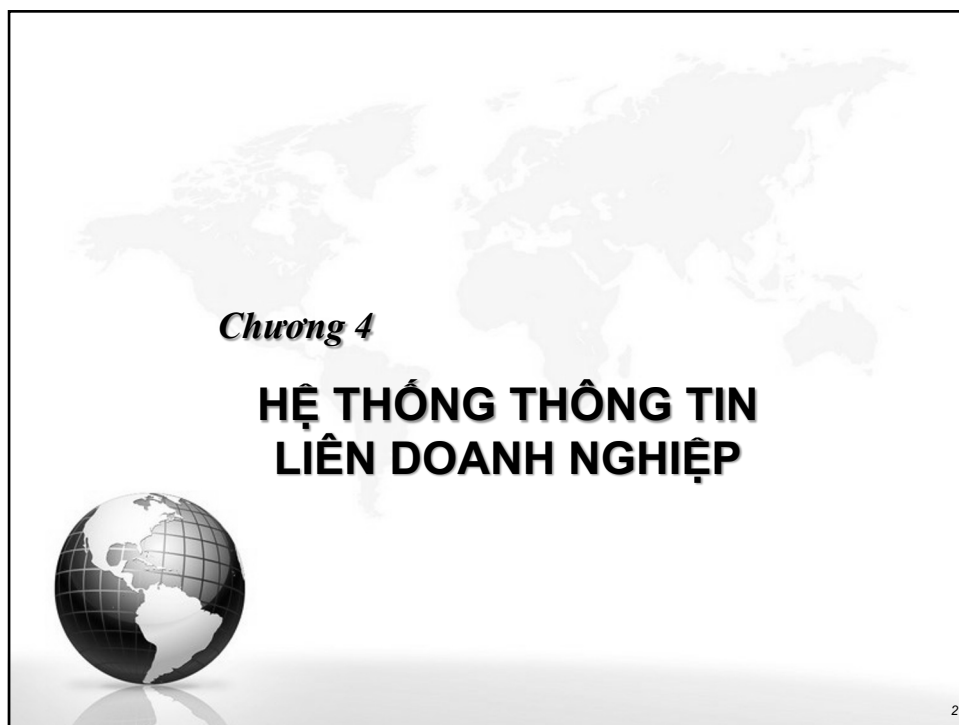




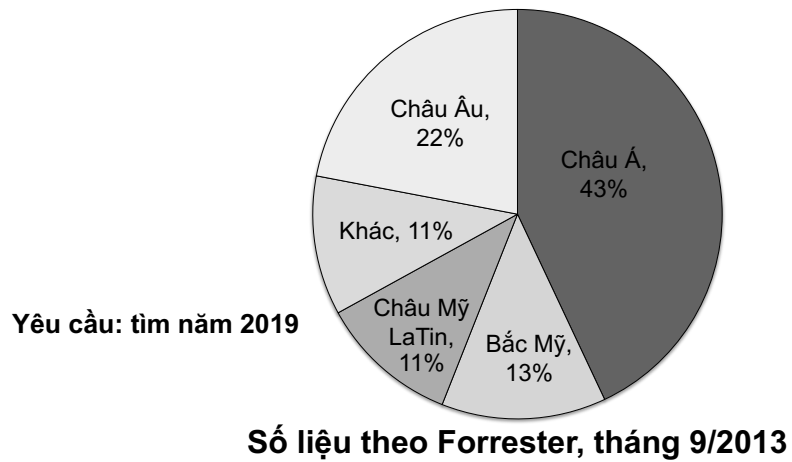
1



2

1. Giới thiệu HTTT liên doanh nghiệp

❖ Số người sử dụng Internet:



3

1. Giới thiệu HTTT liên doanh nghiệp

❖ Những thuận lợi khi giao dịch mua hàng qua Internet:

✓ Tính tiện lợi

- ✓ Dễ dàng so sánh giá cả, sản phẩm, và dịch vụ giữa các doanh nghiệp khác nhau
- ✓ Nghiên cứu được đầy đủ về sản phẩm trước khi quyết định mua
- ✓ Nhiều lựa chọn hơn
- ✓ Giá rẻ hơn
- ✓ Được phục vụ theo nhu cầu riêng

4



5

5

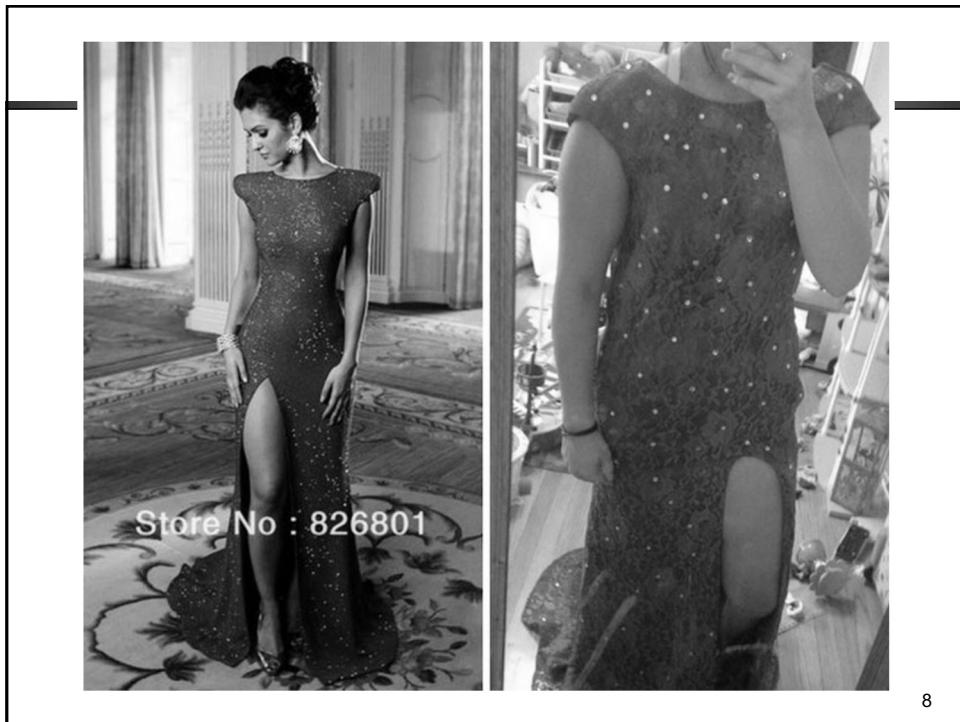


6

6



7



8



9



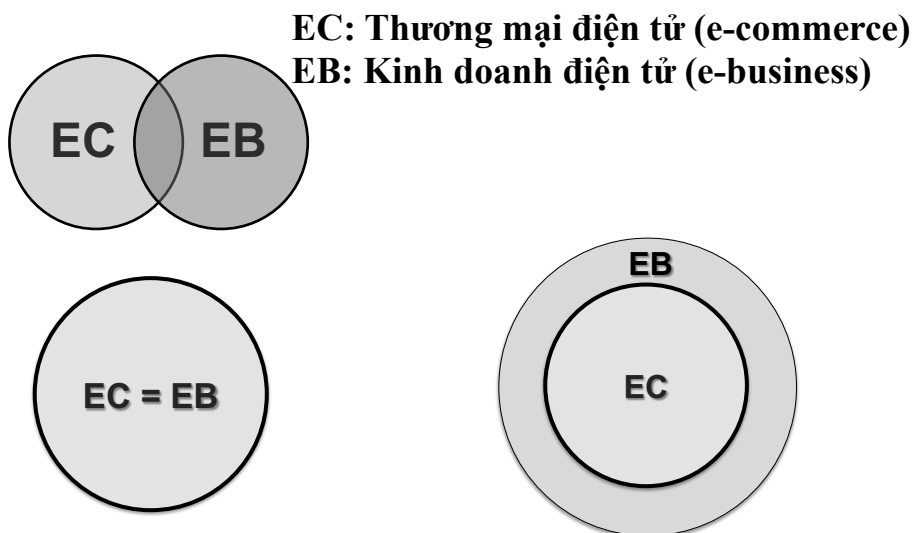
10

2. Xu thế kinh doanh điện tử

- ❑ Thương mại điện tử (e-commerce) là các hoạt động giao dịch của DN với bên ngoài thông qua HTTT (internet).
 - TMĐT bên mua (buy-side e-commerce)
 - TMĐT bên bán (sell-side e-commerce)
- ❑ Kinh doanh điện tử (e-business) là khái niệm rộng hơn của TMĐT. Nó bao gồm tất cả các quá trình trong dây chuyền kinh doanh: **giao dịch mua và bán trên mạng, quản lý chuỗi cung ứng, xử lý đơn hàng, dịch vụ khách hàng, liên kết các đối tác và thiết lập các giao dịch điện tử bên trong DN.**

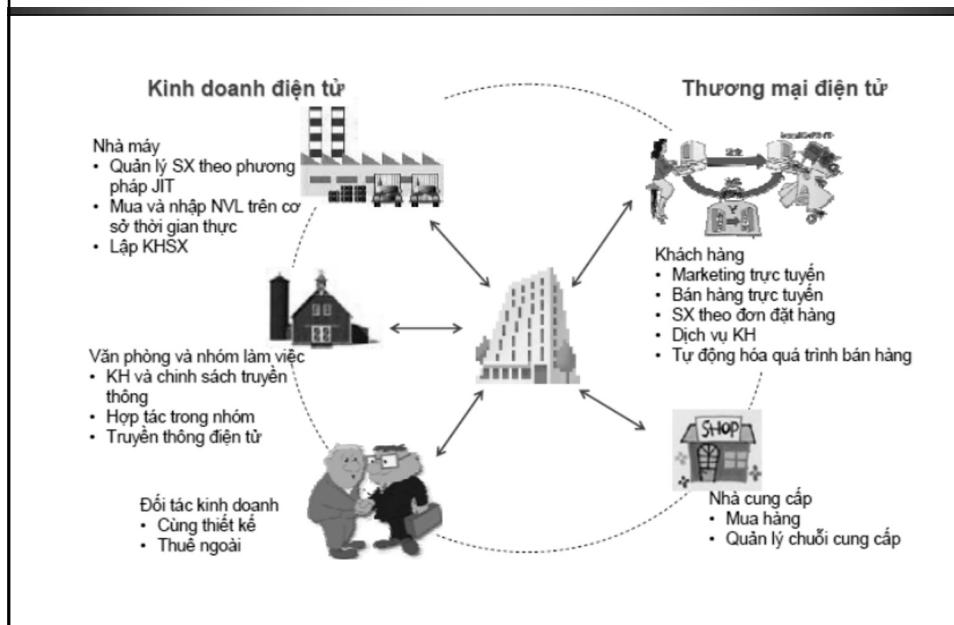
11

2. Xu thế kinh doanh điện tử



12

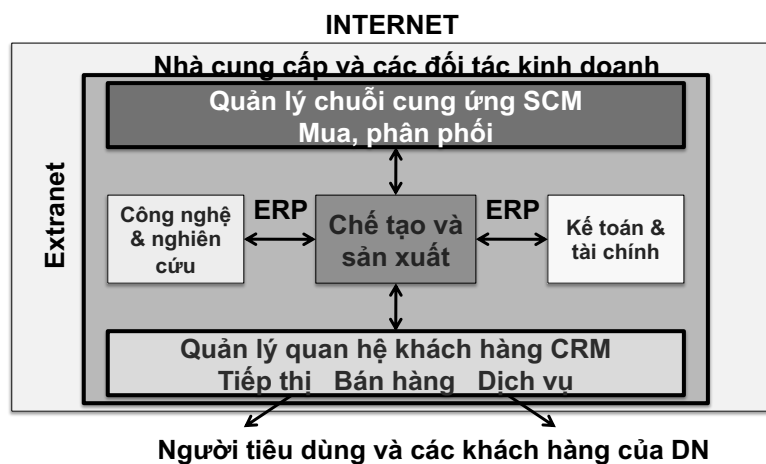
2. Xu thế kinh doanh điện tử



13

2. Xu thế kinh doanh điện tử

❖ Mô hình của hệ thống kinh doanh điện tử:



14

2. Xu thế kinh doanh điện tử

Xu thế hiện tại:

- Bán hàng trên mạng đang ngày càng trở nên phổ biến hơn và đem lại lợi nhuận nhiều hơn cho các DN
- Các trang mạng thực sự thúc đẩy quá trình mua hàng của người tiêu dùng trong các mạng lưới phân phối theo truyền thống
- Bắt đầu hình thành sự thống nhất về phương thức đánh giá hoạt động của các doanh nghiệp trên mạng
- B2C đang dần chỉnh sửa lại phương thức kinh doanh của các doanh nghiệp kể cả đối với các nhà cung cấp

15

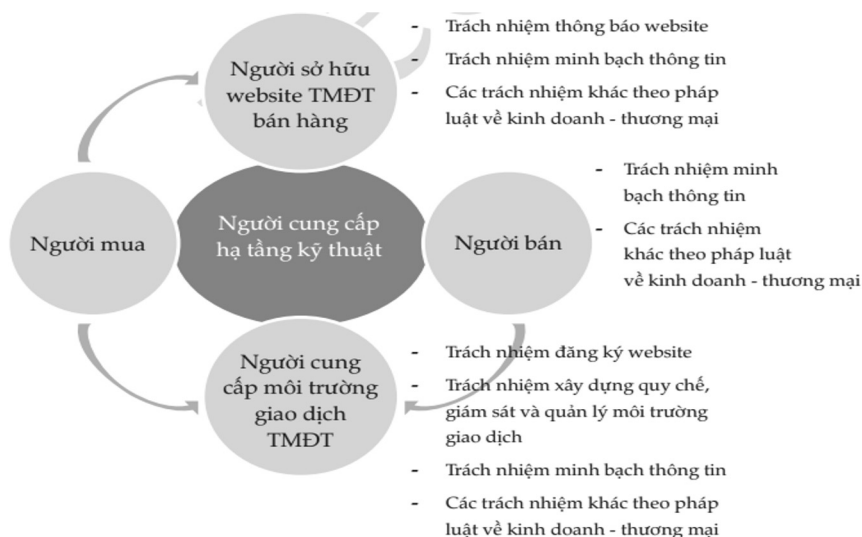
2. Xu thế kinh doanh điện tử

❖ Ví dụ về mô hình kinh doanh TMĐT

Loại hình kinh doanh	Thực hiện	Ví dụ
Nhà bán lẻ trực tuyến	Sử dụng Internet bán trực tiếp cho người tiêu dùng hoặc DN khác.	www.chodientu.vn www.nhommua.com
Clicks-and-bricks	Sử dụng cả Internet và các cửa hàng truyền thống để bán hàng.	www.vinabook.com.vn www.pico.vn
E-auction	Đấu giá trên mạng	www.bid.go.vn

16

Các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT



17

3. Các loại hình thương mại điện tử

Người bán / Người mua	Doanh nghiệp (Business)	Người tiêu dùng (Consumer)	Chính phủ (Government)
Doanh nghiệp (Business)	B2B (Business-to-Business)	B2C (Business-to-Consumer)	B2G
Người tiêu dùng (Consumer)	C2B	C2C	C2G
Chính phủ (Government)	G2B	G2C	G2G

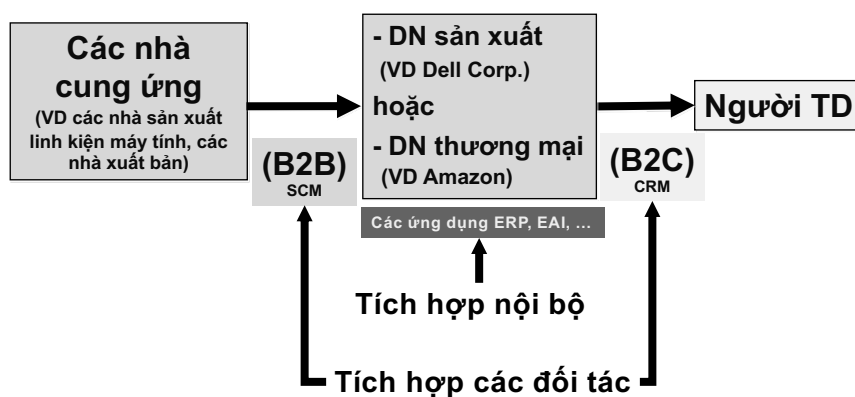
18

3. Các loại hình thương mại điện tử

- **B2B (Business - To - Business):** Thương mại điện tử B2B chỉ bao gồm các giao dịch thương mại trên Internet mà trong đó, đối tượng khách hàng của loại hình này là các doanh nghiệp mua hàng.
- **B2C (Business - To - Customer):** Thương mại điện tử B2C là chỉ bao gồm các giao dịch thương mại trên Internet giữa doanh nghiệp với khách hàng, mà trong đó, đối tượng khách hàng của loại hình này là các cá nhân mua hàng.

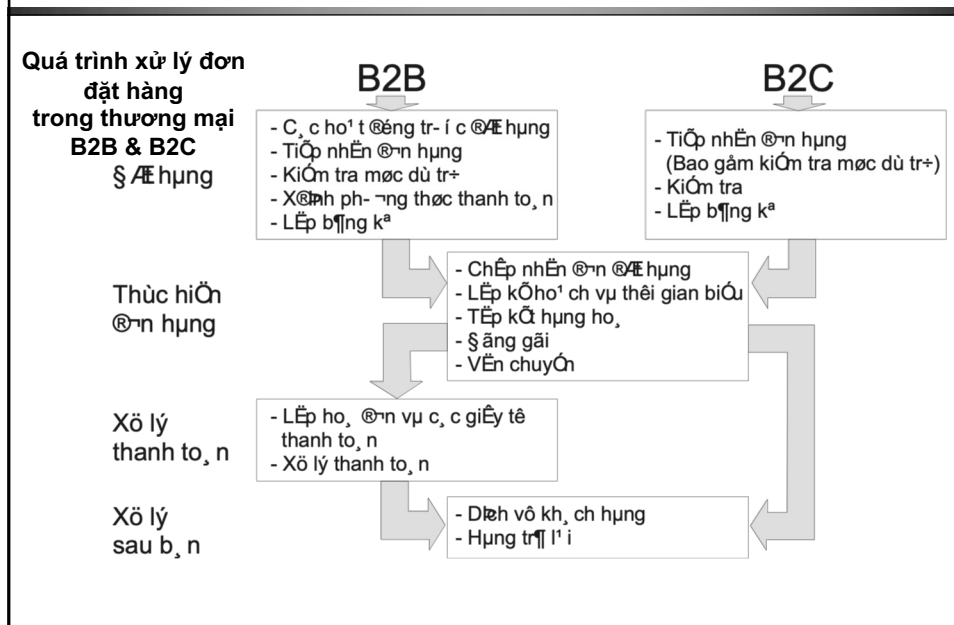
19

3. Các loại hình thương mại điện tử



20

3. Các loại hình thương mại điện tử



21

4. Các ứng dụng của thương mại điện tử

- ❖ Tài liệu tự động hóa ở chuỗi cung ứng và hậu cần
- ❖ Hệ thống thanh toán trong nước và quốc tế
- ❖ Quản lý nội dung doanh nghiệp
- ❖ Nhóm mua
- ❖ Trợ lý tự động trực tuyến
- ❖ IM (Instant Messaging)
- ❖ Nhóm tin
- ❖ Mua sắm trực tuyến và theo dõi đặt hàng

22

4. Các ứng dụng của thương mại điện tử

- ❖ Ngân hàng điện tử
- ❖ Văn phòng trực tuyến
- ❖ Phần mềm giỏ hàng
- ❖ Hội thảo truyền thông trực tuyến
- ❖ Vé điện tử
- ❖ ...

23

5. Kinh doanh điện tử

- ❖ Kinh doanh điện tử liên quan đến các quá trình doanh nghiệp trong toàn bộ chuỗi dây chuyền giá trị: mua bán điện tử, quản lý dây chuyền cung ứng, quá trình đặt hàng điện tử, quản lý dịch vụ khách hàng, và cộng tác với đối tác thương mại.
- ❖ Các giải pháp phần mềm kinh doanh điện tử cho phép tích hợp các quy trình kinh doanh liên hoàn nội bộ.
- ❖ Kinh doanh điện tử có thể được tiến hành bằng cách dùng World Wide Web, Internet, mạng nội bộ, extranet và một số cách kết hợp các hình thức này.

24

5. Kinh doanh điện tử

Các mô hình kinh doanh điện tử hiện tại được thông qua:

- Cửa hiệu trực tuyến (cửa hàng trực tuyến)
- Thương mại điện tử
- Mua sắm trực tuyến
- Trung tâm thương mại điện tử
- Đấu giá ngược (Đấu giá trực tuyến)
- Cộng đồng ảo
- Chuỗi giá trị ảo
- Thông tin môi giới
- Viễn thông
- Quan hệ khách hàng

25

An toàn trong kinh doanh điện tử

a) Các cách bảo mật trong kinh doanh điện tử:

Tính riêng tư và bảo mật: Với bất kỳ doanh nghiệp nào, những thông tin riêng tư phải được đảm bảo lưu giữ an toàn và chỉ có thể truy cập bởi người có thẩm quyền.

Tính xác thực: Giao dịch điện tử đặt ra những thách thức lớn cho việc thiết lập tính xác thực, bởi vì những thông tin điện tử có thể dễ dàng thay đổi và sao chép.

Tính toàn vẹn dữ liệu: Tính toàn vẹn dữ liệu dùng để trả lời câu hỏi "Thông tin có thể bị thay đổi hay mất đi hay không?" Điều này dẫn đến việc phải bảo đảm thông nhận được giống hệt thông tin đã gửi.

26

An toàn trong kinh doanh điện tử

Tính không phủ nhận: Doanh nghiệp phải nhận được bảo đảm là người nhận hay người mua không thể chối hoặc phủ nhận là một giao dịch đã được thực hiện, điều này có nghĩa là phải có các bằng chứng đầy đủ để chứng minh giao dịch đã hoàn chỉnh.

Kiểm soát truy cập: Mô phỏng tường lửa bảo vệ hệ thống mạng nội bộ.

Tính sẵn sàng: Điều này liên quan đến việc luôn sẵn sàng cung cấp thông tin thích hợp cho khách hàng khi họ cần. Các thông điệp cần được chuyển một cách xác thực và kịp thời, và thông tin cần được lưu trữ và có thể truy cập khi cần thiết.

27

An toàn trong kinh doanh điện tử

b) Các giải pháp bảo mật:

❖ Tính truy cập và toàn vẹn dữ liệu:

- Dùng phần mềm diệt virus. Kinh doanh điện tử nên áp dụng điều này để chắc rằng thông tin gửi đi và nhận về trong hệ thống là an toàn.
- Dùng tường lửa và mạng bảo vệ. Tường lửa dùng để ngăn các truy cập trái phép vào mạng.
- Dùng hệ thống dò tìm xâm nhập. Hệ thống cảnh báo nếu phát hiện sự xâm nhập. Công ty có thể đặt "bẫy" hoặc "các điểm nóng" (hot spot) để đánh lừa và có thể biết ai đang cố gắng xâm nhập vào khu vực.

28

An toàn trong kinh doanh điện tử

❖ Mã hóa:

- Chuyển đổi văn bản hoặc tin nhắn thành một loại mã mà không thể đọc được. Những thông điệp này được giải mã để có thể hiểu hoặc sử dụng cho ai đó.
- Có một khóa để nhận dạng dữ liệu cho cá nhân hay công ty cụ thể nào đó.
- Mức độ mã hóa thực tế có thể được điều chỉnh và cần phải dựa trên các thông tin.

29

An toàn trong kinh doanh điện tử

❖ Chứng chỉ điện tử

- Nhận dạng người chủ sở hữu của một văn bản, tài liệu. Chứng chỉ điện tử có thể được dùng để thay thế tên đăng nhập và mật khẩu. Mỗi nhân viên có thể được truy cập các tài liệu khi cần thiết cho dù đang ở bất cứ đâu.
- Chứng chỉ điện tử được mã hóa và chứa một số thông tin phức tạp hơn mã hóa thông thường.
- Chứng chỉ điện tử không được dùng phổ biến vì đôi khi các chứng chỉ này gây bối rối cho người sử dụng.

30

An toàn trong kinh doanh điện tử

❖ Chữ ký điện tử:

- Nếu một văn bản có chữ ký điện tử thì không ai có thể chỉnh sửa thông tin mà không bị phát hiện. Theo cách này, nếu thay đổi nội dung, nó có thể điều chỉnh cho độ tin cậy sau sự thật.
- Một tin nhắn tóm tắt được dùng cho một tài liệu với một giá trị duy nhất.

31

Thank you!



32

32