



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN  
TRƯỜNG MẠI - BỘ MÔN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ  
Chủ biên: TS. TRẦN VĂN HỒ

# GIÁO TRÌNH Thương mại điện tử



NHÀ XUẤT BẢN  
THỐNG KÊ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC  
KINH TẾ QUỐC DÂN





**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**  
**KHOA THƯƠNG MẠI**  
**BỘ MÔN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ**  
Chủ biên: TS. TRẦN VĂN HÒE

# GIÁO TRÌNH

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



**NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ**  
**HÀ NỘI - 2006**



## LỜI NÓI ĐẦU

*Thương mại điện tử đang trở thành phương thức kinh doanh mang lại nhiều lợi ích cho nhân loại trên cơ sở sự phát triển nhanh chóng của các ngành công nghệ, trước hết là công nghệ thông tin. Thương mại điện tử, vì vậy, trở thành phương thức kinh doanh đại diện cho nền kinh tế tri thức.*

*Toàn cầu hoá tạo điều kiện để thương mại điện tử phát huy những điểm mạnh như đẩy nhanh tốc độ kinh doanh, giảm thiểu chi phí, vượt qua các trở ngại về không gian và thời gian, v.v. Hiện tại, không có quốc gia nào không tham gia vào thương mại điện tử và mức độ tập trung các nguồn lực để phát triển thương mại điện tử ngày càng cao. Nhằm đáp ứng nhu cầu nghiên cứu, giảng dạy và học tập, Bộ môn Thương mại Quốc tế, Khoa Thương mại, Đại học Kinh tế Quốc dân đã tập trung biên soạn "Giáo trình Thương mại Điện tử". Giáo trình do TS. Trần Văn Hoà chủ biên, TS. Nguyễn Đình Thọ biên tập, cùng sự tham gia của các giảng viên Đại học Kinh tế Quốc dân, cụ thể:*

- 1. TS. Trần Văn Hoà chủ biên và viết chương 1.*
- 2. TS. Nguyễn Văn Tuấn viết các chương 2, 10.*
- 3. TS. Nguyễn Đình Thọ viết chương 3.*
- 4. Th.S. Dương Thị Ngân viết chương 4, chương 5, chương 8.*
- 5. Th.S. Nguyễn Hải Đạt viết các chương 6, 7, 11, 12.*

6. TS. Trần Văn Hoè và Th.S. Đặng Thị Thuý Hồng viết chương 9.

7. TS. Trần Văn Hoè và TS. Nguyễn Đình Thọ sưu tập và biên soạn các thuật ngữ thương mại điện tử.

Giáo trình Thương mại Điện tử được sử dụng cho giảng dạy và học tập của giảng viên và sinh viên ngành kinh tế và quản trị kinh doanh, đồng thời có thể dùng làm tài liệu tham khảo cho các doanh nhân, các nhà nghiên cứu và quản lý. Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng giáo trình xuất bản lần đầu khó tránh khỏi thiếu sót. Bộ môn Thương mại quốc tế mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các đồng nghiệp và các bạn đọc. Bộ môn Thương mại quốc tế xin chân thành cảm ơn sự đóng góp ý kiến của Hội đồng thẩm định giáo trình Trường, của các giáo viên Khoa Thương mại, nhà xuất bản và tác giả của các tài liệu mà những người biên soạn đã tham khảo. Bộ môn Thương mại Quốc tế xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Ban Giám hiệu Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Phòng Quản lý Đào tạo Đại học và Sau đại học cùng các đơn vị có liên quan để giáo trình được hoàn thành và xuất bản.

Thư góp ý xin gửi về Bộ môn Thương mại quốc tế, Khoa Thương mại, Đại học Kinh tế Quốc dân, Phòng 37 Nhà 7, 207 Đường Giải Phóng, Hà Nội. Email: [kthuongmai@neu.edu.vn](mailto:kthuongmai@neu.edu.vn).

## **BỘ MÔN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ**

**Trưởng Bộ môn**

**Tiến sỹ Trần Văn Hoè**

# MỤC LỤC

	Trang
<b>Chương 1: Tổng quan về thương mại điện tử</b>	<b>9</b>
1.1. Khái niệm và đặc trưng của thương mại điện tử	9
1.2. Sự khác biệt của thương mại điện tử và thương mại truyền thống	14
1.3. Lợi ích và tác động của thương mại điện tử	18
1.4. Các điều kiện phát triển thương mại điện tử	29
1.5. Các mô hình thương mại điện tử	33
<b>Chương 2: Cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội của thương mại điện tử</b>	<b>36</b>
2.1. Khái niệm và vai trò của cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội trong hoạt động thương mại điện tử	36
2.2. Những yếu tố kinh tế - xã hội ảnh hưởng tới thương mại điện tử	37
2.3. Những yêu cầu về hạ tầng cơ sở kinh tế - xã hội cho thực hiện thương mại điện tử	41
2.4. Tạo lập môi trường kinh tế - xã hội cho thực hiện thương mại điện tử	43
2.5. Hạ tầng cơ sở kinh tế - xã hội cho phát triển thương mại điện tử ở nước ta	50
<b>Chương 3: Cơ sở hạ tầng pháp lý thương mại điện tử</b>	<b>57</b>
3.1. Một số vấn đề pháp lý liên quan tới thương mại điện tử	57
3.2. Luật mẫu của UNCITRAL và luật giao dịch điện tử của một số quốc gia trên thế giới	67
3.3. Các văn bản pháp quy về giao dịch điện tử tại Việt Nam	81

<b>Chương 4: Cơ sở mạng của thương mại điện tử</b>	<b>87</b>
4.1. Mạng máy tính	87
4.2. Internet	89
4.3. Intranet	101
4.4. Extranet	105
<b>Chương 5: Trang mạng và cơ sở dữ liệu của thương mại điện tử</b>	<b>110</b>
5.1. Cấu trúc cơ sở của thương mại điện tử	110
5.2. Trang mạng (website)	111
5.3. Cơ sở dữ liệu	117
5.4. Cơ sở dữ liệu khách hàng	132
<b>Chương 6: An ninh thương mại điện tử</b>	<b>134</b>
6.1. Vấn đề an ninh cho các hệ thống thương mại điện tử	134
6.2. Các khía cạnh của an ninh thương mại điện tử	137
6.3. Những nguy cơ đe dọa an ninh thương mại điện tử	142
6.4. Một số giải pháp công nghệ đảm bảo an ninh trong thương mại điện tử	144
<b>Chương 7: Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C)</b>	<b>160</b>
7.1. Thương mại điện tử B2C	160
7.2. Mô hình thương mại điện tử B2C	167
7.3. Các công cụ hỗ trợ khách hàng khi mua hàng trực tuyến	183
7.4. Dịch vụ khách hàng và quản trị quan hệ khách hàng	186



<b>Chương 8: Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B)</b>	<b>193</b>
8.1. Khái niệm và đặc điểm thương mại điện tử B2B	193
8.2. Thương mại điện tử trong doanh nghiệp	201
8.3. Thương mại điện tử giữa các doanh nghiệp	206
8.4. Truyền dữ liệu điện tử (EDI)	214
8.5. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử của doanh nghiệp	219
<b>Chương 9: Sàn giao dịch thương mại điện tử (E-MARKETPLACE)</b>	<b>225</b>
9.1. Khái quát về sàn giao dịch thương mại điện tử	225
9.2. Các phương thức giao dịch tại sàn giao dịch thương mại điện tử	235
<b>Chương 10: Marketing điện tử (E-MARKETING)</b>	<b>242</b>
10.1. Marketing trong thời đại công nghệ thông tin và thương mại điện tử	242
10.2. Nghiên cứu thị trường trên Internet	246
10.3. Quảng cáo trên Internet	248
10.4. Marketing B2B và B2C của siêu thị ảo	264
<b>Chương 11: Thanh toán trong thương mại điện tử</b>	<b>275</b>
11.1. Từ các hệ thống thanh toán truyền thống tới hệ thống thanh toán điện tử	275
11.2. Giao dịch thanh toán điện tử	299
11.3. Các hệ thống thanh toán điện tử cơ bản	307
<b>Chương 12: Các ứng dụng khác của thương mại điện tử</b>	<b>323</b>
12.1. Chính phủ điện tử	323

12.2. Dịch vụ du lịch trực tuyến	336
12.3. Dịch vụ việc làm trực tuyến	340
12.4. Thương mại di động (M-COMERCE)	346
12.5. Xuất bản trực tuyến	353
<b>Một số thuật ngữ</b>	<b>354</b>
<b>Tài liệu tham khảo</b>	<b>365</b>