

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
SINH VIÊN: VŨ ĐẶNG THẢO UYÊN

ĐỀ TÀI:
XÂY DỰNG TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO NHÀ HÀNG
SAMWORN, HÀ NỘI

THÁI NGUYÊN, NĂM 2023



ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

THAI NGUYEN UNIVERSITY OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CHUYÊN NGÀNH: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CHO NHÀ HÀNG
SAMWORN, HÀ NỘI**

Giảng viên hướng dẫn: ThS.Đỗ Văn Đại

Sinh viên thực hiện: Vũ Đặng Thảo Uyên

Lớp: TMĐT K18CĐT

Mã số sv: DTC19H340122DT0025

Thái Nguyên, năm 2023

LỜI CẢM ƠN

Sau bốn năm học tập, rèn luyện tại trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông Thái Nguyên, cộng thêm khoảng thời gian thực tập tại Công ty TNHH Samwon Hà Nội (Nhà hàng Samwon Hà Nội), tôi đã tích lũy được cho bản thân mình được rất nhiều những kiến thức giá trị, quý báu, tham gia vào môi trường làm việc thực tế và có những trải nghiệm phong phú, kinh nghiệm tuyệt vời.

Tôi xin chân thành cảm ơn quý thầy cô giáo trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông Thái Nguyên nói chung và quý thầy cô giáo khoa Hệ thống thông tin kinh tế nói riêng. Cảm ơn các thầy cô đã đồng hành cùng tôi trong suốt những học kỳ qua, đã tận tình giảng dạy, truyền tải lượng kiến thức quý báu của mình tới tôi trong lĩnh vực Thương mại điện tử.

Đặc biệt, tôi xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc tới giáo viên hướng dẫn của tôi, thầy Đỗ Văn đại đã đồng hành cùng tôi, tận tình chỉ bảo tôi trong suốt thời gian từ khi bắt đầu đến khi kết thúc bài khóa luận tốt nghiệp này.

Tôi tự nhận thấy rằng, đề tài được chọn là một đề tài nghiên cứu phức tạp, thời gian nghiên cứu còn ngắn và trình độ bản thân vẫn còn nhiều hạn chế, nên bài khóa luận vẫn còn nhiều thiếu sót, rất mong có thể nhận được sự góp ý của quý thầy cô giáo để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan bản báo cáo khóa luận này do đích thân tôi thực hiện, dưới sự hướng dẫn của ThS. Đỗ Văn Đại, các kết quả được trình bày trong báo cáo là sản phẩm do tôi thực hiện trong quá trình nghiên cứu và làm việc. Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về kết quả thực hiện đề tài này.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2023

Sinh viên

Vũ Đặng Thảo Uyên

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG CHỮ CÁI VIẾT TẮT	1
DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ	2
LỜI MỞ ĐẦU	3
Chương 1. TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....	4
1.1. Tổng quan về thương mại điện tử.....	4
1.1.1. Khái niệm chung về thương mại điện tử.	4
1.1.2. Lịch sử hình thành thương mại điện tử.	11
1.1.3. Thực trạng phát triển thương mại điện tử.	16
1.2. Website thương mại điện tử.....	31
1.2.1. Khái niệm.	31
1.2.2. Chức năng của Website thương mại điện tử.	32
1.2.3. Đặc điểm và lợi ích của Website thương mại điện tử.	33
1.2.4. Những tiêu chí đánh giá Website thương mại điện tử.....	35
1.2.5. Những hành vi bị cấm trong hoạt động thương mại điện tử.	37
Chương 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU TẠI NHÀ HÀNG SAMWON HÀ NỘI.....	39
2.1. Thực trạng hoạt động kinh doanh và quảng bá thương hiệu tại nhà hàng samwon hà nội.	39
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH Samwon Hà Nội.	39
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Samwon Hà Nội.	41
2.1.3. Đánh giá các kết quả hoạt động kinh doanh.....	44
2.1.4. Thực trạng quảng bá thương hiệu.....	46
2.1.5. Ưu và nhược điểm của nhà hàng Samwon Hà Nội.	47
2.2. Đề xuất giải pháp.....	48
2.2.1. Xây dựng trang Website thương mại điện tử.	48
2.2.2. Các giải pháp khác.....	52
2.3. Phân tích thiết kế hệ thống.....	62
2.3.1. Khảo sát hiện trạng	62

2.3.2. Phân tích người dùng	63
2.2.3. Phân tích thành phần hệ thống.	64
2.2.4. Use case đăng nhập, đăng ký.	65
2.2.5. Use Case mua hàng.	66
Chương 3. ỨNG DỤNG TRANG TMĐT CHO NHÀ HÀNG SAMWON HÀ NỘI	68
3.1. Các bước tiến hành xây dựng trang TMĐT.....	68
3.2. Kết quả xây dựng trang TMĐT nhà hàng Samwon.	71
KẾT LUẬN	77
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	78

DANH MỤC BẢNG CHỮ CÁI VIẾT TẮT

TMĐT	:	Thương mại điện tử
TNHH	:	Trách nhiệm hữu hạn
WWW	:	World Wide Web
TBĐ	:	Thái Bình Dương
NĐ-CP	:	Nghị định – Chính phủ

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ

Hình 1. 1. Những trở ngại mà khách hàng gặp phải khi tham gia TMĐT.....	21
Hình 1. 2. Lý do khiến người dân chưa tham gia mua sắm trực tuyến.....	22
Hình 1. 3. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng website giai đoạn 2014-2016	23
Hình 1. 4. Tỷ lệ cập nhật thông tin lên website giai đoạn 2014-2016.....	23
Hình 2. 1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty TNHH Samwon Hà Nội	41
Hình 2. 2. Tổng mức và cơ cấu vốn kinh doanh của nhà hàng qua các năm	44
Hình 2. 3. Tổng mức và cơ cấu nguồn vốn KD của nhà hàng qua các năm	45
Hình 2. 4. Kết quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng qua các năm.....	46
Hình 2.5. Các thành phần của hệ thống	64
Hình 2.6. Sơ đồ Use Case đăng ký thành viên	65
Hình 2.7. Người dùng đăng ký, đăng nhập.	66
Hình 2.8. Biểu đồ trình tự mua hàng	66
Hình 3.1. Bước 1 quy trình tạo Web	68
Hình 3. 2 Bước 2 quy trình tạo Web	69
Hình 3. 3. Bước 3 quy trình tạo Web	70
Hình 3.4. Bước 4 quy trình tạo Web	70
Hình 3. 5. Trang chủ của trang Web Nhà hàng Samwon	71
Hình 3. 6. Phần giới thiệu của trang Web	72
Hình 3. 7. Phần thực đơn của trang Web	73
Hình 3. 8. Phần thông tin đặt hàng.....	74
Hình 3. 9. Phần tin tức của trang Web	75
Hình 3. 10. Phần chân của trang Web.....	75
Hình 3.11. Biểu tượng đăng ký tài khoản	76
Hình 3.12. Biểu tượng giỏ hàng và các trang mạng xã hội khác	76

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Tốc độ phát triển nhanh chóng của Internet cũng như thương mại điện tử đem đến vô vàn cơ hội mới cùng không ít khó khăn, thách thức cho các doanh nghiệp. Chúng đòi hỏi chủ thể trong nền kinh tế cần biết nắm bắt cơ hội, lường trước rủi ro để chạy đua cùng thị trường.

Hiện nay, Nhà hàng Samwon đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ với những cải tiến về công nghệ và chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh, quảng bá thương hiệu của nhà hàng lại chưa được chú trọng đúng mức. Hầu hết các khách hàng đến với nhà hàng đều thông qua các thông cụ trên Facebook hoặc tới trực tiếp cửa hàng. Hoạt động Xây dựng trang thương mại điện tử quảng bá thương hiệu hay quảng cáo, vẫn chưa được triển khai. Do đó, rất nhiều khách hàng tiềm năng đã không thể tiếp cận được với các dịch vụ mà nhà hàng mang lại.

Là một cửa hàng cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ăn uống, nhà hàng có đầy đủ điều kiện và tiềm lực để khai thác các cơ hội trên trang thương mại điện tử, cụ thể hơn là trang Website bán hàng đem lại.

Xuất phát những từ lý do đã nêu trên, tôi lựa chọn đề tài Xây dựng trang thương mại điện tử cho nhà hàng samworn, hà nội

2. Mục đích nghiên cứu:

Nghiên cứu phương pháp thực hiện và tạo dựng trang Website bán hàng.

Lên kế hoạch triển khai cụ thể cho trang Web nhằm xây dựng trang thông tin thu hút, dễ tiếp cận. Nâng cao khả năng nhận biết về sản phẩm, dịch vụ của nhà hàng với khách hàng mục tiêu, phát triển hoạt động kinh doanh.

3. Tình hình nghiên cứu:

Nghiên cứu các vấn đề liên quan đến trang thương mại điện tử, cũng như cách thức hoạt động và ứng dụng thực tế.

4. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu:

Phạm vi nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu cách xây dựng trang Web, ứng dụng chúng vào kinh doanh và quảng bá thương hiệu cho nhà hàng Samwon Hà Nội và chỉ nghiên cứu xây dựng trang Website thương mại điện tử.

Chương 1.

TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Tổng quan về thương mại điện tử.

1.1.1. Khái niệm chung về thương mại điện tử.

1.1.1.1. Các khái niệm về thương mại điện tử.

Cho đến hiện tại có nhiều định nghĩa khác nhau về thương mại điện tử. Các định nghĩa này xem xét theo các quan điểm, khía cạnh khác nhau. Theo quan điểm truyền thông, thương mại điện tử là khả năng phân phối sản phẩm, dịch vụ, thông tin hoặc thanh toán thông qua một mạng ví dụ Internet hay World Wide Web.

Theo quan điểm giao tiếp, thương mại điện tử liên quan đến nhiều hình thức trao đổi thông tin giữa doanh nghiệp với nhau, giữa khách hàng với doanh nghiệp và giữa khách hàng với khách hàng.

Theo quan điểm quá trình kinh doanh: thương mại điện tử bao gồm các hoạt động được hỗ trợ trực tiếp bởi liên kết mạng.

Theo quan điểm môi trường kinh doanh: thương mại điện tử là một môi trường cho phép có thể mua bán các sản phẩm, dịch vụ và thông tin trên Internet. Sản phẩm có thể hữu hình hay vô hình.

Theo quan điểm cấu trúc: thương mại điện tử liên quan đến các phương tiện thông tin để truyền: văn bản, trang web, điện thoại Internet, video Internet.

Sau đây là một số định nghĩa khác về thương mại điện tử:

Thương mại điện tử là tất cả các hình thức giao dịch được thực hiện thông qua mạng máy tính có liên quan đến chuyển quyền sở hữu về sản phẩm hay dịch vụ.

Theo Diễn đàn đối thoại xuyên Đại Tây Dương, thương mại điện tử là các giao dịch thương mại về hàng hoá và dịch vụ được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử.

Cục Thống kê Hoa kỳ định nghĩa thương mại điện tử là việc hoàn thành bất kỳ một giao dịch nào thông qua một mạng máy tính làm trung gian mà bao gồm việc chuyển giao quyền sở hữu hay quyền sử dụng hàng hoá và dịch vụ.