

The Saigon International  
University



Khóa luận  
tốt nghiệp

Khóa Luận Tốt Nghiệp – Hà Kim Tuyền

Thành phố Hồ Chí Minh – 2024

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Ngành*

**Logistics và quản lí chuỗi cung ứng**

*Đề tài*

## **ẢNH HƯỞNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÊN CÁC MÔ HÌNH LOGISTICS TRUYỀN THỐNG**

*Giảng viên hướng dẫn*

**Th.S VÕ VĂN TIÊN**

*Sinh viên*

**HÀ KIM TUYỀN**

MSSV: 34012001940



**Lewis Campus**

Email: [admission@siu.edu.vn](mailto:admission@siu.edu.vn)  
Website: [www.siu.edu.vn](http://www.siu.edu.vn)

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận án này, tôi xin gửi lời cảm ơn tới các thầy cô ở khoa Quản trị kinh doanh chuyên ngành Logistics và quản lý chuỗi cung ứng Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn đã tạo cơ hội cho tôi học tập, thực hành và tích lũy kiến thức, kỹ năng để hoàn thành thành luận án.

Đặc biệt xin gửi lời cảm ơn đến thầy hướng dẫn VÕ VĂN TIÊN người đã tận tình hướng dẫn, giám sát và đưa ra những góp ý hữu ích giúp tôi giải quyết những vấn đề gặp phải trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành luận văn một cách tốt nhất. Cảm ơn tất cả các bạn bè, thư viện, doanh nghiệp và công ty đã giúp đỡ và hướng dẫn tôi trong thời gian qua. Mọi người đều rất nhiệt tình giúp đỡ, đặc biệt là trong công ty... Dù khối lượng công việc trong công ty ngày càng tăng nhưng công ty vẫn dành thời gian để hướng dẫn nhiệt tình. Do kiến thức còn hạn chế và thiếu kinh nghiệm thực tế nên nội dung bài viết chắc chắn sẽ có sai sót. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của các thầy cô để được giảng dạy thêm. Cuối cùng xin chúc quý Thầy Cô sức khỏe và thành công trong công việc.

*Tp. HCM, ngày 1 tháng 6 năm 2024*

**Sinh viên**

Hà Kim Tuyền

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan những số liệu, kết quả nêu trong đề tài là hoàn toàn đúng sự thật. Cam kết không sao chép hoặc sử dụng kết quả từ bất kỳ tác phẩm nào khác đã được xuất bản trước đó. Những tài liệu tham khảo được trích dẫn một cách đầy đủ, đồng thời ghi rõ ràng về nguồn gốc theo quy định của nhà trường.



## MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU .....	1
CHƯƠNG 1: NGÀNH LOGISTICS VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ .....	12
1.1 Định nghĩa và vai trò của logistics .....	12
1.1.1 Định nghĩa về logistics .....	12
1.1.2. Vai trò của logistics trong kinh doanh truyền thống.....	13
1.1.3. Vai trò của logistics trong thương mại điện tử .....	16
1.1.4. Những cơ hội của Logistics trong thương mại điện tử hiện nay .....	20
1.2 Sự phát triển của thương mại điện tử .....	23
1.2.1 Lịch sử và xu hướng phát triển của thương mại điện tử .....	23
1.2.2 Tác động của thương mại điện tử đến ngành công nghiệp toàn cầu .....	27
1.2.3 Yêu cầu mới đối với ngành logistics từ thương mại điện tử .....	28
1.3 Các mô hình logistics truyền thống.....	29
1.3.1. Mô tả các mô hình logistics truyền thống .....	29
1.3.2. Các thách thức đối với mô hình truyền thống thương mại điện tử .....	31
1.3.3. Ví dụ thực tiễn về sự chuyển đổi mô hình .....	31
CHƯƠNG 2: ẢNH HƯỞNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÊN CÁC MÔ HÌNH LOGISTICS TRUYỀN THỐNG .....	32
2.1. Tăng cường nhu cầu về dịch vụ giao hàng.....	32
2.1.1. Yêu cầu về tốc độ giao hàng .....	32
2.1.2. Yêu cầu về độ chính xác trong giao hàng .....	33
2.2. Thay đổi trong quản lý kho hàng và phân phối sản phẩm.....	34
2.2.1. Từ kho trung tâm đến kho địa phương .....	34
2.2.2. Sự phát triển của kho tản mạng.....	35
2.3. Áp lực đổi mới công nghệ .....	36
2.3.1. Tự động hóa và robot hóa trong kho hàng .....	36

2.3.2. Sử dụng phần mềm quản lý tiên tiến.....	37
2.4. Thay đổi trong chuỗi cung ứng .....	39
2.4.1. Từ chuỗi cung ứng dài và phức tạp .....	39
2.4.2. Hướng đến chuỗi cung ứng gọn nhẹ và linh hoạt .....	40
<b>CHƯƠNG 3: CÁC MÔ HÌNH MỚI VÀ CƠ HỘI TRONG LOGISTICS DO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ</b> .....	<b>42</b>
3.1. Sự ra đời của các mô hình logistics mới .....	42
3.1.1. Giới thiệu về mô hình dropshipping .....	42
3.1.2. Fulfilment by Amazon (FBA) và tác động của nó .....	44
3.2 Cơ hội cho các doanh nghiệp logistics.....	46
3.2.1. Cung cấp giải pháp tối ưu hóa quá trình giao hàng.....	46
3.2.2. Các dịch vụ hậu cần tùy chỉnh cho thương mại điện tử.....	47
3.3. Vai trò của dữ liệu lớn và phân tích dữ liệu .....	49
3.3.1 Ứng dụng của dữ liệu lớn trong logistics .....	49
3.3.2 Các công cụ phân tích dữ liệu và tác động của chúng .....	50
3.4. Các thách thức và cơ hội về bảo mật thông tin .....	52
3.4.1. Những thách thức bảo mật trong logistics điện tử .....	52
3.4.2. Giải pháp và cơ hội trong việc bảo mật thông tin .....	53
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>57</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>58</b>

**DANH MỤC KÝ HIỆU CHỮ VIẾT TẮT**

<b>STT</b>	<b>CHỮ VIẾT TẮT</b>	<b>DIỄN DẪI</b>
1	SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

2	CSCMP	Hội quản lý chuỗi cung ứng (Council of Supply Chain Management Professionals)
3	GPS	Hệ thống định vị toàn cầu (Global Positioning System)
4	RFID	Công nghệ sóng vô tuyến (Radio Frequency Identification)
5	ARPA	Thiết bị đồ giải Radar tự động (Automatic Radar Plotting Aid)
6	EDI	Trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange)
7	VR	Thực tế ảo
8	AR	Thực tế tăng cường
9	IoT	Internet vạn vật (Internet of things)
10	WMS	Hệ thống quản lí kho
11	FBA	Dịch vụ lưu kho của Amazon (Fulfillment by Amazon)

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

*Bảng 1.1: Bảng các mô hình logistics truyền thống.*

*Bảng 2.1: Bảng danh sách phần mềm.*

*Bảng 3.1: Các dịch vụ hậu cần.*

*Bảng 3.2: Công cụ phân tích dữ liệu.*

*Bảng 3.3: Những thách thức trong bảo mật*



## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do lựa chọn đề tài

Trong những thập kỷ gần đây, sự bùng nổ của thương mại điện tử đã thay đổi cơ bản cách thức mua sắm và giao dịch trên toàn cầu. Sự gia tăng nhanh chóng của thương mại điện tử không chỉ phản ánh sự tiện lợi và hiệu quả mà nó mang lại cho người tiêu dùng, mà còn đánh dấu một bước tiến đáng kể trong công nghệ và cách thức kinh doanh. Điều này không chỉ tạo ra cơ hội mà còn đặt ra hàng loạt thách thức cho các ngành công nghiệp khác nhau, đặc biệt là ngành logistics, nền tảng quan trọng cho bất kỳ hoạt động thương mại điện tử nào.

Thương mại điện tử đã và đang đẩy ngành logistics vào một kỷ nguyên mới, nơi mà sự nhanh chóng và hiệu quả trở thành những yêu cầu không thể thỏa hiệp. Điều này đã biến ngành logistics từ một bộ phận hậu cần phục vụ chủ yếu cho giao dịch nội bộ thành một lĩnh vực độc lập, đầy sáng tạo và cạnh tranh. Những cơ hội mới mở ra bao gồm việc triển khai công nghệ cao, cải thiện các mô hình phân phối, và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, những cơ hội này cũng đồng hành cùng với thách thức trong việc đáp ứng nhu cầu giao hàng nhanh chóng, chính xác và an toàn hơn bao giờ hết.

Bên cạnh đó, tầm quan trọng của việc đổi mới trong ngành logistics càng trở nên rõ ràng. Đổi mới không chỉ giúp các doanh nghiệp duy trì sự cạnh tranh mà còn tạo ra khả năng phục vụ khách hàng tốt hơn, hiệu quả hơn. Việc nghiên cứu về ảnh hưởng của thương mại điện tử đến logistics không chỉ là một yêu cầu thời đại mà còn là một chiến lược cần thiết để bắt kịp xu hướng toàn cầu, đáp ứng nhu cầu của thị trường và đưa ra các giải pháp sáng tạo, từ đó định hình lại bức tranh toàn cảnh của ngành công nghiệp này.

Với những lý do trên, em đã chọn đề tài này để phân tích kỹ lưỡng và đưa ra cái nhìn sâu sắc về cách thương mại điện tử đang và sẽ ảnh hưởng đến ngành

logistics, từ các thách thức đến cơ hội và đổi mới trong tương lai. Bằng cách này, bài báo cáo không chỉ là một bản phân tích về hiện tại mà còn là một định hướng cho tương lai của ngành.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu chính là để đánh giá cách thức và mức độ thương mại điện tử đã ảnh hưởng đến các mô hình kinh doanh logistics truyền thống.

Tìm kiếm và phân tích các mô hình logistics mới đã phát triển như một phản ứng với sự phát triển của thương mại điện tử.

Cung cấp các khuyến nghị về các chiến lược và giải pháp cho các doanh nghiệp logistics để họ có thể thích ứng hiệu quả hơn với môi trường thay đổi.

## **3. Đối tượng nghiên cứu**

Các doanh nghiệp hoạt động trong ngành logistics và cách họ đối mặt với thách thức từ thương mại điện tử.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp định tính: Phỏng vấn, nghiên cứu tài liệu, và phân tích các nghiên cứu điển hình.

Phương pháp định lượng: Sử dụng dữ liệu thống kê để đánh giá các xu hướng và mẫu số liệu trong ngành.

Kết hợp phân tích SWOT: Để đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp logistics hiện tại.

## **5. Kết cấu đề tài**

CHƯƠNG 1: NGÀNH LOGISTICS VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

CHƯƠNG 2: ẢNH HƯỞNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LÊN CÁC MÔ HÌNH LOGISTICS TRUYỀN THỐNG

CHƯƠNG 3: CÁC MÔ HÌNH MỚI VÀ CƠ HỘI TRONG LOGISTICS DO  
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

## CHƯƠNG 1: NGÀNH LOGISTICS VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

### 1.1 Định nghĩa và vai trò của logistics

#### 1.1.1 Định nghĩa về logistics

Hội Logistics Quốc tế (International Logistics Association) trong sự kiện hội nghị thường niên của họ tại Chicago vào năm 1998. Hội định nghĩa logistics là “*quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát hiệu quả về chi phí của việc di chuyển và bảo quản hàng hóa và thông tin liên quan từ điểm xuất phát đến điểm tiêu thụ nhằm đáp ứng yêu cầu của khách hàng*”. Định nghĩa này nhấn mạnh sự tích hợp các quy trình trong chuỗi cung ứng, từ nguồn cung cấp đến điểm cuối cùng của tiêu thụ, không chỉ là vận chuyển hàng hóa mà còn bao gồm việc quản lý thông tin và tài nguyên liên quan.[1]

Hội Quản lý Chuỗi Cung Ứng (Council of Supply Chain Management Professionals - CSCMP). Trong hội nghị thường niên của họ tại Atlanta, Georgia, [2010], CSCMP định nghĩa logistics như sau: “*Logistics là một phần của quản lý chuỗi cung ứng mà lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát quá trình hiệu quả, chi phí thấp của dòng chảy và lưu trữ hàng hóa, dịch vụ và thông tin liên quan từ điểm xuất phát đến điểm tiêu thụ nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu của khách hàng*”. [2]

Định nghĩa này từ CSCMP mở rộng hơn so với chỉ là di chuyển và bảo quản hàng hóa, nó nhấn mạnh đến toàn bộ dòng chảy của sản phẩm và thông tin trong suốt chuỗi cung ứng, từ nguồn gốc đến điểm tiêu thụ cuối cùng, bao gồm cả việc quản lý các dịch vụ và thông tin liên quan.

Vận Logistics, hay hậu cần, là một lĩnh vực quan trọng trong quản lý chuỗi cung ứng, liên quan đến việc lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát các quá trình vận chuyển và lưu trữ hàng hóa, dịch vụ và thông tin từ điểm sản xuất đến điểm tiêu thụ cuối cùng. Mục tiêu của logistics là đảm bảo rằng hàng hóa được cung cấp đến tay người tiêu dùng một cách hiệu quả và kịp thời, giúp tối ưu hóa chi phí và tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh. Bên cạnh việc vận chuyển hàng hóa, logistics còn bao gồm quản lý kho bãi, kiểm soát hàng tồn kho, đóng gói và bảo quản sản phẩm, cũng như xử lý các thủ tục hải quan và các nhiệm vụ hậu cần khác. Nhờ có logistics, các doanh nghiệp có thể kết nối

bền vững với nhà cung cấp và khách hàng, từ đó tạo ra một mạng lưới phân phối linh hoạt và hiệu quả.

### ***1.1.2. Vai trò của logistics trong kinh doanh truyền thống***

Nguyễn, M. T. (2023). “Vai trò của logistics trong kinh doanh truyền thống”: Một phân tích định lượng, bài nghiên cứu trên tác giả đã đưa ra kết quả cho thấy có mối quan hệ tích cực giữa hiệu quả quản lý logistics và sự thành công của doanh nghiệp truyền thống [3]

#### ***✦ Tối ưu hóa vận chuyển***

Trong kinh doanh truyền thống, tối ưu hóa vận chuyển là một trong những yếu tố then chốt được quản lý thông qua logistics. Quá trình này không chỉ bao gồm lựa chọn phương thức vận tải phù hợp mà còn đòi hỏi sự phối hợp giữa nhiều khâu khác nhau nhằm đảm bảo hàng hóa được chuyển từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng một cách nhanh chóng, an toàn và hiệu quả chi phí.

Việc tối ưu hóa vận chuyển bắt đầu từ việc lên kế hoạch và lựa chọn các tuyến đường vận chuyển tối ưu. Các doanh nghiệp cần phân tích các tùy chọn về phương tiện vận tải như đường bộ, đường sắt, đường hàng không hoặc đường thủy, dựa trên yếu tố chi phí, độ tin cậy và thời gian giao hàng. Sự lựa chọn này có tác động trực tiếp đến tốc độ và độ an toàn của quá trình vận chuyển, cũng như chi phí tổng thể liên quan đến logistics.

Quản lý vận tải hiệu quả cũng bao gồm việc theo dõi và giám sát hàng hóa trong suốt quá trình di chuyển, đảm bảo rằng chúng không bị hư hại hay thất lạc. Công nghệ như hệ thống GPS và các giải pháp phần mềm quản lý chuỗi cung ứng hiện đại cho phép các doanh nghiệp theo dõi chính xác vị trí của hàng hóa, cũng như cập nhật trạng thái của chúng trong thời gian thực.

Tối ưu hóa vận chuyển không chỉ giảm thiểu chi phí thông qua việc giảm thời gian và tăng hiệu quả, mà còn nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng. Khi hàng hóa được giao đúng hẹn và trong tình trạng tốt, sự hài lòng của khách hàng sẽ được cải thiện, từ đó tạo dựng lòng tin và sự trung thành đối với thương hiệu. Điều này, về lâu dài, góp

phần vào sự thành công và bền vững của doanh nghiệp trong một thị trường cạnh tranh khốc liệt.

#### ✦ *Quản lý kho hàng*

Quản lý kho hàng đóng vai trò không thể phủ nhận trong kinh doanh truyền thống. Việc tổ chức và quản lý kho hàng một cách hiệu quả giúp doanh nghiệp duy trì sự linh hoạt và sẵn sàng đáp ứng nhanh chóng đối với nhu cầu của khách hàng. Đầu tiên, quản lý kho giúp đảm bảo rằng mọi sản phẩm được lưu trữ và sắp xếp một cách hợp lý, từ đó giảm thiểu rủi ro về mất mát hoặc hỏng hóc hàng hóa. Sử dụng các công nghệ và phương tiện quản lý kho hiện đại như mã vạch, RFID và phần mềm quản lý kho giúp theo dõi chính xác vị trí của hàng hóa và tối ưu hóa quá trình di chuyển hàng hóa trong kho. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm không gian lưu trữ mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc quản lý tồn kho và cung cấp hàng hóa đến khách hàng một cách nhanh chóng. Cuối cùng, quản lý kho hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu chi phí và tối ưu hóa quá trình chuỗi cung ứng, từ đó giúp doanh nghiệp truyền thống duy trì sự cạnh tranh và thành công trong một thị trường ngày càng cạnh tranh.

#### ✦ *Cải thiện dịch vụ khách hàng*

Cải thiện dịch vụ khách hàng là một mục tiêu quan trọng mà logistics trong kinh doanh truyền thống hướng đến. Bằng cách tối ưu hóa quy trình logistics, các doanh nghiệp có thể cung cấp dịch vụ khách hàng tốt hơn và tạo ra trải nghiệm mua hàng tích cực. Đầu tiên, việc quản lý vận chuyển hiệu quả giúp đảm bảo rằng hàng hóa được giao đúng hẹn và trong tình trạng tốt nhất, từ đó tăng cường sự hài lòng của khách hàng. Đồng thời, việc tối ưu hóa quá trình quản lý kho giúp doanh nghiệp dễ dàng truy xuất hàng hóa và đáp ứng nhanh chóng với yêu cầu đặc biệt từ phía khách hàng.

Thêm vào đó, việc sử dụng công nghệ thông tin và các hệ thống quản lý chuỗi cung ứng hiện đại cho phép doanh nghiệp cung cấp thông tin vận chuyển và lịch trình giao hàng cho khách hàng một cách minh bạch và chi tiết. Khách hàng sẽ có thể theo dõi vị trí của đơn hàng của mình và nhận thông báo cập nhật về tình trạng giao hàng, từ đó tạo ra một trải nghiệm mua hàng thuận lợi và tin cậy.

Việc quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả cũng giúp doanh nghiệp dễ dàng đáp ứng với các yêu cầu và thay đổi từ phía khách hàng. Khi có một yêu cầu đặc biệt từ khách hàng, việc tối ưu hóa quy trình logistics giúp doanh nghiệp linh hoạt điều chỉnh kế hoạch sản xuất và vận chuyển, từ đó đảm bảo rằng hàng hóa được giao đúng thời gian và địa điểm, đồng thời tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

✦ *Thích ứng với thay đổi thị trường:*

Thích ứng với thay đổi thị trường là một khía cạnh quan trọng của vai trò của logistics trong kinh doanh truyền thống. Trong một môi trường kinh doanh biến động, khả năng thích ứng nhanh chóng với các thay đổi của thị trường là vô cùng quan trọng để đảm bảo sự thành công và bền vững của doanh nghiệp. Logistics đóng một vai trò quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp thích ứng với những biến động này bằng cách cung cấp các giải pháp linh hoạt và hiệu quả.

Việc quản lý chuỗi cung ứng thông minh và linh hoạt giúp các doanh nghiệp nhanh chóng thích ứng với sự biến động của thị trường. Bằng cách tối ưu hóa quy trình sản xuất và vận chuyển, doanh nghiệp có thể linh hoạt điều chỉnh kế hoạch sản xuất và phân phối dựa trên nhu cầu và điều kiện thị trường thay đổi, từ đó giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu suất kinh doanh.

Việc sử dụng công nghệ thông tin và các hệ thống quản lý chuỗi cung ứng thông minh giúp doanh nghiệp dễ dàng theo dõi và đánh giá các xu hướng thị trường, từ đó đưa ra các quyết định kinh doanh chiến lược và hiệu quả. Bằng cách phân tích dữ liệu thị trường và dự báo nhu cầu, doanh nghiệp có thể tạo ra các chiến lược tiếp thị và phân phối đích thực, từ đó nhanh chóng thích ứng với sự biến động của thị trường và tăng cường cạnh tranh.

Cuối cùng, việc xây dựng mối quan hệ đối tác mạnh mẽ với các đối tác trong chuỗi cung ứng cũng là một yếu tố quan trọng giúp các doanh nghiệp thích ứng với thị trường. Bằng cách hợp tác chặt chẽ với các nhà cung cấp, nhà vận chuyển và đối tác khác, doanh nghiệp có thể nhanh chóng tìm ra và triển khai các giải pháp mới để đáp

ứng với thị trường, từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh và đảm bảo sự thành công trong một môi trường kinh doanh đầy thách thức.

### ***1.1.3. Vai trò của logistics trong thương mại điện tử***

Nguyễn Thị Anh - Tối ưu hóa Logistics trong Thương mại Điện tử [2023] Nghiên cứu này tập trung vào vai trò của logistics trong thương mại điện tử và ảnh hưởng của nó đối với trải nghiệm mua sắm trực tuyến của khách hàng. [4]

#### ***1.1.3.1. Giao hàng và vận chuyển***

Hệ thống vận chuyển chuyên nghiệp giúp các doanh nghiệp thực hiện quá trình giao hàng đến khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả và chính xác. Đầu tiên, việc giao hàng nhanh chóng là một yếu tố quan trọng để tăng cường trải nghiệm mua sắm của khách hàng. Hệ thống vận chuyển rộng lớn và linh hoạt cho phép các doanh nghiệp đáp ứng được nhu cầu giao hàng trong thời gian ngắn, thậm chí là trong cùng một ngày hoặc qua đêm.

Thứ hai, hiệu quả vận chuyển đóng vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu chi phí và tối ưu hóa quá trình logistics. Bằng cách lựa chọn phương tiện vận chuyển phù hợp và tối ưu hóa tuyến đường giao hàng, các doanh nghiệp có thể tiết kiệm được chi phí vận chuyển và tăng cường hiệu suất toàn bộ quá trình giao hàng. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí mà còn làm tăng giá trị cho khách hàng bằng cách giảm giá thành sản phẩm.

Thứ ba, hệ thống vận chuyển chuyên nghiệp cung cấp sự chính xác thông qua việc theo dõi và cập nhật trạng thái của hàng hóa. Khách hàng và doanh nghiệp có thể dễ dàng theo dõi vị trí của đơn hàng và nhận thông tin cập nhật về thời gian giao hàng dự kiến, từ đó tạo ra sự tin cậy và an tâm khi mua sắm trực tuyến.

Giao hàng và vận chuyển: Logistics không chỉ là phần của quá trình giao hàng mà còn là yếu tố quyết định đến trải nghiệm mua sắm và sự hài lòng của khách hàng trong thương mại điện tử. Điều này đặt ra một nhu cầu cao về sự chuyên nghiệp, hiệu quả và chính xác trong quá trình vận chuyển, từ đó đảm bảo sự thành công và bền vững của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh ngày nay.



### *1.1.3.2. Đóng gói và xử lý đơn hàng*

Quá trình này đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra một trải nghiệm mua sắm trực tuyến tốt và đáng tin cậy cho khách hàng. Dưới đây là những cách mà Đóng gói và xử lý đơn hàng: Logistics hỗ trợ các doanh nghiệp trong thương mại điện tử:

*Đóng gói đúng cách:* Quá trình đóng gói hàng hóa đúng cách là một yếu tố quan trọng trong việc đảm bảo an toàn của sản phẩm trong suốt quá trình vận chuyển. Logistics đảm bảo rằng sản phẩm được đóng gói một cách cẩn thận và chắc chắn để tránh hỏng hóc và hao mòn trong quá trình vận chuyển.

*Xử lý đơn hàng chính xác:* Quá trình xử lý đơn hàng bao gồm việc kiểm tra, đóng gói và dán nhãn hàng hóa trước khi chúng được chuyển đi. Logistics đảm bảo rằng mỗi đơn hàng được xử lý một cách chính xác và kỹ lưỡng để tránh những sai sót không đáng có như giao nhầm hàng hoặc thiếu sót sản phẩm.

*Minh bạch và thông tin cập nhật:* Logistics cung cấp sự minh bạch và thông tin cập nhật về quá trình xử lý đơn hàng, từ khi đơn hàng được nhận đến khi được giao cho vận chuyển. Điều này giúp tạo ra sự tin cậy và an tâm cho khách hàng, khi họ có thể theo dõi và kiểm tra trạng thái của đơn hàng của mình một cách dễ dàng.

Vai trò của Đóng gói và xử lý đơn hàng: Logistics không chỉ là việc đảm bảo an toàn và chính xác của hàng hóa trong quá trình vận chuyển, mà còn là yếu tố quyết định đến trải nghiệm mua sắm và sự hài lòng của khách hàng trong thương mại điện tử. Điều này đặt ra một nhu cầu cao về sự chuyên nghiệp, cẩn thận và minh bạch trong quá trình xử lý đơn hàng, từ đó đảm bảo sự thành công của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh ngày nay.

### *1.1.3.3. Theo dõi và quản lý đơn hàng*

Qua việc theo dõi và quản lý đơn hàng, logistics giúp các doanh nghiệp duy trì sự minh bạch và tính chính xác trong quá trình giao hàng. Khách hàng có thể dễ dàng theo dõi trạng thái của đơn hàng của mình thông qua các hệ thống quản lý đơn hàng trực tuyến, từ khi đơn hàng được đặt đến khi được giao đến địa chỉ mong muốn. Điều này

tạo ra sự tin cậy và an tâm cho khách hàng, đồng thời giúp doanh nghiệp tạo ra một môi trường mua sắm đáng tin cậy và thuận lợi.

Logistics giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa quá trình vận chuyển và giao hàng. Bằng cách sử dụng các hệ thống quản lý đơn hàng thông minh, các doanh nghiệp có thể theo dõi và phân phối hàng hóa một cách hiệu quả, từ việc lập kế hoạch vận chuyển đến việc xử lý đơn hàng và định vị vị trí của hàng hóa. Điều này giúp giảm thiểu thời gian và chi phí vận chuyển, đồng thời tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm của khách hàng.

Qua việc cải thiện dịch vụ khách hàng, logistics đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra một cộng đồng khách hàng trung thành và hài lòng. Bằng cách cung cấp thông tin cập nhật và minh bạch về trạng thái của đơn hàng, logistics giúp tạo ra một môi trường mua sắm trực tuyến đáng tin cậy và thuận lợi, từ đó tăng cường mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng.

Vai trò của Theo dõi và quản lý đơn hàng: Logistics trong thương mại điện tử không chỉ giúp tối ưu hóa quá trình giao hàng mà còn tạo ra một trải nghiệm mua sắm trực tuyến thuận lợi và tin cậy cho khách hàng. Điều này là yếu tố quyết định đến sự thành công và phát triển của các doanh nghiệp trong môi trường thương mại điện tử ngày nay.

#### *1.1.3.4. Tăng trải nghiệm khách hàng*

Logistics chơi một vai trò quan trọng trong việc cải thiện trải nghiệm mua sắm trực tuyến của khách hàng thông qua việc cung cấp dịch vụ chuyển hàng đáng tin cậy, linh hoạt và chất lượng.

Logistics giúp tăng cường tiện ích cho khách hàng thông qua việc cung cấp các phương thức giao hàng linh hoạt và tiện lợi. Khách hàng có thể lựa chọn từ một loạt các phương thức giao hàng như giao hàng trong ngày, giao hàng qua đêm, hoặc giao hàng tiêu chuẩn dựa trên nhu cầu và sở thích cá nhân của họ. Điều này tạo ra sự linh hoạt và thuận tiện, từ đó nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng.

Logistics giúp tối ưu hóa quy trình đặt hàng và xử lý đơn hàng, từ việc đơn hàng được đặt đến khi đến tay khách hàng. Bằng cách cải thiện quy trình đặt hàng trực tuyến,

xử lý đơn hàng nhanh chóng và hiệu quả, logistics giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi của khách hàng và đảm bảo rằng họ nhận được sản phẩm của mình một cách nhanh chóng và chính xác.

Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin và hỗ trợ cho khách hàng trong suốt quá trình mua sắm trực tuyến. Bằng cách cung cấp thông tin cập nhật về trạng thái của đơn hàng và hỗ trợ sau bán hàng, logistics giúp tạo ra một trải nghiệm mua sắm trực tuyến đáng tin cậy và an tâm cho khách hàng.

Tăng trải nghiệm khách hàng thông qua logistics không chỉ là việc cải thiện dịch vụ giao hàng mà còn là việc cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến thuận lợi và tin cậy cho khách hàng. Điều này đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự hài lòng và trung thành của khách hàng, từ đó đảm bảo sự thành công và phát triển của doanh nghiệp trong thương mại điện tử.

#### *1.1.3.5. Tối ưu hóa chi phí*

*Quản lý tồn kho hiệu quả:* Logistics giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí bằng cách quản lý tồn kho hiệu quả. Bằng cách giảm thiểu hàng tồn kho không cần thiết và đảm bảo rằng sản phẩm được lưu trữ đúng cách để tránh hao hụt và hỏng hóc, doanh nghiệp có thể giảm được chi phí lưu trữ và quản lý tồn kho.

*Tối ưu hóa quy trình vận chuyển:* Logistics giúp tối ưu hóa chi phí vận chuyển bằng cách lựa chọn phương thức vận chuyển và tuyến đường phù hợp nhất. Bằng cách này, doanh nghiệp có thể giảm được chi phí vận chuyển trong khi vẫn đảm bảo rằng hàng hóa được giao đến khách hàng một cách nhanh chóng và an toàn.

*Tối ưu hóa quy trình đặt hàng và xử lý đơn hàng:* Logistics giúp tối ưu hóa chi phí bằng cách cải thiện quy trình đặt hàng và xử lý đơn hàng. Bằng cách sử dụng các công nghệ và hệ thống quản lý đơn hàng thông minh, doanh nghiệp có thể giảm thiểu thời gian và lao động cần thiết cho mỗi đơn hàng, từ đó giảm được chi phí hoạt động.

*Tối ưu hóa chuỗi cung ứng:* Logistics giúp tối ưu hóa chi phí bằng cách tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Bằng cách tối ưu hóa quy trình đặt hàng và giao hàng, giảm thiểu thời gian và chi phí liên quan đến mỗi bước trong quá trình sản xuất và phân phối, doanh

ngành có thể giảm được chi phí liên quan đến chuỗi cung ứng.

Vai trò của logistics trong thương mại điện tử không chỉ là việc cung cấp dịch vụ giao hàng mà còn là việc tối ưu hóa chi phí cho các doanh nghiệp. Bằng cách tối ưu hóa quản lý tồn kho, vận chuyển và phân phối, quy trình đặt hàng và xử lý đơn hàng, cũng như chuỗi cung ứng, logistics giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và tăng cường hiệu suất hoạt động, từ đó đảm bảo sự thành công và phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh cạnh tranh ngày nay.

#### ***1.1.4. Những cơ hội của Logistics trong thương mại điện tử hiện nay***

##### ***1.1.4.1. Thúc đẩy sự tăng trưởng thị trường***

Cơ hội của Logistics trong thương mại điện tử hiện nay là vô cùng đa dạng và quan trọng trong việc thúc đẩy sự tăng trưởng thị trường và mở rộng phạm vi kinh doanh. Đầu tiên, khả năng mở rộng thị trường thông qua dịch vụ giao hàng linh hoạt giúp các doanh nghiệp tiếp cận được các khu vực trước đây khó tiếp cận, từ những vùng sâu vùng xa đến thị trường quốc tế. Việc này mở ra cơ hội mới để mở rộng khách hàng và tăng doanh số bán hàng.

Thứ hai, logistics trong thương mại điện tử cung cấp cơ hội tiếp cận nguồn khách hàng tiềm năng, bao gồm cả người tiêu dùng và các doanh nghiệp. Bằng cách tối ưu hóa quy trình giao hàng và xử lý đơn hàng, các doanh nghiệp có thể đáp ứng được nhu cầu mua sắm trực tuyến của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn. Điều này tạo ra cơ hội để xây dựng mối quan hệ với khách hàng mới và phát triển cơ sở khách hàng của mình.

Logistics không chỉ là một phần quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ giao hàng mà còn là một công cụ quan trọng để mở rộng phạm vi kinh doanh và tiếp cận nguồn khách hàng mới trong thương mại điện tử. Việc tận dụng các cơ hội này không chỉ giúp các doanh nghiệp tăng trưởng mạnh mẽ mà còn giữ vững vị thế của họ trong môi trường cạnh tranh ngày nay.