

## Chương 2: Các mô hình TMĐT: Mô hình B2B – Mua và bán trong các thị trường điện tử tư nhân

Ts. Nguyễn Việt Khôi  
E-mail: [khoivnu@gmail.com](mailto:khoivnu@gmail.com)

© 2008 Pearson Prentice Hall, Electronic Commerce 2008, Efraim Turban, et al.

### TMĐT B2B là gì?

- Là mô hình TMĐT trong đó các giao dịch diễn ra giữa các doanh nghiệp hoạt động thương mại qua mạng internet, extranet, intranet hoặc các mạng tư nhân.

5-2

## Sự phát triển của TMĐT B2B

				Quản lý ứng dụng không phải công nghệ thông tin
		Thúc đẩy thương mại cộng tác		Hợp nhất
		Cải thiện quản lý chuỗi cung ứng		Cộng tác với các nhà cung cấp và người mua
		Chính phủ điện tử	Ứng dụng thương mại di động	Quản lý quy trình kinh doanh trong và ngoài doanh nghiệp
		Ứng dụng cá biệt hóa phát triển	Quản lý quan hệ khách hàng trực tuyến	Công nghệ RFID và các công nghệ khác
		Hình thành các thị trường điện tử	Học tập trực tuyến	Các dịch vụ Web
Xuất bản và thúc đẩy kinh doanh	Hình thành cơ chế đấu giá B2C, B2B trực tuyến	Tạo thêm giá trị kinh doanh	Cho phép thực hiện đa kênh marketing	Hệ thống bán hàng thông minh/ chuyên nghiệp
<b>Thế hệ thứ nhất</b> 1995	<b>Thế hệ thứ 2</b> 1997	<b>Thế hệ thứ 3</b> 2000	<b>Thế hệ thứ 4</b> 2001	<b>Thế hệ thứ 5</b> 2002 trở đi

## Sự phát triển của thị trường B2B

- Thị trường B2B đã có sự phát triển mạnh trong giai đoạn 2000-2002 và hiện vẫn đang phát triển nhanh chóng

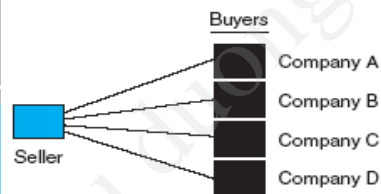
5-4

## Các loại hình giao dịch B2B cơ bản

- **Bên bán (Sell-side):** Một doanh nghiệp bán hàng hóa/ dịch vụ cho nhiều doanh nghiệp mua
- **Bên Mua (Buy-side):** Một doanh nghiệp mua hàng hóa/ dịch vụ của nhiều doanh nghiệp bán
- **Thị trường B2B (Exchanges):** nhiều doanh nghiệp bán cho nhiều doanh nghiệp mua
- **Cải thiện hiệu quả chuỗi cung ứng và thương mại cộng tác (Supply chain improvements and collaborative commerce):** Gồm nhiều hoạt động khác ngoài mua và bán giữa các đối tác kinh doanh, VD: giao tiếp, chia sẻ thông tin, liên kết thiết kế, lên kế hoạch...

5-5

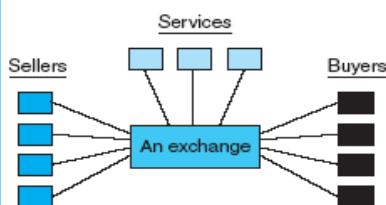
### EXHIBIT 5.2 Types of B2B E-Commerce



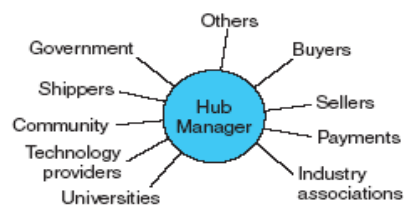
(a) Sell-Side B2B



(b) Buy-Side B2B



(c) Electronic Exchange



(d) Supply Chain Improvements and Collaborative Commerce

5-6

### Các loại hình THỊ TRƯỜNG B2B trực tuyến cơ bản

- Một doanh nghiệp bán cho nhiều doanh nghiệp và nhiều doanh nghiệp bán cho một doanh nghiệp: thị trường trực tuyến tư nhân (**One-to-many and many-to-one: private e-marketplaces**): Thương mại điện tử nhằm vào nhu cầu mua của 1 công ty (nhiều người bán cho 1 người – bên mua) hoặc nhu cầu bán của 1 công ty (một người bán cho nhiều người – bên bán)
- **Thị trường điện tử tư nhân (private e-marketplaces)**: Các thị trường trong đó bên bán hoặc bên mua có quyền kiểm soát hoàn toàn sự tham gia vào các giao dịch mua hoặc bán.

5-7

### Các loại hình THỊ TRƯỜNG B2B trực tuyến cơ bản (2)

- Thị trường điện tử B2B (Many to many: exchanges – các cộng đồng mua bán hoặc thị trường mua bán): là các thị trường điện tử được sở hữu và điều hành bởi một bên thứ ba hoặc một liên minh các công ty, trong đó nhiều người mua và nhiều người bán gặp gỡ trực tuyến để mua bán với nhau.

5-8

### Các loại hình THỊ TRƯỜNG B2B trực tuyến cơ bản (3)

- Thị trường điện tử công cộng (public e-marketplaces): là thị trường bên thứ ba mở cửa cho tất cả các bên quan tâm (người mua và người bán)
- Thương mại cộng tác và thị trường chuỗi cung ứng (collaborative commerce, supply chain improvers)

5-9

### Các bên tham gia TMĐT B2B

- Các bên tham gia vào giao dịch gồm có người mua, người bán và các trung gian.
- Trung gian trực tuyến là những người môi giới giao dịch trực tuyến giữa người mua và người bán, họ có thể là những trung gian điện tử thuần túy hoặc hỗn hợp

5-10

## Các loại giao dịch B2B

- **Mua giao ngay (spot buying):** việc mua bán hàng hóa/ dịch vụ thiết yếu thường tại mức giá thị trường phổ biến.
- **Nguồn cung chiến lược (strategic (systematic) sourcing):** việc mua bán bằng các hợp đồng dài hạn thường dựa trên đàm phán giữa người mua và người bán.

5-11

## Các loại nguyên vật liệu được giao dịch

- **Nguyên liệu trực tiếp (direct materials):**  
Là nguyên liệu được trực tiếp dùng để sản xuất ra hàng hóa (VD: sắt trong sản xuất oto, giấy cho sx sách...)
- **Nguyên liệu gián tiếp (indirect materials):**  
là những nguyên liệu được dùng để hỗ trợ việc sản xuất hàng hóa (VD: điện, bóng đèn điện, các đồ dùng văn phòng...)
- **Bảo trì, sửa chữa, điều hành (MRO - maintenance, repair, and operation):** là các nguyên liệu gián tiếp được sử dụng để hỗ trợ sản xuất

5-12

## Hướng giao dịch thương mại (direction of trade)

- **Các thị trường theo chiều dọc (vertical marketplaces):** là các thị trường trong một ngành công nghiệp hoặc trong một nhánh của ngành (VD: thép, các hóa chất)
- **Các thị trường theo chiều ngang (Horizontal marketplaces):** là các thị trường tập trung vào dịch vụ, các nguyên liệu hoặc sản phẩm mà được sử dụng trong tất cả các ngành công nghiệp (VD: Văn phòng phẩm, Máy tính điện tử, du lịch...)

5-13

### EXHIBIT 6.2 Classification of B2B Exchanges

	Direct	Indirect (MRO)
Strategic (Systematic) Sourcing	<b>(1) Vertical Distributors</b> <i>plastics.com</i> <i>epapertrade.com</i> Methods: Aggregation, fixed/negotiated prices	<b>(2) Horizontal E-Distributors</b> <i>grainr.com</i> <i>staples.com</i> Methods: Aggregation, fixed/negotiated prices
Spot Sourcing	<b>(3) Vertical Exchanges</b> <i>isteelasia.com</i> <i>chemconnect.com</i> Methods: Matching, dynamic pricing	<b>(4) Horizontal Exchanges</b> <i>employease.com</i> <i>aribaSN</i> Methods: Matching, dynamic pricing

## Mối quan hệ chuỗi cung ứng trong B2B

- Quy trình chuỗi cung ứng gồm nhiều quy trình phụ hoạt động cùng một lúc:
  - Thu mua vật liệu từ người cung cấp
  - Sản xuất hàng hóa/ dịch vụ
  - Đóng gói và vận chuyển đến nhà phân phối/ bán lẻ
  - Phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng
- Một thị trường B2B trực tuyến tư nhân cung cấp cho công ty một chuỗi cung ứng hiệu quả và những khả năng để phối hợp trực tuyến

5-15

## Các ngành dịch vụ ảo trong B2B

- Du lịch
- Bất động sản
- Các dịch vụ tài chính
- Giao dịch chứng khoán trực tuyến
- Các dịch vụ trực tuyến khác

5-16



## Lợi ích của B2B

- Tạo ra các cơ hội bán hàng mới
- Loại bỏ các chi phí hành chính và bàn giấy
- Giảm thiểu chi phí tìm kiếm cho người mua
- Tăng năng suất cho nhân viên trong xử lý mua và bán
- Giảm thiểu lỗi và nâng cao chất lượng dịch vụ
- Làm cho sự sắp đặt sản phẩm trở nên dễ dàng hơn
- Giảm thiểu chi phí marketing và bán hàng cho người bán.

5-17

## Lợi ích của B2B (2)

- Giảm thiểu chi phí và các cấp lưu kho
- Cho phép cá biệt hóa với các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau
- Tăng cường sự linh hoạt trong sản xuất
- Giảm thiểu chi phí thu mua cho người mua
- Cung cấp các dịch vụ khách hàng hiệu quả
- Tăng cường các cơ hội cộng tác

5-18

## Hạn chế của B2B

- Có thể gây xung đột kênh
- Khó khăn trong điều hành các thị trường công cộng

5-19

## Một người bán cho nhiều người mua: Thị trường điện tử bên bán

- Một thị trường dựa trên ứng dụng web trong đó một công ty bán hàng hóa/ dịch vụ cho nhiều doanh nghiệp là người mua từ các danh mục hàng hóa điện tử hoặc đấu giá, thường thông qua một kết nối liên mạng.
  - Những người bán B2B có thể là những nhà sản xuất hoặc trung gian
  - Người bán B2B cung cấp nhiều dịch vụ khách hàng

5-20

## Một người bán cho nhiều người mua: Thị trường điện tử bên bán

- **Bán trực tiếp qua các danh mục hàng hóa**
  - Cá biệt hóa sản phẩm
  - Lợi ích và hạn chế
    - Lợi ích của bán trực tiếp qua các danh mục hàng hóa của B2B giống với B2C
    - Hạn chế:
      - Làm thế nào để tìm được người mua
      - Xung đột kênh
      - Chi phí đến khách hàng có thể cao

5-21

## Bán hàng qua các trung gian và nhà phân phối

- Những nhà sản xuất thường xuyên sử dụng các trung gian để phân phối hàng hóa đến những người mua, thường gọi là nhà phân phối
- Các trung gian thường mua hàng hóa từ nhiều người bán và tập hợp chúng vào một doanh mục hàng hóa để bán
- Ngày nay nhiều nhà phân phối cũng là người bán hàng trực tuyến

5-22

## Bán hàng bằng đấu giá

- **Lợi ích của việc bán hàng bằng đấu giá:**
  - Tăng doanh thu
  - Tiết kiệm chi phí
  - Tăng cường quan hệ khách hàng
  - Giữ giữ khách hàng qua đăng ký thành viên

5-23

## Thực hiện đấu giá qua website của công ty

- Tại sao công ty phải trả phí hoa hồng cho một trung gian nếu trung gian không cung cấp cho công ty các giá trị tăng thêm
- Nếu một công ty quyết định tiến hành đấu giá trên web của mình, công ty đó phải trả chi phí cho hạ tầng và điều hành web đấu giá.

5-24

## Đấu giá qua trung gian

- **Lợi ích:**

- **Không cần đầu tư thêm nguồn lực**
- Không mất phí thuê hay các chi phí cơ hội liên quan
- Cung cấp hàng hóa ra thị trường nhanh hơn
- Công việc thu thập làm hóa đơn được xử lý nhanh hơn bởi trung gian thay vì công ty phải tự làm

5-25

## Một người mua từ nhiều người bán: thị trường điện tử bên mua và thu mua điện tử (Buy-Side E-Marketplaces and E-Procurement)

- Thị trường điện tử bên mua là một website mua hàng của một công ty sử dụng đấu giá ngược (đấu thầu), thương lượng, mua theo nhóm hoặc bất cứ biện pháp thu mua điện tử nào khác.

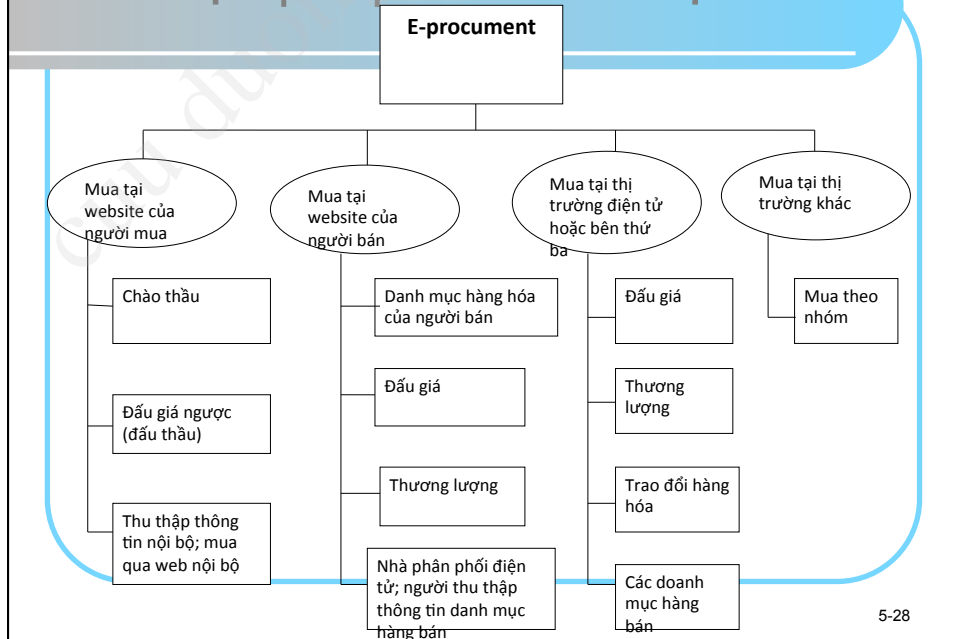
5-26

## Bảy hình thức thu mua điện tử chính:

- Mua nguyên vật liệu điện tử (e-sourcing)
- Chào thầu điện tử (e-tendering)
- Đấu giá ngược điện tử
- Thu thập và cung cấp thông tin điện tử (e-informing)
- Lên kế hoạch nguồn lực điện tử qua web
- Thị trường điện tử (E-marketsides)
- Sửa chữa, bảo dưỡng, điều hành điện tử (e-MRO)

5-27

## Các biện pháp thu mua điện tử



5-28

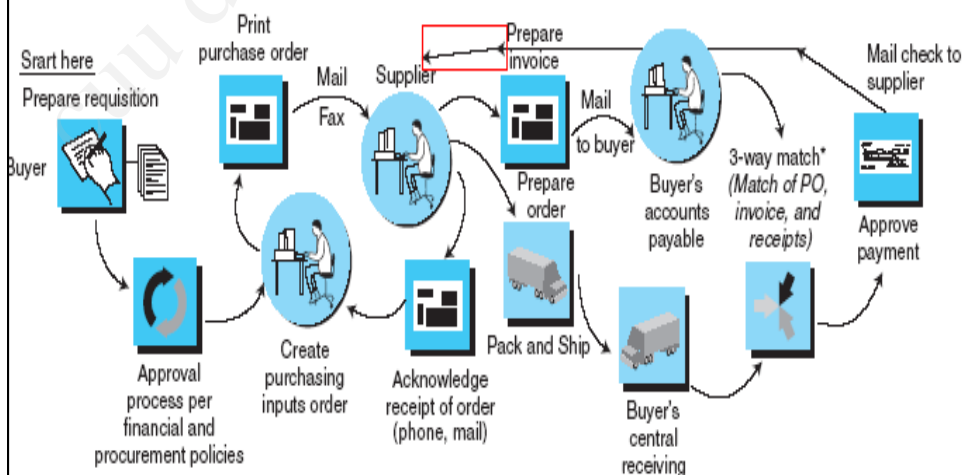
## Tính không hiệu quả của quản lý thu mua truyền thống

- **Quản lý thu mua (procurement management):** là việc lên kế hoạch, tổ chức và điều phối tất cả các hoạt động liên quan đến mua hàng hóa và dịch vụ cần thiết để hoàn thành sứ mệnh của một tổ chức
- **maverick buying:** việc thu mua không dự kiến trước các hàng hóa cần thiết, thường là với mức giá cao không thương thảo từ trước.

5-29

## One-from-Many: Buy-Side E-Marketplaces and E-Procurement

### EXHIBIT 5.4 A Traditional Procurement Process

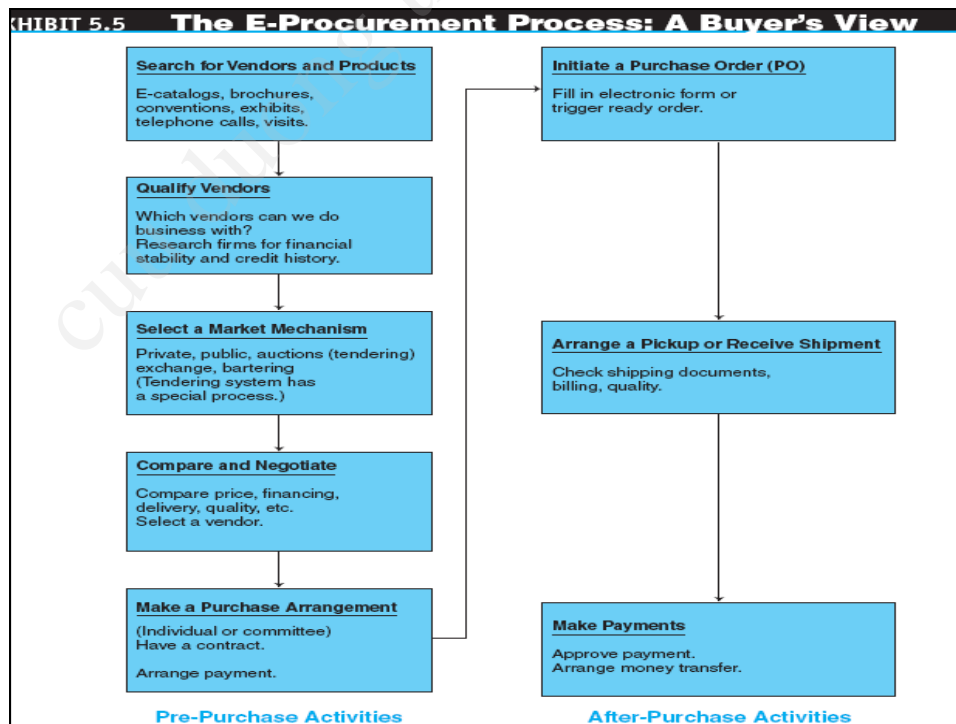


5-30

## Thu mua điện tử

- **Thu mua điện tử (e-procurement):** là việc mua hàng hóa và dịch vụ qua các mạng máy tính điện tử cho các tổ chức

5-31





### Mục đích và lợi ích của thu mua điện tử

- Tăng năng suất của các bên mua hàng
- Giảm giá bán
- Cải thiện dòng thông tin và quản lý thông tin
- Giảm thiểu các mua bán từ những người bán không có hợp đồng
- Tăng cường quá trình thanh toán và tiết kiệm qua thanh toán trước (expedited payments)
- Thiết lập các mối quan hệ cung cấp cộng tác hiệu quả
- Đảm bảo giao hàng đúng hạn
- Giảm thiểu thời gian xử lý đơn hàng bằng các công cụ tự động

5-33

### Mục đích và lợi ích của thu mua điện tử

- Giảm thiểu yêu cầu về kỹ năng và các nhu cầu đào tạo của các đại lý bán hàng
- Giảm thiểu số lượng nhà cung cấp
- Tối ưu quy trình bán hàng
- Tối ưu giải quyết tranh chấp và phát hành hóa đơn
- Giảm chi phí xử lý hành chính
- Tìm kiếm nhà cung cấp và người bán có thể cung cấp hàng hóa/dịch vụ nhanh và rẻ
- Kết hợp kiểm soát ngân quỹ vào quá trình thu mua
- Giảm thiểu những lỗi cá nhân trong quá trình thu mua
- Giám sát và điều chỉnh được hành vi mua hàng

5-34

### Thu mua nguyên liệu điện tử (e-sourcing)

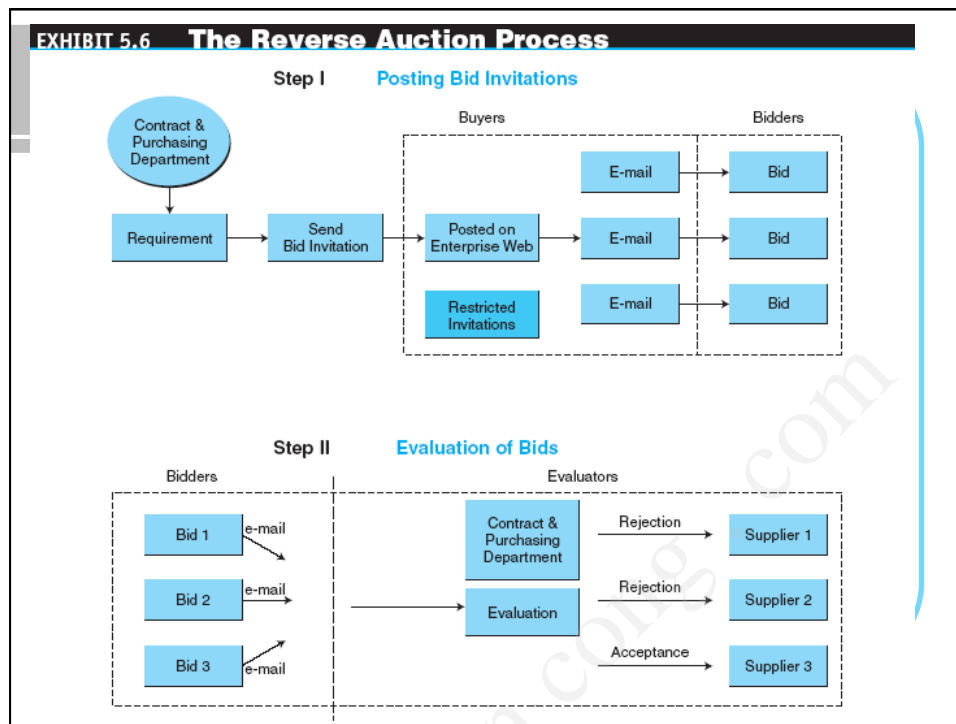
- Là qui trình và các công cụ cho phép bất cứ hoạt động trực tuyến diễn ra đối với việc mua nguyên liệu, như là đệ trình gói thầu/ chào giá và trả lời, đấu giá điện tử, thương lượng điện tử và phân tích tiêu dùng.

5-35

### Thị trường điện tử bên mua: đấu giá ngược (đấu thầu)

- **Yêu cầu giá (request for quote (RFQ)**  
lời mời tham gia vào một hệ thống đấu thầu (bidding system)

5-36



## Những biện pháp thu mua điện tử khác

- Thị trường thu mua nội bộ (internal procurement marketplace): Các danh mục hàng hóa của tất cả các nhà cung cấp được chấp thuận được gom vào một danh mục điện tử nội bộ
- Mua hàng tại bàn (desktop purchasing): việc mua hàng trực tiếp từ thị trường điện tử mà không có người giám sát và không có sự can thiệp của phòng thu mua

5-38

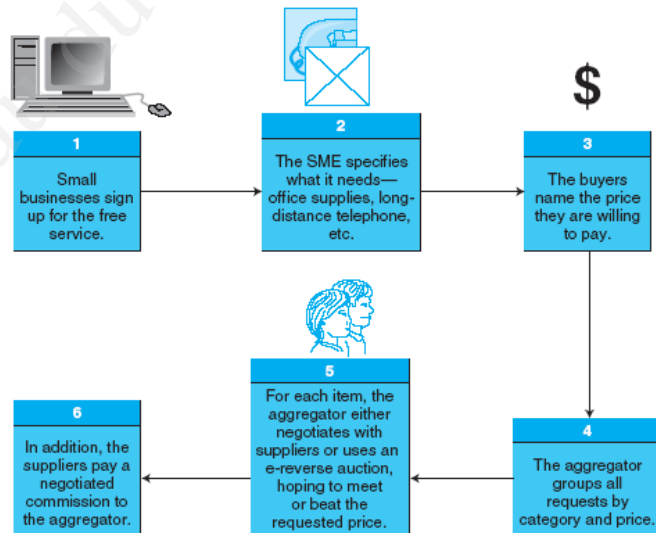
## Những biện pháp thu mua điện tử khác

- Nhóm mua (group purchasing): là sự tập hợp các đơn hàng từ một số người mua để mua theo khối lượng lớn do đó có thể thương lượng giá tốt hơn.
  - Tập hợp nội bộ
  - Tập hợp các đơn hàng ở ngoài tổ chức

5-39

## Other E-Procurement Methods

### EXHIBIT 5.7 The Group Purchasing Process



5-40

## Các phương pháp thu mua điện tử khác

- **Mua từ nhà phân phối điện tử**
- **Mua hàng trực tiếp**
- **Trao đổi hàng điện tử (Electronic Bartering)**
  - **Thị trường trao đổi hàng**
  - Một trung gian liên kết các bên trong một cuộc trao đổi; một công ty đệ trình mức cung của nó trên thị trường và nhận điểm mà có thể dùng để mua các hàng hóa mà công ty đó cần từ những người tham gia khác.
  - **Mua trên thị trường điện tử hoặc các siêu thị ngành.**

5-41

## Tự động hóa các nhiệm vụ B2B

- **Quản lý hợp đồng**
  - Phần mềm quản lý phần mềm có thể:
    - Giảm thời gian thương thảo hợp đồng
    - Cải thiện việc phát triển và phân tích hợp đồng bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.
    - Cho phép tiêu chuẩn hóa các hợp đồng trên toàn doanh nghiệp
    - Cải thiện việc thấu hiểu các rủi ro liên quan đến hợp đồng
    - Cung cấp một quy trình chấp thuận hiệu quả hơn

5-42

## Tự động hóa các nhiệm vụ B2B

### • Quản lý chi tiêu

- Các công cụ và đặc điểm có thể tìm thấy trong các phần mềm quản lý chi tiêu:
  - Công cụ thu thập dữ liệu nhà kho để quản lý dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau
  - Quản lý dữ liệu của các hợp đồng, danh mục hàng hóa của nhà cung cấp và nội dung sản phẩm
  - Quản lý dữ liệu giá cả
  - Các công cụ báo cáo và phân tích việc mua bán theo chuẩn
  - Cập nhật và báo cáo các giao dịch mua - bán

5-43

## Tự động hóa các nhiệm vụ B2B

### • Thương lượng và quản lý việc thu mua nguyên liệu:

- So sánh các gói thầu
- Loại bỏ các dữ liệu thừa, đơn giản hóa dữ liệu quản lý và giảm thiểu rủi ro về tính xác thực của dữ liệu
- Đánh giá các tiêu chuẩn để tính toán tổng giá trị bên cung cấp đề nghị
- Cung cấp mô hình chi phí mua với những người thắng thầu, tuyển chọn và xếp hạng
- Đấu giá ngược và các gói thầu được đóng dấu, với một loại các đặc điểm như thời gian và mã gói thầu
- Các công cụ hỗ trợ đàm phán

5-44

## Cơ sở hạ tầng cho B2B

- Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (electronic data interchange (EDI): là hệ thống cho phép trao đổi điện tử các văn bản kinh doanh theo chuẩn như hóa đơn, đơn hàng, các xác nhận được thực hiện giữa các đối tác kinh doanh
- Các mạng giá trị gia tăng (value-added networks (VANS): bên thứ ba quản lý các mạng hỗ trợ các dịch vụ liên lạc và an ninh để hỗ trợ việc chuyên chở nói chung.
- EID dựa trên web (Internet-based (Web) EDI): Hệ thống chạy trên nền internet và cho phép truy cập rộng rãi, bao gồm các công ty vừa và nhỏ.

5-45

## Kết hợp (Integration)

- Kết hợp với các hạ tầng và ứng dụng nội bộ trong doanh nghiệp
- Kết hợp với các đối tác kinh doanh

5-46

## Managerial Issues

1. Can we justify the cost of B2B?
2. Which vendor(s) should we select?
3. Which B2B model(s) should we use?
4. Should we restructure our procurement system?
5. What are the ethical issues in B2B?
6. Will there be *massive* disintermediation?
7. How can trust and loyalty be cultivated in B2B?
8. How is mobile B2B done?

5-47