

# THU MỜI VIẾT BÀI HỘI THẢO KHOA HỌC CẤP KHOA

## “BÁN LẺ TRỰC TUYẾN – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

### CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH 4.0”

#### Kính gửi:

- *Quý Thầy/Cô;*
- *Quý Doanh nghiệp;*
- *Quý chuyên gia nghiên cứu và Thực hành*

Giá trị thị trường thương mại điện tử (TMĐT) của Việt Nam hiện vào khoảng 8 tỉ USD, đứng thứ 3 Đông Nam Á, sau Indonesia với 100 tỉ USD và Thái Lan 43 tỉ USD. Đáng chú ý, mức tăng trưởng của thị trường TMĐT Việt Nam năm 2019 cao nhất trong 3 năm trở lại đây. Bán lẻ trực tuyến là một thị trường hết sức tiềm năng và có mức tăng trưởng tốt. Thị trường vẫn chưa định vị ai là người chiến thắng cuối cùng, vì thế cơ hội chia đều cho tất cả mọi người chơi. Có sự ra đi của Adayroi.com, Lotte.vn, Robins.vn, Vuuivui.com,... nhưng bộ tứ Shopee, Lazada, Tiki, Sendo không chịu tác động lớn bởi việc một số sàn khác rời bỏ thị trường nhưng những cuộc chia tay nào cũng cho thấy mỗi sàn hoạt động tại Việt Nam cần nghiêm túc nhìn nhận lại thị trường, xu thế cũng như xác định mục tiêu phù hợp. Bởi lẽ, không có cuộc rút lui nào lại không có lý do và bài học. Thực trạng thị trường bán lẻ trực tuyến của Việt Nam hiện nay ra sao? Đang có những cơ hội và đang gặp những khó khăn nào? Giải pháp nào cho các doanh nghiệp Việt tận dụng sức mạnh của bán lẻ trực tuyến? Bản thân bán lẻ trực tuyến có những ưu và nhược điểm gì? Đã hình thành những lý thuyết nền nào về bán lẻ trực tuyến?...

Nhằm phác họa một bức tranh tổng quát về bán lẻ trực tuyến ở Việt Nam cả về mặt lý luận và thực tiễn, Khoa Quản trị kinh doanh, trường ĐH Tài chính – Marketing tổ chức Hội thảo khoa học “**BÁN LẺ TRỰC TUYẾN – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH 4.0**”. Ban tổ chức trân trọng thông báo và kính mời các giảng viên, các nhà khoa học, NCS, học viên cao học, các nhà nghiên cứu và thực hành đăng ký và viết bài tham gia Hội thảo.

#### 1. Thông tin chung về Hội thảo

- 1.1. *Thời gian tổ chức* (Dự kiến): 28/5/2020
- 1.2. *Địa điểm*: Trường ĐH Tài chính – Marketing, cơ sở 2/4 Trần Xuân Soạn, Q.7, Tp HCM.
- 1.3. *Nội dung Hội thảo*: “**BÁN LẺ TRỰC TUYẾN – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH 4.0**”
- 1.4. *Ngôn ngữ trình bày*: Tiếng Việt
- 1.5. *Kỳ yếu Hội thảo*: các bài viết sẽ được thẩm định, biên tập để đăng toàn văn trong Kỳ yếu Hội thảo

#### 2. Thông tin đăng ký và gửi bài viết

##### 2.1. Chủ đề bài viết

Ban tổ chức trân trọng kính mời các giảng viên, các nhà nghiên cứu và thực hành đăng ký và viết bài tham gia Hội thảo tập trung vào các nội dung sau:

### **Nhóm 1: Các vấn đề tổng quan về bán lẻ trực tuyến**

- Lý thuyết và thực tiễn về bán lẻ trực tuyến
- Các yếu tố ảnh hưởng đến bán lẻ trực tuyến
- Mối quan hệ giữa hiệu quả của bán hàng lẻ trực tuyến với khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp
- Vai trò của bán hàng trực tuyến với tăng trưởng kinh tế
- Xu hướng thay đổi phương thức bán lẻ của doanh nghiệp Việt Nam trong thời kì CMCN 4.0
- Các mô hình bán lẻ trực tuyến hiện nay
- Các chiến lược bán lẻ trực tuyến
- Sự phát triển của hoạt động bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam

### **Nhóm 2: Đánh giá tác động của cuộc CMCN 4.0 đến bán lẻ trực tuyến**

- Tác động của công nghệ đến hoạt động bán lẻ trực tuyến
- Bán lẻ trực tuyến trên nền tảng thiết bị di động
- Cơ hội và thách thức trong thực hành bán lẻ trực tuyến
- Giải pháp công nghệ cho bán lẻ trực tuyến

### **Nhóm 3: Vấn đề của doanh nghiệp Việt Nam với bán lẻ trực tuyến**

- Hoạt động marketing điện tử E- Marketing
- Hoạt động thu mua trực tuyến E - Procurement
- Hoạt động quản trị hệ thống Eco-system
- Hoạt động chốt đơn hàng và kho vận E - fulfillment and warehouse
- Hoạt động thanh toán điện tử E - payment (E - billing, E-banking, Mobile - Banking, E- LC, E - UCP)
- Hoạt động tìm kiếm và chăm sóc khách hàng (Big Data, Data mining, E - CRM)
- Khó khăn và thuận lợi cho SMEs khi thực hiện bán lẻ trực tuyến
- Một số nguyên tắc doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý trong bán lẻ trực tuyến
- Giải pháp bán lẻ trực tuyến trong bối cảnh thị trường hiện nay
- Quản lý hoạt động bán lẻ trực tuyến ở công ty/ doanh nghiệp X cụ thể
- Chiến lược tiếp cận khách hàng thông qua bán lẻ trực tuyến
- Giải pháp tăng doanh thu thông qua bán lẻ trực tuyến
- Xây dựng niềm tin cho khách hàng trực tuyến
- Xây dựng thương hiệu trên nền chiến lược bán lẻ trực tuyến
- Đạo đức trong bán lẻ trực tuyến
- Đánh giá hiệu quả của bán lẻ trực tuyến
- Các ứng dụng bán lẻ trên Smartphone, mạng xã hội,...
- Xây dựng Website bán lẻ
- Các yếu tố ảnh hưởng đến việc mua sắm trực tuyến của các nhóm đối tượng .
- Khởi nghiệp kinh doanh bằng bán lẻ trực tuyến
- Kỹ năng bán lẻ trực tuyến
- Hoạt động quản trị hậu cần cho bán lẻ trực tuyến
- Hoạt động quản trị giao nhận cho bán lẻ trực tuyến
- Các cơ sở pháp lý liên quan đến hoạt động bán lẻ trực tuyến
- Các hình thức xúc tiến thương mại trong hoạt động bán lẻ trực tuyến

## **2.2. Đăng ký tên, tóm tắt và nhận toàn văn bài viết**

- Thời gian nhận đăng ký Tên và Tóm tắt: **trước ngày 20/3/2020**
- Địa chỉ email nhận **Tên và Tóm tắt**: [banbientapkyyeuhoithao@gmail.com](mailto:banbientapkyyeuhoithao@gmail.com)
- Thời gian nhận Toàn văn bài viết: **trước ngày 15/5/2020**
- Địa chỉ email nhận **Toàn văn** bài viết: [banbientapkyyeuhoithao@gmail.com](mailto:banbientapkyyeuhoithao@gmail.com)
- Thời gian Ban biên tập phản hồi tác giả: **trước ngày 23/5/2019**

## **2.3. Hình thức trình bày bài viết:** (Phụ lục đính kèm Thư mời)

## **2.4. Thông tin liên hệ:**

Thư mời này được đăng tải trên website của Khoa QTKD, ĐH Tài chính – Marketing tại địa chỉ <https://khoaqtkd.ufm.edu.vn/>. Ban tổ chức Hội thảo trân trọng kính mời và mong nhận được sự quan tâm tham gia viết bài, tham dự Hội thảo của Quý Thầy/Cô, Quý Doanh Nghiệp cùng toàn thể các tổ chức, cá nhân quan tâm.

### **Nơi nhận:**

- Như trên;
- Lưu VPK.

**TRƯỞNG BAN TỔ CHỨC**  
**(đã kí)**

**TS. TRẦN NHÂN PHÚC**