

The Saigon International
University



Khóa luận
tốt nghiệp



TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ SÀI GÒN
THE SAIGON INTERNATIONAL UNIVERSITY

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản Trị Kinh Doanh

*Đề tài: CÁC GIẢI PHÁP MARKETING ONLINE TRÊN
CÁC NỀN TẢNG SOCIAL MEDIA*

Họ và Tên: *Ninh Nguyễn Bảo Trân*

MSSV: *54011901679*

Ngành: *Quản Trị Kinh Doanh – Khóa 12*

Giảng viên hướng dẫn: *TS. Lưu Thị Thanh Mai*

Thành Phố Hồ Chí Minh-2023

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng đề tài tốt nghiệp thị trường bán lẻ để thu hút khách hàng của siêu thị MM Mega Market là quá trình nghiên cứu của riêng bản thân mình dưới sự hướng dẫn của T.S Lưu Thị Thanh Mai. Đề tài được tiến hành một cách minh bạch, công khai. Những nhận định được trình bày trong đồ án cũng là kết quả từ việc tự nghiên cứu trực tiếp, độc lập dựa vào các cơ sở tìm kiếm, hiểu biết tài liệu khoa học đã được công bố. Khóa luận này sẽ giúp đảm bảo được tính khách quan, trung thực và khoa học.

Các số liệu, kết quả nghiên cứu được đưa ra trong đồ án không sao chép hay sử dụng kết quả của bất kỳ đề tài nghiên cứu nào tương tự. Nếu như sai bản thân tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

LỜI CẢM ƠN

Em xin được gửi lời cảm ơn chân thành và sự tri ân sâu sắc đối với các thầy cô của trường Đại học Quốc Tế Sài Gòn nói chung, các thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh nói riêng. Đặc biệt, để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, em xin tỏ lòng biết ơn đến cô Lưu Thị Thanh Mai, người đã tận tình hướng dẫn em trong suốt quá trình hoàn thành khóa luận tốt nghiệp để em có thể đạt kết quả tốt nhất.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến các anh chị, thầy cô trong đơn vị thực tập đã tạo điều kiện cho em trang bị những kiến thức chuyên môn, có cơ hội được học hỏi, hiểu rõ hơn về cách tạo ra một sản phẩm hoàn chỉnh trong suốt 4 năm học tập và nghiên cứu. Từ đó, tạo cho em điều kiện thuận lợi và làm bước phát triển cho đề án tốt nghiệp trở nên chỉnh chu hơn.

Dù đã có cố gắng và nỗ lực trong quá trình thực hiện, song một số kiến thức vẫn còn thiếu và trình độ chuyên môn cũng như kinh nghiệm thực tế của em vẫn chưa có nhiều nên sẽ không tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót. Vì vậy, em kính mong nhận được sự góp ý và nhận xét của quý thầy, cô để từ đó em có thể hoàn thiện đề án tốt nghiệp của mình.

Em xin chân thành cảm ơn.

SINH VIÊN

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 07 năm 20223

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ /DOANH NGHIỆP THỰC TẬP

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 07 năm 20223

Họ và tên người tiếp nhận thực tập, Chức vụ

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	17
LỜI CẢM ƠN	18
NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ /DOANH NGHIỆP THỰC TẬP	7
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT	11
CHƯƠNG TỔNG QUAN.....	12
1. Lý do chọn đề tài	12
1.1. Nhiệm vụ đồ án	19
1.2. Phạm vi ứng dụng	19
1.3. Đối tượng sử dụng.....	19
1.4. Mục tiêu của ứng dụng	19
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	17
2.1 Mục tiêu nghiên cứu tổng quát	17
2.2 Mục tiêu nghiên cứu cụ thể.....	17
3. Câu hỏi nghiên cứu	17
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	17
4.1. Đối tượng nghiên cứu của đề tài:.....	17
4.2. Phạm vi nghiên cứu	18
5. Phương pháp nghiên cứu	18
6. Đóng góp dự kiến của đề bài.....	18

7. Bộ cục bài nghiên cứu.....	18
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HÀNH VI MUA SẮM	19
1. Khái niệm về nhu cầu của khách hàng	19
2. Tài liệu nghiên cứu.....	19
3. Vai trò về hành vi người tiêu dùng.....	19
3.1. Khái niệm hành vi người tiêu dùng.....	19
3.2 Tại sao phải nghiên cứu hành vi người tiêu dùng?	21
3.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng	22
A. Văn hóa	22
B. Cá tính cá nhân.....	23
C. Xã hội	24
3.4 Tâm lý	24
4. Đề xuất mô hình nghiên cứu	26
4.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng của Philip Kotler	26
4.2 Mô hình theo tháp nhu cầu Maslow	27
4.3 Mô hình hộp đen	27
5. Quy trình nghiên cứu hành vi người tiêu dùng hiệu quả	27
CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	29
3.1 Tổng quan tài liệu:	29
3.2 Phương pháp thu thập thông tin:	29
3.2.1 Thu thập thông tin thứ cấp	29

3.2.2 Thu thập thông tin sơ cấp	29
3.3 Phương pháp nghiên cứu:	29
3.4 Lên ý tưởng.....	30
3.5 Tiến trình nghiên cứu:.....	30
3.6 So sánh với các nghiên cứu trước đây:	30
3.7 Thiết kế nghiên cứu	30
CHƯƠNG 3. PHÂN TÍCH THIẾT KẾ	31
4.1. Kết luận	46
4.2. Hướng phát triển	46

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tên đầy đủ	Ý nghĩa
WK	Weekend Promotion	Giá sốc cuối tuần
PWP	Purchase with Purchase	Ưu đãi đặc biệt
MM, We are fresh	MM Mega Market & rau củ tươi xanh	Nhãn hàng riêng của MM Mega Market
MM PRO	MM Professional	Nhãn hàng riêng của MM Mega Market
BESICO, Happy price	Đồ gia dụng và giá sốc	Nhãn hàng riêng của MM Mega Market
TMDT	Thương mại điện tử	SIU SMART-Sàn thương mại điện tử SIU
KH	Khách hàng	Người mua sản phẩm
FB	Facebook	Nền tảng mạng xã hội
Payday	Payday	Giá sốc mỗi ngày

CHƯƠNG TỔNG QUAN

1. Lý do chọn đề tài

a) *Khái quát về marketing online*

- Sự phát triển của công nghệ thông tin và tình hình cạnh tranh ngày càng khốc liệt đã thúc đẩy các doanh nghiệp phải áp dụng các giải pháp tiếp thị mới để tiếp cận khách hàng và giữ chân họ. Trong đó, marketing online trên các nền tảng social media được xem là một trong những giải pháp hiệu quả nhất.
- Siêu thị là nơi tập trung lượng lớn khách hàng mỗi ngày, điều này tạo ra nhu cầu cần được tiếp cận và tương tác với khách hàng mục tiêu, đồng thời giúp quản lý chất lượng và tăng trưởng doanh số bán hàng. Marketing online trên các nền tảng social media giúp các siêu thị có thể tiếp cận khách hàng một cách dễ dàng và hiệu quả, đồng thời tạo ra một kênh giao tiếp hai chiều, giúp cải thiện mối quan hệ với khách hàng.
- Ngoài ra, các nền tảng social media như Facebook, Instagram, Zalo,... cho phép các doanh nghiệp chia sẻ thông tin sản phẩm, dịch vụ, ưu đãi và chương trình khuyến mãi một cách nhanh chóng và đơn giản, tạo sự tiện lợi cho khách hàng trong việc tìm kiếm thông tin sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ cần. Đồng thời, các nền tảng này còn cung cấp nhiều công cụ tiếp thị như quảng cáo trên mạng xã hội, email marketing, chatbot để tối ưu hóa hiệu quả tiếp cận và tương tác với khách hàng.

➔ Vì vậy, đề tài về các giải pháp marketing online trên các nền tảng social media ở siêu thị được chọn là một chủ đề nghiên cứu quan trọng và có tính ứng dụng cao, giúp các doanh nghiệp có thể áp dụng các chiến lược tiếp thị mới nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

- Các giải pháp marketing online trên các nền tảng social media ở siêu thị là một chủ đề nghiên cứu quan trọng và mới mẻ trong lĩnh vực tiếp thị và quản lý doanh nghiệp. Đây là một lĩnh vực đang phát triển rất mạnh mẽ, đòi hỏi những kiến thức chuyên sâu và đa dạng về kỹ thuật, khai thác dữ liệu, phân tích số liệu và xây dựng chiến lược tiếp thị hiệu quả.
- Nghiên cứu về các giải pháp marketing online trên các nền tảng social media ở siêu thị theo hướng học thuật sẽ giúp cho các nhà nghiên cứu, sinh viên và chuyên gia có thể phân tích, đánh giá và đưa ra các giải pháp tiếp thị thông minh để đáp ứng yêu cầu của thị trường hiện nay. Đồng thời, nghiên cứu này cũng giúp các doanh nghiệp có thể áp dụng những kiến thức và kỹ năng mới để tối ưu hóa hiệu quả tiếp thị, tăng doanh số bán hàng và cải thiện mối quan hệ với khách hàng.
- Nghiên cứu về các giải pháp marketing online trên các nền tảng social media ở siêu thị theo hướng học thuật cũng có tính chất đa ngành, đòi hỏi sự kết hợp giữa các kiến thức về tiếp thị, quản lý, kỹ thuật và dữ liệu. Điều này đặt ra nhiều thách thức và yêu cầu cho các nhà nghiên cứu và sinh viên cần phải có khả năng đào sâu đối với từng lĩnh vực để

có thể hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược tiếp thị và tương tác với khách hàng trên các nền tảng social media.

→ Việc nghiên cứu các giải pháp marketing online trên các nền tảng social media ở siêu thị theo hướng học thuật là rất cần thiết để cung cấp những kiến thức mới mẻ và đa dạng cho các nhà nghiên cứu, sinh viên và chuyên gia trong lĩnh vực tiếp thị và quản lý doanh nghiệp. Nó giúp cho việc nghiên cứu, áp dụng và phát triển các chiến lược tiếp thị mới trên các nền tảng social media được đơn giản hóa và hiệu quả hơn.

b) Một số thông tin và hình ảnh về marketing online

- Trong những năm gần đây, sau tình hình covid 19, khi tình hình kinh tế khó khăn vật giá thị trường ngày một tăng cao, nỗi băn khoăn về những địa điểm mua sắm của người tiêu dùng cũng ngày một lớn hơn. Đặc biệt đối với các bà mẹ, phải cân đo đong đếm làm sao mua được đồ ăn vừa ngon vừa bổ lại còn rẻ để tiết kiệm được nhiều chi phí lo cho gia đình.
- Thấu hiểu được những nỗi lo này và muốn san sẻ cùng người tiêu dùng, MM Mega Market cho ra đời “CHƯƠNG TRÌNH BÌNH ỔN GIÁ -MM ĐỒNG HÀNH CÙNG NGƯỜI TIÊU DÙNG” để người tiêu dùng mua sắm dễ dàng hơn và yên tâm về giá cả.
- Với chương trình lần này MM sẽ “Ổn định giá suốt 3 tháng và có hơn 500 mặt hàng thiết yếu cùng sự đồng hành của các thương hiệu lớn và uy tín trong cả nước với giá luôn tốt.



- Hiện nay trên thị trường , có rất nhiều siêu thị lớn nhỏ , như các siêu thị Việt Nam hay công ty có cổ phần nước ngoài như Coopmart(Saigon Coop), Winmart(Việt Nam), Lotte(Hàn Quốc), BigC&Go(Thái Lan), MM Mega Market...
- Với slogan : “Hàng tươi giá tốt mỗi ngày “ MM cam kết là nơi sẽ mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất về dịch vụ và chất lượng sản phẩm, các loại rau củ quả tươi xanh từ nông trại ở Đà Lạt, Tiền Giang... hay thủy hải sản tươi sống với quy trình nuôi thả khép kín, an toàn, tươi sạch và khi mua thịt khách hàng có thể hoàn toàn yên tâm về nguồn gốc và ngày giết mổ bằng cách quét mã Qr code trên từng sản phẩm đã được đóng gói.
- Đảm bảo sự tươi ngon sạch – an toàn – rõ ràng về nguồn gốc

- ✓ Tươi sạch – an toàn từ nông trại đến bàn ăn: Với quy trình trồng trọt nghiêm ngặt từ các trang trại rau quả ở Đà Lạt, thu hoạch và đóng gói chuyên nghiệp, được vận chuyển bằng xe chuyên dụng , nhiều trạm trung chuyển Rau củ , trái cây luôn tươi sạch và đảm bảo giữ nguyên tối đa giá trị dinh dưỡng. Khách hàng có thể dễ dàng truy xuất nguồn gốc bằng QR code, yên tâm mua sắm về các mặt hàng rau củ tươi sạch. Những bữa ăn tươi sạch luôn là mối quan tâm hàng đầu của



người tiêu dùng hiện nay. Thấu hiểu điều đó, MM Mega Market đã xây dựng hệ thống nông trại rau củ quả tại Đà Lạt, Tiền Giang theo tiêu chuẩn VietGap & HACCP trong kiểm soát các nguy cơ về an toàn vệ sinh thực phẩm MM Mega Market tự hào là sự lựa chọn hàng đầu về các sản phẩm rau củ, trái cây tươi, với mức đầu tư quy mô cho chuỗi quy trình khép kín từ trồng trọt, chăm sóc, thu hoạch đến vận chuyển. Quá trình này luôn có sự tham gia của đội ngũ kỹ sư nông nghiệp MM, làm việc trực tiếp với nông dân và hợp tác xã để chọn giống, lên kế hoạch sản xuất, thu hoạch, bao bì đóng gói và phân phối đến các trung tâm trên toàn quốc.

- Các sản phẩm rau củ tại MM Mega Market đều có thể dễ dàng truy xuất nguồn gốc bằng QR Code, cam kết đảm bảo tính ổn định về sản lượng, chất lượng với chi phí tối ưu ngay cả trong mùa cao điểm.

✓ Tươi sạch – an toàn từ trang trại đến bàn ăn: Quy trình kiểm soát nghiêm ngặt từ các nguồn giống cho đến khâu giết mổ, vận chuyển. Được trưng bày và bảo quản ở những nơi có nhiệt độ tối ưu, đảm bảo được chất lượng tươi của thịt để đến tay người tiêu dùng. Đóng gói tiện lợi, sẵn sàng đem đến những món ăn tươi ngon, dinh dưỡng và chất lượng cho gia đình.

- Thịt luôn được vận chuyển bằng xe lạnh chuyên dụng với thiết bị theo dõi nhiệt độ trong suốt hành trình và duy trì trong điều kiện dưới 4°C.

- Ở mỗi trung tâm, thịt sẽ được sơ chế, đóng gói và trưng bày với mức nhiệt độ phù hợp, đảm bảo chất lượng tươi ngon, ổn định



- ✓ Tươi sạch – an toàn từ sông nước đến bàn ăn: Quy trình nuôi thả khép kín, đảm bảo chất lượng từ sông nước đến bàn ăn. Nhiều lựa chọn thủy hải sản tươi sống cho khách hàng. Luôn có nhân viên hỗ trợ sơ chế sạch sẽ và tiện lợi. Là doanh nghiệp phân phối thực phẩm cho hơn 1 triệu khách hàng chuyên nghiệp là các nhà hàng, khách sạn và căn tin, MM Mega Market đã có những hoạt động đầu tư bền vững tại Việt Nam trong ngành thực phẩm tươi sống. Năm 2011, MM Mega Market đầu tư xây dựng trạm trung chuyển thủy sản Cần Thơ theo tiêu chuẩn VietGap – kiểm soát chặt chẽ quy trình chất lượng từ trang trại đến bàn ăn.



MM Mega Market vận hành đội ngũ kỹ sư nuôi trồng thủy sản làm việc thường xuyên với nông dân để chọn giống, lên kế hoạch nuôi trồng – đánh bắt, tuân thủ điều kiện vận chuyển để duy trì chất lượng sản phẩm cao nhất khi phân phối đến các trung tâm MM trên toàn quốc.

Bên cạnh đó, MM Mega Market còn duy trì hệ thống truy xuất nguồn gốc thủy sản minh bạch và chính xác bằng mã QR Code trên từng cá thể thủy hải sản, đảm bảo đủ 3 tiêu chí TƯƠI – SẠCH

– NGON cho bữa ăn hằng ngày của gia đình Việt.

MM Mega Market cam kết cung cấp đa dạng loài và chủng loại hải sản từ tươi sống đến đông lạnh với chi phí hợp lý ngay cả trong mùa cao điểm.

➤ CHỢ SỈ HIỆN ĐẠI - CHẤT LƯỢNG - GIÁ HỜI

- Giá sỉ là giá bán hàng hóa cho các đại lý, cửa hàng bán lẻ hoặc khách hàng mua hàng với số lượng lớn. Giá sỉ có thể được tính dựa trên giá nhập khẩu của mặt hàng, chi phí sản xuất và các khoản chi phí khác như vận chuyển và bảo trì.

✓ Lợi ích của giá sỉ?

- Giá sỉ giúp giảm chi phí cho các đại lý và cửa hàng bán lẻ khi mua số lượng lớn sản phẩm. Điều này giúp tăng lợi nhuận và cạnh tranh trên thị trường.
- Với giá sỉ, các nhà sản xuất và phân phối có thể bán hàng hóa với số lượng lớn, giúp tăng doanh số và cạnh tranh trên thị trường.



Rất nhiều câu hỏi được quan

tâm hiện nay: Hàng giá thấp chất lượng liệu có cao

Sau khi nghe ngóng và hiểu được nhu cầu của khách hàng có nhiều lo lắng nên MM xuất hiện cùng cả nhà đến quầy giá sỉ để giải đáp

Điểm tin đầu tiên, tại quầy Giá Sỉ tại MM, nhà nhà mua hàng rất thoải mái, người người sắm đầy giỏ vì GIÁ LUÔN TỐT NHẤT. Mua số lượng càng lớn lại càng tiết kiệm hơn.

- Nguồn cung cấp từ nông dân, được kiểm định chất lượng nghiêm ngặt, giữ gìn trọn vẹn dinh dưỡng đến tay người sử dụng.
- Ở MM, không những chỉ có nhiều lựa chọn sản phẩm chất lượng cho khách hàng mà còn luôn cập nhật những sản phẩm mới nhất với những lợi ích vượt trội. Bạn có thể dễ dàng tìm thấy sản phẩm mình thích tại các trung tâm MM trên toàn quốc hoặc đặt hàng trực tuyến thông qua app MCARD một cách tiện lợi và nhanh chóng.

1.1. Nhiệm vụ đề án

- Từ những vấn đề nêu trên, em quyết định xây dựng website về sàn giao dịch SIU SMART để người dùng có thể mua sản phẩm và thanh toán bằng phương thức ví điện tử. Về phía doanh nghiệp sẽ trình bày chi tiết và thêm vào các sản phẩm bán ra cho người tiêu dùng.
- Thêm nữa, em sẽ nghiên cứu về một ứng dụng để làm thẻ thành viên cho khách hàng trong việc xây dựng giao diện website để tích hợp các dữ liệu từ phía người dùng và cả admin của doanh nghiệp, hiển thị các chức năng giao dịch, sản phẩm dựa trên cơ sở dữ liệu.

1.2. Phạm vi ứng dụng

- Tên dự án: Nhu cầu mua sắm của KH áp dụng vào sàn TMDT
- Đơn vị sử dụng: Những doanh nghiệp sử dụng thương mại điện tử trong công nghệ số hiện nay.

1.3. Đối tượng sử dụng

- Sản phẩm được thiết kế để phục vụ cho các đối tượng:
 - + Quản lý sản phẩm bán hàng
 - + Người mua, tiêu dùng sản phẩm
 - + Sinh viên của trường Đại học Quốc Tế Sài Gòn

1.4. Mục tiêu của ứng dụng

- Ứng dụng được thiết kế để thực hiện:
 - + Mua hàng trực tiếp từ siêu thị hoặc sàn TMDT SIU SMART mà không qua trung gian
 - + Quản lý chất lượng sản phẩm (bao gồm còn hàng và hết hàng



MM Mega Market Việt Nam

Người đăng: Nhi Hà · 23 Tháng 4 lúc 17:00



CÔNG BỐ KẾT QUẢ MINIGAME "GIẢI TOÁN ĐÚNG - TRÚNG QUÀ XỊN" ❤️

Sau bao ngày chờ đợi, Minigame "GIẢI TOÁN ĐÚNG - TRÚNG QUÀ XỊN" đã tìm được người chiến thắng, may mắn và xứng đáng nhất rồi cả nhà ơi. Cả nhà có ai chờ đợi kết quả gọi tên mình không nè.

Giây phút hồi hộp đã đến! Cả nhà hãy cùng MM, điếm qua danh sách những người trúng thưởng được công bố bên dưới và xem rằng liệu mình có phải là chủ nhân của những món quà cực kỳ hấp dẫn này không nha... Xem thêm

Kết quả Minigame

GIẢI ĐÚNG TRÚNG QUÀ

Thời gian diễn ra: 8/4 - 13/4

Giải Nhất	Giải Nhì	Giải Ba
 GIẢI NHẤT Lê Thu Thảo ID - 590	 GIẢI NHÌ Vinh Tường Hào ID - 437	 GIẢI NHÌ Nguyễn Văn Lộc ID - 554
 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Nguyễn Quang Bình ID - 88	 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Nguyễn Đình Khoa ID - 88	 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Nguyễn Văn Tuấn ID - 88
 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Đặng Đoàn Anh ID - 88	 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Linh Đan ID - 88	 GIẢI KHUYẾN KHÍCH Nguyễn Hoàng Phú ID - 88

MM Mega Market Việt Nam

Trung tâm mua sắm

Gửi tin nhắn

9.698

Người tiếp cận

921

Lượt tương tác

-

Điểm phản hồi

Quảng cáo bài viết

Bạn và 269 người khác

4 bình luận 5 lượt chia sẻ

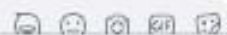
Thích

Bình luận

Chia sẻ



Bình luận với vai trò MM Mega Market Việt Nam





MM Mega Market Việt Nam

Người đăng: Neri Nguyen · 22 Tháng 4 lúc 08:00

...

🍇 NHO ÚC TƯƠI NGON - GIẢM ĐẾN 30%

👉 Nhà mình ơi! Nho tươi ngon nhập khẩu Úc đã có tại MM đây.

👉 Nho đen, nho không hạt, nho xanh, nho Red Globe... đều là hàng nhập khẩu vô cùng chất lượng và có chương trình GIẢM GIÁ ĐẾN 30% nha gia đình mình.

❤️ ... Xem thêm



81.480
Người tiếp cận

9.850
Lượt tương tác

[Quảng cáo bài viết](#)

Bạn và 423 người khác

75 bình luận · 4 lượt chia sẻ

[Thích](#)

[Bình luận](#)

[Chia sẻ](#)

