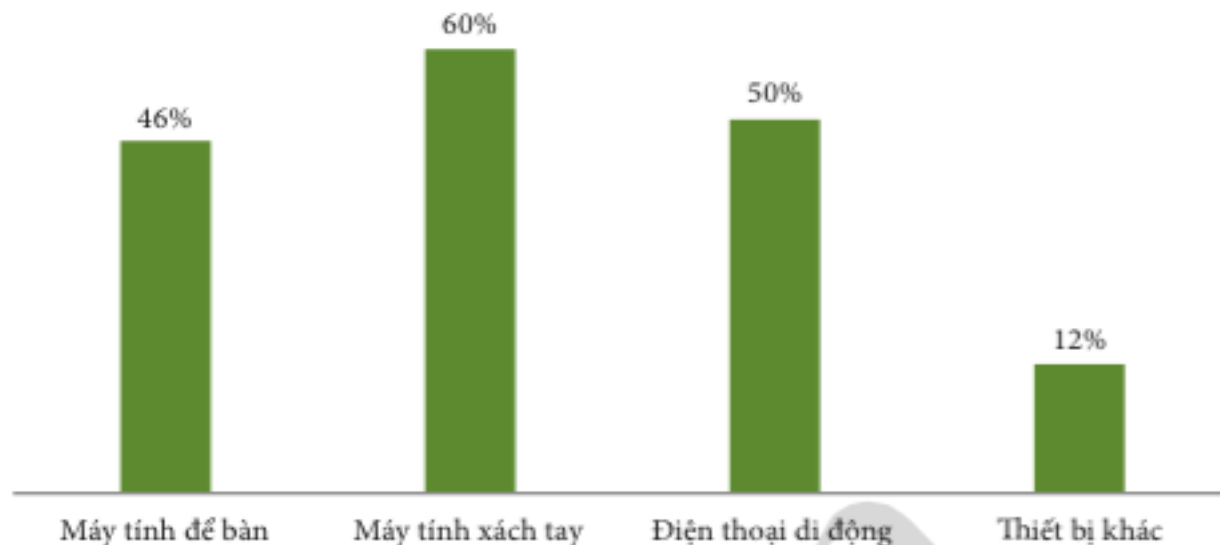
Sự phát triển của web EC

Hình 29: Ước tính doanh số TMDT B2C năm 2015

Ước tính dân số VN năm 2015	Ước tính tỷ lệ dân số truy cập Internet vào năm 2015	Ước tính giá trị mua hàng trực tuyến mỗi năm của một người năm 2015	Ước tính tỷ lệ truy cập Internet tham gia mua sắm trực tuyến		Ước tính doanh số thu được từ TMDT B2C 2015
			Mức độ tăng trưởng	Tỷ lệ	
93 triệu dân	45%	150 USD	Cao	70%	4,3 tỷ USD
			Trung bình	65%	4,08 tỷ USD
			Thấp	60%	3,7 tỷ USD

Nguồn: Dự báo của Cục TMDT và CNTT

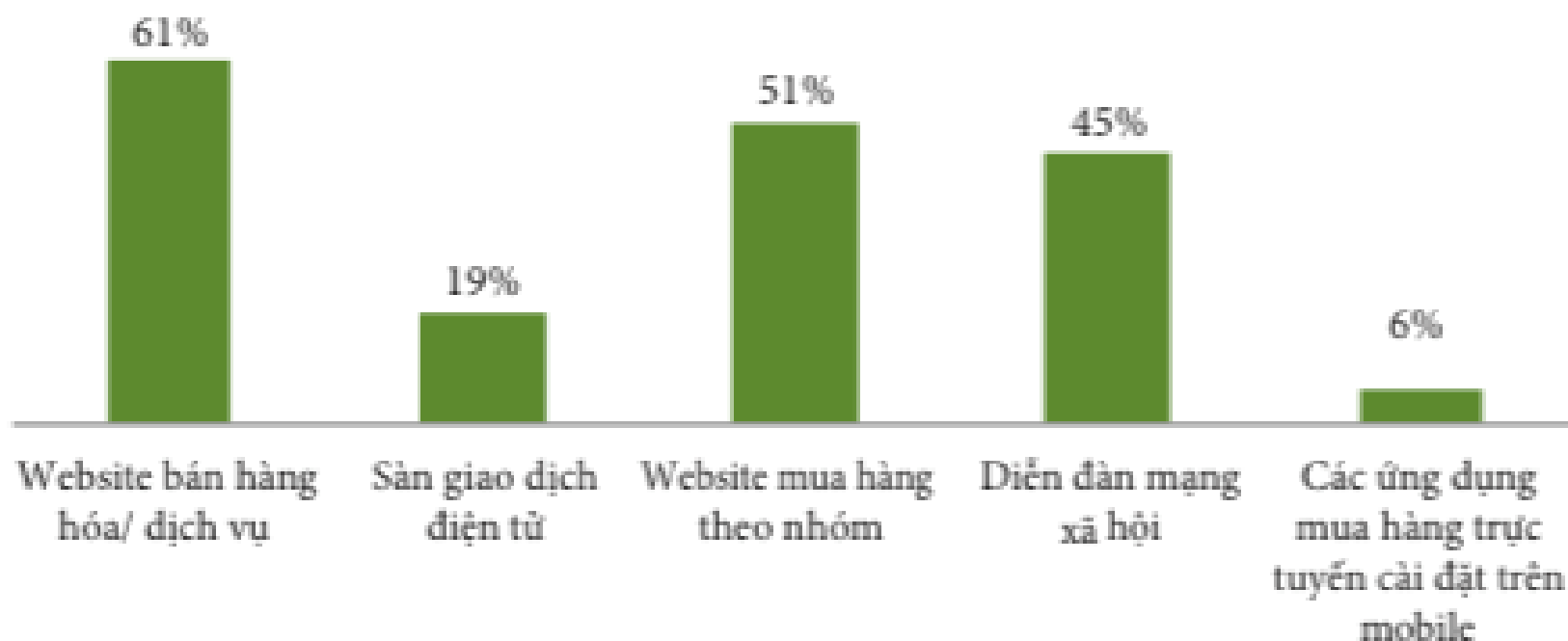
Hình 31: Các phương tiện truy cập Internet của người dân



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

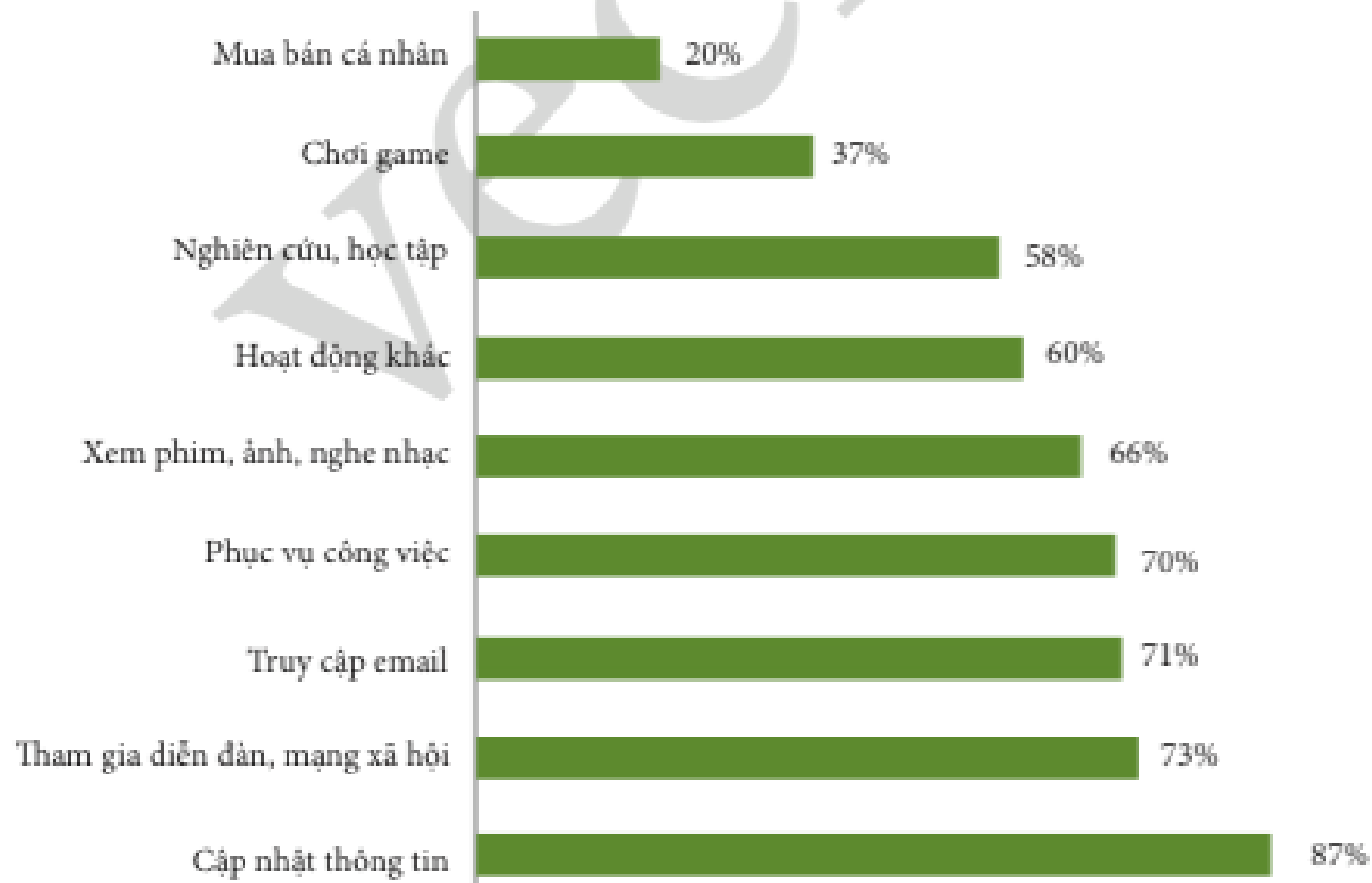
Hình 33: Các hình thức mua sắm trực tuyến của người dân



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

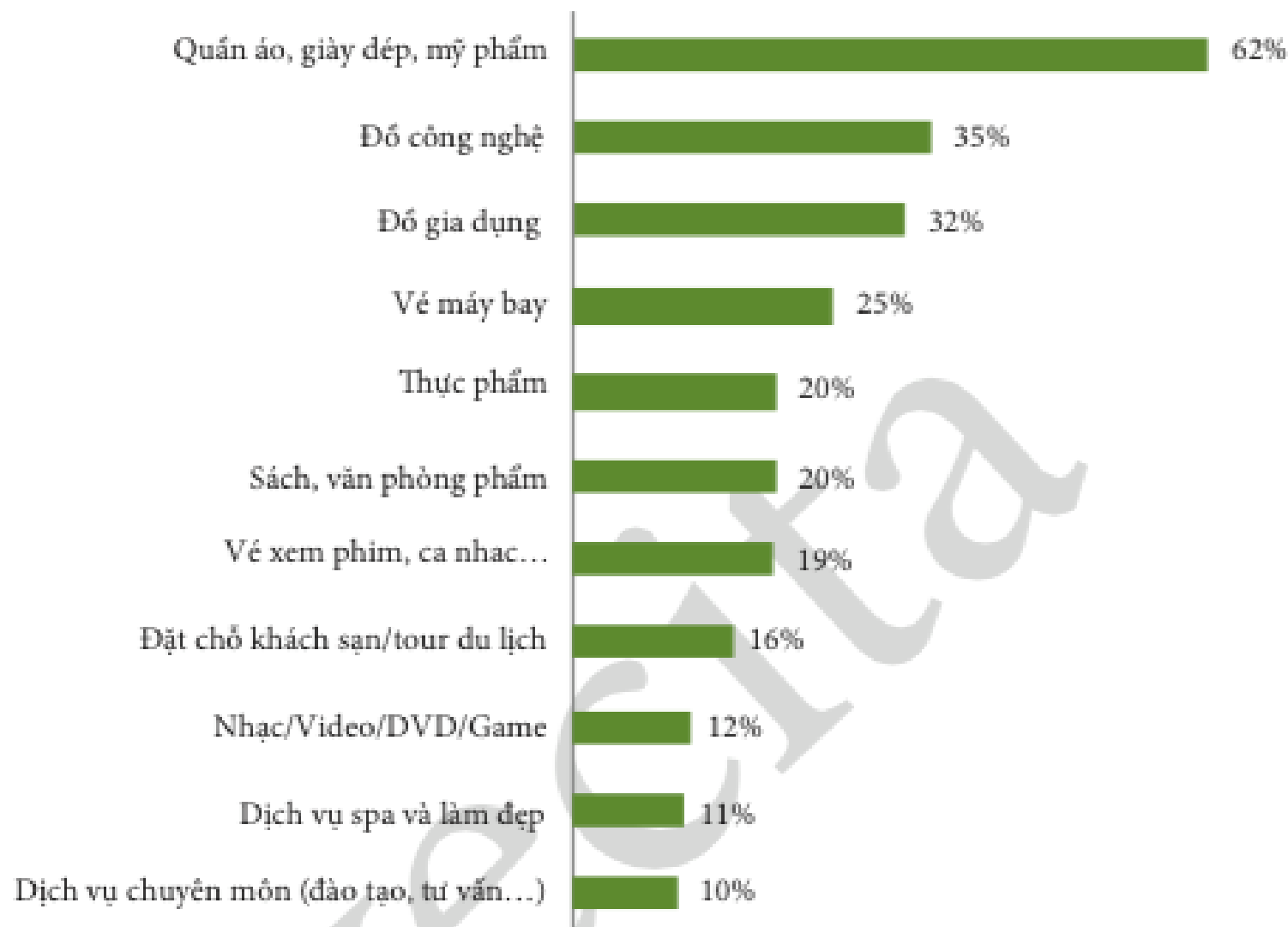
Sự phát triển của web EC

Hình 32: Tần suất sử dụng Internet cho các hoạt động



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

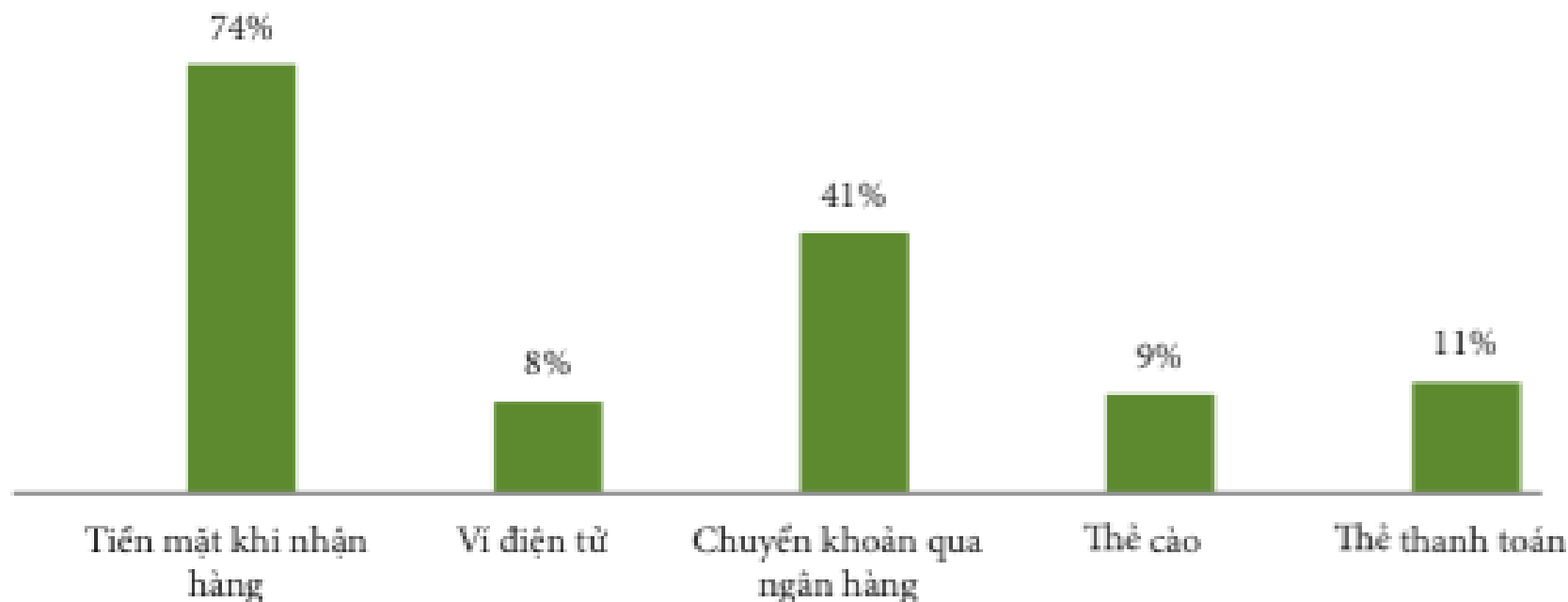
Sự phát triển của web EC



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

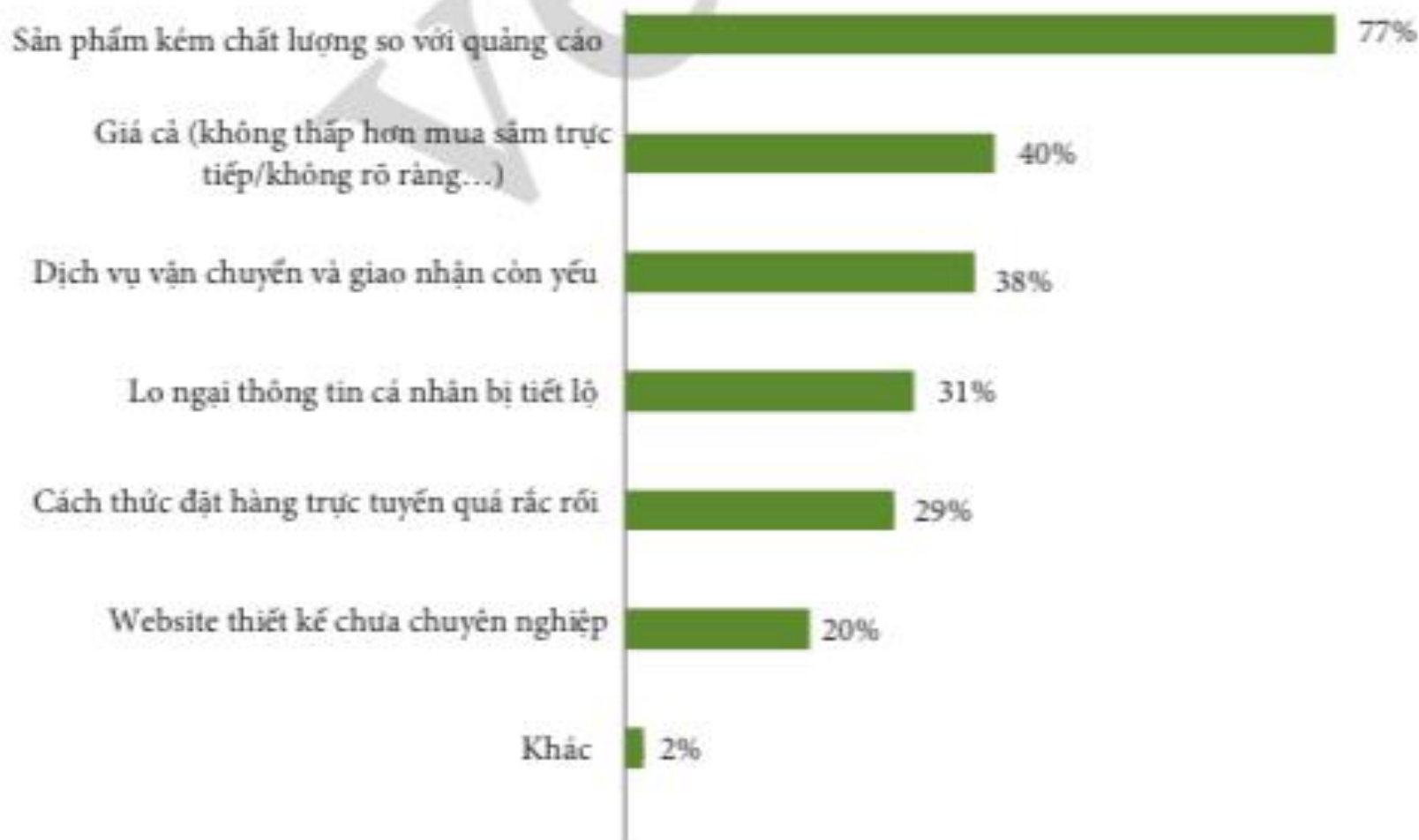
Hình 37: Các hình thức thanh toán khi mua sắm trực tuyến



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

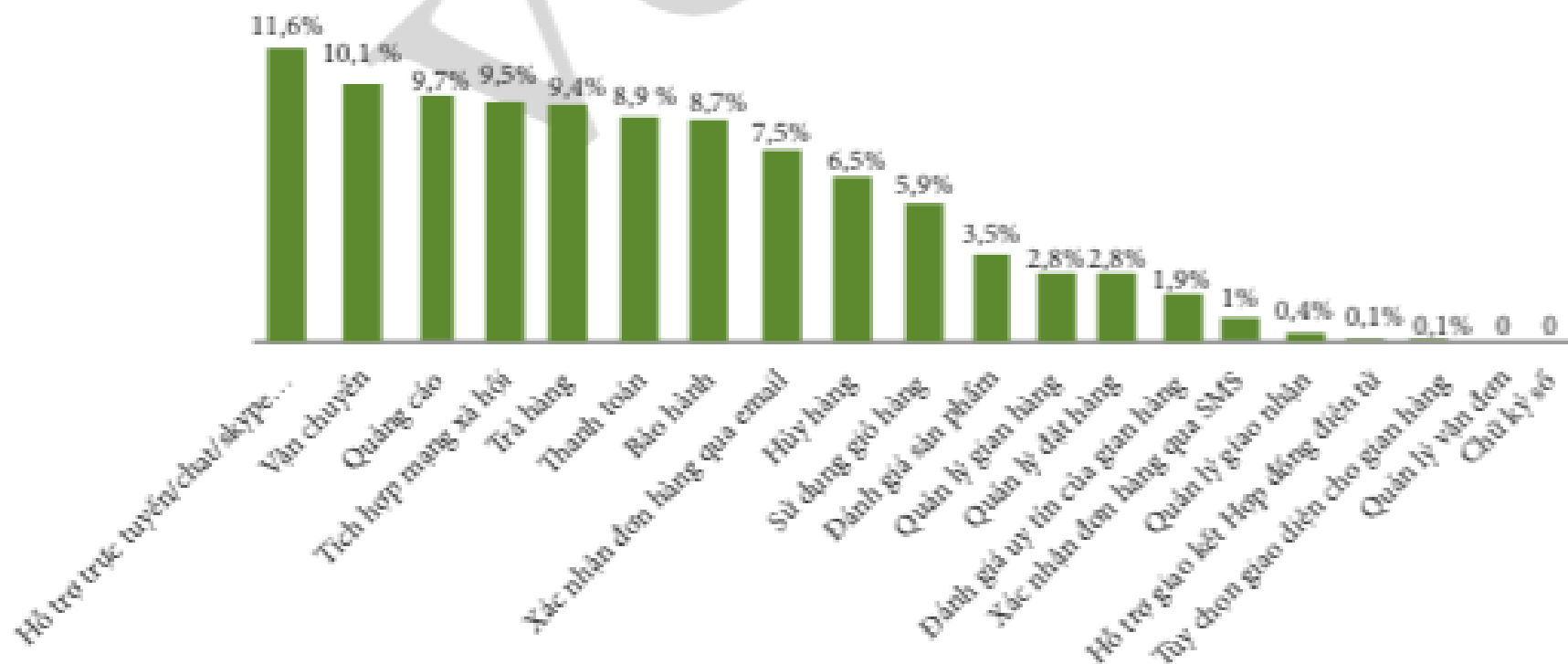
Hình 39: Những trở ngại khi mua sắm trực tuyến



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

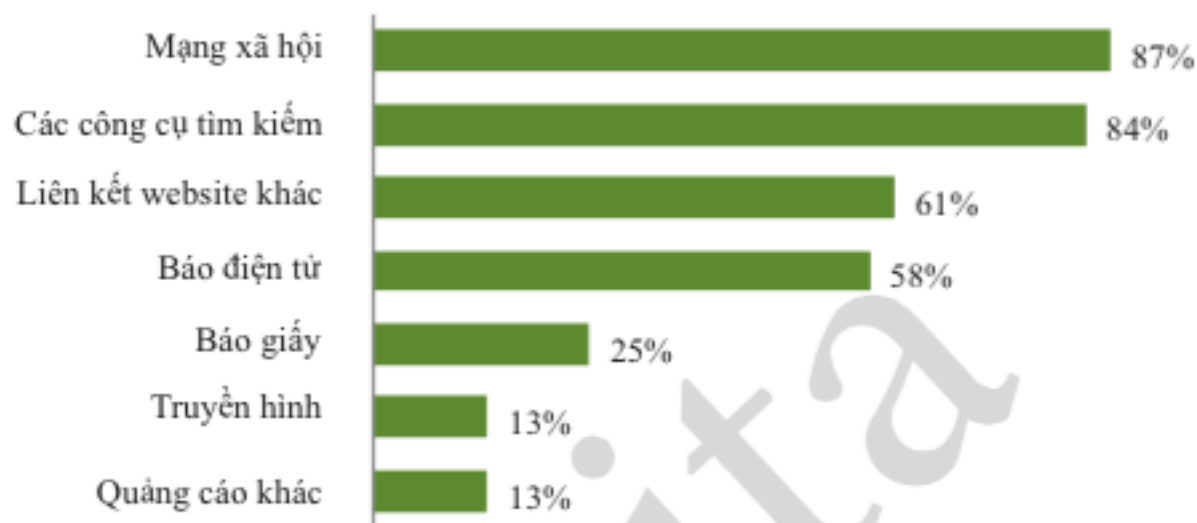
Hình 49: Các công cụ, tiện ích hỗ trợ trên website TMDT



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

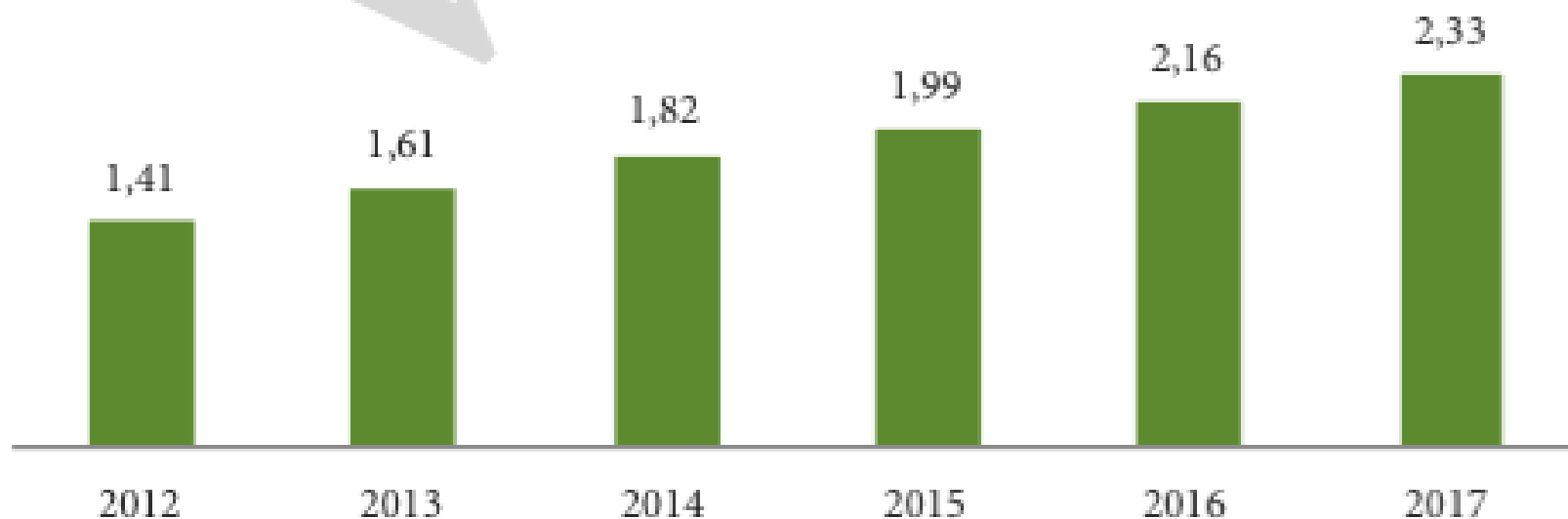
Hình 50: Các hình thức quảng cáo của website TMĐT



Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

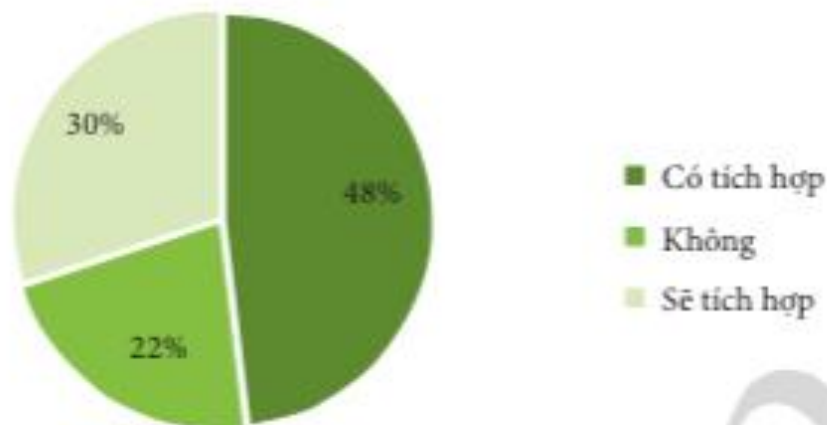
Hình 51: Số lượng người sử dụng mạng xã hội trên thế giới
(Đơn vị: tỷ người)



Nguồn: www.eMarketer.com, tháng 11/2013

Sự phát triển của web EC

Hình 57: Tỷ lệ website cung cấp dịch vụ TMDT có chức năng thanh toán trực tuyến



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

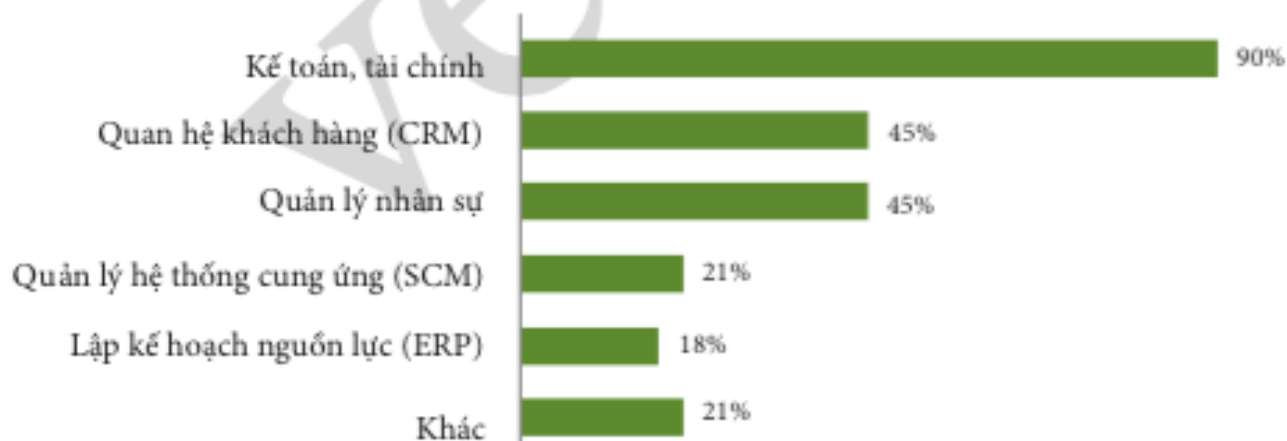
Hình 58: Giải pháp thanh toán trực tuyến được doanh nghiệp lựa chọn sử dụng



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

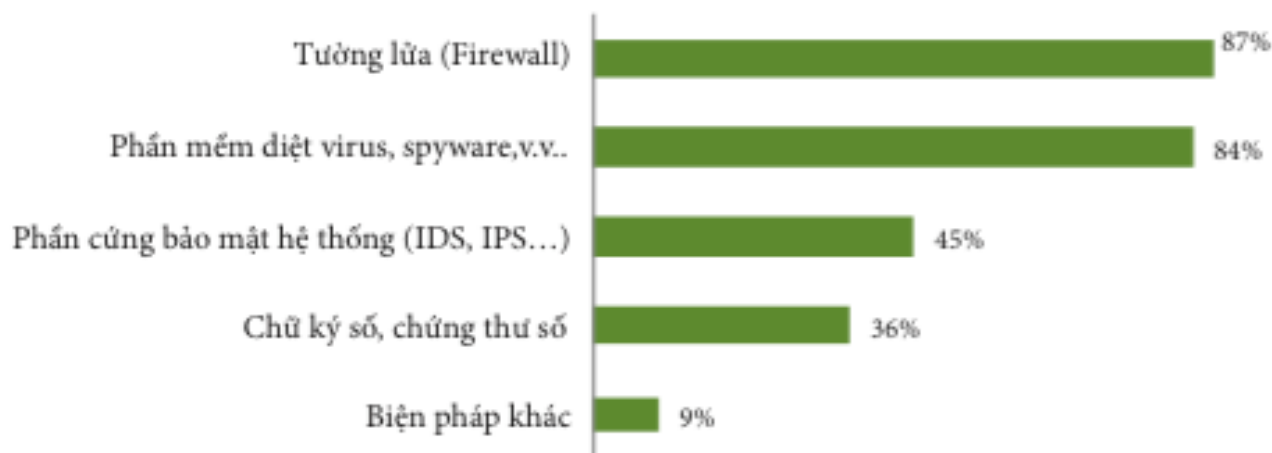
Sự phát triển của web EC

Hình 55: Tỷ lệ phần mềm được sử dụng trong quản trị doanh nghiệp



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

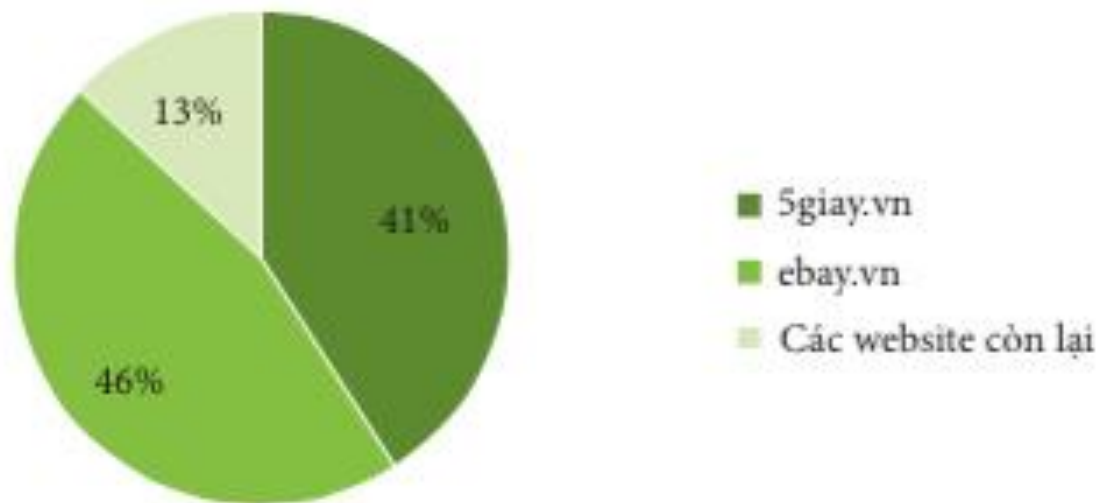
Hình 56: Các biện pháp bảo đảm an toàn thông tin



Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và CNTT năm 2013

Sự phát triển của web EC

Hình 68: Thị phần website đấu giá trực tuyến tham gia khảo sát theo giá trị giao dịch thành công



Nguồn: Số liệu doanh nghiệp cung cấp năm 2013

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
-

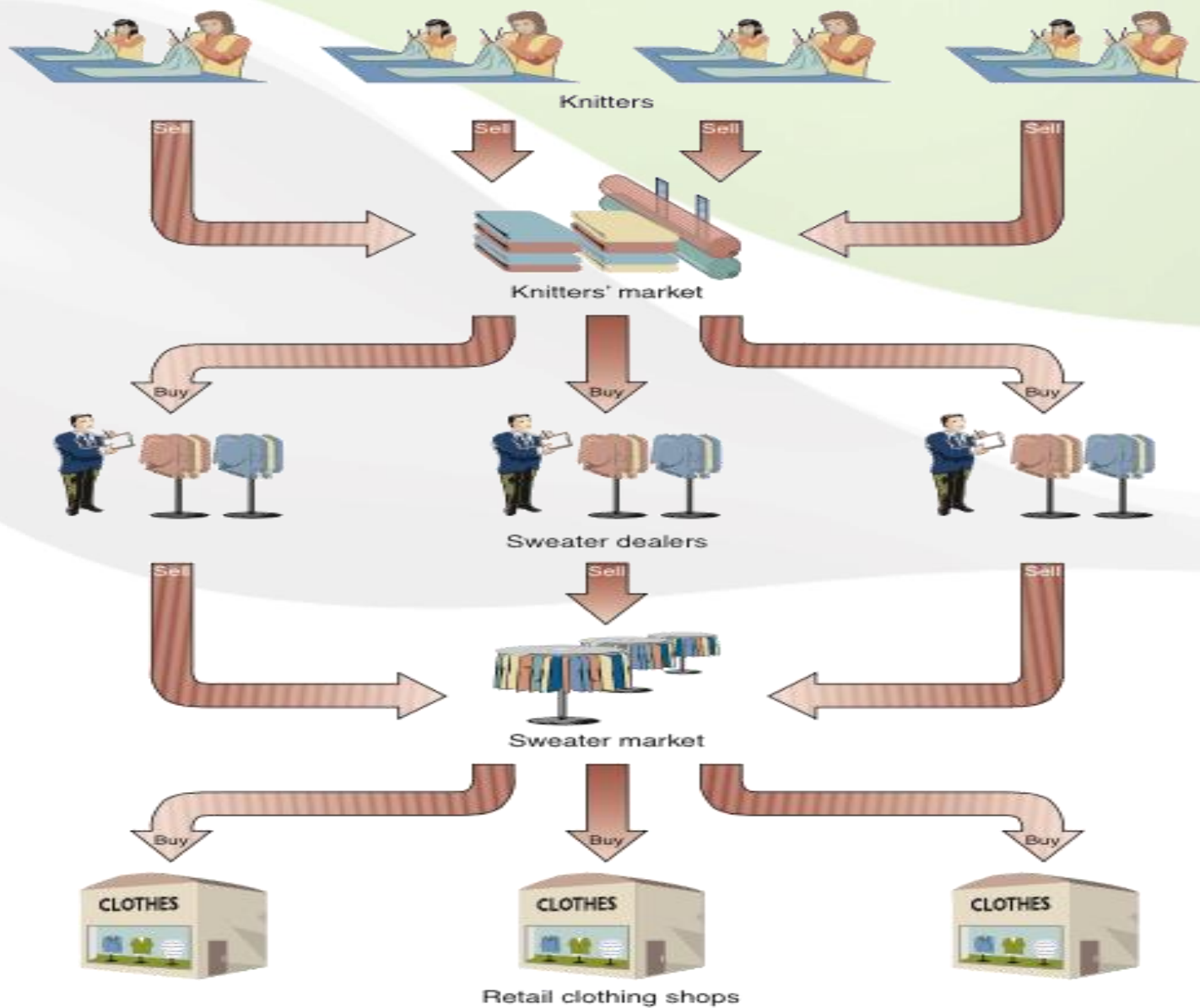
Relax in EC



"On the Internet, nobody knows you're a dog."

© The New Yorker Collection 1993 Peter Steiner from cartoonbank.com. All rights reserved.

Phân cấp thị trường



Phân cấp thị trường

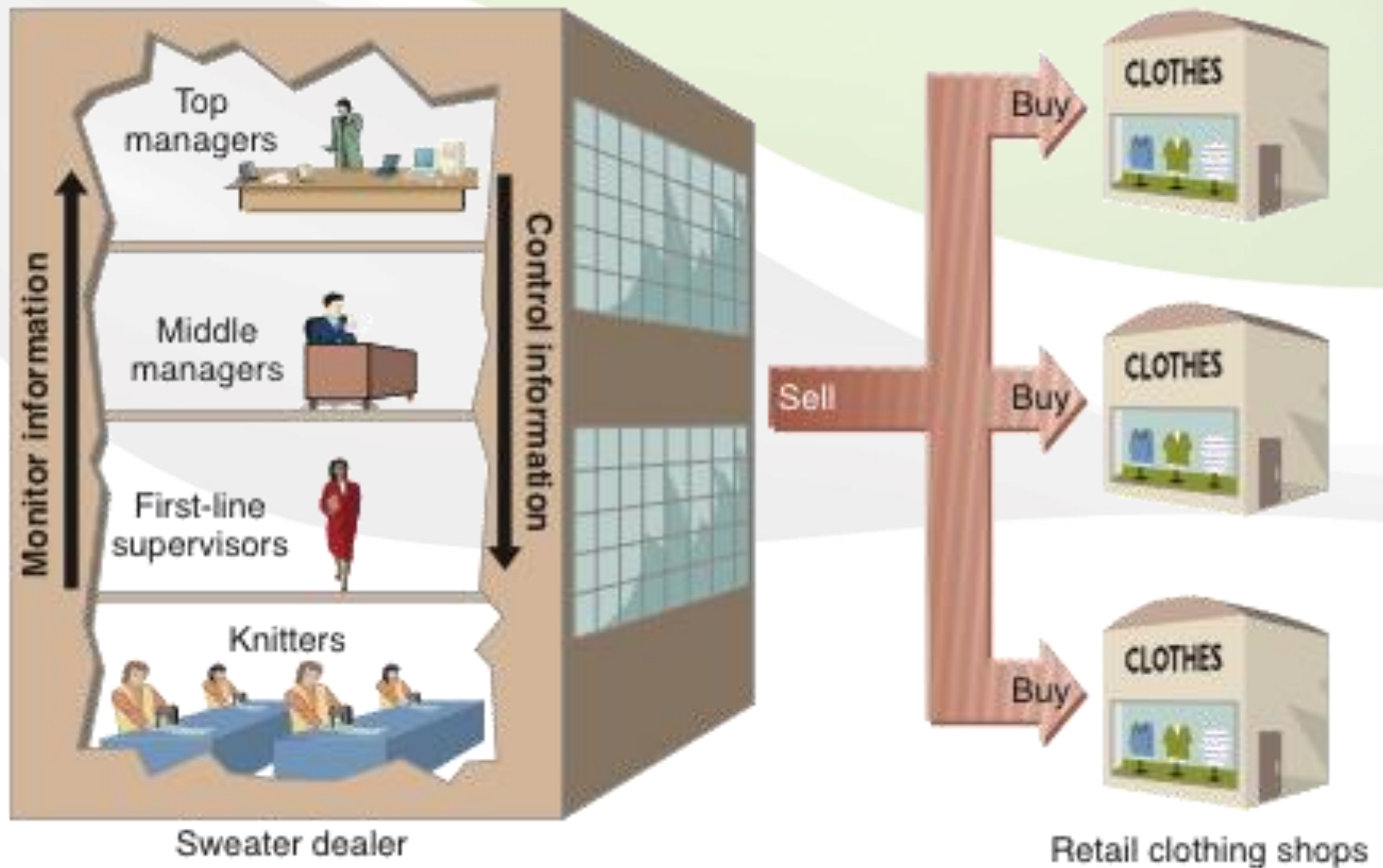


FIGURE 1-7 Hierarchical form of economic organization

Vai trò của TMĐT

- 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

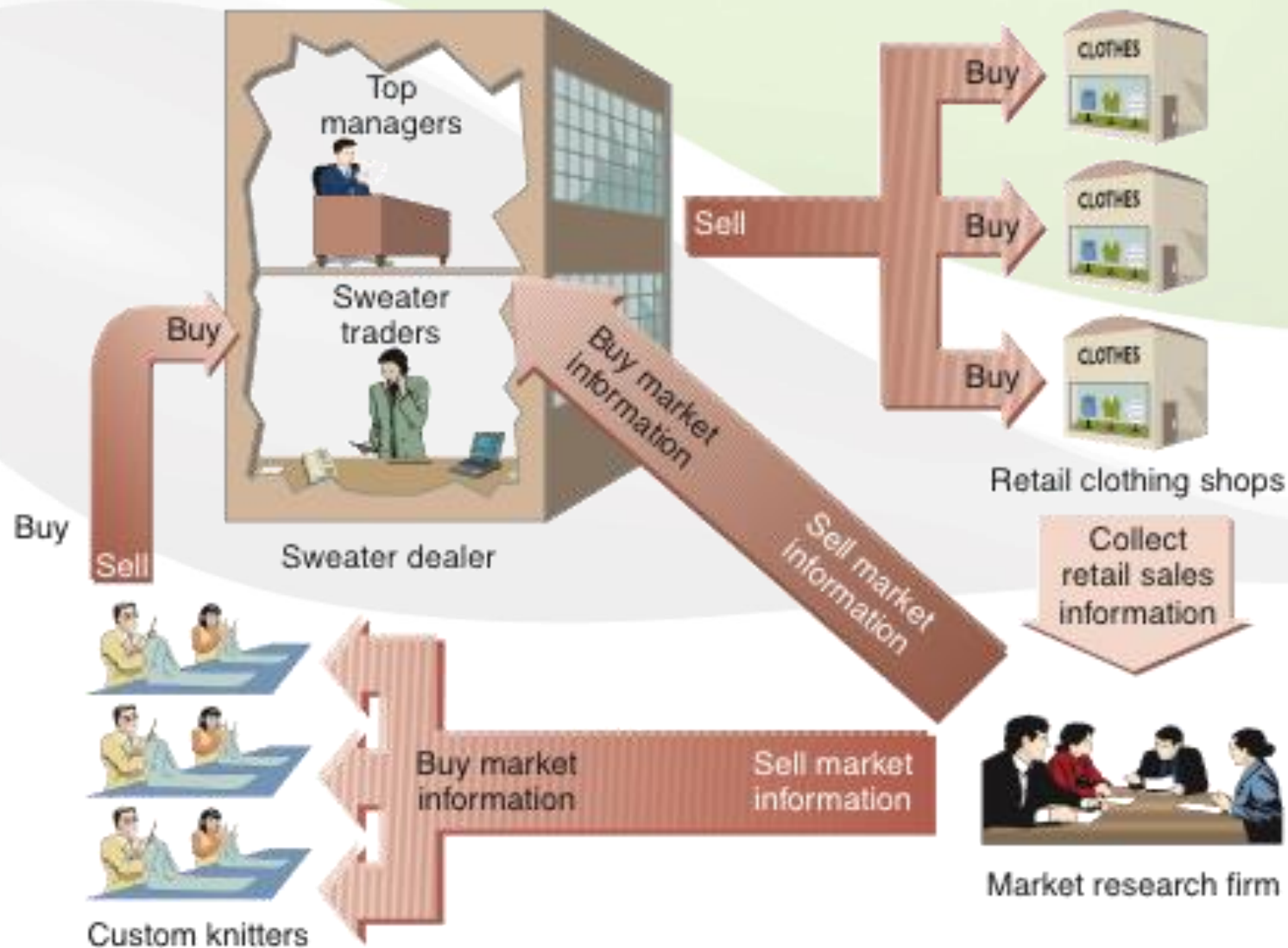


FIGURE 1-8 Network form of economic organization

(dạng mạng liên kết)

Value Chains Trong E-Commerce

- ĐN : 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...

Mình họa chuỗi dây chuyền giá trị

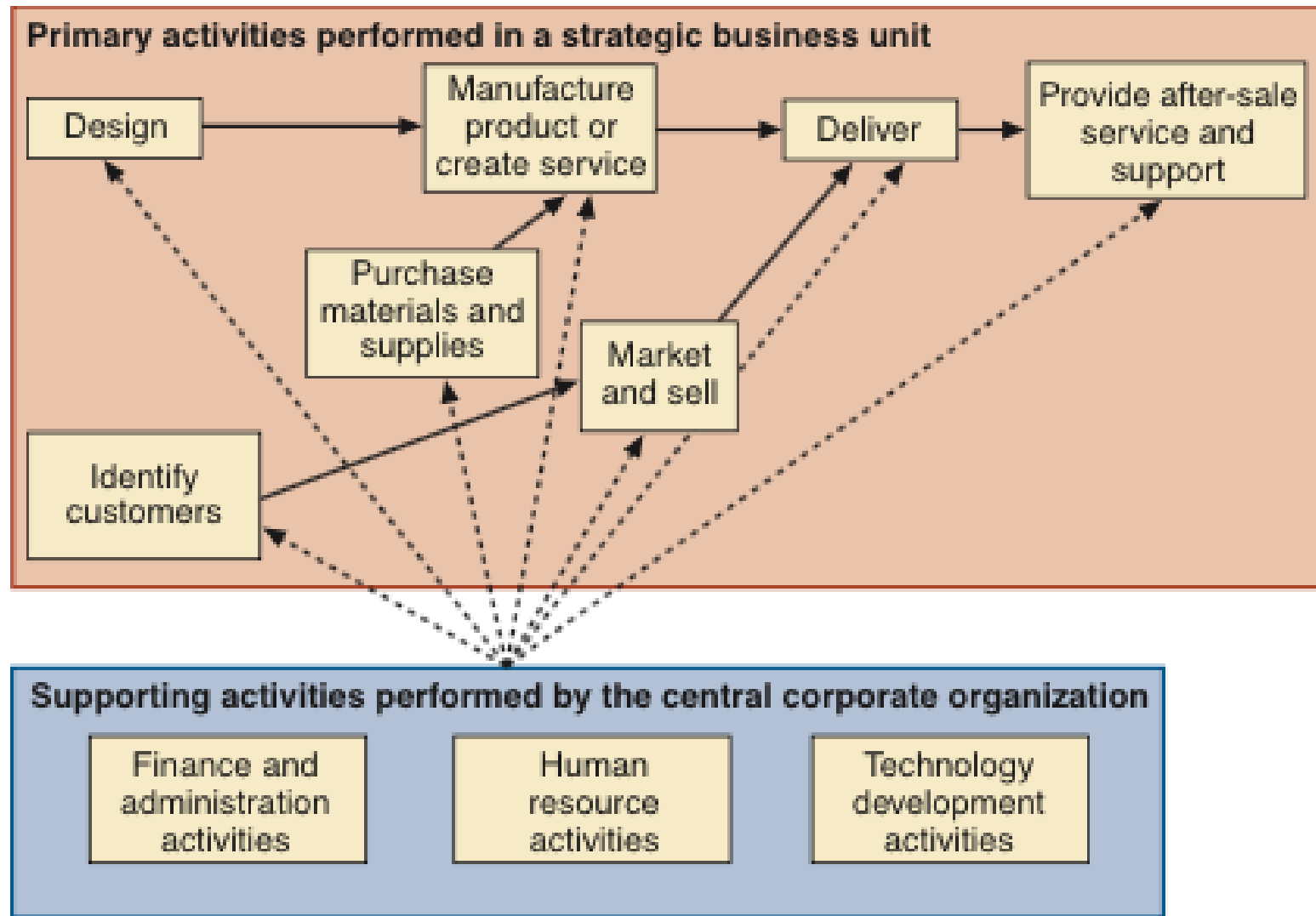


FIGURE 1-9 Value chain for a strategic business unit

Các hoạt động cơ bản trong Value Chains

- 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,...

Các hoạt động cơ bản trong Value Chains

➤ 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

Các hoạt động cơ bản trong Value Chains

- Cung ứng các dịch vụ hậu mãi
 - Test sản phẩm, bảo trì, sửa chữa, bảo hành, thay thế cơ phận,...

Các hoạt động cơ bản trong Value Chains

➤ 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,...

Mình họa chuỗi Value Chains

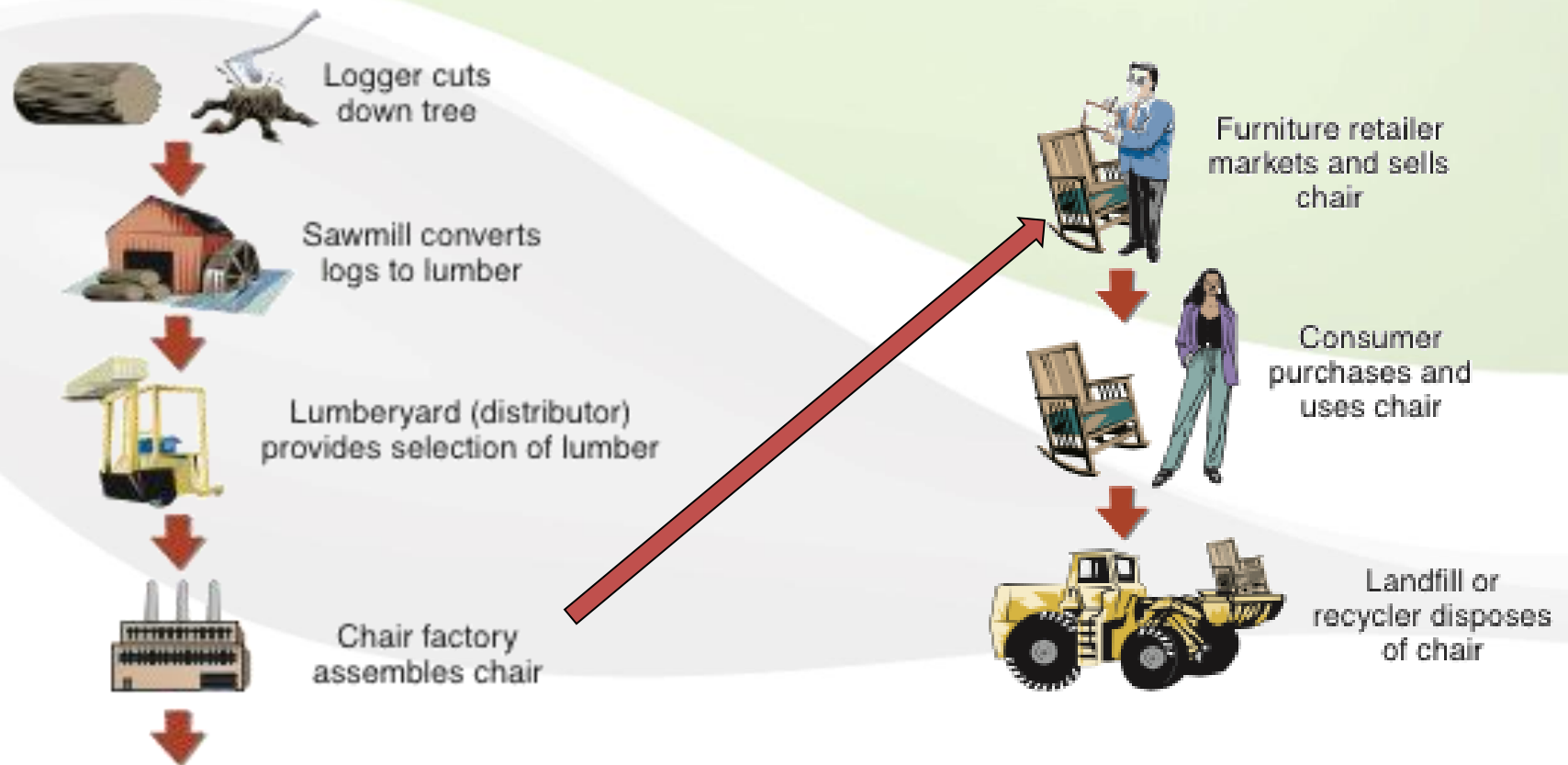


FIGURE 1-10 Industry value chain for a wooden chair

Mình họa chuỗi Value Chains

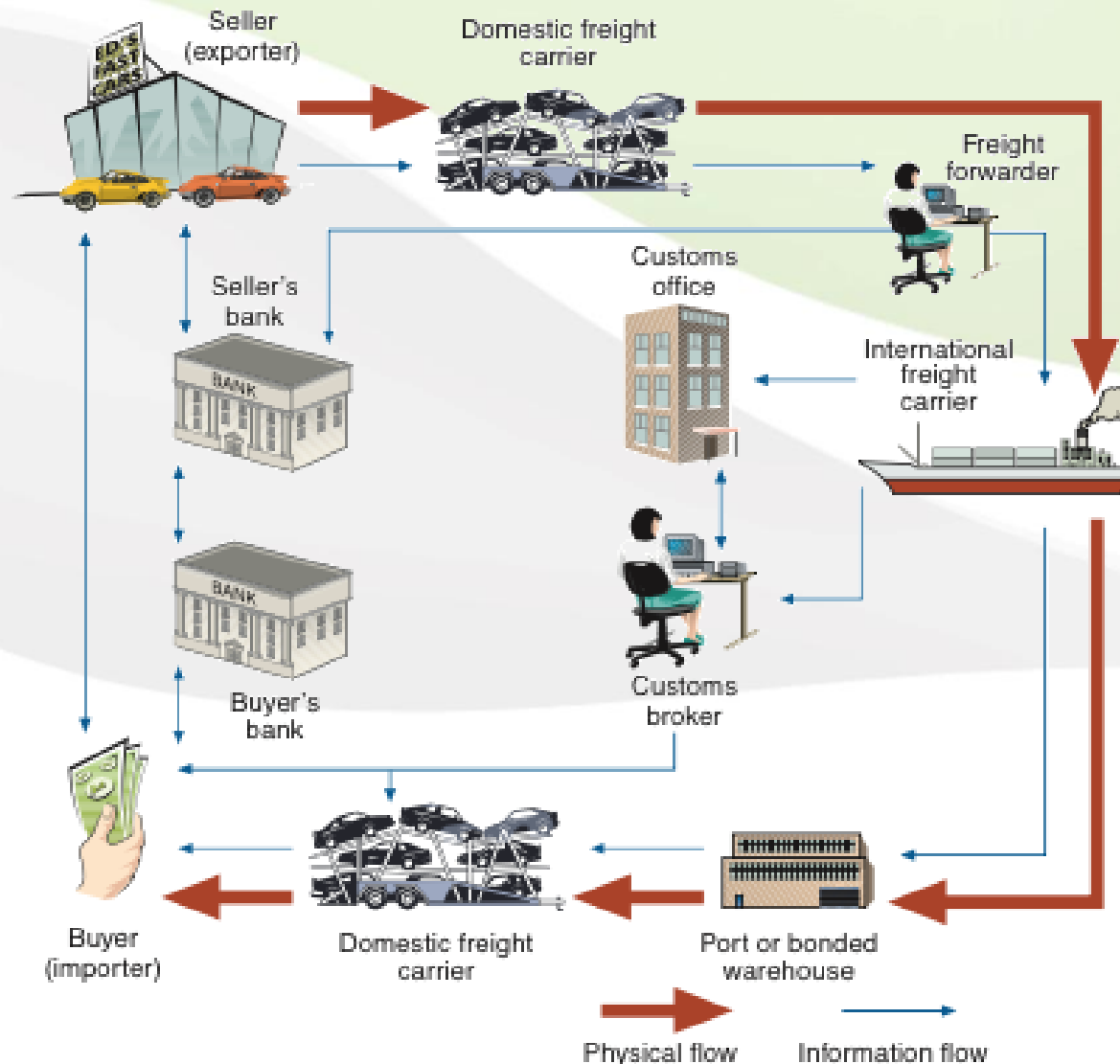


FIGURE 1-14 Parties involved in a typical international trade transaction

TMĐT ở VN 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

Câu hỏi

- Theo anh chị, khi thực hiện Thương mại điện tử, ta có thể mắc phải những suy nghĩ, quan niệm sai lầm nào ???

Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- 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

Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- 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

Những quan niệm sai lầm trong TMĐT

- 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...

Câu hỏi

➤ Thử giải thích các khái niệm và cho ví dụ

- B2B
- B2C
- C2C
- G2C
- B2G

Một số khái niệm khác

- B2C: giao dịch doanh nghiệp với khách hàng hay B2C. Giao dịch loại này còn được gọi là những giao dịch thị trường.
- 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 liên quan đến việc làm ăn

Một số khái niệm khác

- B2G: giao dịch kinh doanh gắn với một cơ quan nào đó của chính phủ như hải quan, thuế....Giao dịch B2G tiết kiệm thời gian và không gây phiền hà.
- 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.

M-Commerce: Hướng phát triển mới

- 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.

M-Commerce

- "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 TMĐT thông qua mạng điện thoại di động.
- 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...

Câu hỏi

➤ Theo anh chị, M-commerce có những ưu điểm gì nếu đứng về phía

- **Người tiêu dùng**
- **Nhà cung cấp**

M-Commerce

- Sự gắn kết giữa người sử dụng với chiếc máy ĐTDĐ 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.
- Lợi thế quan trọng của chiếc ĐTDĐ là nó luôn gắn liền với người sử dụng như một chìa khoá cho việc thao tác trên tài khoản cá nhân.

M-Commerce

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

Câu hỏi

- Trình bày các điểm khác biệt giữa thương mại truyền thống và TMĐT
- Nêu ra các lĩnh vực mà theo ý anh chị rất thuận lợi khi sử dụng TMĐT, các lĩnh vực không thể sử dụng TMĐT, các lĩnh vực mà TMĐT có thể hỗ trợ trong kinh doanh
- Theo ý anh chị, TMĐT đã xuất hiện ở VN hay chưa? các thuận lợi, bất lợi của việc sử dụng TMĐT ở VN hiện nay

Thực hành 1

➤ Internet Exercise:

- Truy cập vài website e-commerce, thảo luận và viết một báo cáo ngắn tóm tắt những gì bạn rút ra được.
- Reading:
 - Chapter 1: Overview of Electronic Commerce
 - Additional chapter material : ONLINE FILE W1.1 MARKS & SPENCER—A NEW WAY TO COMPETE

➤ Đăng ký:

- Nhóm đồ án môn học
- Project topics



THANK YOU !

Contact : kimloanpt@gmail.com