

# Các mô hình kinh doanh mới của doanh nghiệp trong nền kinh tế số

Bùi Thu Trang

Viện Đào tạo Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Nền kinh tế kỹ thuật số đã làm nảy sinh một số mô hình kinh doanh mới. Mặc dù nhiều mô hình trong số này có những điểm tương đồng trong kinh doanh truyền thống nhưng những tiến bộ hiện đại trong công nghệ thông tin, công nghệ số đã làm cho nó có thể tiến hành nhiều loại kinh doanh ở quy mô lớn hơn nhiều và trong khoảng cách xa hơn trước đây. Bài viết này tiếp cận, giới thiệu một số mô hình kinh doanh mới điển hình trong phát triển kinh tế số bao gồm: thương mại điện tử, cửa hàng ứng dụng (App Store), quảng cáo trực tuyến, điện toán đám mây, kinh doanh trên các nền tảng số, giao dịch trực tuyến và các dịch vụ thanh toán trực tuyến.

## 1. Mở đầu

Mô hình kinh doanh là một yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của các công ty start - up bởi nó mở ra cho doanh nghiệp những giá trị dài hạn bền vững. Song, việc phát triển mô hình kinh doanh không đơn giản chỉ để phục vụ cho vấn đề lợi nhuận, tiết giảm chi phí mà còn là cho sự phát triển toàn diện của doanh nghiệp. Trong đại dịch Covid-19, nhiều doanh nghiệp đã và đang nhanh chóng chuyển đổi mô hình, tổ chức lại sản xuất, kinh doanh nhằm thích ứng trong bối cảnh mới. Bên cạnh các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ, các bộ, ngành và nhiều địa phương, cộng đồng doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã năng động tìm kiếm nhiều giải pháp phát triển kinh doanh hữu hiệu như: Tái cấu trúc lại doanh nghiệp, chuyển đổi số hoạt động sản xuất, kinh doanh, tìm kiếm thị trường tiềm năng, tối ưu hóa dòng tiền và hoạt động marketing. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam, nhất là doanh nghiệp bán lẻ và doanh nghiệp sản xuất đang dần dịch chuyển sang mô hình kinh doanh trực tuyến.

Nhận thức tầm quan trọng và tốc độ đổi mới nhanh chóng của công nghệ số, nhiều doanh nghiệp truyền thống đã đầu tư các nguồn lực để nghiên cứu và phát triển những ý tưởng sáng tạo, tung ra các tính năng và sản phẩm mới để liên tục đánh giá và sửa đổi các mô hình kinh doanh theo thứ tự nhằm tận dụng vị thế và duy trì sự thống trị trên thị trường. Sự thay đổi mang tính tổ chức khi kết hợp với công nghệ số có khả năng cải thiện hiệu suất trong nhiều lĩnh vực. Cụ thể, doanh nghiệp có thể đạt được việc nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các lĩnh vực như sau: tăng doanh thu, giảm chi phí, đổi mới nhanh hơn, thành công hơn trong việc sáng tạo, hiệu quả hơn trong việc thu thập và học hỏi các kinh nghiệm, chia sẻ và sử dụng, tăng cường sự tham gia của khách hàng và dịch vụ khách hàng, và cuối cùng là chống lại sự gián đoạn kỹ thuật số.

Những cải tiến về mặt hiệu suất này có thể được định lượng vì các chỉ số có thể đo lường được và được báo cáo một cách nhanh chóng và hiệu quả.

## 2. Mô hình kinh doanh mới của doanh nghiệp trong nền kinh tế số

### 2.1. Thương mại điện tử

Thương mại điện tử (e-commerce), được hiểu là “bán hoặc mua hàng hóa hoặc dịch vụ được thực hiện qua mạng máy tính bằng các phương pháp được thiết kế đặc biệt cho mục đích nhận hoặc đặt đơn đặt hàng. Giao dịch thương mại điện tử có thể diễn ra giữa các doanh nghiệp, hộ gia đình, các cá nhân, chính phủ và các tổ chức công hoặc tư khác. Theo Nghị Định số 52/2013/NĐ-CP về được Chính Phủ ban hành tại Việt Nam ngày 16.5.2013 về Thương mại điện tử như sau: “Thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác”.

Sự phát triển của thương mại điện tử gắn liền với và có sự tác động qua lại với sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông. Cũng nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông mà thương mại điện tử có cơ hội ra đời và phát triển. Tuy nhiên, sự phát triển của thương mại điện tử cũng thúc đẩy và gợi mở nhiều lĩnh vực của công nghệ thông tin như phần cứng và phần mềm chuyên dùng cho các ứng dụng thương mại điện tử, thanh toán điện tử. Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường với chi phí đầu tư nhỏ hơn nhiều so với các hình thức thương mại truyền thống, dễ dàng tìm kiếm khách hàng, tiếp cận với nhà cung cấp và các đối tác trên khắp thế giới. Thương mại điện tử chính là cơ hội giúp doanh nghiệp ở Việt Nam tăng lợi thế cạnh tranh của mình trước thềm hội nhập kinh tế thế giới.

Các mô hình kinh doanh thương mại điện tử phổ biến hiện nay:

(1) Mô hình thương mại điện tử B2B (Business-to-Business): Đây là mô hình khi một công ty mua hàng hóa hoặc dịch vụ trực tuyến từ một doanh nghiệp khác. Bán hàng qua hình thức B2B phức tạp hơn các hình thức khác. Lý do bởi nó có một danh sách các sản phẩm phức tạp. Để hoạt động, doanh nghiệp cần một lượng lớn tiền mặt để có thể khởi nghiệp.

(2) Mô hình thương mại điện tử B2C (Business-to-Consumer): Bán lẻ trực tuyến B2C (doanh nghiệp đến người tiêu dùng) là khi một doanh nghiệp bán hàng cho các cá nhân, người tiêu dùng cuối cùng, nhưng hoạt động kinh doanh được tiến hành trực tuyến chứ không phải tại một cửa hàng thực. Mặc dù thương mại điện tử B2C có vẻ nổi bật hơn, nhưng nó chỉ bằng một nửa kích thước của thị trường thương mại điện tử B2B trên toàn thế giới. Mô hình thương mại điện tử B2C cũng rất phổ biến và phát triển mạnh ở Việt Nam.

(3) Mô hình thương mại điện tử C2C (Consumer to Consumer): Đây là mô hình khách hàng đến khách hàng hoạt động như các trang trao đổi, mua bán, đấu giá qua internet trong đó người dùng bán hàng hóa cho nhau. Giao dịch giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng (C2C) ngày càng trở nên nhiều hơn và phổ biến hơn. Các doanh nghiệp tham gia vào thương mại điện tử C2C đóng vai trò trung gian, giúp người dùng bán hoặc cho thuê tài sản của họ (chẳng hạn như tài sản nhà ở, ô tô, xe máy, v.v.) bằng cách đưa thông tin lên website như: Ebay, Craigslist và Chợ Tốt hoặc Shopee, Sendo.

## 2.2. Dịch vụ thanh toán trực tuyến

Thanh toán trực tuyến là dịch vụ thanh toán được thực hiện trên các thiết bị điện tử như máy tính, điện thoại thông minh có kết nối internet. Khi đó, với một số tiền có sẵn trong tài khoản, người dùng có thể dễ dàng gửi tới người nhận trên các ứng dụng/nền tảng kỹ thuật số, mà không cần sử dụng tiền mặt. Nhà cung cấp dịch vụ thanh toán hoạt động như một bên trung gian (thường sử dụng mô hình phần mềm như một dịch vụ) giữa người mua và người bán trực tuyến, chấp nhận thanh toán từ người mua thông qua nhiều phương thức thanh toán, bao gồm thanh toán bằng thẻ tín dụng hoặc thanh toán qua ngân hàng như ghi nợ trực tiếp hoặc chuyển khoản ngân hàng theo thời gian thực, xử lý các khoản thanh toán đó và gửi tiền vào tài khoản của người bán. Để bắt kịp xu hướng và nâng cao trải nghiệm, đa dạng hình thức thanh toán cho người dùng thì các doanh nghiệp cần triển khai hệ thống thanh toán trực tuyến. Điều này sẽ mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng và góp phần nâng cao hình ảnh, sự chuyên nghiệp của doanh nghiệp. Hiện nay, ở Việt Nam có 4 hình thức thanh toán trực tuyến

phổ biến:

(1) Thanh toán qua thẻ: Thanh toán qua thẻ là hình thức phổ biến nhất hiện nay khi chiếm 90% trong các giao dịch thanh toán trực tuyến. Với hình thức này, người dùng thường giao dịch bằng thẻ tín dụng hoặc thẻ ghi nợ (thẻ ghi nợ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế). Ngoài ra, người dùng cũng có thể thanh toán online qua thẻ tín dụng. Tuy nhiên do hình thức này còn chưa phổ biến nên vẫn có không ít người băn khoăn có nên thanh toán online bằng thẻ tín dụng hay không.

(2) Thanh toán bằng ví điện tử: Ví điện tử là hình thức thanh toán phát triển khá mạnh mẽ trong những năm gần đây. Khi thanh toán trực tuyến bằng ví điện tử, người dùng sử dụng các ví điện tử (ví online) như Vimo, ViettelPay, MoMo... có kết nối với tài khoản ngân hàng. Sau đó, khi có giao dịch người dùng sẽ thực hiện thanh toán dễ dàng trên các địa chỉ website chấp nhận hình thức thanh toán này.

(3) Thanh toán bằng QR Code qua ứng dụng ngân hàng: Thanh toán bằng QR Code qua ứng dụng ngân hàng là hình thức được triển khai qua sự liên kết giữa ngân hàng, hệ thống tiêu dùng, khách hàng. Với hình thức này, người dùng thực hiện đơn giản thông qua chiếc điện thoại thông minh, sử dụng QR Code trên ứng dụng ngân hàng để hoàn tất thanh.

(4) Thanh toán qua các cổng thanh toán điện tử: Hình thức thanh toán này được thực hiện qua một hệ thống trung gian, kết nối giữa người bán, người mua với ngân hàng để thực hiện các giao dịch chi tiêu. Để thực hiện thanh toán qua các cổng thanh toán điện tử thì người dùng cần có tài khoản tín dụng tại ngân hàng. Thông qua cổng điện tử, các giao dịch chuyển và nhận tiền giữa bên mua, bên bán sẽ được thực hiện nhanh chóng.

## 2.3. Cửa hàng ứng dụng (App store)

Sự phát triển của Internet thông qua điện thoại thông minh và máy tính bảng đã gây ra sự gia tăng tần suất sử dụng các dịch vụ trực tuyến và phát triển các cửa hàng ứng dụng, một loại nền tảng phân phối kỹ thuật số cho phần mềm, thường được cung cấp như một thành phần của hệ điều hành. Các cửa hàng ứng dụng thường ở dạng nền tảng trung tâm bán lẻ, có thể truy cập thông qua thiết bị của người dùng, qua đó người dùng có thể duyệt, xem thông tin và đánh giá, mua và tự động tải xuống, cài đặt ứng dụng trên thiết bị di động của người dùng. Một số cửa hàng ứng dụng chỉ có thể sử dụng được bởi người dùng với một thiết bị cụ thể. Các cửa hàng ứng dụng được phát triển bởi doanh nghiệp vận hành cửa hàng ứng dụng (thông thường, một nhà phát triển hệ điều hành, nhà sản xuất thiết bị hoặc nhà cung cấp mạng viễn thông) hoặc bởi một bên thứ ba. Ứng dụng có thể được tải xuống miễn phí hoặc tính phí.

## 2.4. Quảng cáo trực tuyến

Quảng cáo trực tuyến hay còn được gọi là quảng cáo online (Online Advertising) là cách thức truyền tải thông tin tiếp thị, giới thiệu về sản phẩm, thương hiệu đến người tiêu dùng thông qua mạng Internet. Người dùng tiếp cận được với dịch vụ quảng cáo online thông qua việc truy cập vào mạng bằng các thiết bị điện tử như: máy tính, laptop, điện thoại thông minh. Quảng cáo online không diễn ra một chiều từ chủ đầu tư hướng đến khách hàng. Chúng tạo ra sự tương tác qua lại hai chiều, khách hàng vừa có thể theo dõi thông tin, vừa có thể trao đổi cùng người bán và trực tiếp mua hàng thông qua những cú click chuột. Hầu hết các doanh nghiệp được thành lập từ 2021 trở đi, đều có sẵn kế hoạch Marketing Online, chiến lược truyền thông, chiến lược chạy quảng cáo Facebook hiệu quả, quảng cáo Google, quảng cáo youtube, quảng cáo cốc cốc, quảng cáo trên Zalo, quảng cáo trên Bing, quảng cáo trên tik tok, quảng cáo trên các trang báo chí,...

## 2.5. Điện toán đám mây

Điện toán đám mây là một giải pháp toàn diện, cung cấp công nghệ thông tin như một dịch vụ. Nó là giải pháp điện toán dựa trên Internet, ở đó cung cấp tài nguyên chia sẻ giống như dòng điện được phân phối trên lưới điện. Các máy tính "trên mây" được cấu hình để làm việc cùng nhau, các ứng dụng khác nhau sử dụng sức mạnh điện toán tập hợp như thể chúng đang chạy trên cùng một hệ thống duy nhất. Tính linh hoạt của điện toán đám mây là chức năng phân phát tài nguyên theo yêu cầu. Tính năng này tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng các tài nguyên tích lũy của hệ thống. Điện toán đám mây thường cung cấp cho khách hàng một chi phí hiệu quả thay thế cho việc mua và duy trì cơ sở hạ tầng CNTT của riêng họ. Lợi thế của điện toán đám mây được thúc đẩy bởi nền kinh tế trong việc thiết lập cơ sở hạ tầng và tối đa hóa việc sử dụng máy chủ bằng cách chia sẻ không gian giữa các khách hàng.

## 3. Phát triển doanh nghiệp với mô hình kinh doanh mới trong nền kinh tế số

Việc lựa chọn mô hình kinh doanh quyết định đến định hướng phát triển của các doanh nghiệp trong thời gian ngắn hạn và dài hạn. Đó chính là lý do ngay từ khi hình thành ý tưởng kinh doanh bạn cần phải xây dựng ngay mô hình kinh doanh. Thành phần chính của một mô hình kinh doanh sẽ bao gồm thông tin khách hàng mục tiêu, thị trường, ưu thế và mặt hạn chế của doanh nghiệp, các yếu tố cấu thành sản phẩm và phương thức bán hàng. Các doanh nghiệp nhanh nhạy thích nghi, nắm bắt cơ hội sẽ cải tiến một cách linh hoạt đồng thời đưa vào những trải nghiệm mới cho khách hàng, ví dụ như ứng dụng các công nghệ mới. Các doanh nghiệp này sẽ không chỉ giữ

chân được khách hàng hiện tại, mà sẽ còn thu hút được những khách hàng tiềm năng nhờ những sản phẩm, dịch vụ nổi bật đó. Việc tận dụng tốt những bài học rút ra từ cuộc khủng hoảng sẽ là đòn bẩy giúp các doanh nghiệp tăng cường lợi thế cạnh tranh trong tương lai. Bên cạnh tầm quan trọng của việc ứng dụng và đầu tư vào công nghệ, chúng ta cũng không thể không thấy đây là một cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam nhìn lại chuỗi cung ứng và thị trường của mình để phát huy tối đa nội lực và thị trường trong nước với một mô hình và định hướng chiến lược kinh doanh linh hoạt và phù hợp. Từ đó, mô hình sẽ phát huy hiệu quả, tăng tính cạnh tranh mà các đối thủ khó có thể sao chép. Việc xây dựng mô hình kinh doanh đúng đắn, phù hợp chính là nền tảng để doanh nghiệp phát triển và giành được chỗ đứng nhất định trên thị trường. Để có được những điều này đòi hỏi mô hình của doanh nghiệp phải đáp ứng các tiêu chí: độc đáo, sáng tạo, phù hợp với tiềm lực thực tiễn. Mô hình kinh doanh cho thấy cách doanh nghiệp nắm bắt cơ hội và tạo ra giá trị.

## 4. Kết luận

Việc xây dựng và thực hiện chiến lược kinh doanh trong nền kinh tế số hiện nay là xu thế tất yếu của các doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt của thời kỳ toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Lợi ích lớn nhất của hoạt động này là giúp doanh nghiệp sử dụng tối ưu các nguồn lực bên trong để thích nghi với những biến động của môi trường kinh doanh bên ngoài, gây dựng các lợi thế cạnh tranh, giành thắng lợi trên thương trường. Để tồn tại và phát triển trong bối cảnh mới, việc xây dựng và thực hiện chiến lược kinh doanh nhằm thích nghi với biến động của môi trường cạnh tranh và giành thắng lợi trên thương trường là nhiệm vụ quan trọng. Việc làm đầu tiên các doanh nghiệp cần phải thực hiện là xây dựng mô hình kinh doanh chiến lược phù hợp, làm căn cứ triển khai thực hiện, cũng như phối hợp các bộ phận để thực hiện có hiệu quả công tác này./.

## Tài liệu tham khảo

Hà Thanh. (2021). Mô hình kinh doanh mới của kinh tế số: Pháp lý "kìm" phát triển. Kinh tế và đô thị. <https://kinhtedothi.vn/mo-hinh-kinh-doanh-moi-cua-kinh-te-so-phap-ly-kim-phat-trien.html>

Lan Anh. (2021). Nền tảng số- xu hướng phát triển các mô hình kinh doanh mới. Tạp chí Công thương. <https://congthuong.vn/nen-tang-so-xu-huong-phat-trien-cac-mo-hinh-kinh-doanh-moi-167218.html>

Lê Văn. (2019). Đổi mới và phát triển doanh nghiệp trong nền kinh tế số. Kinh tế và dự báo. <https://kinhtevadubao.vn/doi-moi-va-phat-trien-doanh-nghiep-trong-nen-kinh-te-so-6252.html>