

Th ng m i i n t

HÀ V N SANG

Nội dung

1. Tổng quan về thị trường m i i n t
2. Các mô hình kinh doanh
3. R i ro trong TM T
4. B o m t

1. Tổng quan về TMĐT

1.1 Tổng quan về truy cập

1.2 Tổng quan về internet là gì?

1.3 Các thành phần tham gia

1.4 Các dịch vụ

1.5 Các loại hình giao dịch

1.6 Thuận lợi và khó khăn

1.1 Thương Mại Truy n Thương

- Là hoạt động gì?

Thương mại điện tử là làm kinh doanh, là tho thu n trao i các i t ng có giá tr ho c các d ch v gi a các bên (ít nh t là 2 bên) và g m các ho t ng mà m i bên ph i m nh n hoàn thành vi c giao d ch

- Có t bao gi ?

Con ng i bi t n ho t ng trao i các s n phẩm do mình làm ra l y nh ng s n phẩm do ng i khác làm ra

- S d ng gì khi giao d ch?

D n d n vi c i chác d n n vi c s d ng ti n t làm cho vi c giao d ch tr nên d dàng h n

1.2 THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- Thương mại điện tử (còn gọi là thương mại điện tử, thương mại điện tử, **E-Commerce** hay **E-Business**)
- Là quy trình mua bán hàng hóa thông qua việc truy cập dữ liệu giữa các máy tính trong chính sách phân phối đa tiếp thị
- Mối quan hệ giữa thương mại hay dịch vụ trực tiếp giữa người cung cấp và khách hàng thực hiện hành động thông qua Internet
- Thuật ngữ **ICT** (viết tắt của tiếng Anh *information commercial technology*) có nghĩa là thương mại điện tử, nhưng ICT chú trọng theo khía cạnh công việc của các chuyên viên công nghệ

1.2 THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- Một số ý kiến: thương mại điện tử là một hình thức giao dịch chủ yếu dựa trên các phương tiện điện tử.
- → Tất cả mọi hoạt động kinh doanh hiện nay đều là thương mại điện tử vì sử dụng internet, fax hay email... và tất cả đều là phương tiện điện tử ????

1.2 THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÀ GÌ?

- Thuật ngữ thương mại điện tử chỉ những công việc kinh doanh khi có mặt sự giao dịch thương mại trực tiếp vì các mua bán qua Internet bằng cách truyền thông tin bằng điện tử 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?.
- **Không phải giao dịch nào trên Internet cũng gọi là thương mại điện tử**

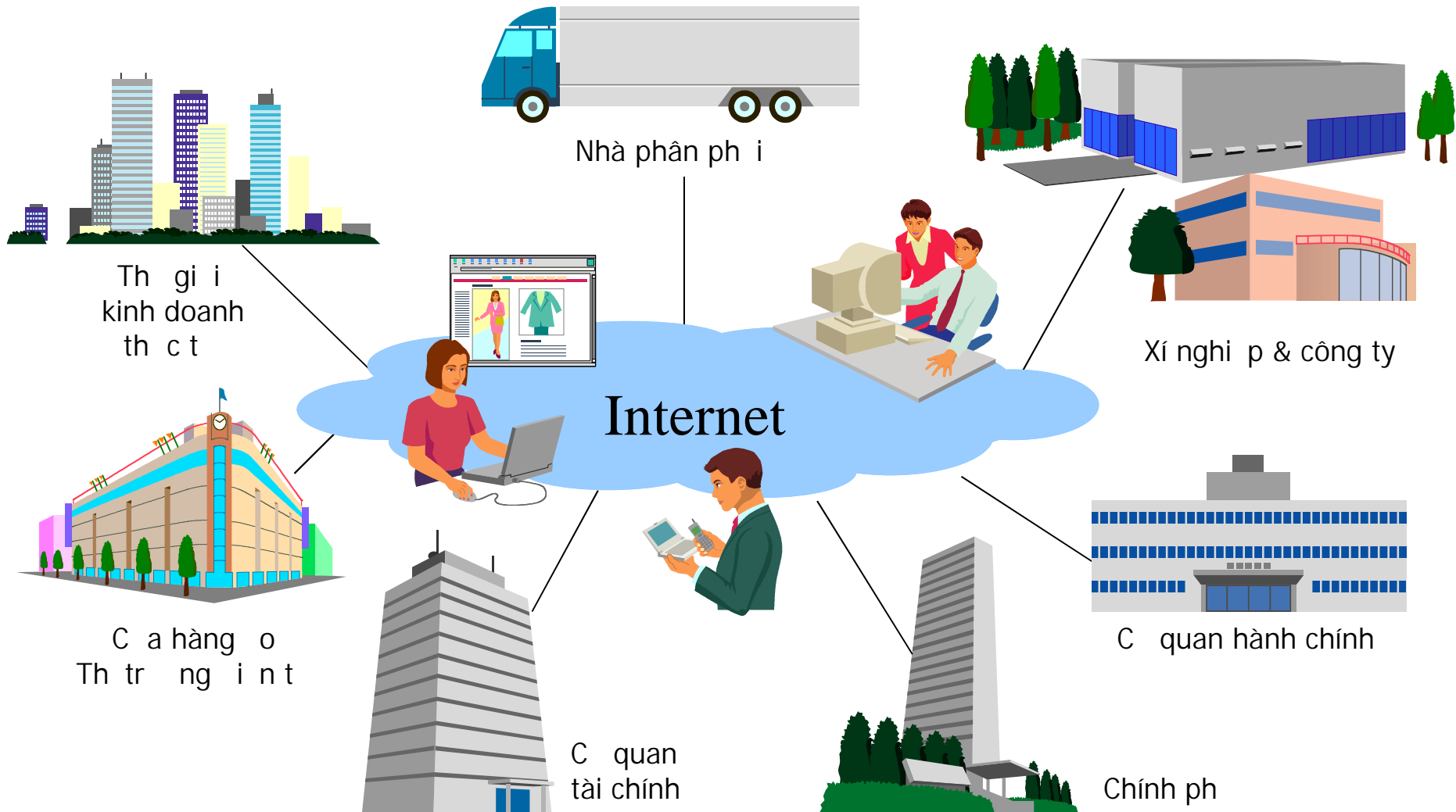
nh nghĩa TMĐT – Nghĩa hẹp

- TMĐT chỉ diễn ra trong việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử, nhất là qua Internet và các mạng liên thông khác
- Tổ chức Thương mại thế giới (WTO):
"Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm mua bán và thanh toán trên Internet, những giao nhận mặt cách hình, các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hoá thông qua Internet".
- Ủy ban Thương mại điện tử và Tác động Kinh tế châu Á-Thái Bình Dương (APEC):
"Thương mại điện tử là công việc kinh doanh điện tử hành thông qua truy cập thông số liệu và công nghệ tin học kỹ thuật".

nh ngh a TM T – Ngh a r ng

- Hi n nay có nhi u quan i m khác nhau v “th ng m i i n t ”
- Th ng m i i n t là các giao d ch tài chính và th ng m i b ng ph ng ti n i n t nh : trao i d li u i n t , chuy n ti n i n t , các ho t ng g i/rút ti n b ng th tín d ng.

1.3 Các thành phần tham gia



Các công cụ của TMĐT

- ❑ **Brochureware: Quản cáo trên Internet.** Là thông tin lên mạng để tìm kiếm website giới thiệu công ty, sản phẩm... Hình thức các quảng cáo trên Internet Việt Nam sử dụng này.
- ❑ **eCommerce: Thương mại điện tử.** (Business To Customer hay viết tắt là B2C).
- ❑ **eBusiness: Kinh doanh điện tử.** (Business To Business hay viết tắt là B2B). B2B bao gồm các quảng cáo ngành nghề, quản lý quan hệ khách hàng...
- ❑ **eEnterprise: Doanh nghiệp điện tử.**

Các hình thức hoạt động chủ yếu của

TMĐT

- Thụ nhậ
- Thanh toán nhậ
- Trao đổi liệ
- Truy cập liệ
- Bán lẻ hàng hóa hụ hình
-

1.4 c i m c a T M T

- T c ?
- Ti p c n khách hàng ?
- Giao d ch ?
- Ph m vi ?
- Thành ph n tham gia ?

1.5 Các loại thị trường giao dịch

- Tùy thuộc vào các tác nhân kinh doanh mà người ta gọi nó là thị trường **B2B**, **B2C**, **C2B** hay **C2C**.
 - Thị trường mở là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể đăng ký và tham gia.
 - Thị trường đóng chỉ có các thành viên nhất định mới được phép tham gia.
 - Thị trường ngang tập trung vào một quy trình kinh doanh riêng lẻ nhất định.
 - Thị trường dọc mô phỏng nhu cầu quy trình kinh doanh khác nhau của một ngành duy nhất hay một nhóm người dùng duy nhất.
- Những năm 1990 thị trường mới bắt đầu phát triển mạnh mẽ.
- Ngày nay tình hình đã khác hẳn: công nghệ thực hiện một thị trường internet đã trở nên rất dễ dàng.

1.6 Thu nhập & khó khăn

- thu nhập doanh nghiệp
- thu nhập cá nhân
- thu nhập xã hội

Doanh nghiệp

- Mở rộng thị trường nội địa và quốc tế
- Giảm chi phí
 - Lưu trữ, tìm kiếm, phân phối, xử lý thông tin (trên giấy)
- Cải thiện quy trình và tổ chức
 - Mô hình kinh doanh mới em I i nhi u I i nhu n
 - Dây chuyền cung ứng
 - Đẩy mạnh hàng hóa trong kho, giao hàng trực tiếp
 - Mối quan hệ với khách hàng
 - Cá nhân hóa giao tiếp, sản phẩm, dịch vụ → tăng lòng trung thành của khách hàng
- Khác
 - Mở rộng thị trường giao dịch (24/7/365)
 - Các doanh nghiệp tác động lẫn nhau kết nối

Cá nhân

- **S thu n ti n**
 - Mua hàng m i lúc, m i n i
 - Liên l c, trao i thông tin liên l c và kinh nghi m v i nh ng nhà tiêu th khác
- **Nhanh chóng**
 - Có c thông tin c a các s n ph m r t nhanh
- **Giá c**
 - Ch n l a và so sánh nhi u hàng hóa t nhi u nhà cung c p
 - Mua c các hàng hóa ho c d ch v r t r

Xã hội

- Giảm số người
- Tăng tiêu chuẩn cuộc sống
- Mất sản phẩm có thể ảnh hưởng đến kinh tế dân vùng nông thôn và các ngành nghề
- Nhu cầu dịch vụ công nghệ thông tin, y tế, giáo dục công nghệ cao phân bố rộng rãi với chi phí thấp

Khó khăn

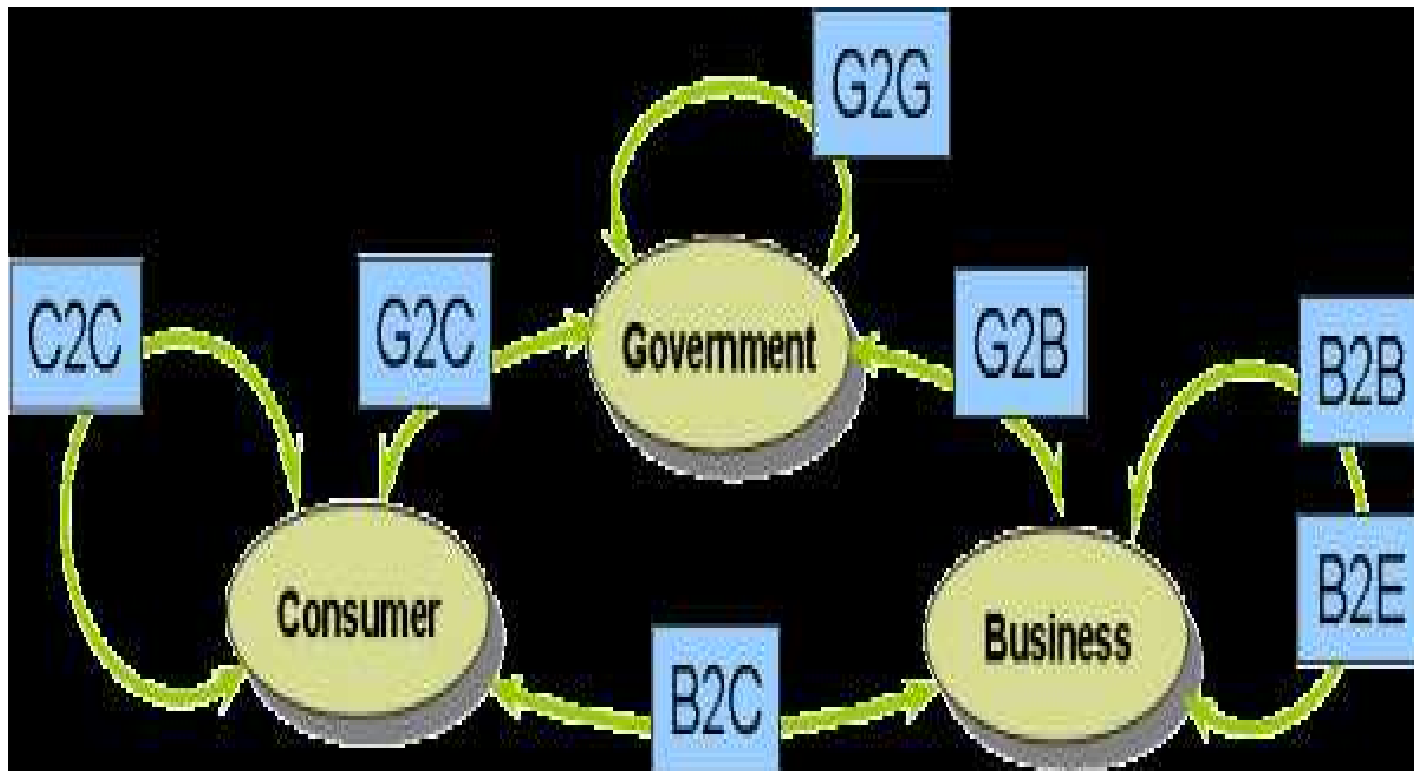
- Công nghệ
- Khác

2. Các mô hình kinh doanh

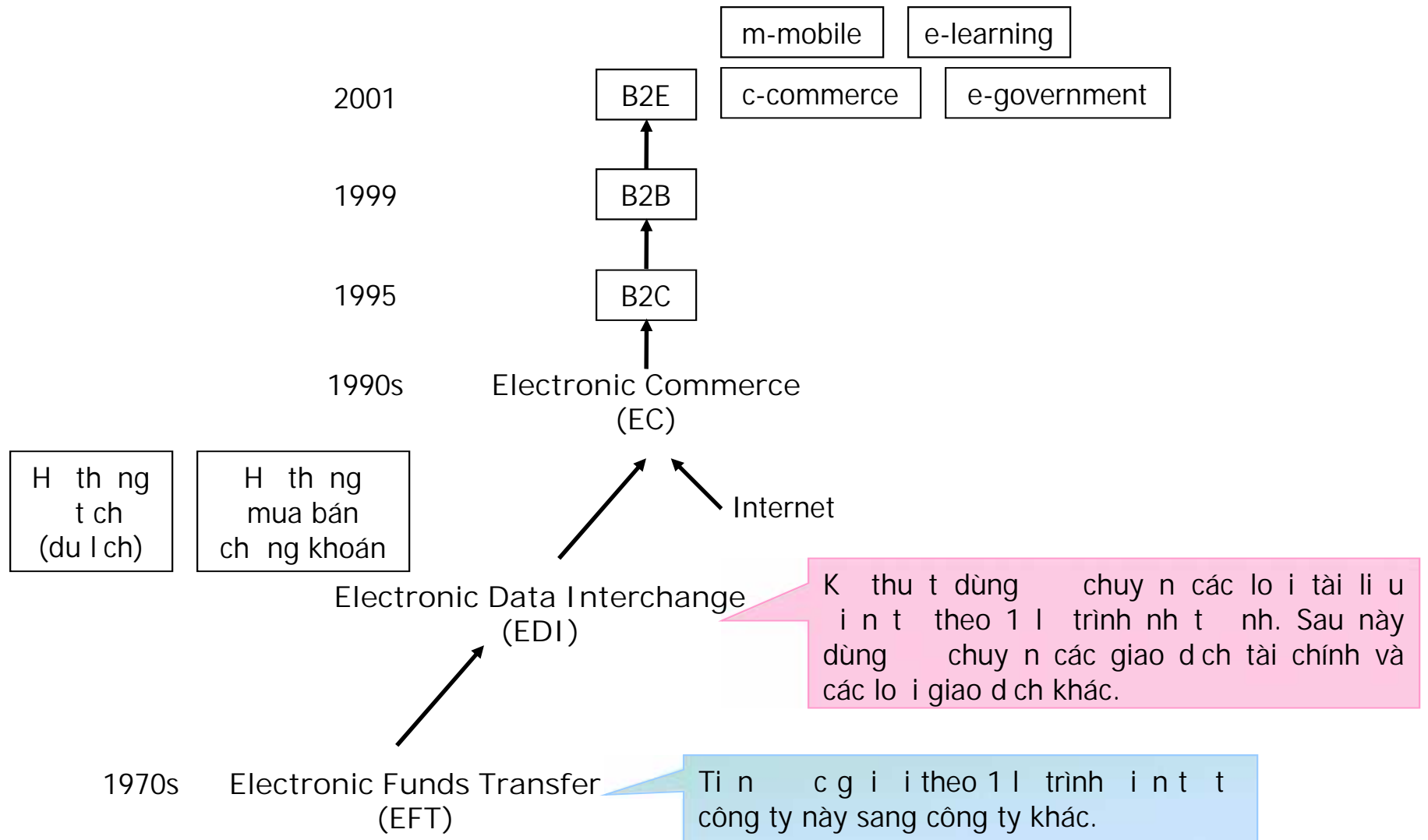
2.1. Các mô hình kinh doanh

2.2. Mô hình B2C

2.3. Mô hình B2B



Lịch sử phát triển



2.2. Mô hình B2C

- **B2C** là loại hình giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng qua các phương tiện internet:
 - **Doanh nghiệp** sử dụng các phương tiện internet bán hàng hóa, dịch vụ trực tiếp cho người tiêu dùng (thông qua website, hình thành cơ sở dữ liệu về hàng hóa, dịch vụ; tiến hành các quy trình tiếp thị, quảng cáo, phân phối trực tiếp cho người tiêu dùng)
 - **Người tiêu dùng** thông qua các phương tiện internet là khách mua, mua sắm, đặt hàng, thanh toán, nhận hàng.
 - Giao dịch B2C tuy chiếm tỷ trọng ít (**khoảng 10%**) trong TMĐT nhưng có số lượng giao dịch rất lớn
- B2C đem lại lợi ích cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng:
 - Doanh nghiệp **tiết kiệm chi phí** bán hàng do không cần phòng trưng bày hay thuê người bán hàng, chi phí quản lý cửa hàng giảm
 - Người tiêu dùng **thoải mái** vì không phải đi ra hàng, có thể mua sắm và so sánh nhiều mặt hàng cùng một lúc

2.2. Mô hình B2C

- Bán hàng
- Quảng cáo
- Thương mại điện tử
- Phí nhúng
- Phí giao dịch
- Phí lý dụng
- Dịch vụ tài chính, ngân hàng

Bán hàng

- Hình thức mà 1 công ty có doanh thu từ việc bán hàng hóa/dịch vụ trên website của mình
- Sử dụng danh mục hàng hóa
 - Hình ảnh, thông tin chi tiết, giá
- Sản phẩm
 - Máy tính và hàng điện tử
 - Sách, nhạc và phim
 - Quần áo
 - Hoa và quà tặng
 - Hàng giảm giá

Quảng cáo

- Thu phí vì cho phép các công ty khác link, logo hay banner trên website của mình
- Khó khăn
 - Không có chu trình thu phí
 - Số lần click chuột, số lần truy cập
 - Số lần truy cập dùng ít → không thu thập dữ liệu của khách hàng (demographic info)
 - Giới tính, mức thu nhập, nghề nghiệp, sở thích, tôn giáo...
- Ví dụ
 - Web Portal
 - Báo in t
 - Classified Ad

Nhóm 2: web portal

Web Portal

- i m xu t phát duy t web
- G m
 - Web Directory
 - Danh sách các “siêu liên k t” (hyperlinks)
 - Search Engine
 - Tìm ki m theo t khóa
 - Trang k t qu có nhi u hyperlinks d n n các trang khác
 - Thu phí qu ng cáo
 - Các hyperlinks c xu t hi n theo 1 u tiên
 - Các ch c n ng khác
 - Th i n t mi n phí, d ch v l u tr t p tin, trò ch i, l ch làm vi c, chat room, ...

Classified Ad (rao vặt)

- Ph ng th c
 - Ti p c n th tr ng m c tiêu
 - Thu phí qu ng cáo cao
 - Qu ng cáo úng i t ng
- Ví d
 - Website qu ng cáo vi c làm
 - Monster.com, vietnamworks.com, tuyendung.com, ...

Thị trường việc làm

- Người tìm việc (job seeker)
 - Truy cập các mục quảng cáo tuyển nhân viên
 - Lý lịch trên web và gửi thông điệp ứng tuyển đúng
 - Careerbuilder.com, mangvieclam.com
- Người tuyển dụng (recruiter)
 - Quảng cáo tuyển nhân viên trên các portal, báo in t, hoặc ngay trên website của công ty
 - Tin hành nghề và trình nghiệm kiến thức trên web
- Môi giới việc làm (job agency)
 - Sử dụng Web công bố việc làm
 - Quảng cáo dịch vụ bằng email hay tại các trang web khác

2.3. Mô hình B2B

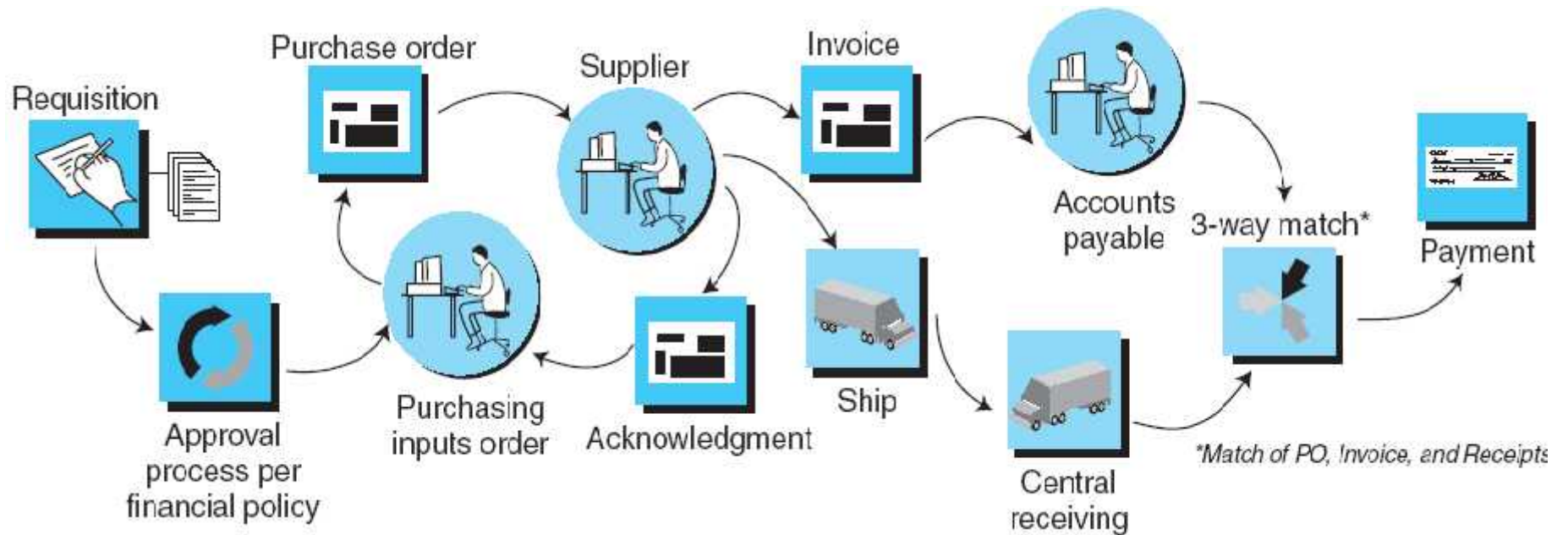
- **B2B** là loại hình giao dịch qua các phương tiện internet **giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp**.
- Theo Tổ chức Liên hợp quốc về Hợp tác và Phát triển kinh tế (UNCTAD), TMĐT B2B chiếm tỷ lệ lớn trong TMĐT (**khoảng 90%**).
- Các giao dịch B2B chủ yếu sử dụng các hệ thống trên **các hệ thống mạng TMĐT** như mạng giá trị gia tăng (VAN); dây chuyền cung ứng hàng hoá, dịch vụ (SCM), các sàn giao dịch TMĐT... Các doanh nghiệp có thể chào hàng, tìm kiếm bán hàng, đặt hàng, ký kết hợp đồng, thanh toán qua các hệ thống này. Đặc biệt, các giao dịch này có thể diễn ra một cách tự động.
- TMĐT B2B đem lại **những lợi ích thực tế cho doanh nghiệp**, đặc biệt giúp giảm các chi phí vận chuyển, thông tin tìm kiếm, thủ tục, quảng cáo, tiếp thị, đàm phán, tăng cường các hiệu quả kinh doanh,...

2.3. Mô hình B2B

- **Ctr ng**
 - Lo i giao d ch
 - Lo i nguyên li u kinh doanh
 - Chi u h ng kinh doanh

- **Ho t ng**
 - Mua (purchase)
 - H u c n (logistic)
 - H tr (support)

Víd



Source: Electronic Commerce 2006, Efaim Turban.

3. Rủi ro trong TMĐT

- **Mất sự tin cậy**
 - Các e-mail giả mạo
 - Truy xuất trái phép các thông tin
 - Thông tin thất tín đăng rì vào tay kẻ xấu
 -
- **Hai hình thức chính**
 - Vật Lý - b o v các thành phần hữu hình
 - Logic - b o v các thành phần vô hình

4 nhóm rủi ro trong TMĐT

- Rủi ro dữ liệu
- Rủi ro công nghệ
- Rủi ro mạng truy cập và các thủ tục, quy trình giao dịch
- Rủi ro về pháp lý và các tiêu chuẩn công nghiệp

Phòng ch ng r i ro

- Cá nhân t b o v
- T phía doanh nghi p
- xu t bi n pháp

Cá nhân t b o v mình

- Khi nhận spam → xóa bỏ hết
- Không click vào bất kỳ link nào trong email
- Không mở lên các file g i kèm trong email.
- Không trả lời những email spam
- Ngay khi nhận được “T ịch i nh n” (Unsubscription) cần
đăng ký ngay để tránh bị g i spam kiểm tra tính hi n h u
của tài khoản email,
- Cài những chương trình chống virus miễn phí, cập nhật
chương trình thường xuyên.

Cá nhân t b o v mình

- S d ng ch ng trình b n quy n
- S d ng trình di t virus
- S d ng t ng l a

B o v phía doanh nghi p

- **T b o v password :**
 - càng ít ng i bi t password c a nh ng tài kho n này càng t t.
 - Nên thay i password c a tài kho n th ng xuyên.
- **An toàn m ng n i b :**
- **An toàn d li u, thông tin :**

4. B o M t

- An toàn và b o m t trên m ng có nhi u ti n tri n

- B c t ng l a (firewall)
- Mã hóa (encryption)
- Ch ký i n t (digital signature)

nh ng v n còn nhi u nguy c e d a

- i m y u là ý th c và hành vi c a ng i dùng

- ánh l a ng i khác l y thông tin
- T n công hay phá ho i thông qua l h ng c a H H
- M th ã b nhi m virus
- Xem nh ng trang web ch a 1 s o n mã có ý x u
- ...