



MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Hà Nội, ngày 4 tháng 12 năm 2013

Ước tính quy mô thị trường TMĐT

Dân số Việt Nam	Tỷ lệ dân số sử dụng Internet	Tỷ lệ truy cập Internet tham gia mua sắm online
90 triệu	36%	57%

Ước tính giá trị mua hàng online của một cá nhân	Ước tính quy mô thị trường TMĐT
150 USD/năm*	2,77 tỷ USD
120 USD/năm **	2,2 tỷ USD
30 USD/năm ***	0,7 tỷ USD

* VISA

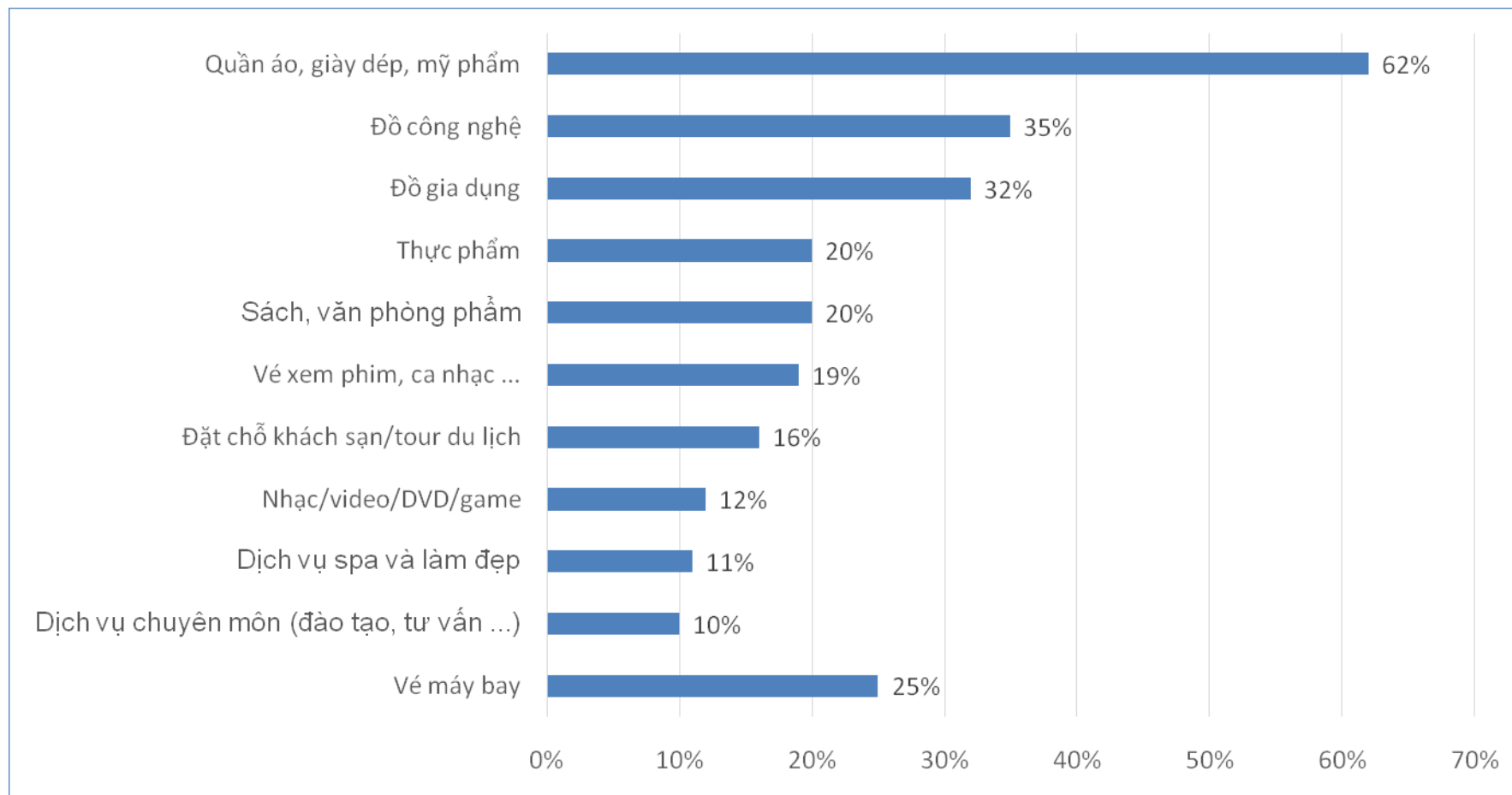
** VCCorp

*** Báo cáo TMĐT Việt Nam 2012

Quốc gia	Giá trị mua hàng online của một cá nhân
Indonesia	391 USD/người
Trung Quốc	670 USD/người
Ấn Độ	665 USD/người

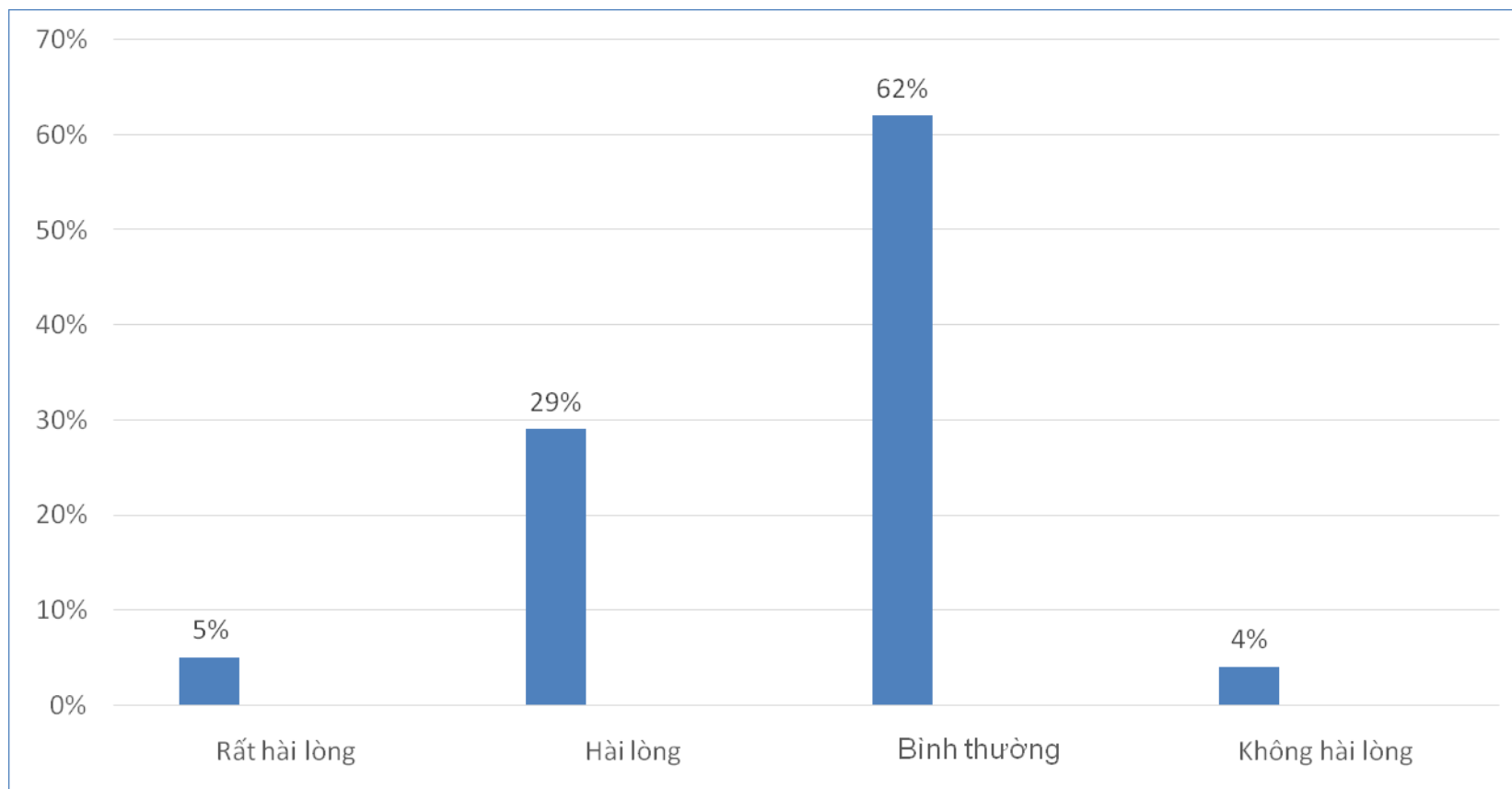
Nguồn: emarketer.com

Các loại hàng hóa phổ biến được mua online



Nguồn: Cục TMĐT và CNTT, tháng 9/2013

Đánh giá hiệu quả mua sắm online



Nguồn: Cục TMĐT và CNTT, tháng 9/2013

Sản phẩm/dịch vụ phổ biến trên các website cung cấp dịch vụ TMĐT

	Tỷ lệ
Sản phẩm khác	24%
Dịch vụ khác	24%
Dịch vụ giải trí	52%
Gỗ, vật liệu xây dựng	52%
Sản phẩm cơ khí, ô tô, xe máy	55%
Hoa, quà tặng	63%
Thực phẩm, sữa	64%
Sách, văn phòng phẩm	67%
Dịch vụ du lịch	70%
Điện máy, thiết bị gia dụng	70%
Máy tính, điện thoại, thiết bị điện tử	73%
Quần áo, giày dép, mỹ phẩm	79%

Nguồn: Cục TMĐT, Báo cáo của 67 website TMĐT, 2013

Tích hợp thanh toán online trên các website cung cấp dịch vụ TMĐT

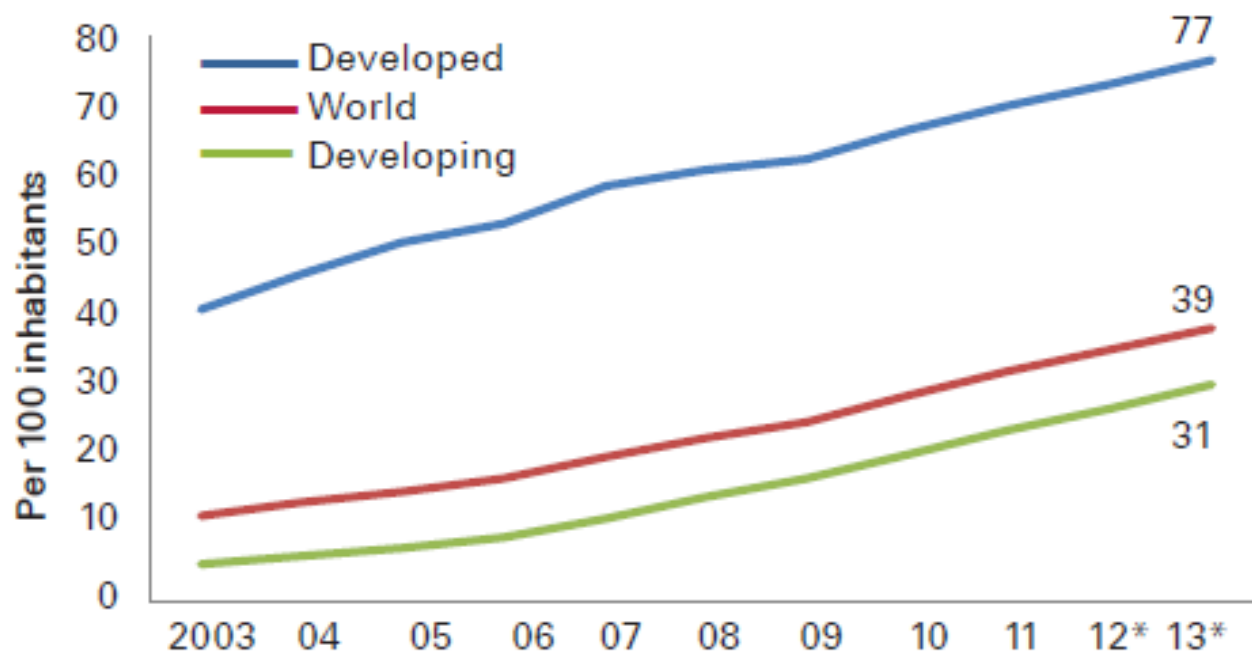
	Tỷ lệ
Tích hợp thanh toán online	48%
Không tích hợp thanh toán online	21%
Sẽ tích hợp thanh toán online	30%

Nguồn: Cục TMĐT, Báo cáo của 66 website TMĐT, 2013



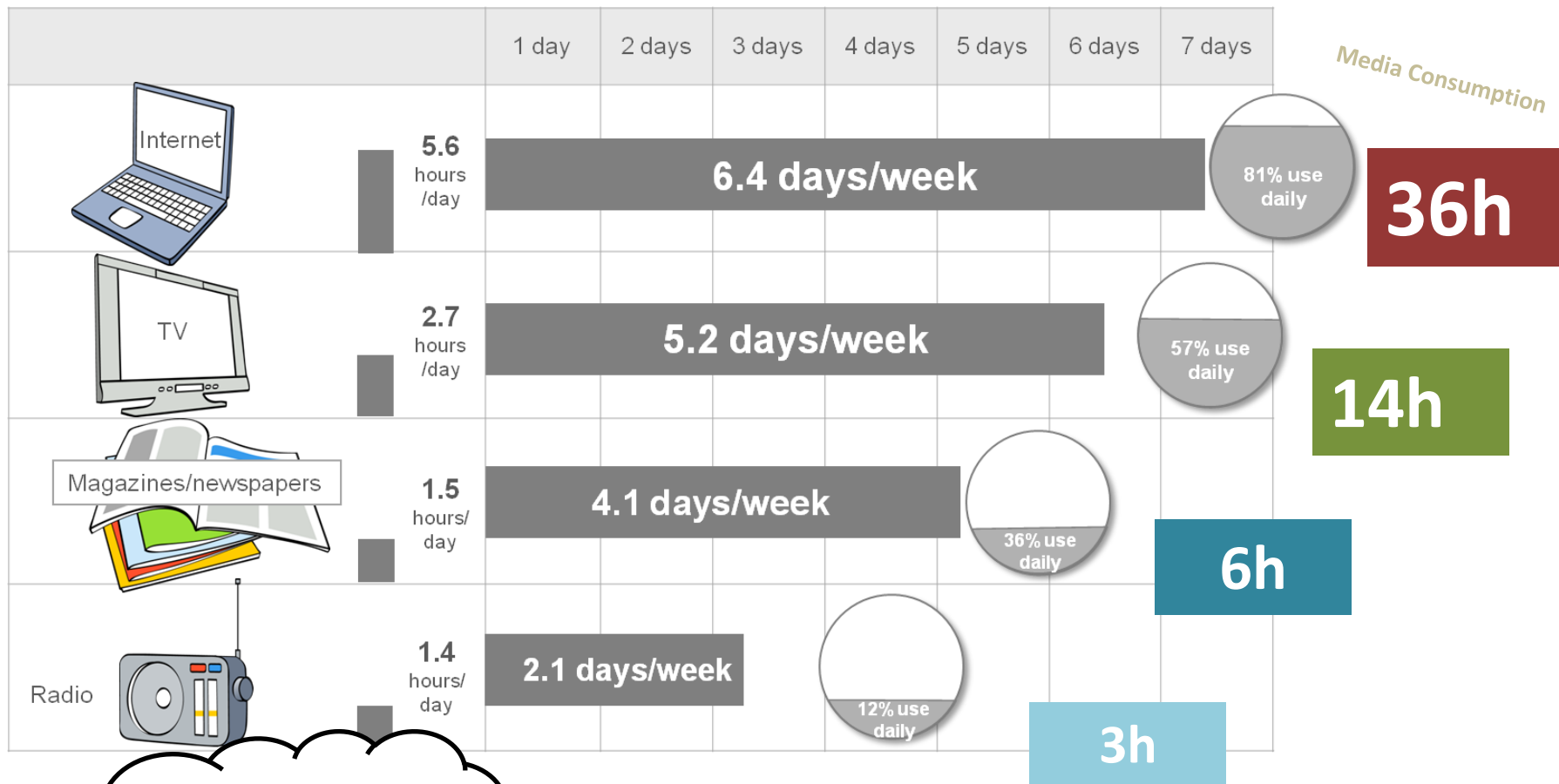
**Rẻ, 24/7, so
sánh giá...**

2,7 tỷ người online (40% dân số)



Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Note: * Estimate

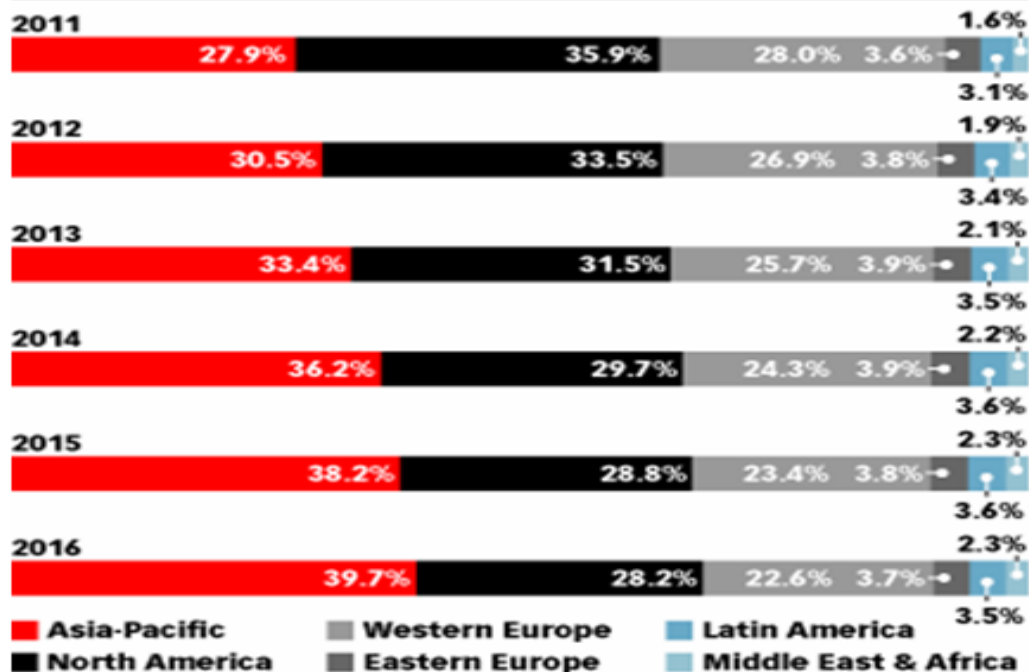


Tần suất truy cập

**VECOM**HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association

2013: Châu Á TBD #1 B2C

B2C Ecommerce Sales Share Worldwide, by Region, 2011-2016

% of total

Note: includes travel, digital downloads and event tickets purchased via any digital channel (including online, mobile and tablet); excludes gambling; numbers may not add up to 100% due to rounding

Source: eMarketer, Jan 2013

150894

www.eMarketer.com

**VECOM**HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association

2013: Trung Quốc #2 B2C

Top 5 Countries, Ranked by B2C Ecommerce Sales, 2011-2013

billions

1. US*



2. China**



3. UK



4. Japan



5. Germany



■ 2011

■ 2012

■ 2013

*Note: includes travel, digital downloads and event tickets purchased via any digital channel (including online, mobile and tablet); excludes gambling; ranked by 2013 figures; *excludes event tickets; **includes sales from businesses that occur over C2C platforms; excludes Hong Kong*

Source: eMarketer, Jan 2013

151019

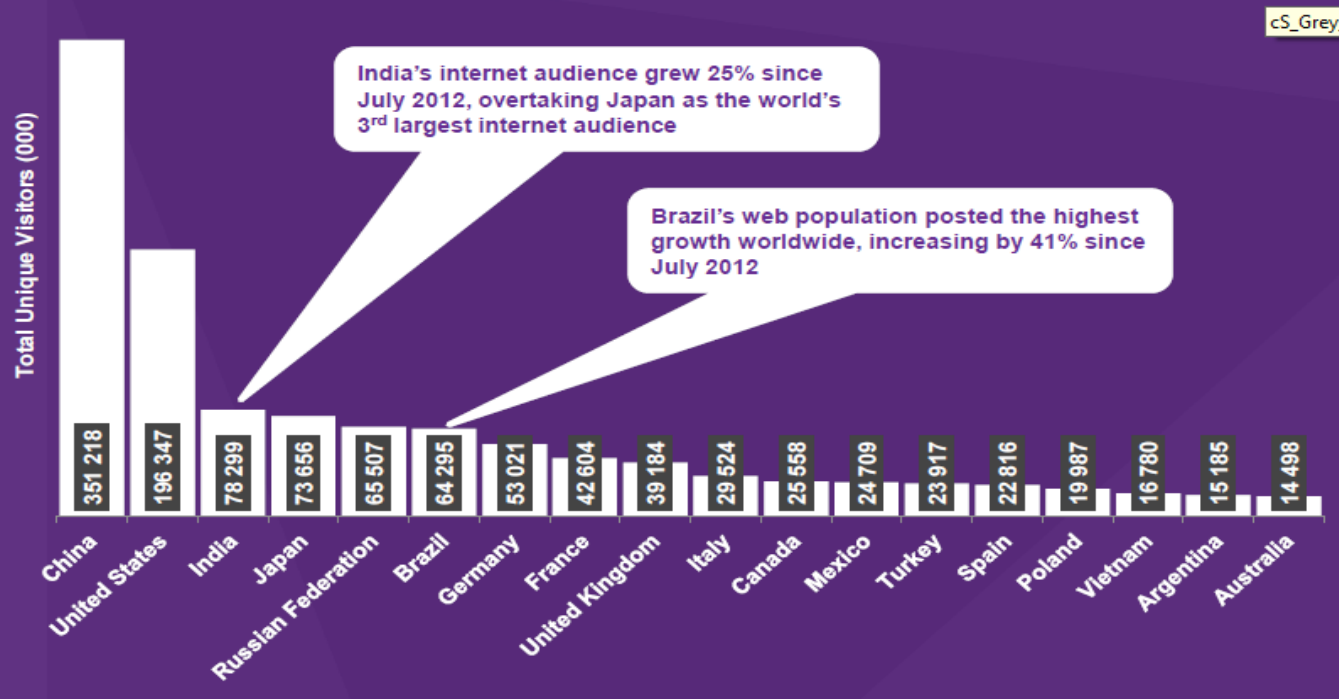
www.eMarketer.com



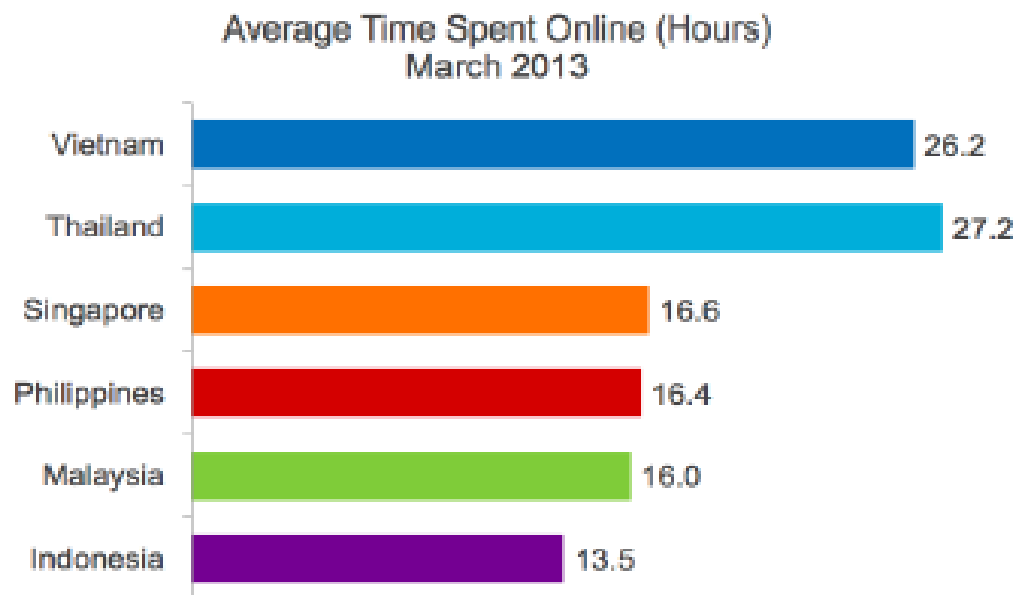
Online Audience Across the Globe

China Comprises 22% of Global Audience

Brazil and India Post Highest Growth



Engagement Across Southeast Asian Audiences **Users in Thailand and Vietnam Spent the Most Time Online**



Amazon and Lazada Among the Top Retailers in SEA Local Players Doing Well in Vietnam

Unique Visitors (000)
 Top 5 Retail Sites per Country

Vietnam	
VATGIA.COM	6,322
Lazada Sites	2,351
SGIAY.VN	2,203
ENBAG.COM	1,970
THEGIOIDIDONG.COM	1,793

Indonesia	
AVG.COM	1,435
Amazon Sites	1,347
Lazada Sites	1,260
INDONETWORK.CO.ID	778
Apple.com Worldwide Sites	703

Malaysia	
Amazon Sites	1,487
AVG.COM	1,050
Alibaba.com Corporation	935
Apple.com Worldwide Sites	840
GROUPON.MY	640

Thailand	
WELOVESHOPPING.COM	1,732
Rakuten Inc	1,337
AVG.COM	1,146
Lazada Sites	1,086
Apple.com Worldwide Sites	1,031

Philippines	
Amazon Sites	1,094
Apple.com Worldwide Sites	730
AVG.COM	683
Lazada Sites	628
MULTIPLY.COM	515

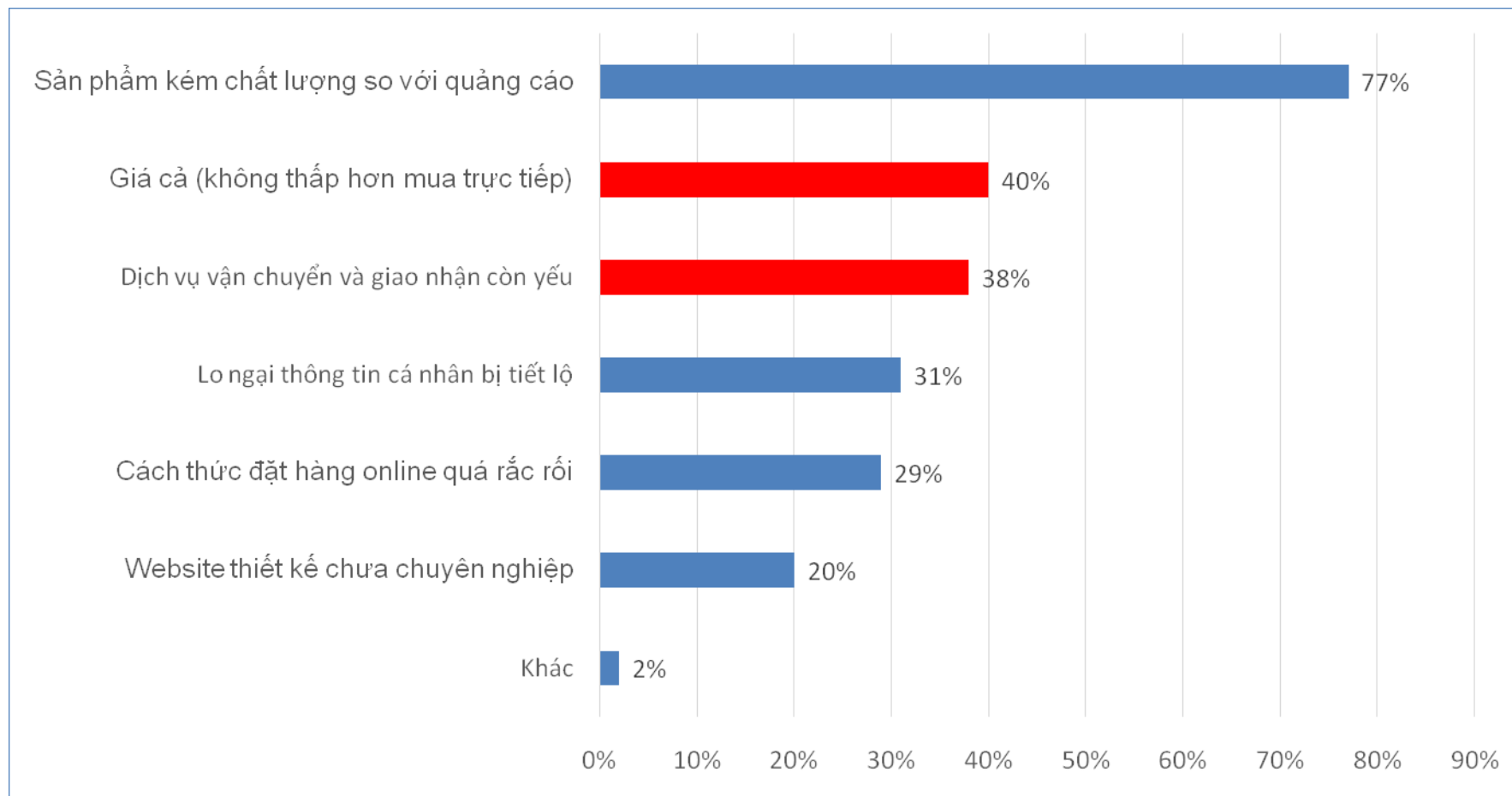
Singapore	
Amazon Sites	660
Apple.com Worldwide Sites	533
Glosis Group	440
Alibaba.com Corporation	326
AVG.COM	264



VECOM

HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association

Một số giải pháp?



Nguồn: Cục TMĐT và CNTT tháng 9/2013

Khách quan

- **Chi phí** vận chuyển cao khiến giá thành sản phẩm bị đội lên cao
- **Dịch vụ** vận chuyển không đạt yêu cầu: hàng hóa bị lỗi, hỏng do quá trình vận chuyển; thời gian giao hàng chậm, trễ; làm giảm uy tín doanh nghiệp
- **Phương thức** giao hàng, đóng gói còn nhiều hạn chế, gây lãng phí, mất thẩm mỹ đối với khách hàng.

Chủ quan

- **Nhân lực** có kinh nghiệm về logistics hạn chế
- Mô hình, **quy trình** không rõ ràng
- Ứng dụng CNTT trong quản lý phân phối thiếu đồng bộ giữa doanh nghiệp và đơn vị chuyển phát

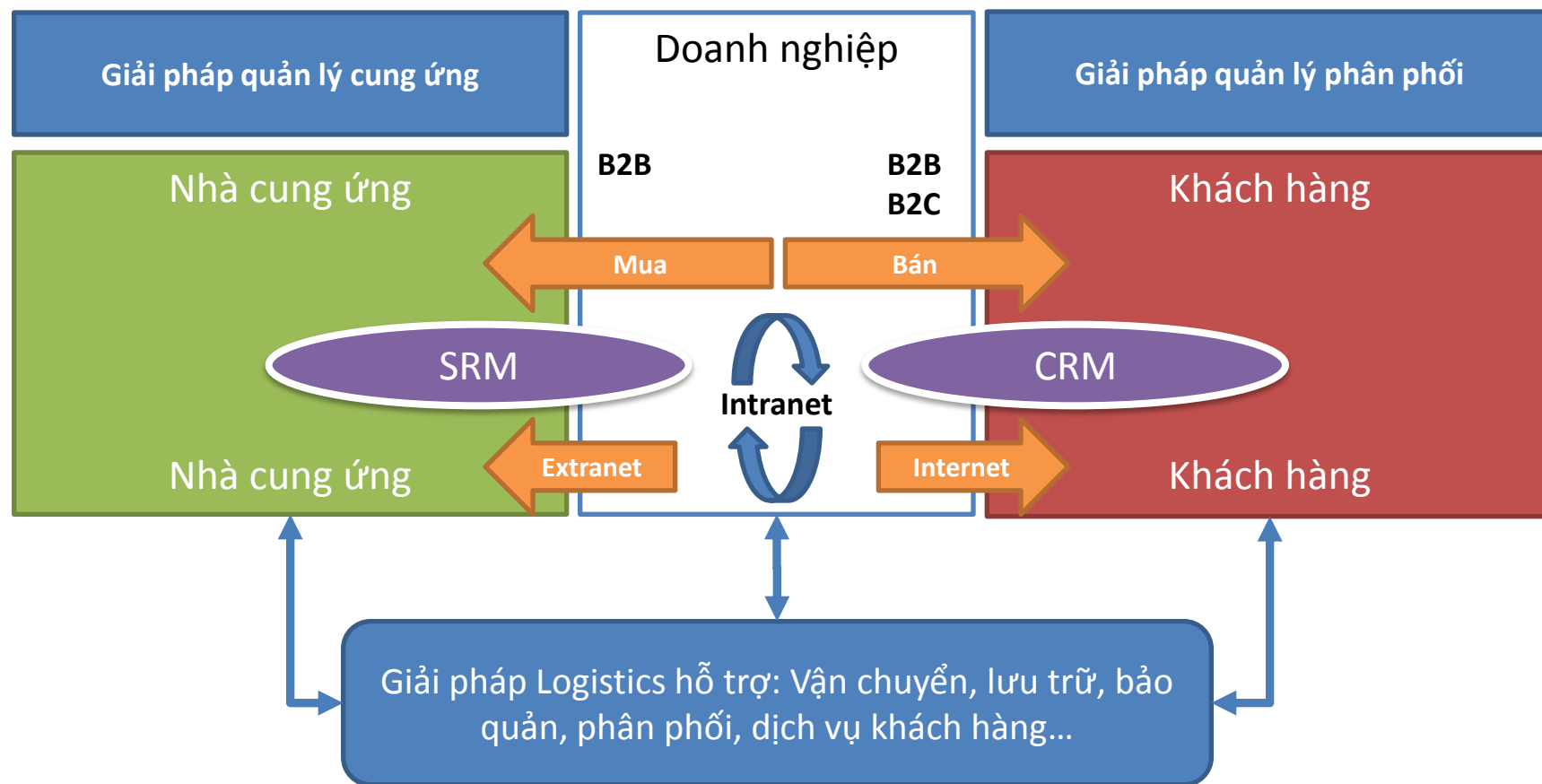
Các yếu tố của dịch vụ Logistics ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong TMĐT:

- Chất lượng dịch vụ khách hàng → Vận chuyển nhanh, đúng thời gian cam kết với khách hàng
- Chất lượng hàng hóa → Hàng hóa không bị hỏng, mất đồ, đổi đồ
- Giảm chi phí, giá thành sản phẩm → Chi phí vận chuyển hợp lý



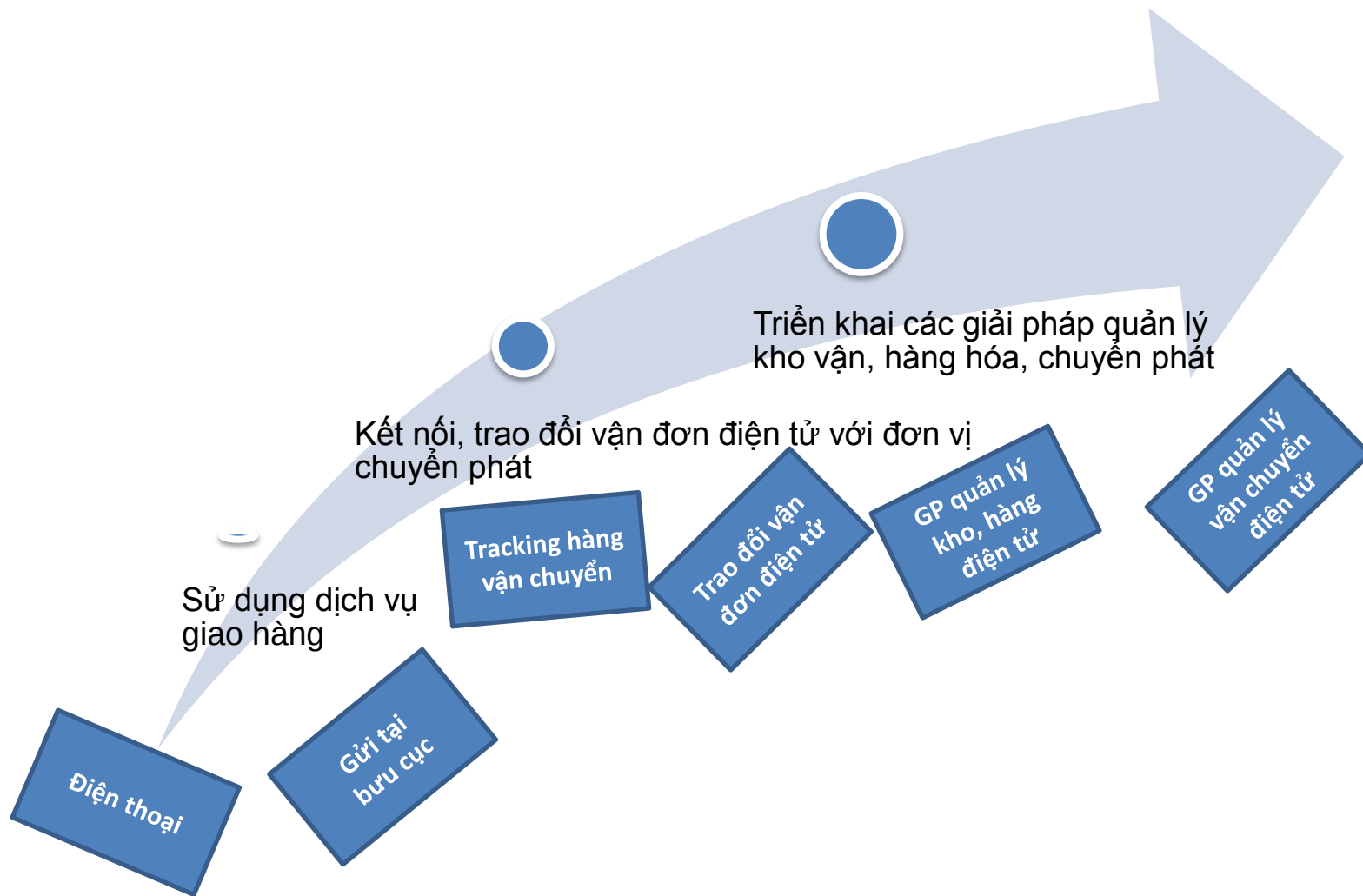
Nhu cầu của
các doanh
nghiệp bán lẻ

?



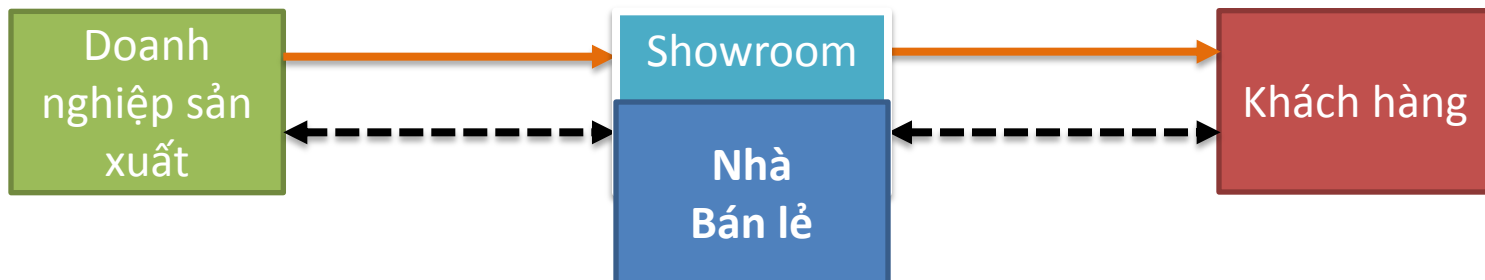
SRM: Supplier Relationship Management
CRM: Customer Relationship Management

Xu hướng triển khai logistics

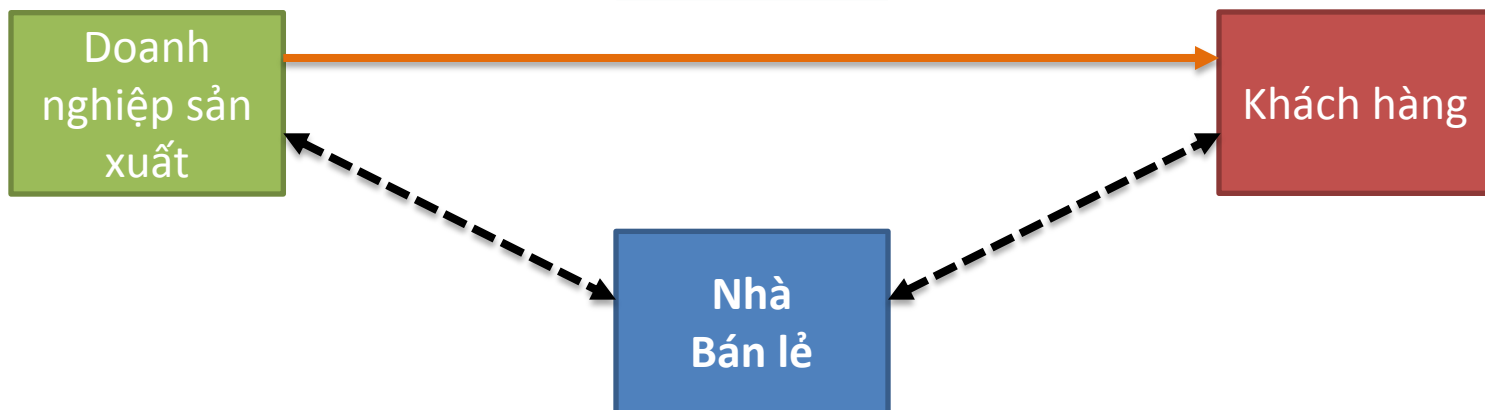


Xu hướng triển khai logistics (tiếp)

Mô hình bán lẻ truyền thống



Mô hình bán lẻ trong thương mại điện tử



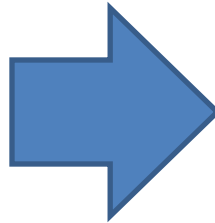
 Dòng sản phẩm
 Dòng thông tin

Dòng thông tin sẽ được trao đổi giữa khách hàng và đơn vị sản xuất thông qua các nhà bán lẻ; sản phẩm được vận chuyển từ nhà sản xuất đến thẳng khách hàng

2. Thông tin cá nhân: SafeWeb?

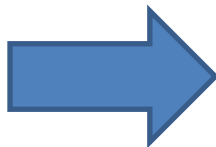
The screenshot displays a web browser window with multiple tabs. The active tab shows a shopping cart on the website www.hangtot.com. The cart contains several items, including a bicycle, a Maxcare Max-632, an Omron JPN1, and a GMT Outdoor skin. Below the cart, there are sections for hotel recommendations, such as 'Khách sạn Duna' and 'Khách sạn Hà My 3 Sài Gòn'. At the bottom of the page, there is a 'Điểm đến' (Destinations) section with a grid of hotel listings across various provinces. A blue arrow points from the 'SafeWeb' logo in the bottom right corner of the browser window to a blue oval labeled 'SAFE WEB'.

Thẻ thanh toán
Internet Banking
Mobile Banking



Sản phẩm số hoá

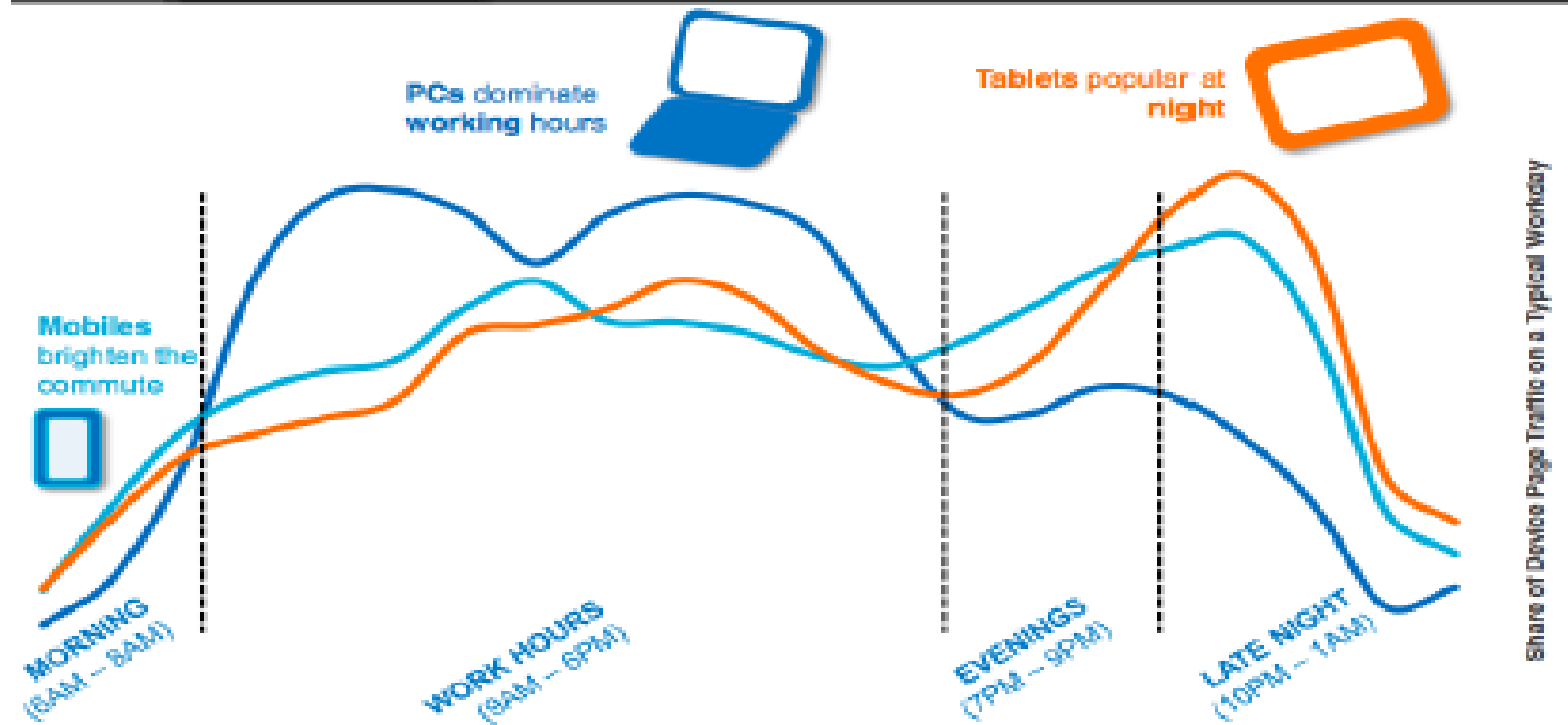
COD



Hàng hóa hữu hình

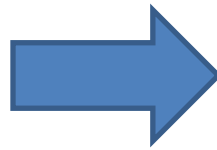
4. Công nghệ: DTDD, PC hay Máy tính bảng?

Device usage varies significantly by time of day
PC's take up work hours, while tablets rule evenings



Chiến lược

201?



2020

Mục tiêu

Xin cảm ơn

www.vecom.vn