

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Th.S Nguyễn Minh Hằng
Email: hangnm@uit.edu.vn
SĐT: 0983.081388



Nội Dung

- Chương 1: Tổng quan về Thương Mại Điện Tử
- Chương 2: Quy luật Thương Mại Điện Tử
- Chương 3: Kinh doanh trên sàn Thương Mại Điện Tử
- Chương 4: Tổng quan về Quản trị chuỗi cung ứng
- Chương 5: Marketing & Digital Marketing
- Chương 6: Quy định pháp lý về Thương Mại Điện Tử

Phân Bổ Thời Gian

| Nội dung | Tổng số tiết | Trong đó | |
|------------------|--------------|-----------|----------------|
| | | Lý thuyết | Seminar, Đồ án |
| Chương 1 | 4 | 4 | 11 |
| Chương 2 | 4 | 4 | |
| Chương 3 | 8 | 8 | |
| Chương 4 | 4 | 4 | |
| Chương 5 | 4 | 4 | |
| Seminar | 11 | | |
| Đồ án | 10 | | 10 |
| Tổng Cộng | 45 | 24 | 21 |

Đánh Giá Sinh Viên

- Thang điểm 10, được cấu thành bởi:
 - Bài tập nhóm theo tuần + điểm chuyên cần: **20%**
 - Đồ án: Dựa trên báo cáo chung nhóm vào hai tuần cuối cùng của kỳ học: **30%**
 - Điểm thi: Dạng bài thi sẽ bao gồm câu hỏi trắc nghiệm, câu hỏi luận ngắn và bài tập tình huống phân tích nội dung và ý nghĩa cũng như cách thức và điều kiện ứng dụng thực tế: **50%**



CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Nội Dung Chương 1

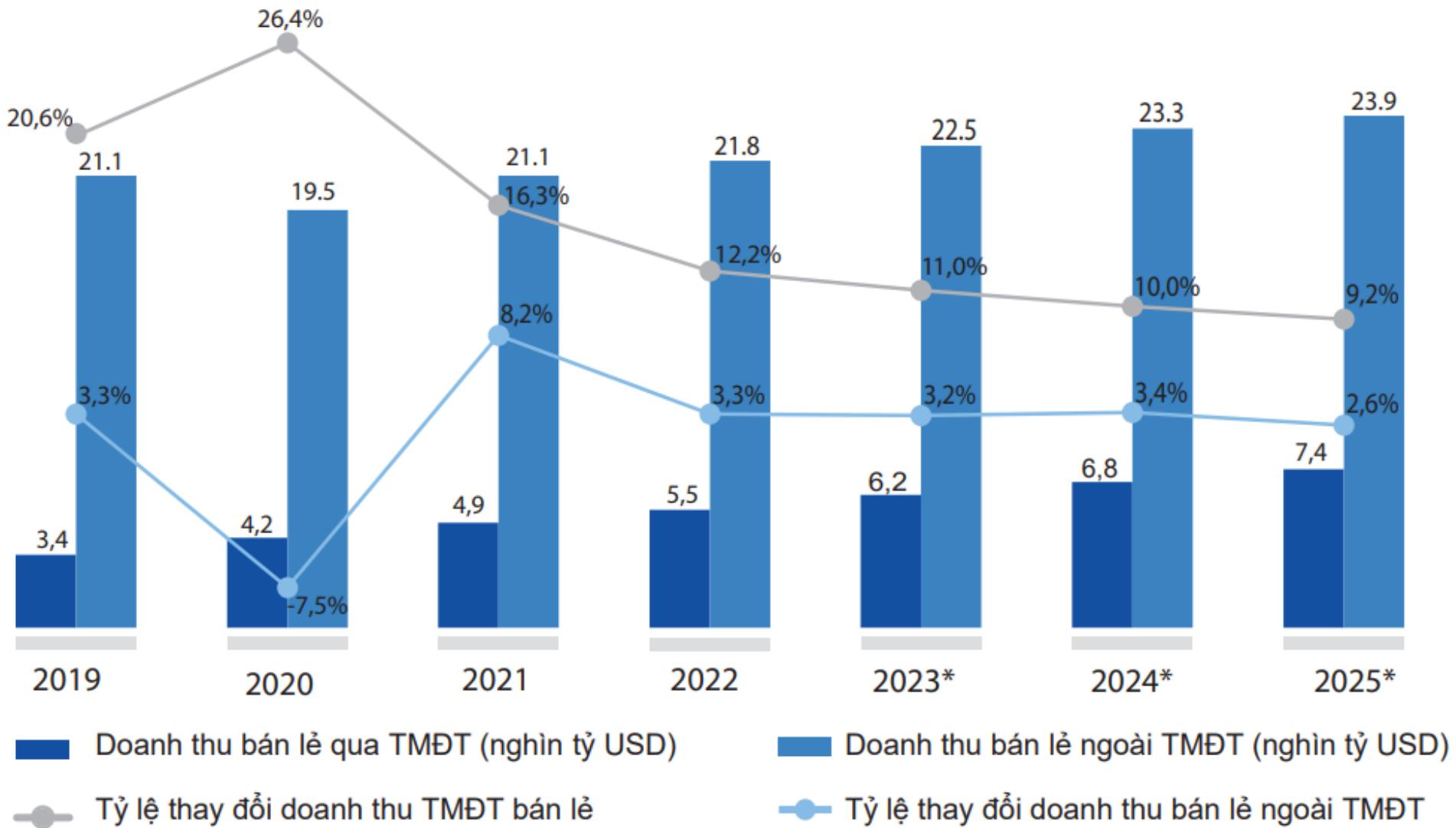
1. Tình hình TMĐT trên thế giới và tại Việt Nam
2. Khái niệm TMĐT
3. Lợi ích và thách thức của TMĐT
4. Cơ sở hạ tầng TMĐT
5. Xu hướng phát triển TMĐT





1. TÌNH HÌNH TMĐT TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM

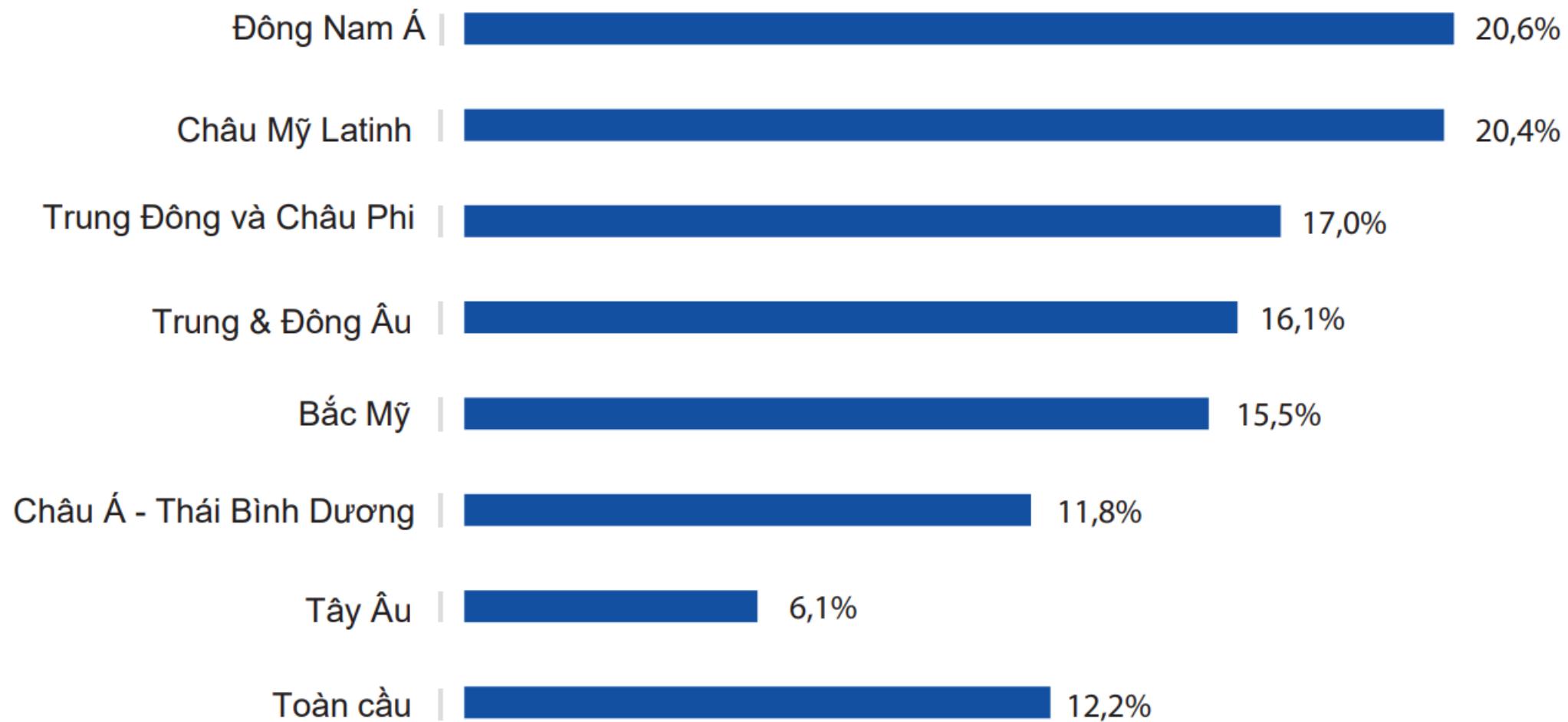
1.1 Quy mô thị trường TMĐT B2C toàn cầu



Nguồn: Báo cáo “Global Ecommerce Forecast” - eMarketer

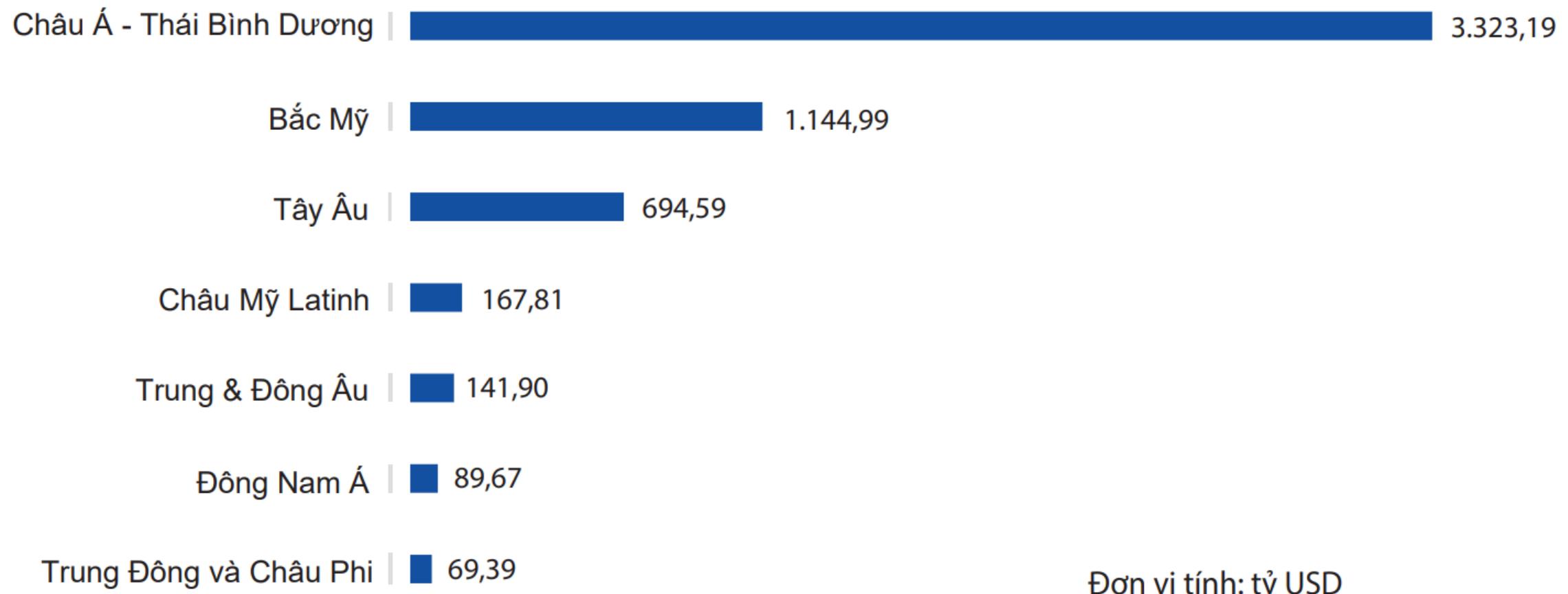
Source: Idea.gov.vn

1.2 Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu bán lẻ TMĐT toàn cầu, chia theo khu vực năm 2022



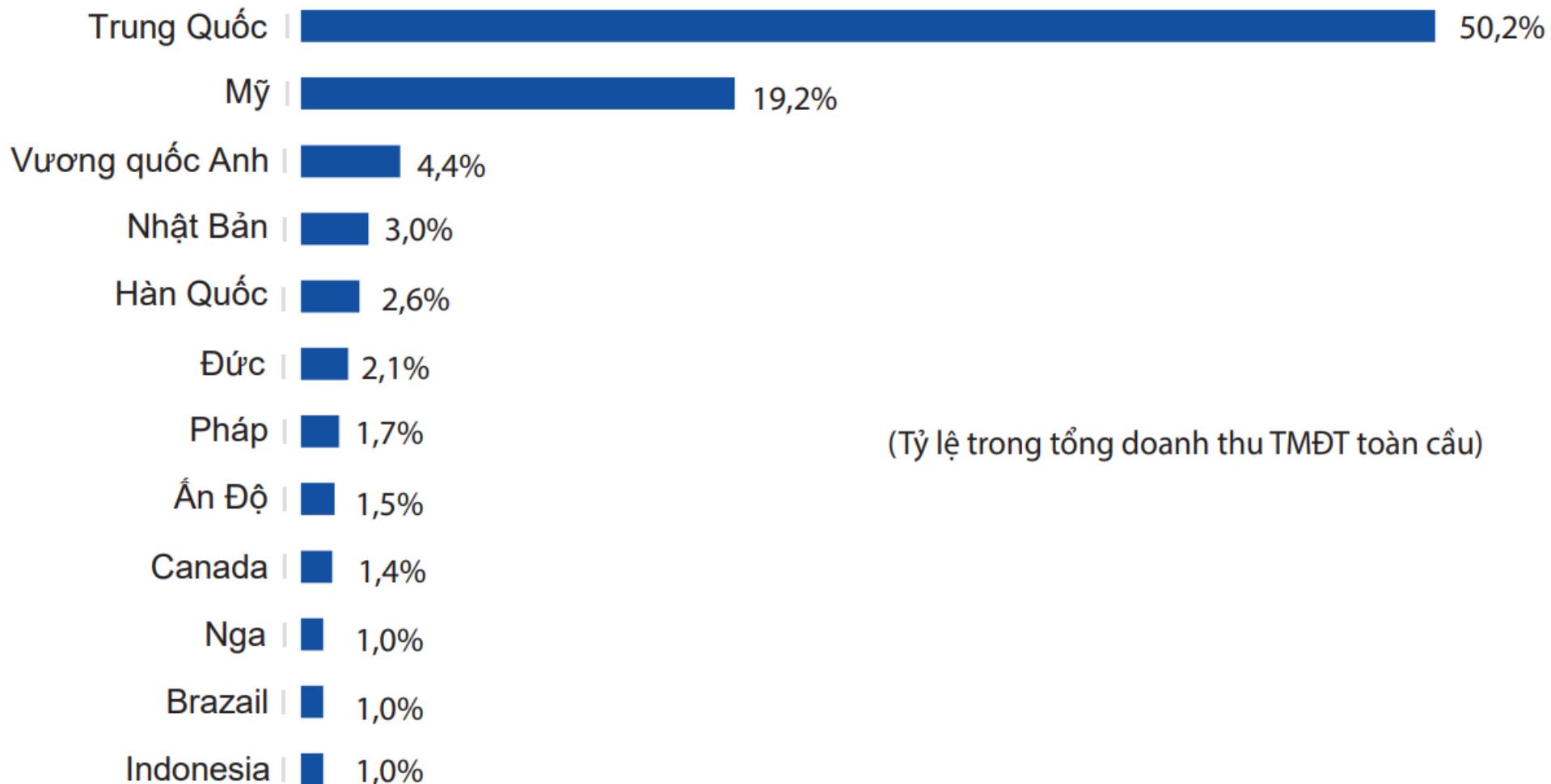
Nguồn: Báo cáo "Global Ecommerce Forecast" - eMarketer³

1.3 Doanh thu bán lẻ TMĐT toàn cầu, chia theo khu vực năm 2022



Nguồn: Báo cáo "Global Ecommerce Forecast" - eMarketer⁴

1.4 Top 12 quốc gia chiếm thị phần TMĐT lớn nhất toàn cầu năm 2022



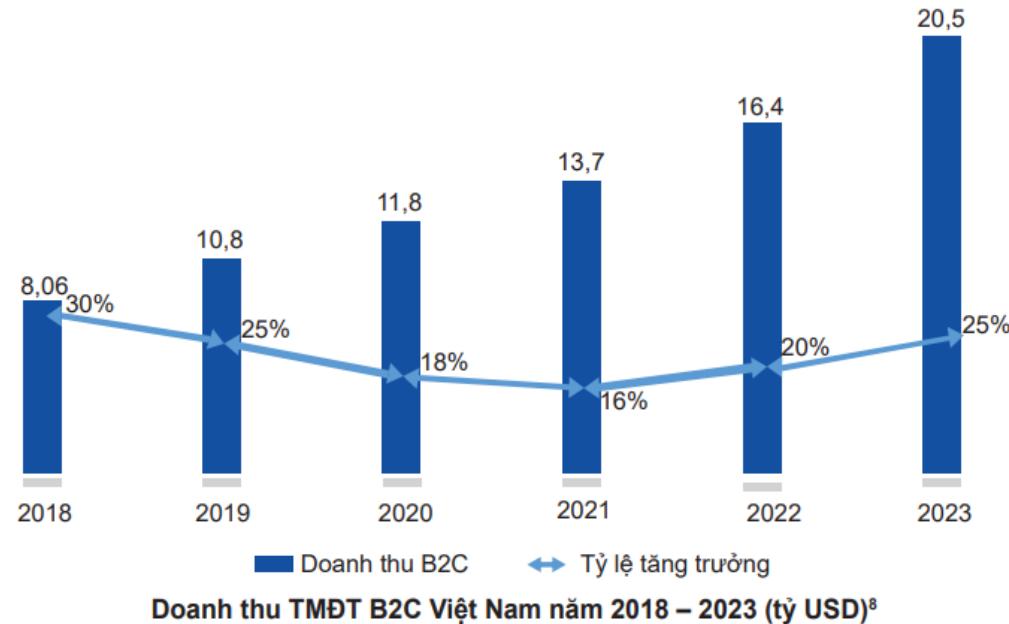
Nguồn: Báo cáo "Global Ecommerce Forecast" - eMarketer

1.5 Quy mô thị trường TMĐT bán lẻ tại Việt Nam

Doanh thu TMĐT năm 2024 đạt **32 tỷ USD**, chiếm **12% tổng mức bán lẻ hàng hóa** và dịch vụ tiêu dùng cả nước; tốc độ tăng trưởng 27% .

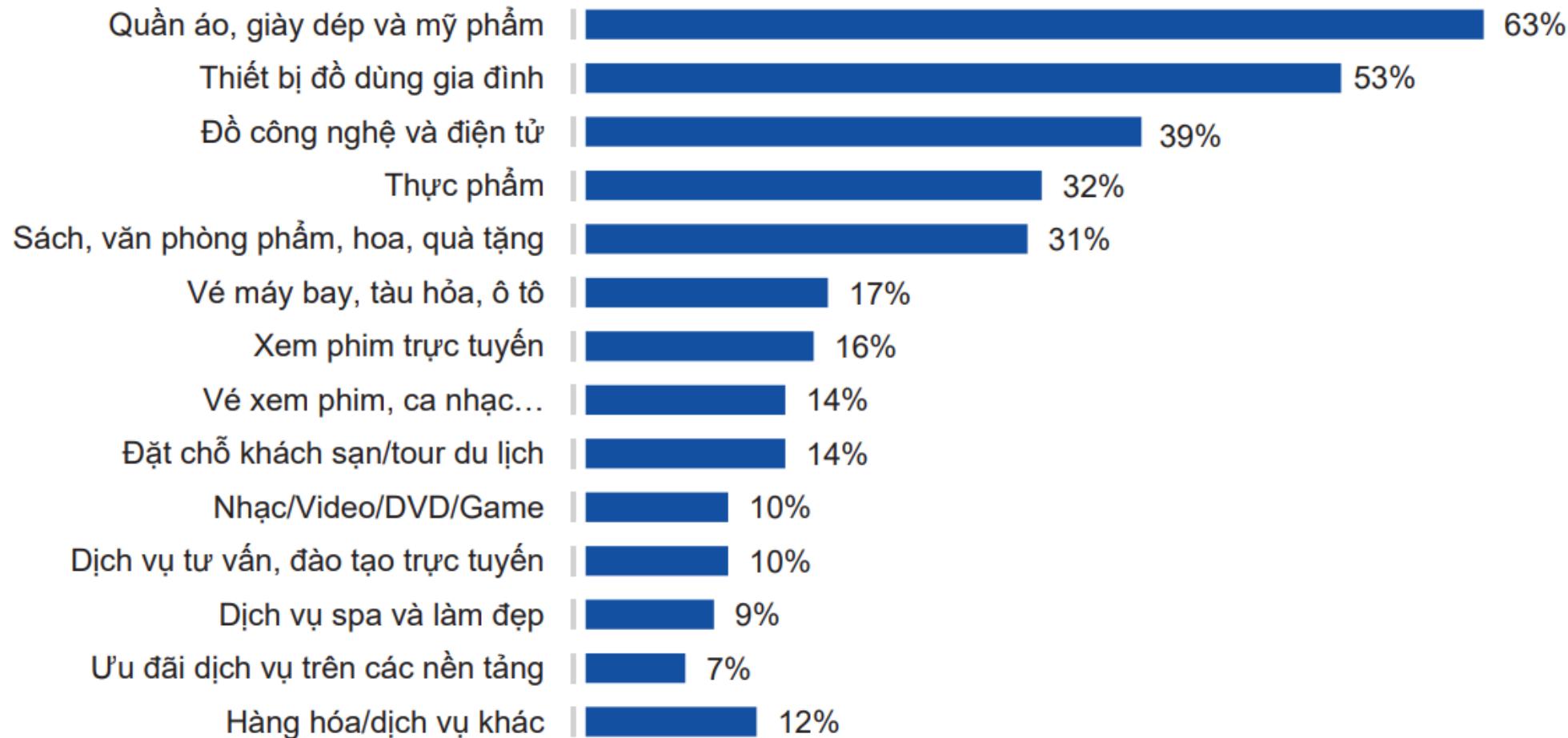
Bán lẻ trực tuyến đạt **22.5 tỷ USD**, chiếm **11% tổng doanh thu bán lẻ**; tốc độ tăng trưởng 30%.

Theo Báo cáo e-Economy SEA 2024 của Google, Temasek và Bain&Company, dự đoán tới năm 2030 quy mô Thương mại điện tử nước ta đạt **từ 90 tới 200 tỷ USD**.



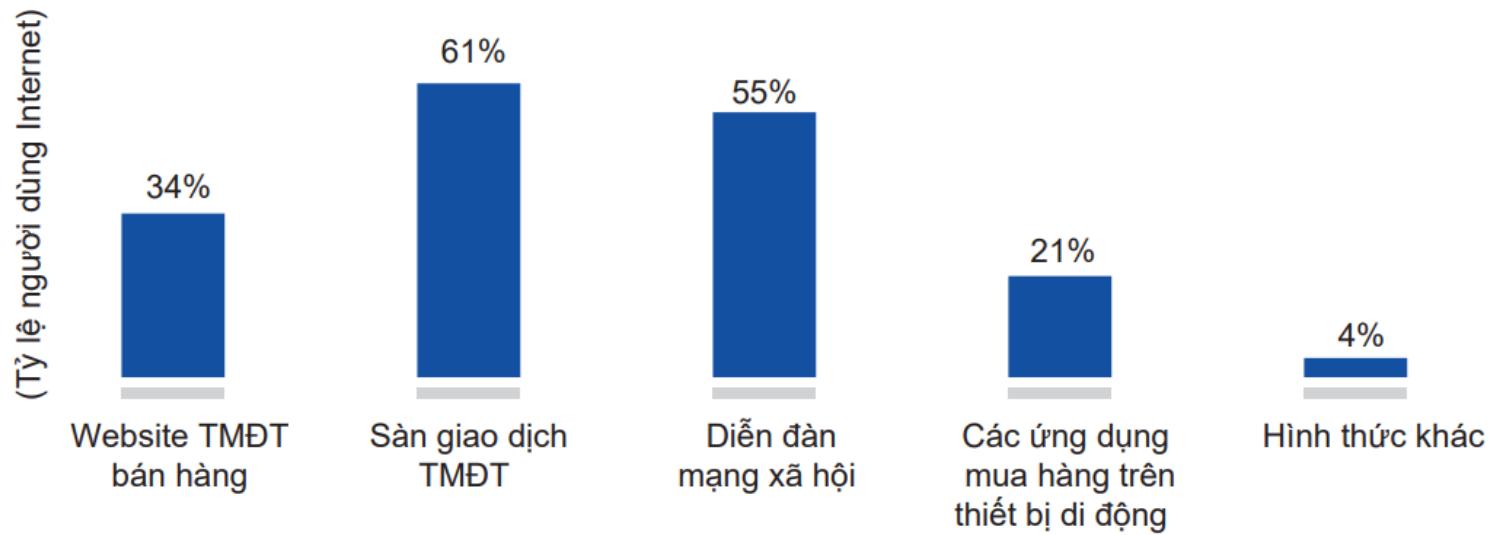
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|------|------|------|------|-------|-------|
| Ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến (triệu người) | 39,9 | 44,8 | 49,3 | 54,6 | 57,0 | 61 |
| Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD) | 202 | 225 | 240 | 251 | 288 | 336 |
| Tỷ trọng doanh thu TMĐT B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước | 4,2% | 4,9% | 5,5% | 7% | 7,5% | 8% |
| Tỷ lệ người dân sử dụng Internet ⁹ | 60% | 66% | 70% | 73% | 73,2% | 78,6% |

1.6 Loại hình hàng hóa/dịch vụ thường được mua trên mạng tại Việt Nam

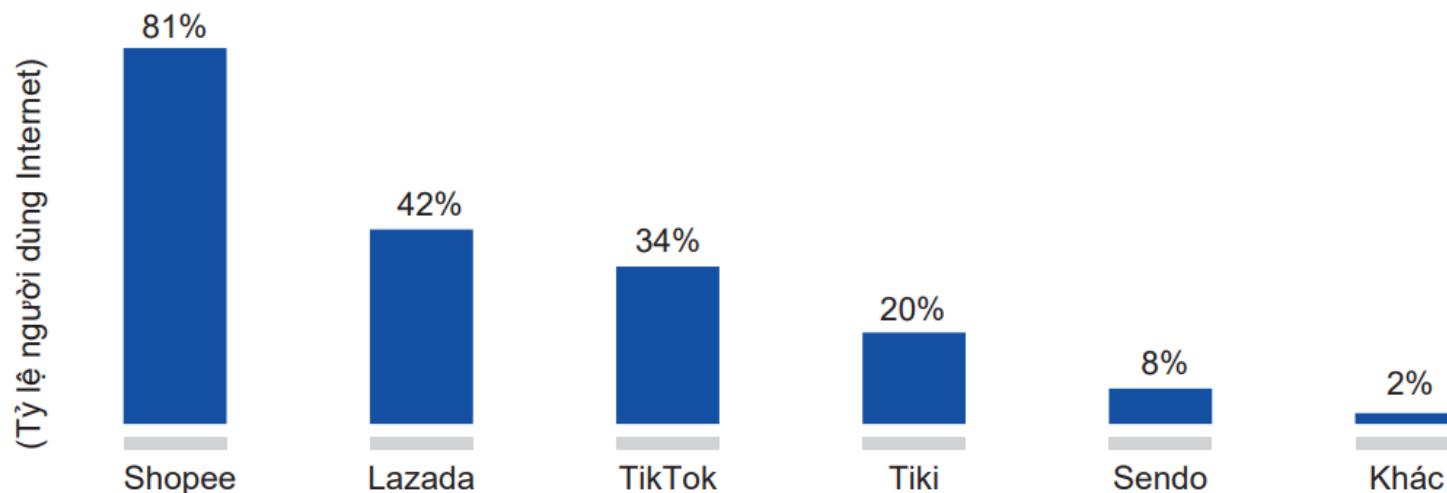


(Tỷ lệ người tiêu dùng trực tuyến)

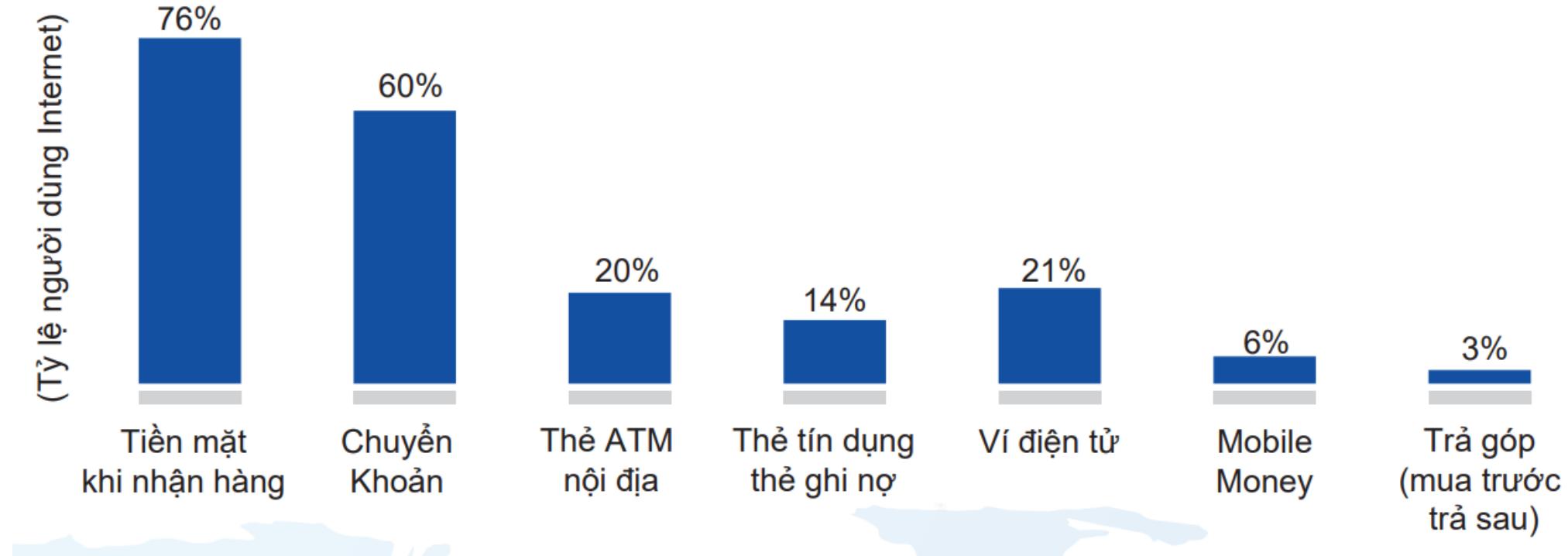
1.7 Các kênh mua sắm trực tuyến người tiêu dùng ưa chuộng tại Việt Nam năm 2023



Sàn giao dịch TMĐT lĩnh vực bán buôn bán lẻ người tiêu dùng ưa chuộng

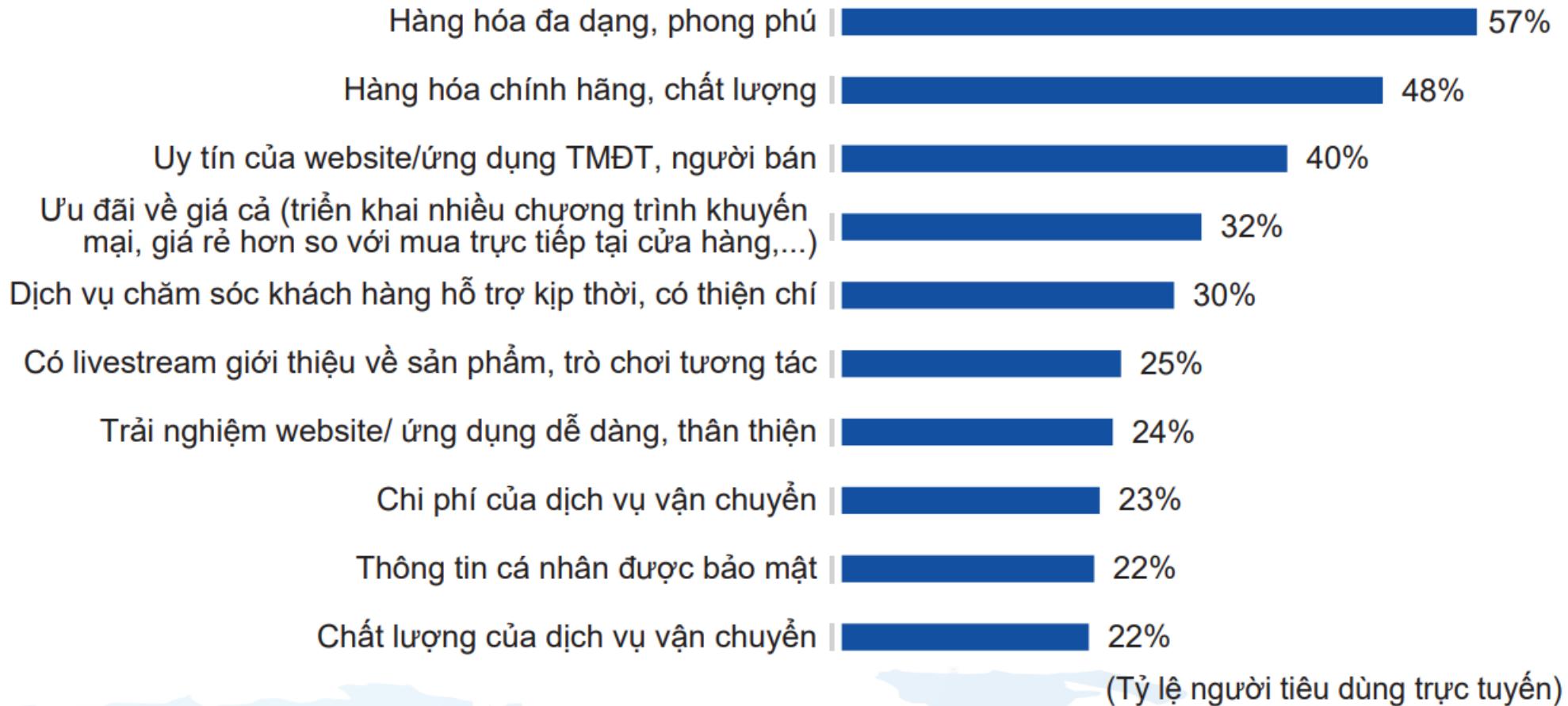


1.8 Hình thức thanh toán phổ biến tại Việt Nam



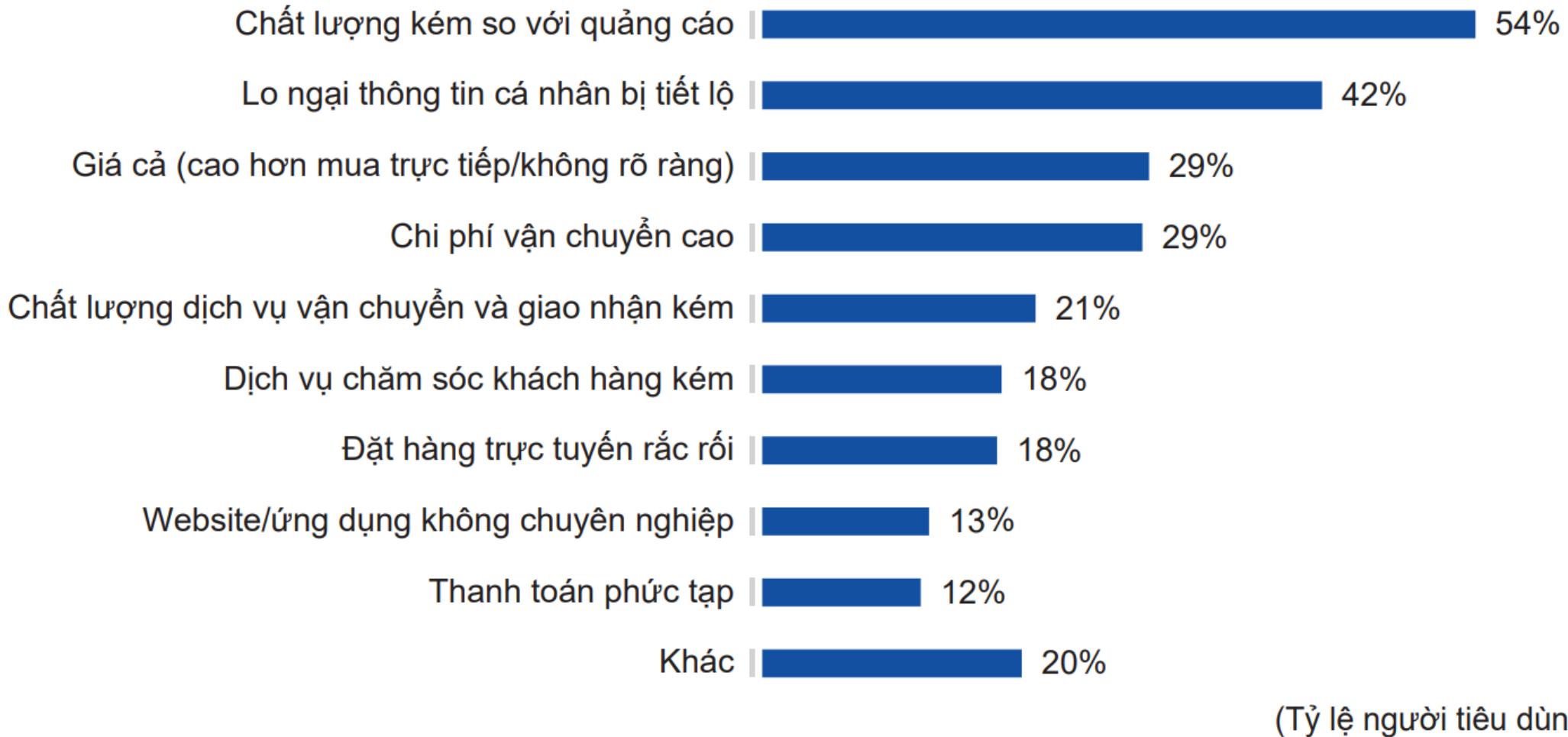
Source: Idea.gov.vn

1.9 Tiêu chí người tiêu dùng trực tuyến quan tâm khi tham gia mua sắm



Source: Idea.gov.vn

1.10 Các trở ngại khi mua hàng trực tuyến



1.11 Tỷ lệ website, ứng dụng TMĐT tích hợp mạng xã hội



Mạng xã hội phổ biến nhất được tích hợp trên website/ứng dụng TMĐT



Facebook

91,8%



Instagram

10,4%



Zalo

50,1%



Telegram

0,9%



TikTok

5,0%



Twitter

7,8%



Viber

1,3%



Khác

7,1%

CÁC DOANH NGHIỆP TMĐT TIÊU BIỂU

Tất cả ngành hàng



Sách



Điện thoại di động



HOANGHAMOBILE.COM

Tour du lịch, khách sạn, vé máy bay

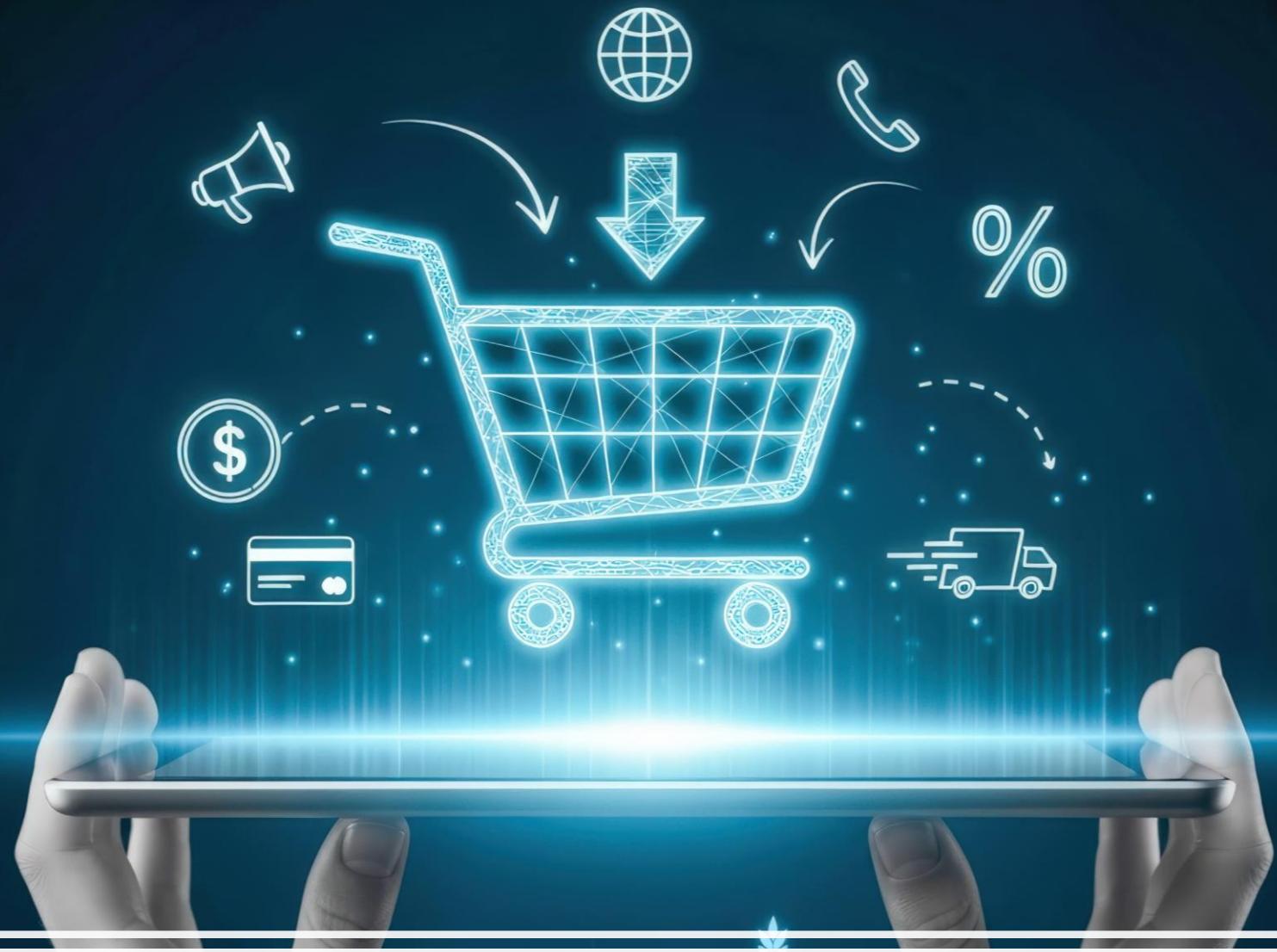


Vận tải



Mẹ và bé





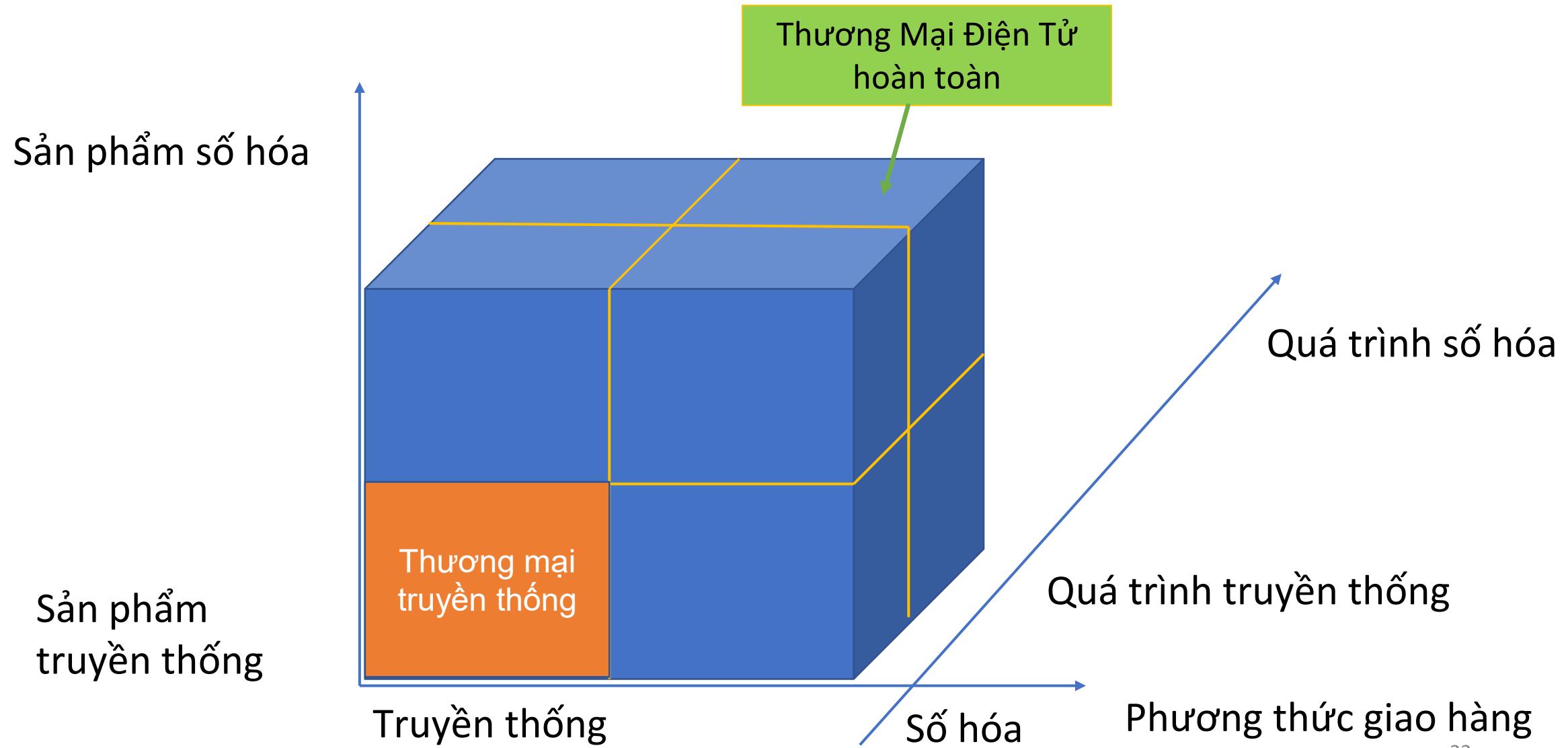
2. KHÁI NIỆM THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



KHÁI NIỆM THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- **Thương mại điện tử (e-Commerce):** là việc thực hiện toàn bộ hoạt động kinh doanh bao gồm Marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán thông qua các phương tiện điện tử (Theo tổ chức Liên hiệp quốc, UN).
- TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận có thể hữu hình hoặc giao nhận qua Internet dưới dạng số hóa (Theo tổ chức Thương mại thế giới - WTO).

Mô tả TMĐT trong không gian đồ thị 3 chiều



e-business vs e-commerce

- Kinh doanh điện tử (**e-business**) là thiết lập hệ thống hay ứng dụng công nghệ thông tin để phục vụ và tăng hiệu quả kinh doanh.
- e-business bao phủ quá trình hoạt động trong doanh nghiệp: HRM, ERP, CRM, SM, KM,....
- Thương mại điện tử (**e-commerce**) tập trung vào việc mua bán và trao đổi hàng hoá, dịch vụ, thông tin qua mạng, các phương tiện điện tử.
- e-commerce chỉ là một phần của e-business.

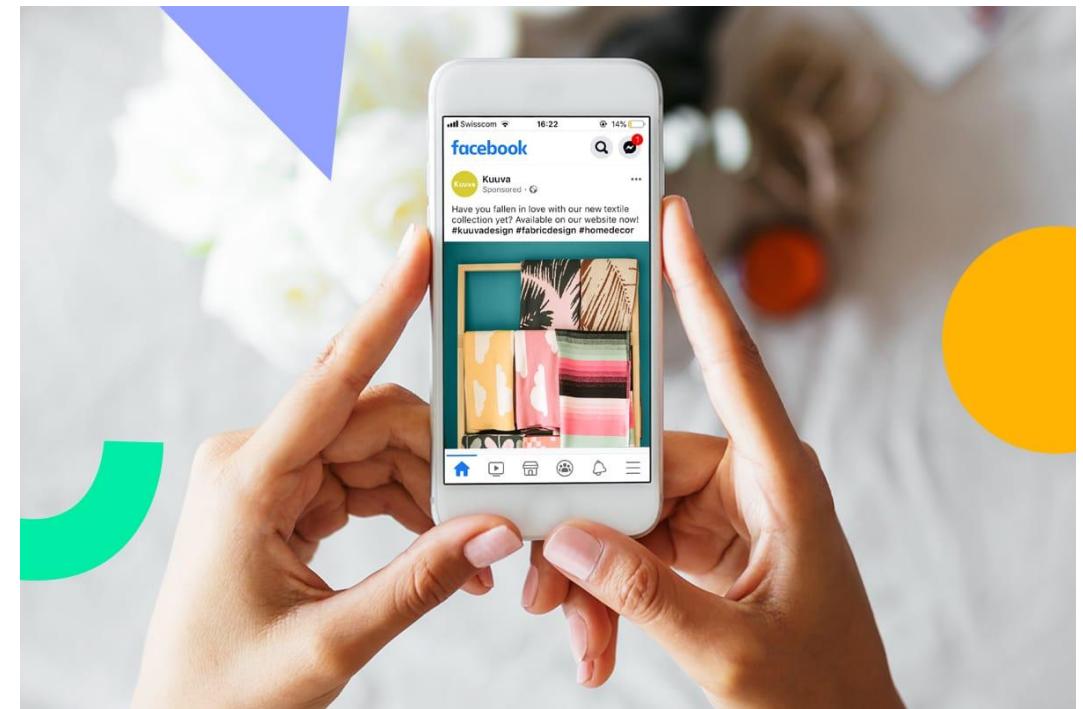


SỰ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN TMĐT



Tại sao không phải Website?

- Google SEO
- Google Ads
- Facebook Ads



- Groupon = Group + Coupon
- Leflair
- Adayroi

adâyroi!.com

GROUPON

Daily Deals on the Best in New York City

Today's Deal Recent Deals How Groupon Works Discussion

Share This: 8

\$10 for \$20 Worth of Modern Cuban Cuisine and Drinks at Habana Room

\$10 **Buy!**

Value \$20 Discount 50% You Save \$10
Buy it for a friend!

Time Left To Buy
3 days
14 hours
0 minutes

249 bought
The deal is on!
Tipped at 8:15AM with 50 bought

The Fine Print
Expires Jan 11, 2011
Limit 3 per person. Limit 1 per table.
No cash back. Tax and gratuity not included.
See the rules that apply to all deals.

Highlights
• Authentic Cuban cuisine
• Tasty mojitos and sangria
• Live music and dancing
• Vibrant dining room

Discuss the Deal
Hours are 8am to 11 am for Breakfast 11:00 ... more
Join the discussion 6 comments

More Great Deals Nearby
\$39 for a Garment District Diva Trek with Elegant Tightwad Shopping Excursions (\$76.50 Value)
• \$39
\$76 value
View It!

View New York: \$10 for \$20 Worth of Thin-Crust Pizza, Salads, and Drinks at Sputno
View Brooklyn: \$7 for Admission for Two to the Brooklyn Children's Museum
View New York: \$199

☰ leflair

THỜI TRANG TÚI & GIÀY PHỤ KIỆN KHOẺ & ĐẸP

» Ưu Đãi Mới Mỗi Ngày «



KLASSE 14

Lần đầu tại leflair

Ưu đãi nổi bật

Giảm Đến 50%+ Klasse14 Đồng Hồ Cao... Còn 10 ngày



Hàng nhập khẩu

la parfait COSMETICS

Giảm Đến 50% La Parfait Chăm Sóc Da Còn 2 ngày



Hàng nhập khẩu

skin Chemists POLAND

md formula P.H.D

Cancer LUN Repair & Protect Facial Serum

30ml (1 fl.oz)

26

KHÁI NIỆM VỀ THẾ GIỚI SỐ

- **Nền kinh tế số:** nền kinh tế phát triển dựa trên công nghệ số, bao gồm mạng lưới truyền thông số, phần mềm máy tính và những công nghệ thông tin liên quan khác. Còn được gọi là nền kinh tế mạng Internet, kinh tế Web.
 - ✓ Sản phẩm dưới dạng số hóa như cơ sở dữ liệu, tin tức, sách báo, phim, trò chơi điện tử, các phần mềm,...
 - ✓ Sản phẩm hữu hình như thiết bị dùng trong nhà, máy móc, xe cộ được gắn chip vi xử lý kết nối thông qua mạng.
- **Doanh nghiệp số:** là những doanh nghiệp sử dụng máy tính và hệ thống thông tin để tự động hóa hầu hết các hoạt động kinh doanh.
- **Xã hội số:** là cách thức con người sống và ứng xử trong xã hội đó. Đã làm thay đổi cuộc sống hiện tại của con người qua các hoạt động thường ngày như công việc, trò chơi, giải trí, du lịch, chăm sóc sức khỏe, giáo dục,...

Phân loại Thương mại điện tử

- Dựa trên thành phần tham gia hoạt động thương mại, TMĐT được phân chia thành một số loại như hình sau:

| | Government | Business | Customer |
|------------|------------|------------|------------|
| Government | G2G | G2B | G2C |
| Business | B2G | B2B | B2C |
| Customer | C2G | C2B | C2C |

- ✓ B2B: bán buôn trực tuyến (e-wholesale)
- ✓ B2C: bán lẻ điện tử (e-retailing)
- ✓ B2B2C: một doanh nghiệp cung cấp sản phẩm hay dịch vụ cho một khách hàng lớn, không phải người sử dụng mà họ nhờ nhà cung cấp chuyển hàng trực tiếp tới cho khách hàng cá nhân của họ.
- ✓ C2B: Cá nhân tìm kiếm người bán với mức giá phù hợp nhất. [Agoda](#).

Thương mại điện tử vs Thương mại truyền thống



Giảm chi phí mặt bằng, nhân công, tiếp thị, chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng tăng



Tiếp cận nhiều khách hàng hơn, không bị giới hạn về địa lý



Không bị giới hạn thời gian kinh doanh, **hiện diện 24/7**



Thủ tục mua bán nhanh, **dễ tìm kiếm sản phẩm**, so sánh giá

3. LỢI ÍCH CỦA TMĐT (Đối với Doanh nghiệp)

Tiết kiệm chi phí và tạo thuận lợi cho các bên giao dịch

- ✓ Không phải tốn kém nhiều cho việc thuê cửa hàng, mặt bằng, nhân viên phục vụ.
- ✓ Không cần phải đầu tư nhiều cho kho chứa.
- ✓ Chỉ cần bỏ ra 5 - 10 triệu VND để xây dựng một Website bán hàng qua mạng, chi phí vận hành Website mỗi tháng không quá 1 triệu VND.
- ✓ Doanh nghiệp có thể marketing toàn cầu với chi phí cực kỳ thấp.
- ✓ Có thể đưa thông tin quảng cáo đến hàng trăm triệu người xem từ khắp nơi trên thế giới. Đây là điều chỉ có TMĐT làm được cho doanh nghiệp.

LỢI ÍCH CỦA TMĐT (Đối với Khách hàng)

TMĐT mở rộng khả năng lựa chọn hàng hóa, dịch vụ và nhà cung cấp

- ✓ KH không còn bị giới hạn về địa lý hay thời gian.
- ✓ KH có thể mua hàng mọi lúc mọi nơi, lựa chọn hàng trăm thậm chí hàng nghìn nhà cung cấp từ các vùng miền và quốc gia khác nhau.
- ✓ KH dễ dàng tìm được sản phẩm có chất lượng cao hoặc giá thấp.
- ✓ Hàng hóa số hóa như phần mềm, phim, nhạc, có thể được giao ngay đến khách hàng qua Internet.
- ✓ Môi trường có kết nối cao của TMĐT cho phép người tham gia có thể phối hợp, chia sẻ thông tin và kinh nghiệm mua bán hàng hóa một cách hiệu quả, nhanh chóng.

LỢI ÍCH CỦA TMĐT (Đối với Xã hội)

TMĐT tạo ra một phương thức kinh doanh, làm việc mới phù hợp với cuộc sống công nghiệp, hiện đại.

- ✓ TMĐT giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ khắc phục những điểm kém lợi thế, đồng thời tạo ra động lực cải cách mạnh mẽ cho các cơ quan quản lý nhà nước nhằm theo kịp nhu cầu của doanh nghiệp và xã hội.
- ✓ Dịch vụ công như y tế, giáo dục, các dịch vụ công của Chính phủ được thực hiện qua mạng với chi phí thấp hơn, thuận tiện hơn.

THÁCH THỨC VÀ TRỞ NGẠI

Cơ quan quản lý nhà nước

- Nhiều vấn đề về pháp luật và chính sách công, bao gồm thuế vẫn chưa được giải quyết và chưa được rõ ràng.
- Các quy định Chính phủ của Nhà nước hoặc Quốc tế thỉnh thoảng không đồng nhất.

Cá nhân và tổ chức

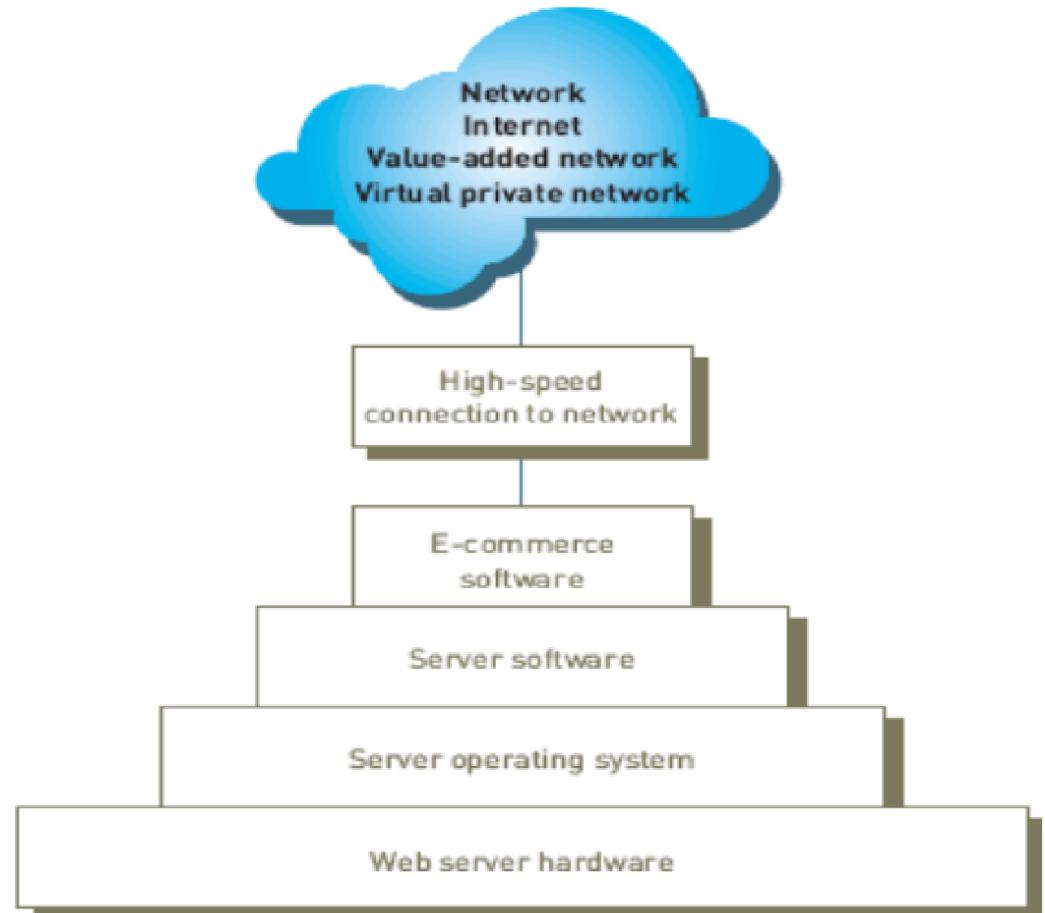
- Thiếu lòng tin vào TMĐT và danh tính không xác định của người bán hàng cản trở sức mua.
- Khách hàng chỉ xem hàng, so sánh giá trên mạng và sau đó đến cửa hàng hữu hình để mua hàng.
- Việc lừa đảo trực tuyến ngày càng tăng.

Doanh nghiệp

- Khó để kết hợp các phần mềm TMĐT và Internet với một vài ứng dụng hoặc cơ sở dữ liệu sẵn có.
- Mã chủ thiết kế riêng cho những Website đặc biệt sẽ làm tăng chi phí cho TMĐT.
- Việc hoàn tất đặt hàng với số lượng lớn trong mô hình B2B cần những kho chứa hàng tự động đặc biệt.
- Số lượng người mua và bán không đủ tạo ra lợi nhuận.

4. CƠ SỞ HẠ TẦNG CHO TMĐT

- Phần cứng máy phục vụ web
- Hệ điều hành máy phục vụ
- Phần mềm phục vụ
- Phần mềm TMĐT
- Mạng kết nối tốc độ cao
- Các giải pháp nâng cao tính an toàn:
 - ✓ Mã hoá thông tin
 - ✓ Bảo mật kênh truyền thông SSL
 - ✓ Sử dụng giao dịch điện tử an toàn SET
 - ✓ Thiết lập Fire wall

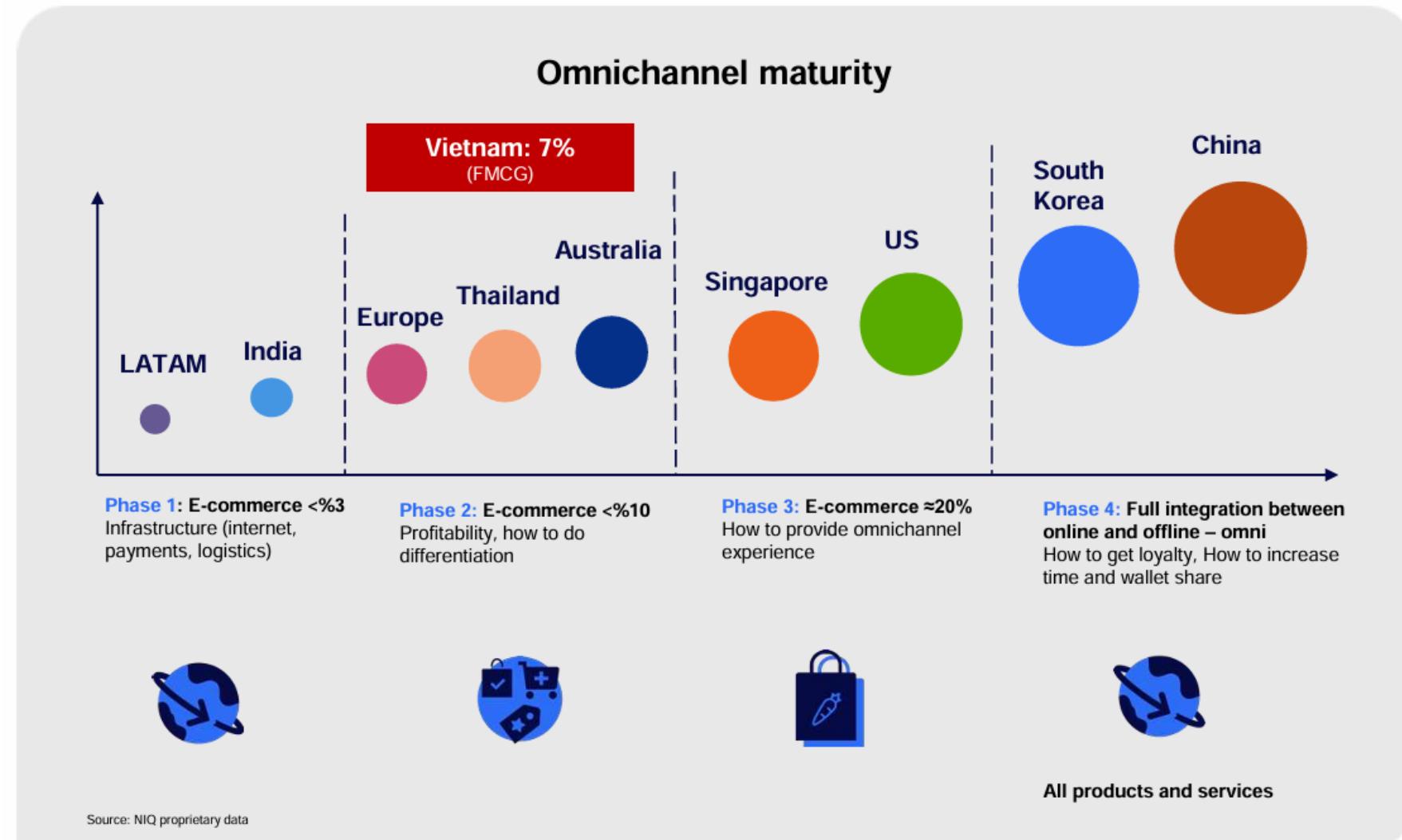




5. XU HƯỚNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- **Omni Channel:** đồng bộ hóa tất cả các kênh bán hàng để đem đến trải nghiệm đồng nhất cho khách hàng.
- Mô hình tiếp thị đa kênh đem tới sự tiện lợi cho khách hàng từ đó dẫn tới tăng doanh số bán hàng.

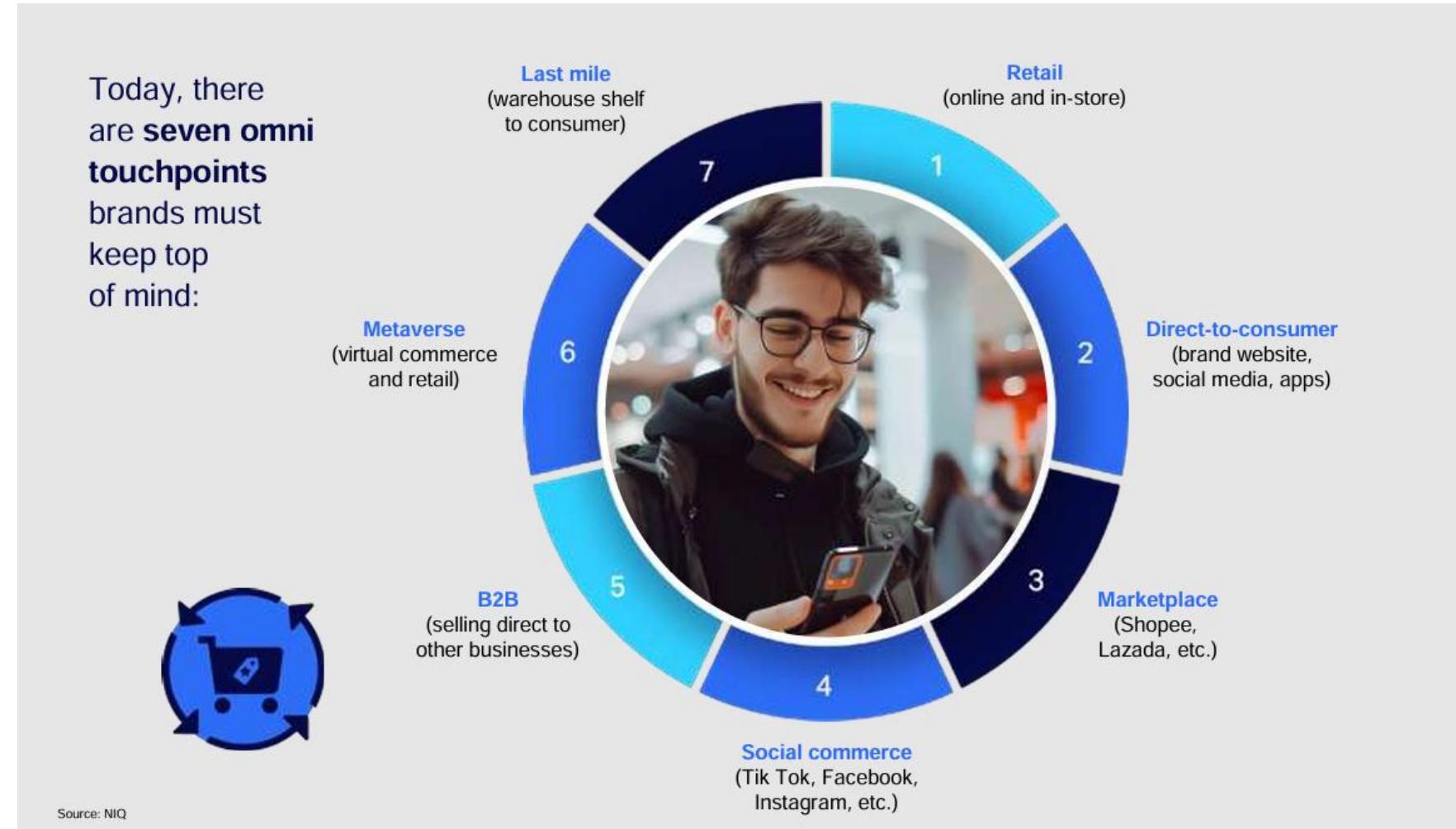
- So sánh về mức độ trưởng thành của mô hình tiếp thị đa kênh giữa một số thị trường trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương với các khu vực khác.



- Bối cảnh của Omni Landscape hiện nay:



- Với những tiến bộ công nghệ như Trí tuệ nhân tạo (AI), sự tiến hóa của Omni chắc chắn sẽ tăng tốc với tốc độ ngày càng nhanh.

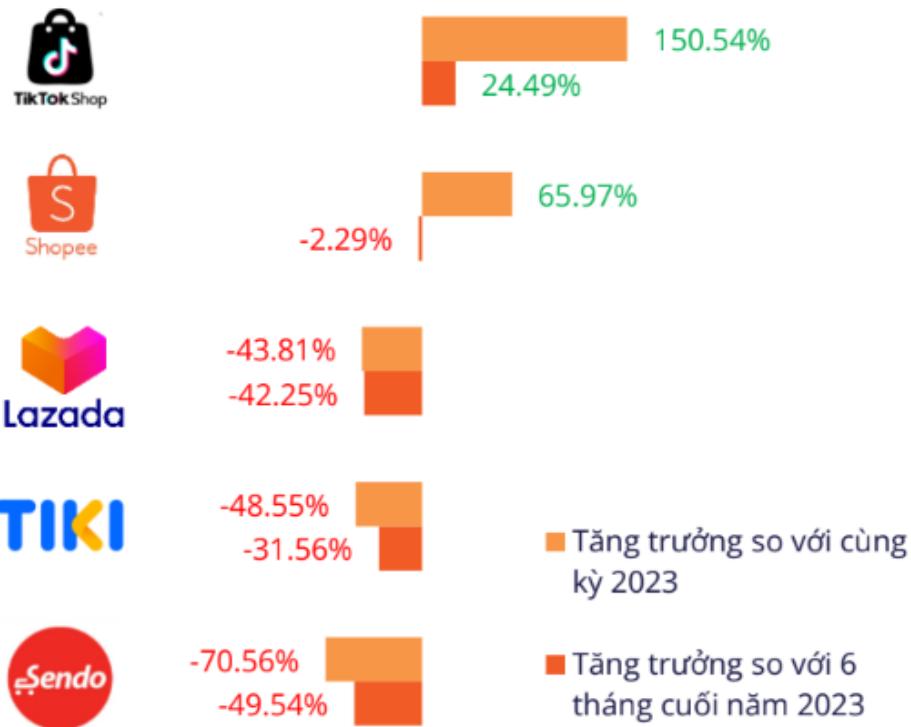


- **D2C (Direct-to-Customer):**
bán hàng trực tiếp thẳng từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng thông qua website, cửa hàng chính hãng mà không qua các kênh trung gian như nhà phân phối, đại lý.

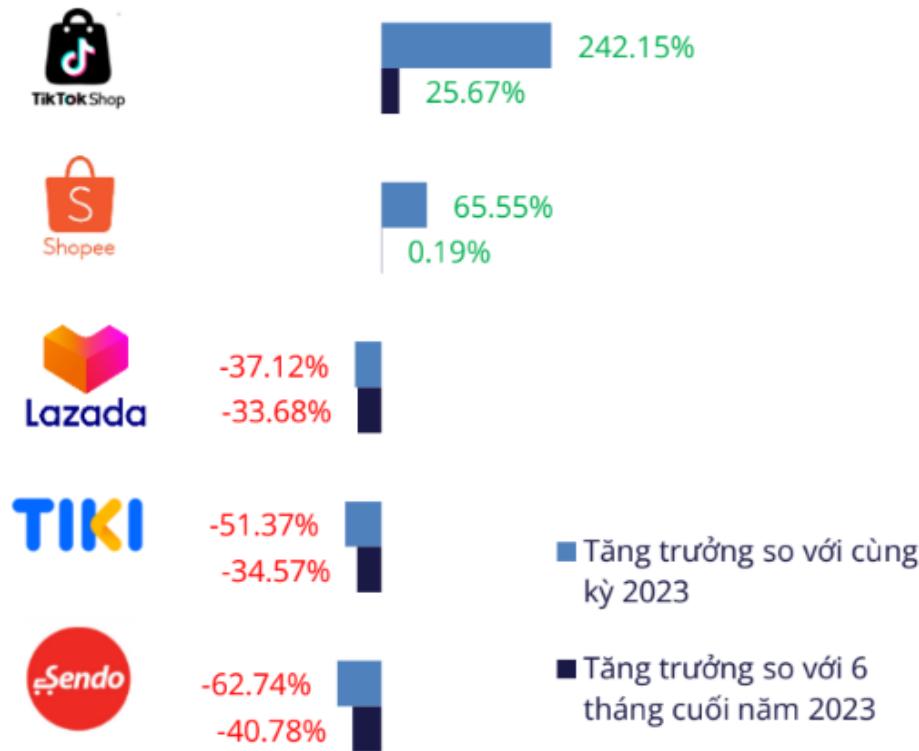


- Marketplace: Shopee, Lazada, Tiki, TikTok Shop,...

Tăng trưởng doanh số 6 tháng đầu năm 2024 so với 6 tháng đầu năm 2023 và 6 tháng cuối năm 2023 (%)



Tăng trưởng sản lượng 6 tháng đầu năm 2024 so với 6 tháng đầu năm 2023 và 6 tháng cuối năm 2023 (%)



Source: Metric

Sự phát triển trái ngược của các sàn Thương mại điện tử

- **Social Commerce:** Người tham gia mạng xã hội có thể thiết lập một không gian ảo miễn phí cho riêng họ, đăng tải nội dung, chia sẻ ý tưởng, kết nối và giao lưu.
- Một số kênh social media phổ biến nhất: Facebook, TikTok, Instagram, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Flickr,...
- Hành trình mua hàng của *Shoppertainment* không phải là tuyến tính, đây là một vòng lặp vô hạn của việc khám phá, cân nhắc, mua hàng, đánh giá và tham gia.



Source: TikTok



- Metaverse:
 - Công nghệ VR/AR: Apple Vision Pro
 - Mô hình tạo video AI: [Veo - Google DeepMind](#)



- Livestream
- Chatbot AI (trợ lý ảo)
- Super App: Grab, Zalo, Momo
- Ví điện tử
- Mua trước trả sau
- Logistics trong TMĐT: giao hàng chặng cuối chiếm 28% tổng chi phí 1 đơn hàng.
 - So sánh Shopee Hỏa tốc và Tiki Now 2h?



- **Những điều thương hiệu nên tập trung để thành công.**

- Một chiến lược đa kênh hiệu quả không thể chỉ dựa vào đo lường.
- Hãy hình dung chiến lược như một chiếc ghế 3 chân: đo lường, kích hoạt và người tiêu dùng - để tự đứng vững.

Measurement

Measure your product performance and effectiveness of campaigns to stay competitive

Identify new sales channels

Identify new pack size opportunities

Maximize occasions

Activation

Present the right message, in the right channel, to the right buyer

Focus on brand values and messaging

Communicate on health and wellness

Consumer

Stay on top of industry trends and drive digital transformation

Explore whitespaces for innovation

Drive trust via sustainability commitments