



Trường Đại Học Thương Mại

Hậu cần thương mại điện tử

GV: Lục Thị Thu Hương

e **Logistics**





1

Hậu cần TMĐT

Tổng quan về hậu cần TMĐT

Hạ tầng cơ sở của hậu cần TMĐT

Hậu cần đầu ra TMĐT

Hậu cần đầu vào TMĐT

Chiến lược hậu cần TMĐT



Logistics



1



Tổng quan hậu cần TMĐT

Giới thiệu hậu cần TMĐT

- Tư tưởng & lịch sử phát triển
- Khái niệm & bản chất
- Vị trí & vai trò
- Phân loại các lĩnh vực hậu cần

Thương mại điện tử & Hậu cần KD

- TMĐT: Khái niệm, vai trò & thách thức
- Tác động của TMĐT tới Hậu cần KD
- Sự dịch chuyển của hậu cần trong nền kế mạng

Quá trình hậu cần TMĐT

- Quá trình hậu cần kd tổng thể
- Mô hình quá trình hậu cần TMĐT
- Mô hình hậu cần TMĐT định hướng khách hàng

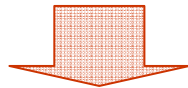
Mục tiêu hậu cần TMĐT

- Mục tiêu của hậu cần TMĐT
- Mối quan hệ giữa các loại CF & với chất lượng dịch vụ

Tư tưởng & lịch sử phát triển

Thuật ngữ gốc Hy Lạp (Logistikos)

- khoa học nghiên cứu
- các tính chất quy luật
- của hoạt động cung ứng
- đảm bảo các yếu tố
tổ chức, vật chất, kĩ thuật



**quá trình chủ đạo
được tiến hành đúng mục tiêu**



Tư tưởng & lịch sử phát triển

*Hoạt động hậu cần
xuất hiện từ khi nào?*

- từ khi con người biết cất giữ lương thực
- từ khi có các phương tiện vận chuyển
- từ khi có trao đổi hàng hoá,...

*Tư chuyên môn
trong lĩnh vực quân sự*

Duy trì quân đội
Chiến thắng kẻ thù

*Khoa học &
nghệ thuật*

thu gom
bảo quản
vận chuyển

con người
lương thực
trang thiết bị



Logista = Sĩ quan hậu cần

Tư tưởng & lịch sử phát triển

Hậu cần kinh doanh
khác gì với hậu cần quân sự?



- Mục tiêu/chi phí
- Qui mô/quá trình
- Thời gian/tính liên tục

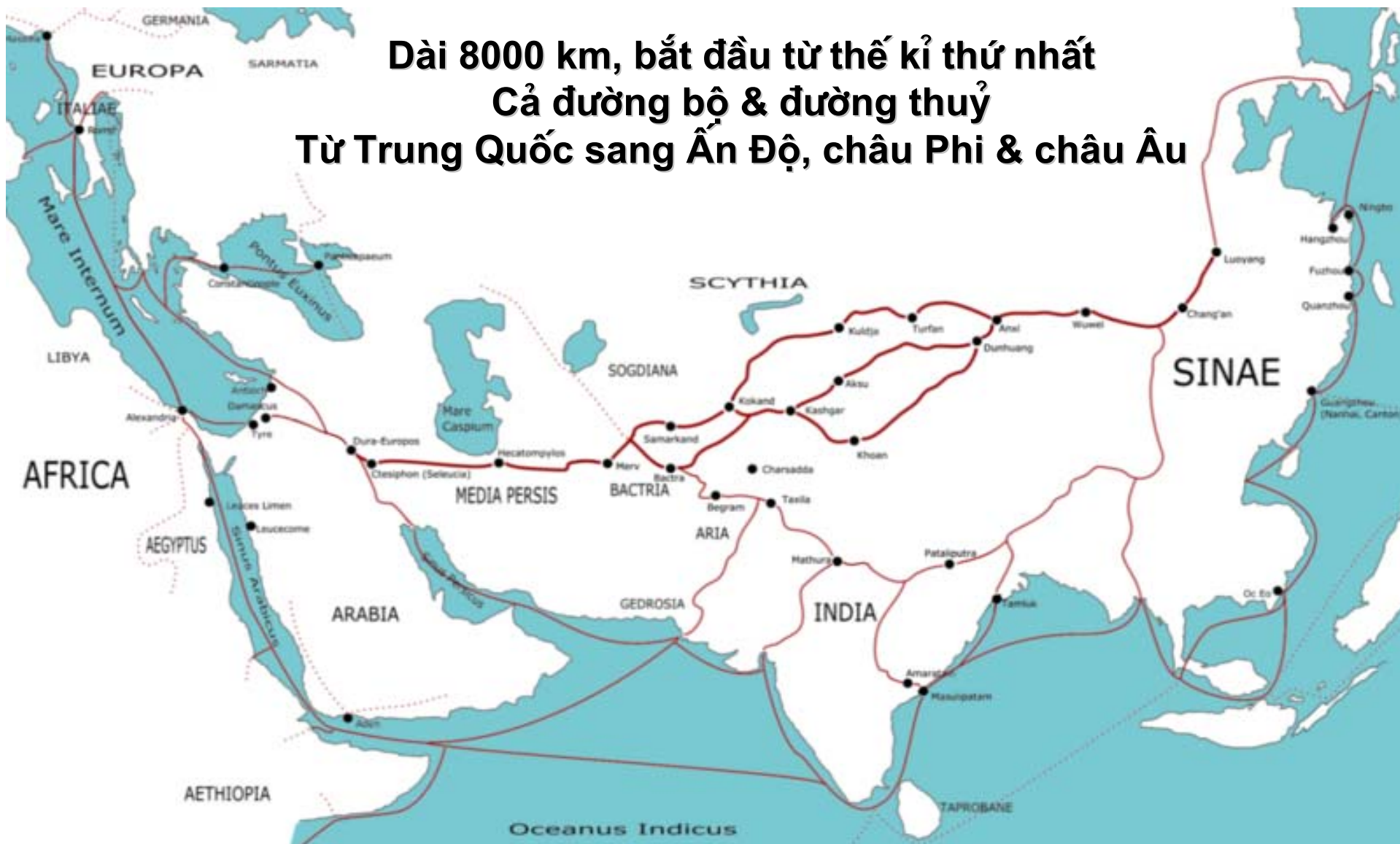


**“The amateurs discuss tactics,
the professionals discuss supply chain and logistics”**

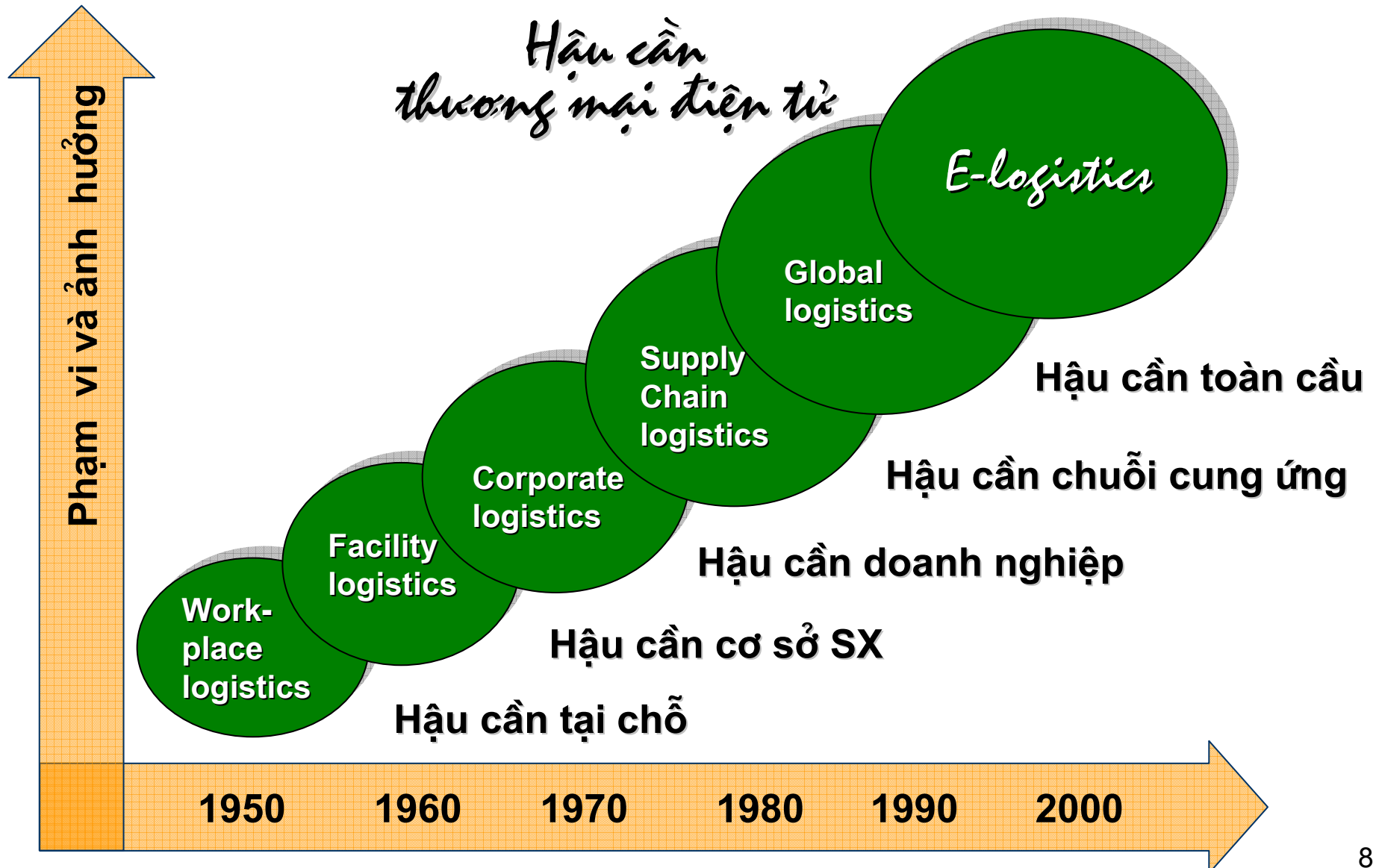
Napoleon Bonaparte

Con đường tơ lụa

**Dài 8000 km, bắt đầu từ thế kỉ thứ nhất
Cả đường bộ & đường thủy
Từ Trung Quốc sang Ấn Độ, châu Phi & châu Âu**



Tư tưởng & lịch sử phát triển



Tư tưởng & lịch sử phát triển

Các nhân tố tác động

- Thương mại hoá các thiết bị vi xử lý
- Cách mạng viễn thông
- Ứng dụng rộng rãi TQM
- Quan điểm liên minh chiến lược
- Quyền lực người tiêu dùng
- Thay đổi sức mạnh trong kênh cung ứng



Khái niệm & bản chất của hậu cần kd

Hội đồng quản trị hậu cần:
(Council of hậu cần Management)

đáp ứng đúng
yêu cầu & đòi hỏi
của khách hàng

Một phần của quản trị chuỗi cung ứng

Hoạch định
Thực thi
Kiểm soát

*một cách
hiệu quả*

nguyên VL
bán thành phẩm
sản phẩm

từ đ.xuất xứ
đến đ.tiêu dùng

*dòng lưu chuyển & dự trữ
dòng thông tin*

Khái niệm & bản chất của hậu cần kd

Business Logistics = having **R**ight quantity & **R**ight quality
at **R**ight time & **R**ight place
for **R**ight cost

Quá trình tối ưu hoá về vị trí & thời gian,
vận chuyển & dự trữ nguồn tài nguyên
từ điểm đầu tiên của dây chuyền cung ứng cho
đến tay người tiêu dùng cuối cùng,
thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế

Khái niệm & bản chất của hậu cần kd

Bản chất
hậu cần KD?

- dịch vụ khách hàng

- quá trình cung cấp giá trị gia tăng cho KH trong hệ thống kênh pp hàng hoá với hiệu quả chi phí cao nhất

Số lượng, chất lượng, cơ cấu MH
Không gian & thời gian
Tính ổn định & linh hoạt

- người tiêu dùng & hộ gia đình

- doanh nghiệp bán buôn/bán lẻ
- doanh nghiệp sản xuất
- chính phủ & các tổ chức khác

Khách hàng của
dịch vụ hậu cần?

Người được cung ứng
hàng hoá

Hậu cần thương mại điện tử

Internet + commerce = e-commerce

Internet + logistics = e-logistics



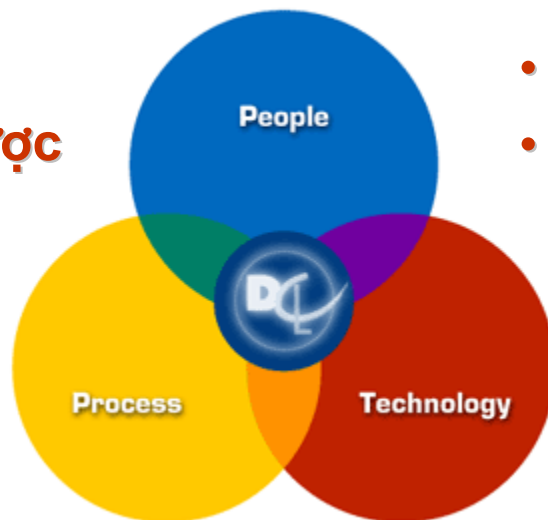
Hậu cần thương mại điện tử

Quá trình hoạch định chiến lược & phát triển tất cả các yếu tố cần thiết của hệ thống, quy trình, cơ cấu tổ chức & tác nghiệp hậu cần để hiện thực hoá & vật chất hoá cho hoạt động thương mại điện tử

- **Đổi mới tư duy**
- **Tái sáng tạo chiến lược**

- **Tái thiết kế mô hình kd**
- **Tân trang lại ng.lực thông tin**

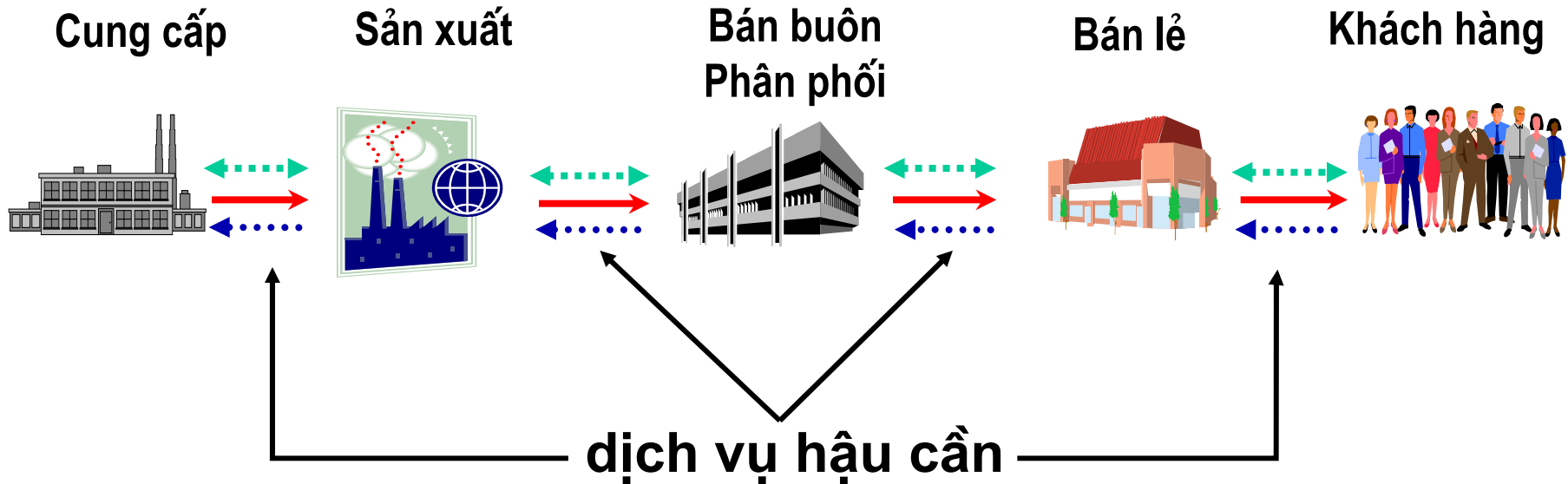
eToys
.com



TOYS R US

Vai trò & vị trí của e-logistics

(in a simplified supply chain)



Dòng thông tin



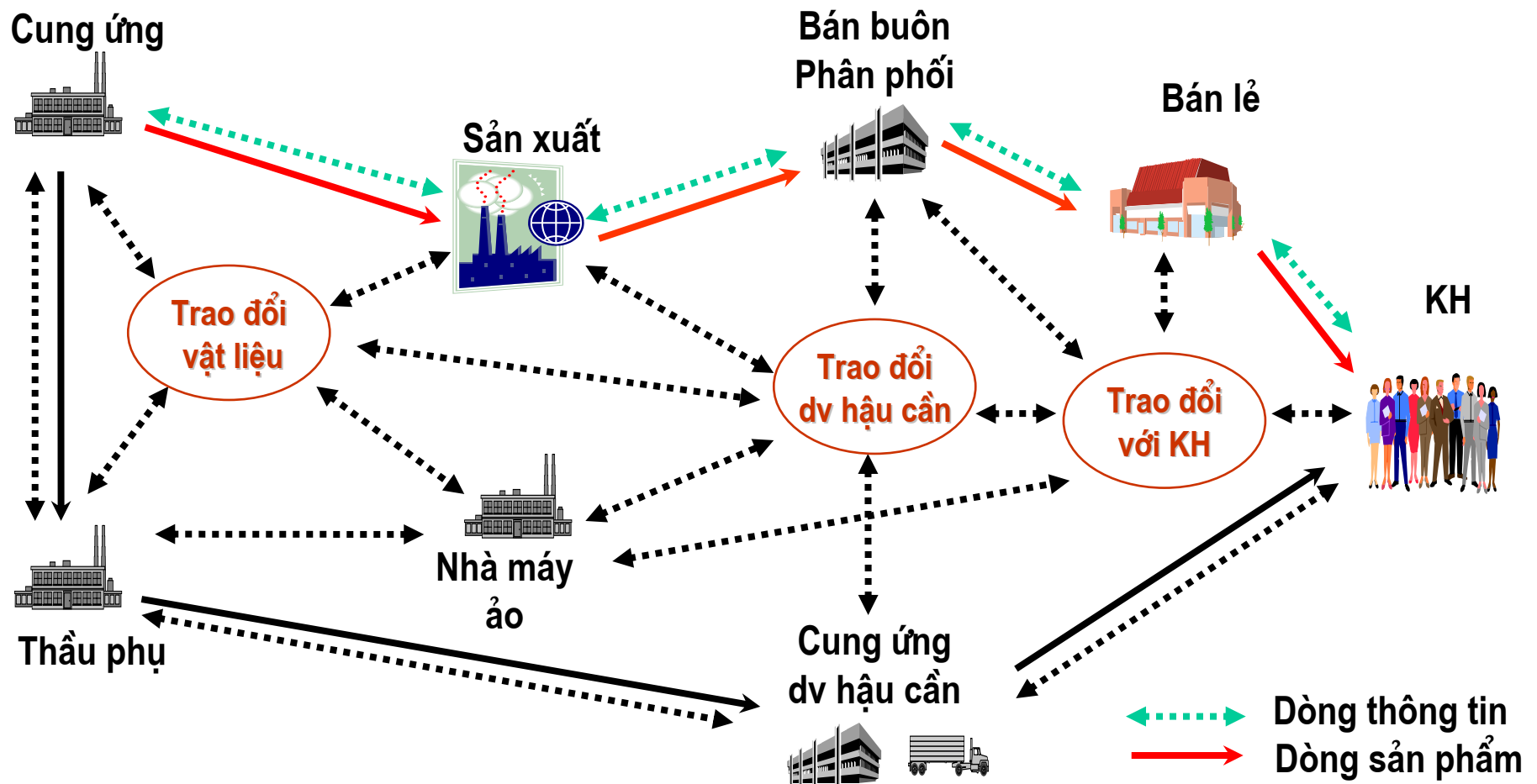
Dòng sản phẩm



Dòng tiền tệ

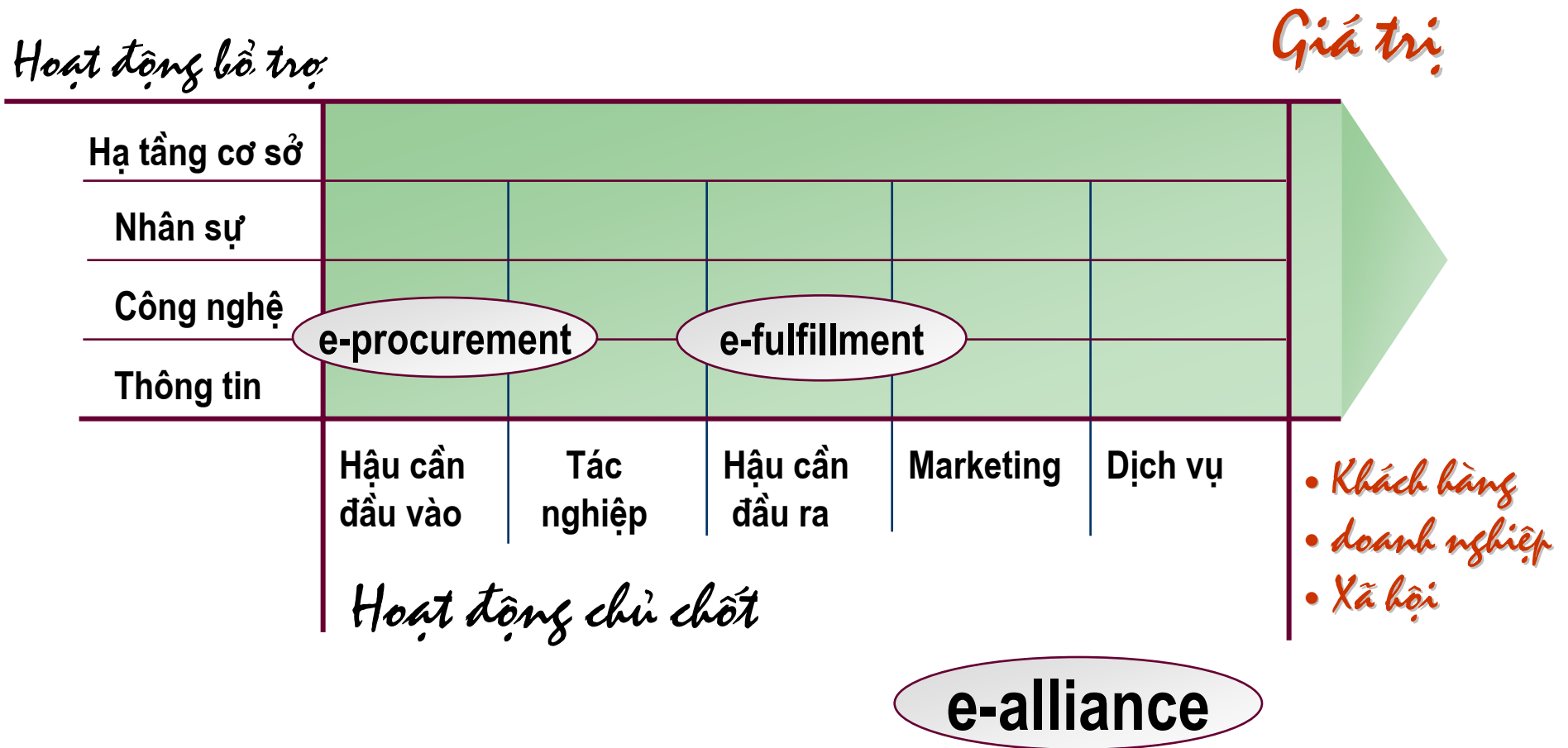
Vai trò & vị trí của e-logistics

(in a e-supply chain)



Vai trò & vị trí của e-logistics

(in a value chain)

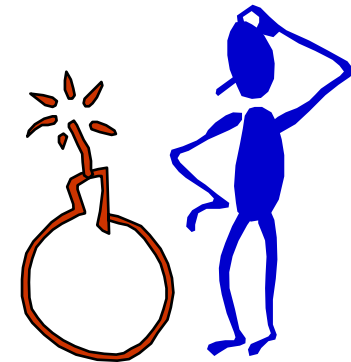


Phân loại các lĩnh vực hậu cần



Theo phạm vi ảnh hưởng

- hậu cần quân đội
- hậu cần kinh doanh
- hậu cần sự kiện



Theo hướng vận động vật chất

- hậu cần đầu vào
- hậu cần đầu ra
- hậu cần ngược

Theo đối tượng hàng hoá

- hậu cần hàng TD ngắn ngày
- hậu cần ngành ô tô
- hậu cần ngành hoá chất,...

Phân loại các lĩnh vực hậu cần

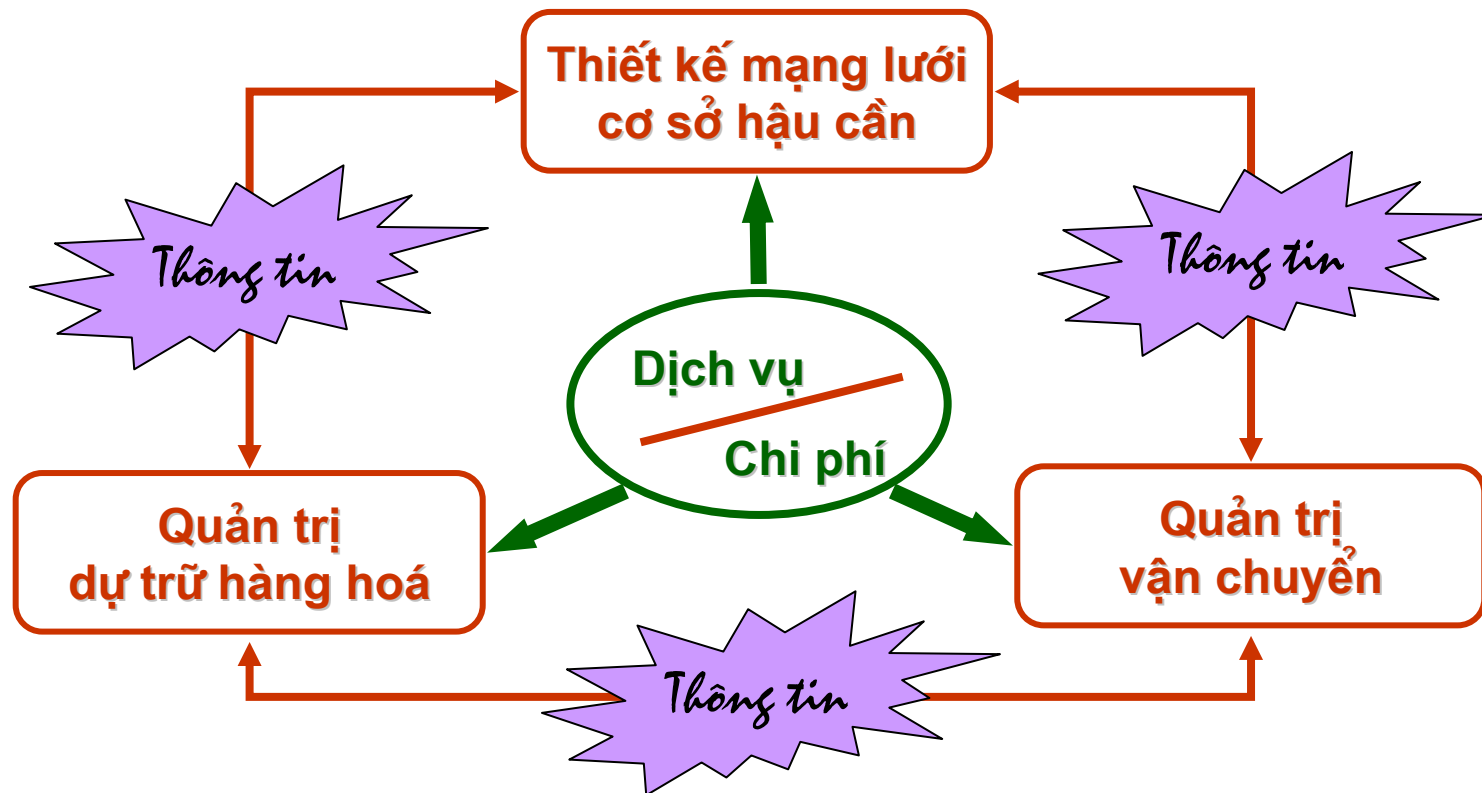
Hoạt động cơ bản

- **Dịch vụ KH**
 - ✓ xác định nhu cầu & mong muốn KH
 - ✓ phản ứng KH với chất lượng dvụ HC
 - ✓ xây dựng các mức trình độ dvụ
- **Xử lý ĐDH & cung ứng h²**
 - ✓ quy trình bán hàng - đặt hàng
 - ✓ xử lý & truyền tải thông tin đặt hàng
- **Quản trị dự trữ**
 - ✓ dự báo bán hàng
 - ✓ số lượng, quy mô & địa điểm dự trữ
- **Quản trị vận chuyển**
 - ✓ phương tiện & cước phí
 - ✓ tuyến đường & lịch trình

Hoạt động hỗ trợ

- **Nghiệp vụ mua**
 - ✓ Mục tiêu & căn cứ
 - ✓ lựa chọn nguồn cung ứng
 - ✓ thời điểm & số lượng mua
- **Nghiệp vụ kho**
 - ✓ Phân loại kho hàng hoá
 - ✓ bảo quản, chất xếp hh trong kho
- **Đóng gói bao bì**
 - ✓ để bốc dỡ, dự trữ & giảm hao hụt
 - ✓ phân loại & tiêu chuẩn hoá
- **Quản lý thông tin**
 - ✓ thu thập, lưu trữ, khai thác ttin
 - ✓ quy trình kiểm soát

Phân loại các lĩnh vực hậu cần



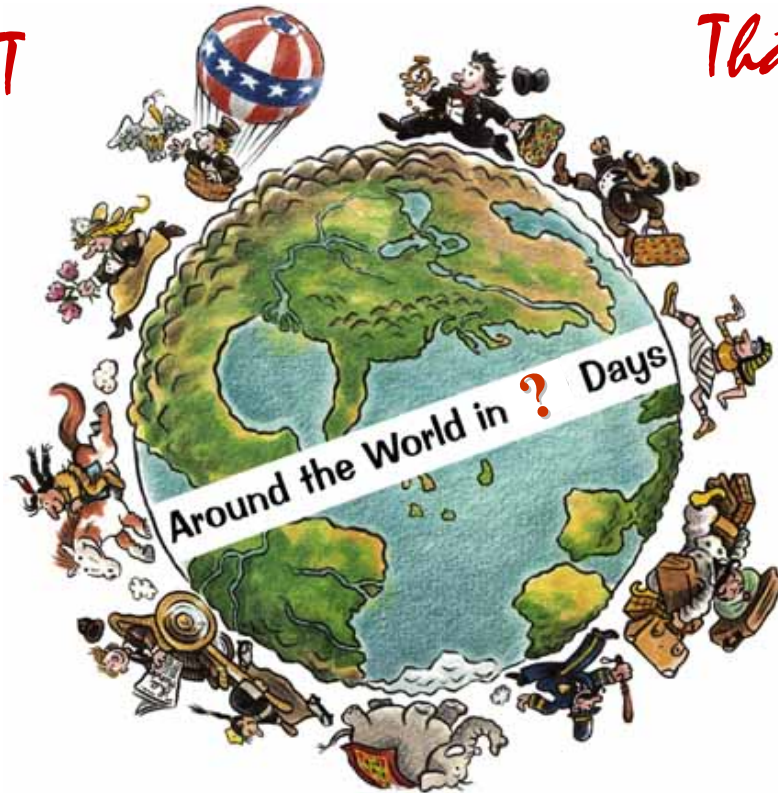
Vai trò của thông tin trong hậu cần TMĐT?

TMĐT & hậu cần kinh doanh

Khái niệm
thương mại điện tử?

Lợi ích của TMĐT

-
-
-
-



Thách thức của TMĐT

-
-
-
-

Tác động của TMDT tới hậu cần kd

Tính thông tin (Information)

- Tiếp cận
- Chất lượng
- Linh hoạt

Tính tương tác (Interactivity)

- Giao tiếp đa chiều
- Khả năng hợp tác

Tính cá nhân hoá (Individualization)

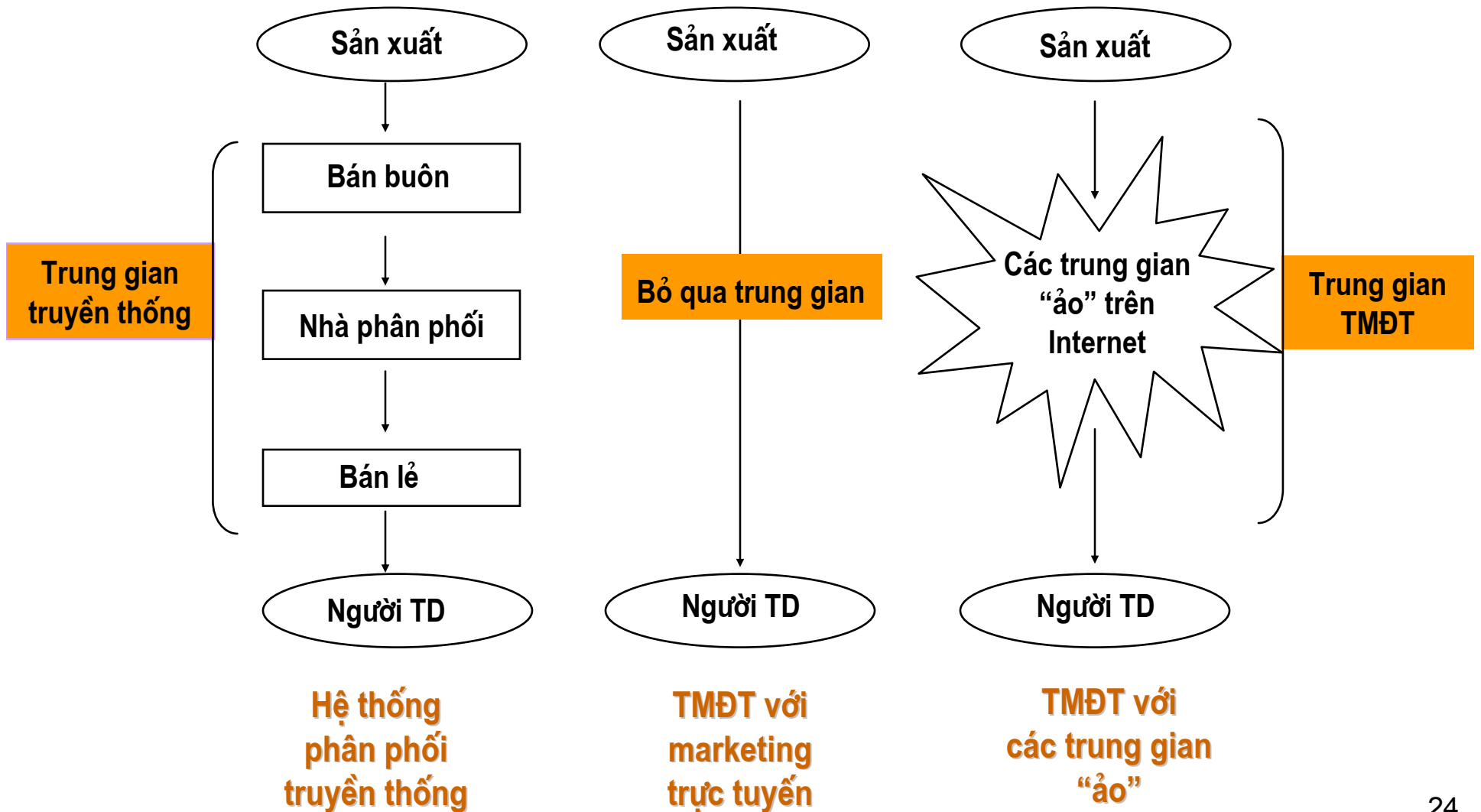
- Nhu cầu khách hàng
- Chất lượng dịch vụ



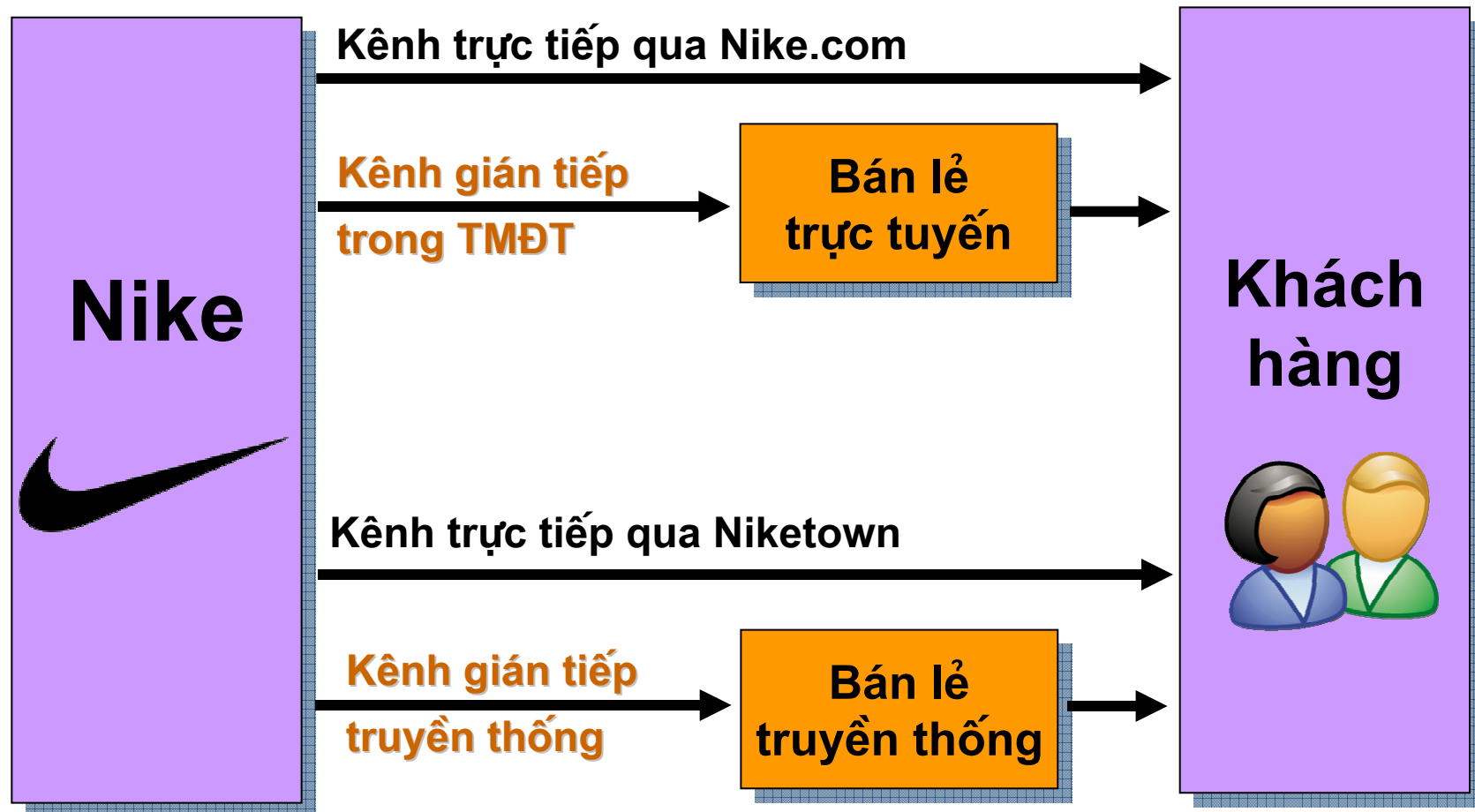
Biến đổi của HC trong nền KT mạng

	Hậu cần truyền thống	E-Logistics
• Đơn đặt hàng	Dự báo được	Đa dạng, nhỏ, biến động
• Chu kỳ đáp ứng đơn hàng	Theo tuần	Ngắn hơn (ngày / giờ)
• Khách hàng	Đối tác chiến lược	Rộng hơn
• Dịch vụ khách hàng	Thụ động, cứng nhắc	Đáp ứng, linh hoạt
• Nhập hàng	Theo kế hoạch	Thời gian thực
• Mô hình phân phối	Đẩy “từ chuỗi cung ứng”	Kéo “định hướng nhu cầu”
• Nhu cầu khách hàng	Ổn định, nhất quán	Có tính chu kỳ
• Loại hình vận chuyển	Lô hàng quy mô lớn	Lô nhỏ
• Địa điểm giao hàng	Tập trung	Phân tán hơn
• Kinh doanh quốc tế	Thủ công	Tự động

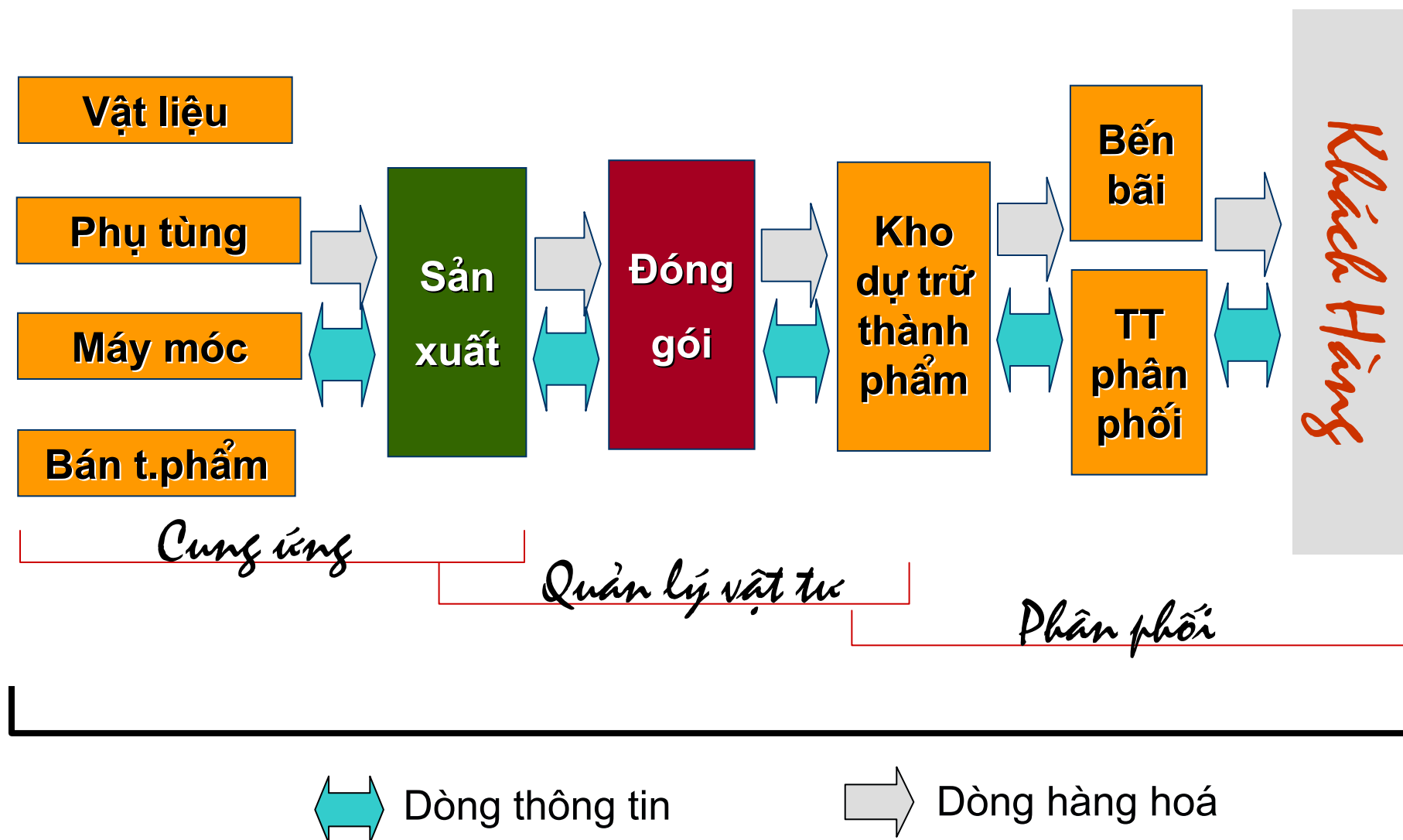
Biến động kênh phân phối trong TMĐT



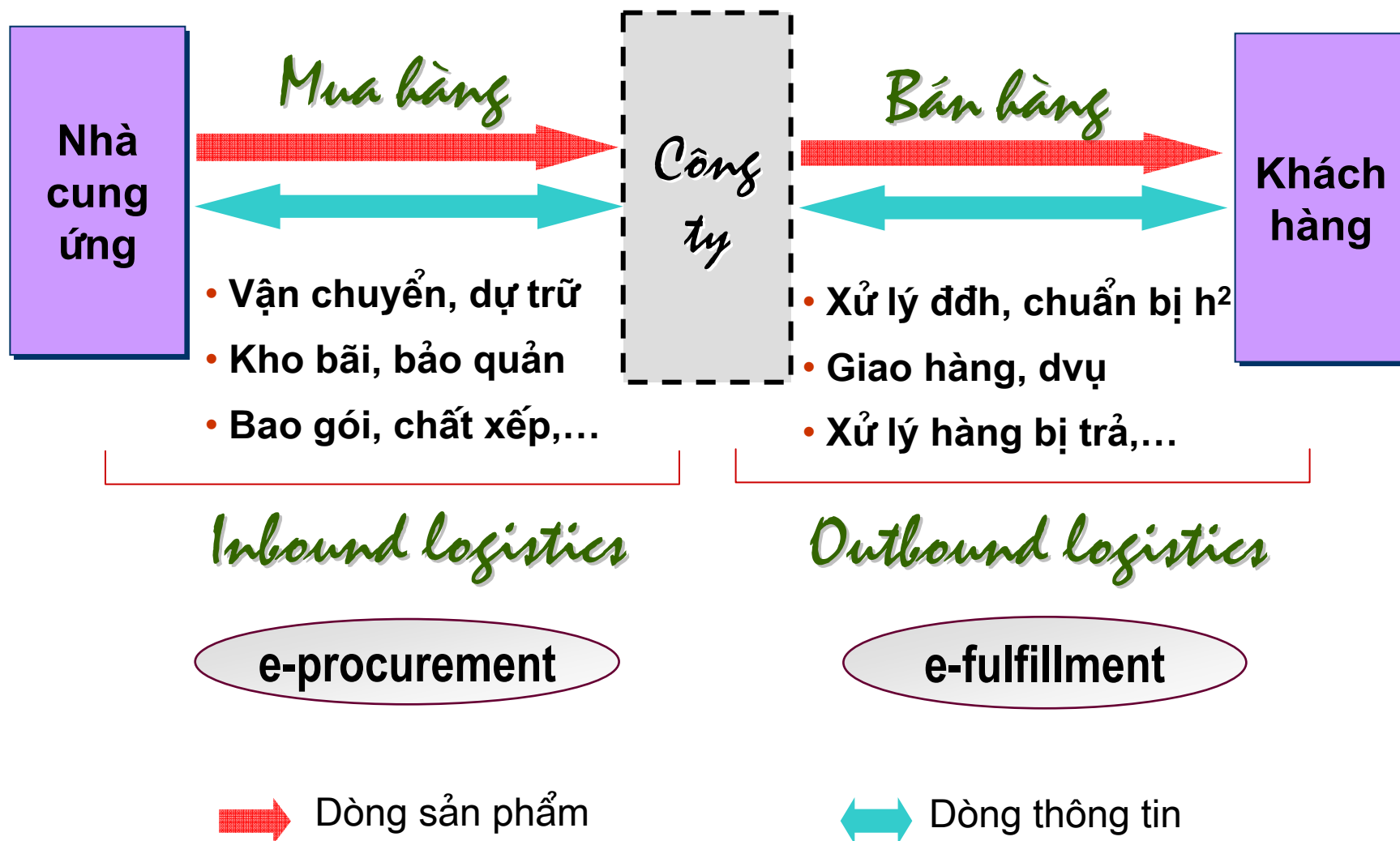
Chiến lược phân phối đa kênh (Nike)



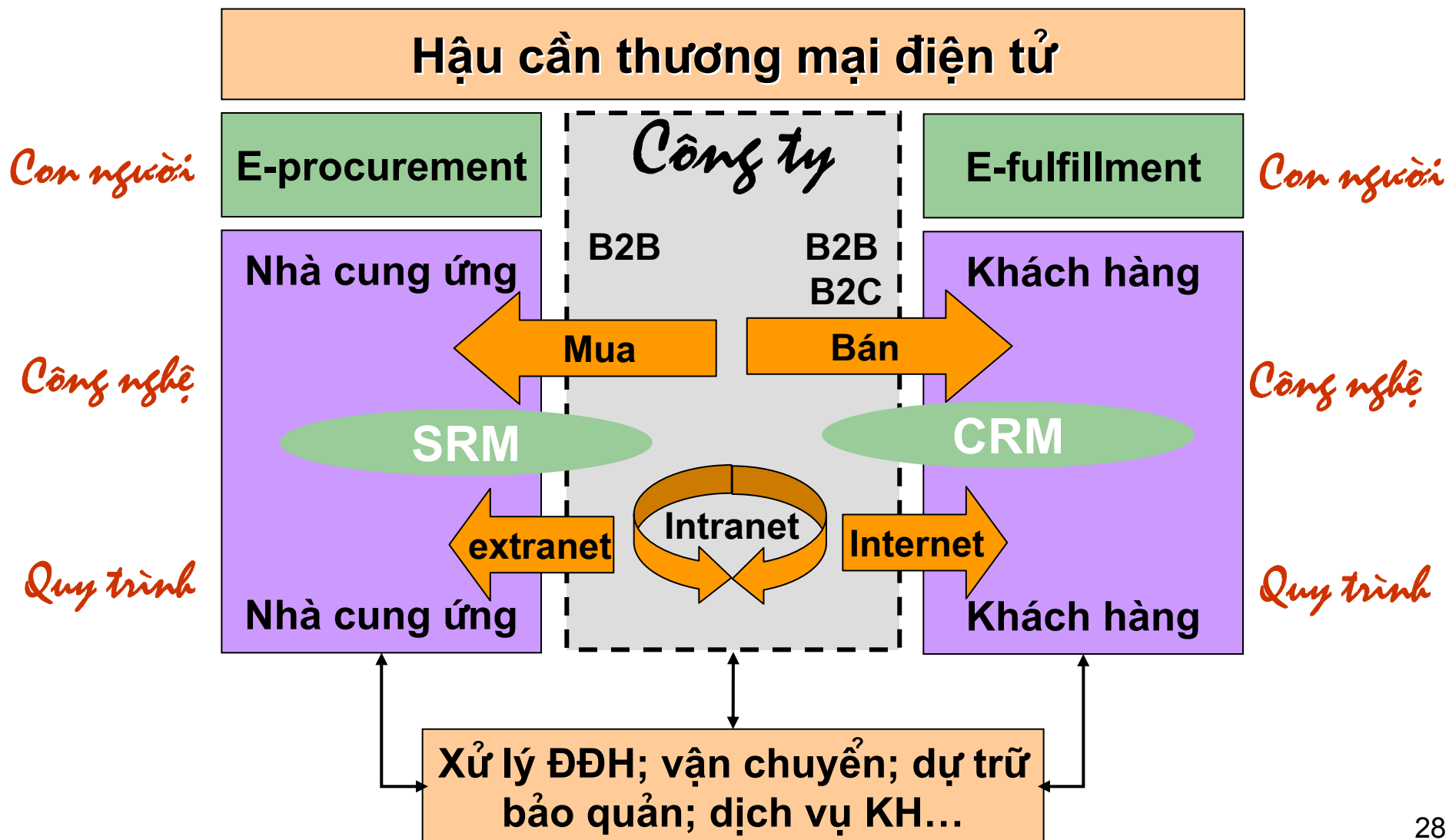
Quá trình hậu cần kd tổng thể



Quá trình hậu cần kd tổng thể



Mô hình quá trình hậu cần TMĐT



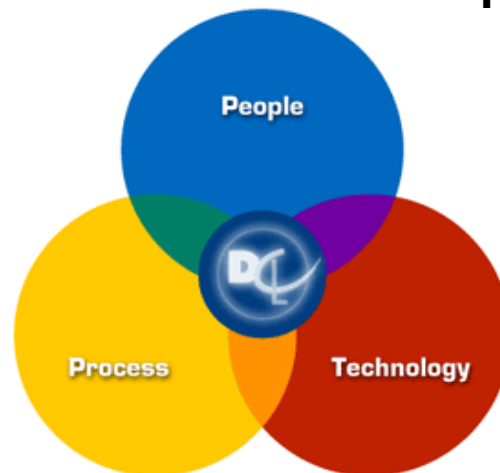
Mô hình quá trình hậu cần TMĐT

e-procurement

- Mua hàng, dự trữ
- Kho bãi, bảo quản
- Quản lý cung ứng (SRM)
- Mạng ngoại bộ (Extranet)
- Thị trường B2B

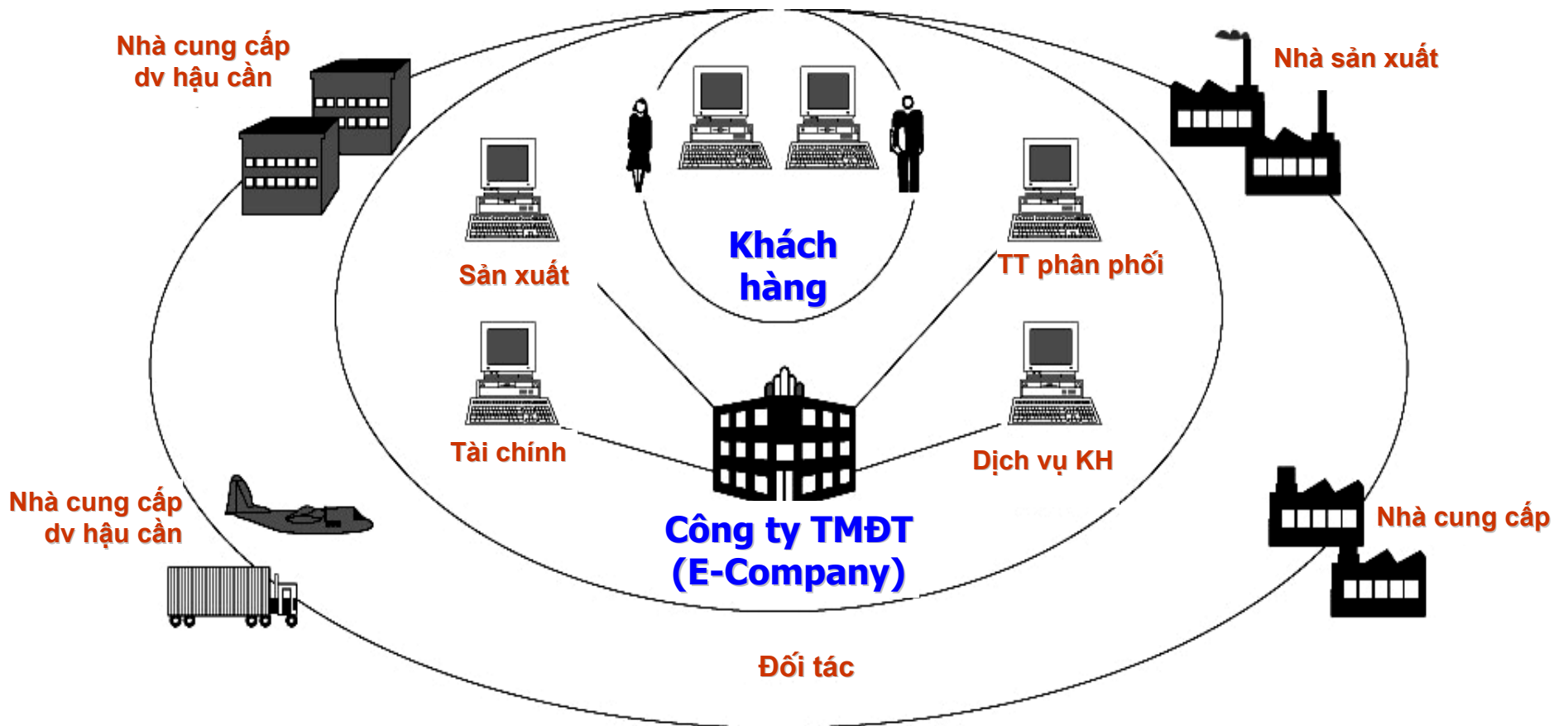
e-fulfillment

- Bán hàng, xử lý đdh
- Giao hàng, dvụ
- Quan hệ khách hàng (CRM)
- Mạng Internet
- Thị trường B2B, B2C



Mô hình hậu cần TMDT định hướng khh

(Customer-Centric Value Web Model)



Mô hình hậu cần TMDT định hướng khh

Tính minh bạch

- theo dõi sát dòng sp
- tự ktra mức DT, tình hình thực hiện đđh

Tính gắn bó với KH

- xây dựng & củng cố quan hệ KH
- tăng xác suất mua lặp lại

Tính hiệu suất

- tương quan giữa CF & kết quả cao
- thông qua sự tích hợp với đối tác

Tính linh hoạt

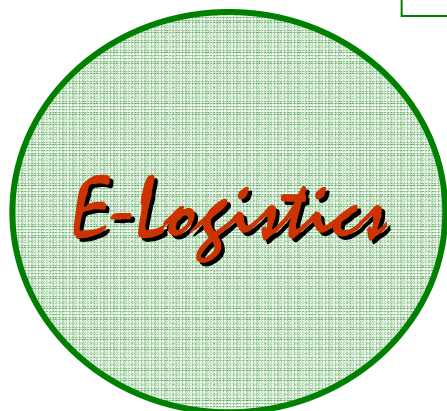
- đầu tư cơ sở hạ tầng
- quan hệ đối tác

Tính tối ưu

- phân tích, đánh giá đa chiều
- tối ưu hoá dòng vật chất, tiền tệ, vị trí

Tính hợp tác

- Sự chia sẻ giữa các thành viên
- phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ, kịp thời



Mục tiêu của hậu cần TMĐT

- Cung ứng h² & đáp ứng yêu cầu KH
- theo cách thức hiệu quả nhất

- Đáp ứng chất lượng dịch vụ KH
- Với tổng chi phí nhỏ nhất



Luôn có sự đánh đổi
(Trade-Off)



Dịch vụ khách hàng

Khiếu nại của KH

- 31% về chất lượng sp
- 44% do chuyển hàng đến chậm
- 12% do h² bị hư hỏng hoặc hao hụt
- 6% do cơ cấu mặt hàng ko đầy đủ
- 7% - lý do khác



*Sự yếu kém của dịch vụ bạn cần
làm giảm năng lực cạnh tranh dn!*

Dịch vụ khách hàng

Các yếu tố cấu thành dịch vụ khách hàng:

- Tính đa dạng chủng loại & sẵn có dự trữ
- Thời gian đáp ứng đơn hàng
- Mức độ tin cậy
- Tính linh hoạt
- Tính thông tin



Tổng chi phí hậu cần

Total cost (ΣF : 5-35%)

Tất cả những chi tiêu cần thiết để thực hiện những yêu cầu trong hoạt động hậu cần

$$\Sigma F = F_d + F_v + F_d + F_m + F_k + F_t$$



F_d = Chi phí xử lý đđh & ttin

F_v = Chi phí vận chuyển

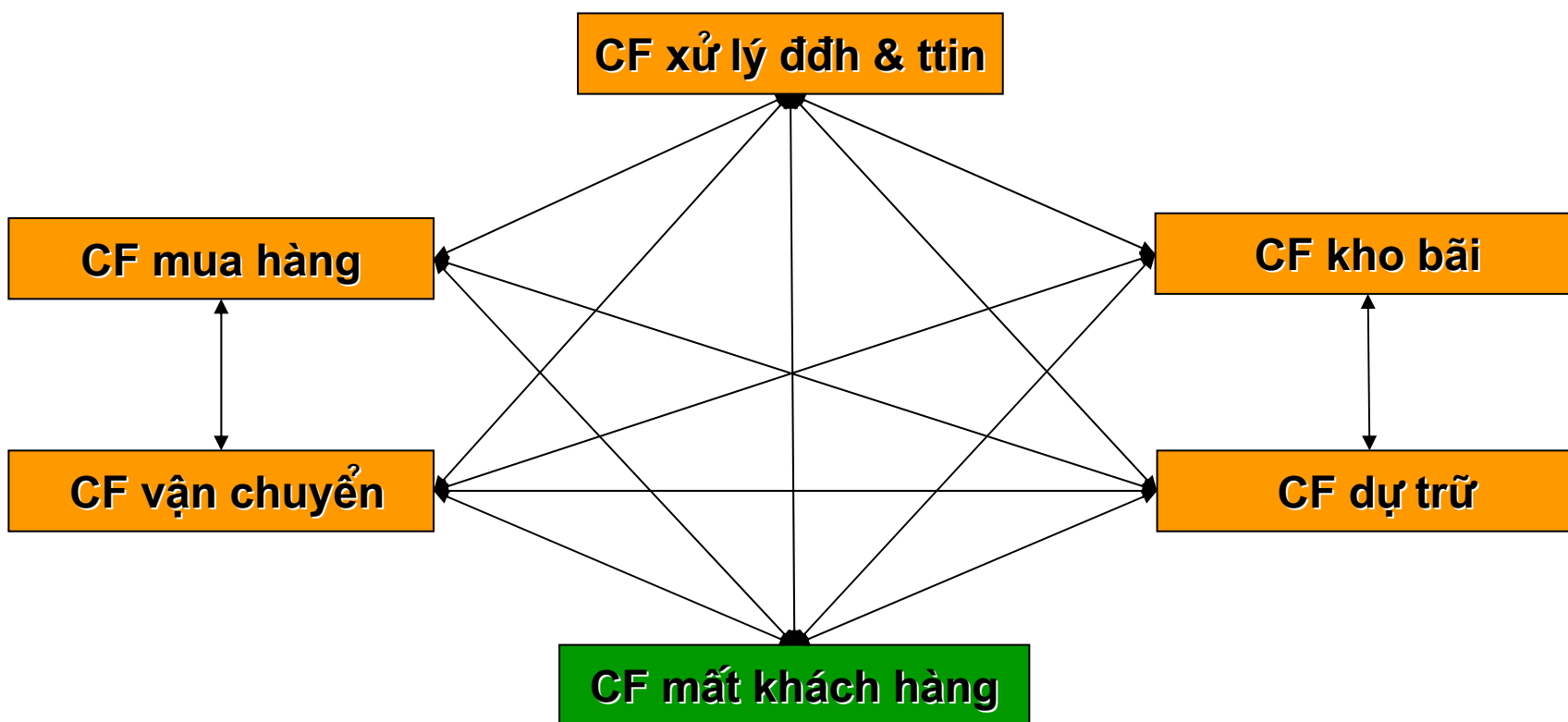
F_d = Chi phí dự trữ hàng hoá

F_m = Chi phí mua hàng

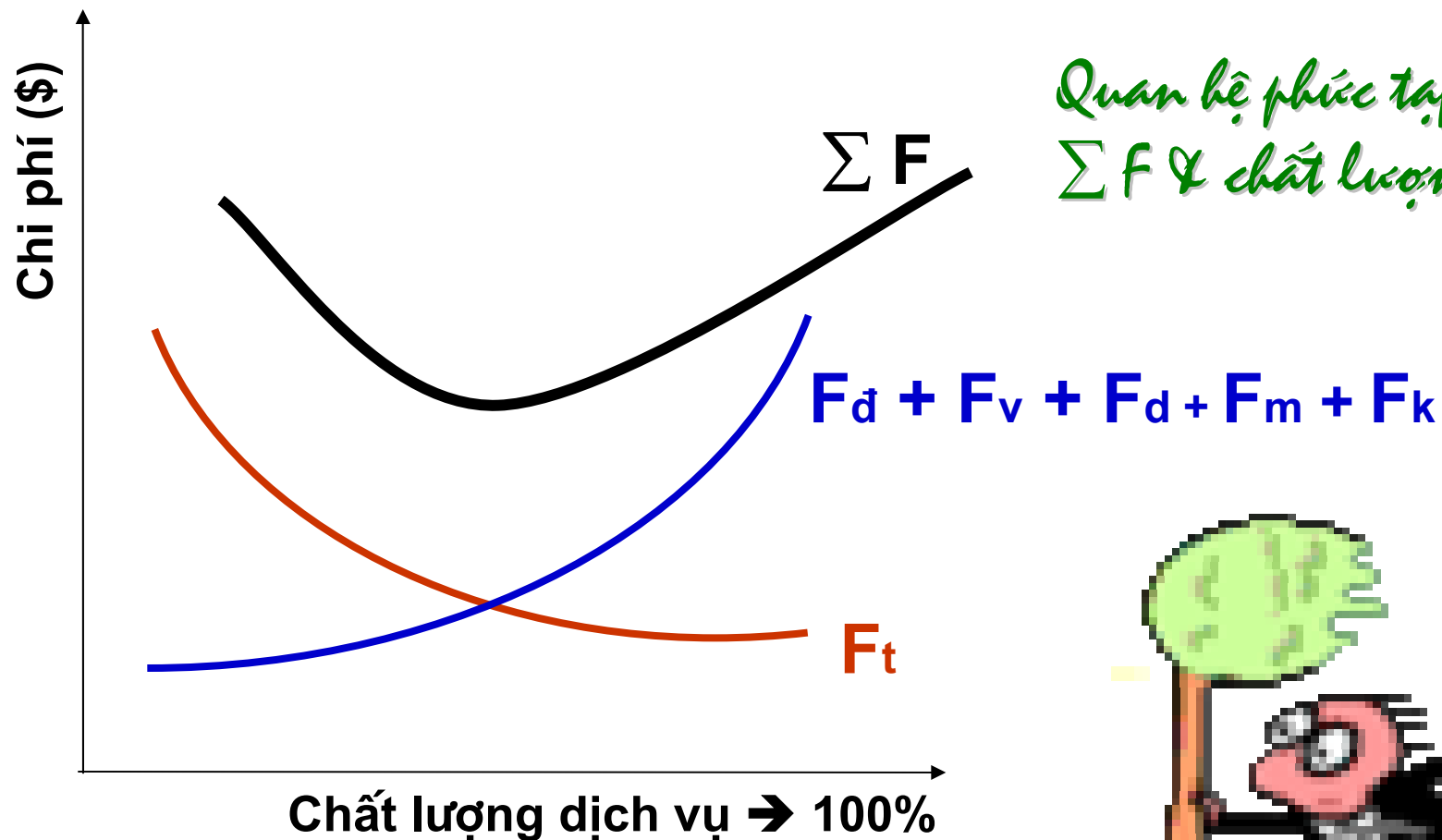
F_k = Chi phí kho hàng hoá

F_t = Chi phí mất khách hàng do thiếu hàng hoá bán

Tổng chi phí hậu cần



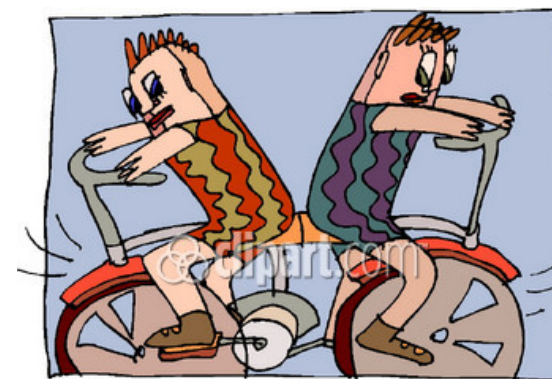
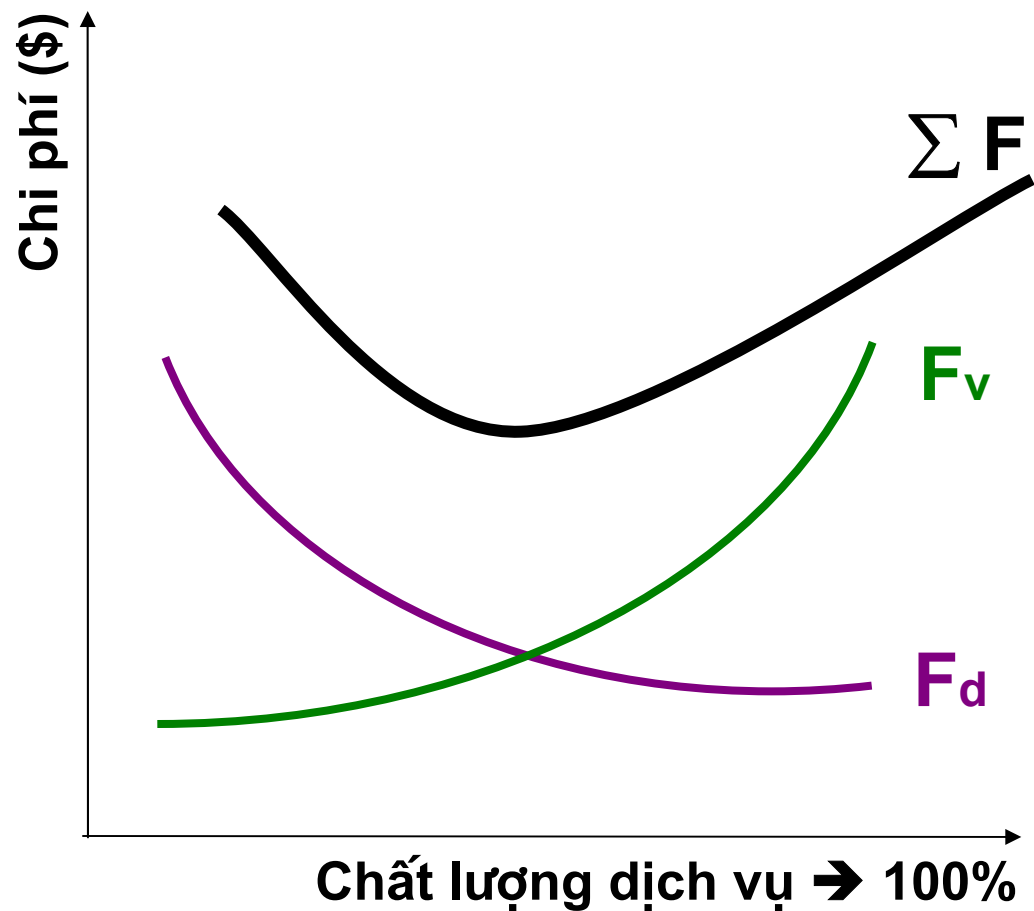
Tương quan giữa dịch vụ & chi phí



Quan hệ phức tạp giữa ΣF & chất lượng dịch vụ



Tương quan giữa các loại chi phí



Quan hệ tỉ lệ nghịch
CF vận chuyển & dự trữ
 F_v & F_d

Tương quan giữa các loại chi phí

- **Chi phí của toàn bộ hệ thống hậu cần**
 - ✓ chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố
 - ✓ vận động theo nhiều hướng ngược nhau

Xác định phương án hợp lý

- Tổng chi phí thấp nhất
- Đảm bảo trình độ dịch vụ KH



1

Tổng quan hậu cần TMĐT

Giới thiệu hậu cần TMĐT

- Tư tưởng & lịch sử phát triển
- Khái niệm & bản chất
- Vị trí & vai trò
- Phân loại các lĩnh vực hậu cần

Thương mại điện tử & Hậu cần KD

- TMĐT: Khái niệm, vai trò & thách thức
- Tác động của TMĐT tới Hậu cần KD
- Sự dịch chuyển của hậu cần trong nền kế mạng

Quá trình hậu cần TMĐT

- Quá trình hậu cần kd tổng thể
- Mô hình quá trình hậu cần TMĐT
- Mô hình hậu cần TMĐT định hướng khách hàng

Mục tiêu hậu cần TMĐT

- Mục tiêu của hậu cần TMĐT
- Mối quan hệ giữa các loại CF & với chất lượng dịch vụ



1

Câu hỏi?

Trả lời



eLogistics

