

CƠ HỘI CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

và ý nghĩa đối với logistics tại Việt Nam

Raymond Yee, Phó Chủ tịch,
Hải quan và Pháp lý, Khu vực Châu Á Thái Bình Dương, Tập đoàn
Chuyển Phát Nhanh DHL



DHL Express – Excellence. Simply delivered.



THAY ĐỔI CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ?

XU HƯỚNG NỔI BẬT

1.6

tỷ người
mua sắm trực tuyến
đến năm 2018

900

tỷ US\$
Chi phí mua sắm xuyên
quốc gia đến năm 2020

Gấp 3 lần
so với năm
2015!

3.4

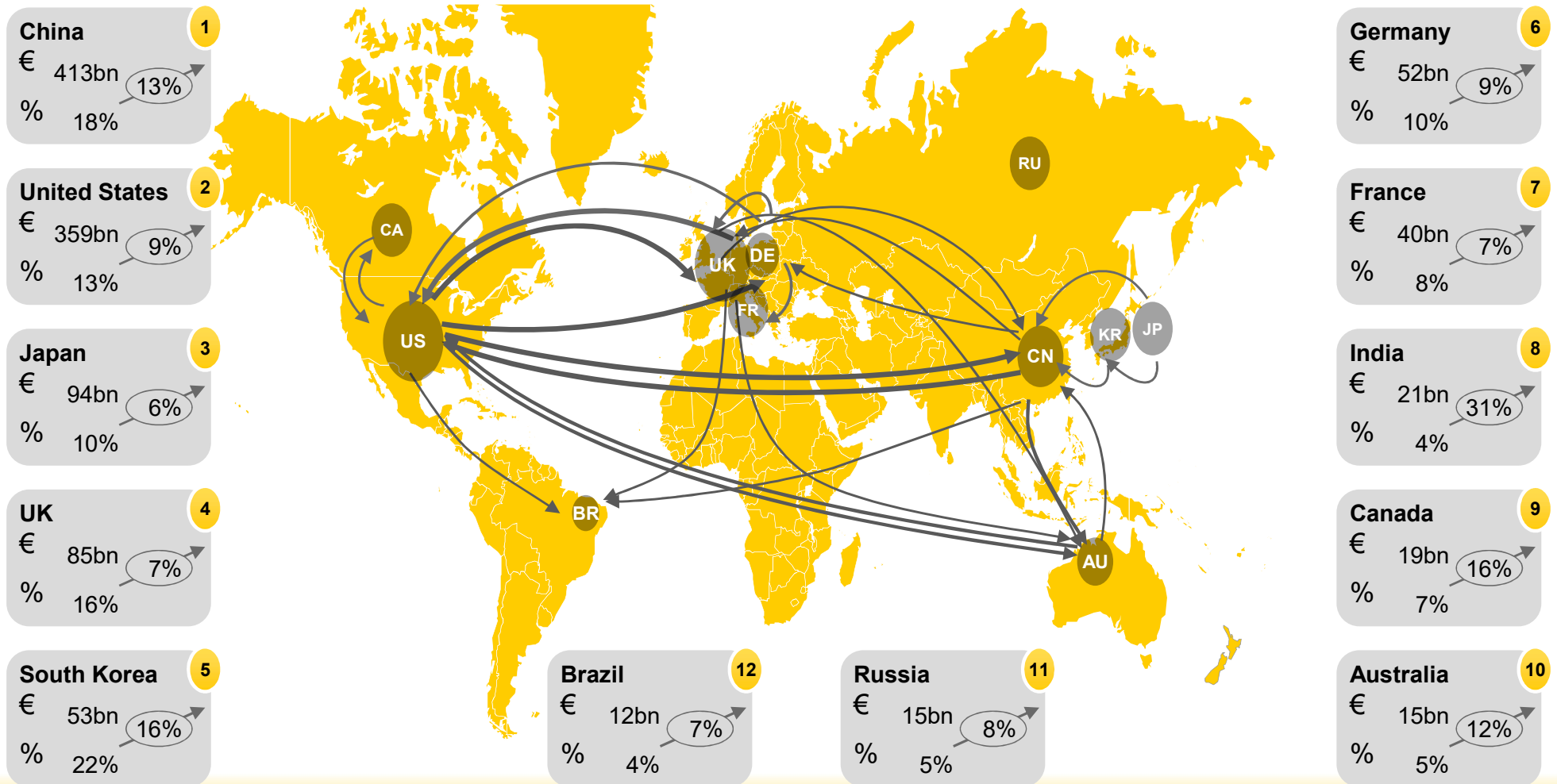
nghìn tỷ US\$
Kinh doanh thương mại
điện tử toàn cầu ước tính
đến năm 2019

Hành vi người tiêu
dùng đang thay đổi:

Họ kỳ vọng mọi việc "theo yêu cầu" cá
nhân bất kỳ lúc nào, nơi nào và có thể
thực hiện mua sắm ở bất kỳ đâu.

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN QUỐC GIA TRÊN TOÀN THẾ GIỚI

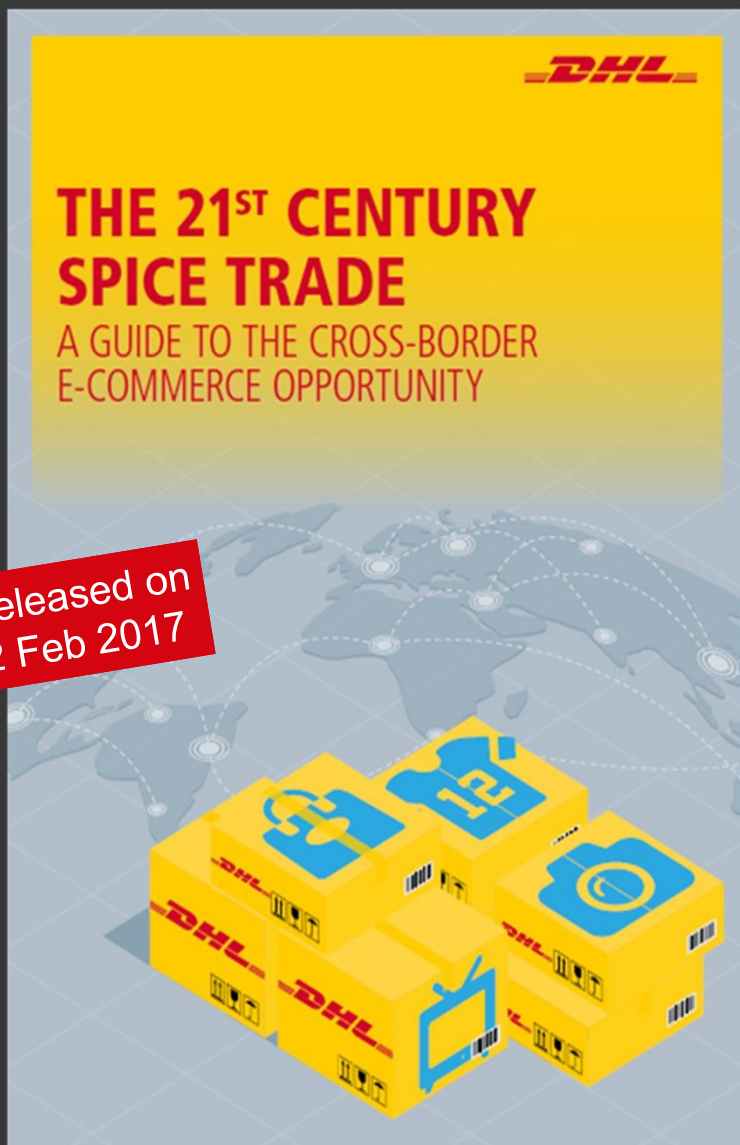
Quy mô thị trường TMĐT 2016 Thị phần bán lẻ của TMĐT 2016 CAGR TMĐT 2016-2020



Source: Euromonitor International 2016, Modern Spice Route (PayPal, 2013)



THAY ĐỔI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

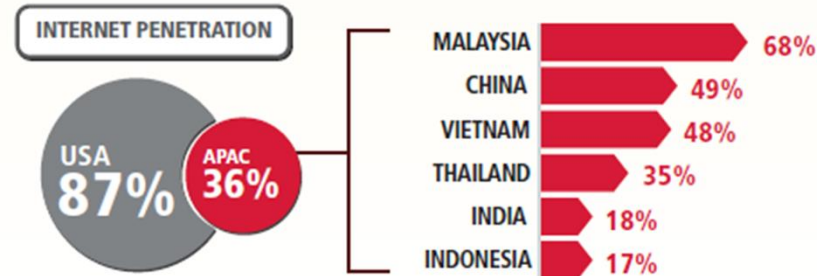


Những điểm chính

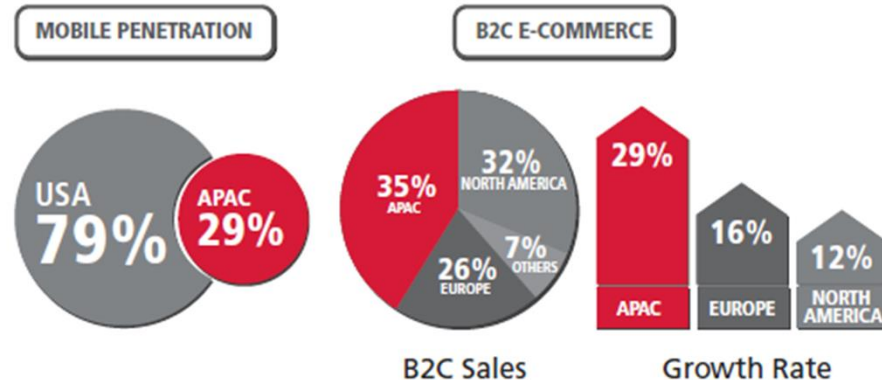
- 1 Cơ hội tăng trưởng mà thị trường xuyên quốc gia mang đến (~25%/năm) là không thể tìm được ở các thị trường bán lẻ khác
- 2 Hàng cao cấp xuyên quốc gia có tỷ lệ cao hơn nhiều so với hàng điện tử và thời trang
- 3 Nhà bán lẻ trực tuyến đẩy mạnh kinh doanh 10-15% với các mặt hàng xuyên quốc gia (tỷ lệ này được dự đoán sẽ tăng hơn)
- 4 Các nhà sản xuất kỳ vọng tăng gấp 1.3 lần so với các nhà bán lẻ khác thông qua bán lẻ trực tiếp
- 5 Thách thức người tiêu dùng chủ yếu của việc buôn bán xuyên quốc gia liên quan đến hậu cần, niềm tin, giá cả và trải nghiệm
- 6 Việc xuyên quốc gia đơn giản hơn các nhà bán lẻ nghĩ, nhờ vào giải pháp bán hàng phổ biến và mạng lưới hậu cần toàn cầu
- 7 Nhà bán lẻ cung cấp dịch vụ cao cấp hơn cho Khách hàng đang tăng trưởng nhanh hơn 1.6 lần

KHU VỰC CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG THÌ SAO?

THE RISE OF E-COMMERCE



APAC'S CURRENT **INTERNET PENETRATION** IS **EXPECTED TO GROW BY 21%** FROM 2014 TO 2018.
(Source: InternetLiveStats, InternetWorldStats, Government data; all Q1 2015)

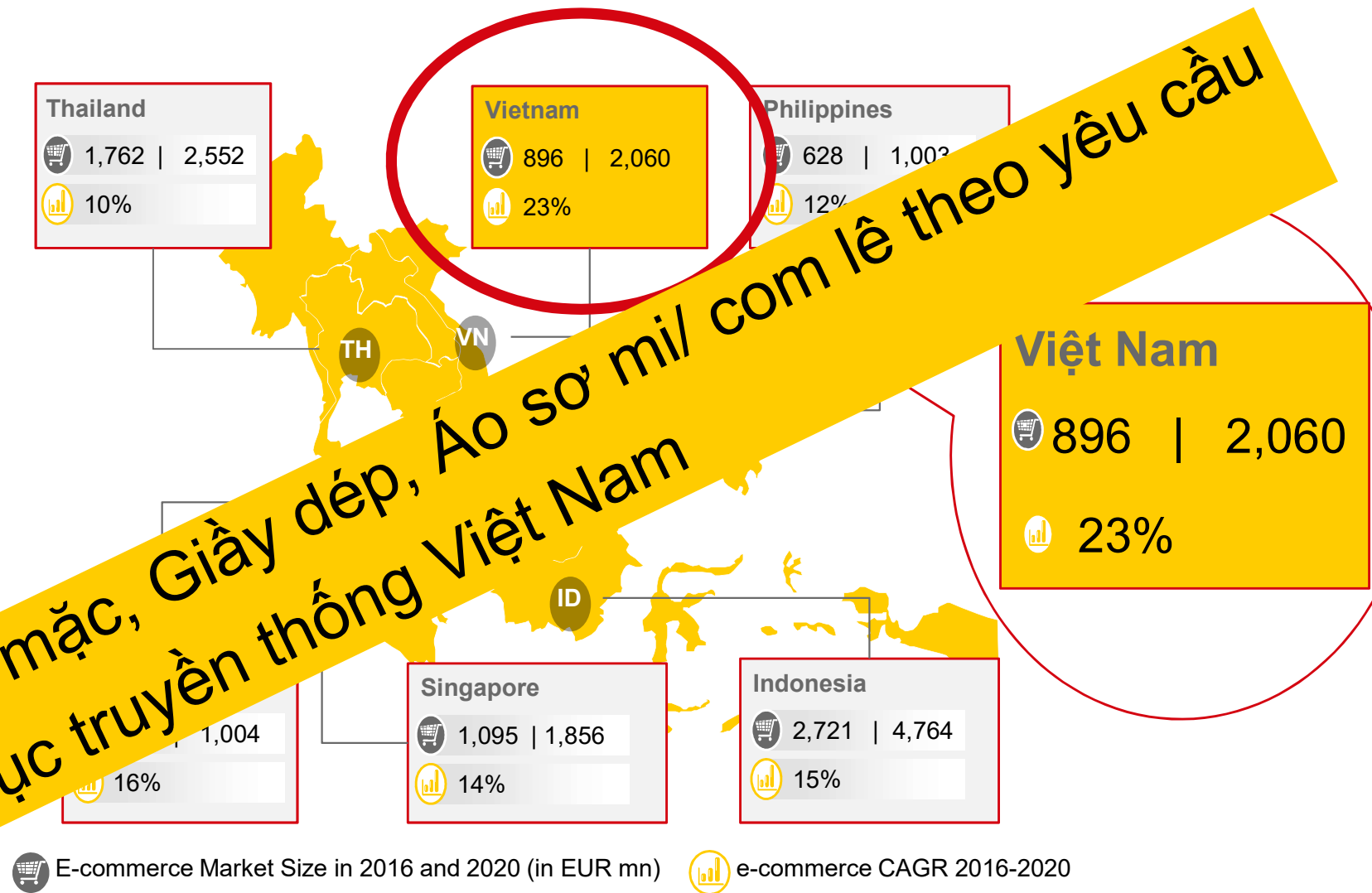


APAC'S CURRENT **LOW MOBILE PENETRATION** IS **EXPECTED TO GROW BY 30%** FROM 2014 TO 2018.
(Source: eMarketer, 2014)

APAC IS THE WORLD'S **BIGGEST AND FASTEST GROWING** B2C E-COMMERCE REGION.
(Source: eMarketer, 2014)

- Sự thâm nhập của internet sẽ tăng cao
- Sự thâm nhập của thiết bị di động tăng cao
- Doanh thu trực tuyến sẽ tăng gấp đôi đến 2020 tại các quốc gia chủ đạo ở Châu Á Thái Bình Dương

ĐIỀU NÀY CÓ Ý NGHĨA GÌ VỚI ASEAN?

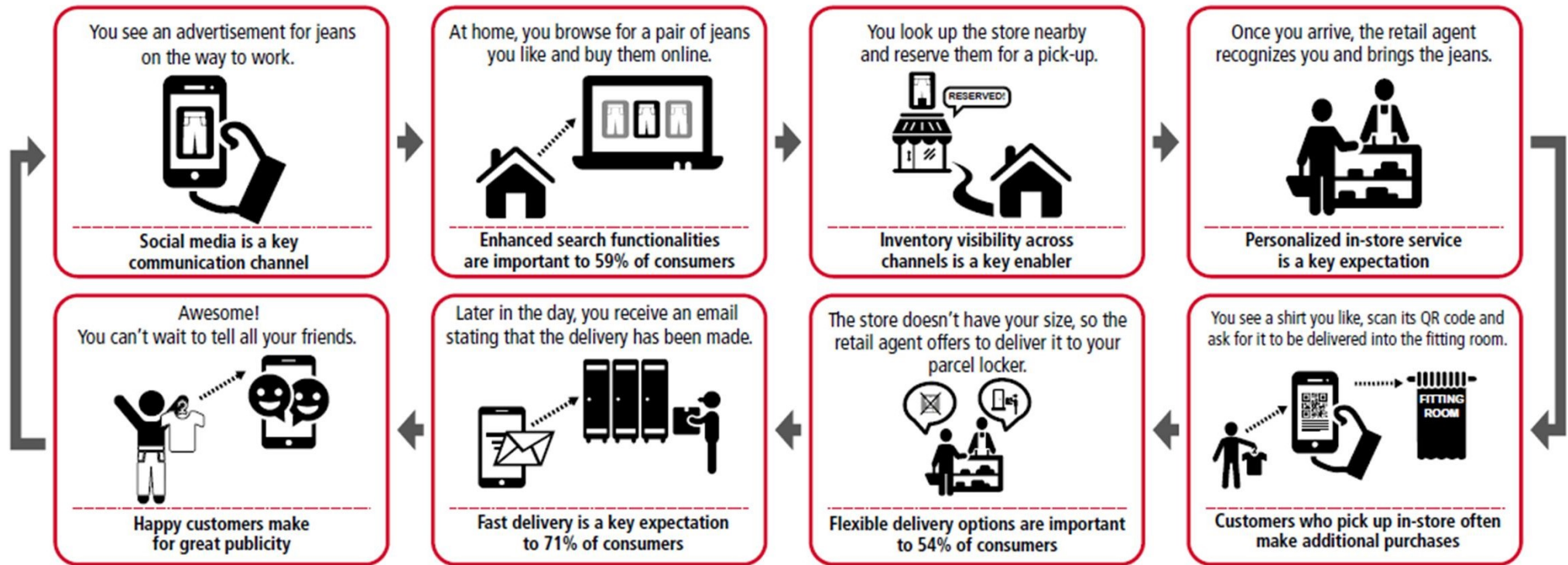


Source: Euromonitor International 2016



HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐÃ THAY ĐỔI

THE MODERN CONSUMER'S JOURNEY



Người tiêu dùng sẽ bị tác động bởi sự lựa chọn, dịch vụ theo yêu cầu, giá cả trọn gói và sự đơn giản khi mua sắm và vận chuyển

- Mua Mọi Lúc, Mọi Nơi

CÁC CÔNG TY NÊN LÀM GÌ?

TOP 3 GROWTH DRIVERS



CUSTOMER LOYALTY



PRODUCTS / SERVICES INNOVATION



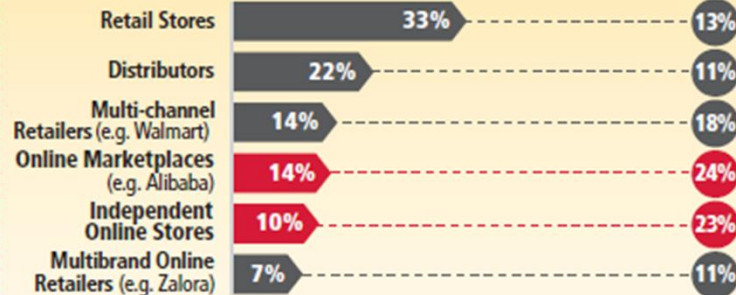
ADOPTING NEW SALES CHANNELS

(Source: DHL-IDC Survey, 2015)

CHANGING CHANNEL MIX

CURRENT CHANNEL MIX
BASED ON SALES CHANNEL DISTRIBUTION

EXPECTED GROWTH RATE
BASED ON SURVEY RESPONDENTS



(Source: DHL-IDC Manufacturing Insights Survey, 2015)

OMNI-CHANNEL STRATEGY

THE CHANGING PURCHASING BEHAVIOR AND CHANNEL MIX REQUIRE AN OMNI-CHANNEL STRATEGY.

CURRENT STATE



CHANNELS OPERATE INDIVIDUALLY

VISION



CHANNELS OPERATE SEAMLESSLY

CHIẾN LƯỢC KINH DOANH BỊ TÁC ĐỘNG RA SAO?

Người chiến thắng



Thích ứng mô hình Bán lẻ đa kênh:

- Tiềm năng **Doanh thu hàng năm tăng 9.5%¹⁾**
- Chi phí tiếp cận mỗi người tiêu dùng giảm **7.5%²⁾**
- Trung bình chi trả của mỗi người tiêu dùng **hơn 2x**
- Nhà bán lẻ có thể thu được **dữ liệu người tiêu dùng quý giá**

Người thua cuộc



Không thích ứng mô hình Bán lẻ đa kênh:

- Rủi ro của **kinh doanh lỗi thời** do không thích ứng với xu hướng tiêu dùng
- **Bỏ lỡ tới 6.5%²⁾ doanh thu** vì không tiếp cận đến người tiêu dùng.
- Mất cơ hội để phát triển **mối quan hệ gần hơn và trung thành** với người tiêu dùng

DHL HỖ TRỢ CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ NHƯ THẾ NÀO?



**MẠNG LƯỚI CỦA
CHÚNG TÔI**



**TIẾP CẬN
THẾ GIỚI**



**HỖ TRỢ
TĂNG TƯỜNG**



HẢI QUAN



TỐC ĐỘ



THƯƠNG HIỆU

Sales are happening! Shop now



Etsy

Search for items or shops

Search

Sell on Etsy

Register

Sign in



Jewelry & Accessories

Clothing & Shoes

Home & Living

Wedding & Party

Toys & Entertainment

Art & Collectibles

Craft Supplies & Tools

Vintage



worldfamous90store

NOT YOUR ORDINARY VINTAGE STORE, GREAT DEAL HERE!

Kota Bharu, Malaysia | 566 Sales | On Etsy since 2016

★★★★★ (98)

Favorite shop (1182)

Share

Save

Tweet

SHOP OWNER



boy

Contact

Sort: Most Recent

Items

All	607
SWEATSHIRT / CREW	329
TOPS & TEES	200
HOODIES / ZIPPER	29
SUKAJAN / JACKET	37
JEANS / PANTS	5

Contact shop owner

566 Sales

1182 Admirers

Report this shop to Etsy



Vintage ADIDAS TREFOIL Big Logo S...
\$35.00



Vintage FILA Spellout Big Logo S...
\$29.99



Vintage KANI SPORT Track Pant W...
\$24.50



Vintage OP OCEAN PACIFIC Hawa...
\$22.00



Vintage HANG TEN Sweatshirt/ Pu...
\$25.00



Vintage New Balance Big Logo Sw...
\$23.00



Cửa hàng Nổi tiếng
Thế Giới thập niên 90

Bán lại quần áo cổ điển
qua eBay và Etsy

Ghi nhận lại quần áo cũ
như là đồ hiếm

Bán lại với giá từ
US\$50 đến US\$1500

5 năm nghiên cứu về
nhãn hiệu và xu hướng
thời trang

Cần phải quản lý
những đơn hàng trễ và
thất lạc

Trong TMĐT, đánh giá
và phản hồi của khách
hàng rất quan trọng

IT'S NOW COOL

THE SWIM WE WEAR

SHOP

DESIGNERS

SHOOTS

ARTICLES

SEARCH



Khởi đầu tại Úc như một nhà nhiếp ảnh thời trang trên Instagram với 400K người theo dõi

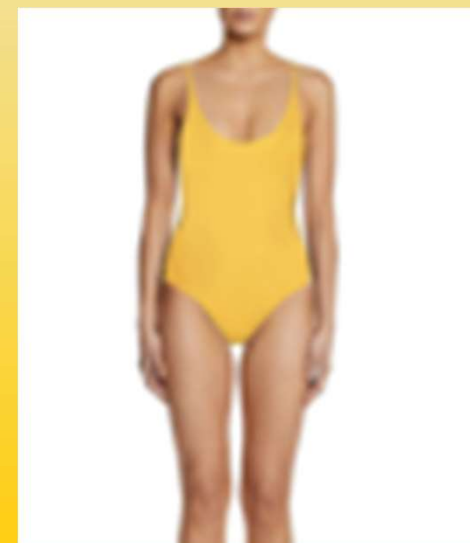
Nhận được nhiều lời đề nghị cho đồ tắm thông qua Instagram và bắt đầu bán hàng qua mạng xã hội

Mỹ là thị trường lớn nhất

Liên kết các nhà thiết kế Úc và quốc tế

Tốc độ, sự tin cậy và bao bì đẹp là những điểm quan trọng

1-2 ngày giao hàng là mục tiêu





b r i d g e t t + b e l l e



Đặt tại Singapore

Đảm cho phụ dâu

Bắt đầu năm 2011 như một blogger

Mở rộng sang quốc tế nhờ truyền miệng

Cung cấp các loại đầm chất lượng và phù hợp túi tiền

Đơn hàng tăng trưởng từ 100 mỗi tháng lên 400+ mỗi tháng

Thời gian ra thị trường giảm 80%

Tìm kiếm sự đa dạng của sản phẩm (Trang sức phục trang) và thâm nhập vào các thị trường mới tại châu Á



DISCRETION - SWEATER - BLACK

\$78.00

A Turtleneck Sweater with a long silhouette.

Apart from making clothing that is perfect to wear for high intensity movement, we also want to create pieces for the lifestyle that comes with our sport. With the Discretion sweater we added a more refined touch to our Farang collection.

It's our favourite piece to wear for a day of travel, cold weather or layering with other pieces.

The fabric is 100% cotton. Subtle details in the cut give the minimal...

[More Details](#)



Farang từ Thái Lan năm 2011

Du lịch, thể thao mạo hiểm – parkour, chạy và ghi hình

Bạn bè, cộng đồng người hâm mộ phong cách thể thao là thị trường đặc biệt

Bán quần áo, giày, mũ và trang sức tại châu Á, châu Âu và Nam Mỹ, tăng trưởng 20% năm trước

Phổ biến nhất là áo poncho, áo thun và mũ



STAY GOLDEN, GIRL.

INTRODUCING MANGO

SHOP NOW

B

BLACKBOUGH

Let us know if you have any questions! 😊



Cooper Triangle Top / BABY BLUE
SPLASH
\$40.00 USD
★★★★★ (5)



Stassy Cheeky Bottoms / BABY BLUE
SPLASH
Sold Out
★★★★★ (11)



Scarlet Top / BLUE SODA
Sold Out
★★★★★ (4)



Maui Bottoms / BLUE SODA
\$40.00 USD
★★★★★ (4)

Khởi đầu tại Philippines bởi một đôi trẻ tại phòng ngủ của họ năm 2016

Thiết kế và tự hoàn thành trang phục tắm cho nữ giới

Gặp phải vấn đề về niềm tin với khách hàng vì vận chuyển thất bại

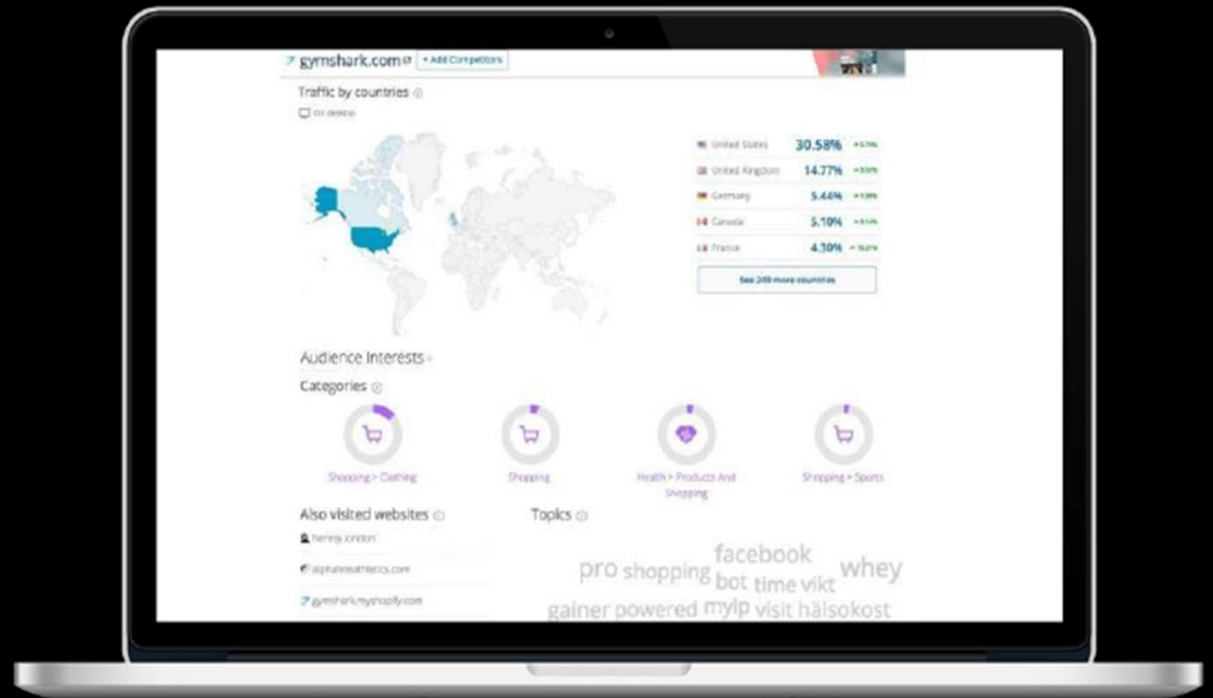
Kinh doanh tăng trưởng vượt bậc khi vươn ra thế giới



BẢN KIỂM TRA CHO KHÁCH HÀNG

HOW DO WE SUPPORT OUR CUSTOMER'S INTERNATIONAL GROWTH?

- ✓ Do you sell internationally?
- ✓ Do you state on your home page that you sell internationally?
- ✓ Do you offer an express delivery option?
- ✓ Are your shipping charges appropriate?
- ✓ Do you offer a Duties & Taxes Paid option?
- ✓ Do you offer an easy returns solution?



Ý NGHĨA CỦA CHÍNH SÁCH



B2C THAY ĐỔI KÊNH NHẬP KHẨU NHƯ THẾ NÀO?

Điểm xuất xứ

Doanh nghiệp
(Xuất khẩu)

Doanh nghiệp
(Xuất khẩu)

Trang TMĐT

Điểm đến

Doanh nghiệp
(Nhập khẩu)

Khách hàng

Khách hàng

TRÁCH NHIỆM TRUYỀN THỐNG

Điểm xuất xứ

Doanh nghiệp
(Xuất khẩu)



Điểm đến

Doanh nghiệp
(Nhập khẩu)

Khách hàng

ExWorks

FOB/CIF

DAP/DDP

Ý nghĩa đối với đơn hàng trong chuỗi cung ứng:

- Xác định bên liên quan có trách nhiệm vận chuyển và tuân thủ quy định
- Xác định bên liên quan có trách nhiệm về thiệt hại và không tuân thủ quy định
- Xác định Khách hàng cuối cùng nhận thấy điều gì

TRÁCH NHIỆM CÁC KÊNH B2C (INCOTERMS)

Điểm xuất xứ

Doanh nghiệp
(Bạn)

Trang TMĐT

Điểm đến

Khách hàng

DAP/DDP

DAP/DDP

Ý nghĩa đối với đơn hàng trong chuỗi cung ứng:

- Nhà cung cấp nước ngoài thông thường sẽ kiểm soát toàn chuỗi cung ứng
- Tình huống trang TMĐT sẽ chịu trách nhiệm nhưng sẽ tính phí ngược về nhà cung cấp nước ngoài
- Khách hàng cuối cùng không chịu bất kỳ trách nhiệm nào

ĐIỀU NÀY CÓ Ý NGHĨA THẾ NÀO TỪ GÓC ĐỘ LUẬT LỆ?



TRÁCH NHIỆM TUÂN THỦ BỊ THAY ĐỔI

Người nhập khẩu thay đổi – Kiến thức và sự tuân thủ các yêu cầu địa phương là một thách thức



QUY ĐỊNH HẢI QUAN ĐÒI HỎI CHUYÊN MÔN VÀ THÁCH THỨC ĐỂ HIỂU

Mã HS, Định giá Hải quan, v.v., đòi hỏi chuyên môn và khó để hiểu và không phù hợp cho các cá nhân tuân thủ



CÁC ĐƠN HÀNG HOÀN TRẢ PHỨC TẠP

Quy định hiện hành không cho phép dễ dàng cho các đơn hàng hoàn trả và áp dụng hoàn thuế



GIẤY PHÉP VÀ YÊU CẦU CẤP GIẤY PHÉP KHÔNG THÂN THIỆN VỚI NGƯỜI DÙNG

Giấy phép và các yêu cầu về cấp giấy phép quan liêu và khó hiểu



THÔNG QUAN HÀNG TRỊ GIÁ TỐI THIỂU VÀ TRỊ GIÁ THẤP LÀ QUAN TRỌNG.

Số lượng lớn lô hàng là hàng giá trị thấp. Yêu cầu thông quan đơn giản cho hàng cho hàng trị thấp thấp, tạo điều kiện cho các đơn hàng TMĐT



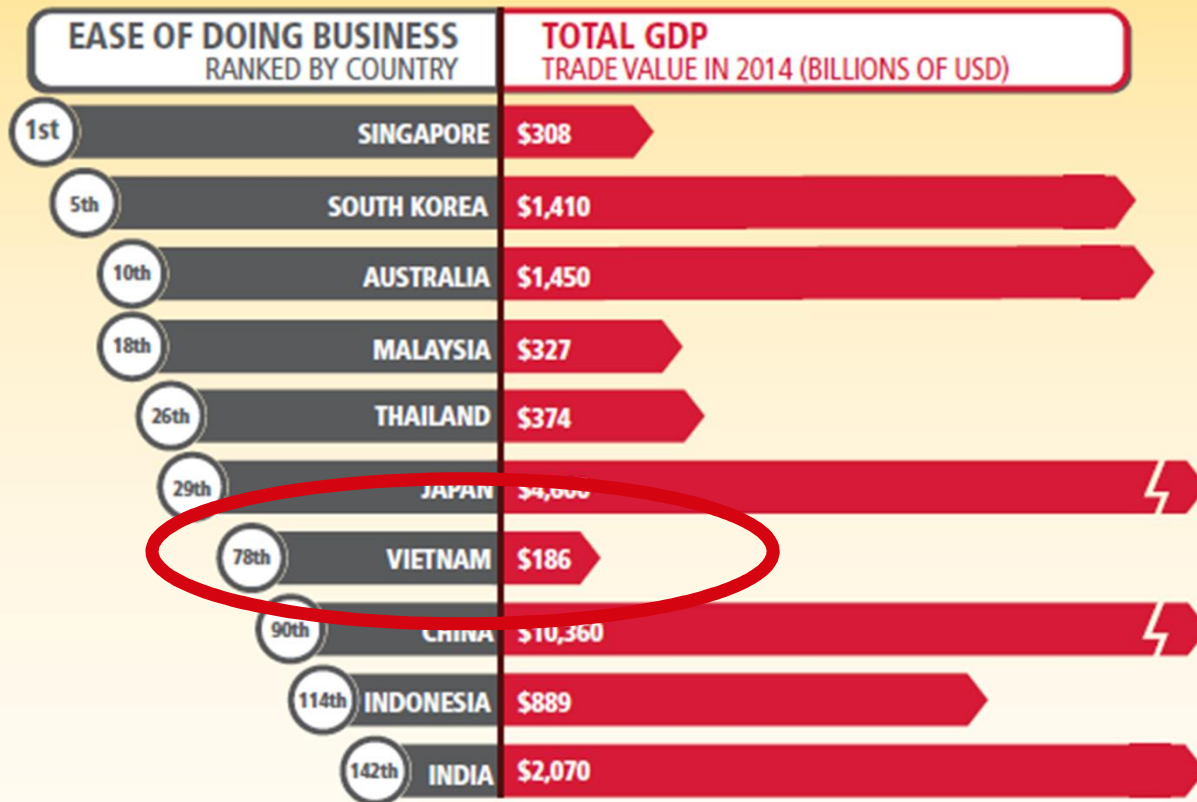
THÁCH THỨC TRONG THÔNG QUAN CÁC LÔ HÀNG GIÁ TRỊ CAO

Đăng ký nhập khẩu, Giấy ủy quyền, Giấy phép, yêu cầu về các giấy tờ bổ sung khiến các đơn hàng TMĐT gặp khó khăn trong quá trình thông quan

VIỆT NAM ĐÃ SẴN SÀNG TIẾP CẬN CÁC CƠ HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ?

DIVERSITY OF ECONOMIES

APAC ECONOMIES DIFFER SIGNIFICANTLY IN **SIZE** AND **EASE OF DOING BUSINESS**.



THE EASE OF DOING BUSINESS INDEX IS BASED ON PROPER INFRASTRUCTURE, CREDIT RATE, REGULATIONS AND SKILLED LABOR.

(Source: World Bank Ease of Doing Business Index & World Bank, 2015)

- Cơ hội để phát triển môi trường kinh doanh
- Tiềm năng tăng trưởng cao
- Cơ hội tại các thị trường chính của châu Á Thái Bình Dương

QUY ĐỊNH HẢI QUAN LÀ MỘT THÁCH THỨC

CHALLENGES OF CROSS-BORDER EXPANSION/TRADE

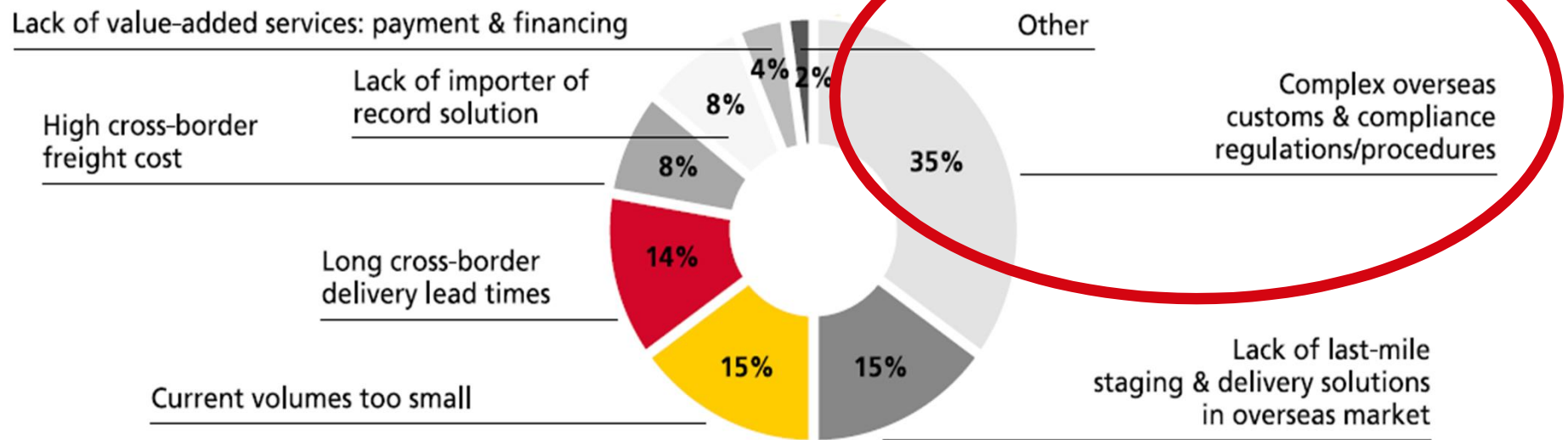


Figure 3; Source: DHL Fast Growing Enterprises (FGE) Business Leaders Forum, 2015

ĐIỀU NÀY CÓ NGHĨA GÌ VỚI CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI?

- Sự đơn giản của các quy trình Hải quan và thương mại là cần thiết: các đơn hàng có giá trị thấp, các kiến nghị WTO và WCO
- Hiểu được các cơ hội xuất khẩu quan trọng hơn là tập trung vào nhập khẩu đơn thuần
- Quy định nhập khẩu thương mại điện tử sẽ có ảnh hưởng đến xuất khẩu – cần phải có cách thức tiếp cận đa phương/ khu vực liên quan đến thuế, các hạn chế nhập khẩu, ...
- Loại trừ bất kỳ hạn chế nào với nhập khẩu TMĐT cho đến khi đạt được cách tiếp cận đa phương/ khu vực
- Bất kỳ quy định nào cũng cần có cách tiếp cận với Chính phủ với sự tham vấn chuyên sâu của tất cả các bên liên quan
- Những thách thức về Hải quan cần được giải quyết trên tinh thần thuận lợi hóa

thương mại



KIỂM TRA CHUYÊN NGÀNH VỀ HÀNG HÓA XUẤT-NHẬP KHẨU THÔNG QUA CÁC ĐƠN VỊ CHUYỂN PHÁT NHANH

- Theo Điều 5.4 Thông tư số 12/2016/TT-BCT ra ngày 05/07/2016: “Khoáng sản chuyển ra nước ngoài với mục đích phân tích công nghệ, nghiên cứu và thử nghiệm” phải được trình cho Bộ Công Thương phê duyệt
-> Đề xuất miễn kiểm tra chuyên ngành và miễn giấy chứng nhận xuất khẩu đối với các loại khoáng sản xuất khẩu có số lượng nhỏ như mẫu thử (VD: 0,5-05kg hoặc hàng hóa giá trị thấp dưới 5 triệu);
- Quyết định 4755/QĐ-BCT ra ngày 21/12/2017 về các mặt hàng nhập khẩu phải được kiểm tra chuyên môn trước khi thông quan;
-> Kiến nghị miễn trừ kiểm tra chuyên ngành đối với các hàng hóa có giá trị thấp dưới 1 triệu đồng được nhập khẩu qua dịch vụ chuyển phát nhanh;

DHL Express – Chuyên Gia Quốc Tế

22

Chuyến bay
mỗi tuần

2

Cửa khẩu



3 & 12

TT khai
thác & điểm
giao dịch



+50%
Thị phần*



EUR

13.5M

Đầu tư cơ sở hạ
tầng tính đến 2014

148

Phương tiện
vận chuyển

+500

Nhân viên
chứng nhận
quốc tế



5

Trung Tâm
đạt tiêu chuẩn
TAPA
(Transportevd
Asset Protection
Association)



TỔNG KẾT

- Cơ hội xuất khẩu cho các Doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua các kênh B2C là rất tiềm năng
- Việt Nam nên tối đa cơ hội này cho các Doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Hiểu được các thách thức về các Quy định mà các Doanh nghiệp vừa và nhỏ đang gặp phải trong thương mại điện tử
- Bất kỳ chính sách thương mại đều cần phải cân nhắc tới sự thuận lợi thương mại
- Bất kỳ sự thay đổi Quy định nào cần được thông qua và tham vấn bởi Chính phủ, tiếp cận đa phương/ khu vực và các bên liên quan
- DHL luôn sẵn sàng hợp tác với Chính phủ Việt Nam cách thức thúc đẩy thương mại điện tử

THANK YOU!

Visit us at: www.discover.dhl.com

