

Chủ biên TRẦN HỮU LINH



# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



commerce 2015

 NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

## LỜI MỞ ĐẦU

Xuất hiện tại Việt Nam từ những năm 2000, đến nay thương mại điện tử đã thật sự tiến vào một thời kỳ mới. Tốc độ phát triển và tác động xã hội của thương mại điện tử như hiện nay đang đặt ra nhu cầu tìm hiểu và nắm bắt các kỹ năng thương mại điện tử của mọi người.

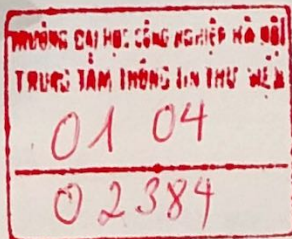
“Thương mại điện tử 2015” là sách tham khảo chuyên ngành thương mại điện tử. Với sự tham gia của các nhà quản lý, các chuyên gia hàng đầu về thương mại điện tử của Việt Nam, cuốn sách sẽ mang đến cho bạn đọc một cái nhìn tổng quát về thương mại điện tử, những kiến thức liên quan đến cơ sở hạ tầng, chiến lược kinh doanh thương mại điện tử trong thời kỳ công nghệ đang phát triển mạnh mẽ.

Phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử thông qua đào tạo là một trong những hoạt động quan trọng để xây dựng hạ tầng thương mại điện tử của Việt Nam. Từ năm 2005, hoạt động đào tạo chính quy thương mại điện tử tại các trường đại học, cao đẳng ở Việt Nam đã được khởi động và ngày càng có những bước phát triển với hơn 100 trường trong cả nước giảng dạy, đáp ứng hàng chục ngàn nhân lực có chuyên môn về thương mại điện tử cho đất nước.

Cuốn sách này có thể dùng làm tài liệu giảng dạy và tham khảo cho sinh viên, cán bộ làm công tác quản lý, kinh doanh hay bất kỳ bạn đọc nào muốn tìm hiểu về thương mại điện tử.

Cuốn sách sẽ được tái bản hàng năm. Chúng tôi hy vọng cuốn sách sẽ là tài liệu hữu ích cho tất cả các bạn.

Xin trân trọng cảm ơn.



# MỤC LỤC

|                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b> .....                                                      | <b>11</b> |
| I. Khái niệm về thương mại điện tử .....                                                                    | 11        |
| 1. Sự ra đời của Internet .....                                                                             | 11        |
| 2. Khái niệm về thương mại điện tử .....                                                                    | 12        |
| 3. Lợi ích của thương mại điện tử .....                                                                     | 13        |
| 4. Thách thức trong ứng dụng thương mại điện tử .....                                                       | 13        |
| II. Tình hình phát triển thương mại điện tử trên thế giới .....                                             | 14        |
| 1. Tình hình chung của thương mại điện tử trên thế giới.....                                                | 14        |
| 2. Tình hình phát triển thương mại điện tử tại một số quốc gia .....                                        | 17        |
| <b>CHƯƠNG 2: MÔ HÌNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b> .....                                                | <b>25</b> |
| I. Tổng quan về mô hình kinh doanh thương mại điện tử.....                                                  | 25        |
| II. Các mô hình kinh doanh thương mại điện tử .....                                                         | 27        |
| 1. Mô hình thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) .....                              | 27        |
| 2. Mô hình thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B) .....                                 | 29        |
| 3. Mô hình thương mại điện tử giữa người tiêu dùng và người tiêu dùng (C2C) ..                              | 30        |
| 4. Mô hình thương mại điện tử giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp (C2B) .....                              | 31        |
| 5. Mô hình thương mại điện tử giữa Chính phủ với doanh nghiệp (G2B) và Chính phủ với cá nhân (G2C).....     | 32        |
| 6. Mô hình Peer to Peer.....                                                                                | 32        |
| 7. Một số mô hình thương mại điện tử mới .....                                                              | 32        |
| III. Giới thiệu một số mô hình thương mại điện tử điển hình.....                                            | 33        |
| 1. Amazon.com .....                                                                                         | 33        |
| 2. Grainger.com.....                                                                                        | 34        |
| 3. eBay.com.....                                                                                            | 35        |
| <b>CHƯƠNG 3: CHIẾN LƯỢC KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b> ....                                              | <b>37</b> |
| I. Chiến lược kinh doanh thương mại điện tử .....                                                           | 37        |
| 1. Tổng quan về chiến lược kinh doanh .....                                                                 | 37        |
| 2. Chiến lược kinh doanh thương mại điện tử .....                                                           | 38        |
| 3. Khuôn mẫu quản trị chiến lược kinh doanh thương mại điện tử .....                                        | 39        |
| II. Phân tích chiến lược thương mại điện tử .....                                                           | 41        |
| 1. Phân tích chiến lược thương mại điện tử gắn với mô hình trưởng thành phát triển thương mại điện tử ..... | 41        |

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. Phân tích môi trường kinh doanh thương mại điện tử (môi trường bên ngoài) .                      | 43        |
| 3. Phân tích môi trường bên trong khi tham gia thương mại điện tử.....                              | 46        |
| 4. Thiết lập mục tiêu chiến lược cho kinh doanh thương mại điện tử .....                            | 55        |
| III. Xác định và xây dựng chiến lược kinh doanh thương mại điện tử.....                             | 56        |
| 1. Thiết lập ưu tiên cho các kênh thương mại điện tử.....                                           | 56        |
| 2. Thực hiện tái cấu trúc tổ chức.....                                                              | 56        |
| 3. Lựa chọn mô hình kinh doanh, dịch vụ và thu nhập.....                                            | 57        |
| 4. Tái cấu trúc kênh phân phối .....                                                                | 58        |
| 5. Chiến lược phát triển thị trường và sản phẩm.....                                                | 59        |
| 6. Chiến lược định vị và khác biệt hóa .....                                                        | 60        |
| IV. Thực hiện chiến lược kinh doanh thương mại điện tử .....                                        | 61        |
| 1. Quy trình thực hiện chiến lược kinh doanh thương mại điện tử.....                                | 61        |
| 2. Phân tích các nhân tố tác động tới việc điều hành chiến lược kinh doanh thương mại điện tử ..... | 63        |
| <b>CHƯƠNG 4: XÂY DỰNG WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....</b>                                           | <b>65</b> |
| I. Tổng quan về mạng Internet .....                                                                 | 66        |
| 1. Mạng Internet .....                                                                              | 66        |
| 2. Quản lý mạng Internet .....                                                                      | 69        |
| II. Công nghệ web và dịch vụ trên mạng Internet.....                                                | 72        |
| 1. Công nghệ web .....                                                                              | 72        |
| 2. Giới thiệu một số công nghệ và ngôn ngữ lập trình web.....                                       | 74        |
| 3. Các dịch vụ phổ biến trên mạng Internet.....                                                     | 75        |
| III. Xây dựng website thương mại điện tử.....                                                       | 78        |
| 1. Phương pháp tiếp cận .....                                                                       | 78        |
| 2. Nghiên cứu thị trường thương mại điện tử .....                                                   | 79        |
| 3. Các bước xây dựng một website thương mại điện tử .....                                           | 79        |
| 4. Xác định mục tiêu kinh doanh và chức năng của hệ thống.....                                      | 82        |
| 5. Lựa chọn kiến trúc hệ thống của website thương mại điện tử.....                                  | 82        |
| 6. Thiết kế hệ thống website thương mại điện tử.....                                                | 84        |
| 7. Thiết kế website .....                                                                           | 85        |
| <b>CHƯƠNG 5: MARKETING TRỰC TUYẾN.....</b>                                                          | <b>89</b> |
| I. Tổng quan về marketing trực tuyến.....                                                           | 89        |
| 1. Khái niệm.....                                                                                   | 89        |

|                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| 2. Lợi ích của marketing trực tuyến .....                    | 90         |
| II. Các hình thức của marketing trực tuyến .....             | 92         |
| 1. Quảng cáo trực tuyến .....                                | 92         |
| 2. Marketing qua thư điện tử.....                            | 93         |
| 3. Chương trình đại lý .....                                 | 94         |
| 4. Catalogue điện tử .....                                   | 94         |
| 5. Marketing thông qua công cụ tìm kiếm .....                | 95         |
| 6. Marketing di động.....                                    | 96         |
| 7. Marketing lan truyền.....                                 | 96         |
| 8. Kênh truyền thông xã hội.....                             | 97         |
| III. Xây dựng kế hoạch marketing trực tuyến.....             | 98         |
| 1. Phân tích tình huống, môi trường kinh doanh .....         | 100        |
| 2. Phân tích kênh trung gian phân phối.....                  | 101        |
| 3. Phân tích đối thủ cạnh tranh.....                         | 102        |
| 4. Phân tích nhu cầu .....                                   | 103        |
| 5. Xác định mục tiêu .....                                   | 103        |
| 6. Xây dựng chiến lược .....                                 | 104        |
| 7. Hành động.....                                            | 107        |
| 8. Kiểm soát .....                                           | 107        |
| <b>CHƯƠNG 6: THANH TOÁN ĐIỆN TỬ</b> .....                    | <b>109</b> |
| I. Tổng quan về thanh toán điện tử .....                     | 109        |
| 1. Khái niệm .....                                           | 109        |
| 2. Điều kiện thực hiện thanh toán điện tử.....               | 110        |
| 3. Tình hình thanh toán điện tử trên thế giới .....          | 111        |
| II. Các hình thức thanh toán điện tử phổ biến.....           | 111        |
| 1. Thẻ tín dụng .....                                        | 111        |
| 2. Ví điện tử .....                                          | 112        |
| 3. Thanh toán trên điện thoại di động .....                  | 113        |
| 4. Các dịch vụ thanh toán điện tử do ngân hàng cung cấp..... | 115        |
| III. Thanh toán điện tử tại Việt Nam.....                    | 118        |
| 1. Khuôn khổ pháp lý của hoạt động thanh toán điện tử .....  | 118        |
| 2. Sự phát triển của thị trường thẻ .....                    | 118        |
| 3. Thẻ thông minh - Xu hướng công nghệ thẻ thanh toán .....  | 120        |

|                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4. Dịch vụ công thanh toán điện tử .....                                       | 120        |
| IV. An toàn trong thanh toán điện tử .....                                     | 121        |
| 1. Bảo mật và an toàn trong thanh toán điện tử .....                           | 121        |
| 2. Các giải pháp đảm bảo an toàn .....                                         | 122        |
| <b>CHƯƠNG 7: AN TOÀN THÔNG TIN TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b>                    | <b>125</b> |
| I. Tổng quan .....                                                             | 125        |
| 1. Mục tiêu an toàn thông tin .....                                            | 125        |
| 2. Các nhân tố bảo mật thông tin .....                                         | 126        |
| II. Các loại tội phạm và các hình thức tấn công trên mạng .....                | 126        |
| 1. Các loại tội phạm trên mạng Internet .....                                  | 126        |
| 2. Các hiểm họa đối với an toàn thông tin trong TMĐT .....                     | 127        |
| III. Một số giải pháp đảm bảo an toàn thông tin trong thương mại điện tử ..... | 131        |
| 1. Bảo vệ thông tin khỏi các phần mềm phá hoại .....                           | 131        |
| 2. Thiết lập tường lửa .....                                                   | 132        |
| 3. An toàn bằng cách dùng mật mã .....                                         | 133        |
| 4. Tạo và thực hiện các chính sách có tính tổ chức .....                       | 133        |
| IV. Chữ ký số và chứng thực chữ ký số .....                                    | 134        |
| 1. Công nghệ chữ ký số .....                                                   | 134        |
| 2. Cơ sở hạ tầng mã khoá công khai .....                                       | 135        |
| 3. Ứng dụng bảo mật SSL .....                                                  | 137        |
| <b>CHƯƠNG 8: QUẢN TRỊ TÁC NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b>                        | <b>141</b> |
| I. Xây dựng mô hình và quy trình tác nghiệp kinh doanh .....                   | 141        |
| 1. Khái niệm về quản trị tác nghiệp trong thương mại điện tử .....             | 141        |
| 2. Khung quản trị tác nghiệp trong kinh doanh thương mại điện tử .....         | 141        |
| II. Tác động của thương mại điện tử tới quy trình quản trị tác nghiệp .....    | 143        |
| 1. Mô hình kinh doanh thương mại điện tử .....                                 | 143        |
| 2. Quy mô tổ chức kinh doanh TMĐT .....                                        | 143        |
| 3. Hệ thống thông tin hỗ trợ tác nghiệp kinh doanh TMĐT .....                  | 146        |
| III. Xây dựng mô hình và quy trình quản trị tác nghiệp TMĐT .....              | 148        |
| 1. Mô hình kinh doanh TMĐT điển hình .....                                     | 148        |
| 2. Một số quy trình quản trị tác nghiệp TMĐT tiêu biểu .....                   | 150        |

## **CHƯƠNG 9: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM ..... 161**

### **I. Tình hình phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam ..... 161**

#### **1. Tổng quan về thương mại điện tử tại Việt Nam ..... 161**

### **II. Tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong cộng đồng ..... 162**

#### **1. Mức độ sử dụng Internet trong cộng đồng..... 162**

#### **2. Tình hình tham gia thương mại điện tử trong cộng đồng ..... 163**

#### **3. Hiệu quả ứng dụng thương mại điện tử trong cộng đồng ..... 165**

### **III. Tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp ..... 166**

#### **1. Mức độ sử dụng máy tính trong doanh nghiệp ..... 166**

#### **2. Mức độ sử dụng email và chữ ký điện tử..... 167**

#### **3. Các hình thức giao dịch, thanh toán trong thương mại điện tử..... 168**

## **CHƯƠNG 10: CHÍNH SÁCH VÀ PHÁP LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM ..... 171**

### **I. Khái quát khung pháp lý về thương mại điện tử trên thế giới ..... 171**

#### **1. Một số văn bản tham chiếu về pháp luật thương mại điện tử ..... 171**

#### **2. Pháp luật thương mại điện tử của một số nước trên thế giới ..... 174**

### **II. Chính sách phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam ..... 176**

#### **1. Định hướng phát triển thương mại điện tử của Đảng và Nhà nước..... 176**

#### **2. Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2011 - 2015 ..... 177**

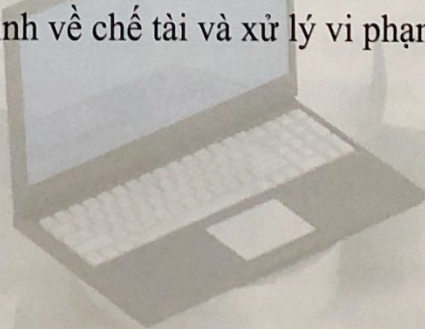
#### **3. Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014 – 2020.. 177**

### **III. Hệ thống văn bản pháp luật về thương mại điện tử tại Việt Nam..... 180**

#### **1. Khung pháp lý cho thương mại điện tử ..... 180**

#### **2. Giới thiệu một số văn bản pháp luật về thương mại điện tử..... 181**

#### **3. Các quy định về chế tài và xử lý vi phạm..... 189**





commerce 2015

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP  
TRUNG TÂM THÔNG TIN THU



Mã sách: 010402384