



FOREIGN TRADE UNIVERSITY
ELECTRONIC COMMERCE DEPARTMENT

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Electronic Commerce- Business Intelligence

ThS. Nguyễn Thị Khánh Chi

Email: chintk@ftu.edu.vn

January 2010

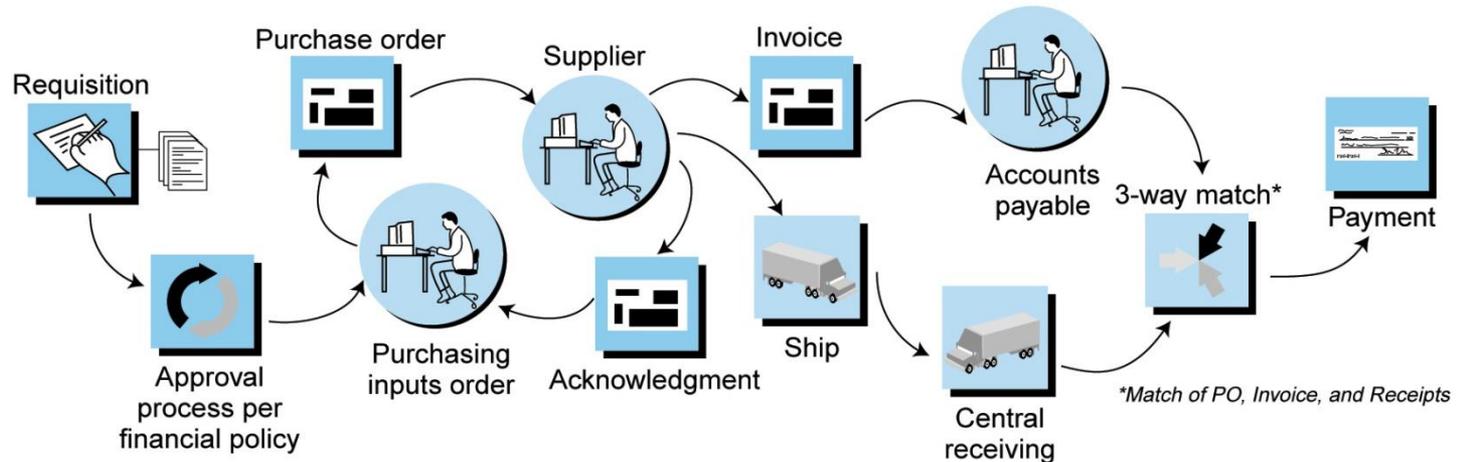


MÔ HÌNH TMĐT



Quy trình mua hàng Truyền thống

EXHIBIT 5.4 A Traditional Procurement Process



Source: Ariba.com, February 2001. Courtesy of Ariba Inc.

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

TABLE 2.1

KEY ELEMENTS OF A BUSINESS MODEL

COMPONENTS	KEY QUESTIONS
Value proposition	Why should the customer buy from you?
Revenue model	How will you earn money?
Market opportunity	What marketplace do you intend to serve, and what is its size?
Competitive environment	Who else occupies your intended marketplace?
Competitive advantage	What special advantages does your firm bring to the marketplace?
Market strategy	How do you plan to promote your products or services to attract your target audience?
Organizational development	What types of organizational structures within the firm are necessary to carry out the business plan?
Management team	What kinds of experiences and background are important for the company's leaders to have?



I. Phân loại mô hình

1. Theo đối tượng tham gia: B2B, B2C, C2C...
2. Theo mức độ số hóa
3. Theo mô hình doanh thu
4. Theo phương thức kết nối



ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

1. Theo đối tượng tham gia

	Chính phủ G	Doanh nghiệp B	Người tiêu dùng C
Chính phủ G	G2G ELVIS (vn – usa)	G2B Hải quan điện tử	G2C E-Government
Doanh nghiệp B	B2G Đấu thầu công	B2B Alibaba.com	B2C Amazon.com
Người tiêu dùng C	C2G	C2B Priceline.com	C2C E-bay

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

Mô hình B2B và B2C

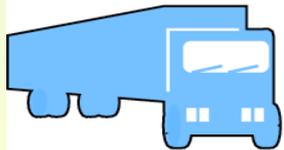
- Mô hình B2B
 - ◆ Phân loại
 - ◆ Lợi ích và hạn chế

- Mô hình B2C
 - ◆ So sánh E-tailing và Retailing
 - ◆ Mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến

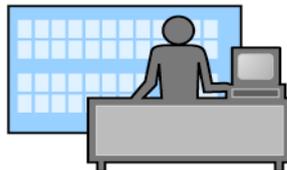
Administration
Human Resources
Information Systems
Procurement
Finance/Accounting

SECONDARY ACTIVITIES

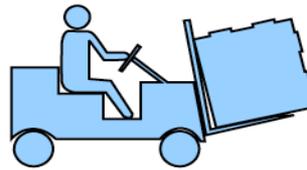
PRIMARY ACTIVITIES



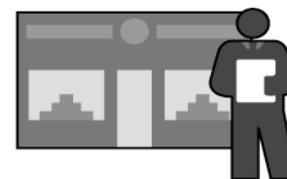
**Inbound
Logistics**



Operations



**Outbound
Logistics**



**Sales and
Marketing**



**After Sales
Service**

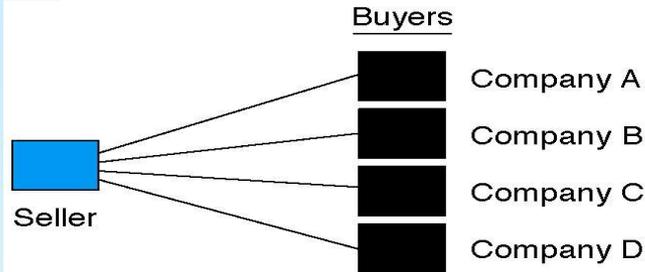
B2B model

- Loại hình giao dịch TMĐT giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp
 - ◆ B2B chiếm ít nhất 85% tổng giá trị giao dịch của TMĐT

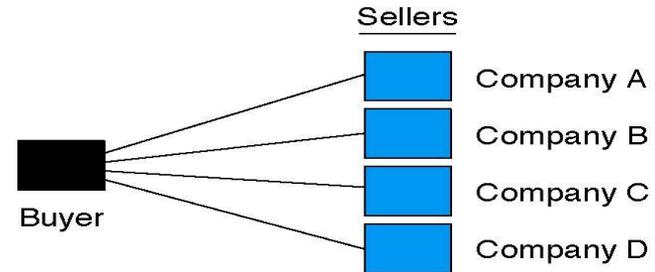
ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

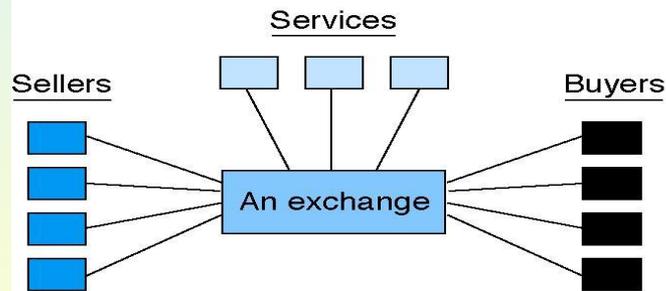
B2B model



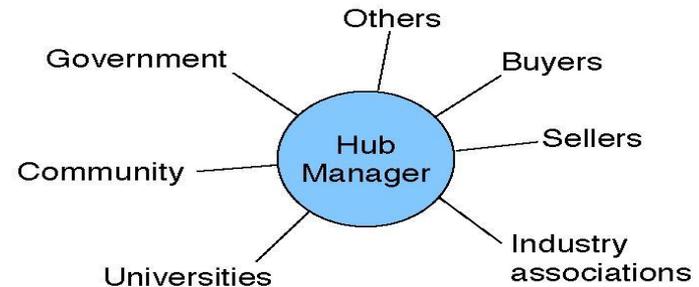
(a) Sell-Side B2B



(b) Buy-Side B2B



(c) Electronic Exchange



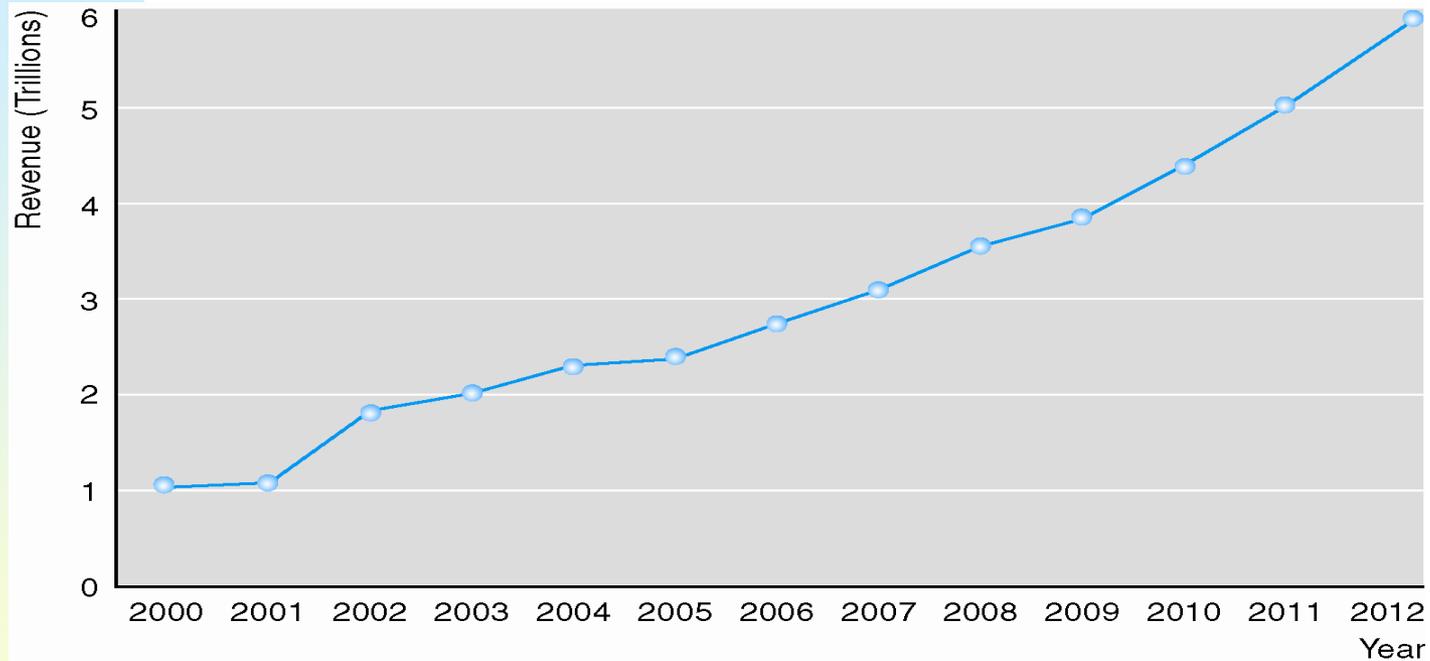
(d) Collaborative Commerce

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

B2B model

The Growth of B2B E-commerce

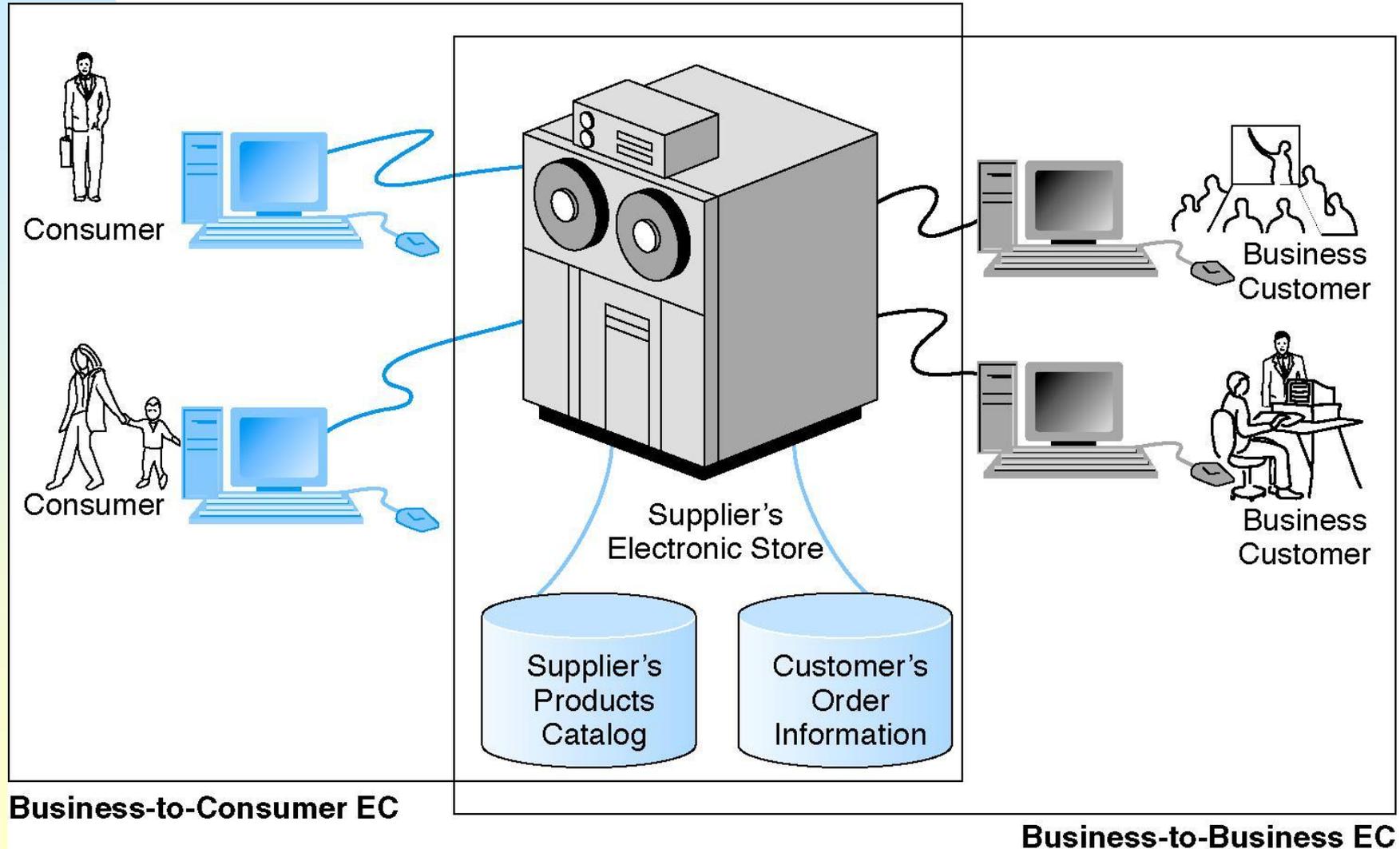


SOURCES: U.S. Census Bureau, 2008; authors' estimates.

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

B2B model - Sell side



B2B model - Sell side

- Mô hình sàn giao dịch của người mua.
- Xuất hiện tình trạng độc quyền mua
- Các phương thức mua hàng:
 - ◆ Đấu thầu trực tuyến
 - ◆ Mua hàng trực tuyến
 - ◆ Tham gia vào hệ thống mua hàng

B2B model

Các sàn giao dịch B2B

www.alibaba.com (Trung Quốc)

www.ec21.com (Hàn Quốc)

www.buyusa.com (Mỹ)

www.sesami.net (Singapore)

www.vnemart.com (Việt Nam)

www.ecvn.com

www.gophatdat.com

www.vietoffer.com



Buy

Sell

Investment

Biz Information

My VNemart

Search for

Selling Leads



In All Categories



Search

- [Advanced Search](#)
- [Search Tips](#)



Browse by Category

Buying Leads: [1262](#)Products: [2638](#)
[Buyin](#)

[Agriculture](#) (12)

[Pepper, Beans, Coffee - Cocoa, ...](#)

[Automobile](#) (6)

[Auto Accessories, Auto Parts, ...](#)

[Chemicals](#) (19)

[Chemical Additives, Auxiliary, ...](#)

[Construction & Real Estate](#) (31)

[Bricks & Pavers, Coatings, ...](#)

[Energy](#) (0)

[Charcoal, Coal, Petroleum & Products, ...](#)

[Excess Inventory](#) (0)

[Apparel Stocks, Metal Stocks](#)
Selling Leads: [303](#)Companies: [8663](#)

[Apparel & Fashion](#) (40)

[Bedding, Embroidery, T-Shirts, ...](#)

[Business Services](#) (6)

[Tousism, Cargo & Storage, ...](#)

[Computer Hardware & Software](#) (11)

[Hardware Components, Peripherals, ...](#)

[Electronics & Electrical](#) (23)

[Electronic Component, PCB & PCBA, ...](#)

[Environment](#) (11)

[Recycling, Water Treatment, ...](#)

[Food & Beverage](#) (5)

[Seafood, Snacks, Coffee](#)

Welcome to VNemart Network

- [VNemart Network - Global e-marketplace](#)
- [Vietnam China Business Link](#)
- [Vietnam Africa Business Link](#)
- [Vietnam Korea Business Link](#)



For Buyers

GOLD members GOLD

VNemart Network's pre-qualified members

All buyer tools are FREE!

Search our pre-qualifying [Gold Suppliers](#)

- [Post Buying Leads](#)
- [Trade Activities](#)
- [Free Trade Alert](#)

For Sellers

PRO members with credibility PRO

All sellers tools are FREE!

Search our pre-qualifying [Pro member](#)

- [Post Selling Leads](#)
- [Post Products](#)
- [Product Manager](#)
- [Trade Activities](#)

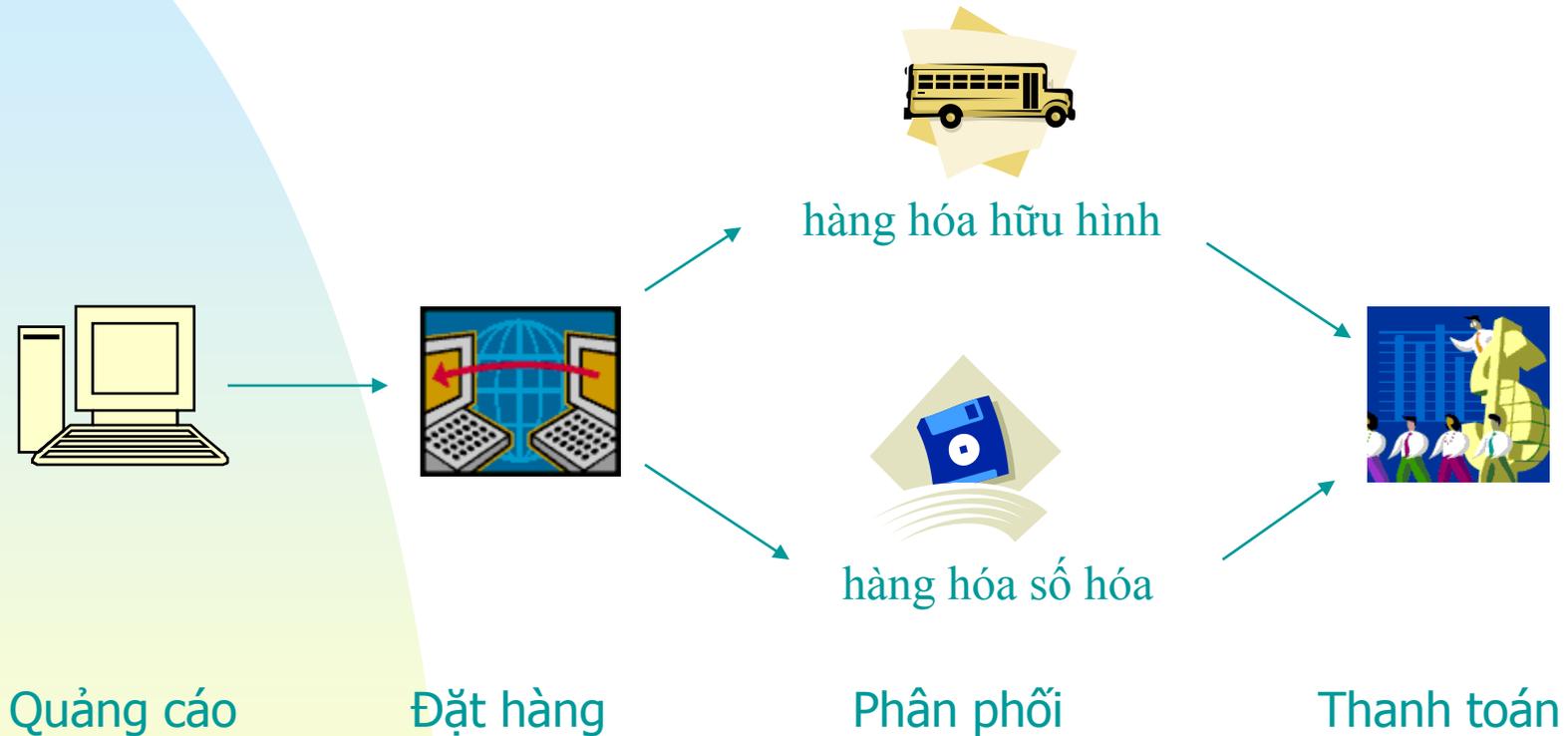


ONLINE SUPPORT
Click to chat with us online

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

B2C model



ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

EXHIBIT 3.2 Retailing Versus E-Tailing

	Retailers	E-Tailers
Physical expansion (when revenue increases as the number of visitors grows)	<ul style="list-style-type: none"> • Expansion of retailing platform to include more locations and space 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansion of e-commerce platform to include increased server capacity and distribution facilities
Physical expansion (when revenue does not increase as the number of visitors grows)	<ul style="list-style-type: none"> • May not need physical expansion 	<ul style="list-style-type: none"> • May still need physical expansion to provide sustainable services
Technology	<ul style="list-style-type: none"> • Expand marketing effort to turn “window shoppers” into effective shoppers • Sales automation technologies such as POS systems 	<ul style="list-style-type: none"> • Expand marketing to turn “pane shoppers” into effective shoppers • Front-end technologies • Back-end technologies • “Information” technologies
Customer relations	<ul style="list-style-type: none"> • More stable due to nonanonymous contacts • More tolerable of disputes due to visibility • “Physical” relationships 	<ul style="list-style-type: none"> • Less stable due to anonymous contacts • More intolerant of disputes due to invisibility • “Logical” relationships
Cognitive shopping overhead	<ul style="list-style-type: none"> • Lower cognitive shopping overhead due to easy-to-establish mutual trust 	<ul style="list-style-type: none"> • Higher cognitive shopping overhead due to hard-to-establish mutual trust
Competition	<ul style="list-style-type: none"> • Local competition • Fewer competitors 	<ul style="list-style-type: none"> • Global competition • More competitors
Customer base	<ul style="list-style-type: none"> • Local area customers • No anonymity • Fewer resources needed to increase customer loyalty 	<ul style="list-style-type: none"> • Wide area customers • Anonymity • More resources needed to increase customer loyalty

Source: Lee and Brandyberry (2003).

Hello. Sign in to get [personalized recommendations](#). New customer? [Start here](#).

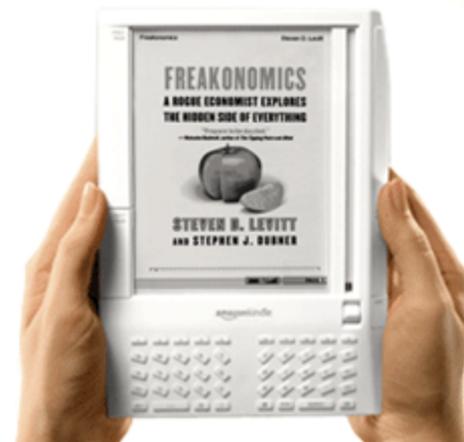
Your Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards

Search Amazon.com

GO



Kindle: Amazon's Revolutionary Wireless Reading Device



Amazon Kindle is a wireless, portable reading device with instant access to more than 150,000 books, blogs, newspapers, and magazines. Whether you're in bed or on the train, Kindle lets you think of a book and get it in less than a minute.

> [Learn more](#)



Amazon Daily **BLOG** 15 po

Get \$10 in MP3 Downloads with MP3 Players



For a limited time, purchase one or more select MP3 players and get \$10 worth of MP3 downloads.

> [Find out more](#)

Watch Their Eyes Light Up with Robeez



> [Speedster](#)



> [Cupcake](#)



> [Whale](#)

> [Shop Robeez](#)

New Digital SLRs

Find Top Digital SLRs for your buying needs.



> [Shop](#)

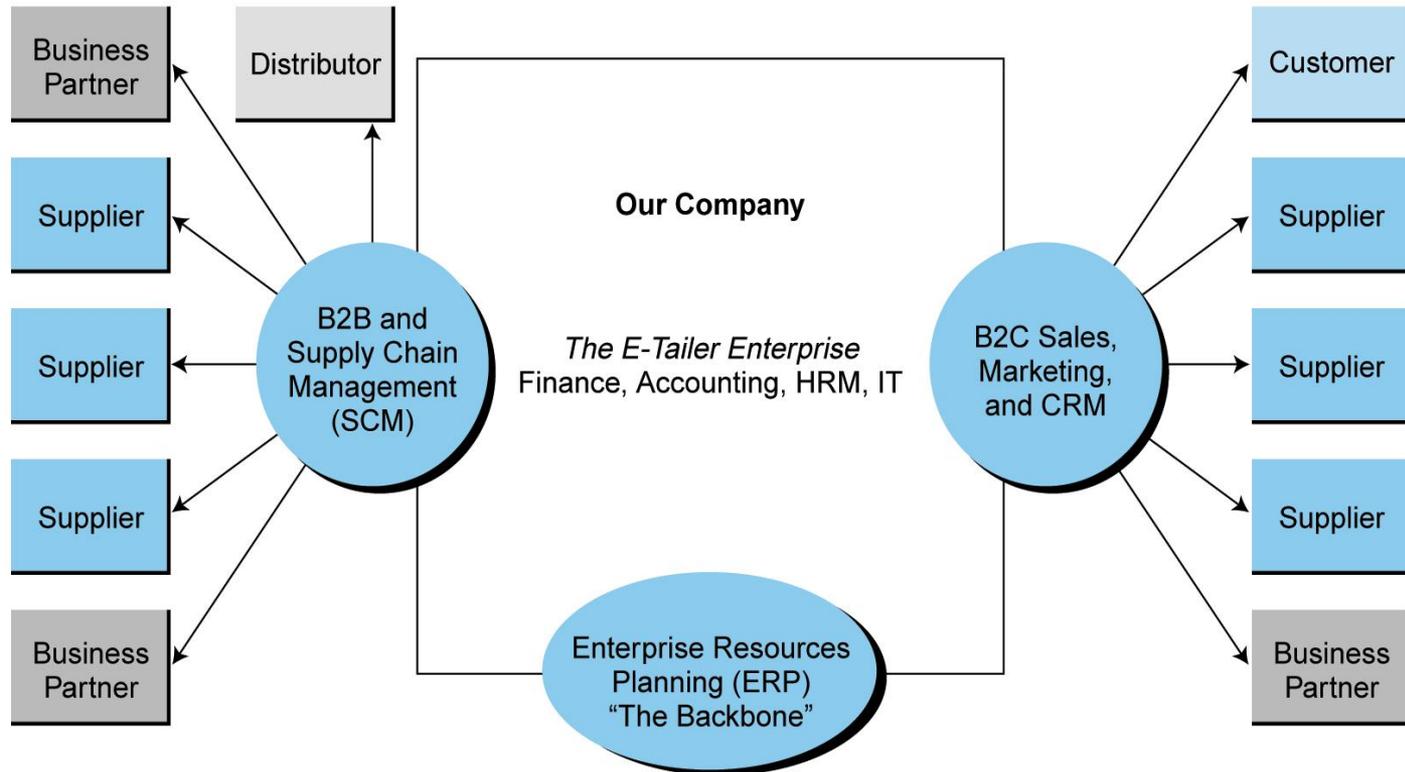
GeForce GTX 280--Absol

The Perfect Proposal Begins with the Perfect Ring

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

EXHIBIT 3.3 E-Tailing as an Enterprise EC System



*Facing Supplier/Distributor/
Business Partner*
Objective: Optimize
relationships with business
partners and reduce cost of
goods sold

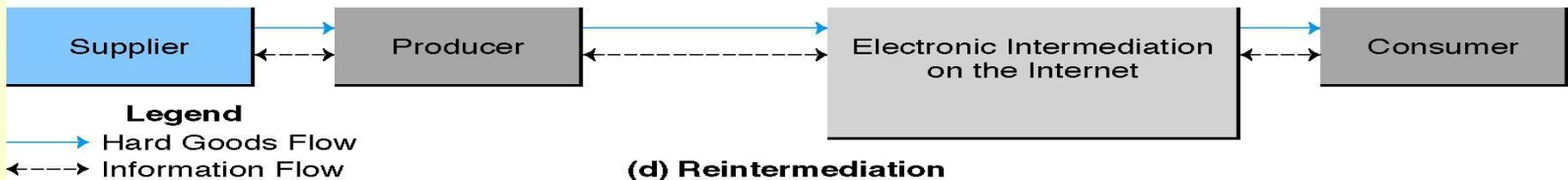
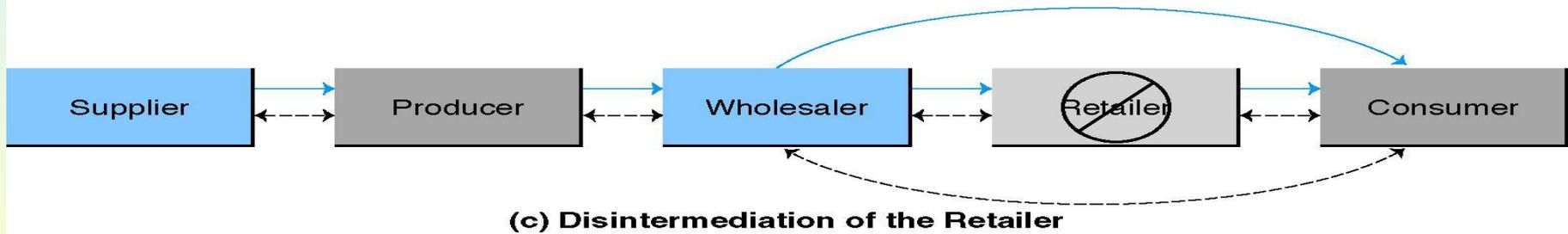
Internal Operations
Objective: Facilitate internal
operations and increase
productivity

*B2C and Customer-Facing
Applications*
Objective: Optimize business
relationships with customers;
increase service
effectiveness and sales

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

Trung gian phân phối



E-store Model

Siêu thị trực tuyến

Người tiêu dùng có thể vào mua sắm hàng hóa và dịch vụ và thanh toán trực tuyến bằng các phương tiện thanh toán điện tử. (virtual shop), (electronic storefront, online store).

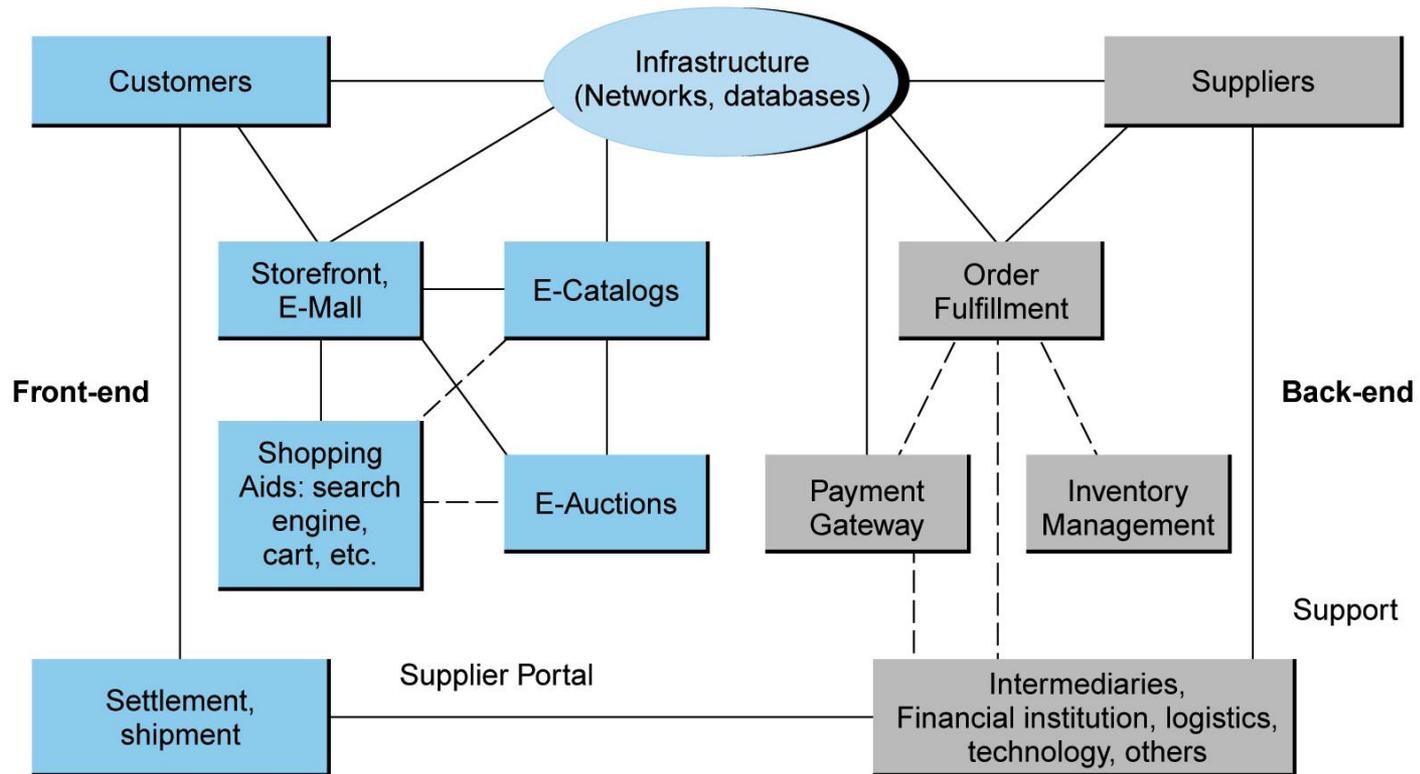


ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

E-store Model

EXHIBIT 2.2 The Essential Elements and Mechanisms of an Electronic Market



E-store Model

- Lợi ích:
 - ◆ Giá có xu hướng rẻ hơn
 - ◆ Các khoản chiết khấu khi mua hàng trực tuyến là nhiều hơn mua hàng offline
 - ◆ Người tiêu dùng có thể dễ dàng hơn trong việc so sánh giá cả và sản phẩm
 - ◆ Có nhiều sự lựa chọn hơn.
 - ◆ Tiết kiệm được thời gian
 - ◆ Giúp bảo vệ môi trường
 - ◆ Thuận tiện trong việc mua bán hàng hóa

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

E-store Model



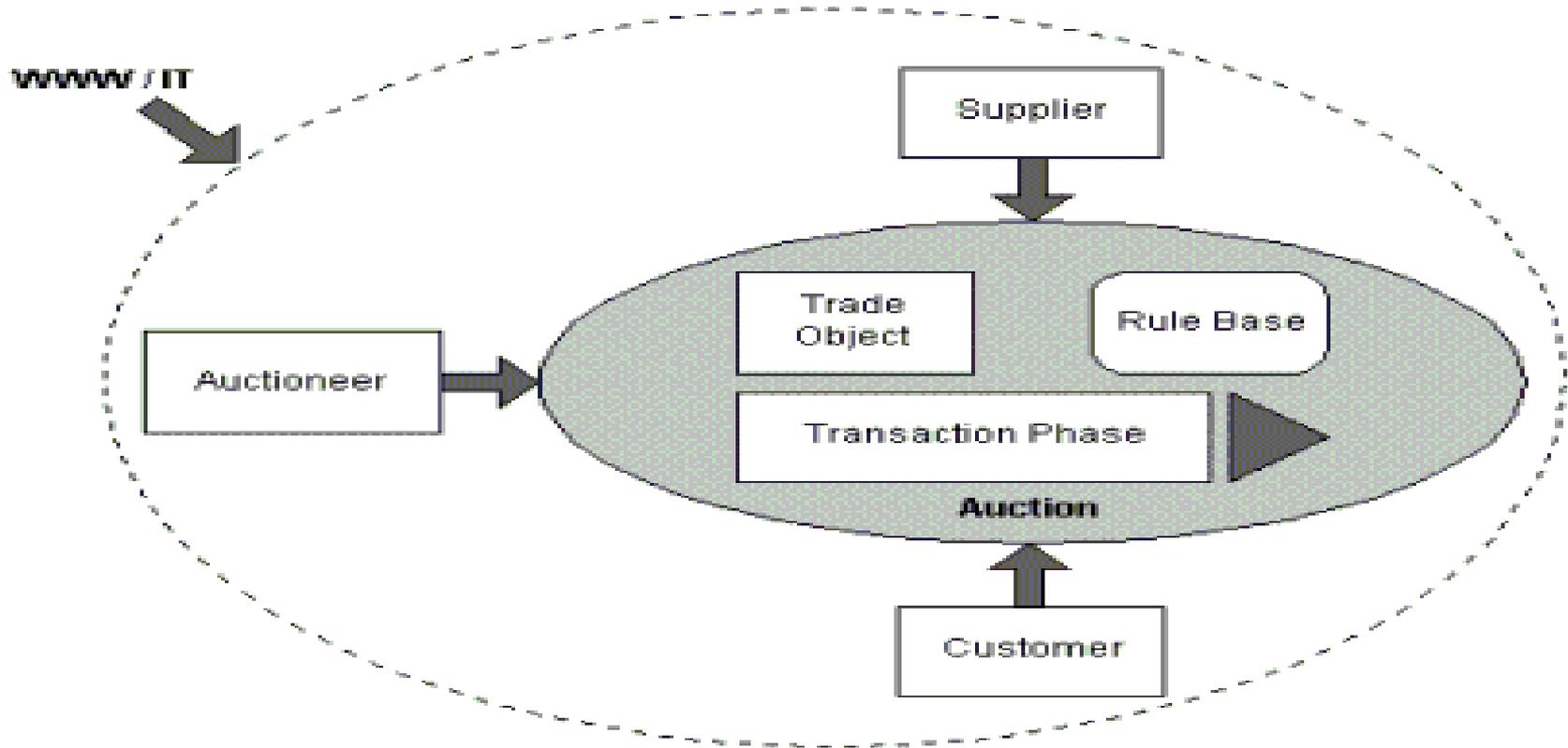
Quy trình mua hàng trên CĐT-eBay tại Việt Nam

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

Online Auction- *Đấu giá trực tuyến*

Thực hiện đấu giá qua hệ thống thông tin

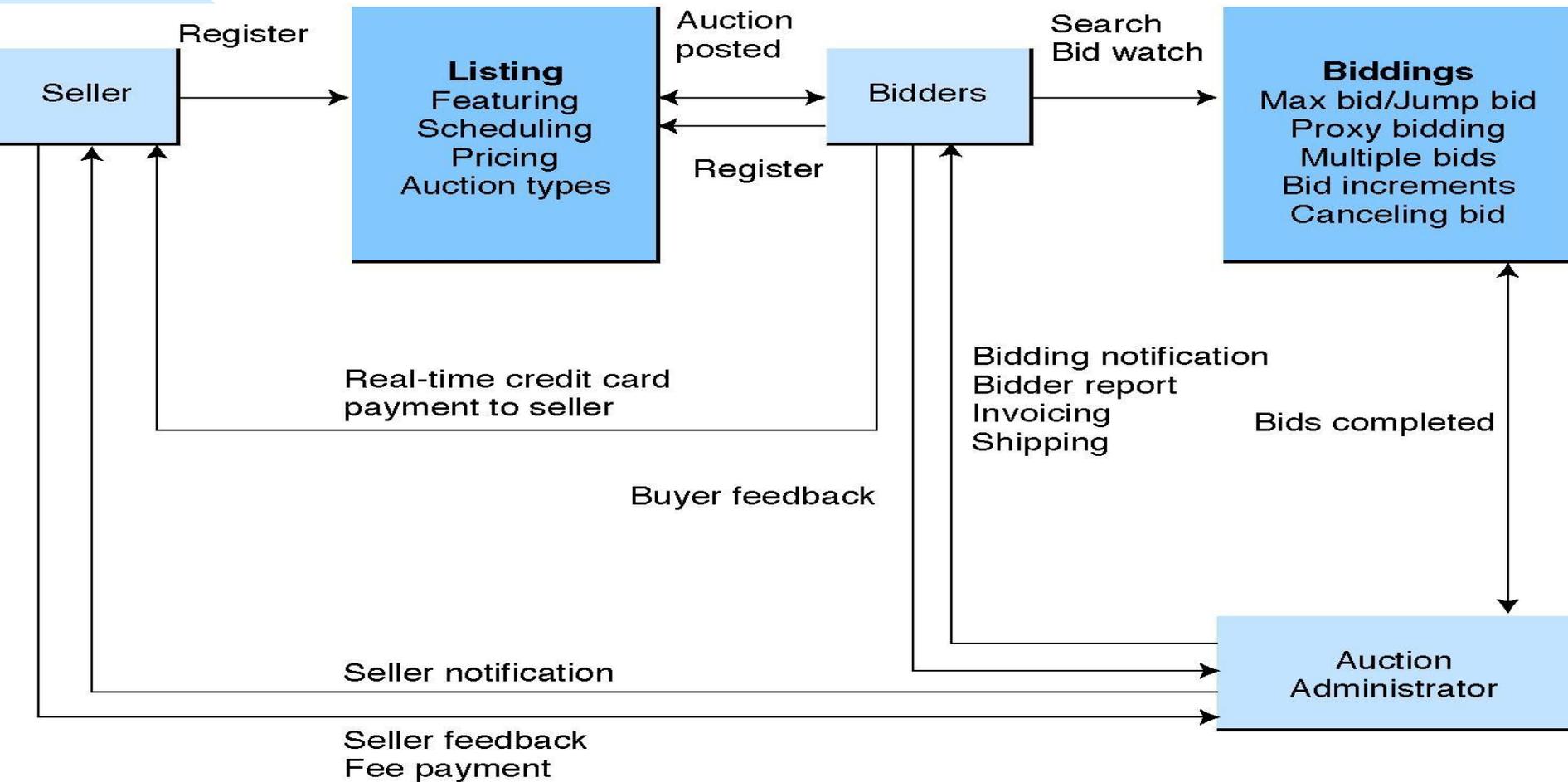


Mô hình đấu giá trực tuyến - Nguồn: Klein (1997)

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

Online Auction- *Đấu giá trực tuyến*

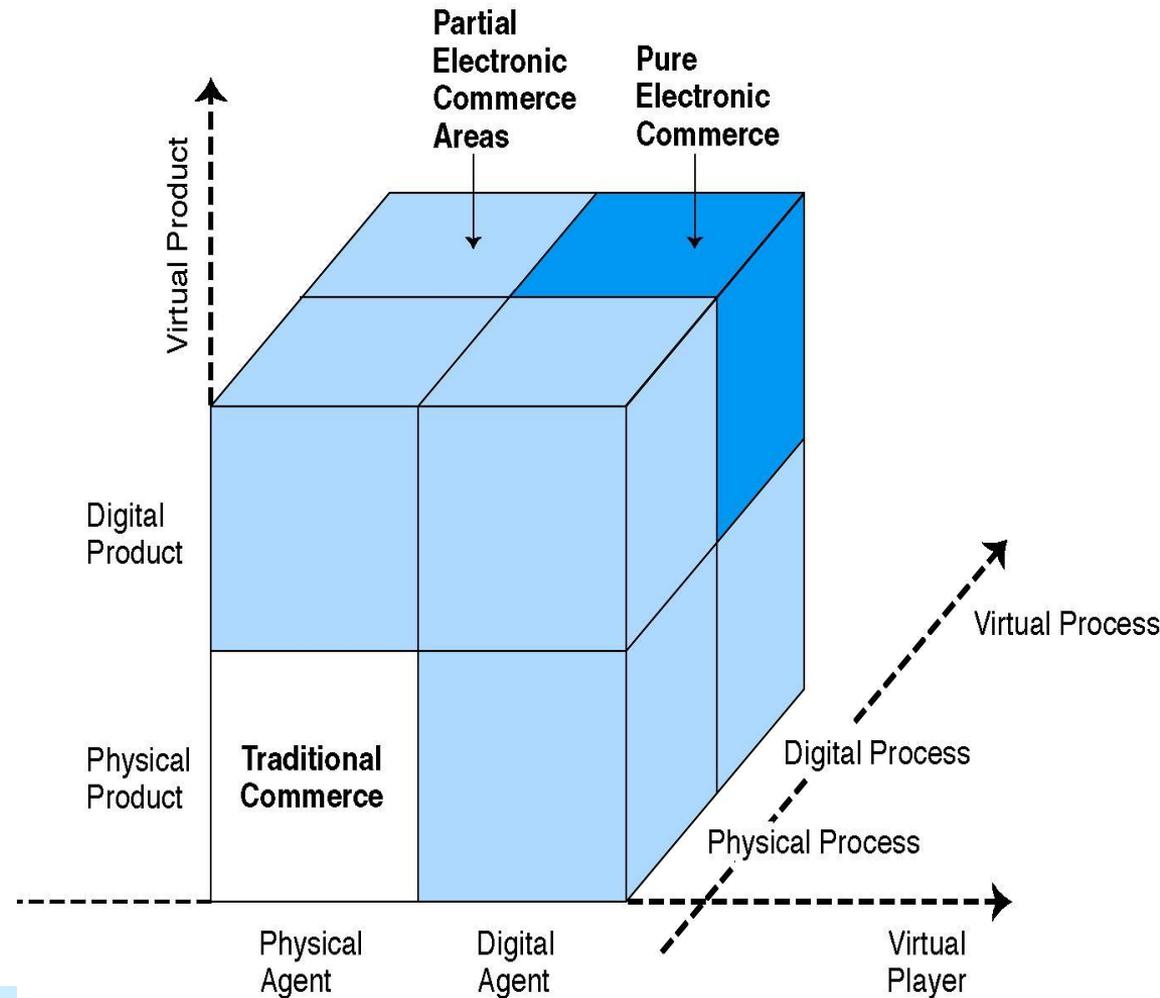


ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

2. Theo mức độ số hóa

- Brick and mortar:
TM truyền thống
- Click and mortal/
Partial e-commerce
- Click and browse/
Pure e-commerce



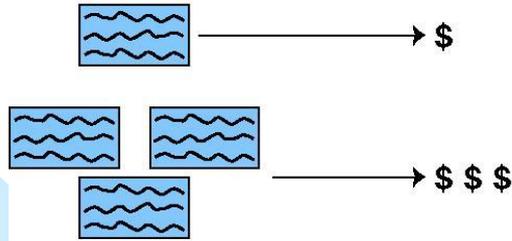
3. Theo phương thức kết nối

- Thương mại điện tử
- Thương mại điện tử di động: M-commerce

4. Theo mô hình doanh thu

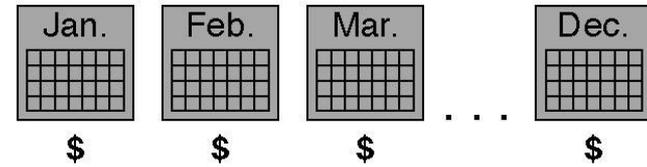
- ◆ Bán hàng (amazon)
- ◆ Phí giao dịch (ebay)
- ◆ Phí thuê bao (magazine)
- ◆ Phí quảng cáo (google, alibaba)
- ◆ Phí liên kết (amazon & toyRus)
- ◆ Các nguồn thu khác

Transaction Fees Model



Commissions paid on volume of transactions

Subscription Model



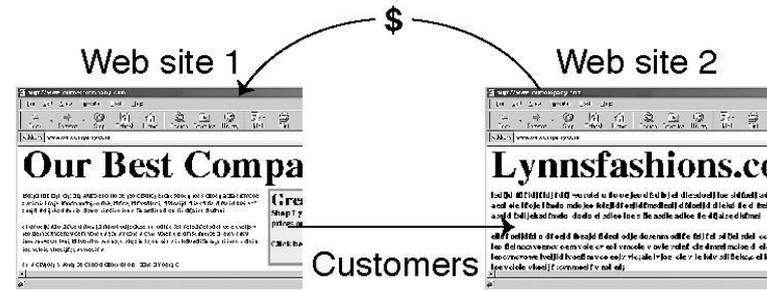
Fixed amounts are charged, usually monthly

Advertisement Model



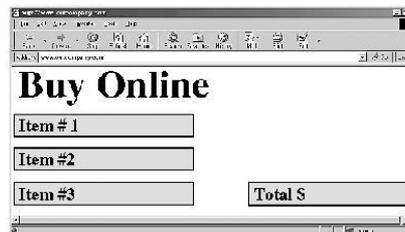
Payments from advertisers

Affiliate Model



Commissions for referring customers

Sales Model



Revenue from sales of goods or services

Mô hình KD	Mô tả	Ví dụ	Doanh thu
Cổng nối	Cung cấp các dịch vụ trọn gói và nội dung tìm kiếm, tin tức, âm nhạc, đối tượng chủ yếu là người sử dụng tại nhà.	Yahoo! iBoats.com	Quảng cáo Phí đăng ký Phí giao dịch
Bán lẻ trực tuyến (e-tailer)	Khách hàng có thể mua sắm trực tuyến. - TMĐT thuần túy - TMĐT kết hợp TM truyền thống - Các nhà sản xuất bán hàng trực tiếp	Amazon.com Walmart.com Dell.com	Bán hàng
Cung cấp nội dung	Các nhà cung cấp thông tin, các chương trình giải trí	Vnexpress.net Vtv.com Nhacso.net	Quảng cáo Phí đăng ký Phí liên kết
Trung gian giao dịch	Các trung gian giao dịch cung cấp những bộ xử lý giao dịch bán hàng trực tuyến, môi giới chứng khoán, đại lý du lịch.	bvsc.com.vn travel.com.vn	Phí giao dịch
Người tạo lập thị trường	Các mô hình đấu giá: giúp người mua, người bán gặp nhau	Ebay.com Alibaba.com	Phí dịch vụ
Nhà cung cấp dịch vụ	Cung cấp các dịch vụ cho khách hàng: đào tạo trực tuyến,	Hosting.net.vn	Bán dịch vụ
Nhà cung cấp cộng đồng	Nơi các cá nhân có mối quan tâm, sở thích riêng biệt chia sẻ kinh nghiệm, thảo luận những vấn đề cùng quan tâm		Quảng cáo Phí đăng ký Phí liên kết

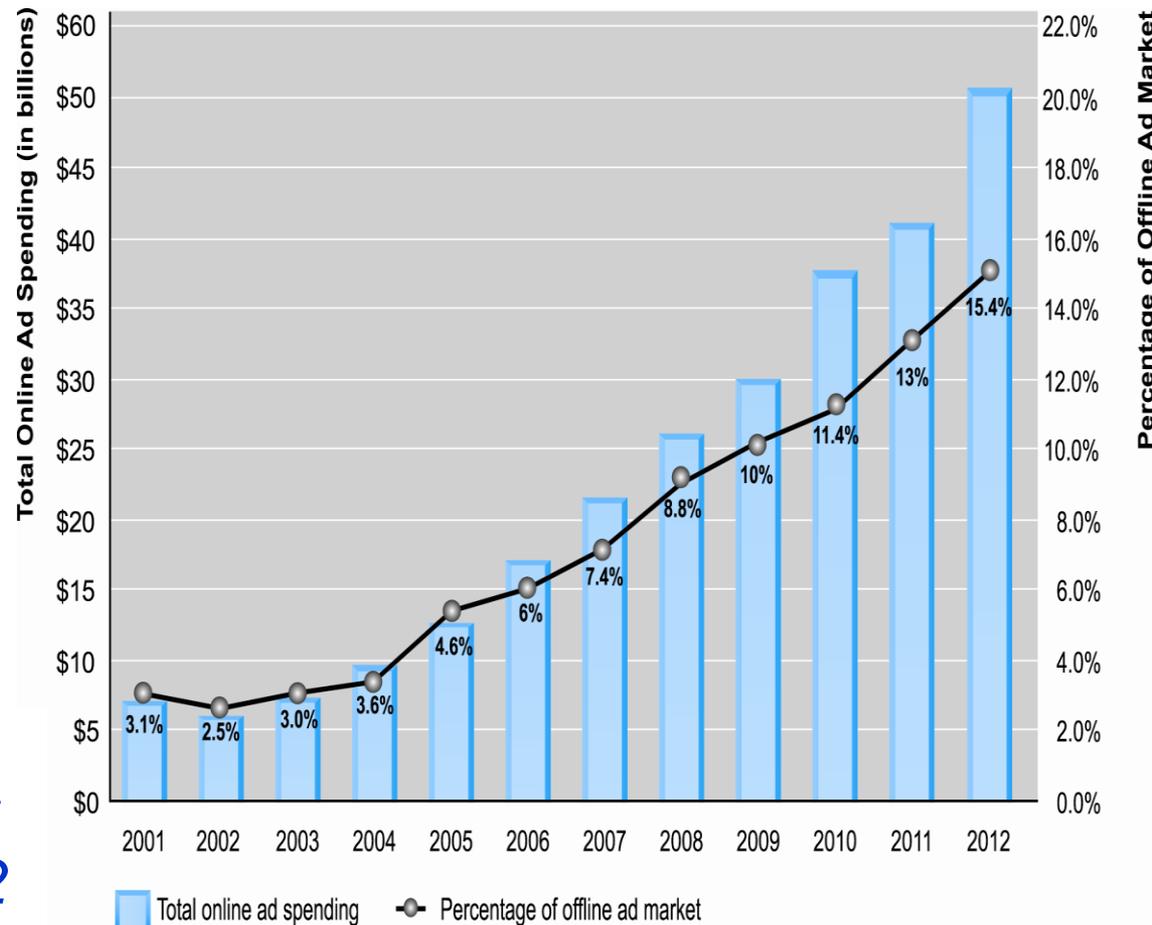
Những người tạo điều kiện cho TMĐT phát triển

Cơ sở hạ tầng	Các doanh nghiệp điển hình
Phần cứng: Máy chủ Web	IBM, Sun, Compaq, Dell
Phần mềm: Hệ điều hành và phần mềm máy chủ	Microsoft, Sun, Apache
Thiết bị mạng: Bộ định tuyến	Cisco
Bảo mật: Phần mềm mã hoá	CheckPoint, VeriSign
Các phần mềm hệ thống TMĐT (B2B, B2C)	IBM, Microsoft, iPlanet, CommerceNet, Ariba
Các giải pháp đa phương tiện	Real Networks, Microsoft
Phần mềm quản lý mối quan hệ khách hàng	PeopleSoft
Các hệ thống thanh toán	PayPal, CyberCash
Nâng cao hiệu suất	Akamai, Cache Flow, Inktomi, Digital Island
Cơ sở dữ liệu	Oracle, Sybase
Dịch vụ máy chủ	Exodus, Equinex, Global Crossing

Advertising-supported model

Website cung cấp dịch vụ, thông tin hay cơ sở dữ liệu miễn phí cho khách hàng khi đi kèm với các thông điệp quảng cáo

*Online ads
2001-1012*



Advertising-supported model

Khả năng tìm thấy đối tác, thông tin trên các banner và các mục quảng cáo sẽ cao hơn, thuận tiện và dễ dàng hơn một kết quả tìm kiếm.

Free services

Đem lại sự thành công và hiệu quả cho doanh nghiệp

Là một bước cải tiến về các công cụ tìm kiếm ngày nay

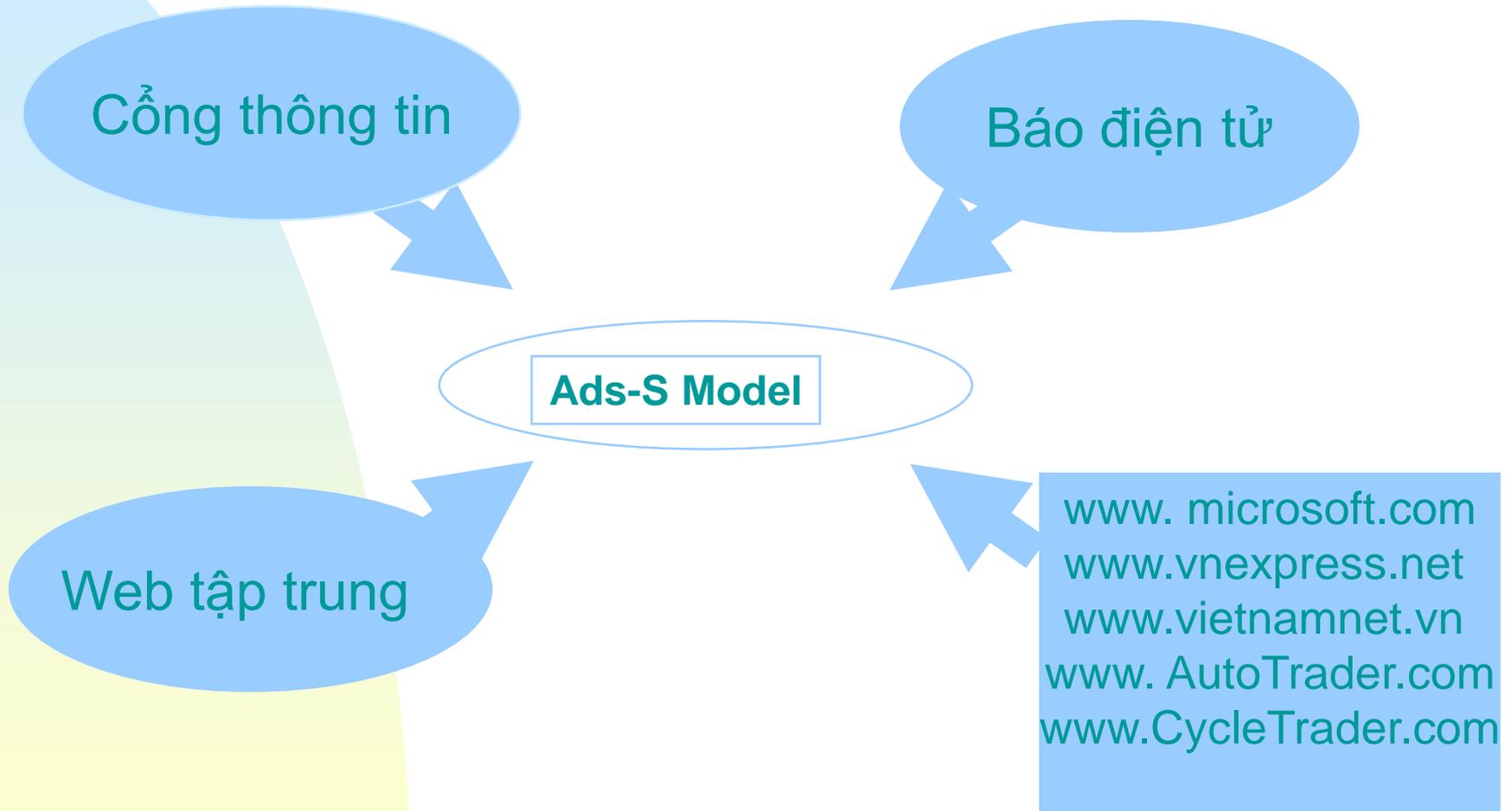
Phần mềm truy cập internet nhanh chóng

Cá biệt hóa website

ELECTRONIC COMMERCE

Chapter 2: Models

Advertising-supported model



II. Một số mô hình kinh doanh TMĐT điển hình

- Alibaba
- Google
- Dell

1. Alibaba.com



- Thành lập: 1999, tập trung vào thị trường Trung Quốc
- Hiện nay có hơn 5 triệu doanh nghiệp từ hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ đăng ký kinh doanh trên alibaba
- Trở thành website xúc tiến B2B thành công nhất

Tính đến tháng 1 năm 2007, Alibaba Group gồm có 5 công ty:

- Alibaba.com: Website thương mại quốc tế phục vụ các doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Taobao - Đối thủ chính của eBay ở Trung Quốc về đấu giá trực tuyến. Hiện tại Taobao đã có trên 65% thị trường đấu giá (tại TQ)
- Yahoo! China - Search portal của Trung Quốc
- AliPay – Đối thủ chính của PayPal về thanh toán trực tuyến ở Trung Quốc
- Alisoft - Hoạt động từ tháng 1 năm 2007, Alisoft cung cấp các dịch vụ web cho thị trường các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Alibaba.com

- Cơ sở dữ liệu
- Đấu thầu
- Chức năng và dịch vụ
- Doanh thu

Cơ sở dữ liệu của Alibaba

- Trung tâm của Alibaba là một cơ sở dữ liệu khổng lồ
- Là cổng thông tin của 27 nhóm sản phẩm lớn như nông sản, dệt may, ô tô xe máy, đồ chơi,...
- Hơn 700 danh mục sản phẩm con, ví dụ trong nhóm đồ chơi chia thành: búp bê, đồ chơi điện tử, đồ chơi bằng gỗ,...
- Trong mỗi danh mục sản phẩm lại phân loại các cấp độ nhỏ hơn, chi tiết hơn về các công ty.
- Website cung cấp công cụ tìm kiếm theo ngành hàng, công ty, quốc gia, loại quảng cáo, thời gian post bài...

Đấu thầu

- Alibaba cho phép khách hàng post RFQs – Request for Quotation (yêu cầu chào hàng)
- Người bán có thể gửi giá đấu cho người mua, tiến hành thỏa thuận và chấp nhận đơn hàng
- Xem chi tiết tại mục My Trade Activity

Đặc điểm và dịch vụ

- Alibaba cung cấp các dịch vụ: free email, dịch vụ chứng thực (trust), FAQ, hướng dẫn giao dịch, thông báo email miễn phí, thành viên câu lạc bộ TQ, tin tức (liên quan tới XNK), thông tin về các hội chợ triển lãm, thông tin pháp luật, trọng tài, diễn đàn và thảo luận.
- Ngoài ra, thành viên còn có thể tạo các trang web riêng trên Alibaba để quảng cáo, xúc tiến Marketing.
- Các ngôn ngữ: Anh, Trung, Nhật, Hàn

Doanh thu

- Trước đây, nguồn thu chính chủ yếu đến từ quảng cáo
- Từ năm 2004 nguồn thu mở rộng từ các dịch vụ có thu phí: tín dụng doanh nghiệp, báo cáo xuất nhập khẩu, trung tâm thông tin về dịch vụ vận tải,...
- Lợi thế: chi phí vận hành thấp

2. Google



- Giới thiệu về Google
- Các dịch vụ của Google
- Phương thức kinh doanh của Google

Giới thiệu về Google



- Thành lập: 1998
- Nhân viên 16.805 (31 tháng 12, 2007)



NASDAQ:GOOG

e.g. "CSCO" or "Google"

Get quotes

[Stock screener](#)

Google Inc. (Public, NASDAQ:GOOG) - [Add to Portfolio](#) - [Discuss GOOG](#)

334.81

+5.32 (1.61%)

Real-time: 11:40AM EDT

Open: 339.35

High: 344.44

Low: 328.51

Vol: 2.53M

Mkt Cap: 105.28B

52Wk High: 747.24

52Wk Low: 309.44

Avg Vol: 8.16M

P/E: 20.83

F P/E: -

Beta: 2.00

EPS: 16.07

Dividend: -

Yield: -

Shares: 314.45M

Inst. Own: 60%

NASDAQ Real-time data - [Disclaimer](#)

Compare

Settings

[Historical Prices](#)

[Link to chart](#)

Enter ticker here

Add

Nasdaq

Dow Jones

S&P 500

QUIK

BIDU

AAPL

TWX

[more >](#)

Zoom: [1d](#) [5d](#) [1m](#) [3m](#) [6m](#) [YTD](#) [1y](#) [5y](#) [10y](#) [Max](#)

Oct 24, 2008 - Oct 28, 2008 -17.09 (-4.85%)



Các dịch vụ của Google

- Sản phẩm chính của công ty này là công cụ tìm kiếm Google, được nhiều người đánh giá là công cụ tìm kiếm hữu ích và mạnh mẽ nhất trên Internet
- Trong năm 2000, Google đã bắt đầu bán quảng cáo bằng từ khóa để đem lại kết quả thích hợp hơn cho người dùng.



Phương thức kinh doanh của Google

- Google hiện nay đã phát triển nhiều dịch vụ và công cụ cho cộng đồng chung cũng như trong lĩnh vực kinh doanh, bao gồm các ứng dụng Web, mạng lưới Quảng cáo và giải pháp kinh doanh.



Phương thức kinh doanh của Google

Google AdWords cho phép các đối tượng có nhu cầu Quảng cáo đăng Quảng cáo của mình trên kết quả tìm kiếm của Google và trên Google Content Network qua phương thức

cost-per-click hoặc
cost-per-view

Các quảng cáo của bạn xuất hiện cạnh những kết quả tìm kiếm liên quan...

Người sử dụng bấm vào quảng cáo của bạn...

...Va kết nối với doanh nghiệp của bạn



Google[™]
AdWords

Dịch vụ



- Google Gmail: Dịch vụ thư điện tử
- Google Reader: Trình đọc tin trực tuyến.
- Google Personalized: Trang chủ Google cá nhân tùy biến
- Google Docs and Spreadsheets: Công cụ soạn thảo văn bản và bảng tính trực tuyến
- Google Code: Phát triển mã nguồn.
- Google Web Albums: Quản lý lưu trữ hình ảnh, xuất bản hình ảnh trên web.
- Google Pages Creator: Upload, lưu trữ file, tạo trang web trực tuyến miễn phí.
- Google Blogger: Dịch vụ blog
- Google Calendar: Lịch làm việc
- Google Video Upload video
- Google Alerts: Nhận tin tức và kết quả tìm kiếm qua thư điện tử
- Google Answers: Dịch vụ trả lời có lệ phí (đã huỷ bỏ)
- Google Blog Search: Tìm kiếm trên các Blog

Dịch vụ



- Google Catalogs
- Google Directory: Thư mục lấy từ Open Directory Project
- Froogle: Tìm hàng hóa để mua
- Google Groups: Diễn đàn
- Google Images: Tìm kiếm hình ảnh
- Google Labs: Thử nghiệm dụng cụ mới
- Google Local
- Google Maps: Bản đồ, chỉ hướng, hình từ vệ tinh toàn Thế giới (Riêng với dịch vụ tìm kiếm đường đi có giới chỉ trong một số quốc gia ví dụ như Hoa Kỳ, Canada, Anh, Ireland, và Nhật Bản).
- Google Mobile: Sử dụng Google trên điện thoại di động
- Google News: Tin tức
- Google Print, Google Scholar, Google SMS
- Google Apps (tiếng Việt)



Questions & Answer

