



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN  
KHOA THƯƠNG MẠI - BỘ MÔN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Chủ biên: TS. TRẦN VĂN HOË

Giáo trình

# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## CĂN BẢN



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN  
BỘ MÔN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

\*\*\*\*\*

Chủ biên: TS. Trần Văn Hòe

*Giáo trình*

THƯƠNG MẠI  
ĐIỆN TỬ CĂN BẢN

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN  
HÀ NỘI - 2007

## 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 hóa 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. Sau lần xuất bản thứ nhất (năm 2006 tại Nhà xuất bản Thông kê), nhu cầu nghiên cứu, học tập về thương mại điện tử đặt ra cho tập thể tác giả phải hoàn thiện một số vấn đề cho lần xuất bản này. Tập thể tác giả thuộc Bộ môn Thương mại Quốc tế, Đại học Kinh tế Quốc dân gồm:

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

Giáo trình Thương mại điện tử căn bản lần này đã được chỉnh lý một số nội dung ở các chương 2,3,5,7,11 cho phù hợp với mức độ phát triển của thương mại điện tử. Các số liệu và dẫn chứng minh họa được cập nhật nhằm đáp ứng nhu cầu và nghiên cứu. Để phân biệt với các giáo trình Thương mại điện tử khác có tính chuyên sâu, tập thể tác giả đã nhất trí đổi tên giáo trình “Giáo trình Thương mại điện tử căn bản”. Giáo trình được sử dụng trong việc 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. Bộ môn Thương mại Quốc tế xin chân thành cảm ơn sự tiếp tục đóng góp ý kiến của Hội đồng thẩm định giáo trình Trường, của các giáo viên Khoa Thương mại, Bộ môn Thương mại Quốc tế, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân và tác giả của các tài liệu mà những người biên soạn đã tham khảo. Bộ môn 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 cùng các đơn vị có liên quan để giáo trình được 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 sĩ Trần Văn Hoè**

## MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	5
1.1. Khái niệm và đặc trưng của thương mại điện tử	5
1.2. Sự khác biệt của thương mại điện tử và thương mại truyền thống	10
1.3. Lợi ích và tác động của thương mại điện tử	13
1.4. Các điều kiện phát triển thương mại điện tử	25
1.5. Các mô hình thương mại điện tử	28
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ HẠ TẦNG KINH TẾ-XÃ HỘI CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	31
2.1. Khái niệm và vai trò của cơ sở hạ tầng kinh tế-xã hội trong hoạt động thương mại điện tử	31
2.2. Những yếu tố kinh tế-xã hội ảnh hưởng tới thương mại điện tử	32
2.3. Những yêu cầu về hạ tầng cơ sở kinh tế-xã hội cho thực hiện thương mại điện tử	35
2.4. Tạo lập môi trường kinh tế-xã hội cho thực hiện thương mại điện tử	38
2.5. Hạ tầng cơ sở kinh tế-xã hội cho phát triển thương mại điện tử ở nước ta	44
CHƯƠNG 3: CƠ SỞ HẠ TẦNG PHÁP LÝ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	51
3.1. Một số vấn đề pháp lý liên quan tới thương mại điện tử	51
3.2. Luật mẫu của UNCITRAL và luật giao dịch điện tử của một số quốc gia trên thế giới	60
3.3. Các văn bản pháp quy về giao dịch điện tử tại Việt Nam	74
CHƯƠNG 4: CƠ SỞ MẠNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	81

## **GIAO TRÌNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CĂN BẢN**

4.1. Mạng máy tính	81
4.2. Internet	83
4.3. Intranet	95
4.4. Extranet	99
<b>CHƯƠNG 5: TRANG MẠNG VÀ CƠ SỞ DỮ LIỆU CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b>	<b>103</b>
5.1. Cấu trúc cơ sở của thương mại điện tử	103
5.2. Trang mạng (website)	105
5.3. Cơ sở dữ liệu	110
5.4. Cơ sở dữ liệu khách hàng	123
<b>CHƯƠNG 6: AN NINH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b>	<b>127</b>
6.1. Vấn đề an ninh cho các hệ thống thương mại điện tử	127
6.2. Các khía cạnh của an ninh thương mại điện tử	130
6.3. Những nguy cơ đe dọa an ninh TMĐT	134
6.4. Một số giải pháp công nghệ đảm bảo an ninh trong thương mại điện tử	137
<b>CHƯƠNG 7: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (B2C)</b>	<b>153</b>
7.1. Thương mại điện tử B2C	153
7.2. Mô hình thương mại điện tử B2C	158
7.3. Các công cụ hỗ trợ khách hàng khi mua hàng trực tuyến	174
7.4. Dịch vụ khách hàng và quản trị quan hệ khách hàng	177
<b>CHƯƠNG 8: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ DOANH NGHIỆP (B2B)</b>	<b>183</b>
8.1. Khái niệm và đặc điểm thương mại điện tử B2B	183
8.2. Các phương thức thương mại điện tử B2B	187
8.3. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử giữa của doanh nghiệp	208

**TRUNG TÂM ĐÀO HỌC KỸ NĂNG THÔNG TIN**

## Mục lục

CHƯƠNG 9: SÀN GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (E-MARKETPLACE)	215
9.1. Khái quát về sàn giao dịch thương mại điện tử	215
9.2. Các phương thức giao dịch tại sàn giao dịch thương mại điện tử	225
CHƯƠNG 10: MARKETING ĐIỆN TỬ (E-MARKETING)	231
10.1. Marketing trong thời đại công nghệ thông tin và thương mại điện tử.	231
10.2. Nghiên cứu thị trường trên Internet	235
10.3. Quảng cáo trên Internet.	237
10.4. Marketing B2B và B2C	252
CHƯƠNG 11: THANH TOÁN TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	263
11.1. Từ các hệ thống thanh toán truyền thống tới hệ thống thanh toán điện tử.	263
11.2. Thanh toán điện tử	286
11.3. Các hệ thống thanh toán điện tử cơ bản	294
CHƯƠNG 12: CÁC ỨNG DỤNG KHÁC CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	309
12.1. Chính phủ điện tử	309
12.2. Dịch vụ du lịch trực tuyến	322
12.3. Dịch vụ việc làm trực tuyến	325
12.4. Thương mại di động (M-COMMERCE)	331
12.5. Xuất bản trực tuyến	337
MỘT SỐ THUẬT NGỮ	339
TÀI LIỆU THAM KHẢO	350