

CN. NGUYỄN DUY QUANG  
KS. NGUYỄN VĂN KHOA

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## THỰC TẾ & GIẢI PHÁP

(Tham Khảo Toàn Diện)

- Thương mại điện tử
- Tiếp thị trực tuyến
- Xây dựng Web kinh doanh
- Phương thức thanh toán
- Bảo mật trong kinh doanh
- Các điều luật TMĐT



NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI

CN. NGUYỄN DUY QUANG  
KS. NGUYỄN VĂN KHOA

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THỰC TẾ VÀ GIẢI PHÁP

*(Tham khảo toàn diện)*

- *Thương mại điện tử*
- *Tiếp thị trực tuyến*
- *Xây dựng Web kinh doanh*
- *Phương thức thanh toán*
- *Các công nghệ và công cụ hỗ trợ*
- *Bảo mật trong kinh doanh trực tuyến*
- *Những lời khuyên bổ ích*

NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI

# **THƯỜNG MẠI ĐIỆN TỬ THỰC TẾ VÀ GIẢI PHÁP**

**CN. NGUYỄN DUY QUANG**

**KS. NGUYỄN VĂN KHOA**

---

---

Chịu trách nhiệm xuất bản:

**LÊ TỬ GIANG**

Biên tập : Hoàng Chí Dũng

Trình bày : Thế Anh

Bìa : Lê Thành

---

---

## **TỔNG PHÁT HÀNH**

**CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA NHÂN VĂN**

Số 1 Trường Chinh – P.11 – Q.Tân Bình – TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 9712285 – 9710306 – 8490048 • FAX: 9712286

**NHÀ SÁCH NHÂN VĂN** • 189 CMT8 – P.7 – Q.Tân Bình – TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 9700420

**NHÀ SÁCH NHÂN VĂN** • 486 Nguyễn Thị Minh Khai – P.2 – Q.3 – TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 8396733

**SIÊU THI SÁCH NHÂN VĂN** • 394 Quốc lộ 15 – P. Trung Dũng – TP. Biên Hòa

ĐT: (061)917839

---

In 1000 cuốn, khổ 16x24cm. Tại Xưởng in CN Trung Tâm Hội Chợ Triển Lãm Việt Nam. Giấy đăng ký KHXB số: 313/XB-QLXB, do Cục xuất bản cấp ngày 28.02.2006. Quyết định xuất bản số 60/XB do Nhà xuất bản GTVT cấp ngày 07.06.2006. In xong và nộp lưu chiểu tháng 9 năm 2006.

## LỜI BẠT

**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ – THỰC TẾ  
VÀ GIẢI PHÁP****Bắt đầu với thương mại điện tử**

Một thời gian không lâu sau khi Internet xuất hiện, thương mại điện tử là một chủ đề nóng bỏng được rất nhiều người quan tâm. Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, mà cụ thể là mạng máy tính và các công nghệ bảo mật cùng với các công nghệ thanh toán trực tuyến, thương mại điện tử đã và đang tác động mạnh mẽ tới cuộc sống hàng ngày của nhiều người. Nó làm cho giới kinh doanh thay đổi một phần quan điểm của mình. Thậm chí, có một số người từ bỏ kiểu kinh doanh truyền thống để bước vào một kiểu kinh doanh hoàn toàn mới và khá “hi-tech”, đó là kiểu kinh doanh trên mạng mà người ta gọi là *thương mại điện tử*.

Tại Việt Nam, thương mại điện tử đang trên đà phát triển mạnh mẽ. Những tập đoàn kinh tế lớn và cả những công ty nhỏ cũng đã bắt đầu tìm thấy được tác dụng của mạng Internet đối với khả năng phát triển và tồn tại của công ty mình. Với Internet, quá trình mua bán diễn ra tiện lợi hơn, khả năng tiếp thị hình ảnh sản phẩm trở nên dễ dàng và ít tốn chi phí hơn. Từ đó, họ bắt đầu có kế hoạch bước vào một chiến dịch nhằm khai thác tối đa những gì mà thương mại điện tử mang lại.

Hiện nay, nhu cầu tìm hiểu về Thương mại điện tử của mọi người tại Việt Nam là rất lớn. Bởi vì không phải ai cũng có thể bước vào thế giới của Thương mại điện tử bằng một cái đầu chỉ có kiến thức công nghệ thông tin mà không có kiến thức về kinh doanh và ngược lại. Và để giúp mọi người dễ dàng tiếp cận với khái niệm thương mại điện tử một cách toàn diện hơn, về cả hai lĩnh vực kinh tế và kỹ thuật, chúng tôi đã tiến hành tập hợp các nguồn sách liên quan để tổng hợp và biên dịch thành cuốn sách có tựa đề: **“Thương mại điện tử – thực tế và giải pháp”**.

**Nội dung của cuốn sách**

Phải nói đây là cuốn sách toàn diện nhất đề cập đến vấn đề thương mại điện tử với cả hai góc nhìn kinh tế và kỹ thuật. Hai tác

giả, tức chúng tôi, một người là chuyên viên kinh tế, một người là kỹ sư công nghệ thông tin, hi vọng chúng tôi sẽ đưa ra một cái nhìn **thực tế nhất về thương mại điện tử** đồng thời cũng sẽ đưa ra những **giải pháp** hay để người đọc tìm hiểu, hành động và ít nhiều sẽ thành công. Bởi lẽ cuốn sách đã tham khảo và tổng hợp từ rất nhiều những kinh nghiệm quý báu của các chuyên gia kinh tế cũng như các tập đoàn thương mại điện tử lớn trên thế giới cũng như tại Việt Nam.

Cuốn sách được chia làm 7 phần chính và 3 phụ lục liên quan. Cụ thể, chúng ta sẽ tìm hiểu các phần chính như sau:

- Một cái nhìn tổng quan về thương mại điện tử.
- Các phương thức thực hiện thương mại điện tử.
- Tiếp thị trực tuyến và các giải pháp tiếp thị trực tuyến.
- Thiết kế Web dành cho thương mại điện tử.
- Các kỹ thuật thanh toán qua mạng.
- Các công nghệ và công cụ hỗ trợ cho việc thực hiện thương mại điện tử.
- Bảo mật trong thương mại điện tử.

Phần cuối của cuốn sách là những câu hỏi thường được người đọc quan tâm và một số thuật ngữ dành cho độc giả.

### **Ai sẽ đọc cuốn sách này?**

Vậy ai sẽ đọc cuốn sách này? Bất kể ai. Từ những người mới “chập chững” bước vào kinh doanh thương mại điện tử đến những chuyên viên kinh tế “gạo cội”, họ đều có thể tìm được ít nhiều những thông tin có ích mà cuốn sách mang lại.

Tuy nhiên, để dễ dàng hiểu hơn và tiếp cận với những gì cuốn sách mang lại hơn, người đọc cần có một chút kiến thức về công nghệ thông tin và nếu bạn có thêm kiến thức về kinh tế thì càng tốt hơn.

### **Lời kết**

Chúng tôi không phải là những chuyên viên về thương mại điện tử, vì thế bản thân chúng tôi cũng không thể đảm bảo được sự toàn vẹn của cuốn sách trong quá trình tổng hợp và biên dịch. Có nghĩa là, những sai sót có thể sẽ có trong cuốn sách này. Hi vọng, độc giả sẽ bỏ qua và góp ý kiến để những cuốn sách sau được hay hơn.

Mọi thông tin liên lạc xin độc giả gửi về email:

***webmaster@vietliveshop.com.***

Xin chân thành cảm ơn và chúc các bạn thành công!

Tác giả

## PHẦN 1

---

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Chúng ta bắt đầu cuốn sách bằng cách tìm hiểu khái niệm mà nó sẽ đi xuyên suốt cuốn sách này, đó là **Thương mại điện tử**. Chúng ta sẽ tìm hiểu những khái niệm, những định nghĩa cơ bản liên quan đến thương mại điện tử để chúng ta có một kiến thức “base” nhằm dễ dàng tiếp cận với những gì sẽ được trình bày ở các phần sau. Cụ thể, chúng ta sẽ tìm hiểu các vấn đề sau:

- Khái niệm thương mại điện tử.
- Các mô hình thương mại điện tử.
- Các mô hình kinh doanh trên Web.
- Các mô hình thương mại điện tử phổ biến.
- Tương lai của thương mại điện tử.
- Chúng ta sẽ bắt đầu tìm hiểu.

## CHƯƠNG 1

# GIỚI THIỆU VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

### **Khái niệm thương mại điện tử**

**Kinh doanh điện tử:** Kinh doanh điện tử là một thuật ngữ khái quát của việc thực hiện công việc kinh doanh với sự trợ giúp của viễn thông và các thiết bị viễn thông.

**Thương mại điện tử:** Thương mại điện tử được định nghĩa như: *việc thực hiện mua bán hàng hoá, dịch vụ với sự trợ giúp của viễn thông và các thiết bị viễn thông.*

Một số người dùng từ “giao dịch điện tử” (electronic trading) cũng để diễn tả ý tương tự. Một vài người khác lại dùng “sự mua hàng điện tử” (electronic procurement, electronic purchasing) hoặc “tiếp thị điện tử” (electronic marketing).

Tuy nhiên, lưu ý là Thương mại điện tử (EC) thường được dùng với nghĩa rộng hơn, đặc biệt là cùng có ý nghĩa như “kinh doanh điện tử”. Những ví dụ về kinh doanh điện tử mà không thuộc về thương mại điện tử là đăng ký, quá trình xin cấp phép, đăng ký nhập học của sinh viên và những công việc hành chính của toà án.

Lưu ý rằng thương mại điện tử bao gồm nhiều phân đoạn, một vài phân đoạn có tên gọi riêng của nó. Ví dụ:

- “electronic catalog” là những phương tiện mà nhờ đó người bán có thể chào bán các sản phẩm của mình cho người mua tiềm năng.
- “electronic data interchange (EDI)” chỉ một tập hợp các tiêu chuẩn đặc biệt thể hiện dữ liệu cấu trúc mà đại diện cho các giao dịch thương mại điện tử.
- “electronic auctions” là những cơ chế định giá đặc biệt (đấu giá trực tuyến).

Hiện nay có nhiều quan điểm khác nhau về “thương mại điện tử” nhưng tựu trung lại có hai quan điểm lớn trên thế giới xin được nêu ra dưới đây.

Thương mại điện tử theo nghĩa rộng được định nghĩa trong Luật mẫu về Thương mại điện tử của Ủy ban Liên Hợp quốc về Luật Thương mại Quốc tế (UNCITRAL): Thuật ngữ Thương mại cần được diễn giải theo nghĩa rộng để bao quát các vấn đề phát sinh từ mọi quan

hệ mang tính chất thương mại dù có hay không có hợp đồng. Các quan hệ mang tính thương mại bao gồm các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch nào về thương mại nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ; thỏa thuận phân phối; đại diện hoặc đại lý thương mại, ủy thác hoa hồng; cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình; tư vấn; kỹ thuật công trình; đầu tư; cấp vốn; ngân hàng; bảo hiểm; thỏa thuận khai thác hoặc tô nhượng; liên doanh các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ. Như vậy, có thể thấy rằng phạm vi của Thương mại điện tử rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế, việc mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một trong hàng ngàn lĩnh vực áp dụng của Thương mại điện tử.

Ủy ban Châu Âu đưa ra định nghĩa về Thương mại điện tử như sau: Thương mại điện tử được hiểu là việc thực hiện hoạt động kinh doanh qua các phương tiện điện tử. Nó dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử dưới dạng text, âm thanh và hình ảnh. Thương mại điện tử gồm nhiều hành vi trong đó hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua phương tiện điện tử, giao nhận các nội dung kỹ thuật số trên mạng, chuyển tiền điện tử, mua bán cổ phiếu điện tử, vận đơn điện tử, đấu giá thương mại, hợp tác thiết kế, tài nguyên mạng, mua sắm công cộng, tiếp thị trực tiếp tới người tiêu dùng và các dịch vụ sau bán hàng. Thương mại điện tử được thực hiện đối với cả thương mại hàng hóa (ví dụ như hàng tiêu dùng, các thiết bị y tế chuyên dụng) và thương mại dịch vụ (ví dụ như dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ pháp lý, tài chính); các hoạt động truyền thống (như chăm sóc sức khỏe, giáo dục) và các hoạt động mới chẳng hạn như siêu thị ảo.

Tóm lại, **theo nghĩa rộng** thì thương mại điện tử có thể được hiểu là các giao dịch tài chính và thương mại bằng phương tiện điện tử như: trao đổi dữ liệu điện tử; chuyển tiền điện tử và các hoạt động gửi rút tiền bằng thẻ tín dụng.

Thương mại điện tử theo nghĩa hẹp bao gồm các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet. Các tổ chức như: Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Tổ chức Hợp tác phát triển kinh tế đưa ra các khái niệm về thương mại điện tử theo hướng này. Thương mại điện tử được nói đến ở đây là hình thức mua bán hàng hóa được bày tại các trang Web trên Internet với phương thức thanh toán bằng thẻ tín dụng. Có thể nói rằng Thương mại điện tử đang trở thành một cuộc cách mạng làm thay đổi cách thức mua sắm của con người.



Theo 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 được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình cả các sản phẩm được giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet.

Theo Tổ chức hợp tác phát triển kinh tế của Liên Hợp quốc, khái niệm về Thương mại điện tử là: Thương mại điện tử được định nghĩa sơ bộ là các giao dịch thương mại dựa trên truyền dữ liệu qua các mạng truyền thông như Internet.

Theo các khái niệm trên, chúng ta có thể hiểu được rằng theo nghĩa hẹp Thương mại điện tử chỉ bao gồm những hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet mà không tính đến các phương tiện điện tử khác như điện thoại, fax, telex...

Qua nghiên cứu các khái niệm về Thương mại điện tử như trên, hiểu theo nghĩa rộng thì hoạt động thương mại được thực hiện thông qua các phương tiện thông tin liên lạc đã tồn tại hàng chục năm nay và đạt tới doanh số hàng tỷ USD mỗi ngày. Theo nghĩa hẹp thì Thương mại điện tử chỉ mới tồn tại được vài năm nay nhưng đã đạt được những kết quả rất đáng quan tâm, Thương mại điện tử chỉ gồm các hoạt động thương mại được tiến hành trên mạng máy tính mở như Internet. Trên thực tế, chính các hoạt động thương mại thông qua mạng Internet đã làm phát sinh thuật ngữ *Thương mại điện tử*.

### **Các đặc trưng của thương mại điện tử**

Để xây dựng khung pháp luật thống nhất cho Thương mại điện tử, chúng ta cần nghiên cứu và tìm ra các đặc trưng của Thương mại điện tử. So với các hoạt động Thương mại truyền thống, thương mại điện tử có một số điểm khác biệt cơ bản sau:

- Các bên tiến hành giao dịch trong thương mại điện tử không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước.
- Các giao dịch thương mại truyền thống được thực hiện với sự tồn tại của khái niệm biên giới quốc gia, còn thương mại điện tử được thực hiện trong một thị trường không có biên giới (thị trường thống nhất toàn cầu). Thương mại điện tử trực tiếp tác động tới môi trường cạnh tranh toàn cầu.
- Trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử đều có sự tham gia của ít nhất ba chủ thể, trong đó có một bên không thể thiếu được là người cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực.

- Đối với thương mại truyền thống thì mạng lưới thông tin chỉ là phương tiện để trao đổi dữ liệu, còn đối với thương mại điện tử thì mạng lưới thông tin chính là thị trường

### **Các hình thức hoạt động của thương mại điện tử**

Các hoạt động chủ yếu của thương mại điện tử bao gồm:

- Thư điện tử
- Thanh toán điện tử
- Trao đổi dữ liệu điện tử
- Truyền dung liệu
- Bán lẻ hàng hóa hữu hình
- Các hình thức kinh doanh điện tử bao gồm:

**B2C:** Thay vì đi đến những cửa hàng thực ngoài phố thì bạn chỉ việc log vào Net và tìm đến những Website mà cung cấp thông tin liên quan đến một sản phẩm nhất định nào đó. Kích vào bất kỳ một Website nào mà ở đó việc mua bán có thể được thực hiện. Sau đó gõ tên, địa chỉ và số thẻ tín dụng. Kích một lần nữa để kiểm tra lại. Thủ tục này được gọi là giao dịch doanh nghiệp với khách hàng hay B2C. Giao dịch loại này còn được gọi là những giao dịch thị trường, những giao dịch loại này đưa doanh nghiệp đến gần hơn với người tiêu dùng.

**B2B:** Giao dịch Doanh nghiệp với doanh nghiệp còn được gọi là giao dịch liên kết thị trường. Nó bao gồm các giao dịch hoạt động kinh doanh điện tử giữa các bên liên quan đến việc làm ăn. Các giao dịch điện tử giữa nhà sản xuất và các nhà cung cấp cũng nằm trong mô hình này.

**B2G:** Khi có một giao dịch kinh doanh gắn với một cơ quan nào đó của chính phủ như hải quan, thuế... thì mọi người phải trình các văn bản pháp quy, mà sẽ được kiểm tra rồi mới thông qua. Ngược với các thủ tục nhà nước làm tốn rất nhiều thời gian. Giao dịch B2G tiết kiệm thời gian và không gây phiền hà. Do đó, hình thức này có thể dùng để tăng cường hiệu quả.

**C2C:** Một hình thức giao dịch khác trên Net là khách hàng với khách hàng (Consumer to consumer). Giao dịch này chỉ là một thông báo mua hoặc bán một món đồ cũ.

Chúng ta sẽ tìm hiểu các mô hình này một cách chi tiết ở phần sau.