

created by

**Nhóm 4**

# VẤN ĐỀ BÀN LUẬN



**Dược Mỹ Phẩm Giả  
Trên Sàn  
Thương Mại Điện Tử**



Dược phẩm giả trên sàn thương mại điện tử © 2026 bởi Nguyễn Thị Hồng Tú, Huỳnh Thanh Thuý, Trần Nguyên Khang, Nguyễn Ngọc Trà My, Phạm Quang Vân Khánh, Phạm Thị Xuân Quỳnh được cấp phép theo CC BY 4.0.

# Tổng quát

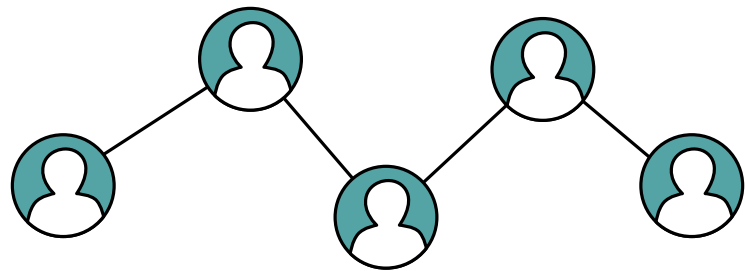


## Nội dung

- 1 **Giới thiệu**
- 2 **Mô tả vấn đề và Tư duy thiết kế**
- 3 **Kết luận**

# I. Giới thiệu

## 1. Thành viên nhóm 4



| HỌ VÀ TÊN                           | MÃ SỐ SINH VIÊN |
|-------------------------------------|-----------------|
| Nguyễn Thị Hồng Tú<br>(nhóm trưởng) | 1711547184      |
| Huỳnh Thanh Thuý                    | 2500018757      |
| Trần Nguyên Khang                   | 1800000176      |
| Nguyễn Ngọc Trà My                  | 2200001998      |
| Phạm Quang Vân Khánh                | 1911549494      |
| Phạm Thị Xuân Quỳnh                 | 2200009319      |

# I. Giới thiệu

---

## 2. Giới thiệu vấn đề

Trong kỷ nguyên vươn mình và sự bùng nổ của công nghệ số, mua sắm truyền thống chuyển dần sang phát triển trên các nền tảng trực tuyến tiện lợi. Hoạt động của thị trường được mỹ phẩm cũng ngày càng tăng cao. Nhưng sự phát triển nóng này tạo ra nhiều kẽ hở cho các hoạt động gian lận và hàng giả thâm nhập. Việc kiểm soát nguồn gốc lỏng lẻo trên mạng khiến người tiêu dùng dễ dàng rơi vào bẫy và mua phải các mặt hàng kém chất lượng. Hệ quả là gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe và làn da.



# I. Giới thiệu

---

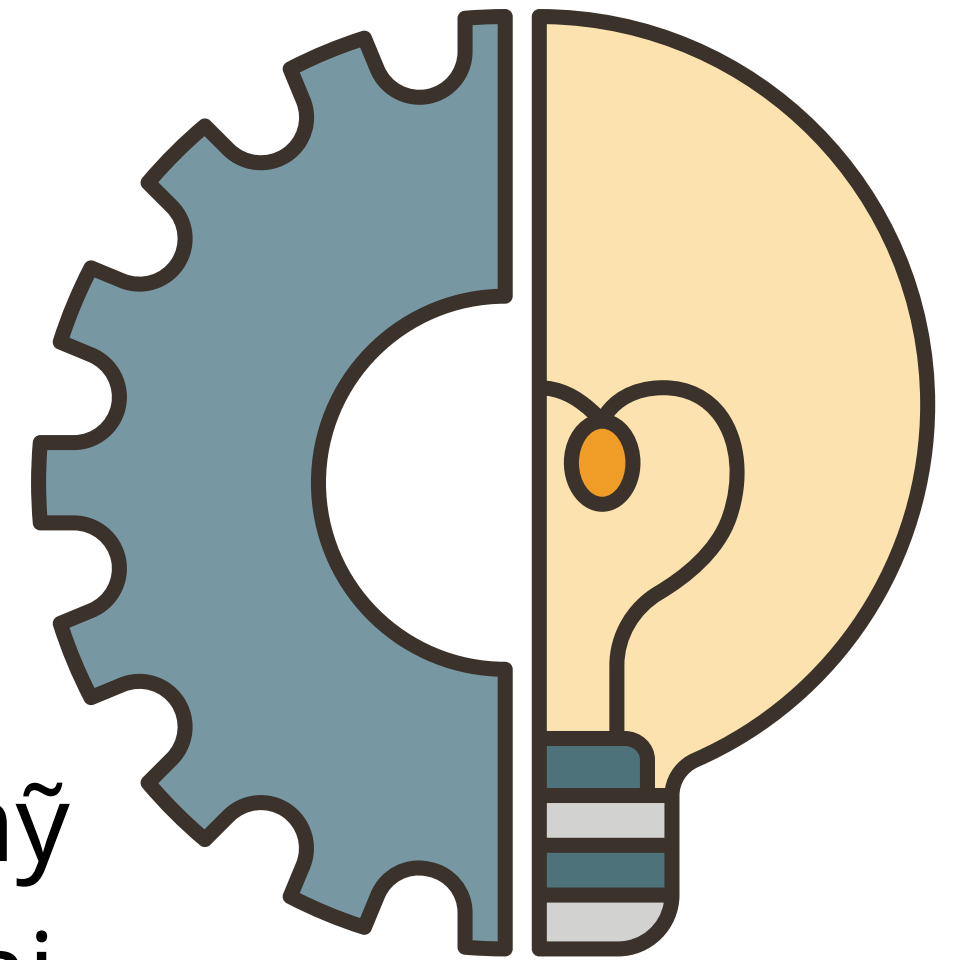
## 2. Giới thiệu vấn đề

Kết hợp giữa  
ngành Dược và  
Logistics



### **Xác định vấn đề:**

Khách hàng mua phải dược mỹ phẩm giả trên sàn thương mại điện tử.



# 1. Giới thiệu

---

## 2. Giới thiệu vấn đề

### Khả thi:

- Dễ dàng thu thập dữ liệu thực tế
- Phương pháp nghiên cứu đa dạng
- Không đòi hỏi quỹ thời gian lớn

### Thực tế:

- Giải quyết hệ quả về sức khỏe
- Vạch trần thủ đoạn lừa đảo mới
- Thắt chặt quản lý và kiểm soát chất lượng trên các sàn giao dịch

### Cộng đồng:

- Nâng cao nhận thức của người tiêu dùng
- Bảo vệ sức khỏe cộng đồng
- Bảo vệ quyền lợi của khách hàng và các thương hiệu chân chính



**Vì sao chọn vấn đề này?**

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## 1. Mô tả vấn đề

**Áp dụng phương pháp 5W1H**

Xác định được đối tượng chịu ảnh hưởng nhiều nhất cũng là người gây ra vấn đề

| Q?    | DIỄN GIẢI                                                                 | CHI TIẾT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| WHAT  | - Vấn đề này là gì ?                                                      | Mua phải được mỹ phẩm giả trên sàn thương mại điện tử                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| WHO   | - Ai gây ra vấn đề này ?<br>- Ai chịu ảnh hưởng bởi tác động của vấn đề ? | Người gây ra vấn đề:<br>- Nhà cung cấp không uy tín<br>- xưởng sản xuất và gian thương<br>- Quản lý TMĐT lỏng lẻo<br>- Kol, Koc, người làm tiếp thị liên kết<br>- <b>Khách hàng ham rẻ, cả tin</b><br>Người chịu ảnh hưởng:<br>- <b>Khách hàng dùng không hiệu quả, hư da, ngộ độc,...</b><br>- Thương hiệu chính hãng ảnh hưởng danh tiếng, doanh thu<br>- Sàn TMĐT mất uy tín |
| WHEN  | - Vấn đề xảy ra khi nào ?                                                 | Xảy ra liên tục<br>Bùng nổ nhất vào các đợt Mega sale: 11.11, 01.01, 02.02,...<br>Có sản phẩm hot trend trên mạng xã hội                                                                                                                                                                                                                                                        |
| WHERE | - Vấn đề này xảy ra ở đâu ?                                               | Trên các sàn TMĐT phổ biến:<br>- TikTok Shop<br>- Shopee<br>- Lazada<br>- Các hội nhóm Facebook, Zalo, trang web,...                                                                                                                                                                                                                                                            |

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## 2. Ứng dụng tư duy thiết kế

● ● Áp dụng trong  
nhiều lĩnh vực

### Lợi ích:

- tìm ra những giải pháp sáng tạo
- Phù hợp với nhu cầu thực tế của người dùng
- Nâng cao hiệu quả hoạt động.

1 Phát triển sản phẩm, khởi nghiệp

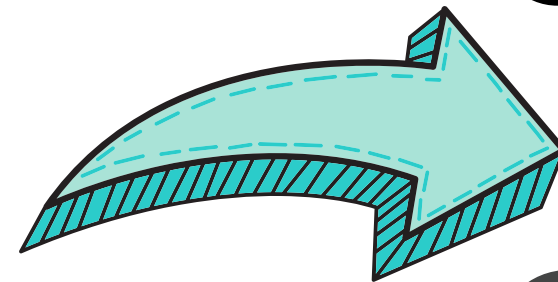
2 Marketing và sáng tạo nội dung

3 Cải thiện trải nghiệm khách hàng

4 Quản trị doanh nghiệp,...v...v...

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## 3. Lý do chọn tư duy thiết kế



Vấn đề được chọn phức tạp

Lấy người mua hàng là trung tâm  
thấu hiểu sâu sắc tâm lý và nhu  
cầu của người mua

Đưa ra nhiều giải pháp sáng tạo,  
mới mẻ với chi phí thấp và đáp ứng  
trọn vẹn nhu cầu người dùng

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## 4. Các bước thực hiện tư duy thiết kế

### 6 BƯỚC

#### 1 Đồng cảm

Đặt mình vào vị trí, hoàn cảnh của người có nhu cầu mua được mã phẩm

#### 2 Xác định vấn đề

Tìm ra nguyên nhân cốt lõi của vấn đề (5W1H).

#### 3 Lên ý tưởng

Đưa ra nhiều ý tưởng sáng tạo khác nhau

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## 4. Các bước thực hiện tư duy thiết kế

### 6 BƯỚC

#### 4 Xây dựng mẫu thử

Biến ý tưởng được chọn thành hiện thực, đánh giá tính khả thi.

#### 5 Kiểm thử

Áp dụng thử giải pháp xem giải pháp có thực sự hiệu quả hay không.

#### 6 Triển khai

Phát triển hoàn thiện và ra mắt sản phẩm hoặc giải pháp chính thức.

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 1: Thấu cảm với đối tượng gây ra vấn đề

Đối tượng chính gây ra vấn đề:

- Khách hàng ham rẻ, cả tin
- Nhà cung cấp không uy tín
- Xưởng sản xuất và gian thương
- Quản lý TMĐT lỏng lẻo
- Kol, Koc, người làm tiếp thị liên kết



# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 1: Thấu cảm với đối tượng gây ra vấn đề

### Câu hỏi khảo sát:

- Bạn thường **sử dụng** những loại **dược mỹ phẩm** nào?
- Bạn đã **tìm hiểu** những **thông tin** gì về sản phẩm **trước khi mua** nó?
- **Yếu tố** nào khiến bạn **quyết định mua** sản phẩm đó trên sàn TMĐT?
- Bạn **nhận ra** đó là **hàng giả** thông qua **phương thức, chi tiết** hay tình huống nào?
- Trải nghiệm mua hàng giả đó đã **thay đổi thói quen** lựa chọn và kiểm tra thông tin sản phẩm của bạn như thế nào trong **những lần mua sắm sau** đó?
- Bạn có **kiến nghị** hoặc **giải pháp nào** để giúp người mua khác tránh được vấn đề mua phải dược mỹ phẩm giả trên không gian mạng không ?

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 1: thấu cảm với đối tượng gây ra vấn đề

6 người tham gia  
khảo sát



- Sinh viên K22 : Ngành Logistics và quản lý chuỗi cung ứng
- Sinh viên năm 3, ngành Y Đa khoa
- Sinh viên ngành Dược k25
- Sinh viên nữ ngành Dược 22 tuổi.
- Sinh viên nữ 19 tuổi
- Nhân viên văn phòng

Cách thực hiện  
khảo sát



1. Nghe phát lời

2. Nghe chọn lọc

3. Nghe thấu cảm

4. Lắng nghe sâu



# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 1: thấu cảm với đối tượng gây ra vấn đề



# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 2: Tìm nguyên nhân cốt lõi

Phương pháp: **5WHYS**

A/ Lịch sử:

- **Người sáng lập**: Sakichi Toyoda - Đồng sáng lập Tập đoàn Toyota
- **Triết lý**: Lặp lại câu hỏi "Tại sao" năm lần, bản chất của vấn đề cũng như giải pháp sẽ trở nên rõ ràng.
- **Sự phổ biến**: nổi tiếng toàn cầu vào những năm 1970 nhờ Hệ thống Sản xuất Toyota (TPS). Ngày nay, nó là thành phần cốt lõi của các triết lý quản trị hiện đại như Lean Manufacturing, Kaizen và Six Sigma.

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 2: Tìm nguyên nhân cốt lõi

### B/ Các bước thực hiện

- Xác định vấn đề cụ thể.
- Hỏi "Tại sao vấn đề này xảy ra?".
- Lấy câu trả lời đó làm nền tảng cho câu hỏi "Tại sao" tiếp theo.
- Lặp lại cho đến khi tìm thấy lỗi hệ thống hoặc một quy trình có thể thay đổi được.
- Đưa ra giải pháp khắc phục (Countermeasures).

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 2: Tìm nguyên nhân cốt lõi

Vấn đề: Mua phải mỹ phẩm giả trên sàn thương mại điện tử

| 5 why                                                                       | Trả lời                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Vì sao mình bị ảnh hưởng bởi số đông trong quyết định mua được mỹ phẩm?     | Nghĩ rằng nhiều người mua thì đó là sản phẩm tốt                               |
| Tại sao mình có nhận định như vậy?                                          | Do không tự tìm hiểu mà tin vào đánh giá của người khác                        |
| Tại sao đó là sản phẩm trực tiếp dùng cho mình mà không tự tìm hiểu?        | Do mình không muốn tốn nhiều công sức và thời gian để tìm hiểu                 |
| Vì sao không muốn tốn thời gian cho vấn đề liên quan đến sức khỏe của mình? | Vì nghĩ nó không quan trọng                                                    |
| Vì sao nghĩ vấn đề sức khỏe làn da không quan trọng?                        | <b>Chưa ý thức kỷ luật bản thân, tự chịu trách nhiệm cho sức khỏe của mình</b> |

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 3: Giải pháp sáng tạo

### PHÂN LOẠI CẢN TRỞ TƯ DUY CỦA NGUYÊN NHÂN CỐT LỖI

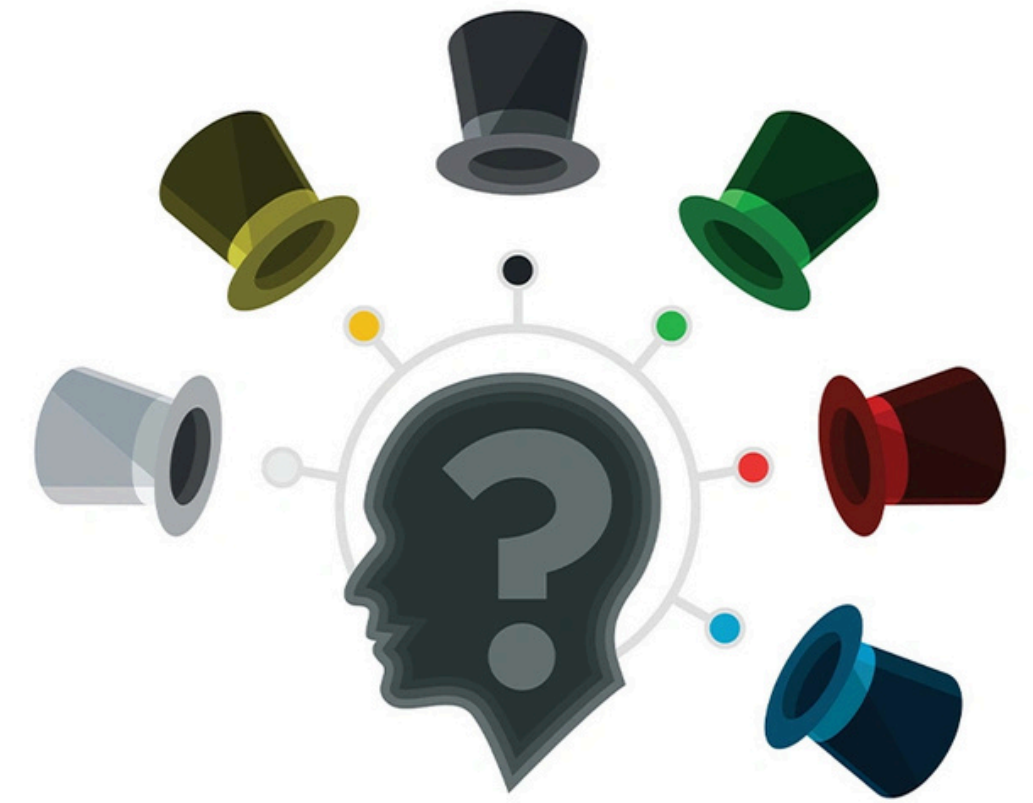
| Loại rào cản         | Mô tả ngắn                              | Ví dụ trong mua mỹ phẩm              | Hậu quả                        |
|----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| Thiếu kiến thức      | Không biết dấu hiệu nhận diện hàng thật | Không biết kiểm tra mã lô, tem       | Dễ bị lừa, rủi ro sức khỏe     |
| Thiên kiến giá rẻ    | Tin rằng giá thấp luôn tốt              | Mua vì giá rẻ hơn 50% so với hãng    | Mua hàng giả, thất vọng        |
| Hiệu ứng xã hội      | Tin theo số đông hoặc review giả        | Tin review 5 sao nhiều like nhưng ảo | Quyết định sai do đánh giá giả |
| Lười kiểm chứng      | Thiếu kỷ luật kiểm tra trước khi mua    | Không đọc mô tả, không kiểm tra shop | Mua vội, khó khiếu nại         |
| Cảm xúc và mong muốn | Ham muốn nhanh, sợ bỏ lỡ (FOMO)         | Mua ngay khuyến mãi flash sale       | Bỏ qua cảnh báo, mua hàng giả  |

Phương pháp sáng tạo

---

## 6 CHIẾC MŨ TƯ DUY - SƠ LƯỢC CÁCH LÀM

- **Bước 1 (Mũ Trắng):** Tập hợp các thông tin, dữ liệu hiện có vấn đề.
- **Bước 2 Mũ Xanh lá):** Đưa ra các giải pháp và ý tưởng đột phá.
- **Bước 3 (Mũ Đen):** Tìm ra những điểm yếu, lỗi sai hoặc rủi ro có thể xảy ra.
- **Bước 4 (Mũ Vàng):** Tìm kiếm những giá trị, lợi ích và tính khả thi của vấn đề.
- **Bước 5 (Mũ Đỏ):** Lắng nghe trực giác của mọi người về các lựa chọn.
- **Bước 6 (Mũ Xanh dương):** Tổng kết, chốt phương án hành động.



# MŨ TRẮNG



## MŨ TRẮNG

### Xác định và phân loại sản phẩm giả

- So sánh bao bì, Kiểm tra thành phần, Mùi, kết cấu, màu sắc: khác biệt lớn so với sản phẩm chính hãng.
- Giá quá rẻ so với thị trường là dấu hiệu cảnh báo.
- Nguồn bán: người bán mới, ít đánh giá, hoặc đánh giá ảo; shop không có thông tin liên hệ rõ ràng.

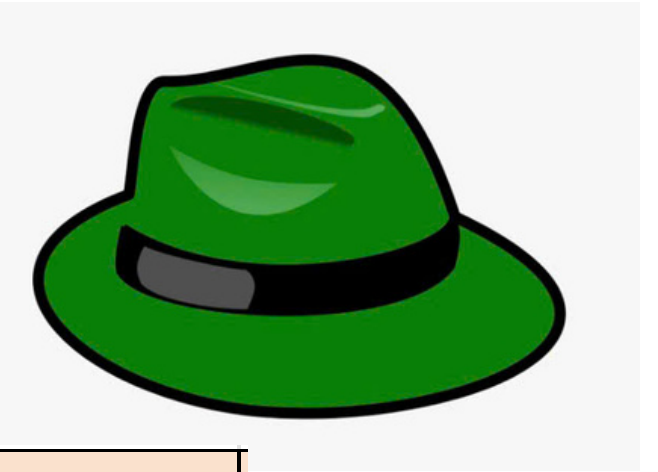
### Xử lý khi phát hiện mua phải hàng giả

- Dừng ngay lập tức: Tuyệt đối không có tâm lý "tiếc tiền nên dùng nốt". Hóa chất độc hại (thủy ngân, corticoid, chì) trong mỹ phẩm giả có thể gây suy thận hoặc hỏng hàng rào bảo vệ da vĩnh viễn.
- Khiếu nại có bằng chứng: Quay video mở hộp (unboxing), chụp rõ các chi tiết sai lệch (mùi, bao bì, font chữ) so với hàng thật. Tận dụng chính sách "Trả hàng hoàn tiền" của sàn TMĐT trong vòng 7-15 ngày.
- Báo cáo sai phạm: Đừng im lặng. Hãy report gian hàng để bảo vệ cộng đồng. Đây chính là trách nhiệm xã hội của một người tiêu dùng văn minh.
- Khiếu nại lên sàn thương mại điện tử: dùng chức năng "Khiếu nại/Trả hàng" trên Shopee/Lazada/Tiki; đính kèm ảnh, hóa đơn, mã sản phẩm.
- Báo cáo tới cơ quan quản lý: Cục Quản lý Dược (Bộ Y tế) hoặc Chi cục Quản lý thị trường địa phương để tố cáo hàng giả, hàng nhái.
- Tư vấn dược/da liễu: nếu cần, đến nhà thuốc uy tín hoặc phòng khám da liễu để được kê thuốc phù hợp.

### Kế hoạch thay đổi thói quen cá nhân (giải pháp cho yếu tố “chưa ý thức kỷ luật”)

- Quy tắc 3 bước trước khi mua:
  - + Kiểm tra shop: ít nhất 10 đánh giá thực, tuổi shop > 6 tháng.
  - + So sánh giá: nếu rẻ hơn thị trường >30%, dừng lại và kiểm tra kỹ.
  - + Tìm review độc lập (blog, forum, video) chứ không chỉ dựa vào đánh giá trên sàn.
- Danh sách “mua ở đâu” cho từng loại sản phẩm: chỉ mua từ nhà phân phối chính thức, website hãng, nhà thuốc uy tín, hoặc sàn có chứng nhận chính hãng.
- Ghi nhật ký mua sắm: lưu lại nơi mua, ngày, lô sản xuất; giúp truy xuất khi có vấn đề.
- Quy tắc 3 Không: Không mua hàng không rõ nguồn gốc, Không tin vào giá rẻ bất thường (quá 30-50% so với giá niêm yết hãng), và Không mua theo cảm tính/Review chưa kiểm chứng.
- Kỷ luật kiểm chứng: Luôn dành ít nhất 15 phút để check "Profile" người bán. Nếu món hàng trị giá vài triệu mà bạn không tiếc 15 phút tìm hiểu, đó là sự thiếu trách nhiệm với túi tiền và sức khỏe bản thân.

# MŨ XANH LÁ



## MŨ XANH LÁ

- Thay đổi bao bì theo từng quý để nơi làm hàng giả không kịp thay đổi mẫu mã kèm thông báo rộng rãi.
  - Mua hàng giả về, làm video so sánh hàng thật, giả.
  - Tạo hướng dẫn 5 bước để mua được hàng chính hãng.
  - Giữ nguyên biện pháp 2: Xử lý khi phát hiện mua phải hàng giả
- Dừng ngay lập tức: Tuyệt đối không có tâm lý "tiếc tiền nên dùng nốt". Hóa chất độc hại (thủy ngân, corticoid, chì) trong mỹ phẩm giả có thể gây suy thận hoặc hỏng hàng rào bảo vệ da vĩnh viễn.
- Khiếu nại có bằng chứng: Quay video mở hộp (unboxing), chụp rõ các chi tiết sai lệch (mùi, bao bì, font chữ) so với hàng thật. Tận dụng chính sách "Trả hàng hoàn tiền" của sàn TMĐT trong vòng 7-15 ngày.
- Báo cáo sai phạm: Đừng im lặng. Hãy report gian hàng để bảo vệ cộng đồng. Đây chính là trách nhiệm xã hội của một người tiêu dùng văn minh.
- Khiếu nại lên sàn thương mại điện tử: dùng chức năng "Khiếu nại/Trả hàng" trên Shopee/Lazada/Tiki; đính kèm ảnh, hóa đơn, mã sản phẩm.
- Báo cáo tới cơ quan quản lý: Cục Quản lý Dược (Bộ Y tế) hoặc Chi cục Quản lý thị trường địa phương để tố cáo hàng giả, hàng nhái.
- Tư vấn dược/da liễu: nếu cần, đến nhà thuốc uy tín hoặc phòng khám da liễu để được kê thuốc phù hợp.

# MŨ ĐEN



## MŨ ĐEN

**-Thay đổi bao bì theo từng quý để nơi làm hàng giả không kịp thay đổi mẫu mã kèm thông báo rộng rãi.**

=> Kẻ làm giả hiện nay rất tinh vi; việc bạn thay đổi quá nhanh có thể khiến chúng "tận dụng" sơ hở để tung ra các mẫu trung gian, gây nhiễu loạn thông tin hơn cho người dùng.

**- Mua hàng giả về, làm video so sánh hàng thật, giả.**

=>Video so sánh vô tình trở thành bộ tài liệu "hướng dẫn làm giả tốt hơn" cho những xưởng sản xuất lậu. Chúng sẽ nhìn vào đó để khắc phục những điểm bạn vừa chỉ ra.

**-Tạo hướng dẫn 5 bước để mua được hàng chính hãng.**

=>Nếu quy trình quá phức tạp (ví dụ: quét 3 loại mã, kiểm tra tem hologram dưới ánh tím...), khách hàng có thể cảm thấy mệt mỏi và chuyển sang dùng thương hiệu khác "dễ mua" hơn.

**- Giữ nguyên biện pháp 2: Xử lý khi phát hiện mua phải hàng giả**

+Dùng ngay lập tức=>Khách hàng có thể cảm thấy hoang mang, lo sợ thái quá dẫn đến stress, ảnh hưởng tâm lý dù chưa chắc sản phẩm đó có độc hại đến mức gây suy thận ngay lập tức hay không.

+Khiếu nại có bằng chứng=>Người bán gian lận có thể dùng các chiêu trò "hắc ám" như không nhận hàng hoàn, tráo hàng khi shipper đến lấy, hoặc khủng bố tin nhắn/điện thoại khách hàng.

+Báo cáo sai phạm=>Các sản TMDT đôi khi phản ứng chậm. Gian hàng giả có thể nhanh chóng "xóa dấu vết", đổi tên hoặc lập shop mới ngay sau khi bị report, khiến nỗ lực của người dùng như "muối bỏ bể".

+Báo cáo tới cơ quan quản lý=>Thủ tục hành chính thường mất thời gian và cần nhiều bằng chứng vật chất (mẫu vật, hóa đơn đỏ). Người tiêu dùng cá nhân thường dễ nản lòng vì quy trình phức tạp.

+Tư vấn đa liễu=>Chi phí khám chữa bệnh có thể rất cao. Nếu thương hiệu không có chính sách hỗ trợ thỏa đáng, khách hàng có thể đổ lỗi ngược lại cho thương hiệu vì "đã để hàng giả tràn lan" khiến họ tiền mất tật mang.

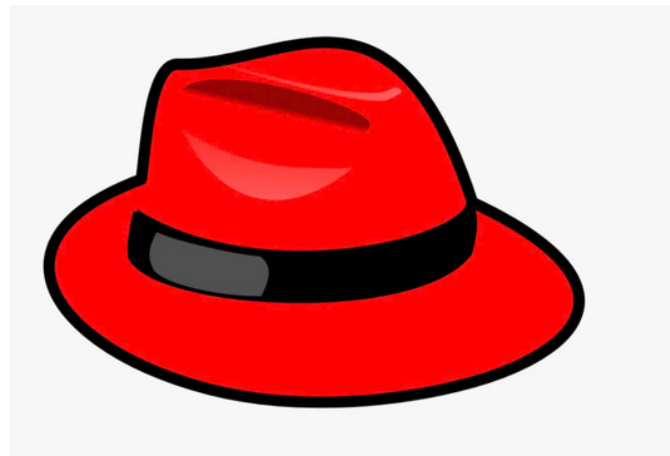
# MŨ VÀNG



## MŨ VÀNG

- **Thay đổi bao bì theo từng quý để nơi làm hàng giả không kịp thay đổi mẫu mã kèm thông báo rộng rãi.**  
=> ngăn chặn hàng giả tràn lan bên ngoài thị trường và truy vết được nơi sản xuất hàng giả trái phép
- **Mua hàng giả về, làm video so sánh hàng thật, giả.**  
=> giúp khách hàng tránh "tiền mất tật mang" từ đó giúp bảo vệ uy tín thương hiệu
- **Tạo hướng dẫn 5 bước để mua được hàng chính hãng.**  
=> đảm bảo khách hàng mua đúng hàng thật giá thật và thể hiện sự tận tâm, chu đáo của thương hiệu đối với khách hàng
- **Giữ nguyên biện pháp 2: Xử lý khi phát hiện mua phải hàng giả**  
Dừng ngay lập tức: Tuyệt đối không có tâm lý "tiếc tiền nên dùng nốt". Hóa chất độc hại (thủy ngân, corticoid, chì) trong mỹ phẩm giả có thể gây suy thận hoặc hỏng hàng rào bảo vệ da vĩnh viễn.  
Khiếu nại có bằng chứng: Quay video mở hộp (unboxing), chụp rõ các chi tiết sai lệch (mùi, bao bì, font chữ) so với hàng thật. Tận dụng chính sách "Trả hàng hoàn tiền" của sàn TMĐT trong vòng 7-15 ngày.  
Báo cáo sai phạm: Đừng im lặng. Hãy report gian hàng để bảo vệ cộng đồng. Đây chính là trách nhiệm xã hội của một người tiêu dùng văn minh.  
Khiếu nại lên sàn thương mại điện tử: dùng chức năng "Khiếu nại/Trả hàng" trên Shopee/Lazada/Tiki; đính kèm ảnh, hóa đơn, mã sản phẩm.  
Báo cáo tới cơ quan quản lý: Cục Quản lý Dược (Bộ Y tế) hoặc Chi cục Quản lý thị trường địa phương để tố cáo hàng giả, hàng nhái.  
Tư vấn dược/da liễu: nếu cần, đến nhà thuốc uy tín hoặc phòng khám da liễu để được kê thuốc phù hợp.

# MŨ ĐỎ



## MŨ ĐỎ

### - Đồng ý thay đổi bao bì sản phẩm theo từng quý

Thay đổi bao bì sản phẩm theo quý giúp khách hàng mua sản phẩm bên ngoài thị trường phân biệt được sản phẩm chính hãng. Trong khi kẻ gian không kịp cập nhật bao bì sản phẩm mới.

### - Không đồng ý mua hàng giả về, làm video so sánh thật, giả

Hàng thật, hàng giả bao bì, mã QR, thành phần,... đều giống nhau, làm video so sánh không khả thi. Vì vậy khách hàng phân biệt sản phẩm hàng thật bằng tem chống hàng giả và tổng đài chính hãng.

### - Đồng ý với cách hướng dẫn 5 bước để mua hàng.

Để khách hàng có lòng tin mua đúng sản phẩm chính hãng. Giúp khách hàng mua đúng hàng thật đúng giá, để tránh khách hàng ham giá rẻ mua phải hàng giả trên các sàn TMĐT.

### - Giữ nguyên biện pháp 2: Xử lý khi phát hiện mua phải hàng giả( Đồng ý)

+ Dừng ngay lập tức: Tuyệt đối không có tâm lý " tiếc tiền nên dùng nốt". Hóa chất độc hại ( thủy ngân, corticoid, chì) trong mỹ phẩm giả có thể gây suy thận hoặc hỏng hàng rào bảo vệ da vĩnh viễn.

+ Khiếu nại có bằng chứng: Quay video mở hộp( unboxing), chụp rõ các chi tiết sai lệch( mùi, bao bì, font chữ) so với hàng thật. Tận dụng chính sách " Trả hàng hoàn tiền" của sàn TMĐT trong vòng 7- 15 ngày.

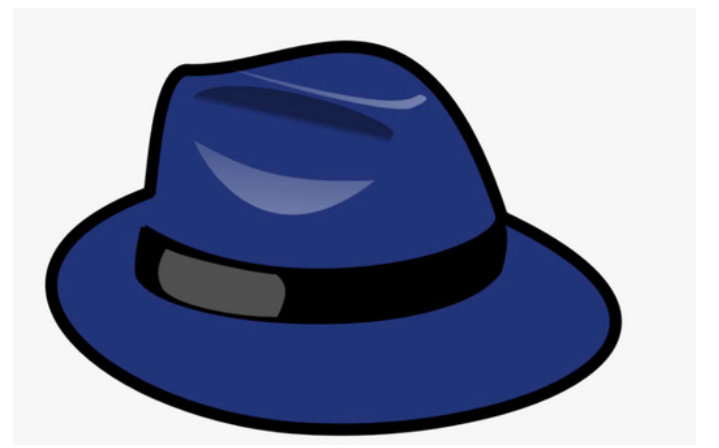
+ Báo cáo sai phạm: Đừng im lặng. Hãy report gian hàng để bảo vệ cộng đồng. Đây chính là trách nhiệm xã hội của một người tiêu dùng văn minh.

+ Khiếu nại lên sàn TMĐT: dùng chức năng " Khiếu nại/ Trả hàng" trên Shopee/Lazada/Tiki tok shop, đính kèm ảnh, video, hóa đơn, mã sản phẩm.

+ Báo cáo tới cơ quan quản lý: Cục Quản lý Dược( Bộ Y Tế) hoặc Chi cục Quản lý thị trường địa phương để tố cáo hàng giả, hàng nhái.

+ Tư vấn dược/ da liễu: nếu cần đến nhà thuốc uy tín hoặc phòng khám da liễu để được kê thuốc phù hợp.

# MŨ XANH DƯƠNG



## MŨ XANH DƯƠNG

Phương án hành động khả thi và hiệu quả nhất là: Áp dụng "**Quy trình 5 bước mua hàng kỷ luật**" (Tập trung vào kiểm chứng trước khi mua và bằng chứng khi nhận).

Đây là phương án dung hòa được việc không mua nhầm và đòi lại tiền nếu lỡ mua nhầm, cụ thể như sau:

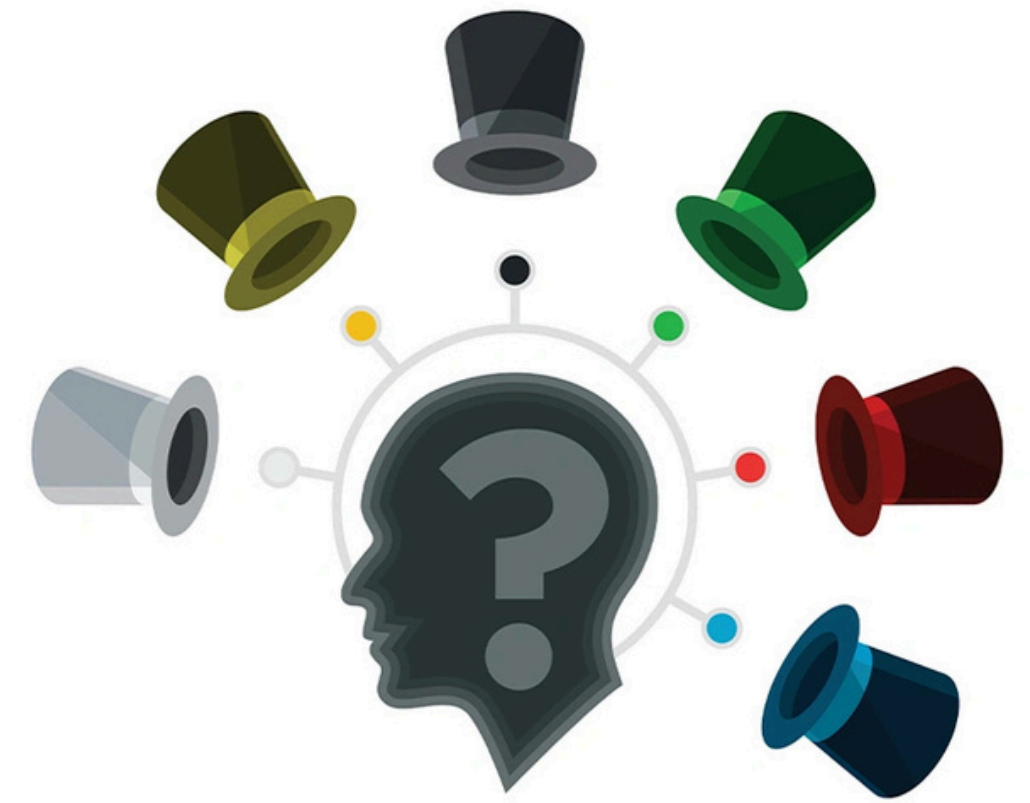
1. Chỉ mua tại Mall hoặc Shop ủy quyền: Loại bỏ 80% rủi ro ngay từ bước chọn nguồn.
2. Nguyên tắc "Giá sàn": Tuyệt đối không mua nếu giá rẻ hơn 30% so với giá niêm yết của hãng (trừ dịp sale lớn của sàn).
3. Soi Review thực tế: Chỉ tin vào các đánh giá có kèm hình ảnh/video thật của người mua trước.
4. Bắt buộc quay Video Unboxing: Đây là "kim bài miễn tử" để sàn TMĐT chấp nhận hoàn tiền 100% khi có sự cố.
5. Kiểm tra Tem/Mã QR ngay khi mở: Nếu có dấu hiệu giả mạo, bấm "Trả hàng/Hoàn tiền" ngay lập tức và tuyệt đối không dùng thử trên da.

Phương pháp sáng tạo

---

## Giải pháp từ 6 chiếc mũ tư duy

- 01 Quy trình 5 bước mua hàng kỷ luật
- 02 Mẫu báo cáo khiếu nại + yêu cầu video timestamp
- 03 Thay đổi bao bì theo quý (pilot 1-2 SKU)
- 04 Video so sánh hàng thật với hàng giả (kiểm duyệt)
- 05 Cảnh báo giá tự động trên trang
- 06 Kênh phối hợp sàn và cơ quan quản lý

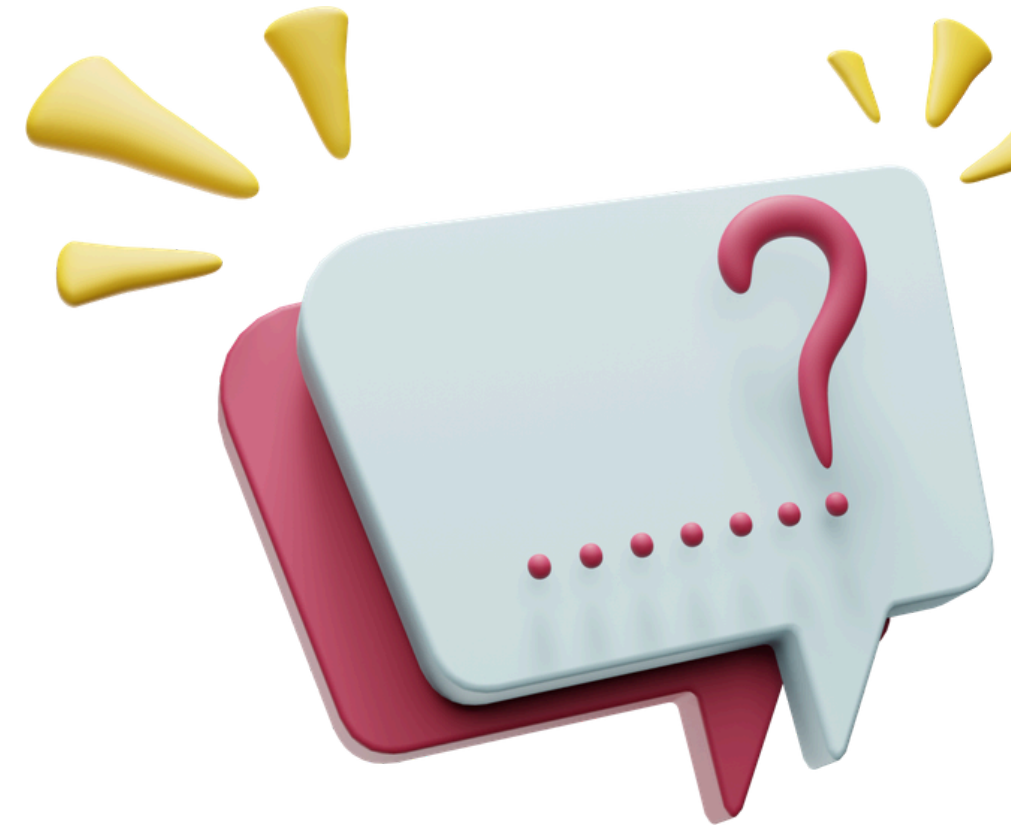


# GIẢI PHÁP TỐI ƯU

---

## Quy trình 5 bước mua hàng kỷ luật:

- Kiểm tra shop  $\geq 10$  đánh giá
- Giá không rẻ hơn 30% so với niêm yết
- Xem review có ảnh/video thật
- Quay video unboxing có timestamp
- Kiểm tra tem/mã QR ngay khi mở



## Lý do chọn:

- Giải quyết nguyên nhân gốc rễ
- Khả thi và triển khai nhanh
- Chi phí thấp nhưng hiệu quả cao
- Tăng tỉ lệ khiếu nại hợp lệ, dễ xử lý
- Trao quyền cho người tiêu dùng

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 4: Xây dựng mẫu thử

- **Bản chất:** Hiện thực hóa ý tưởng poster thành các sản phẩm mẫu cụ thể, sinh động (như bản phác thảo, thiết kế kỹ thuật số hoặc kịch bản truyền thông).
- **Mục tiêu:** Kiểm tra xem nội dung cảnh báo hàng giả có **khả thi** và hiệu quả hay không thông qua phản hồi, giúp đánh giá tác động của poster trước khi in ấn hàng loạt.

## – 4 công việc chính cần thực hiện:

- **Tham vấn:** Thảo luận với các bên liên quan (chuyên gia, bộ phận pháp chế sàn TMĐT) để nhận diện các hạn chế tiềm ẩn.
  - **Chuẩn bị:** Liệt kê các nguồn lực như phần mềm thiết kế, tư liệu hình ảnh phân biệt thật – giả.
  - **Xác định mục tiêu:** Đặt ra các tiêu chí cụ thể mà poster cần đạt được (ví dụ: khách hàng dễ dàng nhận diện mã QR xác thực).
  - **Xây dựng:** Tiến hành thiết kế bản mẫu sao cho giàu cảm xúc và sống động.
- **Lưu ý quan trọng:** Đây là **quy trình lặp**. Nếu mẫu thử poster nhận phản hồi không tốt, bạn cần quay lại bước "Lên ý tưởng" để điều chỉnh cho đến khi đạt được giải pháp phù hợp nhất.

# Góp ý của giảng viên về ấn phẩm truyền thông



Chuyển sang làm bằng Canva để tránh tình trạng vỡ hình và bị mờ nhòe khi tiến hành in ấn.

Mẫu ý tưởng ban đầu

# II. Mô tả vấn đề và tư duy thiết kế

## Bước 5 & 6: Kiểm thử & Triển khai



Mẫu 1

Điều chỉnh từ góp ý của giảng viên



Mẫu 2

# Sản phẩm cuối cùng

Link poster:

[https://www.canva.com/design/DAHE1\\_dAI  
Ec/K\\_SOAxRWwhogUwsWQbtcBA/edit?  
zarsrc=30](https://www.canva.com/design/DAHE1_dAI<br/>Ec/K_SOAxRWwhogUwsWQbtcBA/edit?<br/>zarsrc=30)

Link nội dung chi tiết:

[https://stitch.withgoogle.com/preview/170  
1967872105524585?node-  
id=518032785fec4b7d8bd0cf1c0dc60671&r  
aw=1](https://stitch.withgoogle.com/preview/170<br/>1967872105524585?node-<br/>id=518032785fec4b7d8bd0cf1c0dc60671&r<br/>aw=1)



# Triển khai ấn phẩm trên mạng xã hội

**GẠT BỎ NỖI LO ĐƯỢC MỸ PHẨM GIẢ**

**MUA HÀNG TRỰC TUYẾN với**  
**QUY TRÌNH 5 BƯỚC**  
**MUA HÀNG KỶ LUẬT**

**DẤU HIỆU HÀNG GIẢ**

- Bao bì lỏng lẻo
- Mùi hương hắc, lạ
- Chữ in mờ nhoè
- Kết cấu vốn cục

**01 MUA TẠI CÁC SHOP MALL /SHOP ỦY QUYỀN**

**02 GIẢM TRÊN 30% GIÁ GỐC -> KHÔNG NÊN MUA**

**03 XEM REVIEW, FEEDBACK**

**04 QUAY VIDEO UNBOXING**

**05 CHECK TEM, MÃ VẠCH, QR**

**TÌM HIỆU THÊM**

Nhóm sinh viên Kỹ năng Làm chủ cộng việc [KN0326-CV02]  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

**Hongtu Nguyen**  
1 giờ · 🌐

!!! Đừng để tiền mất tật mang vì chốt mua được mỹ phẩm

**GẠT BỎ NỖI LO ĐƯỢC MỸ PHẨM GIẢ**

**MUA HÀNG TRỰC TUYẾN với**  
**QUY TRÌNH 5 BƯỚC**  
**MUA HÀNG KỶ LUẬT**

**DẤU HIỆU HÀNG GIẢ**

- Bao bì lỏng lẻo
- Mùi hương hắc, lạ
- Chữ in mờ nhoè
- Kết cấu vốn cục

**01 MUA TẠI CÁC SHOP MALL /SHOP ỦY QUYỀN**

**02 GIẢM TRÊN 30% GIÁ GỐC -> KHÔNG NÊN MUA**

**03 XEM REVIEW, FEEDBACK**

**04 QUAY VIDEO UNBOXING**

**05 CHECK TEM, MÃ VẠCH, QR**

**TÌM HIỆU THÊM**

Nhóm sinh viên Kỹ năng Làm chủ cộng việc [KN0326-CV02]  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

**Hongtu Nguyen**  
1 giờ · 🌐

!!! Đừng để tiền mất tật mang vì chốt mua được mỹ phẩm chỉ trong phút chốc !!!

Mỹ phẩm giả ngày càng tinh vi, khó phân biệt thật giả. Để bảo vệ sức khỏe làm da và túi tiền của mình, hãy thuộc lòng "Quy trình 5 bước mua hàng kỷ luật" khi mua hàng online.

☀️☀️ Lưu và chia sẻ bài viết này để cùng nhau trở thành người tiêu dùng thông thái nhé! ☀️☀️

📌 Một dự án của nhóm sinh viên Kỹ năng Làm chủ công việc trường đại học Nguyễn Tất Thành.

**Cộng đồng sinh viên NTU**  
**Mua Sắm Online**  
**#kynanglamchuongviec**  
**#SinhvientruongdaihocNguyenTatThanh**

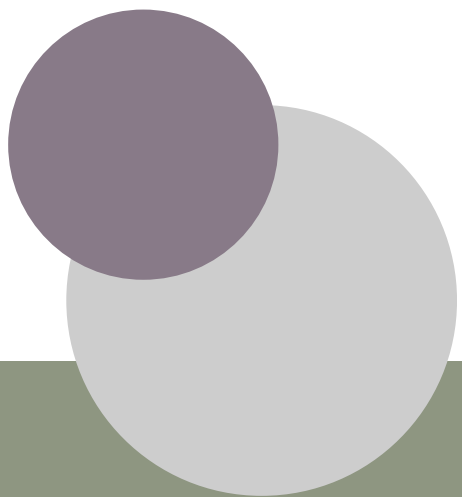
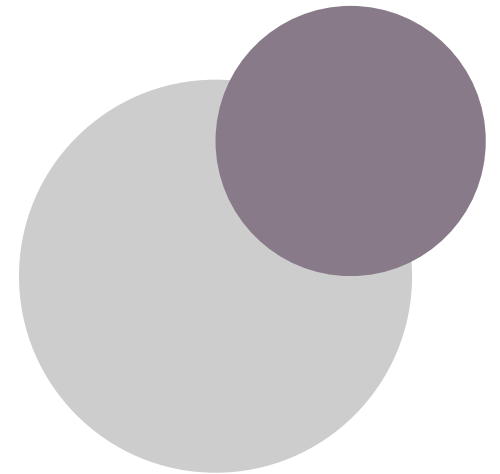
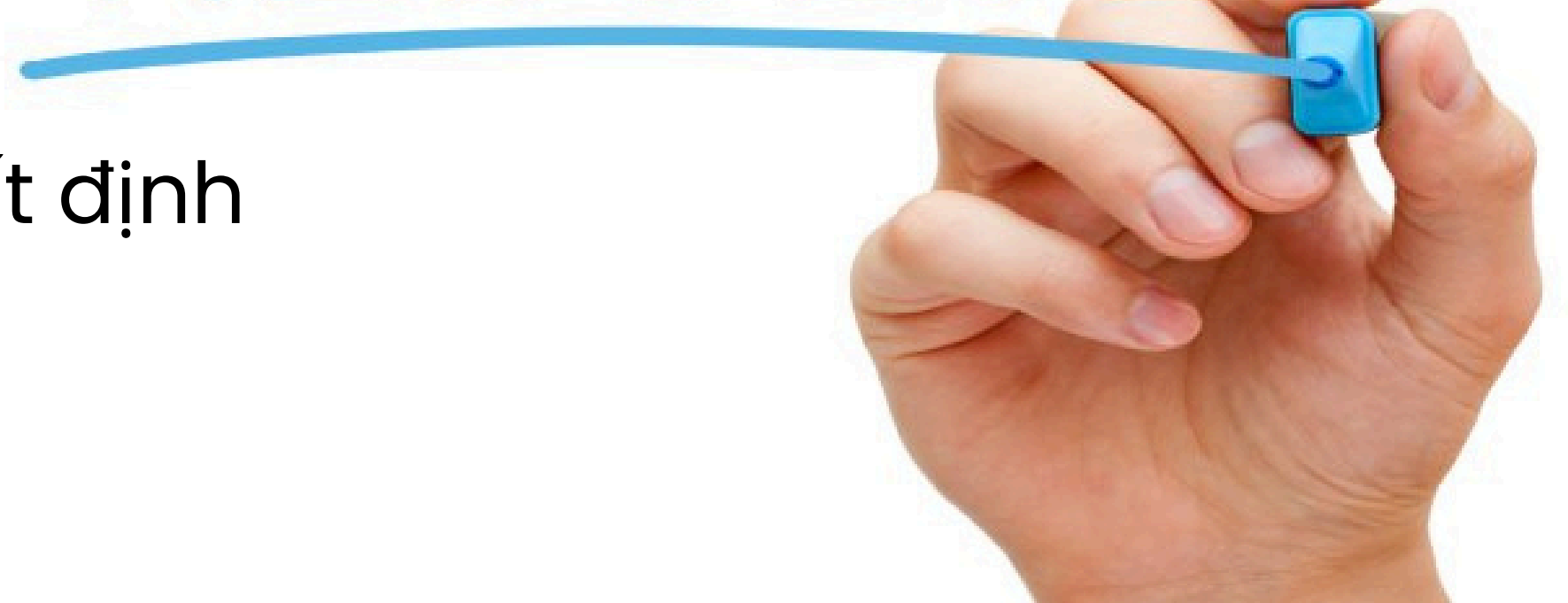
# Kết luận

---

## 1. Đúc kết từ môn học

- Tư duy thiết kế & Giải quyết vấn đề
- Làm việc nhóm hiệu quả
- Thiết lập và quản trị mục tiêu
- Giao tiếp chuyên nghiệp
- Quản lý thời gian
- Chọn lọc thông tin và ra quyết định

RESULTS



## 2. Bảng đánh giá thành viên nhóm 4

|                                  | Phạm Thị Xuân Quỳnh | Nguyễn Thị Hồng Tú (nhóm trưởng) | Nguyễn Ngọc Trà My | Phạm Quang Vân Khánh | Huỳnh Thanh Thúy | Trần Nguyên Khang | Trung bình |
|----------------------------------|---------------------|----------------------------------|--------------------|----------------------|------------------|-------------------|------------|
| Phạm Thị Xuân Quỳnh              | -                   | 8.5                              | 9                  | 9                    | 8.5              | 9                 | 8.8        |
| Nguyễn Thị Hồng Tú (nhóm trưởng) | 9.5                 | -                                | 9                  | 9                    | 9                | 9                 | 9.1        |
| Nguyễn Ngọc Trà My               | 9                   | 9                                | -                  | 9                    | 9                | 9                 | 9          |
| Phạm Quang Vân Khánh             | 8.5                 | 8.5                              | 8                  | -                    | 8                | 8.5               | 8.3        |
| Huỳnh Thanh Thúy                 | 8                   | 8                                | 8.5                | 8                    | -                | 8.5               | 8.2        |
| Trần Nguyên Khang                | 8                   | 8                                | 8                  | 8                    | 8                | -                 | 8          |



**Cảm ơn thầy cùng các bạn đã lắng nghe!**