

# CÁC MÔ HÌNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



TS. Nguyễn Thị Thanh Hoa  
hoantt@ftu.edu.vn

# Tài liệu tham khảo

Giáo trình thương  
mại điện tử -  
ĐHNT

Electronic  
Commerce,  
Turban, 2018

Electronic  
Commerce,  
Laudon & Laudon  
2019

Electronic  
Commerce and  
the Law, Jay  
Forder, 2001

Báo cáo TMĐT,  
Bộ Công thương

Luật Giao dịch  
điện tử VN  
(2023), và các  
văn bản luật có  
liên quan

# Mô Hình Thương Mại Điện Tử

1. Định nghĩa về mô hình kinh doanh TMĐT
2. Các nhân tố của mô hình TMĐT
3. Phân loại các mô hình kinh doanh TMĐT

01

# Khái Niệm Mô Hình Kinh Doanh



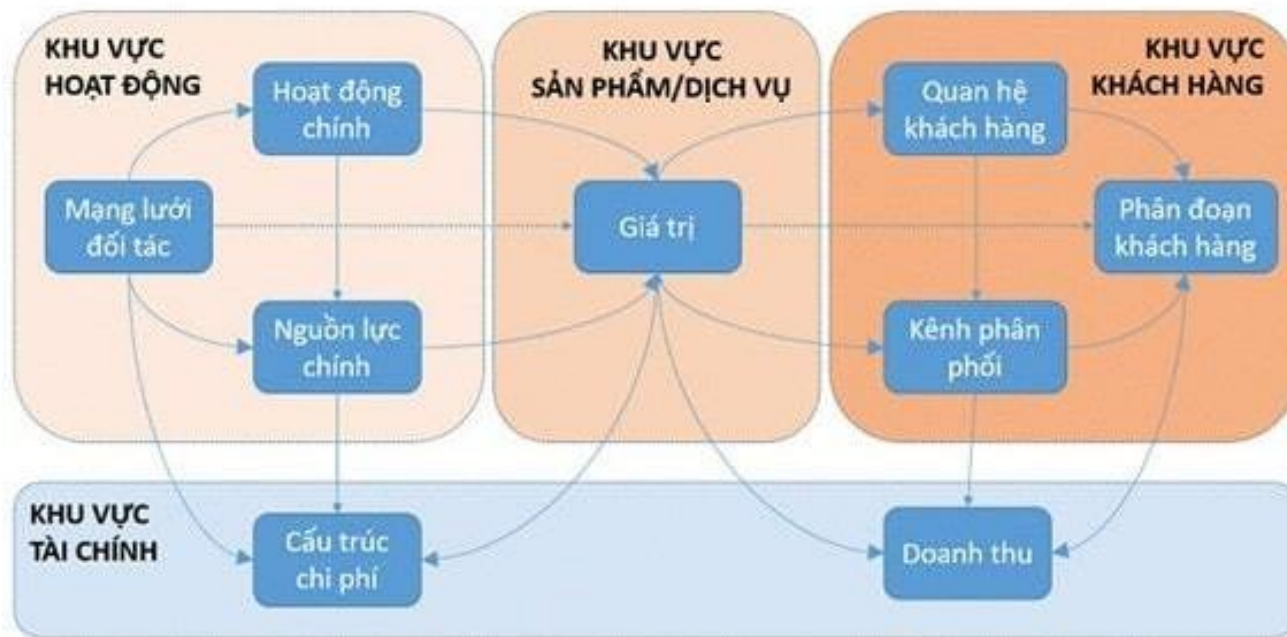
# Khái Niệm Mô Hình Kinh Doanh

“Mô hình kinh doanh của doanh nghiệp là một kế hoạch hay một hình mẫu mô tả doanh nghiệp đó cạnh tranh, sử dụng những nguồn lực, các quan hệ với khách hàng và lợi nhuận của doanh nghiệp như thế nào để tồn tại và phát triển”. (Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures", Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, 2005)

“Mô hình kinh doanh của doanh nghiệp là một đại diện đơn giản hóa lí luận kinh doanh của doanh nghiệp đó. Nó mô tả doanh nghiệp chào bán cái gì cho khách hàng, làm sao doanh nghiệp tìm đến và thiết lập quan hệ với khách hàng, qua những nguồn nào, những hoạt động và đối tác nào để đạt được điều đó và cuối cùng là, doanh nghiệp đó tạo ra lợi nhuận bằng cách nào”. ("How to Describe and Improve your Business Model to Compete Better", Alexander Osterwalder, 2004).

“Mô hình kinh doanh cho biết những giá trị mà doanh nghiệp đã đem lại cho khách hàng thông qua những nguồn lực nào, cách thức mà họ tiếp cận tới khách hàng thông qua những hoạt động nào và cuối cùng chỉ ra cách mà doanh nghiệp thu về lợi nhuận.” (Alibaba.com)

# Mô Hình Kinh Doanh



---

02

## Các Nhân Tố Của Mô Hình Thương Mại Điện Tử



# Các Nhân Tố Của Mô Hình TMĐT

Giá trị  
doanh nghiệp

Mô hình  
doanh thu

Cơ hội  
thị trường

Môi trường  
cạnh tranh

Lợi thế  
cạnh tranh

Chiến lược thị  
trường

Cơ cấu  
tổ chức

Bộ máy  
quản lý



# Tuyên Bố Giá Trị

Là lời khẳng định về giá trị của sản phẩm/dịch vụ mà doanh nghiệp sẽ đem lại cho khách hàng. Điều này sẽ thu hút khách hàng và khiến cho khách hàng bỏ tiền ra để tiêu dùng sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ. Tuyên bố giá trị này sẽ phác họa ra những gói sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể cho từng phân khúc khách hàng của doanh nghiệp



# Tuyên Bố Giá Trị

- Để xác định tuyên bố giá trị cần trả lời câu hỏi:
  - Tại sao khách hàng chọn tiến hành giao dịch với doanh nghiệp anh chị mà không phải là doanh nghiệp khác.
  - Doanh nghiệp anh chị đã cung cấp cho khách hàng những giá trị gì mà các doanh nghiệp khác đã không làm hoặc không thể?

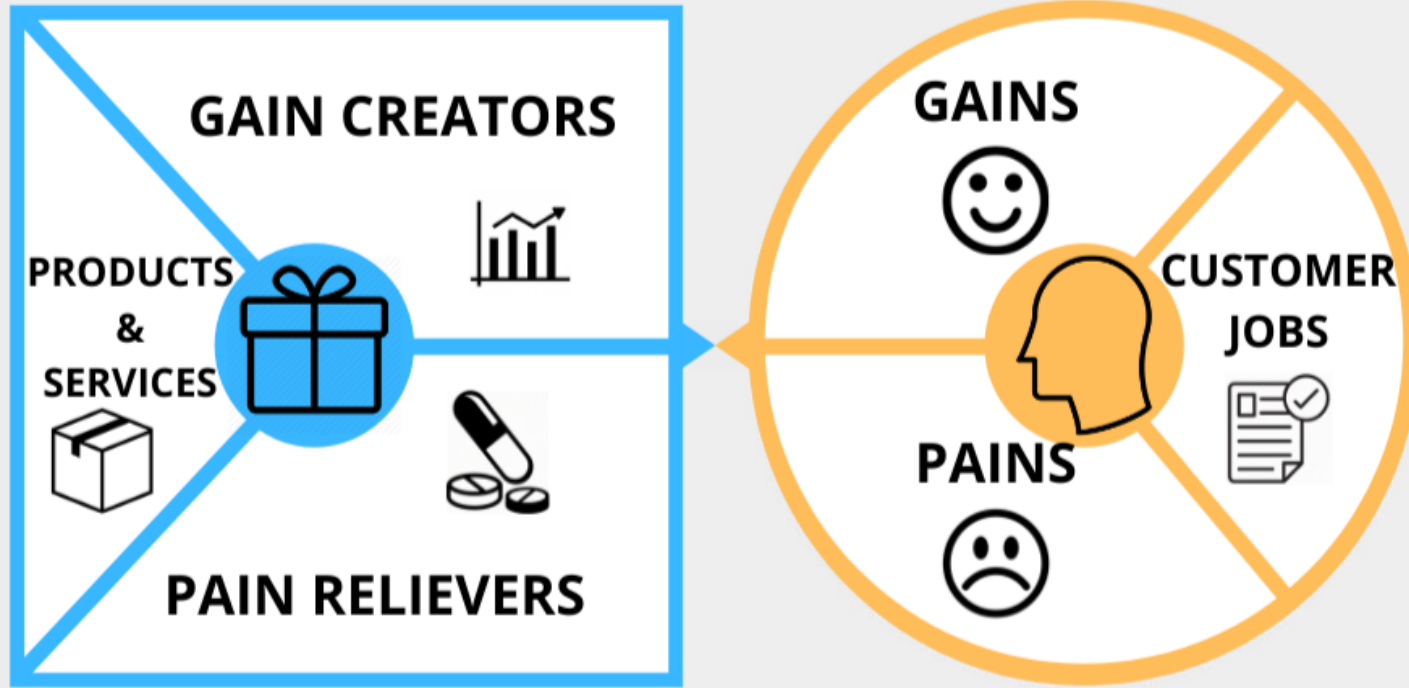


# Tuyên Bố Giá Trị

- Các giá trị trong TMĐT:
  - Cá nhân hóa/ Cá biệt hóa
  - Giảm nỗ lực, chi phí tìm kiếm
  - Thuận lợi hóa giao dịch: thời gian, chi phí giao nhận hàng
  - ...



# Khung Giải Pháp Giá Trị



# Khung Giải Pháp Giá Trị

## Chân Dung Khách Hàng

- Chọn một phân khúc khách hàng
- Xác định **Việc Cần Làm** của khách hàng và sắp xếp thứ tự ưu tiên tùy theo mức độ quan trọng của chúng đối với khách hàng.
- Xác định **Nỗi đau (pains)** của khách hàng
- Xác định **Mục tiêu (gains)**



# Chân Dung Khách Hàng Mục Tiêu

**Công ty/ Sản phẩm:**

## MỤC TIÊU VÀ GIÁ TRỊ

Mục tiêu:

Giá trị:

Tên:

Tuổi:

Giới tính:

Tình trạng hôn nhân:

Con cái:

Địa chỉ:



## VẤN ĐỀ VÀ KHÓ KHĂN

Vấn đề:

Khó khăn:

## NGUỒN THÔNG TIN

Sách:

Báo/ Tạp chí:

Mạng xã hội:

Blog/ Trang web:

Sự kiện/ Hội thảo:

Khác:

Quan điểm:

Nghề nghiệp:

Chức danh:

Thu nhập:

Trình độ học vấn:

Khác:

## TRỞ NGẠI VÀ VAI TRÒ

Trở ngại khi mua hàng:

Vai trò trong quá trình mua hàng:

# Xây Dựng Chân Dung Khách Hàng Mục Tiêu

- **Đặc Điểm:** Cung cấp một mô tả ngắn về KH mục tiêu.
- **Mục Tiêu & Giá Trị:** Mô tả những gì KH mục tiêu muốn đạt được, bao gồm một số mục tiêu liên quan đến cuộc sống của khách hàng và sản phẩm/dịch vụ của DN
- **Vấn Đề & Khó Khăn:** Mô tả một/một số điểm đau cụ thể mà khách hàng mục tiêu đang gặp phải ngăn cản họ đạt được mục tiêu của mình.
- **Nguồn Thông Tin:** liệt kê các nguồn thông tin họ thường sử dụng
- **Trở Ngại & Vai Trò:** Mô tả các trở ngại khiến KH không mua hàng và vai trò của họ trong quá trình mua hàng.

# Các Nhóm Đặc Điểm Của Khách Hàng Mục Tiêu

- **Nhân khẩu học** – Tuổi, giới tính, thu nhập, nghề nghiệp, chức danh
- **Địa lý** – Thành phố, tỉnh, quốc gia, khu vực,...
- **Tâm lý học** – Giá trị, thái độ, lối sống
- **Hành vi của khách hàng**
- **Giai đoạn trong vòng đời khách hàng**



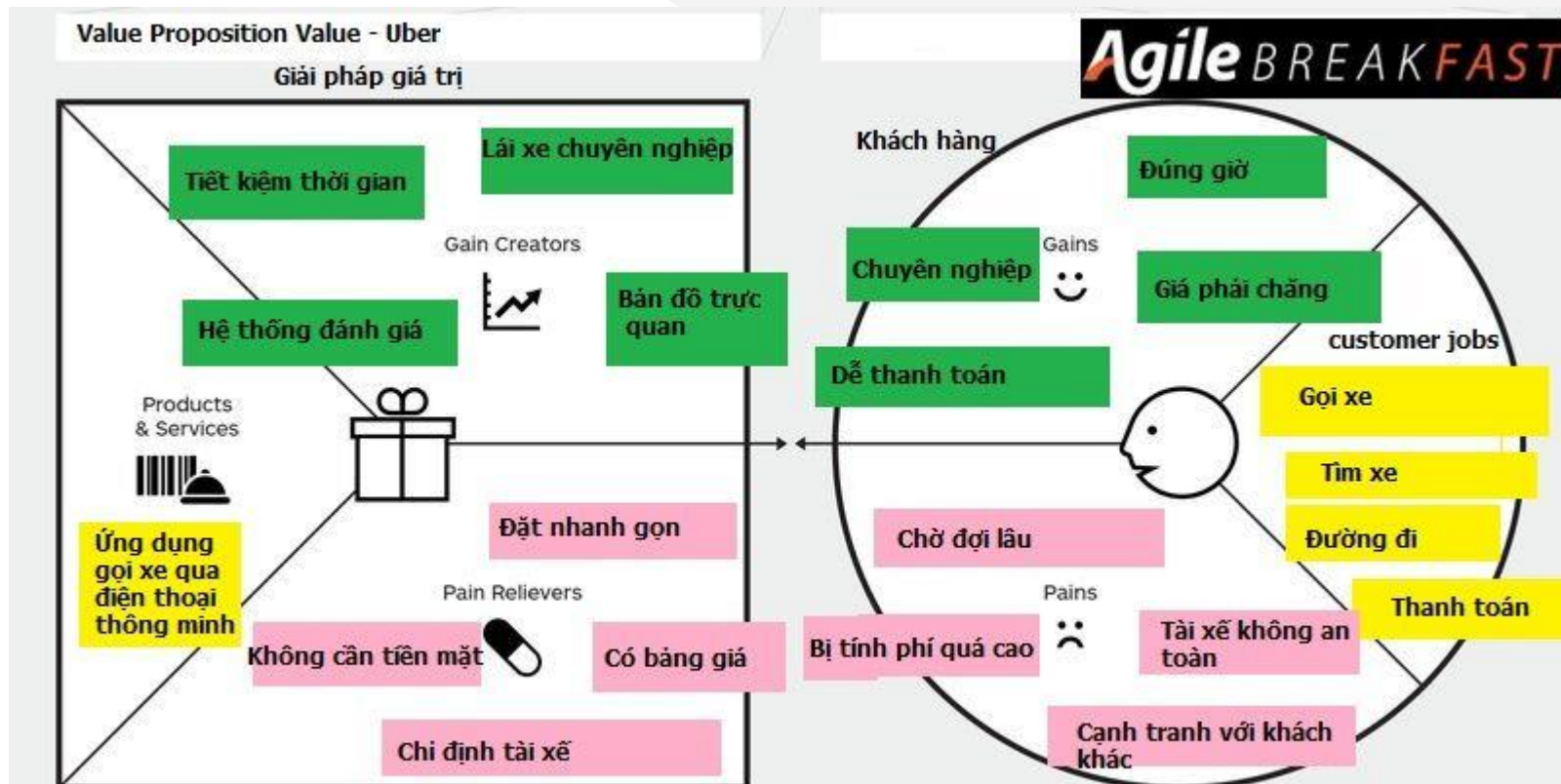
# Khung Giải Pháp Giá Trị

## Giải Pháp Giá Trị

- Sản phẩm & Dịch vụ: Danh sách những gì bạn cung cấp, có thể bao gồm dịch vụ, sản phẩm hoặc cả hai.
- Tạo lợi ích: Sản phẩm hoặc dịch vụ mang đến lợi ích gì cho khách hàng
- Giảm đau: Cách DN loại bỏ những thứ khiến khách hàng khó chịu.



# Khung Giải Pháp Giá Trị



# Tuyên Bố Giá Trị

“Chúng tôi giúp .....(khách hàng mục tiêu) .....(kết quả) thông qua .....(giải pháp).”



# Các Nhân Tố Của Mô Hình TMĐT

Giá trị  
doanh nghiệp

Mô hình  
doanh thu

Cơ hội  
thị trường

Môi trường  
cạnh tranh

Lợi thế  
cạnh tranh

Chiến lược thị  
trường

Cơ cấu  
tổ chức

Bộ máy  
quản lý

# Mô Hình Doanh Thu

1. Miêu tả cách thức mà công ty tạo ra doanh thu
2. Một số mô hình doanh thu chính trong thương mại điện tử:
  - Mô hình doanh thu quảng cáo
  - Mô hình doanh thu phí thuê bao
  - Mô hình doanh thu phí giao dịch
  - Mô hình doanh thu bán hàng
  - Mô hình doanh thu liên kết (CPA, CPC),

# Các Nhân Tố Của Mô Hình TMĐT

Giá trị  
doanh nghiệp

Mô hình  
doanh thu

Cơ hội  
thị trường

Môi trường  
cạnh tranh

Lợi thế  
cạnh tranh

Chiến lược thị  
trường

Cơ cấu  
tổ chức

Bộ máy  
quản lý

---

03

## Phân Loại Mô Hình Thương Mại Điện Tử



# Phân Loại Mô Hình Kinh Doanh

- Theo đối tượng tham gia
- Theo mức độ số hóa
- Theo mô hình doanh thu
- Theo phương thức kết nối
- Theo giá trị đem lại cho khách hàng



# Phân loại theo đối tượng tham gia

	<b>Chính phủ (G)</b>	<b>Doanh nghiệp (B)</b>	<b>Người tiêu dùng ( C )</b>
<b>Chính phủ (G)</b>	<b>G2G</b> <b>ELVIS (Vn-Mỹ)</b>	<b>G2B</b> <b>Hải quan điện tử</b>	<b>G2C</b> <b>Dịch vụ công</b> <b>TNCNonline.com.vn</b>
<b>Doanh nghiệp (B)</b>	<b>B2G</b> <b>Đấu thầu công</b>	<b>B2B</b> <b>Alibaba.com</b> <b>Ecvn.com.vn</b>	<b>B2C</b> <b>Amazon.com</b> <b>Raovat.com.vn</b>
<b>Người tiêu dùng(C )</b>	<b>C2G</b> <b>Ato.gov.au</b>	<b>C2B</b> <b>Priceline.com</b> <b>Vietnamwork.com</b>	<b>C2C</b> <b>Ebay.com</b> <b>Chodientu.vn</b>

# Một số mô hình TMĐT B2C

- Mô hình cổng thông tin
- Mô hình bán lẻ trực tuyến
- Mô hình nhà cung cấp nội dung
- Mô hình môi giới giao dịch
- Mô hình người tạo lập thị trường
- Mô hình nhà cung cấp dịch vụ
- Mô hình người tạo lập cộng đồng

# Mô hình cổng thông tin

- Cung cấp công cụ tìm kiếm mạnh cộng với tích hợp các gói nội dung và dịch vụ
- Kết hợp giữa mô hình doanh thu phí giao dịch, doanh thu quảng cáo, doanh thu thuê bao
- Thông tin trên cổng thông tin có thể rất chung hoặc chuyên biệt về một lĩnh vực.

# Mô hình bán lẻ trực tuyến

- Đây là hình thức các nhà bán lẻ truyền thống tiến hành hoạt động bán hàng trực tuyến. Rào cản để triển khai mô hình này là rất ít.
- Một số loại hình bán lẻ trực tuyến như:
  - Bán lẻ tuyến thuần túy
  - Bán lẻ trực tuyến kết hợp cả hình thức bán hàng truyền thống
  - Bán hàng theo catalog
  - Nhà sản xuất bán hàng trực tiếp thông qua web

# Mô hình cung cấp nội dung

- Doanh nghiệp cung cấp các nội dung số hóa như thông tin, chương trình, trò chơi giải trí thông qua web.
- Doanh thu của doanh nghiệp có thể từ phí thuê bao, quảng cáo, phí tải nội dung

# Mô hình môi giới giao dịch

- Xử lý các giao dịch trực tuyến cho khách hàng
- Giá trị quan trọng mà doanh nghiệp đem lại cho khách hàng: tiết kiệm thời gian và tiền của
- Mô hình doanh thu điển hình của loại hình này là mô hình phí giao dịch
- Thông thường những ngành công nghiệp lớn mới sử dụng mô hình như: dịch vụ tài chính, dịch vụ du lịch, dịch vụ tìm kiếm việc làm

# Mô hình người tạo lập thị trường

- Sử dụng công nghệ internet nhằm kết nối người mua và người bán lại với nhau
- Mô hình doanh thu điển hình của loại hình này là mô hình phí giao dịch

# Mô hình nhà cung cấp dịch vụ

- Cung cấp dịch vụ trực tuyến ( Google maps, google docs), e.g. Google: Google Maps, Google Docs, etc.
- Giá trị định vị: thuận tiện, tiết kiệm thời gian, chi phí thấp, thay thế cho các nhà cung cấp dịch vụ truyền thống
- Mô hình doanh thu từ phí thuê bao, thanh toán tức thì



# Mô hình xây dựng cộng đồng

- Tạo một môi trường mạng xã hội nơi mà những người có cùng sở thích có thể gặp và giao tiếp với nhau
- Mô hình doanh thu có thể kết hợp nhiều mô hình với nhau bao gồm mô hình phí quảng cáo, phí thuê bao, doanh thu bán hàng, phí giao dịch và phí liên kết.

## Các mô hình thương mại điện tử B2C chính

Mô hình	Hình thức	Ví dụ	Miêu tả	Mô hình doanh thu
Cổng	Cổng thông tin	Yahoo.com; Aol.com	Đưa ra gói sản phẩm tích hợp giữa cung cấp nội dung và tìm kiếm nội dung, tin tức, email, chat, tải nhạc, xem film, lịch....	Quảng cáo, phí thuê bao, phí giao dịch
	Nhà bán lẻ trực tuyến	Amazon.com	Cửa hàng bán lẻ trực tuyến nơi khách hàng có thể mua hàng vào mọi lúc mà không phải đi ra khỏi nhà hoặc văn phòng	Bán hàng
	DN truyền thống bán TMDT	Walmart.com	Kênh phân phối hàng trực tuyến cho công ty có cửa hàng truyền thống	Bán hàng
	DN bán hàng theo catalog	LilianVernon.com	Catalog điện tử	Bán hàng
	Nhà sản xuất phân phối trực tiếp	Dell.com Sony.com	Nhà sản xuất phân phối trực tiếp qua môi trường mạng	Bán hàng
Nhà cung cấp nội dung	Tìm kiếm	Google.com	Đưa ra những dịch vụ tìm kiếm	Quảng cáo, giới thiệu, liên kết
		CNN.com	Các nhà cung cấp thông tin và chương trình giải trí như báo chí, trang web thể thao...sẽ cung cấp cho khách hàng những thông tin cập nhật cũng như những thông tin hữu ích, những mẹo vặt.	Quảng cáo, phí thuê bao, liên kết, giới thiệu
Môi giới giao dịch		Expedia.com ; Etrade.com	Người trung gian xử lý các giao dịch bán hàng trực tuyến như môi giới chứng khoán, đại lý du lịch nhằm phát huy năng lực cạnh tranh của khách hàng bằng cách giúp họ có thể tiến hành các giao dịch với tốc độ nhanh hơn và chi phí rẻ hơn	Phí giao dịch
Người tạo lập thị trường		eBay.com	Kinh doanh trên môi trường mạng bằng cách sử dụng internet để tạo ra thị trường.	Phí giao dịch
Nhà cung cấp dịch vụ		VisaNow.com	Kiểm tiền bằng cách cung cấp cho người dùng dịch vụ hơn là sản phẩm hàng hóa	Bán dịch vụ
Xây dựng cộng đồng		Facebook.com Myspace.com	Trang mà các cá nhân có chung sở thích, sở thích. Đây là mạng xã hội	Quảng cáo, phí thuê bao, liên kết, giới thiệu

# Mô hình TMĐT B2B - Business-to-business

- Là mô hình thương mại điện tử mà các doanh nghiệp sẽ tiến hành các giao dịch thông qua mạng internet, extranet, intranet hoặc mạng riêng.
- Số lượng giao dịch chiếm khoảng 10%, nhưng giá trị giao dịch lên tới 85% tổng giá trị giao dịch từ hoạt động thương mại điện tử

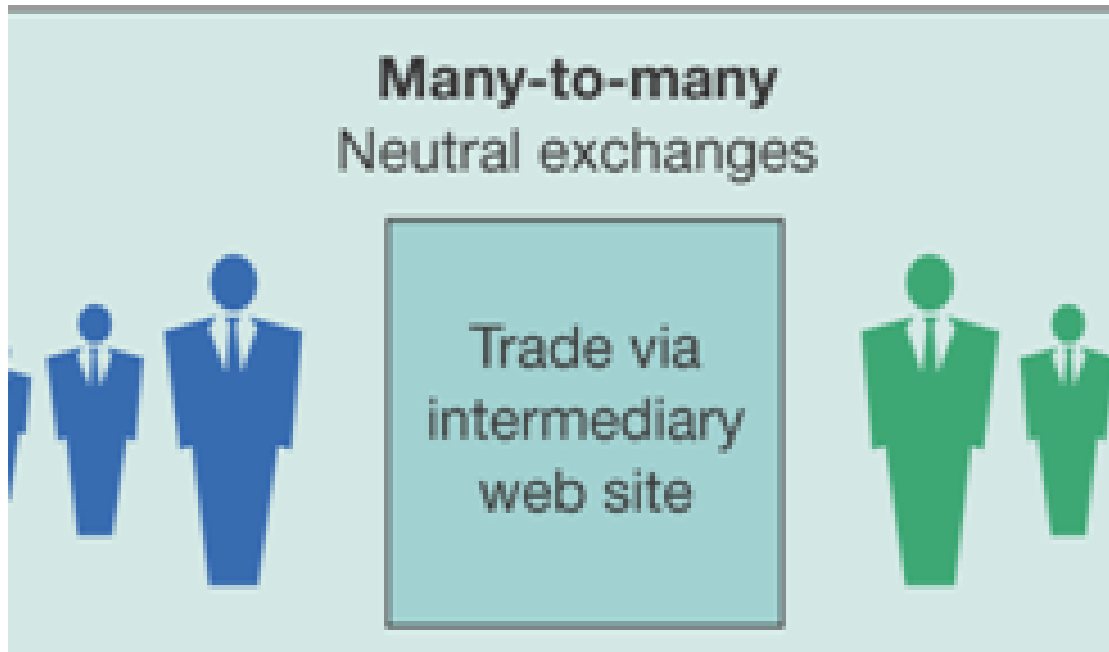
# Mô hình TMĐT B2B

- Mô hình phân phối trực tuyến
- Mô hình mua sắm trực tuyến
- Mô hình sản giao dịch



- Cho phép các nhà cung cấp truy cập vào cổng thông tin điện tử của doanh nghiệp
- Mô hình doanh thu từ phí giao dịch, phí sử dụng, phí cấp chứng nhận hàng năm
- Mô hình này còn gọi là mô hình thương mại điện tử phía người mua (buy-side)

Mô hình mua sắm  
trực tuyến



## Mô hình sàn giao dịch

- Sàn giao dịch điện tử nơi người mua và nhà cung cấp có thể tiến hành giao dịch trên đây
- Thường được sở hữu bởi một công ty độc lập
- Mô hình doanh thu là từ phí giao dịch, phí dịch vụ, phí thành viên, phí quảng cáo.
- Đây được xem như là cổng thông tin cho các doanh nghiệp

## MÔ HÌNH KINH DOANH B2B

Mô hình kinh doanh	Ví dụ	Miêu tả	Mô hình doanh thu
Phân phối điện tử	Grainger.com Partstore.com	Công ty cung cấp trực tiếp hàng hóa và dịch vụ tới các doanh nghiệp cá nhân ( có catalog trực tuyến)	Bán hàng
Mua sắm điện tử	Ariba.com Perfectcommerce.com	Công ty sẽ tạo lập một thị trường số hóa cho gắn kết những nhà cung cấp và người mua lại với nhau	Phí cho dịch vụ tạo lập thị trường, quản trị chuỗi cung ứng và dịch vụ thực hiện đơn hàng
Sàn giao dịch	Farms.com Foodtrader	Là thị trường số hóa độc lập nơi các nhà cung cấp và người mua có thể tiến hành các giao dịch	Phí và hoa hồng cho từng giao dịch
Sàn giao dịch ngành	Elemica.com Exostar.com	Sàn giao dịch ảo phục vụ cho từng ngành kinh doanh	Phí và hoa hồng cho từng giao dịch

# Mô hình TMĐT C2C

- Là mô hình thương mại điện tử mà tại đó người tiêu dùng sẽ bán trực tiếp các sản phẩm, dịch vụ tới người tiêu dùng khác.
- Giá trị giao dịch chỉ chiếm khoảng 10% tổng giá trị thương mại điện tử toàn cầu
- Ví dụ: Ebay.com



# Mô hình chính phủ điện tử (G2C, G2B, G2E)

- Là mô hình thương mại điện tử mà tại đó chính phủ sẽ mua hoặc cung cấp hàng hóa, dịch vụ hay thông tin cho doanh nghiệp hoặc các cá nhân.
- Một số hoạt động như thu và quản lý thuế, đấu giá điện tử, mua sắm theo nhóm, mua sắm điện tử cho chính phủ