**ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HỒ CHÍ MINH**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

**KHOA CÔNG NGHỆ PHẦN MỀM**



**ĐỒ ÁN CHUYÊN NGÀNH**

**Bản báo cáo điều tra sơ bộ**

**THU THẬP THÔNG TIN**

**GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI**

**TRÊN MẠNG XÃ HỘI**

**Giáo viên hướng dẫn**: **Th.S Nguyễn Công Hoan**

**Lớp:** SE112.H21

**Sinh viên thực hiện:** 13520327 Dương Văn Hùng

13520974 Nguyễn Trần Anh Tú

TP.HCM, Tháng 2 năm 2017

**MỤC LỤC**

[I. GIỚI THIỆU 4](#_Toc478821410)

[Tổng quan 4](#_Toc478821411)

[Tình hình sơ bộ về giao dịch thương mại trên mạng xã hội 4](#_Toc478821412)

[Các lợi ích và rủi ro từ giao dịch thương mại trên facebook 4](#_Toc478821413)

[Thông tin dự án 5](#_Toc478821414)

[II. PHẠM VI DỰ ÁN & RÀNG BUỘC 5](#_Toc478821415)

[1) Phạm vi dự án & đối tượng 5](#_Toc478821416)

[2) Ràng buộc 5](#_Toc478821417)

[3) Lược đồ phân rã chức năng 5](#_Toc478821418)

[III. PHÂN TÍCH CƠ HỘI & RỦI RO 6](#_Toc478821419)

[1) Cơ hội 6](#_Toc478821420)

[2) Rủi ro 6](#_Toc478821421)

[IV. QUY TRÌNH VÀ CÔNG NGHỆ 7](#_Toc478821422)

[1) Quy trình 7](#_Toc478821423)

[2) Công nghệ 7](#_Toc478821424)

[V. ƯỚC TÍNH THỜI GIAN - CHI PHÍ & BẢNG PHÂN RÃ CÔNG VIỆC 8](#_Toc478821425)

[1) Thời gian và chi phí 8](#_Toc478821426)

[2) Bảng phân rã công việc 8](#_Toc478821427)

[VI. SƠ ĐỒ PHÂN RÃ CHỨC NĂNG 9](#_Toc478821428)

[VII. SƠ ĐỒ USE\_CASE 10](#_Toc478821429)

[1. Diễn đàn bán hàng xách tay 10](#_Toc478821430)

[2. … 10](#_Toc478821431)

[VIII. SƠ ĐỒ DFD 11](#_Toc478821432)

[1. Diễn đàn bán hàng xách tay 11](#_Toc478821433)

[a. Cấp 0 11](#_Toc478821434)

[b. Cấp 1 11](#_Toc478821435)

[c. … 12](#_Toc478821436)

[2. … 12](#_Toc478821437)

[IX. SƠ ĐỒ ERD 12](#_Toc478821438)

# GIỚI THIỆU

## Tổng quan

* **Facebook là  một mạng xã hội quá quen thuộc với nhiều người trong chúng ta. Thống kê cho đến nay cho thấy có hơn 1.6 tỉ người dùng đang hoạt động hàng tháng trên facebook. Và chính vì thế, các doanh nghiệp trong và ngoài nước hiện nay đang nỗ lực tận dụng tối đa hiệu quả marketing từ mạng xã hội tiềm năng này.**
* **Để bắt đầu chiến lược này không quá khó, bất kỳ ai cũng có thể tự tạo một Fanpage và bắt đầu kinh doanh với nó. Tuy nhiên, nó lại yêu cầu bạn phải có sự hỗ trợ từ nhiều công cụ khác mới đem lại hiệu quả tối đa.**
* **Chính vì thế mà nhóm đã lên kế hoạch nghiên cứu nhằm đưa ra giải pháp và xây dựng công cụ hỗ trợ giao dịch thương mại trên mạng xã hội.**

## ****Tình hình sơ bộ về giao dịch thương mại trên mạng xã hội****

* Khảo sát cho thấy, số doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội đang tăng lên, trong khi việc bán hàng trên nền tảng di động và các sàn thương mại điện tử lại đang giảm đi hoặc chững lại.
* Theo Chỉ số Thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam 2017 vừa công bố, Số doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội năm 2016 đạt 34%, tăng 6% so với năm 2015. Kinh doanh trên mạng xã hội đang là một xu hướng thu hút sự quan tâm của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh doanh cá nhân bởi những lợi thế về hiệu quả và chi phí cũng như tăng tính tương tác.
* Báo cáo cho biết, năm 2016, mạng xã hội vươn lên trở thành công cụ được doanh nghiệp sử dụng nhiều nhất để quảng cáo website và ứng dụng di động (47%), tiếp đến là hình thức quảng cáo qua các công cụ tìm kiếm (41%). Đây cũng là hai hình thức quảng cáo đem lại hiệu quả cao nhất hiện nay.

## ****Các lợi ích và rủi ro từ giao dịch thương mại trên facebook****

* **Lợi ích**
  + Thiết lập mối quan hệ với số đông khách hàng mục tiêu, những mối quan hệ này được xây dựng một cách tự nhiên dựa trên cùng chung sở thích, mối quan tâm chứ không gò bó, ép buộc
  + Khả năng lan truyền thông tin nhanh chóng, bản chất của mạng xã hội là chia sẻ và lan tỏa, vì vậy một nội dung rất dễ bị đẩy lên thành “hiện tượng mạng” khi nằm trong mối quan tâm của nhiều người cùng với một chiến lược truyền thông hợp lý.
  + Mạng xã hội dễ dàng thu thập thông tin cá nhân của người dùng, đặc biệt là về hành vi, thói quen, sở thích.
* Rủi ro
  + Vấn đề bảo mật thông tin, người dùng cũng như doanh nghiệp dễ bị mất những thông tin về bản thân , về hoạt động kinh doanh
  + Việc tiếp xúc và làm việc với những người không biết ngoài đời thực đặt ra vấn đề về đạo đức, lừa đảo trên mạng
  + Vấn đề khủng hoảng truyền thông và cách xử lý khủng hoảng khi thông tin đã được lan truyền rộng rãi
  + Các thế lực chống đối lợi dụng tính chất lan tỏa để phá hoại hoạt động của cá nhân, tổ chức.

## ****Thông tin dự án****

* Thu thập dữ liệu thông tin, nội dung từ những dữ liệu quảng cáo, bán hàng trên facebook
* Tạo ra công cụ Facebook marketing hỗ trợ chiến dịch quảng cáo
* Hỗ trợ việc bán hàng qua facebook, quản lý các comment, tin nhắn của khách hàng, Lập hóa đơn bán hàng.
* ….

# PHẠM VI DỰ ÁN & RÀNG BUỘC

## 1) Phạm vi dự án & đối tượng

* Dự án hướng đến những doanh nghiệp bán hàng trên facebook, diễn đàn, các sàn giao dịch, hay bán tại cửa hàng, hoặc lớn hơn nữa là vài cửa hàng. Dự án mong muốn hỗ trợ tối đa lợi ích từ kinh doanh qua mạng, giảm trừ chi phí thuế, mặt bằng, nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp.

## 2) Ràng buộc

|  |  |
| --- | --- |
| STT | Ràng buộc |
| 1 | Hệ thống quản lý các thông tin quảng cáo trên facebook |
| 2 | Hệ thống cho phép quản lý các conmment, tin nhắn của khách hàng. |
| 3 | Hệ thống cho phép lập đơn hàng, thanh toán trên facebook |
| 4 | Hệ thống cho phép quản lý thông tin khách hàng |
| 5 | Thu thập thông tin quảng cáo, các góp ý từ khách hàng. |

## 3) Lược đồ phân rã chức năng

# PHÂN TÍCH CƠ HỘI & RỦI RO

## Cơ hội

* Công nghệ
  + Ứng dụng công nghệ mới
  + Tài liệu đầy đủ, cập nhật thường xuyên
* Khách hàng/ Thị trường
  + Khách hàng đa dạng: doanh nghiệp, cá nhân muốn kinh doanh,..
  + Thị trường rộng lớn nhờ tính phổ biến của facebook và sự phát triển vượt bật của internet
* Con người
  + Thiết lập mối quan hệ với số đông khách hàng mục tiêu
  + Học hỏi được nhiều kiến thức, kinh nghiệm
* Ý tưởng
  + Tư duy mở rộng, sát thực tế
  + Theo kịp thời đại công nghệ mới

## Rủi ro

* Môi trường phát triển/ Thiết bị
  + Thiết bị phát triển còn hạn chế, không đáp ứng đủ cho yêu cầu kiểm thử
  + Môi trường làm việc trực tuyến, khó trao đổi
* Khách hàng / Thị trường
  + Thiếu thông tin phản hồi từ khách hàng
  + Nguồn tham khảo sản phẩm trên thị trường còn hạn chế
* Nhân sự
  + Thiếu kiến thức, kinh nghiệm thực tế
  + Nghiệp vụ chưa vững
  + Thời gian hạn chế
* Quản lý dự án
  + Khó tính chính xác thời gian và chi phí dự án
  + Các kế hoạch vạch ra chưa cụ thể, chi tiết
  + Chưa có kinh nghiệm quản lý, áp dụng các quy trình phát triển phần mềm.

# QUY TRÌNH VÀ CÔNG NGHỆ

## 1) Quy trình

* Áp dụng phương pháp Agile và quy trình Scrum.
* Đặc trưng Agile
  + Tính lặp: Dự án sẽ thực hiện trong các phân đoạn lặp đi lặp lại. Các phân đoạn thường có khng thời gian ngắn (1-4 tuần). Trong mỗi tuần này, nhóm thực hiện đầy đủ các công việc cần thiết như lập kế hạch, phân tích yêu cầu, thiết kế, triển khai, kiểm thử để cho ra các phần nhỏ của sản phẩm
  + Tính tiệm tiến và tiến hóa: Cuối phân đoạn, nhóm cho ra các sản phẩm nhỏ cuối cùng. Theo thời gian, phân đoạn này tiếp nối phân đoạn kia, tích lũy lớn dần cho tới khi hoàn thành
  + Tính thích ứng: Các thay đổi trong quá trình phát triển (thay đổi yêu cầu, công nghệ, định hướng mục tiêu,..) có thể đáp ứng theo cách thích hợp.
  + Giao tiếp trực diện: mọi thành viên trong nhóm giao tiếp trao đổi trực tiếp với nhau
* Giá trị cốt lõi của Scrum
  + Minh bạch: thông tin liên quan tới quá trình phát triển phải minh bạch và thông suốt
  + Thanh tra:
  + Thích nghi

## 2) Công nghệ

* Ngôn ngữ lập trình: Asp.net MVC and AngularJS.
* IDR phát triển: Visual Studio
* Database cloud: …
* Môi trường phát triển: Web

# ƯỚC TÍNH THỜI GIAN - CHI PHÍ & BẢNG PHÂN RÃ CÔNG VIỆC

## Thời gian và chi phí

* Thời gian thực hiện: 15 tuần, 4 ngày/tuần
* Chi phí thực hiện: 15000$ (thiết bị và nhân sự)

## Bảng phân rã công việc

* Phát biểu bài toán
  + Xác định phạm vi nghiệp vụ
  + Viết mô tả - user story
* Lên kế hoạch dự án
  + Convention
  + Thống nhất công cụ, công nghệ
  + Phân chia công việc
* Họp định kì hàng tuần
* Xác định Phân tích yêu cầu
  + Xác định yêu cầu chức năng, phi chức năng
  + Tạo tài liệu SRS (software requirement specification)
    - Vẽ Use case diagram
    - Vẽ Activity diagram
    - Đặc tả use case
    - Phác thảo giao diện
  + Review SRS
  + Q&A
  + Vẽ class diagram
* Thiết kế
  + Thiết kế giao diện
    - Thiết kế từng màn hình
    - Sơ đồ màn hình
  + Thiết kế dữ liệu
    - Xác định các loại thực thể và thuộc tính
    - Vẽ ERD
* Coding
  + Coding functions
  + Unit test
* Kiểm thử
* Triển khai

# SƠ ĐỒ PHÂN RÃ CHỨC NĂNG



1. Thu thuế

* Để thu thuế cần quy định:
  + Mọi công dẫn đều phải kê khai thuế dù có thu nhập thấp hay cao.
  + Quy định phải rõ ràng: trường hợp nào phải đóng thuế, trường hợp nào được miễn hoặc được giảm
  + Có 1 công cụ hỗ trợ cho việc thu thuế bán hàng qua mạng.
* Sàng lọc các nhóm thu thuế kinh doanh qua face:
  + Nhóm tài khoản do doanh nghiệp triển khai thêm phương thức bán hàng trên Facebook
    - Kiểm tra xem doanh nghiệp đã kê khai thuế đầy đủ chưa?
  + Các tài khoản Facebook của cá nhân có doanh số bán hàng cao
    - Cơ quan thuế sẽ nhắm đến các tài khoản Face cá nhân có doanh số cao và chưa kê khai thuế
  + Nhóm kinh doanh “nghiệp dư” (không thường xuyên, doanh thu thấp).

# SƠ ĐỒ USE\_CASE

## Diễn đàn bán hàng xách tay



## …

# SƠ ĐỒ DFD

## Diễn đàn bán hàng xách tay

## Cấp 0



## Cấp 1



## …

## …

# SƠ ĐỒ ERD



* Cách thu thuế trên facebook của các nước

<http://cafef.vn/thu-thue-kinh-doanh-tren-facebook-tu-bai-hoc-cua-cac-nuoc-den-cau-chuyen-viet-nam-2017032014005262.chn>

* Thu thuế trên facebook – Có thể trốn ?

<https://www.haravan.com/hocvien/khong-phai-ke-khai-thue-khi-ban-hang-tren-facebook-mang-xa-hoi/>

* Bí quyết kinh doanh hàng xách tay

<https://blog.sapo.vn/bi-quyet-kinh-doanh-hang-xach-tay-cho-nguoi-moi/>

* Luật bán hàng xách tay

<http://vietnamnet.vn/vn/kinh-doanh/luat-rieng-trong-the-gioi-ngam-hang-xach-tay-191268.html>