



CHƯƠNG 11:

THỰC HIỆN ĐƠN HÀNG THEO CHUỖI CUNG ỨNG VÀ CÁC DỊCH VỤ HỖ TRỢ

Nhóm: Phan Hoàng Sơn

Dương Đình Thanh

MỤC TIÊU

1. Mô tả vai trò của các dịch vụ hỗ trợ trong điện tử thương mại (Electronic Commerce - EC).
2. Định nghĩa thực hiện đơn hàng EC và mô tả đơn hàng EC quá trình hoàn thành.
3. Mô tả các vấn đề chính của quá trình thực hiện đơn hàng EC.
4. Mô tả các giải pháp khác nhau để thực hiện đơn hàng EC các vấn đề.
5. Mô tả các ứng dụng chuỗi cung ứng RFID.
6. Mô tả lập kế hoạch cộng tác và mô hình CPFR.
7. Mô tả các dịch vụ hỗ trợ EC khác.

DỊCH VỤ

Các dịch vụ của một cửa hàng online cần đáp ứng:

1. Bán hàng trực tuyến: Trang web cho phép người dùng mua hàng trực tuyến bằng cách chọn sản phẩm và thêm vào giỏ hàng trên trang web.
2. Thanh toán trực tuyến: Trang bán hàng trực tuyến cung cấp nhiều phương thức thanh toán trực tuyến để khách hàng thanh toán cho đơn hàng, bao gồm thẻ tín dụng, chuyển khoản ngân hàng và ví điện tử.
3. Vận chuyển và giao nhận hàng hóa: Trang bán hàng trực tuyến cung cấp dịch vụ vận chuyển và giao nhận hàng hóa đến địa chỉ khách hàng yêu cầu.

DỊCH VỤ

4. Chăm sóc khách hàng: Trang web có bộ phận chăm sóc khách hàng để giải đáp các câu hỏi, cung cấp hỗ trợ kỹ thuật và giúp đỡ khách hàng trong quá trình mua sắm và sử dụng sản phẩm.
5. Khuyến mãi và giảm giá: Trang bán hàng trực tuyến thường có chương trình khuyến mãi và giảm giá để thu hút khách hàng và giúp họ tiết kiệm chi phí.
6. Đánh giá và nhận xét sản phẩm: Trang web cung cấp cho khách hàng một phần đánh giá và nhận xét sản phẩm để họ có thể chia sẻ trải nghiệm của mình về sản phẩm với những người khác.

DỊCH VỤ

7. Đổi trả sản phẩm: Trang bán hàng trực tuyến cung cấp chính sách đổi trả sản phẩm nếu sản phẩm không đúng như mô tả hoặc không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.
8. Theo dõi đơn hàng: Trang bán hàng trực tuyến cho phép khách hàng theo dõi tình trạng đơn hàng của mình và biết được khi nào sản phẩm sẽ được giao đến địa chỉ của họ.

E-LOGISTICS

E-Logistics (hay còn gọi là Logistics điện tử) là sự kết hợp giữa ngành Logistics truyền thống và công nghệ thông tin để quản lý và vận hành quy trình Logistics hiệu quả hơn trong môi trường thương mại điện tử.

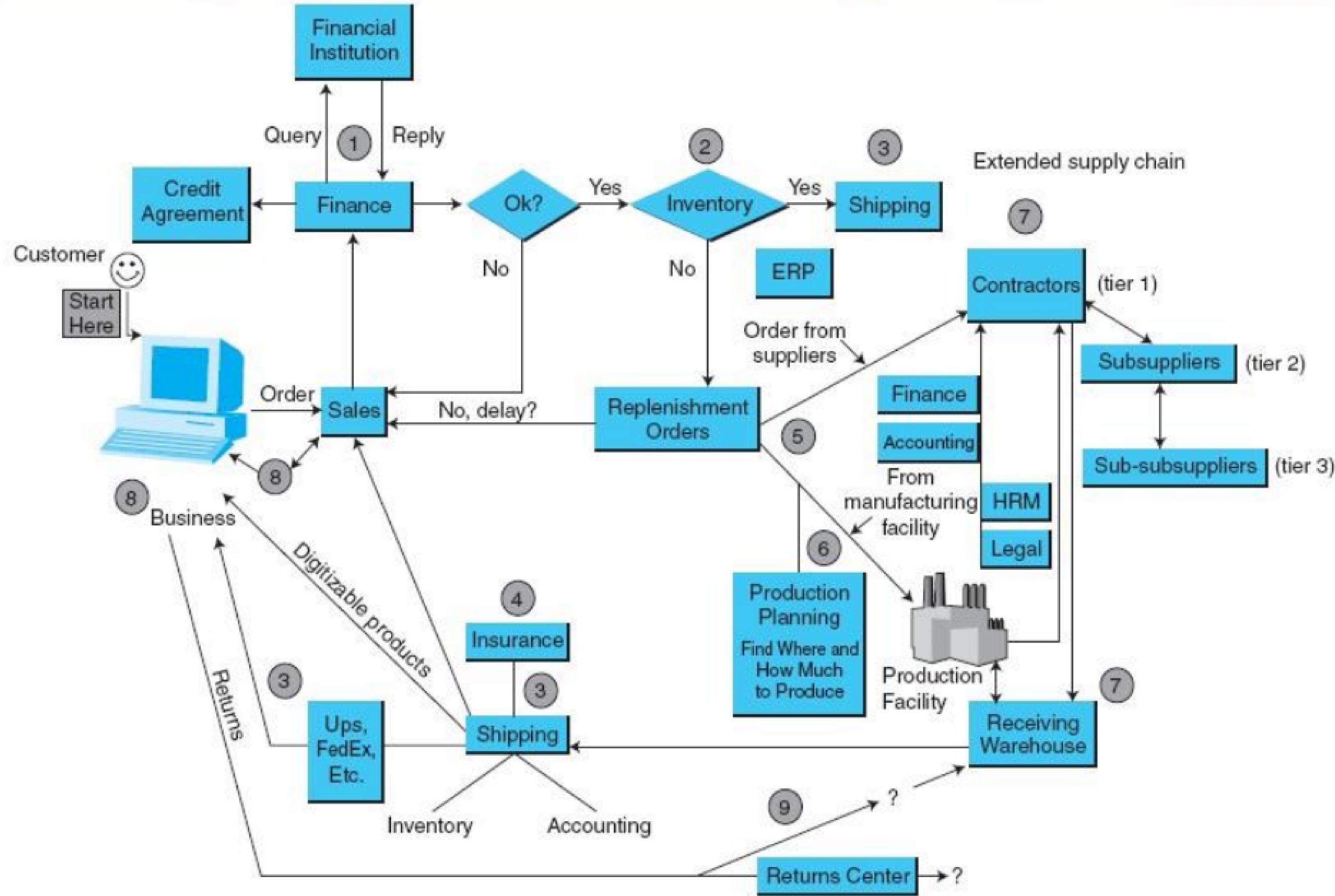
E-Logistics cung cấp các giải pháp vận chuyển, lưu trữ, quản lý kho hàng, quản lý đơn hàng và quản lý chuỗi cung ứng bằng cách sử dụng các công nghệ thông tin và viễn thông để nâng cao hiệu quả, tối ưu hóa chi phí và cải thiện trải nghiệm của khách hàng trong quá trình mua sắm và giao nhận hàng hóa trực tuyến.

E-LOGISTICS

B2B (Business-to-Business) là mô hình kinh doanh trong đó các doanh nghiệp bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp khác. Ví dụ, một công ty sản xuất máy tính sẽ bán các sản phẩm của mình cho các công ty khác để sử dụng trong văn phòng hoặc để bán lại cho người tiêu dùng.

B2C (Business-to-Consumer) là mô hình kinh doanh trong đó các doanh nghiệp bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ trực tiếp cho người tiêu dùng. Ví dụ, một cửa hàng bán lẻ sẽ bán các sản phẩm của mình trực tiếp cho khách hàng.

EXHIBIT 11.3 Order Fulfillment and the Logistics Process



Note: Demand forecasts and accounting are conducted at various points throughout the process.

CÁC VẤN ĐỀ CÓ THỂ XẨY RA

Các vấn đề có thể xảy ra:

1. Thiếu chính xác thông tin: Khi thông tin về đơn hàng, khách hàng và địa chỉ giao hàng không chính xác hoặc thiếu sót, sẽ dẫn đến việc giao hàng sai hoặc chậm trễ.
2. Sự cố trong vận chuyển: Các sự cố trong vận chuyển sẽ dẫn đến việc chậm giao hàng hoặc mất hàng.
3. Quản lý kho không hiệu quả: Khi quản lý kho hàng không hiệu quả, sẽ dẫn đến việc thiếu hàng hoặc phát sinh hàng tồn kho, làm tăng chi phí.

CÁC VẤN ĐỀ CÓ THỂ XẨY RA

Các vấn đề có thể xảy ra:

4. Không đảm bảo an ninh thông tin: Việc lưu trữ và chuyển đổi thông tin trong quá trình e-logistics cần đảm bảo an toàn và bảo mật. Nếu thông tin bị đánh cắp hoặc rò rỉ, sẽ ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.
5. Thời gian xử lý đơn hàng chậm: Khi quá trình xử lý đơn hàng, giao nhận hàng chậm sẽ dẫn đến không đảm bảo được sự hài lòng của khách hàng và giảm độ tin cậy doanh nghiệp.

GIAI PHÁP

1. Cập nhật thông tin chính xác: Đảm bảo rằng thông tin về đơn hàng, khách hàng và địa chỉ giao hàng được cập nhật chính xác. Các doanh nghiệp nên sử dụng các phần mềm quản lý đơn hàng và hệ thống theo dõi trực tuyến để đảm bảo tính chính xác và hiệu quả của thông tin.
2. Đa dạng hóa phương tiện vận chuyển: Các doanh nghiệp cần đa dạng hóa phương tiện vận chuyển và có kế hoạch phối hợp vận chuyển đa phương tiện, bao gồm đường bộ, đường thủy và đường hàng không, để đảm bảo giao hàng đúng thời hạn và giảm thiểu tối đa rủi ro trong vận chuyển.

GIAI PHÁP

3. Quản lý kho hiệu quả: Các doanh nghiệp cần đưa ra các kế hoạch quản lý kho hiệu quả, đảm bảo tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng và quản lý kho, đồng thời sử dụng phần mềm quản lý kho và phân phối để theo dõi số lượng hàng tồn kho và giảm thiểu lãng phí hàng tồn kho.
4. Bảo mật thông tin: Các doanh nghiệp cần đưa ra các chính sách bảo mật thông tin để đảm bảo an toàn và bảo mật cho các thông tin liên quan đến khách hàng, đơn hàng và giao nhận hàng. Đồng thời, các doanh nghiệp cần đào tạo nhân viên để nâng cao nhận thức về an ninh thông tin và đảm bảo tính bảo mật của thông tin trong quá trình vận hành.

RFID

Radio Frequency Identification (RFID) là một công nghệ sử dụng sóng vô tuyến để truyền tải dữ liệu giữa một thẻ RFID và một đầu đọc RFID. Thẻ RFID bao gồm một chip điện tử và một ăng-ten, cho phép truyền thông tin không dây đến đầu đọc RFID.

Công nghệ RFID được sử dụng rộng rãi trong các ứng dụng theo dõi và quản lý hàng hóa, quản lý kho, kiểm soát truy cập và theo dõi sản phẩm trong chuỗi cung ứng. Với sự phát triển của Internet of Things (IoT), RFID cũng được sử dụng trong các ứng dụng IoT để thu thập dữ liệu từ các thiết bị thông minh.

RFID

Ưu điểm:

1. Thu thập dữ liệu tự động: RFID cho phép thu thập dữ liệu một cách tự động và nhanh chóng, giảm thiểu thời gian và công sức trong việc thu thập thông tin.
2. Cải thiện độ chính xác và hiệu quả: Sử dụng RFID cải thiện độ chính xác và hiệu quả của quản lý hàng hóa và quản lý kho, giúp giảm thiểu lỗi và thất thoát hàng hóa.
3. Giảm chi phí lao động: Vì RFID cho phép tự động hóa quá trình thu thập dữ liệu, nên giúp giảm chi phí lao động và tối ưu hóa quá trình sản xuất.
4. Không cần tiếp xúc vật liệu: RFID cho phép thu thập dữ liệu từ xa, không cần tiếp xúc trực tiếp với vật liệu, giúp giảm thiểu sự cố hư hỏng và giảm thiểu rủi ro về an toàn.
5. Dễ dàng tích hợp với các hệ thống khác: RFID có thể tích hợp dễ dàng với các hệ thống khác, như hệ thống quản lý kho, hệ thống vận chuyển, hệ thống sản xuất và hệ thống kiểm soát truy cập.

RFID

Nhược điểm:

1. Chi phí đầu tư ban đầu cao: Chi phí đầu tư ban đầu cho hệ thống RFID có thể rất cao, bao gồm chi phí thẻ, đầu đọc, phần mềm và thiết bị hỗ trợ.
2. Vấn đề về bảo mật: Dữ liệu được truyền tải bằng RFID có thể bị tấn công bởi các kẻ tấn công để lấy cắp thông tin hoặc phá hủy dữ liệu.
3. Các rủi ro về quyền riêng tư: RFID có thể gây ra rủi ro về quyền riêng tư cho người dùng nếu không được quản lý và bảo vệ đúng cách.
4. Vấn đề về đọc thẻ: RFID có thể gặp vấn đề trong việc đọc các thẻ RFID nếu thẻ bị hư hỏng hoặc nằm ở khoảng cách quá xa.
5. Độ tin cậy của dữ liệu: RFID có thể gặp vấn đề về độ tin cậy của dữ liệu nếu nó không được quản lý và bảo trì đúng cách, và dữ liệu có thể bị mất.

CPFR

CPFR (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) là một quá trình hợp tác giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng để dự báo nhu cầu, lập kế hoạch sản xuất và phân phối hàng hóa. CPFR bao gồm các giai đoạn như dự báo nhu cầu, lập kế hoạch sản xuất, quản lý đơn đặt hàng và đánh giá hiệu quả.

CPFR giúp tăng tính chính xác và độ chính xác trong dự báo nhu cầu, giúp các đối tác trong chuỗi cung ứng thực hiện kế hoạch sản xuất và phân phối hàng hóa một cách hiệu quả và tiết kiệm chi phí. Ngoài ra, CPFR còn giúp tăng tính linh hoạt trong quản lý kho và đặt hàng, giảm thiểu sự lãng phí và tăng khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

CPFR

Mô hình CPFR bao gồm 9 bước chính:

1. Quyết định phạm vi và đối tượng hợp tác
2. Phân tích đặc trưng của sản phẩm và khách hàng
3. Đánh giá nhu cầu của khách hàng
4. Thống nhất dữ liệu về sản phẩm và khách hàng
5. Xác định kế hoạch sản xuất và đặt hàng
6. Đồng bộ kế hoạch sản xuất và đặt hàng
7. Giám sát quá trình sản xuất và đặt hàng
8. Đối chiếu và xử lý sự chênh lệch giữa dự báo và thực tế
9. Đánh giá và cải tiến quá trình CPFR

VÍ DỤ

Công ty sản xuất và phân phối sản phẩm chăm sóc sức khỏe sử dụng CPFR và RFID để cung cấp thuốc và dụng cụ y tế. Khi sản phẩm được trang bị tag RFID, các nhà sản xuất và nhà phân phối có thể quản lý số lượng sản phẩm, ngày hết hạn, vị trí và lịch sử sản xuất của sản phẩm. Việc này giúp đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng, đồng thời giúp tối ưu quá trình sản xuất và phân phối sản phẩm.

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Quá trình phát triển ứng dụng thương mại điện tử (e-commerce application development process) bao gồm các bước sau:

1. Phân tích yêu cầu: Bước đầu tiên trong quá trình phát triển ứng dụng thương mại điện tử là phân tích và thu thập yêu cầu từ khách hàng. Các yêu cầu bao gồm các tính năng, thiết kế giao diện, yêu cầu bảo mật, quản lý nội dung, thanh toán, vận chuyển, đánh giá sản phẩm, và hỗ trợ khách hàng.
2. Thiết kế và lập kế hoạch: Sau khi phân tích yêu cầu, các nhà phát triển phải lên kế hoạch thiết kế ứng dụng thương mại điện tử. Điều này bao gồm việc thiết kế cơ sở dữ liệu, quản lý thông tin sản phẩm, lập kế hoạch vận chuyển và thanh toán, và thiết kế giao diện người dùng.

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

3. Phát triển ứng dụng: Sau khi lập kế hoạch và thiết kế, các nhà phát triển tiến hành phát triển ứng dụng thương mại điện tử.

4. Kiểm thử và kiểm tra: Sau khi phát triển ứng dụng thương mại điện tử, các nhà phát triển thực hiện các bài kiểm thử và kiểm tra hệ thống để đảm bảo rằng ứng dụng hoạt động đúng cách, đáp ứng các yêu cầu của khách hàng, và không có lỗi.

5. Triển khai và cài đặt: Sau khi hoàn thành việc kiểm thử và kiểm tra, các nhà phát triển triển khai và cài đặt ứng dụng thương mại điện tử trên máy chủ hoặc nền tảng đám mây.

6. Hỗ trợ và bảo trì: Sau khi triển khai và cài đặt ứng dụng thương mại điện tử, các nhà phát triển tiếp tục hỗ trợ và bảo trì ứng dụng.

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Các công nghệ phổ biến:

- Các hệ thống quản lý nội dung (CMS): Đây là các phần mềm cho phép người dùng quản lý, tạo và cập nhật các nội dung trên website thương mại điện tử của họ. CMS phổ biến nhất bao gồm WordPress, Magento và Shopify.
- Đám mây (Cloud): Cloud computing cung cấp các tài nguyên máy chủ, lưu trữ, phần mềm và dịch vụ khác thông qua internet. Điều này giúp các doanh nghiệp giảm thiểu chi phí về cơ sở hạ tầng và phát triển ứng dụng thương mại điện tử một cách nhanh chóng.
- Các nền tảng mã nguồn mở (Open-source platforms): Các nền tảng mã nguồn mở như Magento và OpenCart là những giải pháp phổ biến cho việc phát triển các website thương mại điện tử.

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

- Thương mại điện tử di động (Mobile commerce): Các ứng dụng và website thương mại điện tử dành cho các thiết bị di động như smartphone và tablet đang trở thành xu hướng phát triển trong lĩnh vực thương mại điện tử.
- Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI): Các công nghệ trí tuệ nhân tạo như chatbot và hệ thống gợi ý sản phẩm đang được ứng dụng để tăng cường trải nghiệm mua sắm của người dùng và tăng hiệu quả cho các doanh nghiệp thương mại điện tử.
- Blockchain: Công nghệ blockchain đang được sử dụng để cải thiện bảo mật, độ tin cậy và khả năng xác thực trong giao dịch trực tuyến.

Any questions?

yes!

