

Chương 1 (Tiếp theo) - Tiết 3: Hạ tầng Nhân lực và Quản trị Logistics



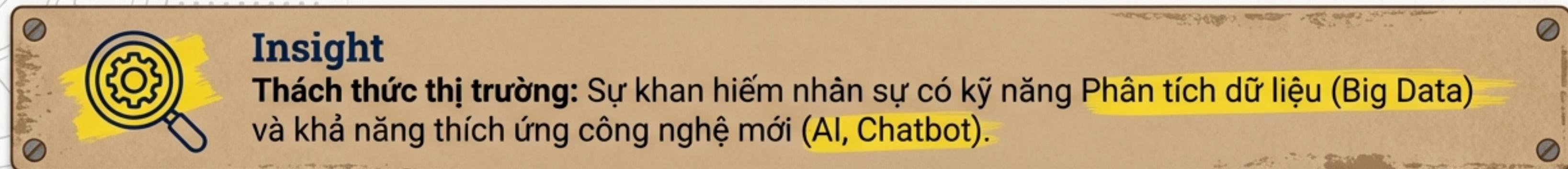
“Phần chìm của Tảng băng trôi: Từ cái chạm tay đến gói hàng trên cửa.”

Trong TMĐT, khách hàng chỉ nhấp chuột (Click),
nhưng doanh nghiệp phải đổ mồ hôi (Brick).



Hạ tầng Nhân lực: TMĐT không chỉ là sân chơi của IT

Sự dịch chuyển từ kỹ thuật thuần túy sang sự phối hợp đa ngành.

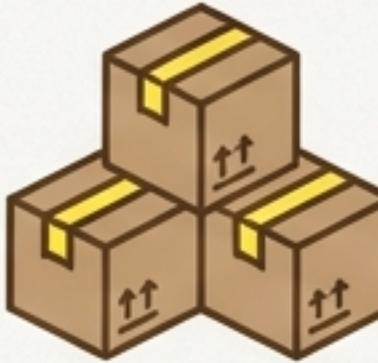
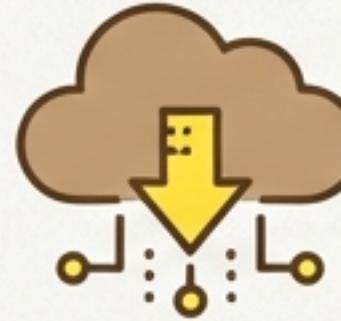


Định nghĩa Order Fulfillment (Hoàn tất đơn hàng)

- Fulfillment là cầu nối giữa hành động “Mua” và trải nghiệm “Nhận”. Nó là toàn bộ quy trình hậu cần để biến một đơn hàng ảo thành sản phẩm thật.



Các mô hình vận hành chuỗi cung ứng chiến lược

Make-to-Stock (MTS)	Make-to-Order (MTO)	Digital Copy
		

Cơ chế: Sản xuất/Nhập hàng tồn kho dựa trên dự báo.

Ưu điểm: Tốc độ giao hàng cực nhanh.

Ví dụ: Tiki Trading (Hàng tiêu dùng nhanh, sách).

Cơ chế: Chỉ sản xuất/lắp ráp khi có đơn đặt hàng.

Ưu điểm: Giảm rủi ro tồn kho, cho phép cá nhân hóa.

Ví dụ: Dell (Khách cấu hình -> Lắp ráp -> Giao).

Cơ chế: Sản phẩm số (E-book, Software).

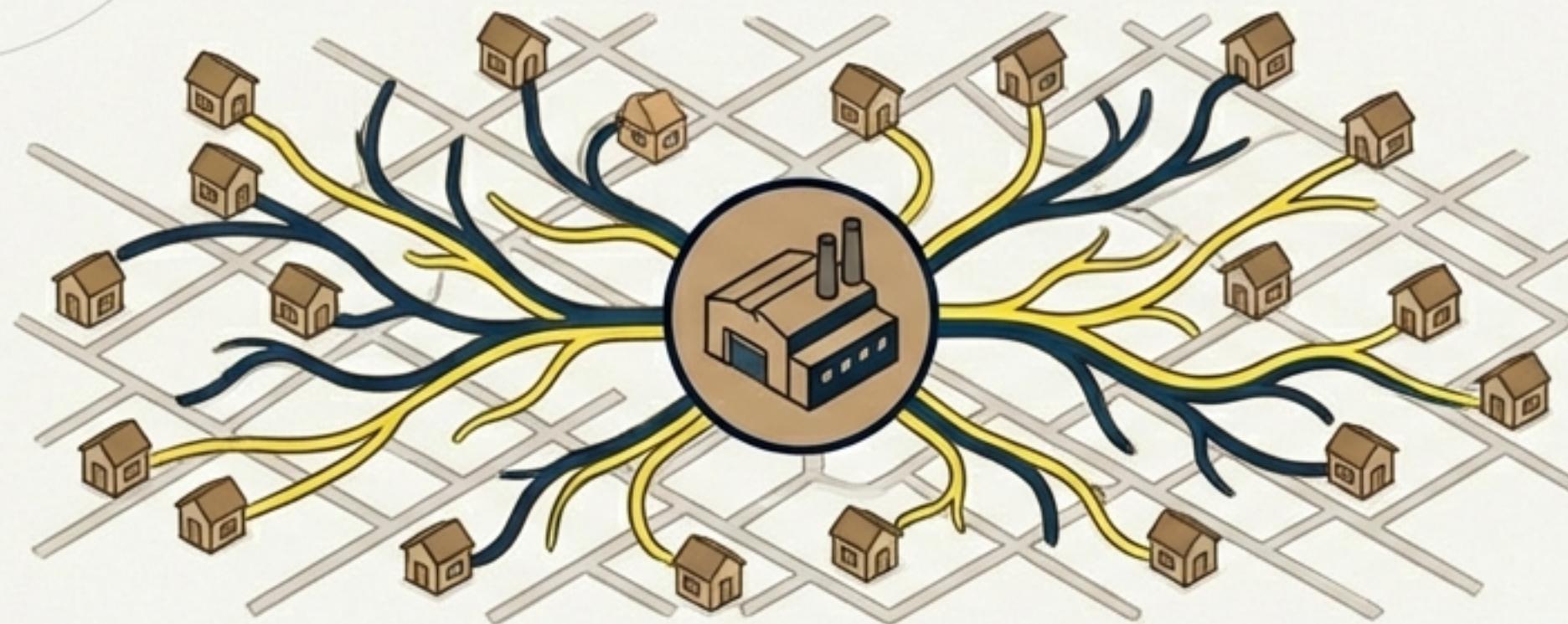
Đặc điểm: Chi phí tồn kho và giao hàng gần như bằng 0.

Cách mạng Kho bãi: Từ “Kho chứa” đến “Trung tâm xử lý”

Công nghệ Goods-to-Man (Hàng tìm Người)

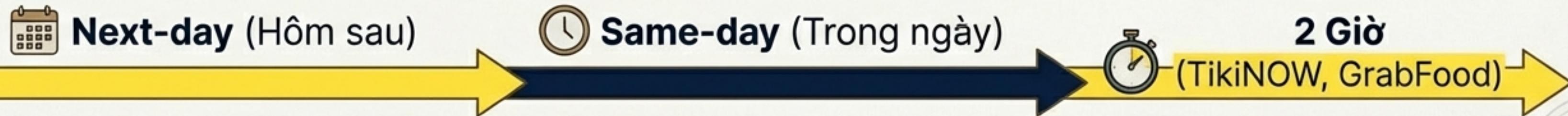


Giao hàng chặng cuối (Last-mile Delivery) - Thách thức lớn nhất



Problem

Khâu tốn kém và phức tạp nhất: giao từng gói nhỏ đến hàng triệu địa chỉ phân tán.



AI Routing
Tối ưu lộ trình thực.

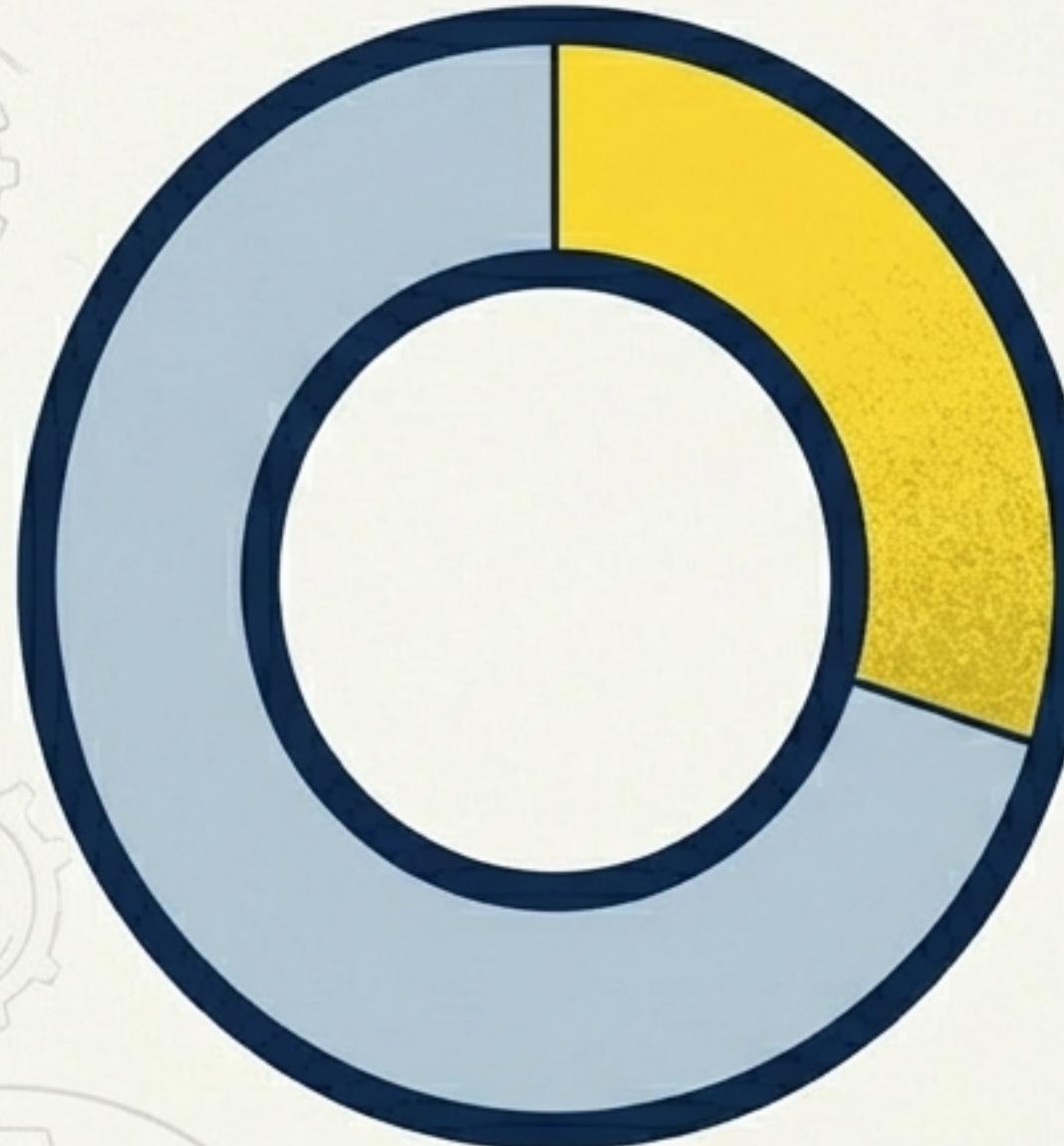


Smart Lockers
Khách chủ động lấy hàng.



Future Tech
Drones và Robot tự hành.

Logistics Ngược (Reverse Logistics): Khi mọi thứ không như ý



30%

Tỷ lệ trả hàng
TMĐT cao gấp
3 lần bán lẻ
truyền thống.

Chính sách đổi trả là
yếu tố số 2 quyết định
hành vi mua.

Giải pháp Quản trị

- Click-and-mortar:** Cho phép trả hàng tại cửa hàng vật lý.
- Pre-printed Labels:** Cung cấp nhãn dán trả hàng in sẵn.
- Outsourcing:** Thuê ngoài xử lý hàng hoàn để giảm tải kho chính.

Bài toán quản trị: Thuê ngoài (3PL) hay Tự làm (In-house)?

Option A: 3PL (Third-party Logistics)



- Ưu điểm:** Tận dụng mạng lưới có sẵn, không phí đầu tư hạ tầng.
- Rủi ro:** Khó kiểm soát thái độ shipper -> ảnh hưởng uy tín Shop.

Option B: In-house Logistics



- Ưu điểm:** Kiểm soát tuyệt đối trải nghiệm, đảm bảo tốc độ.
- Rủi ro:** Chi phí đầu tư (Capex) và vận hành (Opex) cực lớn.

Tổng kết Chương 1: Bản chất của Thương mại Điện tử



Quản trị TMĐT thực chất là quản trị phần chìm để nâng đỡ phần nổi.

Case Study: Cuộc chiến Tốc độ (Tiki vs. Shopee)

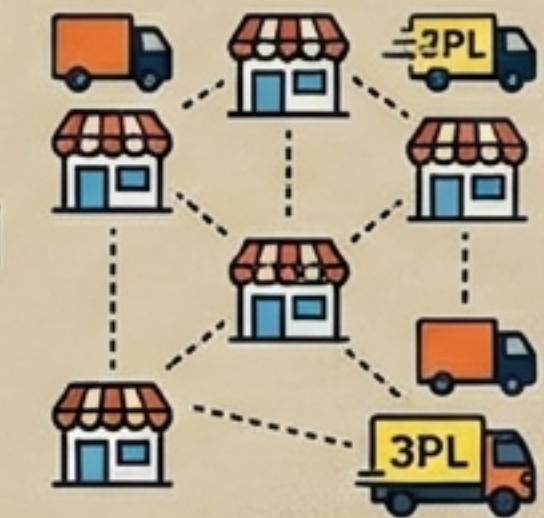
TIKI - Mô hình Tập trung

- **Chiến lược:** Make-to-Stock (MTS)
- **Cơ chế:** Hàng có sẵn tại 1 điểm kho Tiki Trading.
- **Kết quả:** Cam kết giao TikiNOW 2h.



SHOPEE - Mô hình Phân tán

- **Chiến lược:** C2C / Marketplace
- **Cơ chế:** Hàng nằm rải rác ở kho của ngàn bán. Phụ thuộc 3PL.
- **Kết quả:** Khó đồng bộ quy trình, khó giao 2h toàn sàn.



Insight: Mô hình kho bãi quyết định trần tốc độ của dịch vụ.

Góc nhìn Quản trị: Lựa chọn nào cho doanh nghiệp SME?

Bạn ưu tiên điều gì?

Muốn rảnh tay, cần giao nhanh & uy tín?

Muốn kiểm soát hàng, thương hiệu riêng (Unboxing)?



**Chọn gửi kho sàn
(Fulfillment by Tiki/Lazada)**

Đánh đổi: Mất phí lưu kho,
bị giam vốn.

**Tự vận hành
(Shopee / Tự gọi 3PL)**

Đánh đổi: Tốn nhân lực đóng gói,
rủi ro bị phạt nếu chậm.

Hướng dẫn Bài tập Cá nhân A2.2

Mục tiêu: Đánh giá năng lực tổng quan và hiểu biết pháp lý.

Đề bài: Chọn một doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam. Phân tích mô hình kinh doanh (B2B/B2C/C2C) và xác định **01 rủi ro pháp lý** hoặc bảo mật mà họ có thể gặp phải.

Quy định: Độ dài 1 trang A4. Nộp trên Canvas.

Tiêu chí chấm điểm:

- Xác định đúng mô hình: 50%
- Phân tích rủi ro hợp lý: 50%