

# CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ TMĐT

Gv: TS. Nguyễn Thành Huy

Mail: [huynt@ueh.edu.vn](mailto:huynt@ueh.edu.vn)

1

# XU HƯỚNG TMĐT

- Nền tảng TMĐT trên mạng xã hội rõ nét hơn
- Khách hàng trực tuyến tiếp tục gia tăng
- Mobile computing bắt đầu cạnh tranh được với PC
- Lượng xem video trực tuyến tăng mạnh
- Tiếp tục nảy sinh các mối quan tâm về vấn đề riêng tư và an ninh



# 30S ĐẦU TIÊN - THE FIRST 30 SECONDS

- Những năm đầu tiên của TMĐT (từ 1995)
  - Chỉ là sự bắt đầu
  - Phát triển và thay đổi nhanh
- Công nghệ tiếp tục tiến triển theo hàm số mũ
  - Làm thay đổi lớn việc kinh doanh
  - Tạo ra những cơ hội mới



# TMĐT LÀ GÌ?

- Sử dụng Internet và Web để tiến hành việc kinh doanh
- Phổ biến hơn:
  - Tiến hành giao dịch điện tử giữa các tổ chức và cá nhân



# 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!!!*)



# ĐỊNH NGHĨA TMĐT

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



# E-COMMERCE VS. E-BUSINESS

## ■ **E-business:**

- Việc số hóa các giao dịch và qui trình trong một công ty, liên quan đến các hệ thống thông tin dưới sự kiểm soát của công ty
- Không bao gồm các giao dịch thương mại liên quan đến việc trao đổi giá trị ngoài phạm vi của tổ chức



# TẠI SAO HỌC TMĐT?

- Hiểu cơ hội và rủi ro
- Phân tích ý tưởng, mô hình, vấn đề của thương mại điện tử



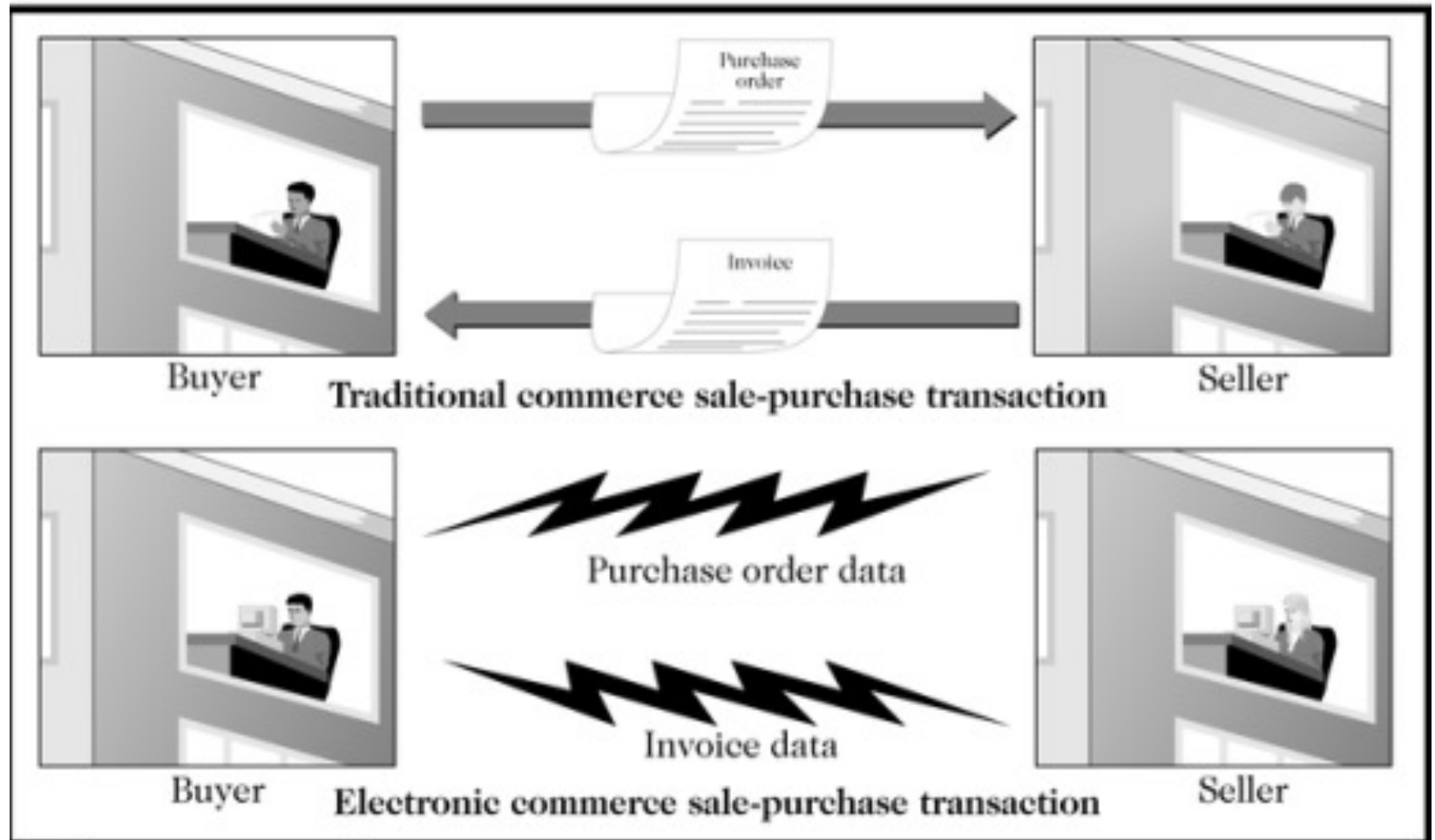


# THƯƠNG MẠI TRUYỀN THÔNG

- Khách hàng thụ động
- Đội ngũ bán hàng quyết định
- Thông tin không đối xứng



# So sánh TM truyền thống và TMĐT



**FIGURE 1-3**

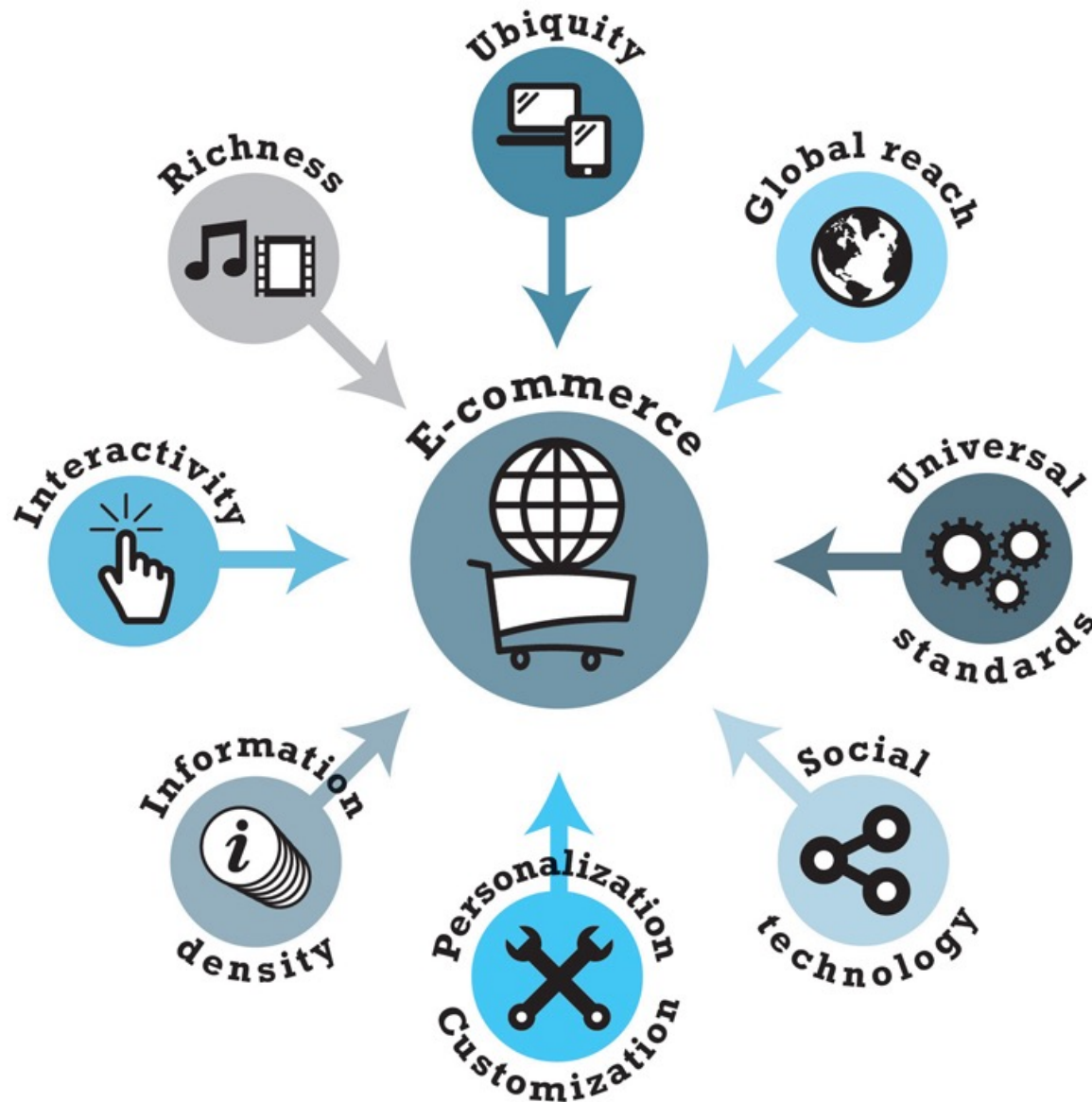
*Comparing traditional commerce and electronic commerce*

# CÁC YẾU TỐ ĐÁNG CHÚ Ý CỦA CÔNG NGHỆ TMĐT

1. Hiện diện toàn cầu - Ubiquity
2. Phạm vi toàn cầu - Global reach
3. Tiêu chuẩn chung - internet
4. Thông tin phong phú
5. Tương tác trực tiếp - Interactivity
6. Thông tin rẻ hơn
7. Tính cá nhân và tùy chỉnh
8. Công nghệ xã hội - Social technology



# CÁC YẾU TỐ ĐÁNG CHÚ Ý CỦA CÔNG NGHỆ TMĐT



**TABLE 1.1****SEVEN UNIQUE FEATURES OF E-COMMERCE TECHNOLOGY****E-COMMERCE TECHNOLOGY DIMENSION****BUSINESS SIGNIFICANCE**

**Ubiquity** — Internet/Web technology is available everywhere: at work, at home, and elsewhere via mobile devices, anytime.

The marketplace is extended beyond traditional boundaries and is removed from a temporal and geographic location. "Marketspace" is created; shopping can take place anywhere. Customer convenience is enhanced, and shopping costs are reduced.

**Global Reach** — The technology reaches across national boundaries, around the earth.

Commerce is enabled across cultural and national boundaries seamlessly and without modification. "Marketspace" includes potentially billions of consumers and millions of businesses worldwide.

**Universal Standards** — There is one set of technology standards, namely Internet standards.

There is one set of technical media standards across the globe.

**Richness** — Video, audio, and text messages are possible.

Video, audio, and text marketing messages are integrated into a single marketing message and consuming experience.

**Interactivity** — The technology works through interaction with the user.

Consumers are engaged in a dialog that dynamically adjusts the experience to the individual, and makes the consumer a co-participant in the process of delivering goods to the market.

**Information Density** — The technology reduces information costs and raises quality.

Information processing, storage, and communication costs drop dramatically, while currency, accuracy, and timeliness improve greatly. Information becomes plentiful, cheap, and accurate.

**Personalization/Customization** — The technology allows personalized messages to be delivered to individuals as well as groups.

Personalization of marketing messages and customization of products and services are based on individual characteristics.



# 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



# 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?






# CÁC LOẠI HÌNH TMĐT


- Phân loại dựa theo mối quan hệ thị trường:
  - Business-to-Consumer (B2C)
  - Business-to-Business (B2B)
  - Consumer-to-Consumer (C2C)
- Phân loại dựa theo công nghệ sử dụng
  - Mobile e-commerce (M-commerce)
  - Social e-commerce
  - Local e-commerce





**B2B**  
**\$5.7**  
**trillion**


 **Social \$3 billion**

 **Local \$4.8 billion**

 **Mobile  
\$80  
billion**

 **C2C  
\$100  
billion**

**B2C**  
**\$470**  
**billion**



# INTERNET VÀ WORLD WIDE WEB

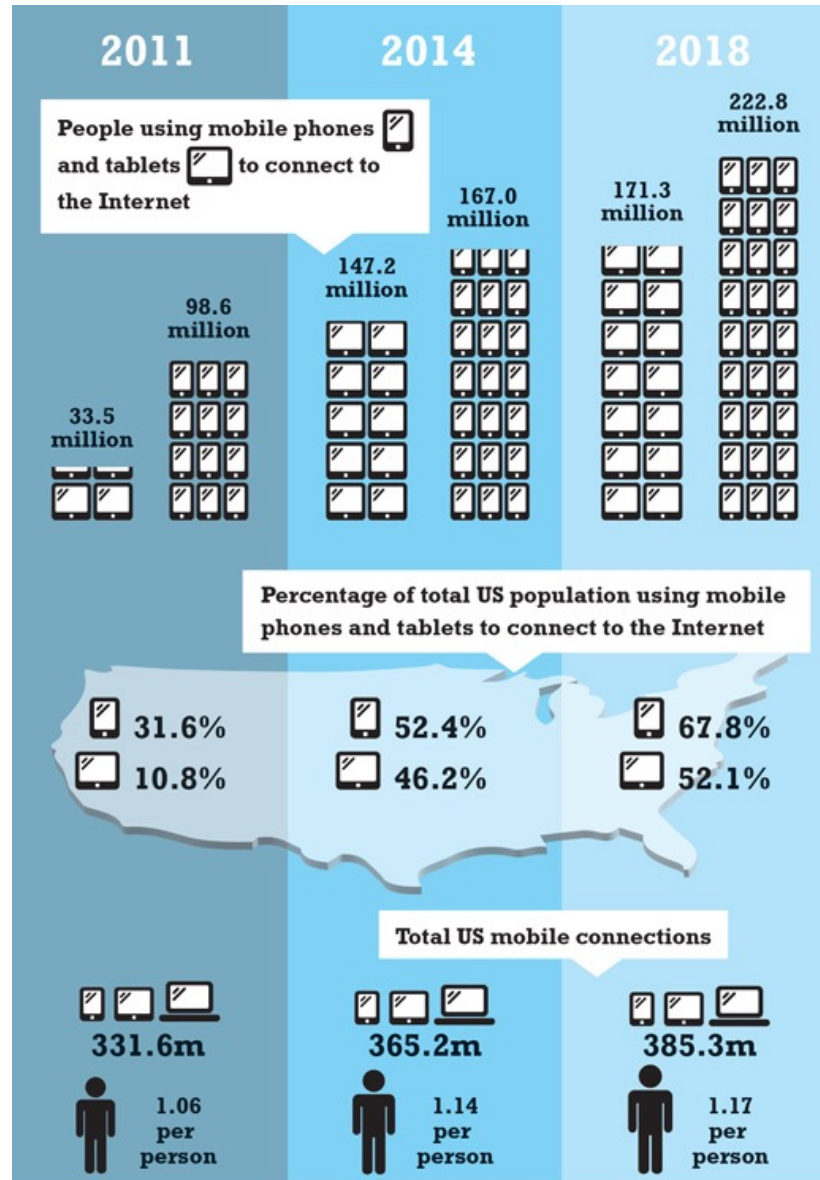
- The Internet : là 1 hệ thống lớn mạng của các mạng, có phạm vi toàn cầu
- The World Wide Web (WWW) : là 1 bộ phận của Internet, cho phép NSD chia sẻ các thông tin dựa trên giao tiếp đơn giản



# WEB 2.0

- Công nghệ này cho phép người dùng:
  - Tạo và chia sẻ nội dung, sở thích, những mối quan tâm, bản sao của người trên mạng
  - Tham gia vào cuộc sống ảo
  - Xây dựng các cộng đồng trực tuyến
    - Vd: Twitter, YouTube, Facebook, Second Life, Wikipedia, Digg





# WILL APPS MAKE THE WEB IRRELEVANT?

- **What are the advantages and disadvantages of apps, compared with Web sites, for mobile users?**
- **What are the benefits of apps for content owners and creators?**
- **Will apps eventually make the Web irrelevant? Why or why not?**



# NGUỒN GỐC VÀ SỰ PHÁT TRIỂN CỦA TMĐT

- Tiền thân:

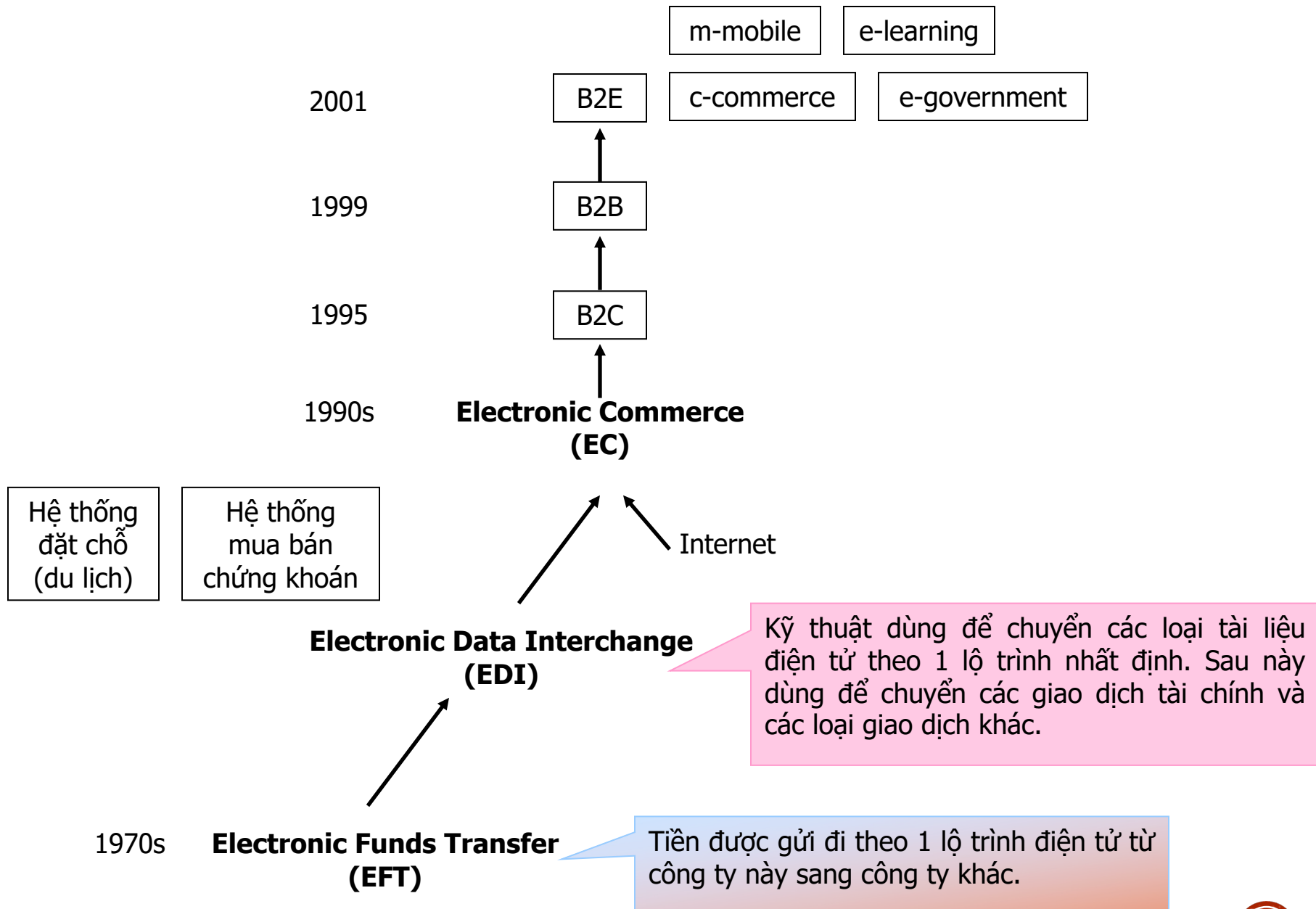
- Baxter Healthcare
- Electronic Data Interchange (EDI)
- French Minitel (1980s videotex system)

- 1995: khởi đầu của TMĐT

- Lần đầu tiên xuất hiện quảng cáo banner

- TMĐT là hình thức thương mại phát triển nhanh nhất ở Mỹ







# TMĐT: TÓM TẮT LỊCH SỬ

## ■ 1995-2000: sự đổi mới

- Các khái niệm chính phát triển
- Dot-coms năm 2000; đầu tư vốn vào các dự án lớn

## ■ 2001-2006: củng cố

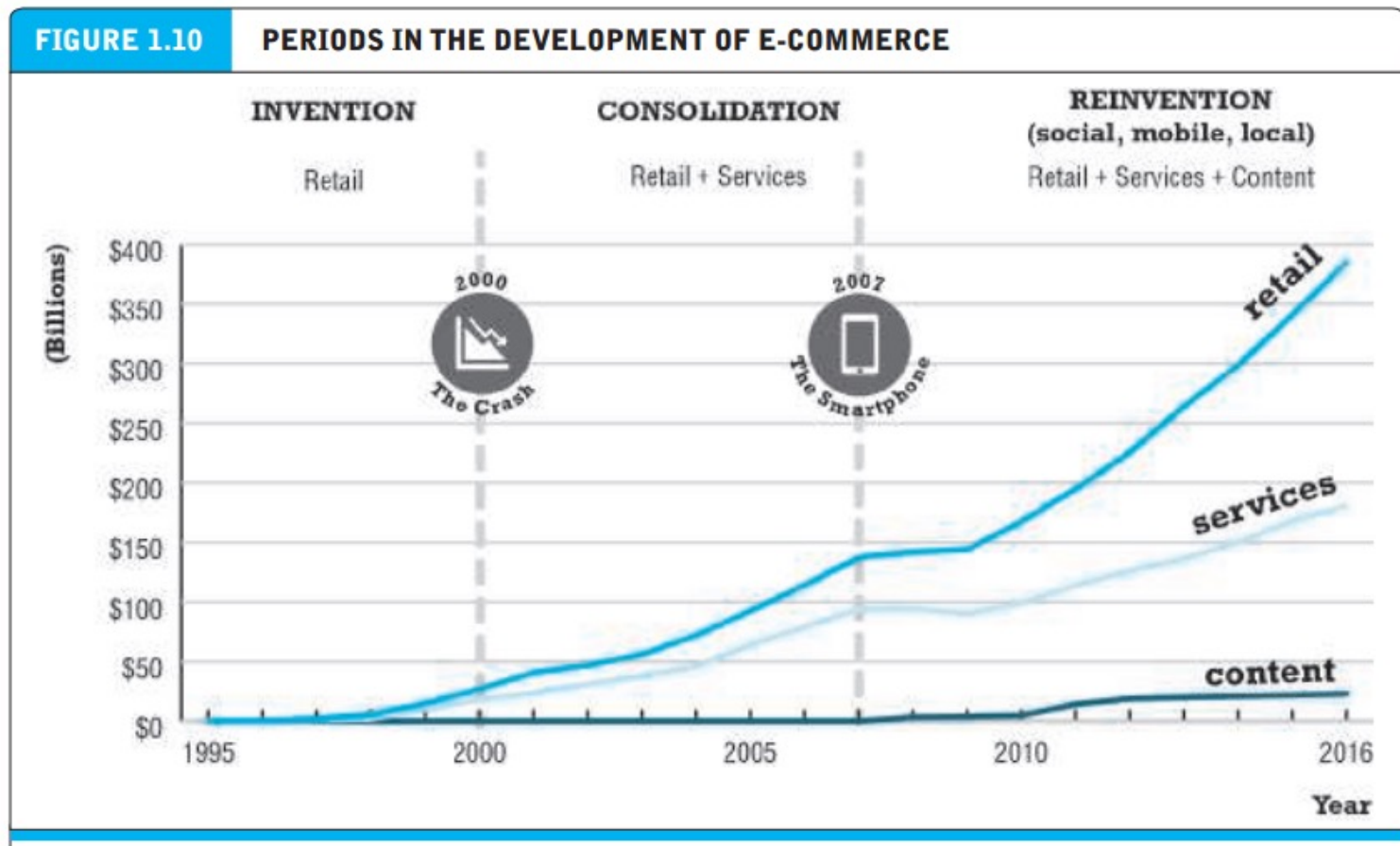
- Nhấn mạnh sự tiếp cận theo hướng kinh doanh

## ■ 2006-nay: tái phát minh

- Sự phát triển của công nghệ
- Nhiều mô hình mới dựa trên việc tạo ra nội dung của người dùng, các mạng xã hội, dịch vụ



# TMĐT: TÓM TẮT LỊCH SỬ



# DỰ ĐOÁN TƯƠNG LAI

- Công nghệ sẽ được áp dụng rộng rãi trong các hoạt động thương mại
- Giá sẽ tăng để bù đắp cho những chi phí kinh doanh thực tế.
- Lợi nhuận của TMĐT sẽ tăng hơn mức của hệ thống bán lẻ truyền thống.
- ...



# DỰ ĐOÁN TƯƠNG LAI (TT)

- Vai trò của những người tham gia sẽ thay đổi.
  - 500 công ty truyền thống lớn nhất sẽ đóng vai trò thống trị.
  - Những hình thức kinh doanh mới sẽ kết hợp với những sản phẩm và dịch vụ mới.
- Số lượng những cửa hàng online thành công vẫn tiếp tục ít hơn những cửa hàng kết hợp offline/online.
- Những qui định trên phạm vi toàn thế giới sẽ phát triển
- Chi phí của năng lượng sẽ có ảnh hưởng



# NHỮNG MÔN HỌC LIÊN QUAN ĐẾN TMĐT

## ■ Tiếp cận hướng công nghệ

- Computer science
- Management science
- Information systems

## ■ Tiếp cận hướng hành vi

- Information systems
- Economics
- Marketing
- Management
- Finance/accounting
- Sociology

