



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM NĂM 2018

iDEA

LỜI GIỚI THIỆU

Tại Việt Nam, sự phát triển và lan tỏa của công nghệ và số hóa đang tạo ra diện mạo và cách vận hành mới của nền kinh tế, mà trong đó thương mại điện tử là một trong những trụ cột quan trọng không thể tách rời.

Nhằm tóm lược khái quát về tình hình thương mại điện tử trong những năm qua, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (TMĐT và KTS) tiếp tục xây dựng ấn phẩm Sách trắng thương mại điện tử năm 2018. Sách trắng là bức tranh tổng thể ghi lại kết quả các cuộc điều tra, thống kê hàng năm liên quan đến hoạt động TMĐT của Việt Nam. Ngoài việc cung cấp thông tin về tình hình ứng dụng TMĐT của doanh nghiệp và cộng đồng như các năm trước đó, ấn phẩm năm nay bổ sung các số liệu điều tra về mức độ sẵn sàng tham gia mô hình kinh tế chia sẻ của cộng đồng – một xu hướng kinh doanh phổ biến trong những năm gần đây. Bên cạnh đó, số liệu về tình hình ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông sản, thủy sản cũng là điểm mới nổi bật trong nội dung ấn phẩm năm nay.

Cục TMĐT và KTS hi vọng ấn phẩm Sách trắng thương mại điện tử năm 2018 sẽ tiếp tục là tài liệu cần thiết không chỉ cho cơ quan quản lý nhà nước trong việc hoạch định chính sách, mà còn là tài liệu tham khảo hữu ích cho tổ chức, cá nhân trong việc tìm hiểu về thị trường, cũng như định hướng hoạt động kinh doanh của mình. Ấn phẩm cũng là thước đo quan trọng đánh giá 02 năm tình hình thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 – 2020 ban hành kèm theo Quyết định số 1563/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 08 tháng 8 năm 2016.

Cục TMĐT và KTS xin cảm ơn các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và chuyên gia đã cùng phối hợp, cung cấp thông tin xây dựng ấn phẩm Sách trắng thương mại điện tử năm 2018 và mong muốn tiếp tục nhận được những ý kiến đóng góp của Quý vị để nội dung Sách trắng sẽ ngày càng được hoàn thiện hơn trong những lần xuất bản tiếp theo.

Xin trân trọng cảm ơn./.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số



MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	3
CHƯƠNG I: CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	9
I. THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VỚI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	10
1. Mục tiêu Kế hoạch.....	10
2. Nội dung Kế hoạch.....	11
II. MỘT SỐ QUY ĐỊNH MỚI LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	12
1. Một số quy định mới về hoạt động xúc tiến thương mại liên quan thương mại điện tử.....	12
2. Một số quy định mới về hoạt động quản lý ngoại thương liên quan đến thương mại điện tử.....	13
III. THÔNG TIN QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	14
1. Số lượng hồ sơ tiếp nhận trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT.....	14
2. Số lượng website, ứng dụng TMĐT đã được xác nhận thông báo, đăng ký.....	14
3. Số lượng thông tin phản ánh của người dân trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử.....	15
CHƯƠNG 2: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG	17
I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI	18
1. Tổng quan chung về tình hình thương mại điện tử B2C của thế giới.....	18
2. Quy mô thị trường TMĐT B2C của một số quốc gia trên thế giới.....	19
II. MỨC ĐỘ ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM	26
1. Quy mô thị trường TMĐT B2C Việt Nam.....	26
2. Thông tin chung về khảo sát cộng đồng.....	27
3. Tình hình sử dụng Internet của người dân.....	28
4. Tình hình tham gia thương mại điện tử trong cộng đồng.....	30



5. Đánh giá mức độ hài lòng của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến.....	35
6. Trở ngại khi mua hàng trực tuyến.....	36
7. Mức độ sẵn sàng của cộng đồng khi tham gia mô hình kinh tế chia sẻ.....	37

CHƯƠNG 3: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP 41

I. THÔNG TIN CHUNG 42

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	42
2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp.....	42
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	43

II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP 43

1. Hạ tầng công nghệ thông tin.....	43
2. Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử.....	45
3. Tình hình ứng dụng thư điện tử.....	46
4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử.....	47

III. CÁC HÌNH THỨC ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP 48

1. Thương mại điện tử trên nền tảng website.....	48
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động.....	49
3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của hoạt động TMĐT qua các hình thức.....	52

IV. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ/ ỨNG DỤNG DI ĐỘNG 52

1. Tình hình vận hành website thương mại điện tử/ ứng dụng di động.....	52
2. Quảng cáo website thương mại điện tử/ ứng dụng di động.....	53

V. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP 54

1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/ năm.....	54
2. Các loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng.....	55
3. Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến.....	55



CHƯƠNG 4: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG LĨNH VỰC NÔNG SẢN, THỦY SẢN..... 57**I. THÔNG TIN CHUNG 58**

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát..... 58
2. Quy mô doanh nghiệp tham gia khảo sát..... 58
3. Lĩnh vực sản xuất, kinh doanh chính của doanh nghiệp tham gia khảo sát..... 58

II. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NÔNG SẢN, THỦY SẢN 59

1. Mức độ sử dụng Internet trong các doanh nghiệp nông sản, thủy sản 59
2. Tình hình sử dụng website thương mại điện tử/ ứng dụng di động của các doanh nghiệp nông sản, thủy sản 60
3. Tình hình tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử của các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông sản, thủy sản 62
4. Tình hình giao dịch TMĐT qua các hình thức..... 63
5. Các biện pháp bảo mật CNTT và TMĐT của các doanh nghiệp nông sản, thủy sản..... 63
6. Hiệu quả ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp nông sản, thủy sản 64

III. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NÔNG SẢN, THỦY SẢN 67

1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/năm..... 67
2. Các loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng..... 67

CHƯƠNG 5: TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 69**I. THÔNG TIN CHUNG 70**

1. Mô hình hoạt động của website, ứng dụng di động..... 70
2. Phạm vi kinh doanh của website, ứng dụng di động..... 71
3. Nguồn vốn đầu tư cho website, ứng dụng di động..... 71
4. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch phổ biến trên website, ứng dụng di động 72
5. Cơ cấu nhân lực trong doanh nghiệp TMĐT..... 72

II. TÍNH NĂNG VÀ DỊCH VỤ HỖ TRỢ TRÊN WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 73

1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ 73
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động 74



3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ.....	76
4. Các hình thức thanh toán.....	79
III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÁN HÀNG	80
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng.....	80
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng.....	81
3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên.....	81
4. Tỷ lệ website, ứng dụng TMĐT bán hàng từng có đơn hàng ảo	82
5. Nguồn thu chính của website, ứng dụng di động.....	82
6. Tỷ lệ doanh nghiệp có đơn đặt hàng qua ứng dụng di động.....	82
7. Cơ cấu chi phí của doanh nghiệp đầu tư cho website, ứng dụng TMĐT bán hàng.....	83
8. Hiệu quả kinh doanh.....	83
IV. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG CUNG CẤP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	85
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT	85
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT	86
3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên.....	86
4. Nguồn thu chính của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT.....	87
5. Tình hình kinh doanh của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT.....	87
V. KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI KHI VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	88
PHỤ LỤC	89
Phụ lục 1: Ngày mua sắm trực tuyến 2017	90
Phụ lục 2: Bảng cập nhật khung pháp lý cơ bản thương mại điện tử Việt Nam	92
Phụ lục 3: Danh sách tỉnh/thành phố ban hành Kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn 2016 - 2020.....	96



CHƯƠNG I

CẬP NHẬT CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT LIÊN QUAN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



I. THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VỚI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Ngày 4 tháng 5 năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg về tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0). Chỉ thị nêu rõ, cuộc CMCN 4.0 với xu hướng phát triển dựa trên nền tảng tích hợp cao độ của hệ thống kết nối số hóa - vật lý - sinh học với sự đột phá của Internet vạn vật và Trí tuệ nhân tạo đang làm thay đổi căn bản nền sản xuất của thế giới.

Để chủ động nắm bắt cơ hội, đưa ra các giải pháp thiết thực tận dụng tối đa các thành tựu công nghệ trong ngành Công Thương, ngày 10 tháng 11 năm 2017, Bộ trưởng Bộ Công Thương có Quyết định số 4246/QĐ-BCT về việc ban hành Kế hoạch hành động ngành Công Thương triển khai Chỉ thị số 16/CT-TTg về tăng cường năng lực tiếp cận cuộc CMCN 4.0 (Kế hoạch). Các mục tiêu và nội dung thực hiện tại Kế hoạch có tác động trực tiếp đến đời sống, xã hội và cơ cấu của nền kinh tế, mà trong đó kinh tế số là yếu tố đóng vai trò quan trọng trong xu hướng của cuộc CMCN 4.0. Thương mại dần được toàn cầu hóa, công nghệ cao và các mô hình kinh doanh mới ngày càng phát triển kéo theo thị trường thương mại điện tử ngày càng được mở rộng, mô hình thương mại điện tử ngày càng đổi mới, các chuỗi cung ứng truyền thống với sự hỗ trợ của sức mạnh lan tỏa của số hóa và công nghệ thông tin trở thành chuỗi cung ứng thông minh, đem lại hiệu quả cho nền kinh tế số nói chung cũng như thương mại điện tử nói riêng.

1. Mục tiêu Kế hoạch



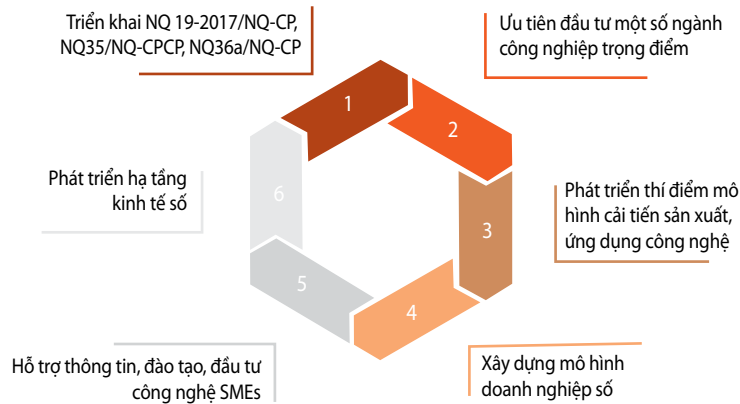
2. Nội dung Kế hoạch

2.1. Xây dựng hệ thống chính sách, thể chế

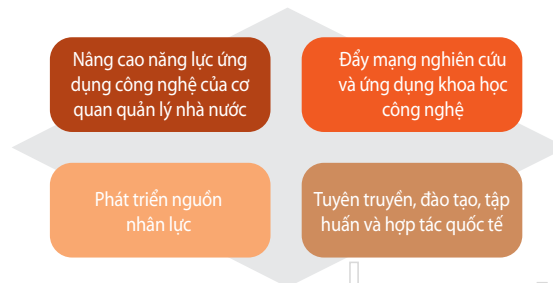
Lồng ghép các nội dung về CMCN 4.0 vào các chính sách phát triển ngành Công Thương



2.2. Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận, hấp thụ và phát triển các công nghệ của cuộc CMCN 4.0



2.3. Một số nội dung khác



II. MỘT SỐ QUY ĐỊNH MỚI LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Một số quy định mới về hoạt động xúc tiến thương mại liên quan thương mại điện tử

Ngày 22 tháng 5 năm 2018, Chính phủ ban hành Nghị định số 81/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại, Nghị định có hiệu lực từ ngày 15 tháng 7 năm 2018. Đây là văn bản thay thế Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại.

Thương nhân nếu chỉ thực hiện bán hàng và khuyến mại thông qua sàn giao dịch TMĐT, website khuyến mại trực tuyến thì không phải thực hiện thủ tục hành chính thông báo hoạt động khuyến mại.



Thương nhân cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT, website khuyến mại trực tuyến chịu trách nhiệm:

- Đảm bảo các nội dung thông tin về hoạt động khuyến mại được công bố trên sàn phải tuân thủ pháp luật về khuyến mại, giao dịch điện tử, quảng cáo và pháp luật có liên quan;
- Yêu cầu thương nhân thực hiện khuyến mại trên sàn cung cấp thông tin về hoạt động khuyến mại;
- Có cơ chế kiểm tra, giám sát để đảm bảo việc cung cấp thông tin của thương nhân thực hiện khuyến mại trên sàn được thực hiện chính xác, đầy đủ;
- Có biện pháp xử lý kịp thời khi phát hiện hoặc nhận được phản ánh về hành vi khuyến mại vi phạm pháp luật trên sàn;
- Hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước điều tra, kiểm tra, giám sát các hành vi khuyến mại vi phạm pháp luật, cung cấp thông tin đăng ký, lịch sử giao dịch và các tài liệu khác về đối tượng có hành vi vi phạm pháp luật trên sàn;
- Chịu trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về hoạt động khuyến mại cho người tiêu dùng theo quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Một số quy định mới liên quan đến hoạt động TMĐT tại Nghị định số 81/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại.

Áp dụng hạn mức tối đa về giá trị của hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại là 100% trong các trường hợp:

Chương trình khuyến mại tập trung (giờ, ngày, tuần, tháng, mùa khuyến mại) và các Chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại do Thủ tướng Chính phủ quyết định.



Chương trình khuyến mại tập trung bao gồm:

- Chương trình do cơ quan nhà nước chủ trì tổ chức
- Các đợt khuyến mại vào các dịp lễ, tết theo quy định của pháp luật lao động: 30 ngày ngay trước ngày đầu tiên của năm Âm lịch; và các ngày nghỉ lễ, tết khác.

2. Một số quy định mới về hoạt động quản lý ngoại thương liên quan đến thương mại điện tử

Ngày 15 tháng 01 năm 2018, Chính phủ ban hành Nghị định số 09/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (Nghị định 09), Nghị định cũng có hiệu lực kể từ ngày 15 tháng 01 năm 2018. Nghị định này thay thế Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết Luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Nghị định có một số quy định mới về các nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài liên quan đến hoạt động cung cấp dịch vụ TMĐT.

Nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có liên quan đến hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử tại Việt Nam

Đối tượng áp dụng

Thời hạn kinh doanh

Thời hạn kinh doanh đối với tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài thực hiện hoạt động “Cung cấp dịch vụ thương mại điện tử” là 05 năm (Điều 11 Nghị định 09/2018/NĐ-CP)

**NGHỊ ĐỊNH
09/2018/NĐ-CP**

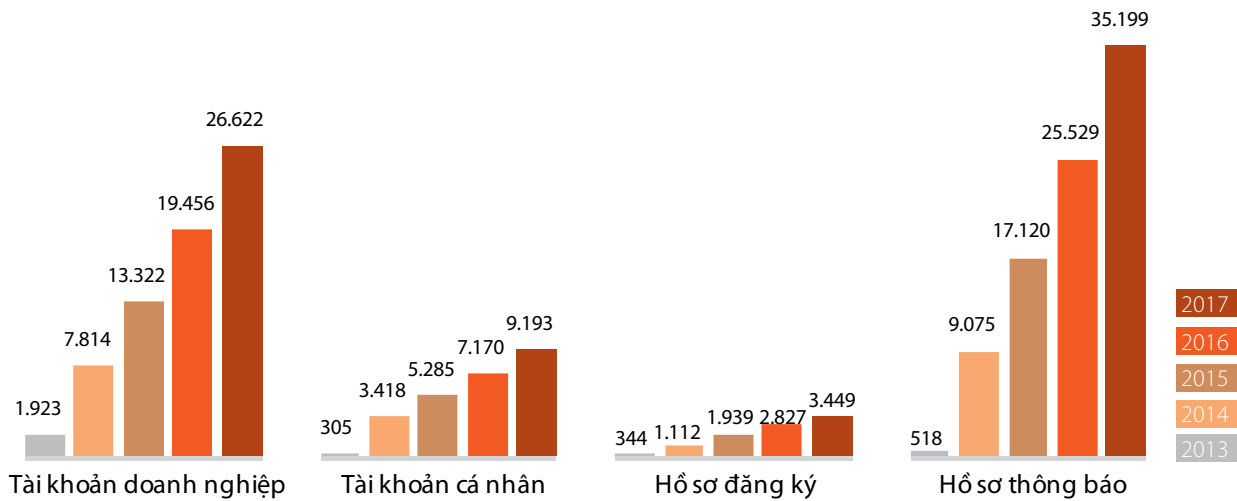
Điều kiện đầu tư kinh doanh

Tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử tại Việt Nam phải có Giấy phép kinh doanh

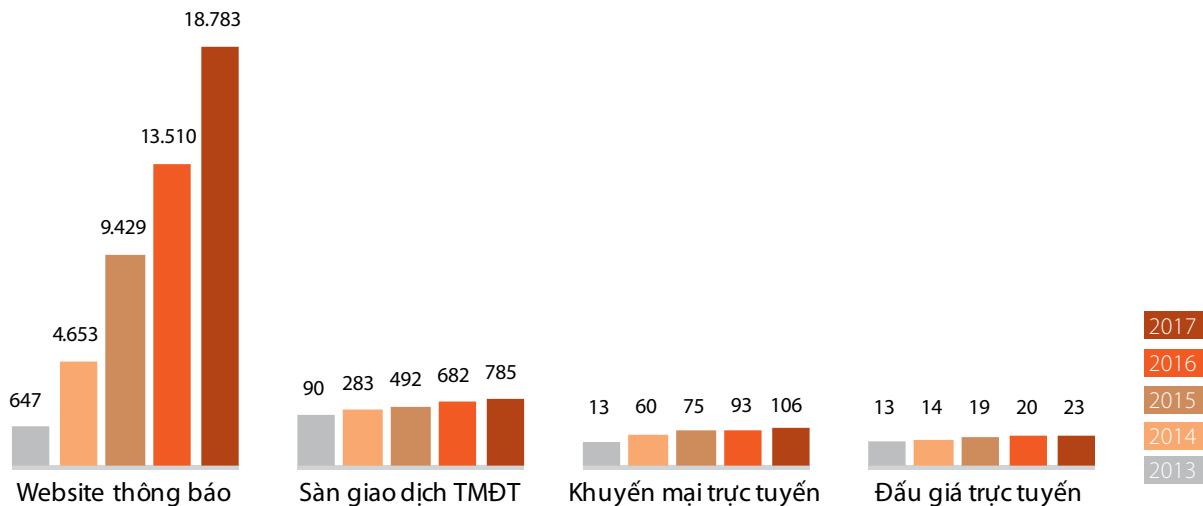


III. THÔNG TIN QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Số lượng hồ sơ tiếp nhận trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động TMĐT¹



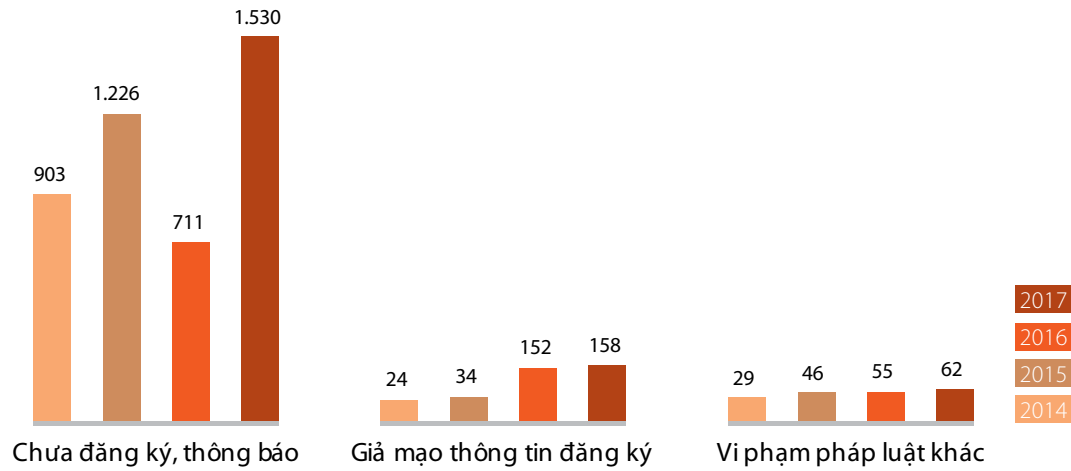
2. Số lượng website, ứng dụng TMĐT đã được xác nhận thông báo, đăng ký²



¹ Số lượng hồ sơ tiếp nhận cộng dồn qua các năm

² Số lượng website TMĐT đã được xác nhận đăng ký, thông báo cộng dồn qua các năm

3. Số lượng thông tin phản ánh của người dân trên Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử



CHƯƠNG 2

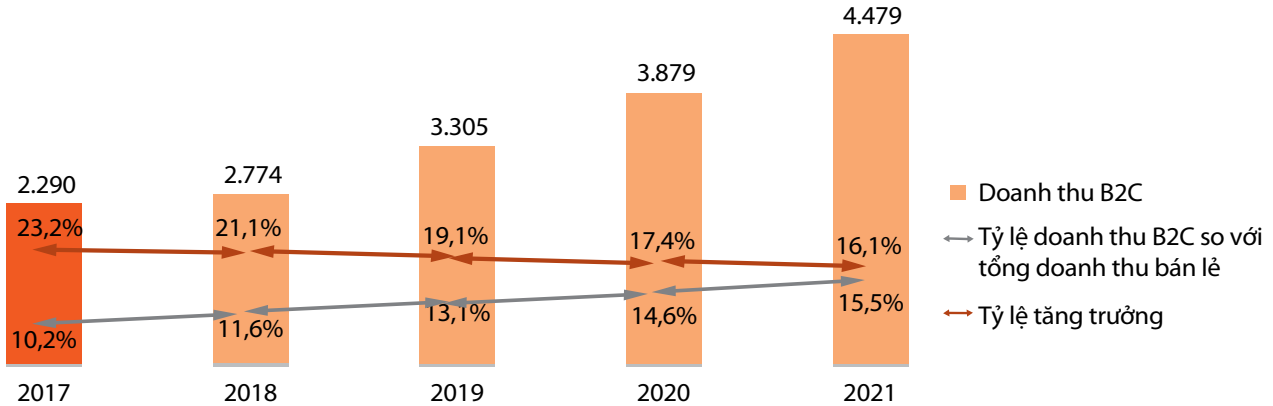
ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG



I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI

1. Tổng quan chung về tình hình thương mại điện tử B2C của thế giới

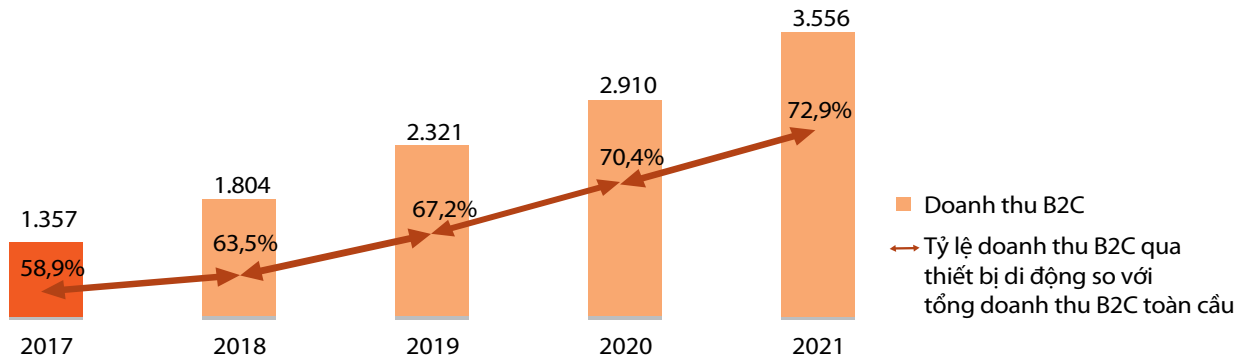
1.1. Dự đoán tăng trưởng thương mại điện tử B2C toàn cầu



Doanh thu TMĐT B2C toàn cầu từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)³

Nguồn: eMarketer.com⁴

1.2. Dự đoán tăng trưởng thương mại điện tử qua thiết bị di động



Doanh thu TMĐT B2C qua thiết bị di động toàn cầu từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)⁵

Nguồn: eMarketer.com⁶

³ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm dịch vụ du lịch và bán vé máy bay trực tuyến

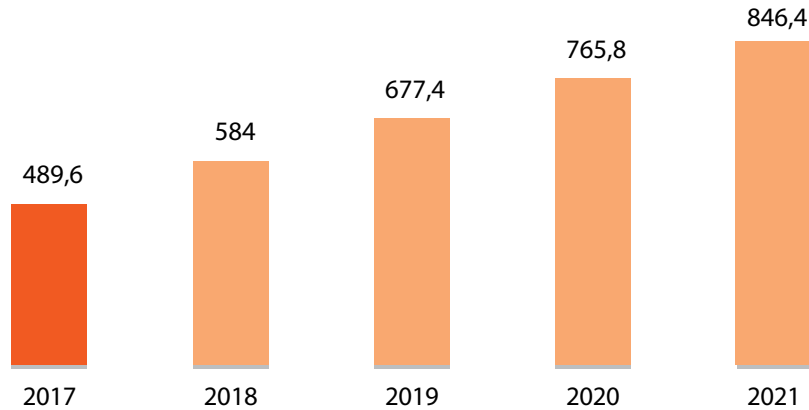
⁴ <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/2002090>

⁵ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm dịch vụ du lịch và bán vé máy bay trực tuyến

⁶ <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Updated-Forecast-New-Mcommerce-Estimates-20162021/2002182>

2. Quy mô thị trường TMĐT B2C của một số quốc gia trên thế giới

2.1. Trung Quốc



Doanh thu TMĐT B2C Trung Quốc từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)⁷

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	581,5	649,6	722,4	796,6	867,7
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	841,9	899	937,7	961,4	975,5

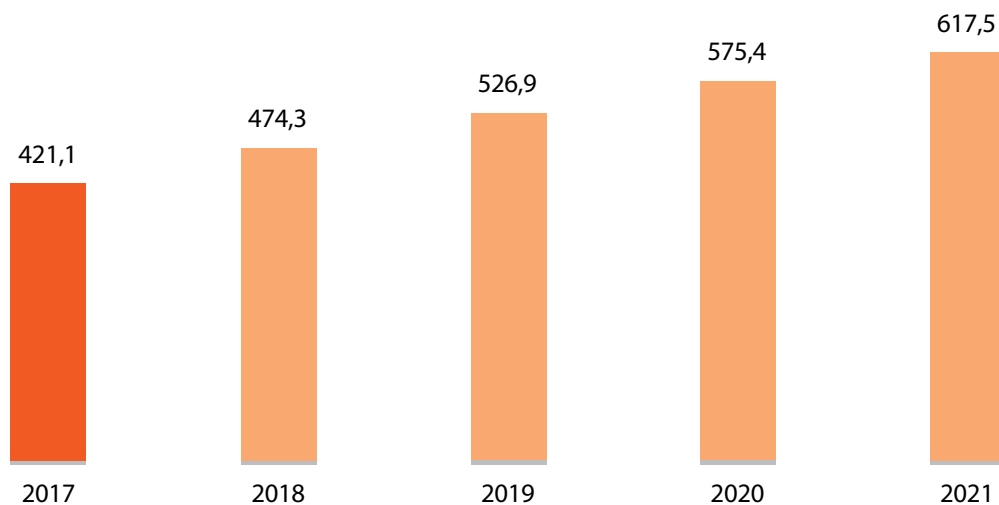
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Trung Quốc từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com⁸

⁷ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

⁸ <https://www.statista.com/outlook/243/117/ecommerce/china>

2.2. Hoa Kỳ



Doanh thu TMĐT B2C Hoa Kỳ từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)⁹

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	224,9	229,4	234	238,5	242,9
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	1.872,4	2.067,4	2.251,7	2.412,4	2.542,6

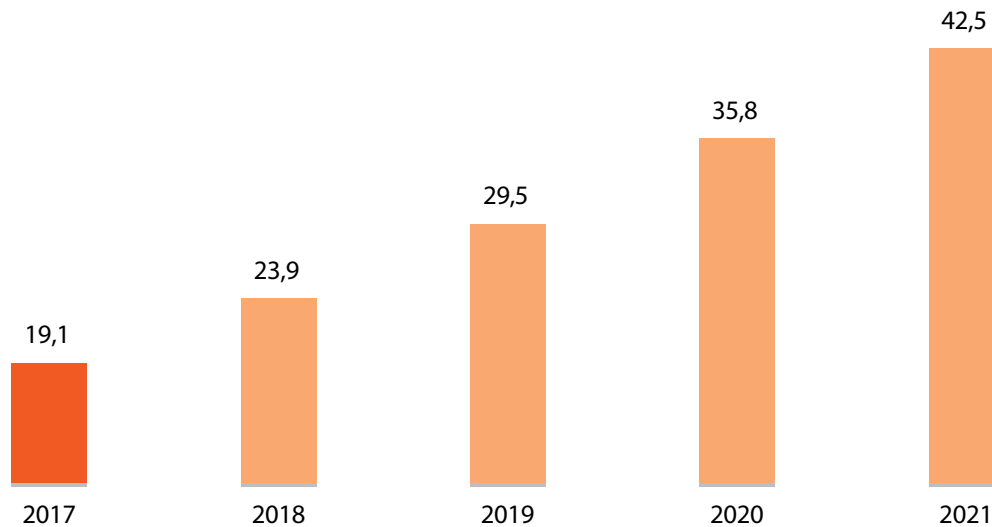
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Hoa Kỳ từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com¹⁰

⁹ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

¹⁰ <https://www.statista.com/outlook/243/109/ecommerce/united-states>

2.3. Ấn Độ



Doanh thu TMĐT B2C Ấn Độ từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)¹¹

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	176,8	207,2	239,8	273,4	306,8
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	107,8	114,4	122,8	131,1	138,7

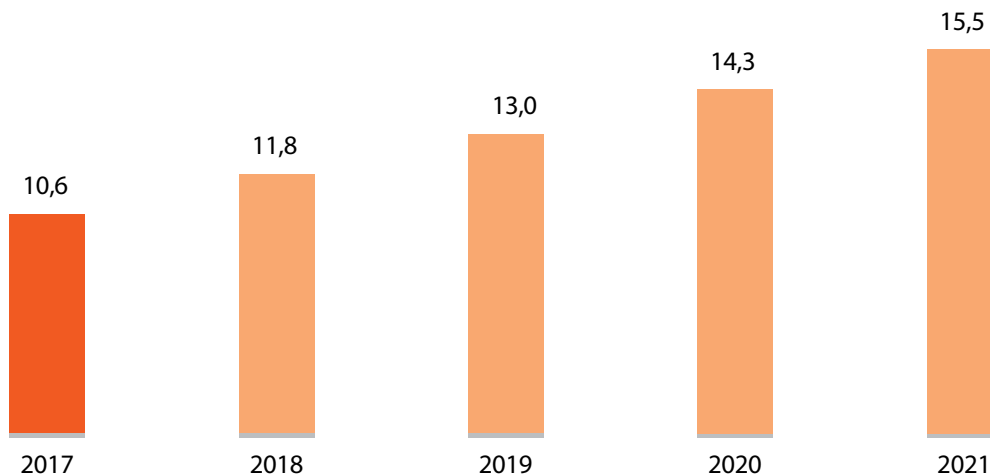
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Ấn Độ từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com¹²

¹¹ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

¹² <https://www.statista.com/outlook/243/119/ecommerce/india>

2.4. Úc

Doanh thu TMDT B2C Úc từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)¹³

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	12,1	12,6	13,2	13,8	14,3
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	875,6	934	989,5	1.038,8	1.080

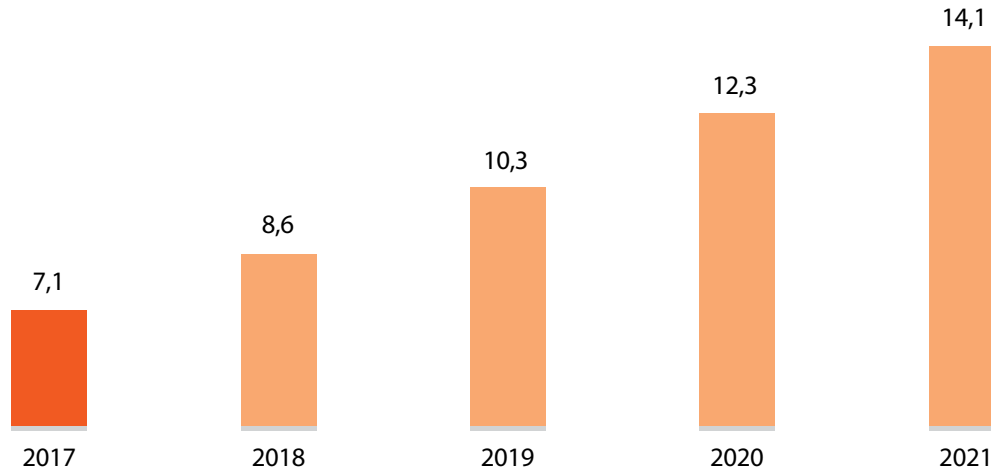
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Úc từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com¹⁴

¹³ Doanh thu TMDT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

¹⁴ <https://www.statista.com/outlook/243/107/ecommerce/australia>

2.5. Indonesia



Doanh thu TMĐT B2C Indonesia từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)¹⁵

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	28,1	31,6	35,5	39,2	42,1
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	251,3	271,4	292,1	314,7	342

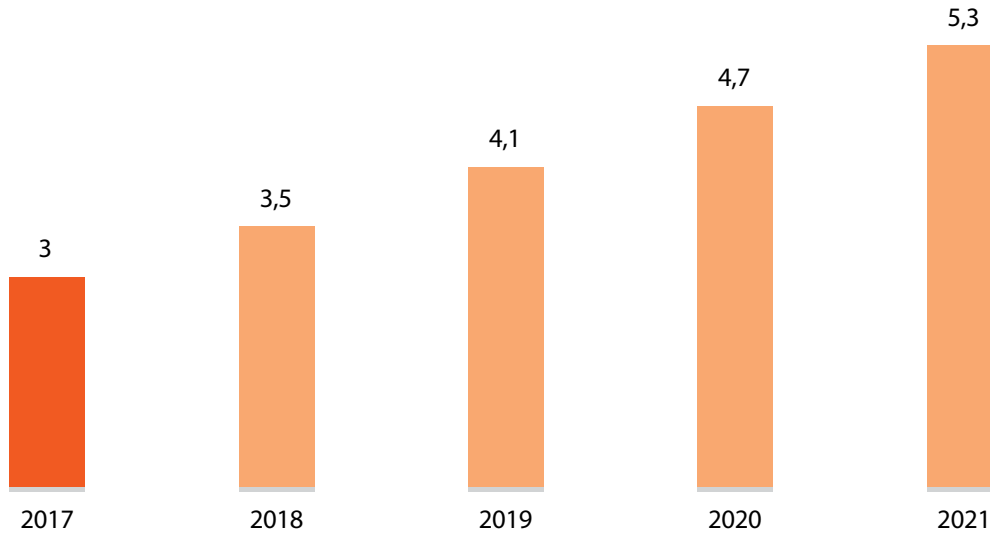
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Indonesia từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com¹⁶

¹⁵ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

¹⁶ <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia>

2.6. Thái Lan



Doanh thu TMĐT B2C Thái Lan từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)¹⁷

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	11,9	12,5	13	13,6	14,1
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	248,5	284	318	349,6	377,7

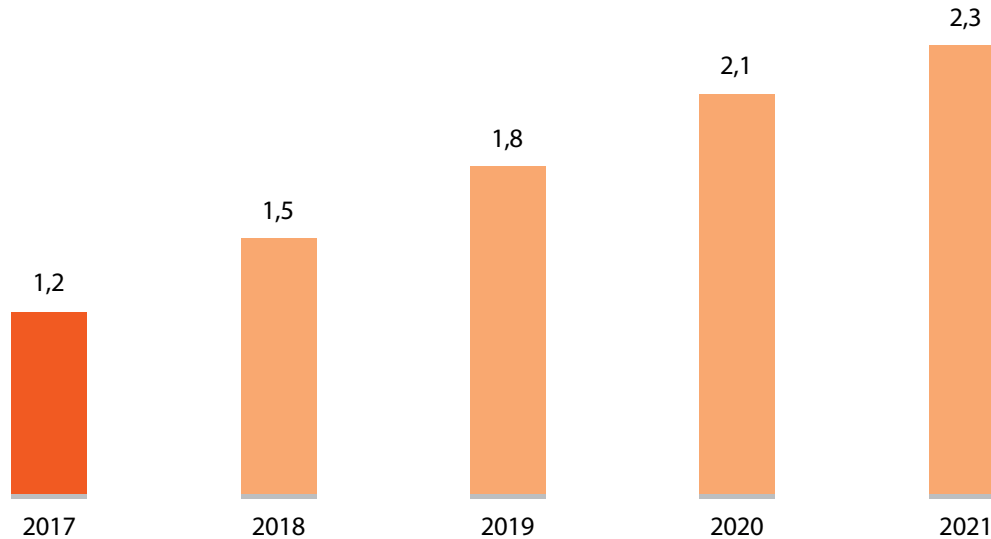
Tình hình mua sắm trực tuyến tại Thái Lan từ năm 2017 – 2021

Nguồn: Statista.com¹⁸

¹⁷ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

¹⁸ <https://www.statista.com/outlook/243/126/ecommerce/thailand>

2.7. Phillippines



Doanh thu TMĐT B2C Phillippines từ năm 2017 – 2021 (tỷ USD)¹⁹

Nguồn: Statista.com

	2017	2018	2019	2020	2021
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	33,8	37,7	41,9	46	50
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	36,6	39,5	42,2	44,7	46,8

Tình hình mua sắm trực tuyến tại Phillippines từ năm 2017 – 2021

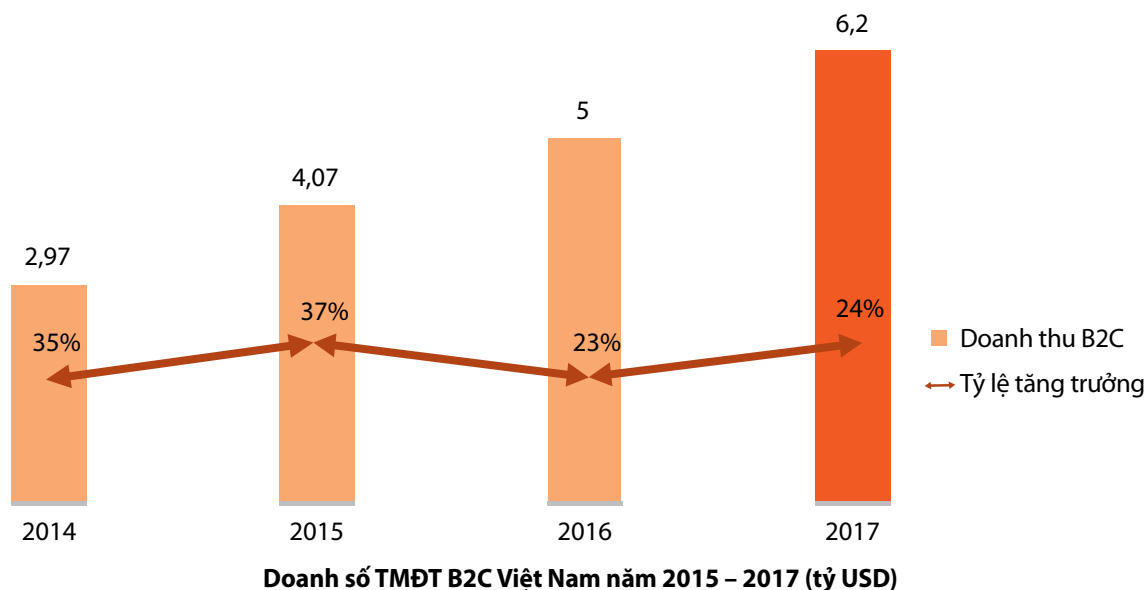
Nguồn: Statista.com²⁰

¹⁹ Doanh thu TMĐT B2C không bao gồm doanh thu các sản phẩm truyền thông số (nhạc, ebook...), dịch vụ phân phối số (vé máy bay) và các hàng hóa đã qua sử dụng

²⁰ <https://www.statista.com/outlook/243/123/ecommerce/philippines>

II. MỨC ĐỘ ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM²¹

1. Quy mô thị trường TMĐT B2C Việt Nam



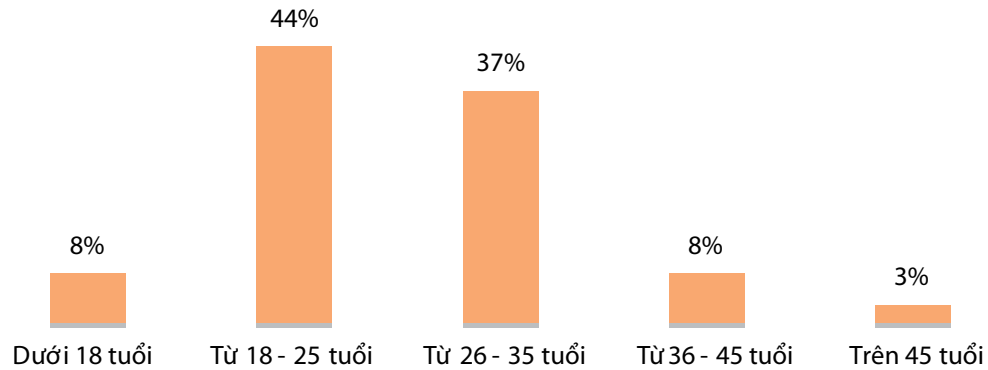
	2015	2016	2017
Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến (triệu người)	30,3	32,7	33,6
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	160	170	186
Tỷ trọng doanh thu TMĐT B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước	2,8%	3%	3,6%

Tình hình mua sắm trực tuyến tại Việt Nam năm 2015 – 2017

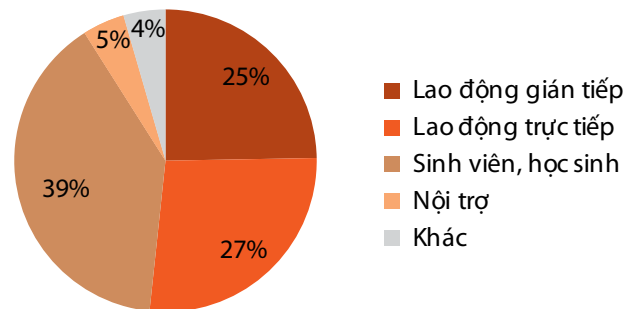
²¹ Số liệu trong phần II được tổng hợp từ kết quả khảo sát 1.000 cá nhân trên phạm vi cả nước năm 2018. Hình thức khảo sát là điện phiếu trực tiếp.

2. Thông tin chung về khảo sát cộng đồng

2.1. Độ tuổi của người tham gia khảo sát

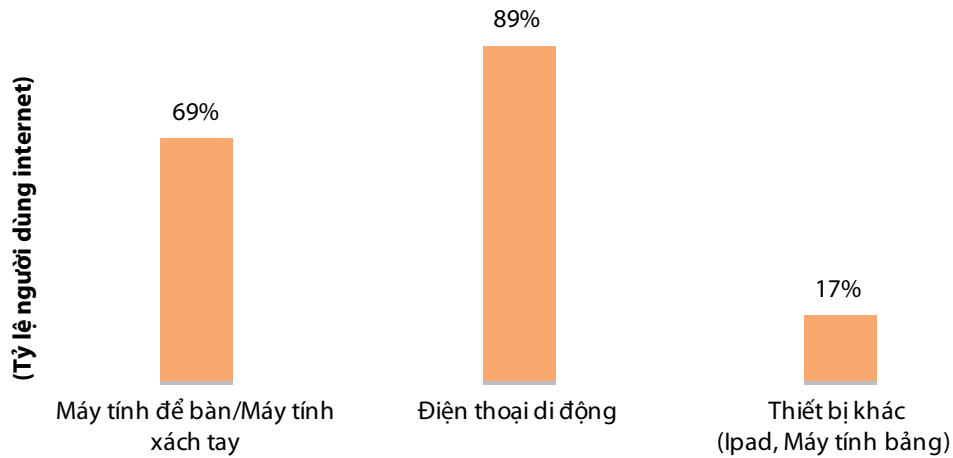


2.2. Nhóm nghề nghiệp của người tham gia khảo sát

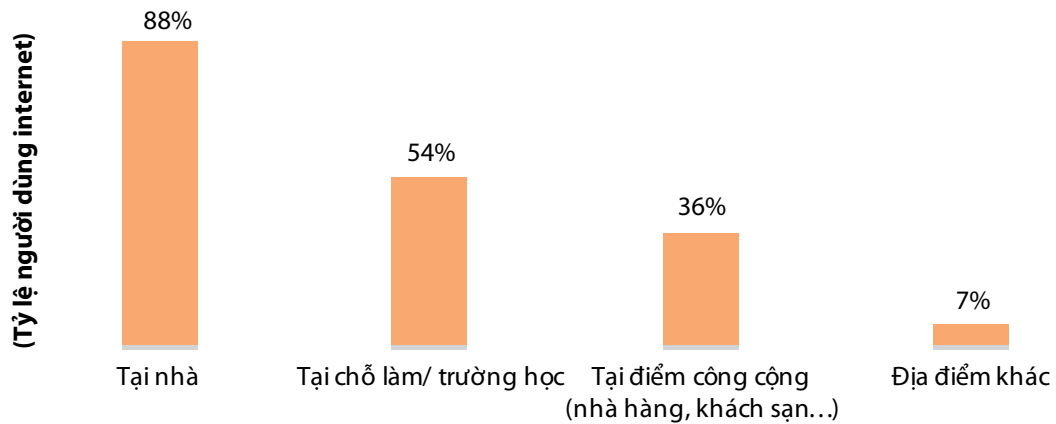


3. Tình hình sử dụng Internet của người dân

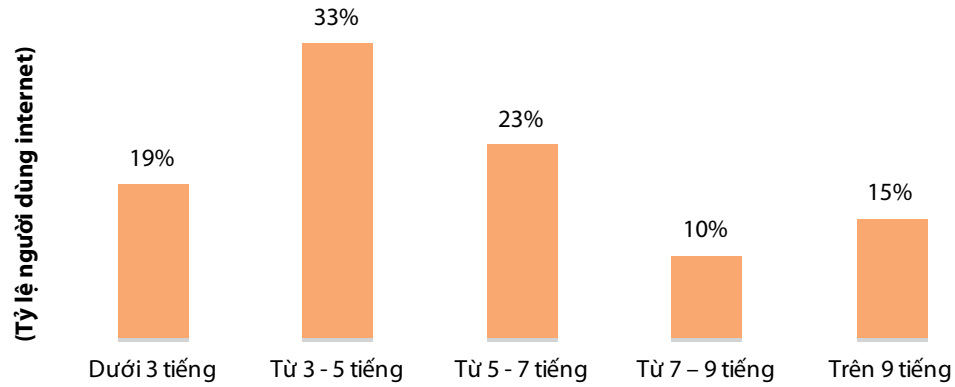
3.1. Các phương tiện truy cập Internet của người dân



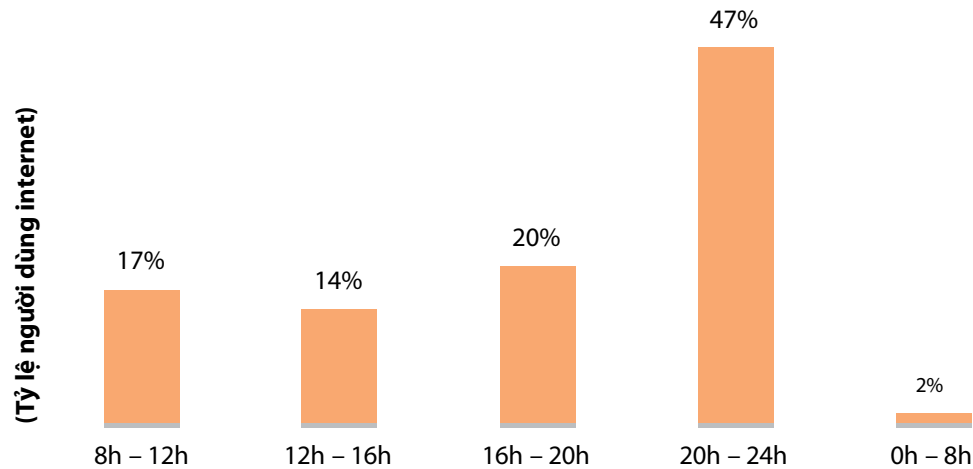
3.2. Địa điểm truy cập Internet của người dân



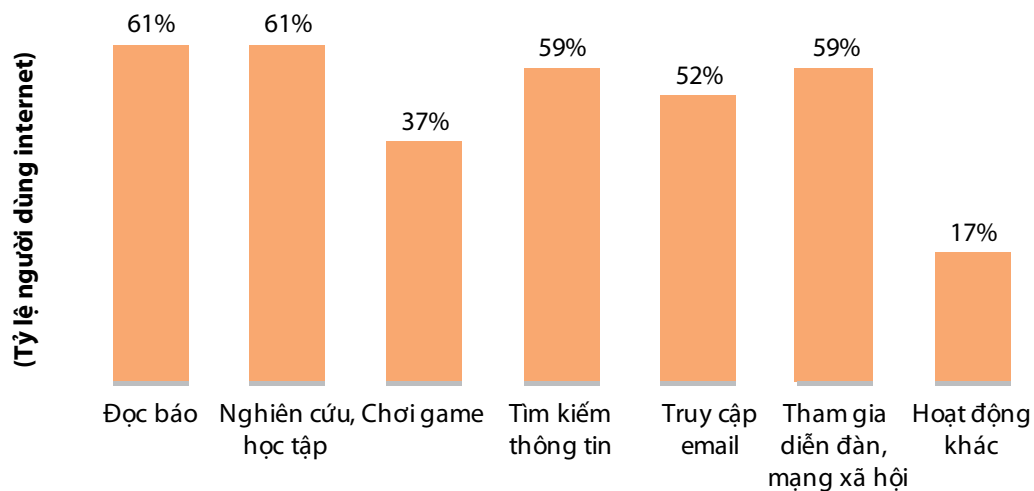
3.3. Thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày



3.4. Thời điểm người dùng truy cập Internet thường xuyên trong ngày

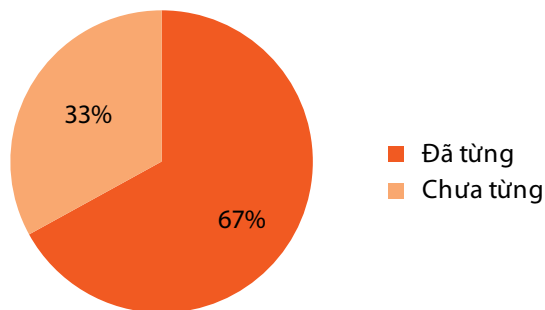


3.5. Mục đích sử dụng Internet

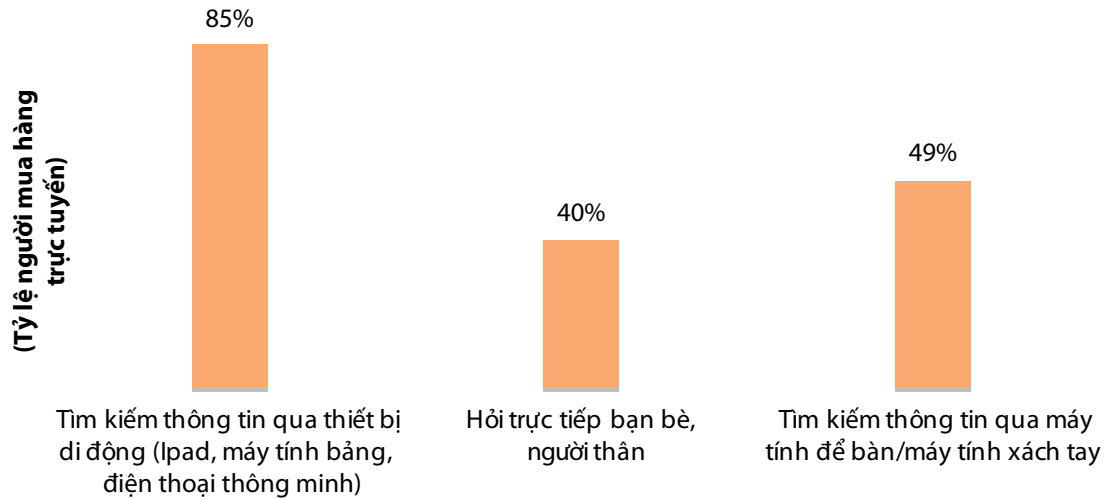


4. Tình hình tham gia thương mại điện tử trong cộng đồng

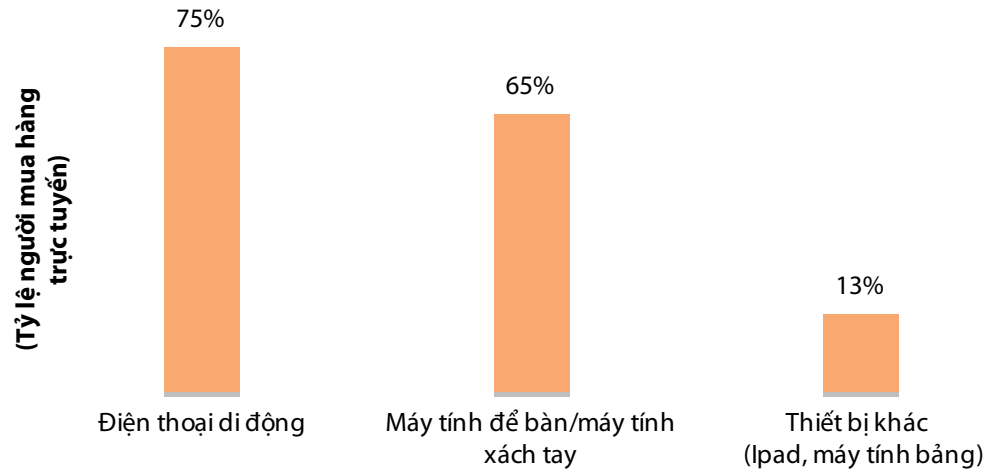
4.1. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm



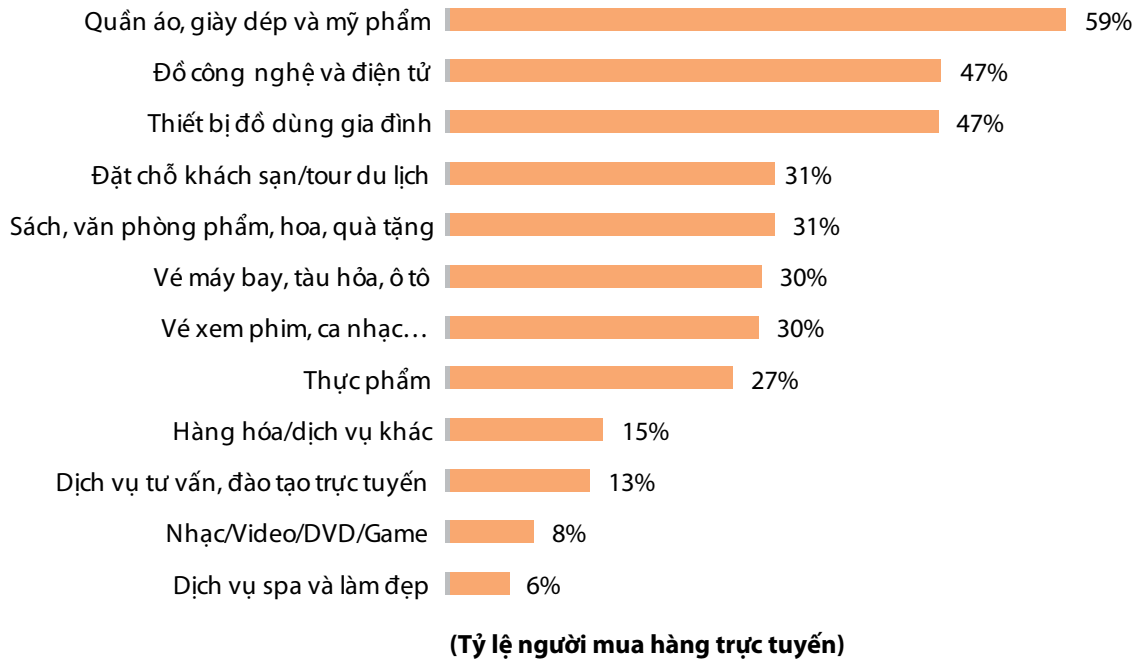
4.2. Cách thức tìm kiếm thông tin khi mua hàng trực tuyến



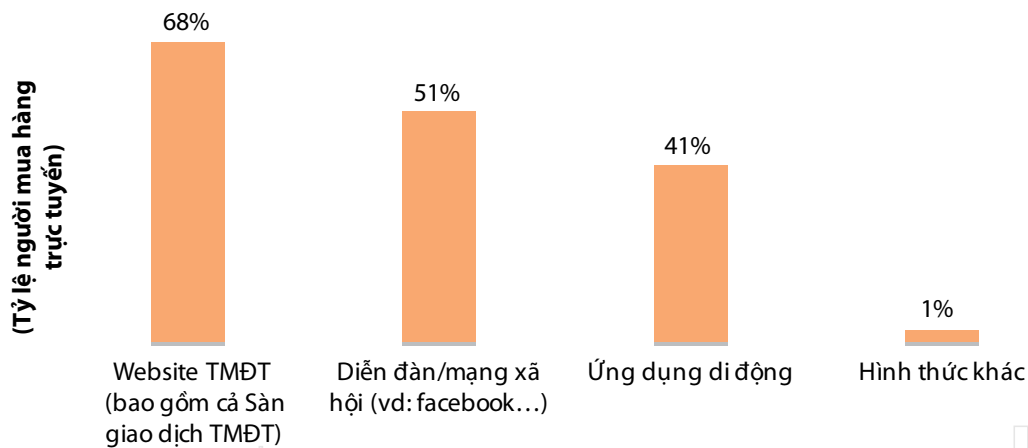
4.3. Phương tiện điện tử thường được sử dụng khi đặt hàng trực tuyến



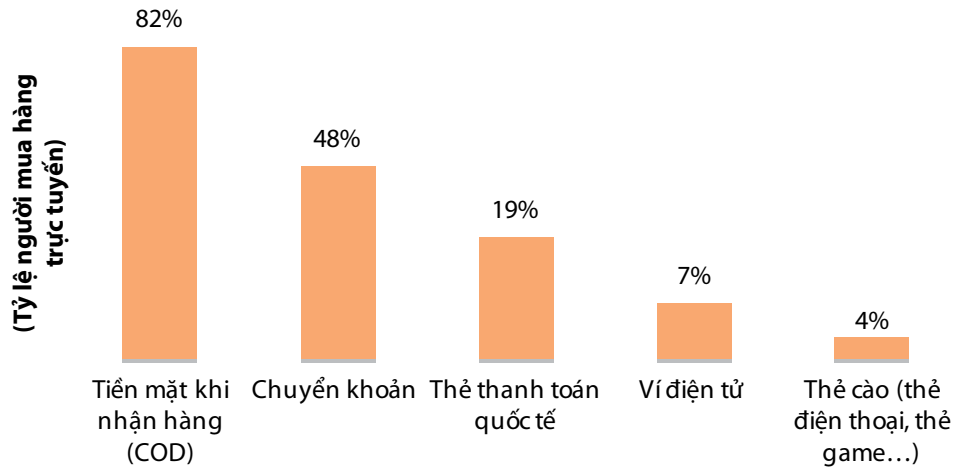
4.4. Loại hình hàng hóa/ dịch vụ thường được mua trên mạng



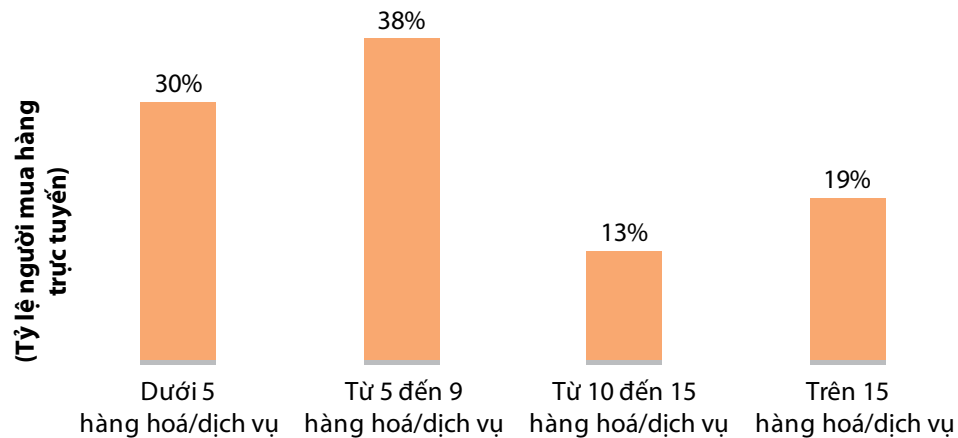
4.5. Các kênh mua sắm trực tuyến



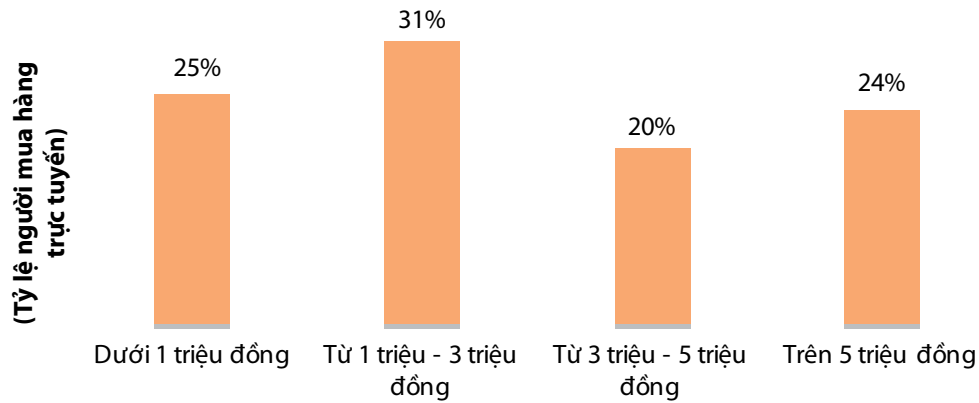
4.6. Các hình thức thanh toán phổ biến được người mua hàng trực tuyến lựa chọn



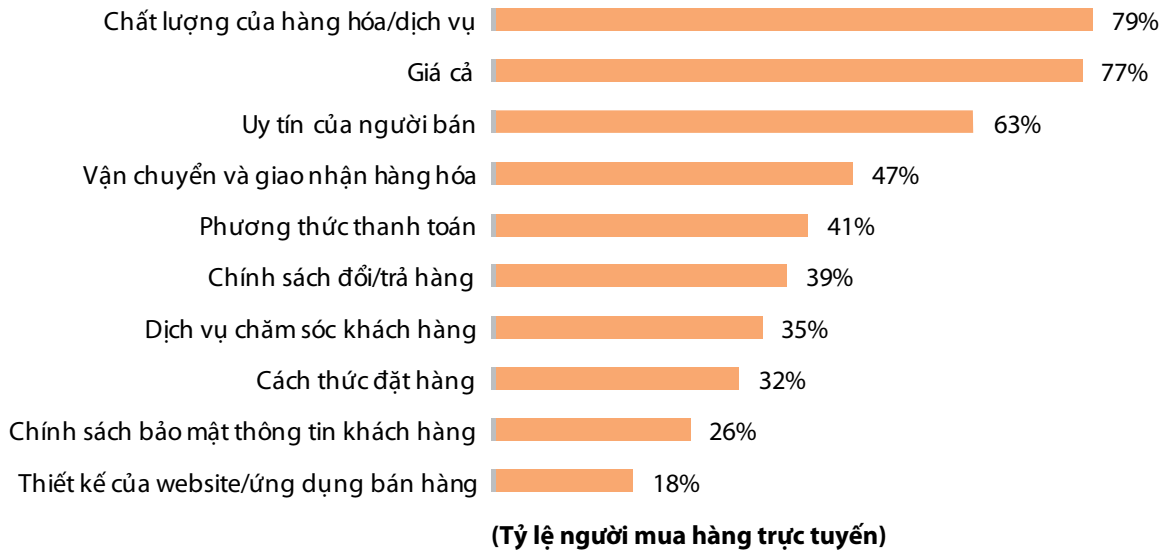
4.7. Số lượng hàng hóa/ dịch vụ mua sắm trực tuyến trung bình của mỗi cá nhân trong năm



4.8. Giá trị mua sắm trực tuyến của mỗi cá nhân trong năm



4.9. Các yếu tố người mua hàng quan tâm khi mua sắm trực tuyến

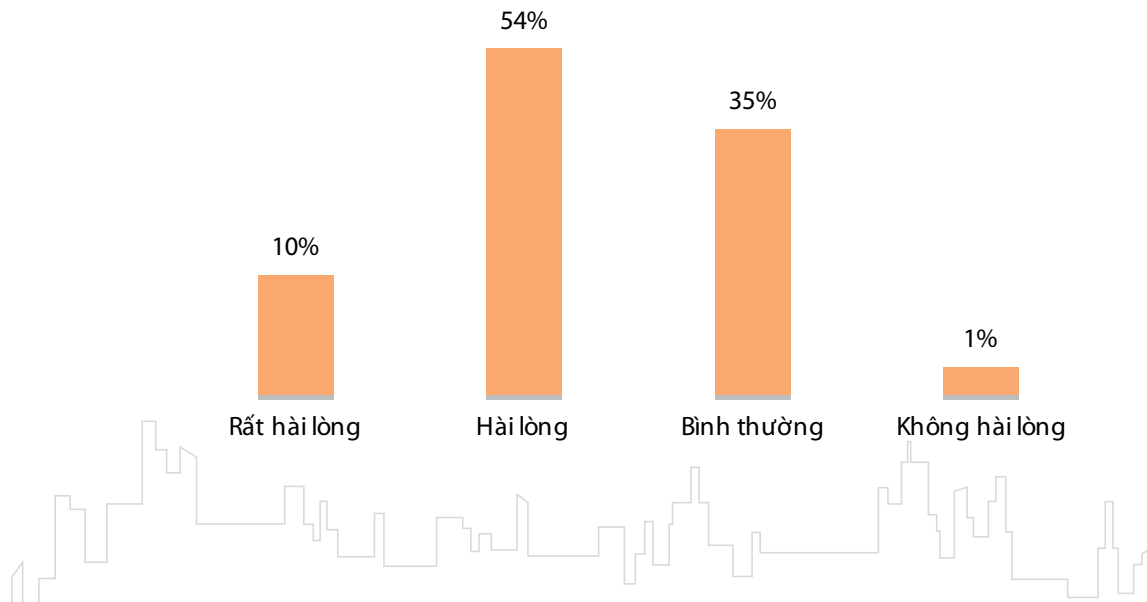


4.10. Lý do lựa chọn 1 website/ứng dụng để mua hàng qua mạng

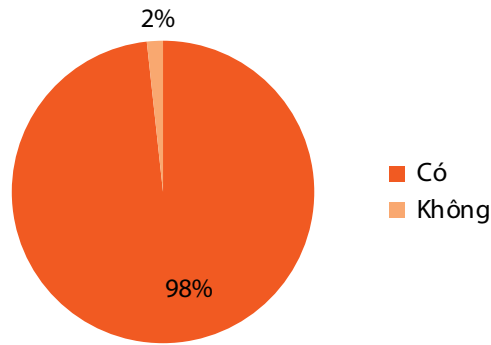


5. Đánh giá mức độ hài lòng của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến

5.1. Mức độ hài lòng của người mua hàng trực tuyến

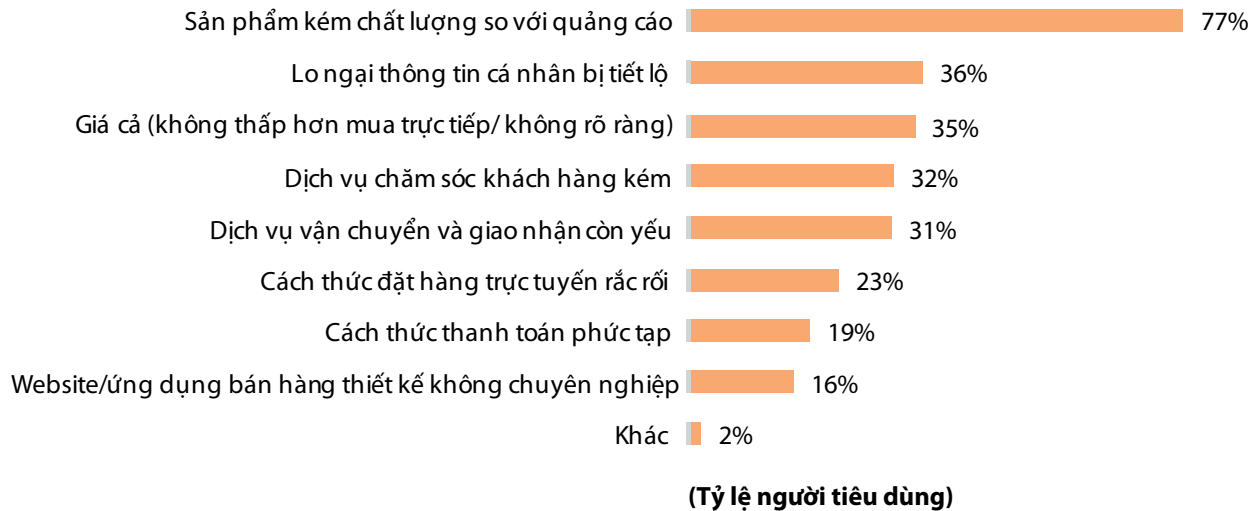


5.2. Tỷ lệ người mua hàng trực tuyến sẽ tiếp tục mua trong thời gian tới

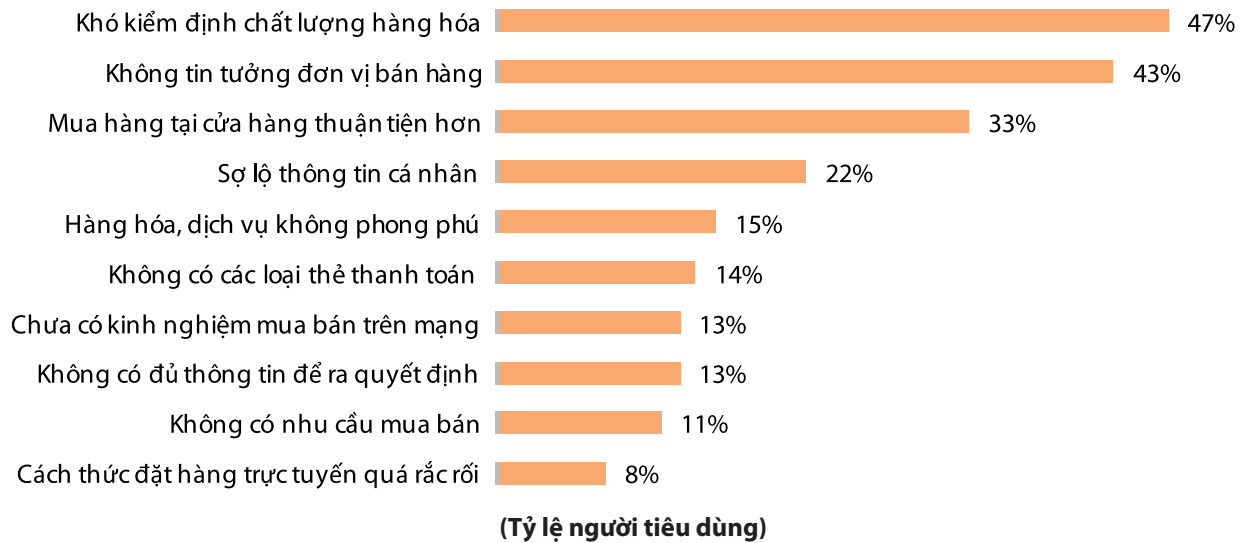


6. Trở ngại khi mua hàng trực tuyến

6.1. Trở ngại khi mua hàng trực tuyến

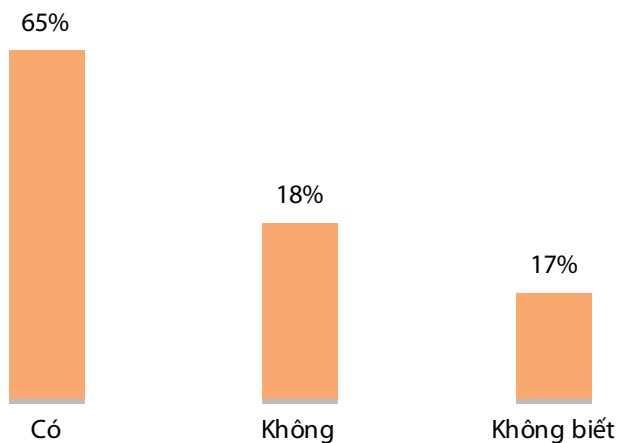


6.2. Lý do người tiêu dùng chưa mua sắm trực tuyến

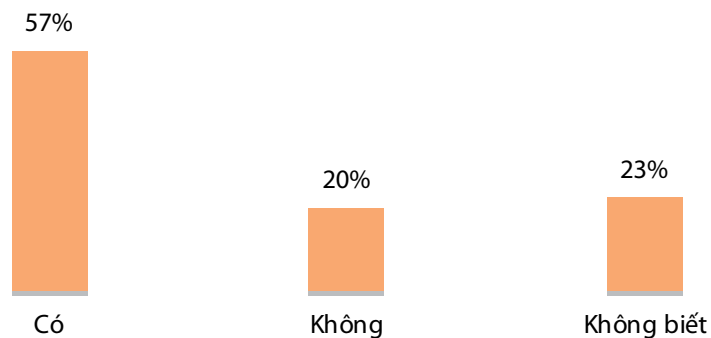


7. Mức độ sẵn sàng của cộng đồng khi tham gia mô hình kinh tế chia sẻ

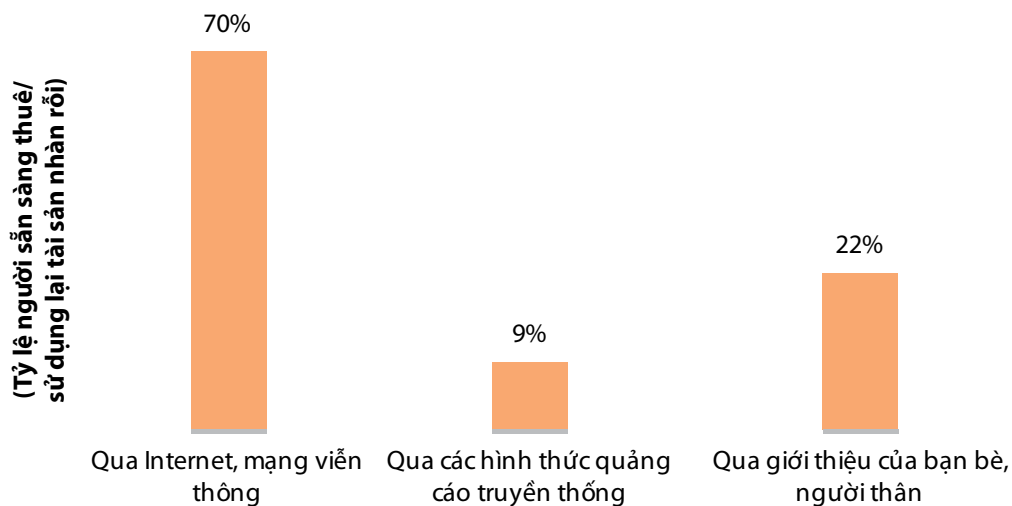
7.1. Tỷ lệ người dân sẵn sàng chia sẻ/ cho thuê tài sản nhàn rỗi



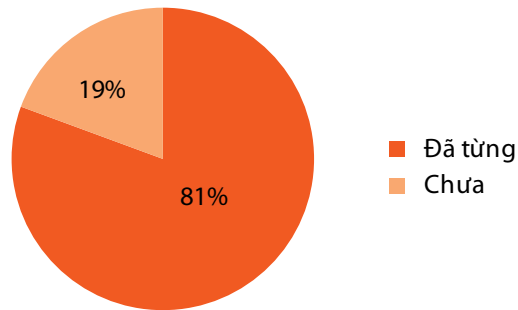
7.2. Tỷ lệ người dân sẵn sàng thuê/sử dụng lại các tài sản nhàn rỗi, dư thừa của người khác



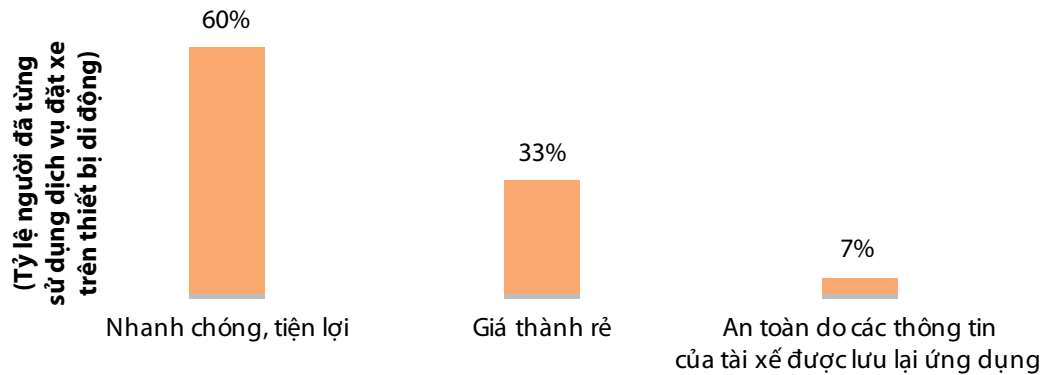
7.3. Phương thức tìm kiếm các thông tin về tài sản dư thừa, nhàn rỗi



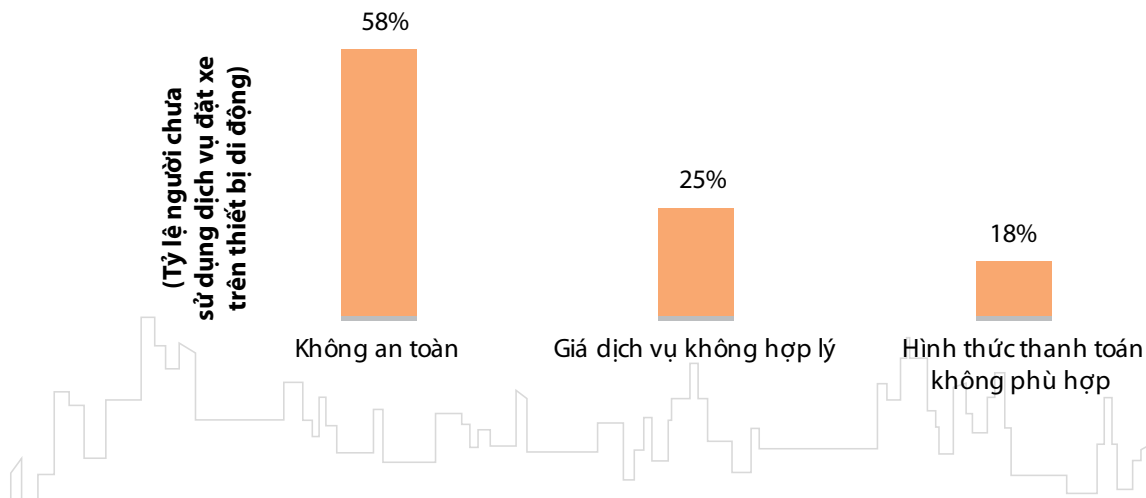
7.4. Tỷ lệ người dân từng sử dụng ứng dụng đặt xe được cài đặt trên thiết bị di động



7.5. Đánh giá của người dân về các dịch vụ đặt xe được cài đặt trên thiết bị di động



7.6. Lý do chưa sử dụng dịch vụ đặt xe được cài đặt trên thiết bị di động





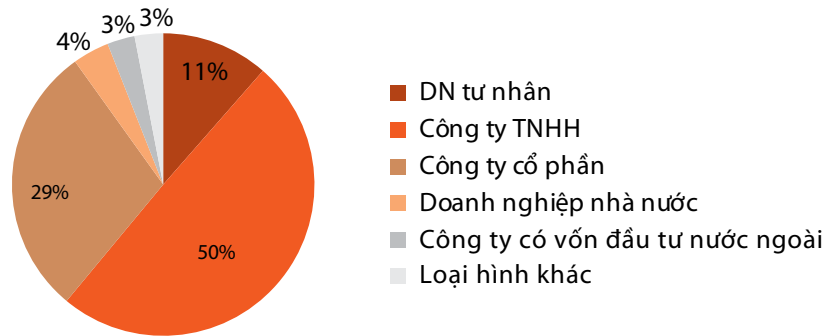
CHƯƠNG 3

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP

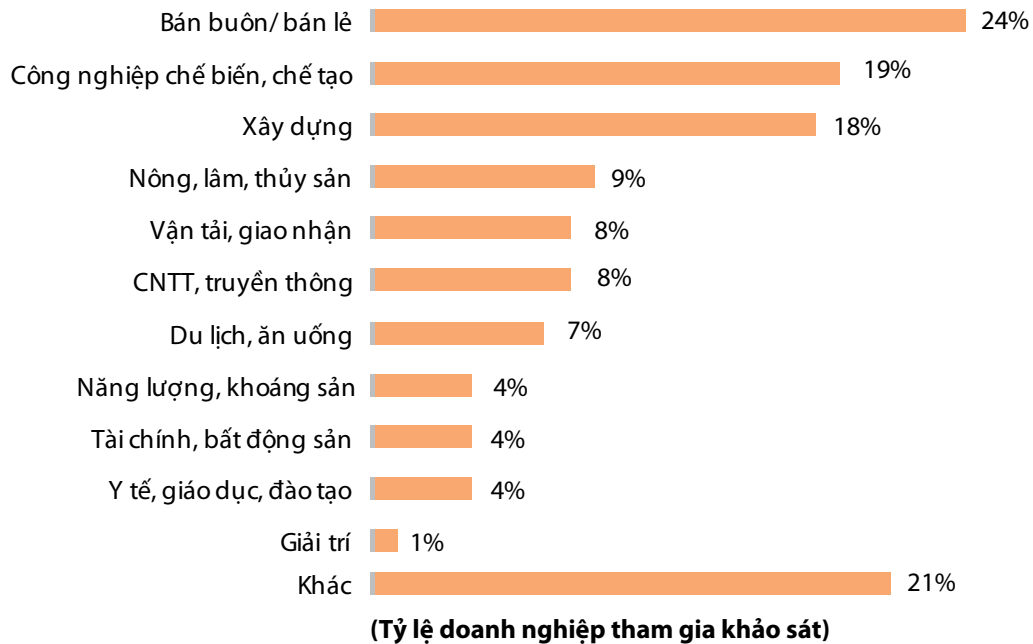


I. THÔNG TIN CHUNG²²

1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát

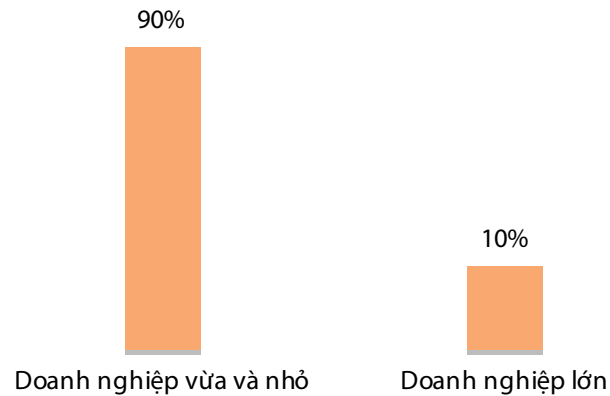


2. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp



²² Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 4.041 doanh nghiệp trên phạm vi cả nước năm 2017. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp.

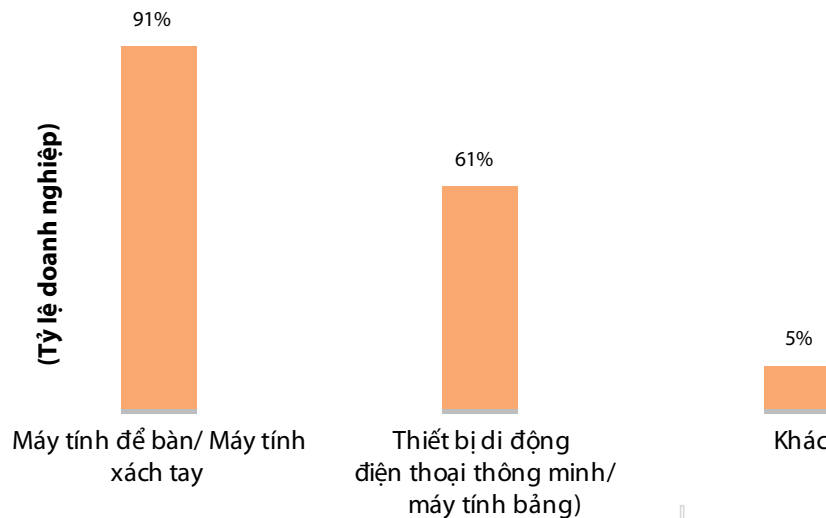
3. Quy mô của doanh nghiệp tham gia khảo sát



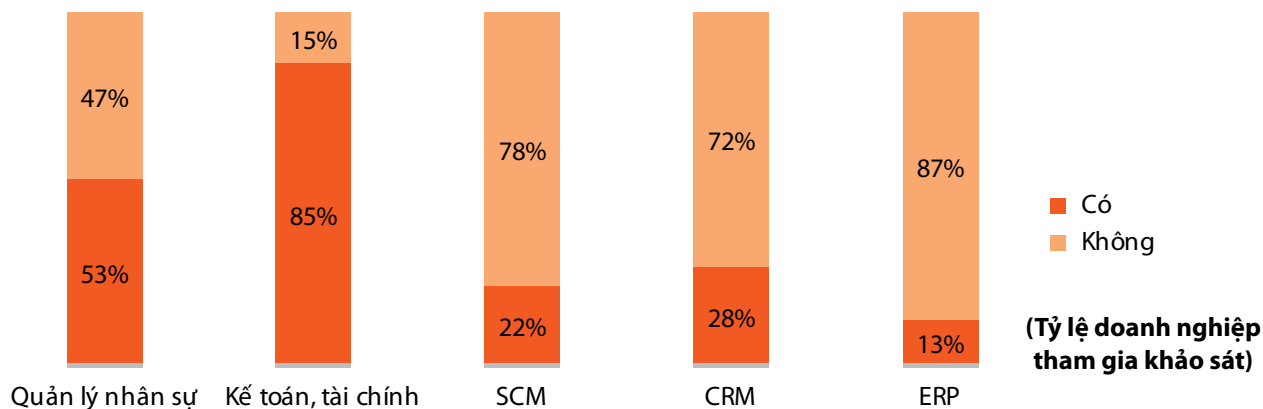
II. MỨC ĐỘ SẴN SÀNG ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

1. Hạ tầng công nghệ thông tin

1.1. Tình hình trang bị máy tính/ thiết bị di động



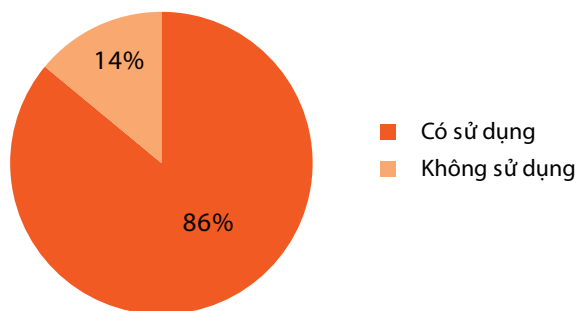
1.2. Các phần mềm phổ biến được doanh nghiệp ứng dụng



1.3. Cơ cấu đầu tư cho hạ tầng công nghệ thông tin của doanh nghiệp

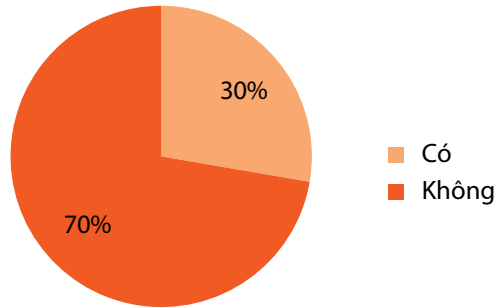


1.4. Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng các công cụ như Viber, WhatsApp, Skype, Facebook Messenger... trong công việc

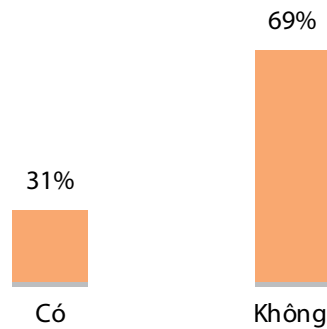


2. Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử

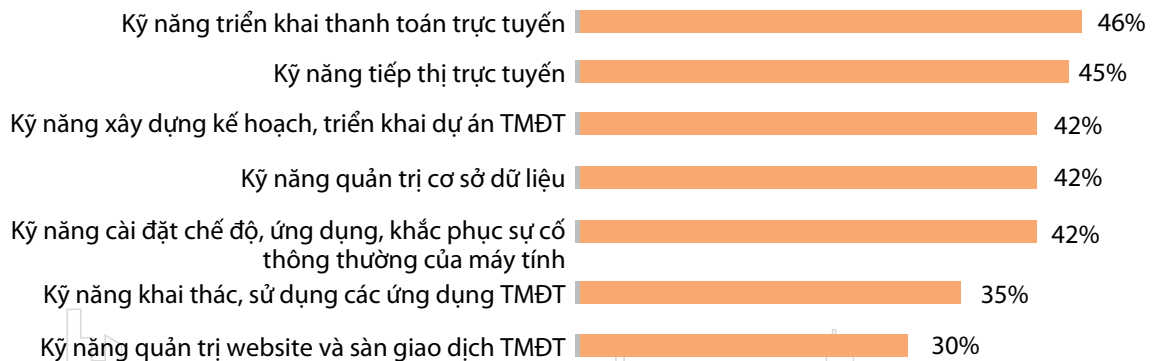
2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về CNTT-TMĐT



2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tuyển dụng lao động có kỹ năng về CNTT - TMĐT



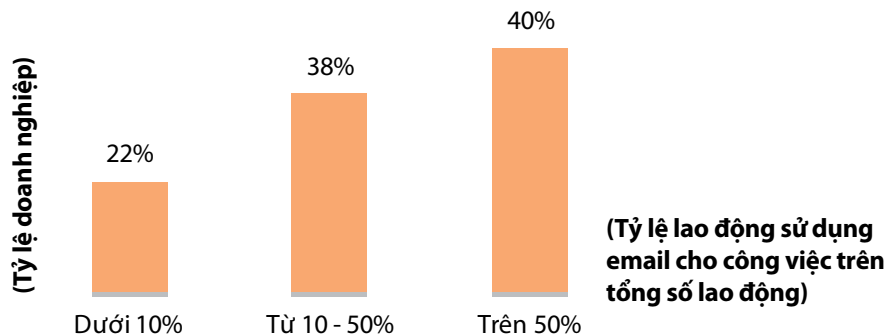
2.3. Các kỹ năng chuyên ngành CNTT – TMĐT khó tuyển dụng hiện nay



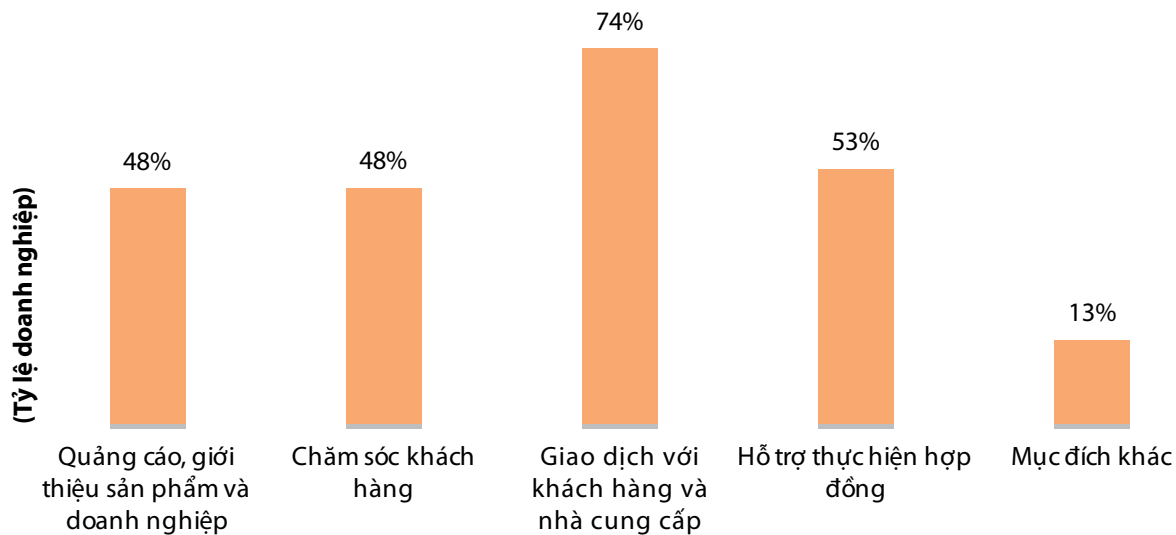
(Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia khảo sát)

3. Tình hình ứng dụng thư điện tử

3.1. Tình hình sử dụng thư điện tử trong doanh nghiệp

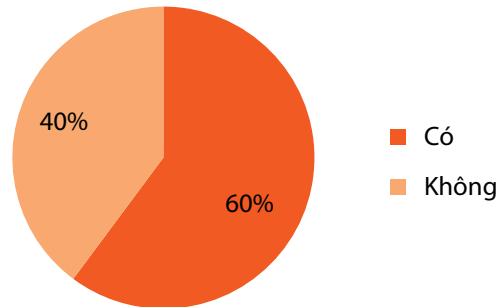


3.2. Các mục đích sử dụng thư điện tử của doanh nghiệp

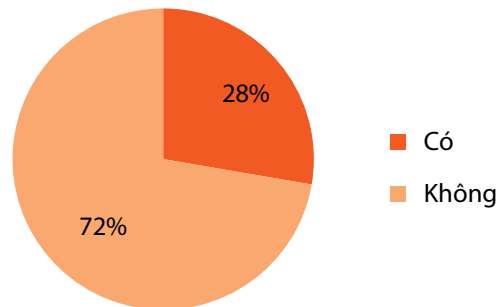


4. Tình hình sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử

4.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng chữ ký điện tử



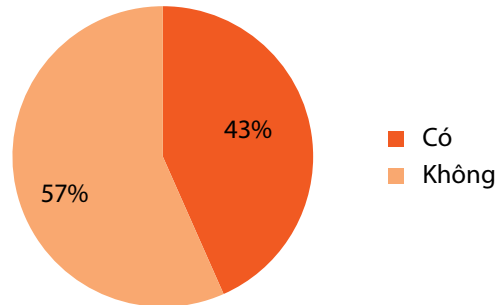
4.2. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử



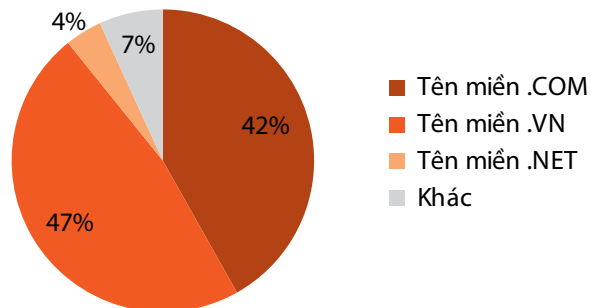
III. CÁC HÌNH THỨC ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP

1. Thương mại điện tử trên nền tảng website

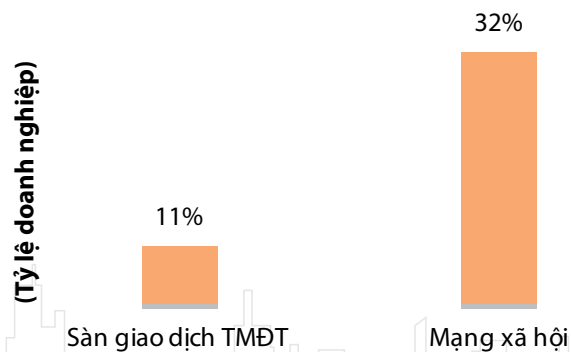
1.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu website



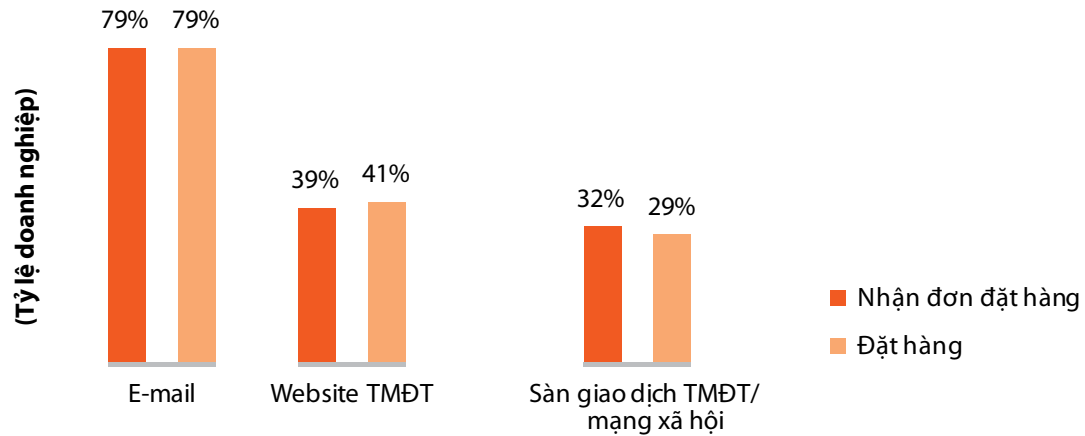
1.2. Tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn tên miền khi xây dựng website TMĐT



1.3. Tỷ lệ doanh nghiệp có tham gia sàn giao dịch TMĐT/ mạng xã hội để mua bán hàng hóa/ dịch vụ

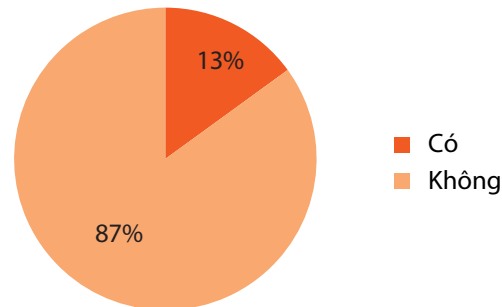


1.4. Hình thức đặt hàng và nhận đơn đặt hàng của doanh nghiệp



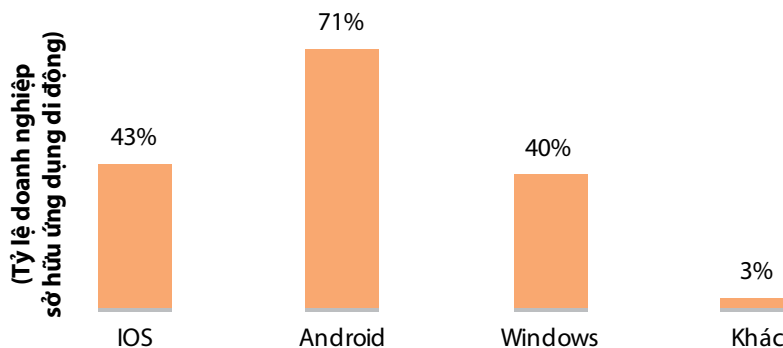
2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động²³

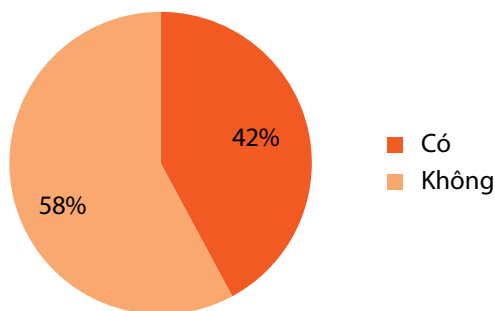


²³ Ứng dụng di động là ứng dụng cài đặt trên thiết bị di động có nối mạng cho phép người dùng truy cập vào cơ sở dữ liệu của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác để mua bán hàng hóa, cung ứng hoặc sử dụng dịch vụ

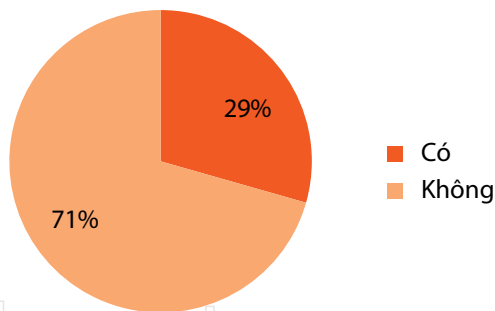
2.2. Các hệ điều hành doanh nghiệp ưu tiên lựa chọn cho ứng dụng di động



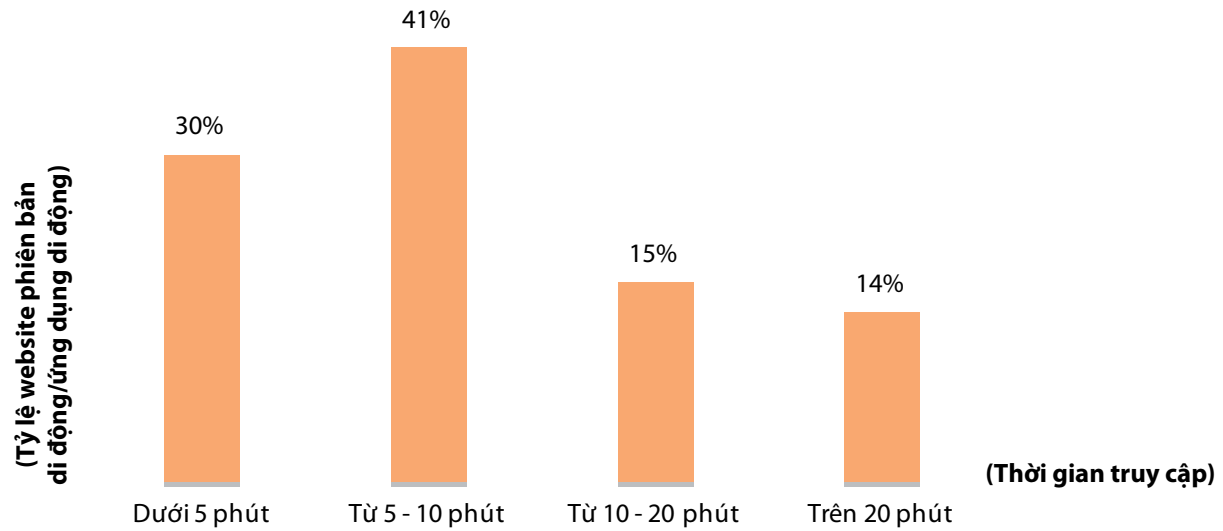
2.3. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động cho phép khách hàng thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trực tuyến (bao gồm cả thanh toán trực tuyến)



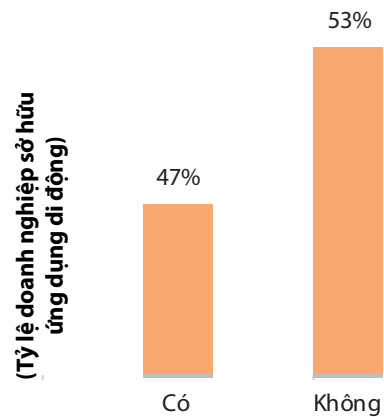
2.4. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động triển khai chương trình khuyến mại riêng cho khách hàng qua ứng dụng



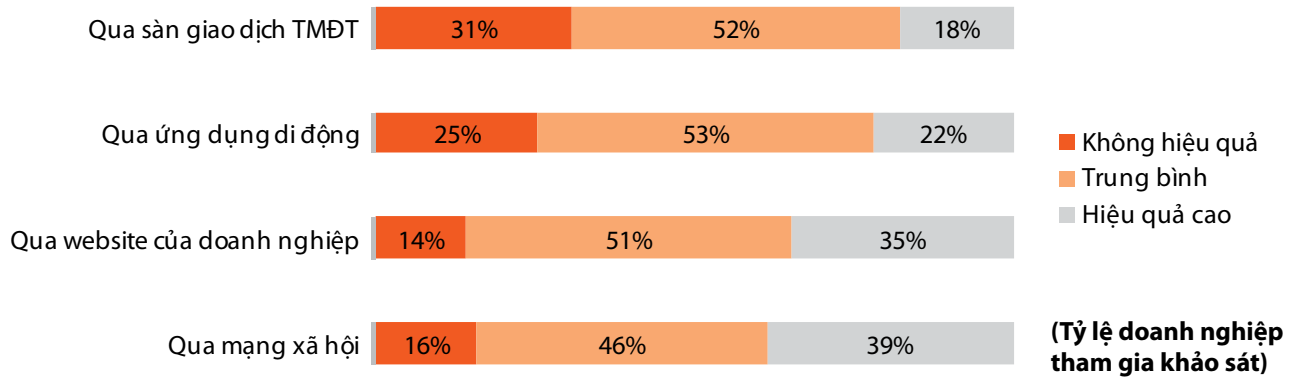
2.5. Thời gian trung bình khách hàng lưu lại khi truy cập vào website TMĐT phiên bản di động/ứng dụng di động



2.6. Tỷ lệ doanh nghiệp có nhận đơn đặt hàng qua ứng dụng di động



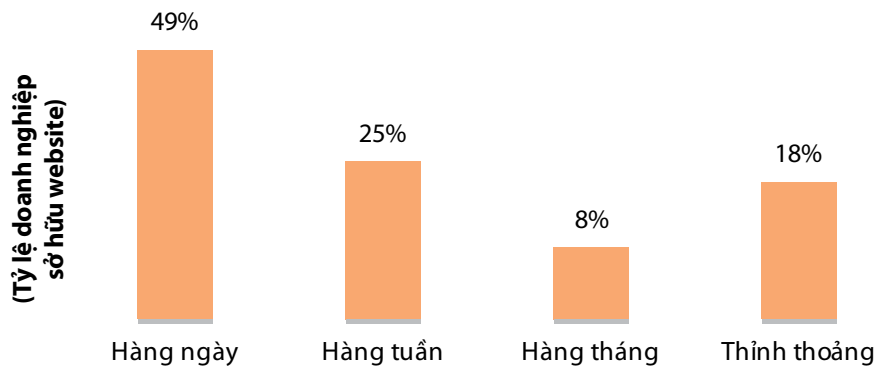
3. Đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả của hoạt động TMĐT qua các hình thức



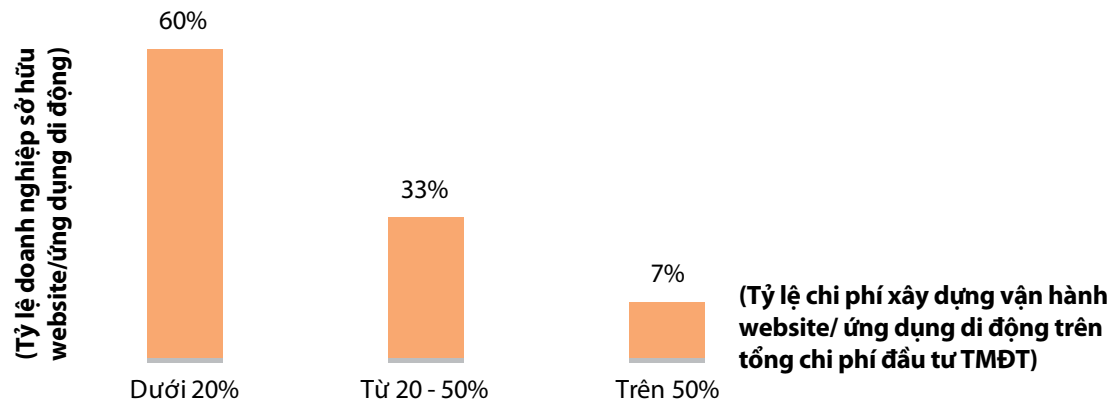
IV. TÌNH HÌNH VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ/ ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

1. Tình hình vận hành website thương mại điện tử/ ứng dụng di động

1.1. Tần suất cập nhật thông tin trên website của doanh nghiệp

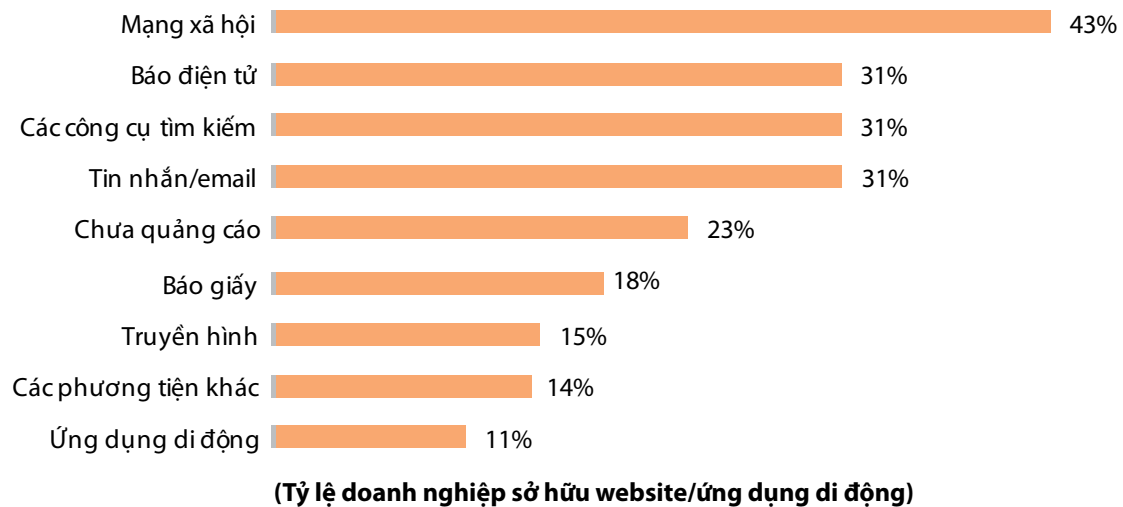


1.2. Chi phí xây dựng, vận hành website/ ứng dụng di động trên tổng chi phí đầu tư TMĐT

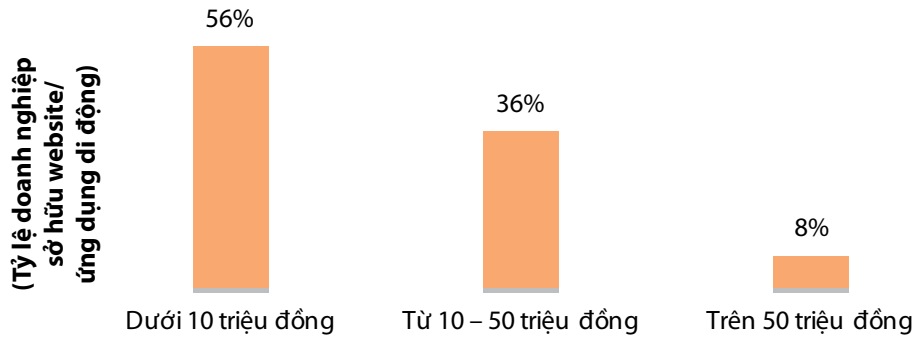


2. Quảng cáo website thương mại điện tử/ ứng dụng di động

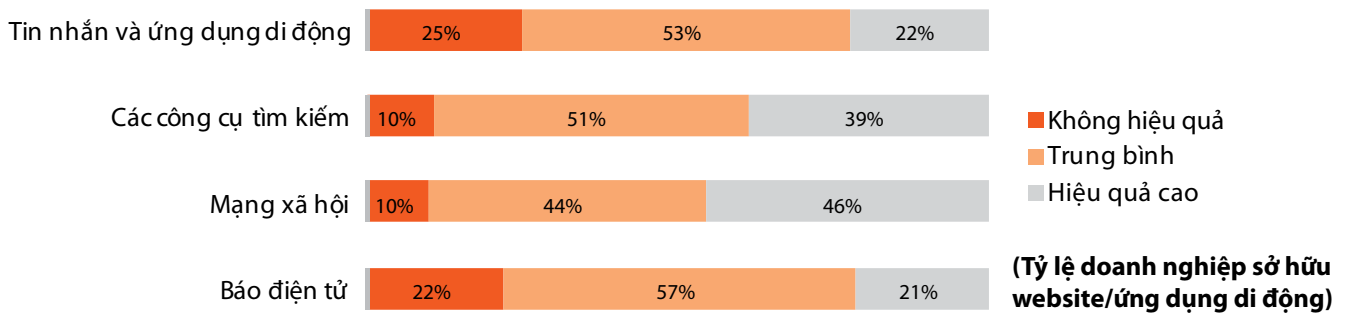
2.1. Các hình thức quảng cáo website/ ứng dụng di động doanh nghiệp thường sử dụng



2.2. Chi phí quảng cáo website/ứng dụng di động của doanh nghiệp

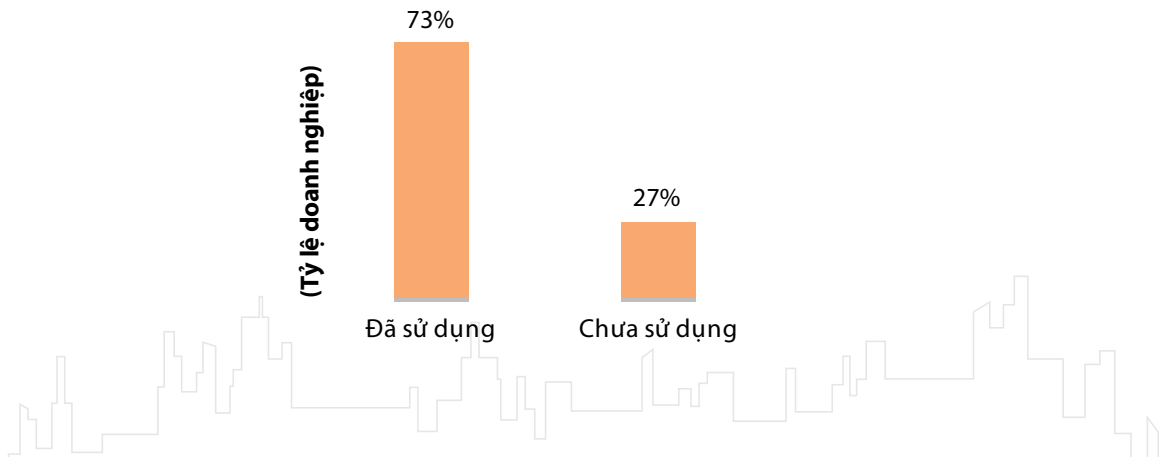


2.3. Đánh giá hiệu quả của việc quảng cáo website/ứng dụng di động qua các hình thức

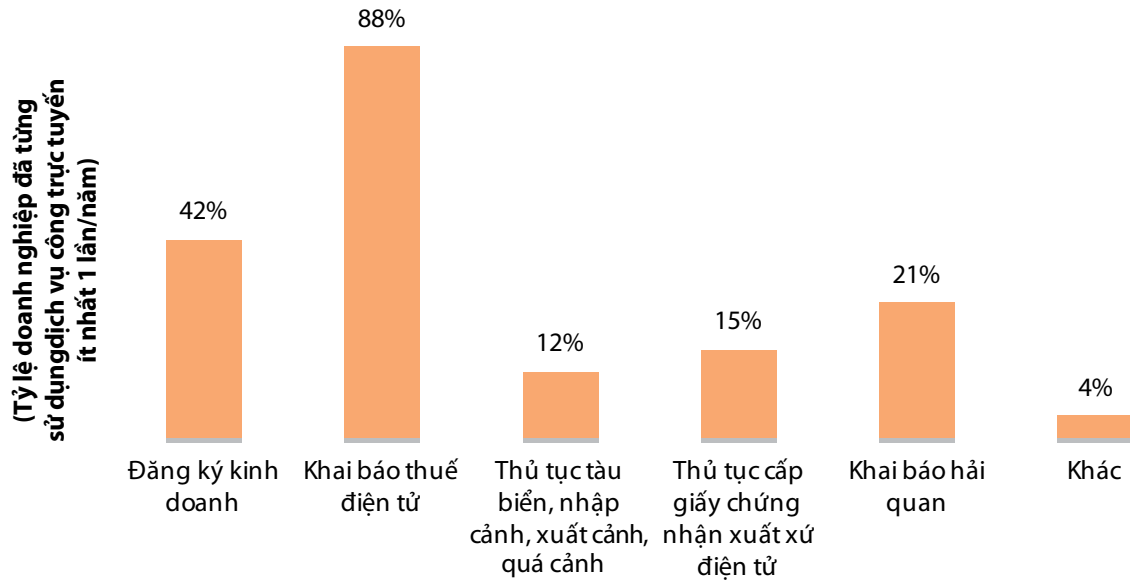


V. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA DOANH NGHIỆP

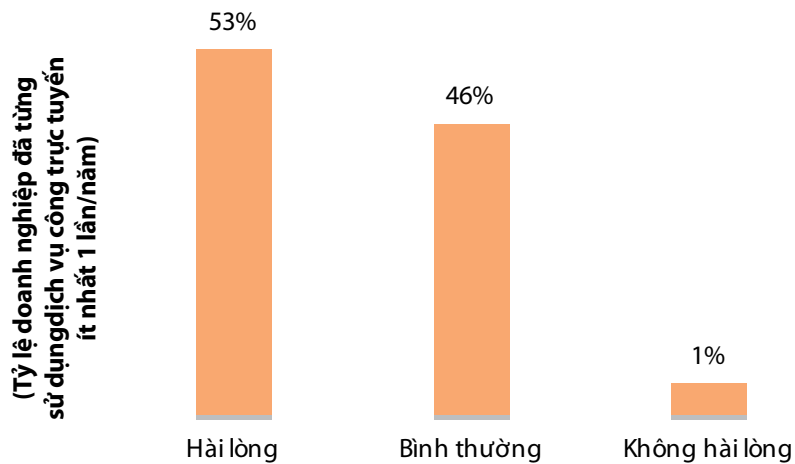
1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/ năm



2. Các loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp đã sử dụng



3. Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến



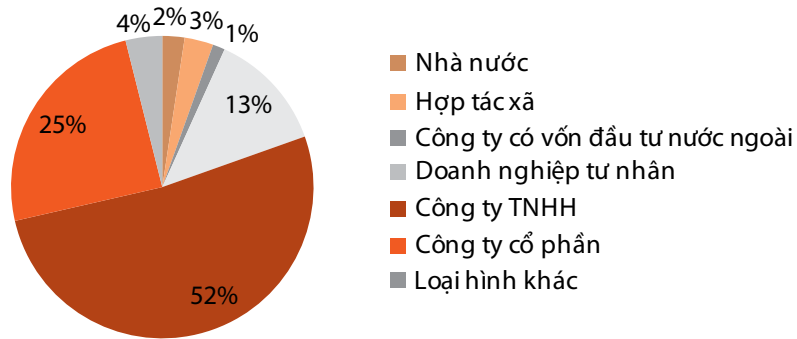
CHƯƠNG 4

ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG
LĨNH VỰC NÔNG SẢN, THỦY SẢN

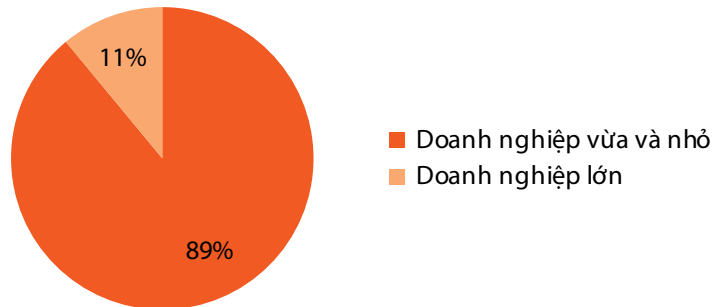


I. THÔNG TIN CHUNG²⁴

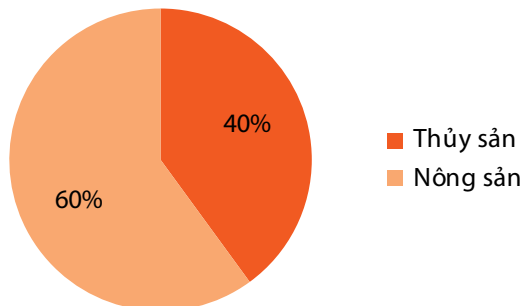
1. Loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát



2. Quy mô doanh nghiệp tham gia khảo sát



3. Lĩnh vực sản xuất, kinh doanh chính của doanh nghiệp tham gia khảo sát

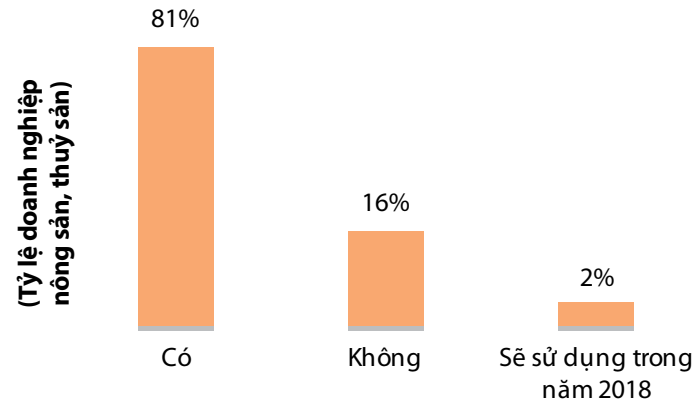


²⁴ Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 1.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông sản, thủy sản trên phạm vi cả nước năm 2017. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp.

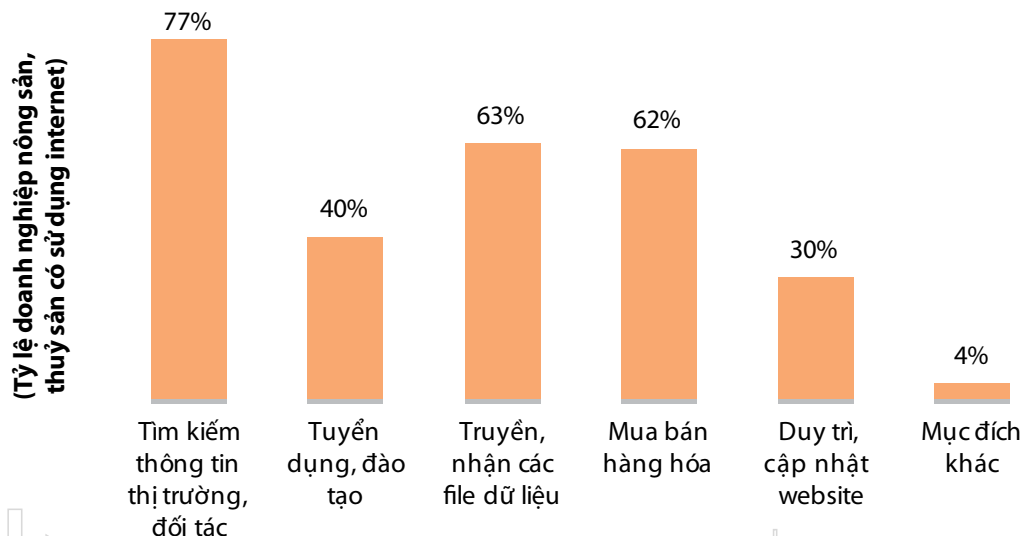
II. TÌNH HÌNH ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NÔNG SẢN, THỦY SẢN

1. Mức độ sử dụng Internet trong các doanh nghiệp nông sản, thủy sản

1.1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng Internet trong hoạt động sản xuất, kinh doanh

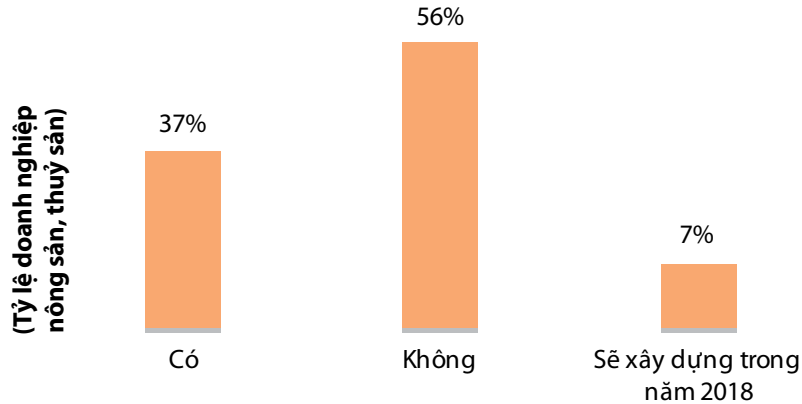


1.2. Mục đích sử dụng Internet của doanh nghiệp nông sản, thủy sản

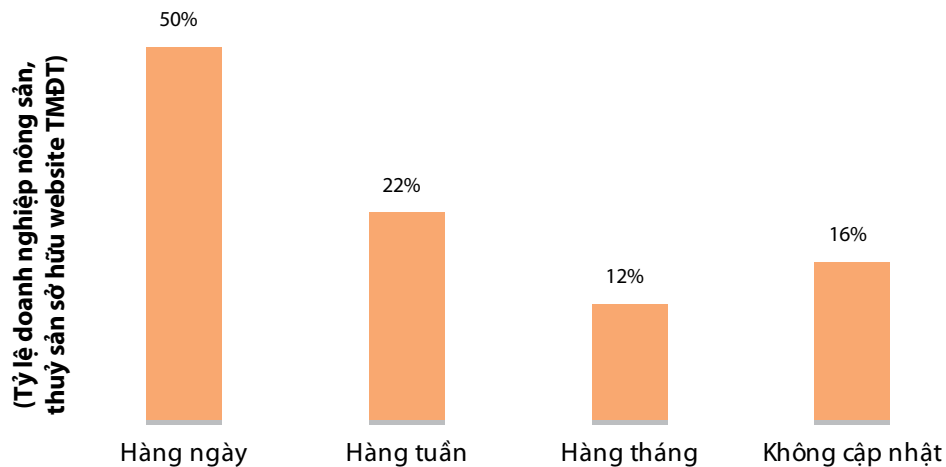


2. Tình hình sử dụng website thương mại điện tử/ ứng dụng di động của các doanh nghiệp nông sản, thủy sản

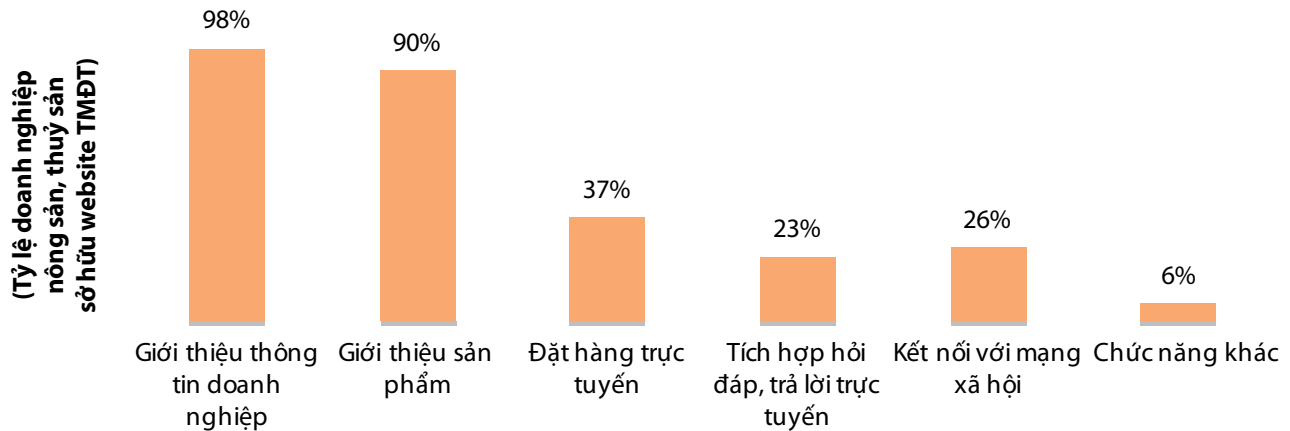
2.1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sở hữu website thương mại điện tử



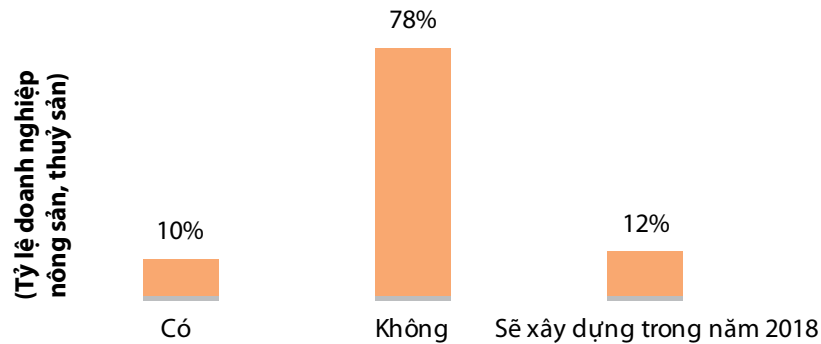
2.2. Tần suất truy cập website của doanh nghiệp nông sản, thủy sản có sở hữu website TMĐT



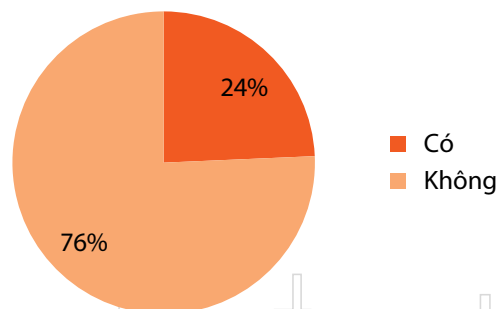
2.3. Các chức năng phổ biến trên website thương mại điện tử của doanh nghiệp nông sản, thủy sản



2.4. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sở hữu website phiên bản di động/ứng dụng di động

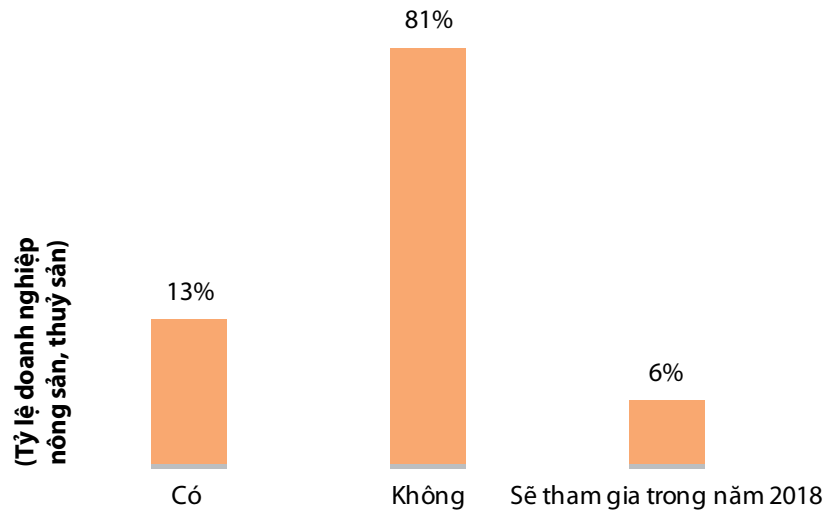


2.5. Tỷ lệ doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về TMĐT

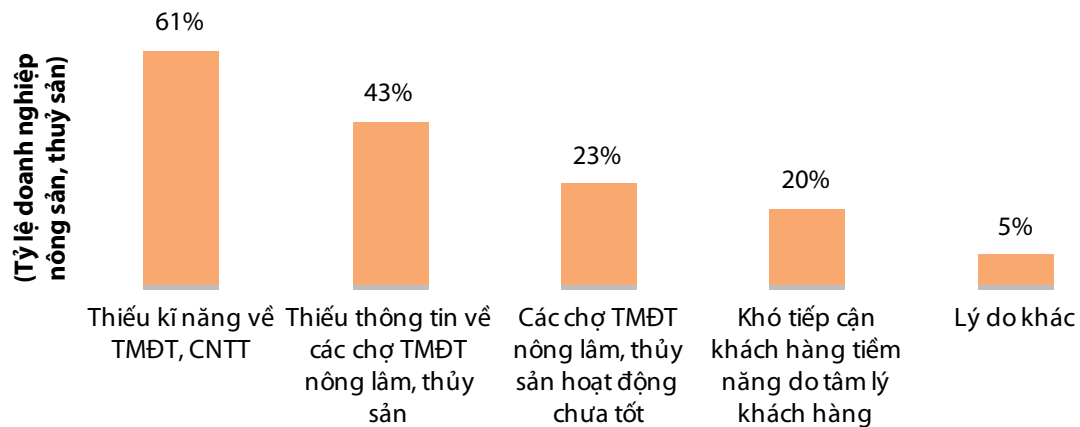


3. Tình hình tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử của các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông sản, thủy sản

3.1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản tham gia sàn giao dịch TMĐT để tìm kiếm thông tin mua, bán sản phẩm

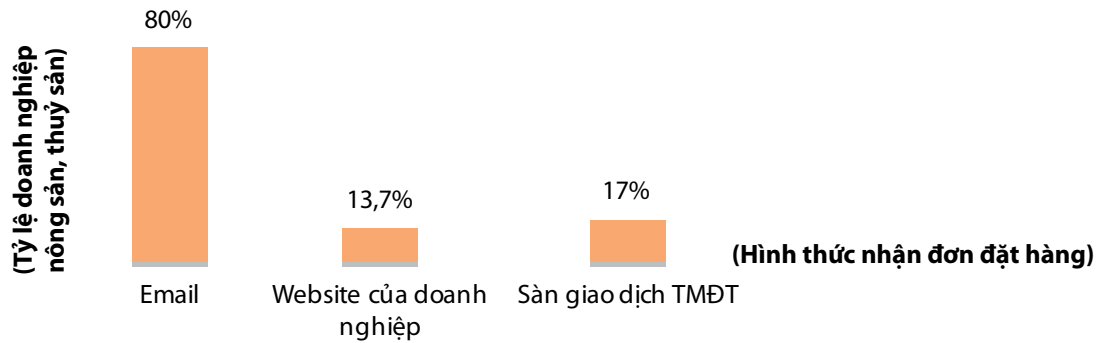


3.2. Lý do doanh nghiệp nông sản, thủy sản không tham gia sàn giao dịch TMĐT

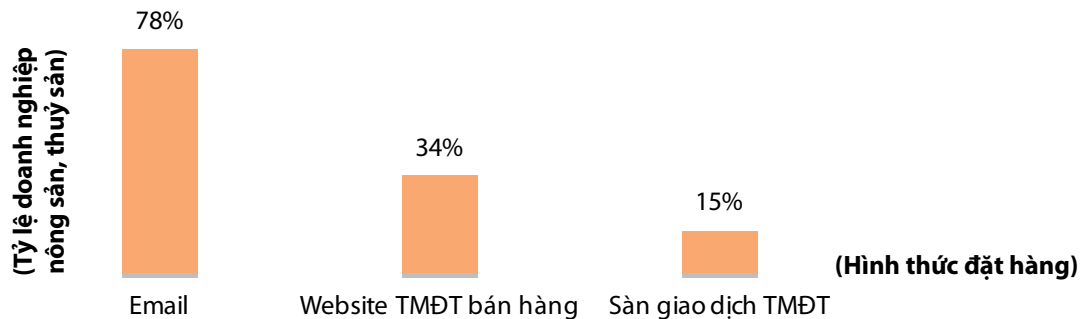


4. Tình hình giao dịch TMĐT qua các hình thức

4.1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản nhận đơn đặt hàng trực tuyến qua các hình thức

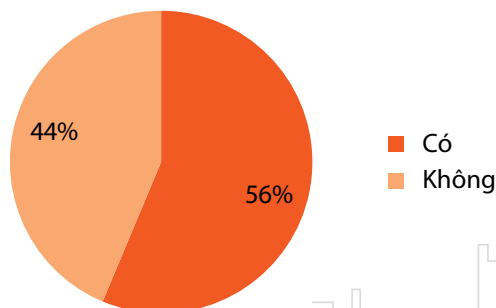


4.2. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản đặt hàng trực tuyến qua các hình thức

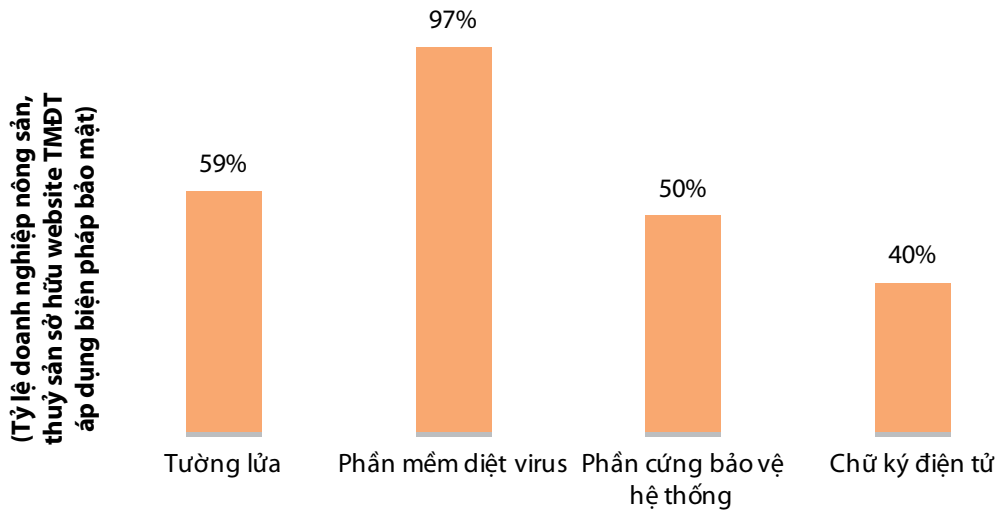


5. Các biện pháp bảo mật CNTT và TMĐT của các doanh nghiệp nông sản, thủy sản

5.1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sở hữu website TMĐT/ ứng dụng di động áp dụng các biện pháp bảo mật CNTT và TMĐT

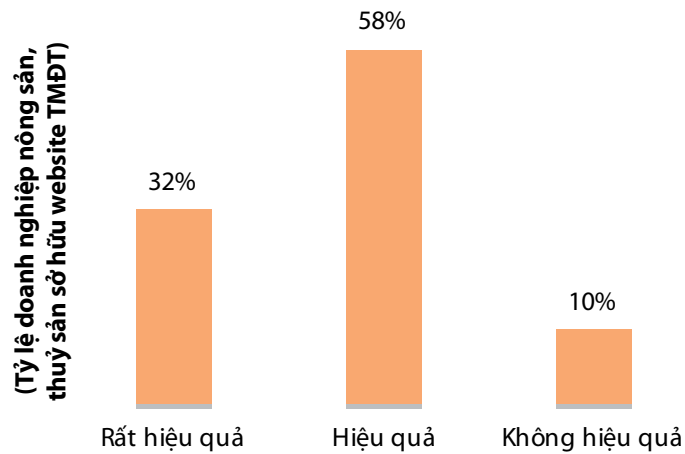


5.2. Biện pháp bảo mật CNTT và TMĐT doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng

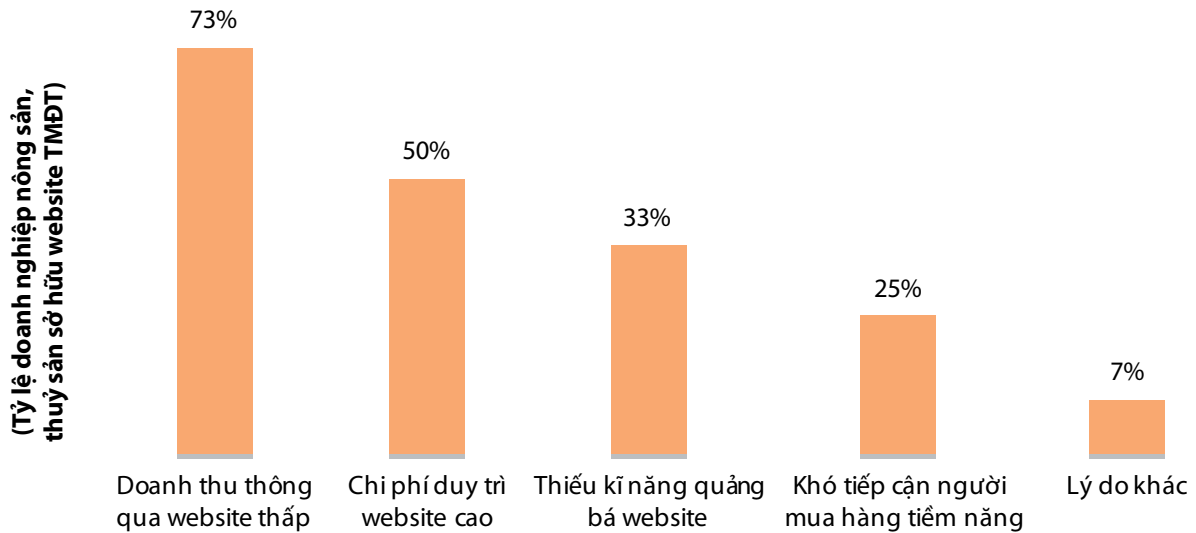


6. Hiệu quả ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp nông sản, thủy sản

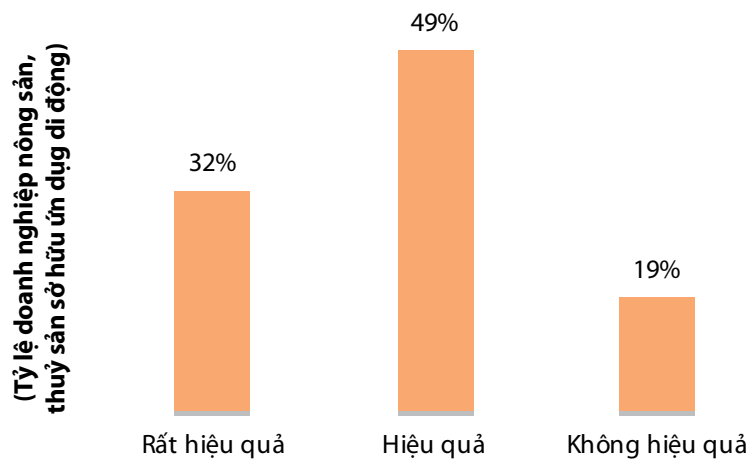
6.1. Doanh nghiệp nông sản, thủy sản tự đánh giá hiệu quả sản xuất, kinh doanh khi xây dựng website TMĐT



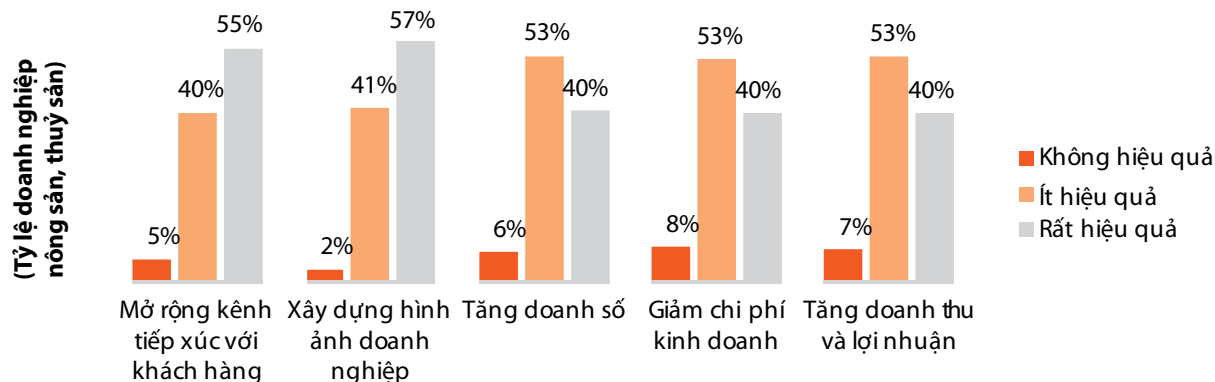
6.2. Lý do xây dựng website TMĐT không hiệu quả



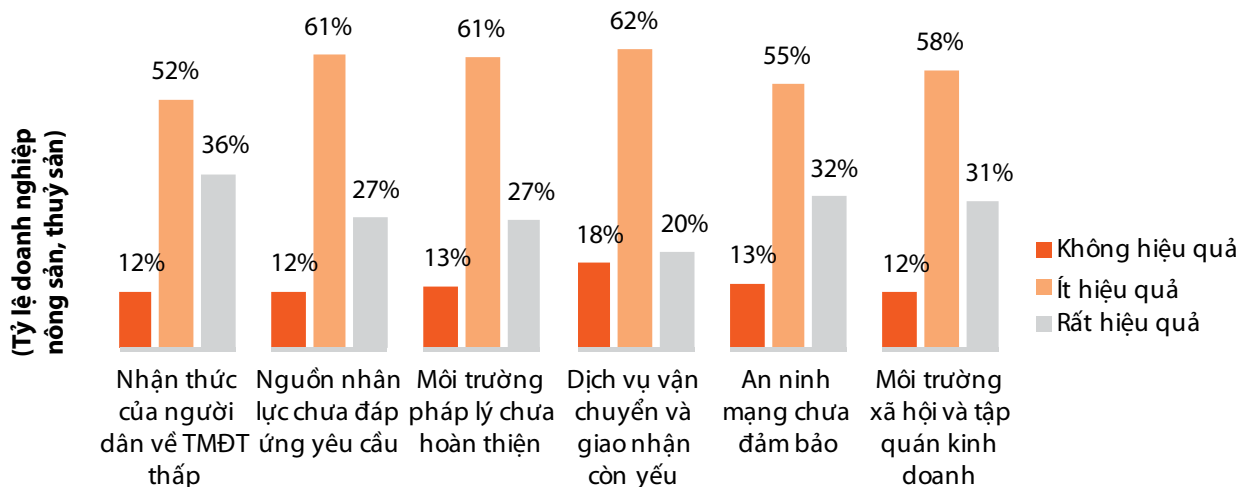
6.3. Doanh nghiệp nông sản, thủy sản tự đánh giá hiệu quả khi xây dựng ứng dụng di động



6.4. Doanh nghiệp tự đánh giá mức độ hiệu quả của việc áp dụng TMĐT trong hoạt động sản xuất, kinh doanh

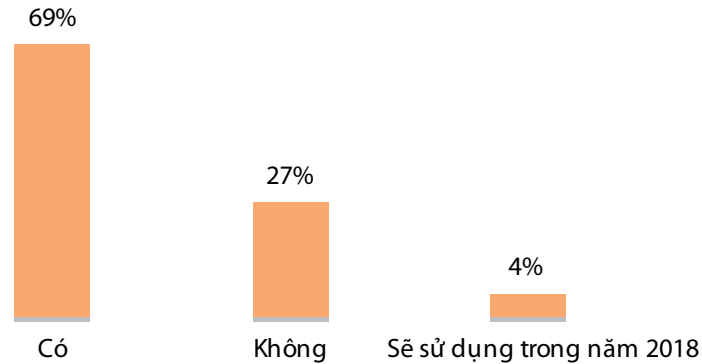


6.5. Doanh nghiệp đánh giá những trở ngại khi ứng dụng TMĐT

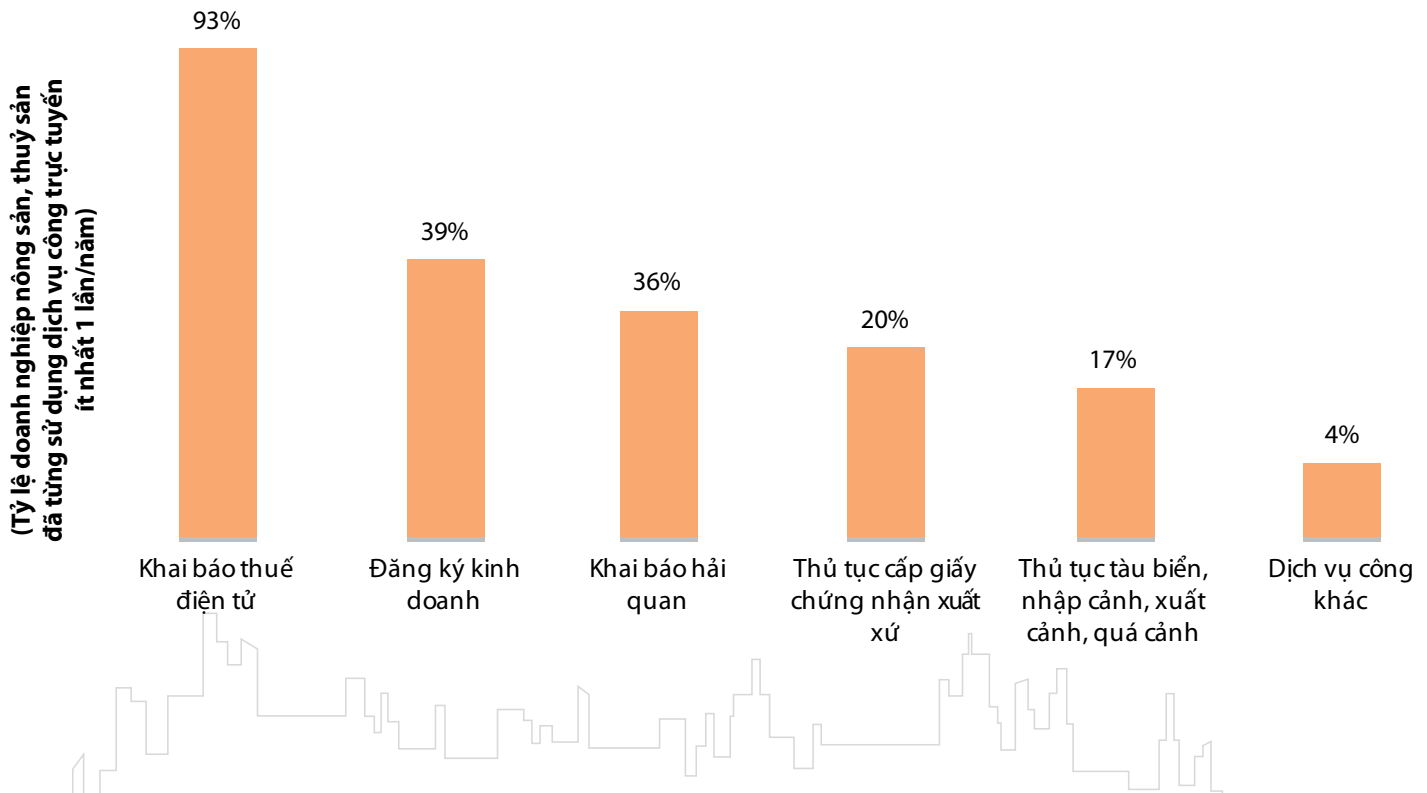


III. TÌNH HÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NÔNG SẢN, THỦY SẢN

1. Tỷ lệ doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng dịch vụ công trực tuyến ít nhất 1 lần/năm



2. Các loại hình dịch vụ công trực tuyến doanh nghiệp nông sản, thủy sản sử dụng



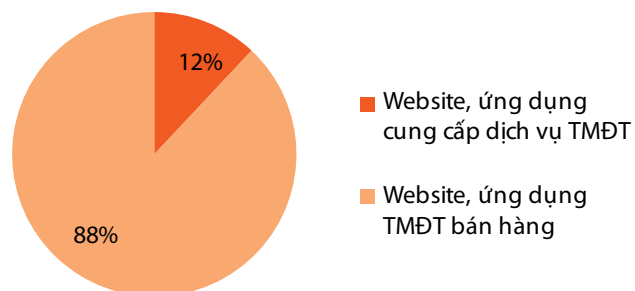
CHƯƠNG 5

TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA WEBSITE,
ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



I. THÔNG TIN CHUNG²⁵

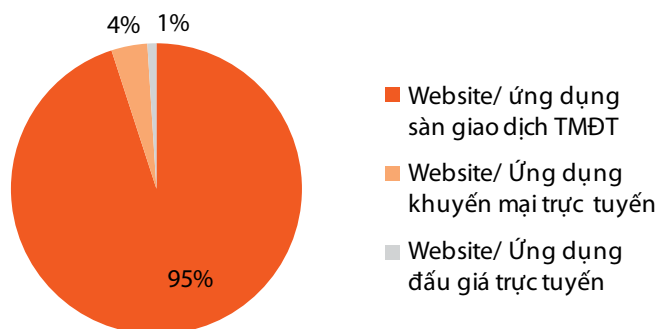
1. Mô hình hoạt động của website, ứng dụng di động



1.1. Phân loại website, ứng dụng TMĐT bán hàng

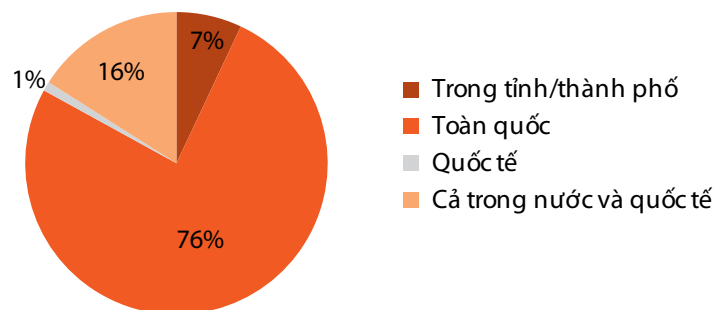


1.2. Phân loại website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT

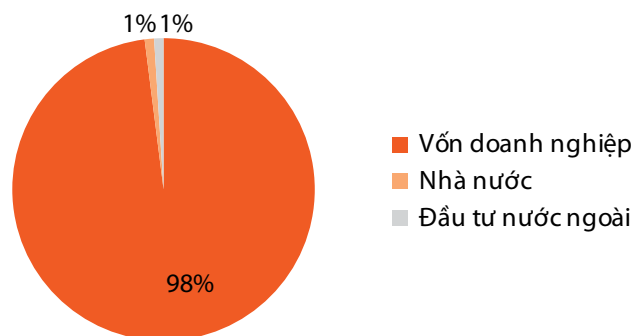


²⁴ Số liệu trong chương này được tổng hợp từ kết quả khảo sát 3.490 thương nhân, tổ chức sở hữu website, ứng dụng thương mại điện tử trên phạm vi cả nước năm 2017. Hình thức khảo sát là điền phiếu trực tiếp.

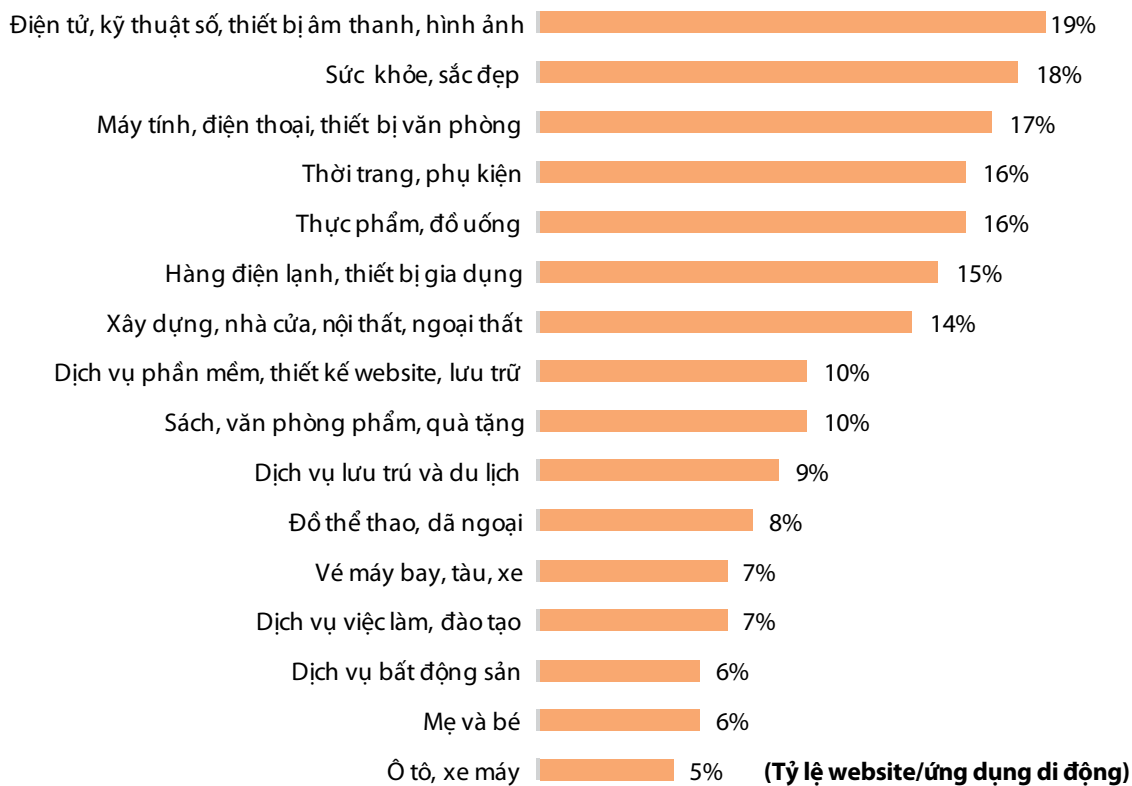
2. Phạm vi kinh doanh của website, ứng dụng di động



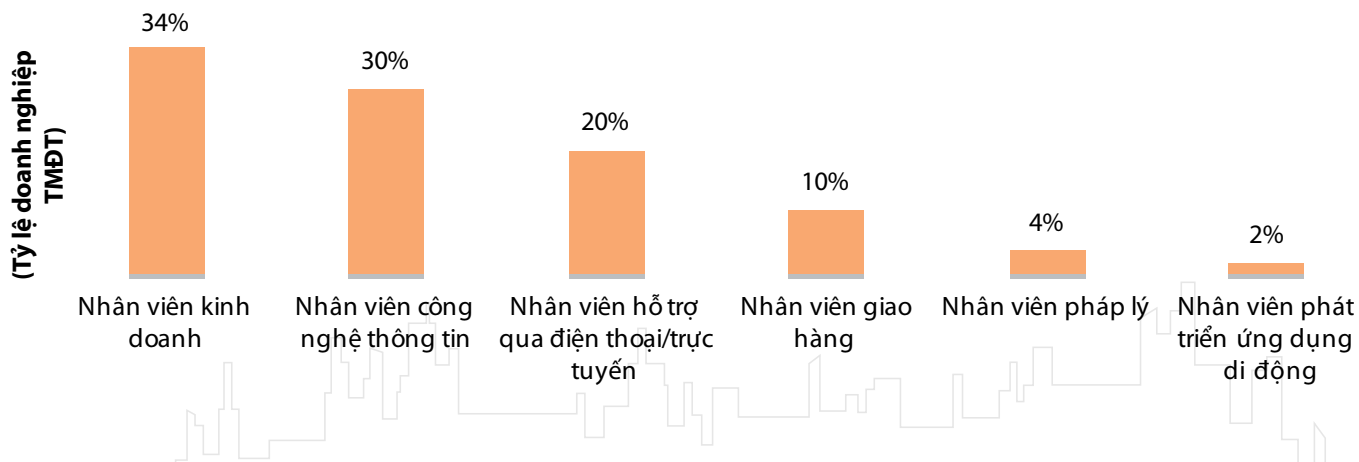
3. Nguồn vốn đầu tư cho website, ứng dụng di động



4. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch phổ biến trên website, ứng dụng di động



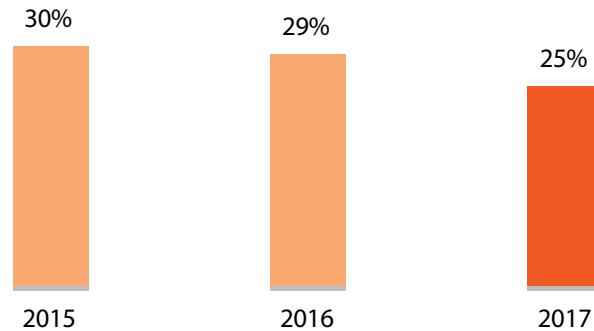
5. Cơ cấu nhân lực trong doanh nghiệp TMĐT



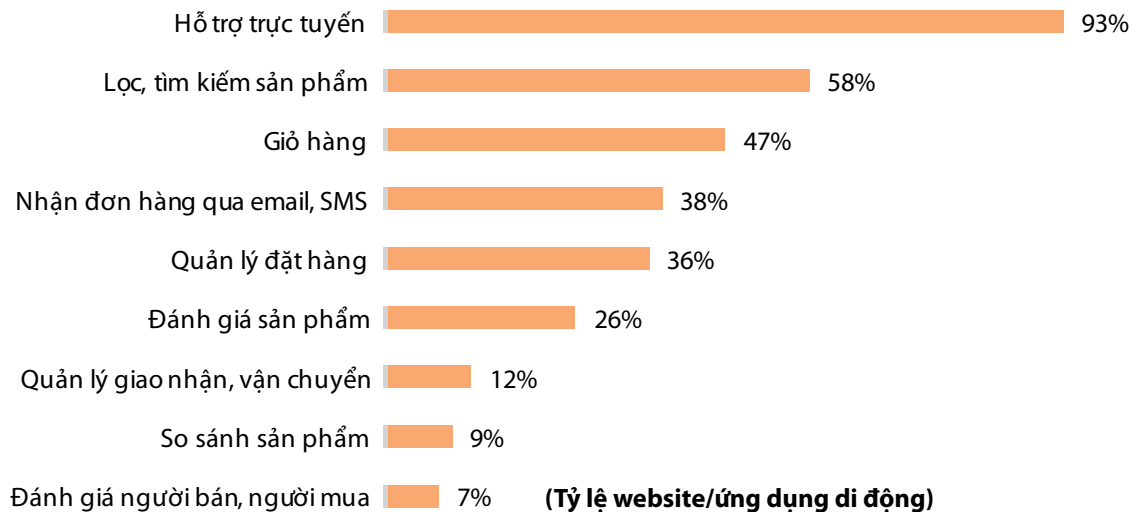
II. TÍNH NĂNG VÀ DỊCH VỤ HỖ TRỢ TRÊN WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Các tiện ích và công cụ hỗ trợ

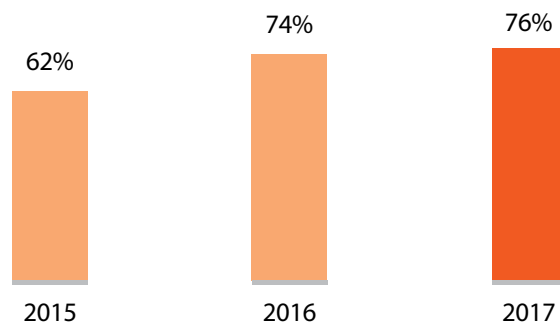
1.1. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có yêu cầu khách hàng đăng ký thành viên



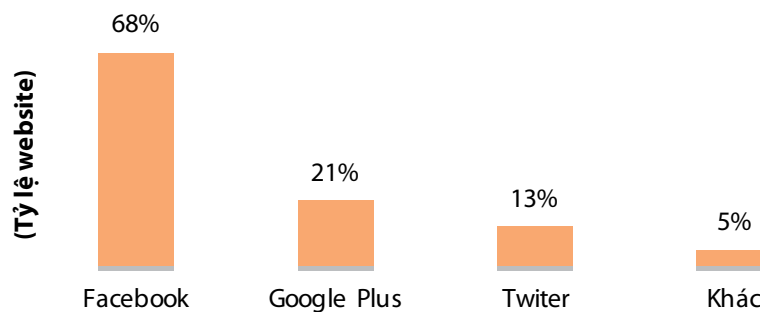
1.2. Các tiện ích được cung cấp trên website, ứng dụng di động



1.3. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có tích hợp mạng xã hội

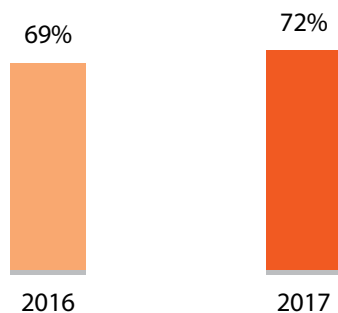


1.4. Các trang mạng xã hội phổ biến được tích hợp trên website TMĐT

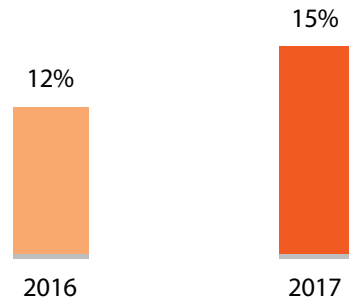


2. Thương mại điện tử trên nền tảng di động

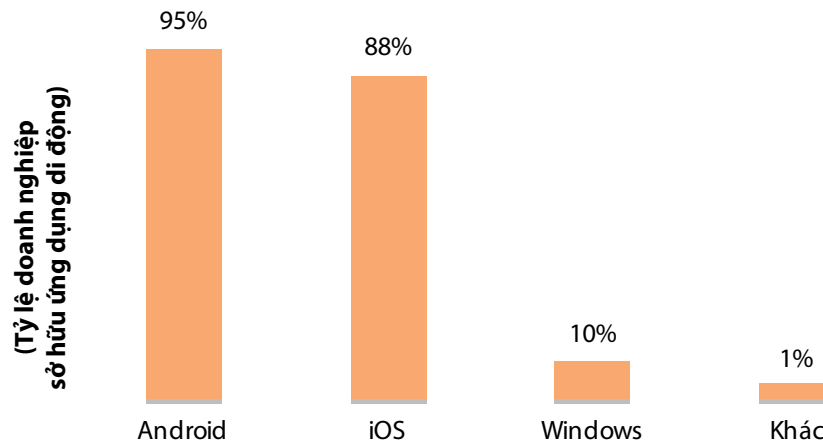
2.1. Tỷ lệ website có phiên bản tương thích với thiết bị di động



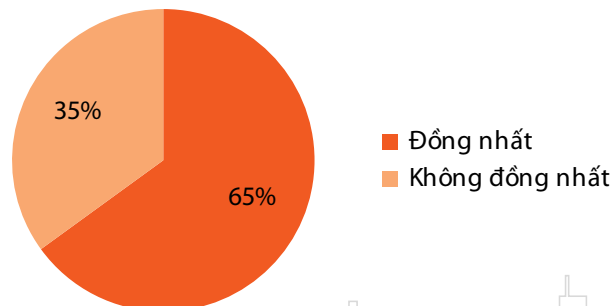
2.2. Tỷ lệ doanh nghiệp sở hữu ứng dụng di động



2.3. Hệ điều hành của ứng dụng

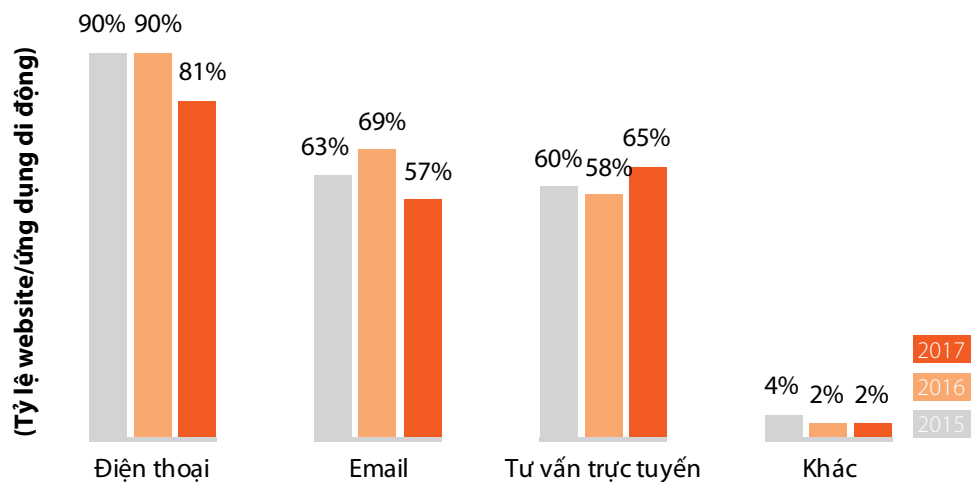


2.4. Tỷ lệ ứng dụng đồng nhất với nội dung của website

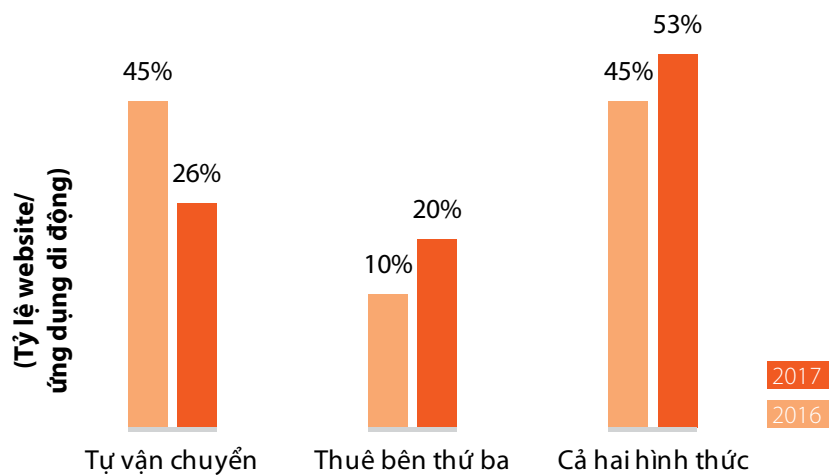


3. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ

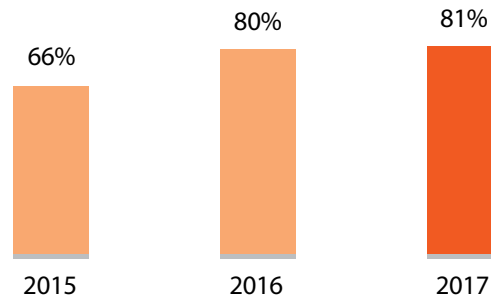
3.1. Các công cụ hỗ trợ khách hàng thường sử dụng



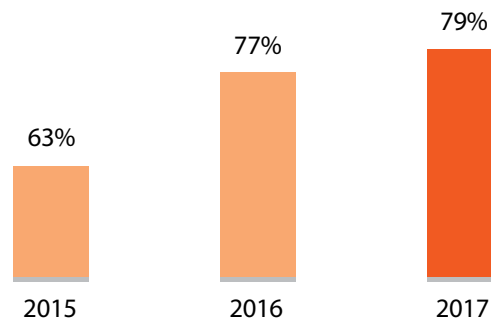
3.2. Các hình thức vận chuyển, giao nhận được sử dụng



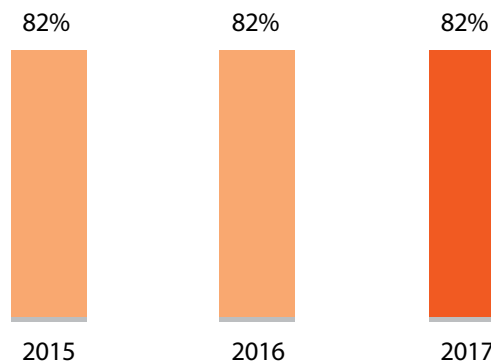
3.3. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách bảo hành đối với hàng hóa, dịch vụ



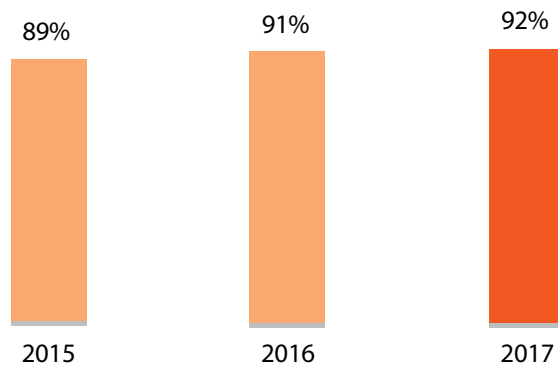
3.4. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách đổi, trả hàng và hoàn tiền



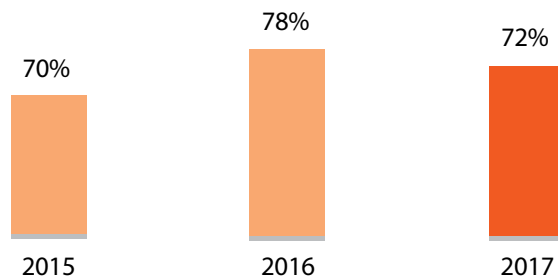
3.5. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách giải quyết tranh chấp, khiếu nại



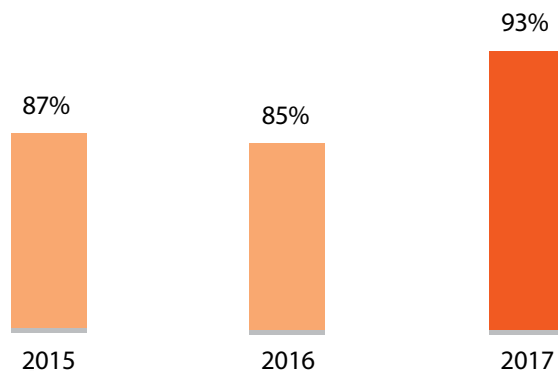
3.6. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có chính sách bảo vệ thông tin cá nhân



3.7. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có cơ chế và quy trình rà soát, duyệt nội dung thông tin

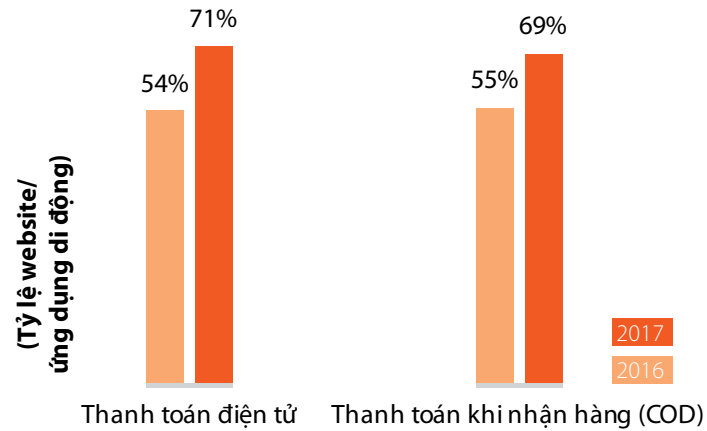


3.7. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có biện pháp bảo đảm an toàn thông tin

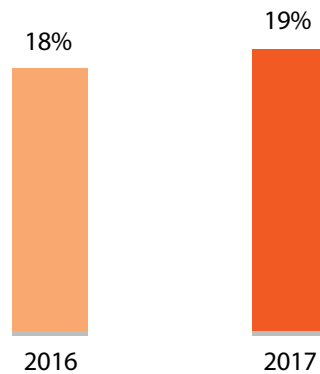


4. Các hình thức thanh toán

4.1. Các hình thức thanh toán được website, ứng dụng di động chấp nhận²⁶

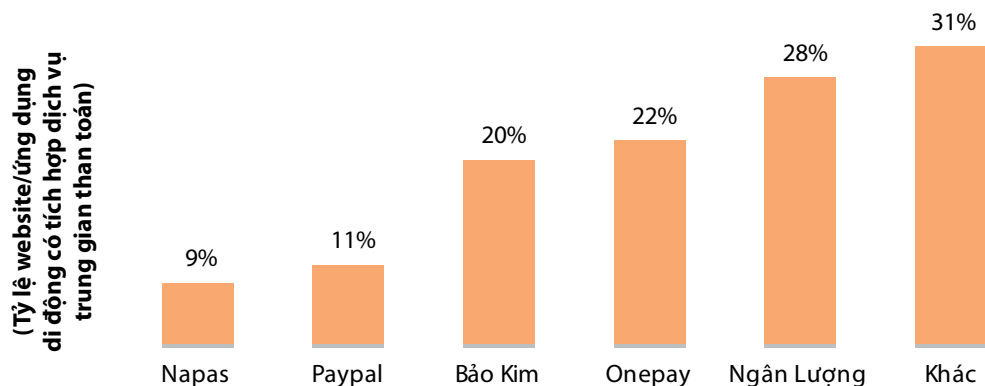


4.2. Tỷ lệ website, ứng dụng di động có tích hợp dịch vụ trung gian thanh toán



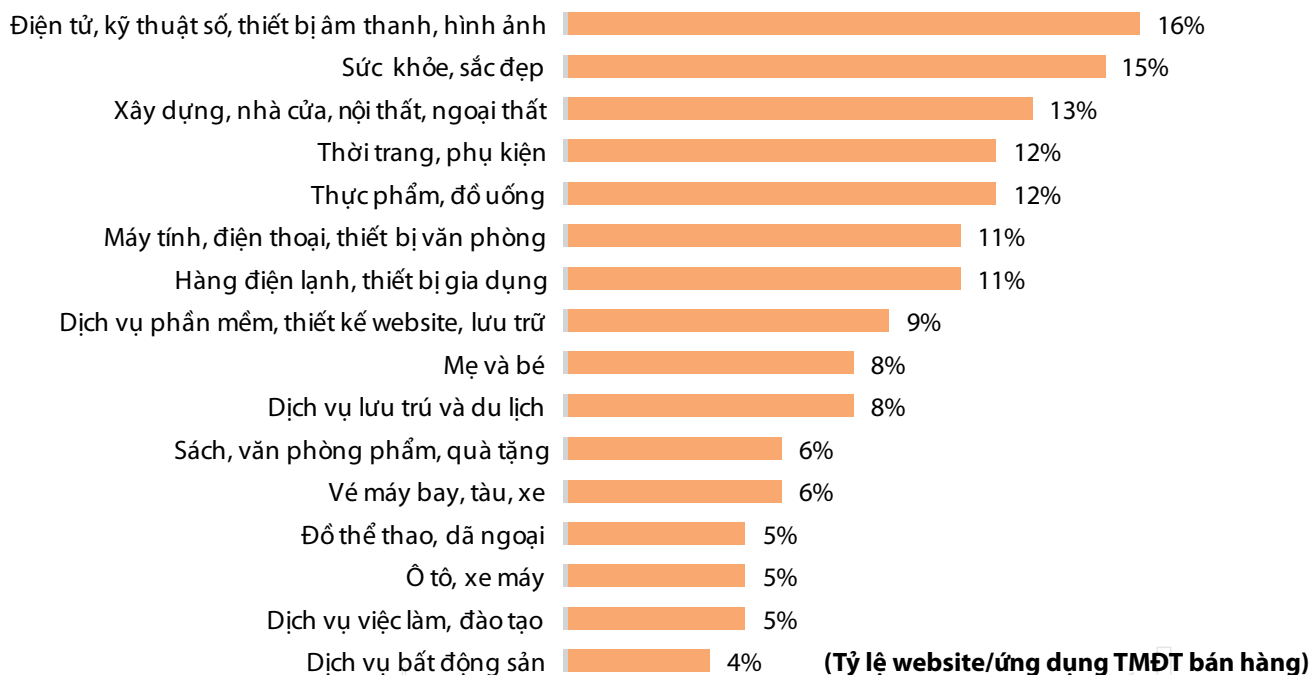
²⁶ Thanh toán điện tử bao gồm các hình thức thanh toán sau: Chuyển khoản, Thẻ thanh toán quốc tế, ví điện tử, thẻ cào (thẻ điện thoại, thẻ game) v.v...

4.3. Đơn vị cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán được tích hợp trên website, ứng dụng di động

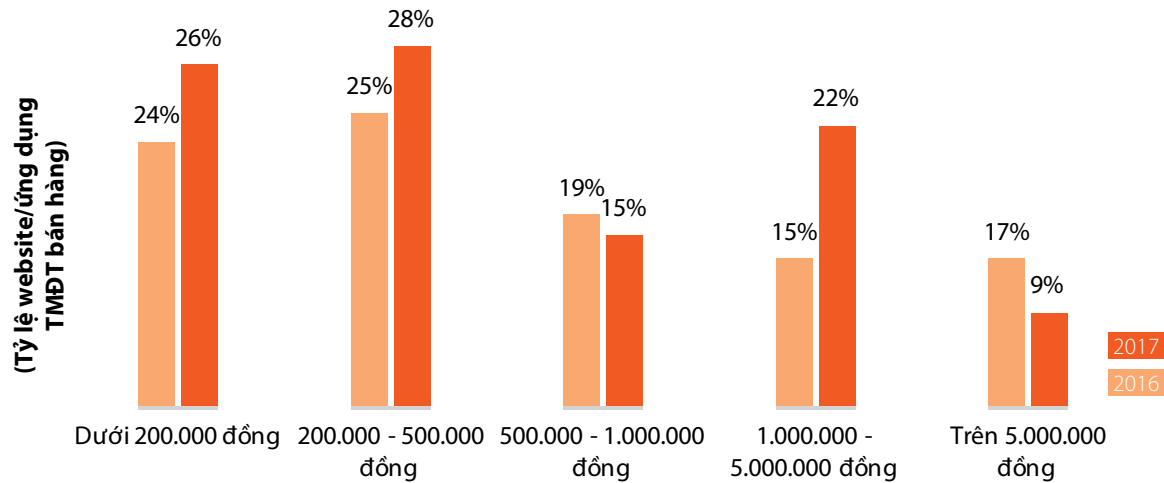


III. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BÁN HÀNG

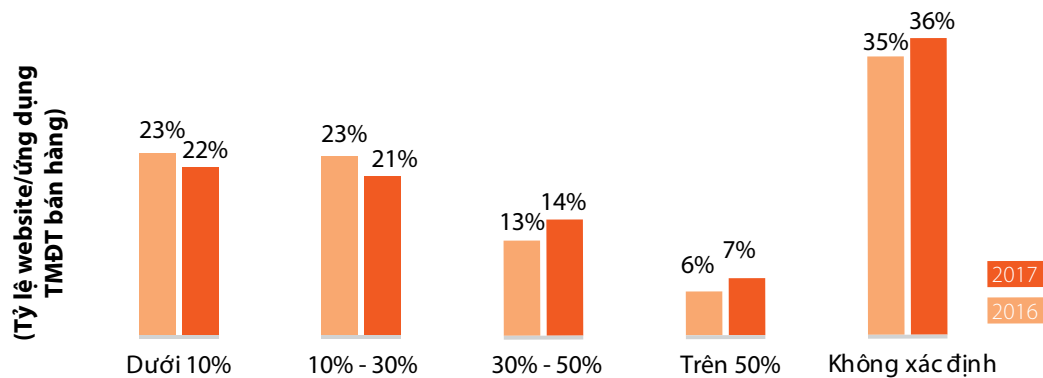
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng



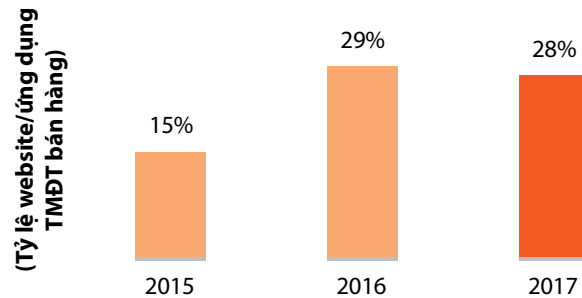
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng TMĐT bán hàng



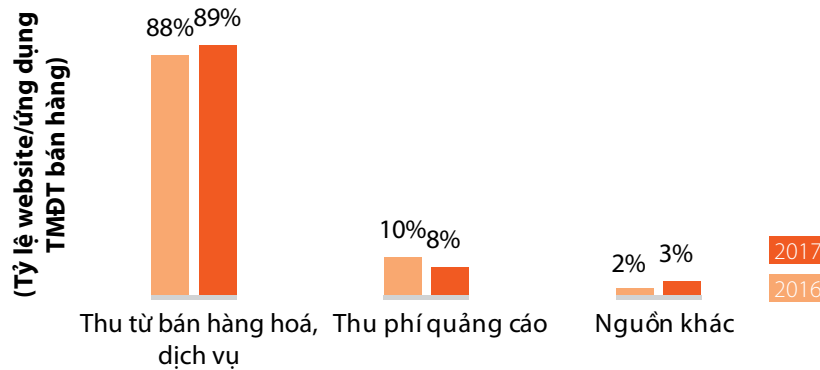
3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên



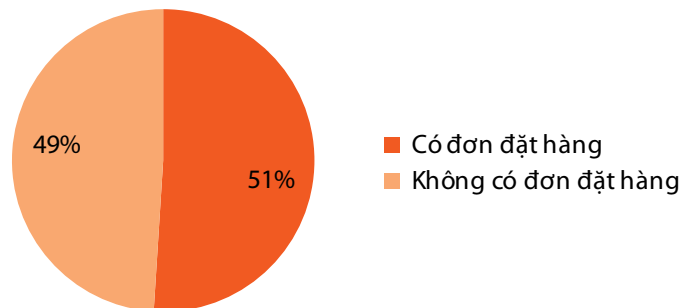
4. Tỷ lệ website, ứng dụng TMĐT bán hàng từng có đơn hàng ảo²⁷



5. Nguồn thu chính của website, ứng dụng di động

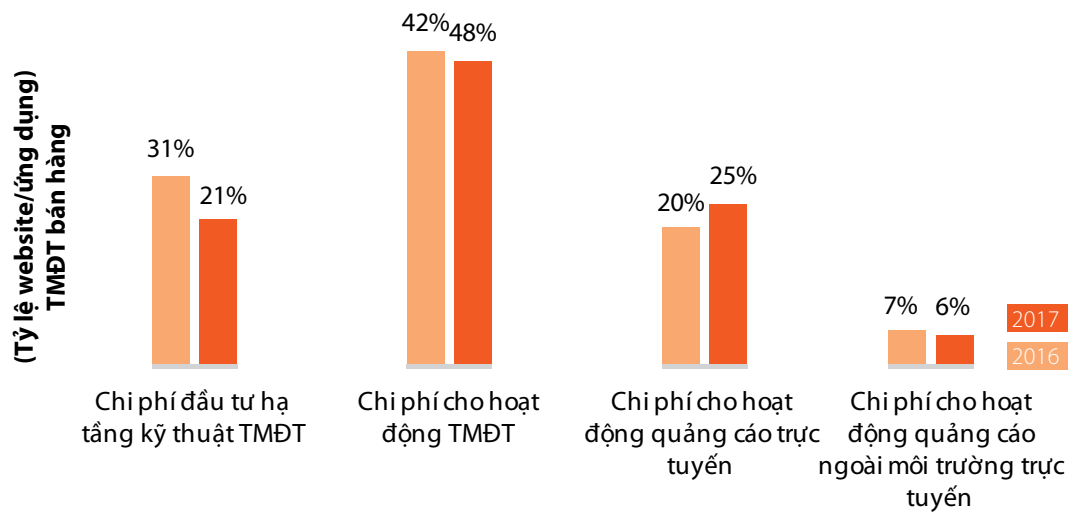


6. Tỷ lệ doanh nghiệp có đơn đặt hàng qua ứng dụng di động



²⁷Đơn hàng ảo là đơn hàng không xác định được người mua do người mua đặt hàng với thông tin sai hoặc do đơn hàng bị hủy ngay sau khi đặt hàng hoặc người mua không tiến hành xác nhận đơn hàng

7. Cơ cấu chi phí của doanh nghiệp đầu tư cho website, ứng dụng TMĐT bán hàng



8. Hiệu quả kinh doanh

8.1. Doanh thu website, ứng dụng TMĐT bán hàng

Năm	Số lượng website, ứng dụng TMĐT bán hàng ²⁸	Ước tính doanh thu (tỷ đồng)
2015	839	11.624
2016	1.181	11.300
2017	1.492	23.196

²⁸ Số lượng website, ứng dụng TMĐT bán hàng cung cấp số liệu về doanh thu

8.2. Tỷ lệ doanh thu của các website, ứng dụng TMĐT bán hàng



Thị phần doanh thu của các website, ứng dụng TMĐT bán hàng²⁹

Tên đơn vị	Website
Công ty CP Bán lẻ kỹ thuật số FPT	fptshop.com.vn
Công ty TNHH Thương mại VHC	hc.com.vn
Công ty CP Hàng không Jetstar Pacific Airlines	jetstar.com
Công ty CP Mạng trực tuyến META	meta.vn
Công ty CP Công nghệ thông tin Nam Á	nama.vn
Công ty CP Giáo dục Topica English	native.edu.vn
Công ty CP Pico	pico.vn
Công ty CP Thế giới di động	thegioididong.com
Tổng Công ty Hàng không Việt Nam - CTCP	vietnamairlines.com
Công ty TNHH Amway Việt Nam	amway2u.com.vn

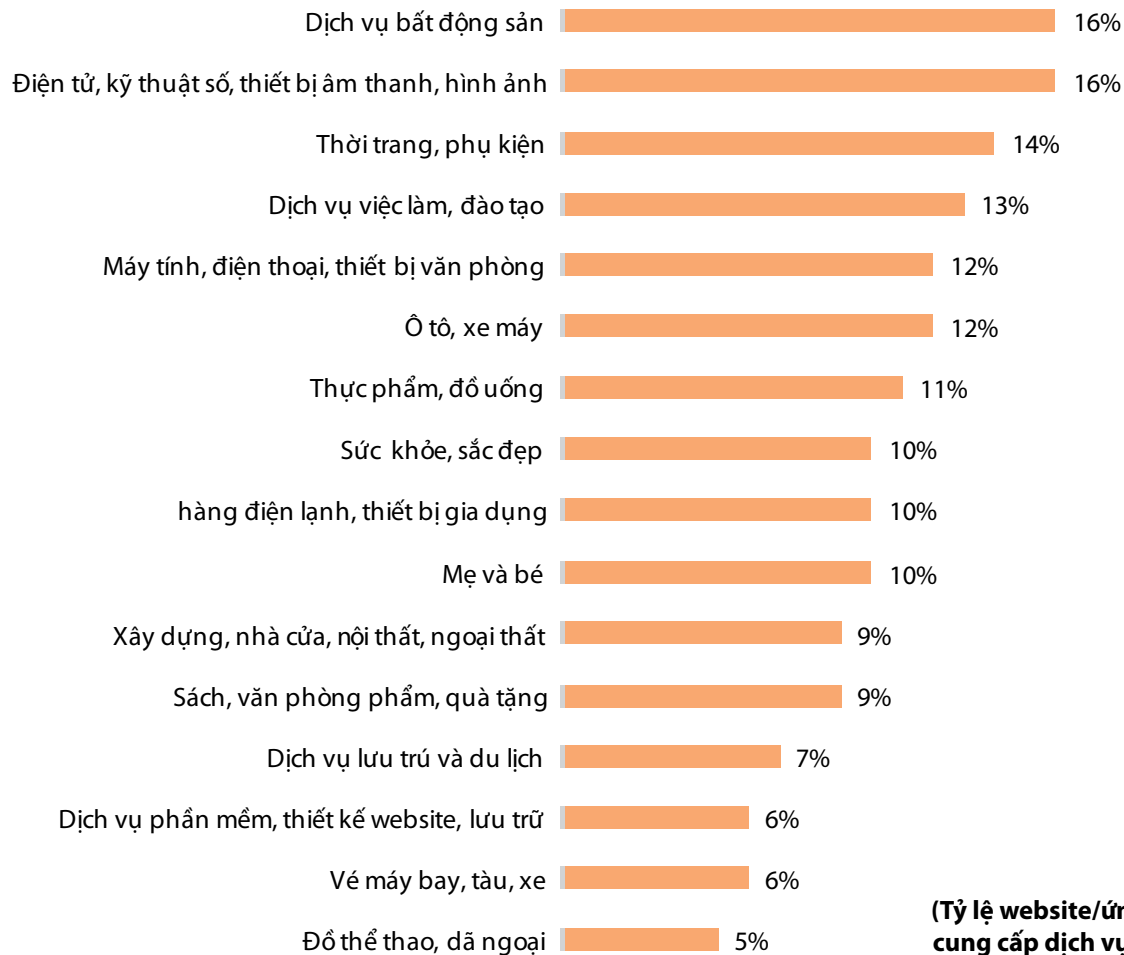
Danh sách các website TMĐT bán hàng tham gia khảo sát có doanh thu cao từ hoạt động bán hàng³⁰

²⁹ Thị phần doanh thu được tính dựa trên số liệu của 1.492 website, ứng dụng TMĐT bán hàng cung cấp số liệu về doanh thu

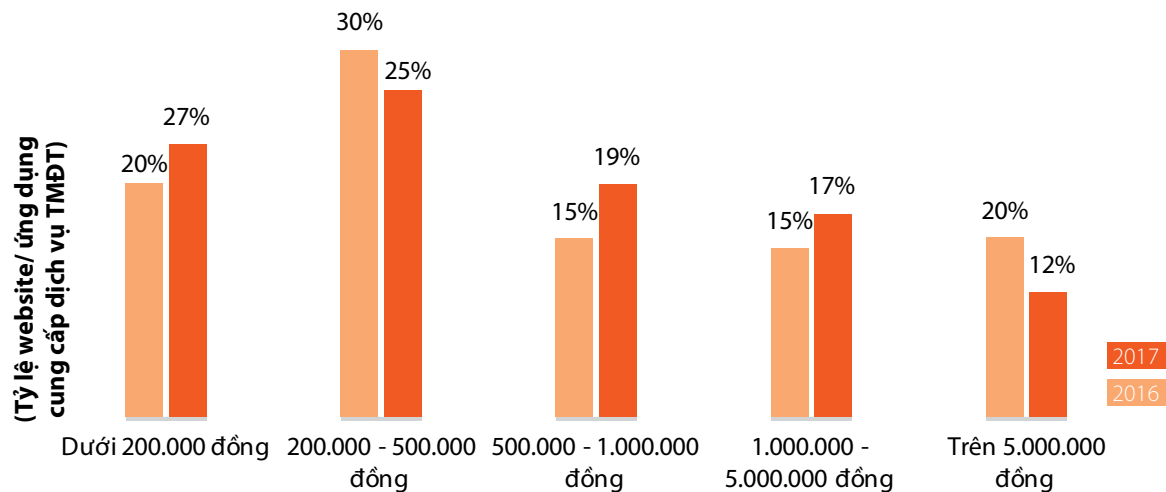
³⁰ Số liệu do doanh nghiệp cung cấp. Thứ tự website không phản ánh xếp hạng doanh nghiệp

IV. TÌNH HÌNH KINH DOANH TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG CUNG CẤP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

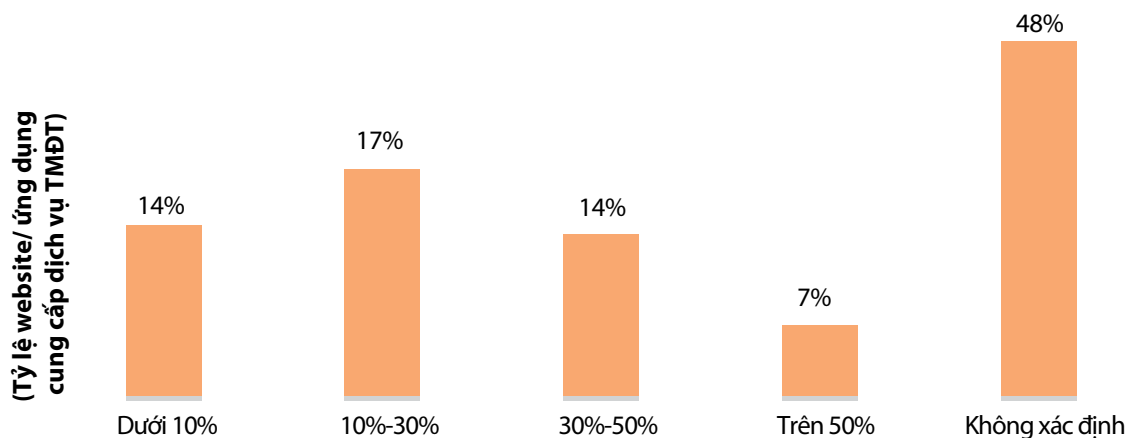
1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ bán chạy trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



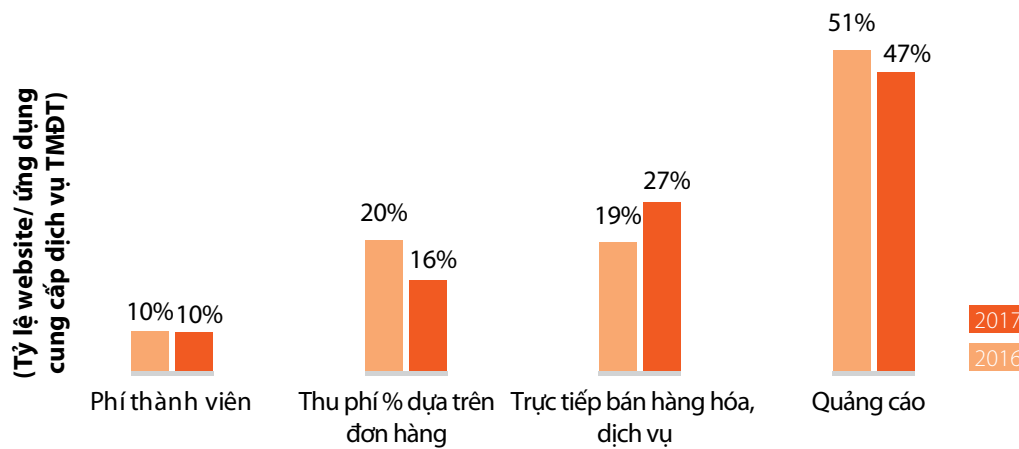
2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần thứ hai trở lên



4. Nguồn thu chính của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



5. Tình hình kinh doanh của website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT



Thị phần doanh thu của các website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT³¹

³¹ Trong số 423 website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT tham gia khảo sát có cung cấp thông tin cho biết tổng doanh thu trong năm 2017 ước đạt 12.147 tỷ đồng. Trong đó, 10 website hàng đầu chiếm tới 82% tổng doanh thu.

Tên đơn vị	Website
Công ty CP Dịch vụ thương mại tổng hợp VinCommerce	adayroi.com
Công ty CP Giải pháp công nghệ Hòa Bình	chodientu.vn
Công ty TNHH Chợ Tốt	chotot.vn
Công Ty CP Giáo dục Topica English	edumall.vn
Công ty TNHH Recess	lazada.vn
Công ty TNHH Thương mại điện tử LOTTE Việt Nam	lotte.vn
Công ty TNHH Shopee	shopee.vn
Công ty CP Công nghệ Sen Đỏ	sendo.vn
Công ty Cổ phần Tiki	tiki.vn
Công ty CP Navigos Group Việt Nam	vietnamworks.com

Danh sách các website, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT có doanh thu cao³²

V. KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI KHI VẬN HÀNH WEBSITE THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Doanh nghiệp đánh giá về các khó khăn, trở ngại khi vận hành website TMĐT theo thang điểm từ 0 - 2 (không cản trở: 0, cản trở nhiều: 2).

Khó khăn, trở ngại khi vận hành website TMĐT	Mức độ (tính theo thang điểm từ 0 - 2)	
	Năm 2016	Năm 2017
Khách hàng lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán	0,65	0,78
Khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa	0,87	0,89
Khó khăn trong tích hợp thanh toán điện tử	0,91	0,86
An ninh mạng chưa đảm bảo	1,02	1,00
Khách hàng lo ngại vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến	1,01	1,00
Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu	1,05	1,02
Cạnh tranh không lành mạnh	1,22	1,03
Chi phí vận chuyển, giao nhận còn cao	1,08	1,05

³² Số liệu do doanh nghiệp cung cấp. Thứ tự website không phản ánh xếp hạng doanh nghiệp

PHỤ LỤC



PHỤ LỤC 1: NGÀY MUA SẮM TRỰC TUYẾN 2017

Ngày mua sắm trực tuyến – Online Friday được Chính phủ phê duyệt tổ chức thường niên vào ngày Thứ 6 đầu tiên của tháng 12. Ngày mua sắm trực tuyến năm 2017 được tổ chức vào thứ 6 ngày 1/12/2017. Thống kê số lượng truy cập của người tiêu dùng từ website www.OnlineFriday.vn và từ website của các doanh nghiệp trong ngày này như sau:

I. THỐNG KÊ TRUY CẬP

1. Số lượng truy cập

- Tổng số lượt truy cập: 2,8 triệu lượt
- Số lượt khách truy cập cao nhất tại một thời điểm: 24.000 lượt
- Số lượt hiển thị thông tin chương trình khuyến mại: 25 triệu lượt
- Số lượt xem thông tin sản phẩm: 4,8 triệu lượt

2. Số lượng tương tác trên di động

- Số lượt tải App Online Friday: 105.000 lượt tải
- Số lượt xem thông tin trên App Online Friday: 806.836 lượt
- Tổng số lượt quét mã QR tham gia chương trình Deal giá sốc: 1,3 triệu lượt

II. THỐNG KÊ GIAO DỊCH

- Tổng số doanh nghiệp tham gia: 3.000 doanh nghiệp
- Tổng doanh thu của các doanh nghiệp: 1.223.815.000.000 VNĐ (tăng 2,6 lần so với ngày trung bình năm)



- Tổng giá trị hàng hóa giao dịch trong Online Friday ước tính: 1.549.768.000.000 VNĐ (Tỷ lệ giảm giá trung bình so với giá thị trường: 21%)
- Tổng số đơn hàng: 1.347,000 đơn hàng (tăng 3,13 lần so với ngày trung bình năm)
- Tổng số sản phẩm được doanh nghiệp cập nhật trên hệ thống: 97.000 sản phẩm
- Tổng số sản phẩm đảm bảo được Ban tổ chức lựa chọn và dán nhãn “Đảm bảo” được miễn phí chuyển phát và áp dụng khuyến mại hoàn tiền khi thanh toán điện tử: 3.600 sản phẩm
- Nhóm sản phẩm có số lượng truy cập và quan tâm mua sắm lớn nhất: Hàng tiêu dùng, đồ điện tử và thời trang

Thông tin	2014	2015	2016	2017
Lượt truy cập	400.000	2,5 triệu	2,4 triệu	2,8 triệu
Số lượng doanh nghiệp tham gia	1.000	2.271	3.000	3.000
Sản phẩm đảm bảo	X	X	100	3.600
Lượt tải app	X	5.000	10.000	105,000
Lượt quét QR	X	X	90.000	1,3 triệu
Tổng Doanh số	154 tỷ đồng	579 tỷ đồng	967 tỷ đồng	1.223 tỷ đồng
Đơn hàng	160.000 đơn	701.000 đơn	631.000 đơn	1,3 triệu đơn

Tình hình giao dịch trong Ngày Mua sắm trực tuyến từ năm 2014 – 2017



PHỤ LỤC 2: BẢNG CẬP NHẬT KHUNG PHÁP LÝ CƠ BẢN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

Thời gian	Luật	
12/6/2017	Luật Quản lý ngoại thương (QLNT)	
27/11/2015	Bộ Luật Hình sự	
24/11/2015	Bộ Luật Dân sự	
26/11/2014	Luật Doanh nghiệp	
26/11/2014	Luật Đầu tư	
21/6/2012	Luật Quảng cáo	
23/11/2009	Luật Viễn Thông	
29/6/2006	Luật Công nghệ thông tin (CNTT)	
29/11/2005	Luật Giao dịch điện tử (GDĐT)	
14/6/2005	Luật Thương mại	
	Nghị định hướng dẫn Luật	Văn bản bên trên
22/5/2018	Nghị định số 81/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại	Luật Thương mại
01/3/2018	Nghị định số 28/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương	Luật QLNT
01/3/2018	Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng	Luật CNTT
15/01/2018	Nghị định số 09/2018/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam	Luật Thương mại, Luật QLNT
15/01/2018	Nghị định 08/2018/NĐ-CP sửa đổi một số Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương	Luật Thương mại
24/12/2016	Nghị định 166/2016/NĐ-CP Quy định về giao dịch điện tử trong lĩnh vực bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	
21/11/2016	Nghị định 156/2016/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23/02/2007 của Chính phủ về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	

14/11/2013	Nghị định số 181/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo	Luật Quảng cáo
13/11/2013	Nghị định số 170/2013/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 26/2007/NĐ-CP ngày 15/02/2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số và Nghị định số 106/2011/NĐ-CP ngày 23/11/2011 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 26/2007/NĐ-CP ngày 15/02/2007	Luật GDĐT
08/11/2013	Nghị định số 154/2013/NĐ-CP quy định về khu công nghệ thông tin tập trung	Luật CNTT
15/7/2013	Nghị định số 72/2013/NĐ-CP của Chính phủ về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng	Luật CNTT
16/5/2013	Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử	Luật GDĐT
22/11/2012	Nghị định số 101/2012/NĐ-CP về Thanh toán không ụng tiền mặt (thay thế Nghị định số 64/2001/NĐ-CP về hoạt động thanh toán qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán)	Luật CNTT
5/10/2012	Nghị định số 77/2012/NĐ-CP sửa đổi bổ sung Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về Chống thư rác	Luật GDĐT
23/11/2011	Nghị định số 106/2011/NĐ-CP sửa đổi bổ sung Nghị định số 26/2007/NĐ-CP về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số	Luật GDĐT
13/6/2011	Nghị định 43/2011/NĐ-CP quy định về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Luật CNTT
06/4/2011	Nghị định số 25/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Viễn thông	Luật Viễn thông
13/8/2008	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác	Luật GDĐT
08/3/2007	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng	Luật GDĐT
23/02/2007	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	Luật GDĐT
15/02/2007	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số	Luật GDĐT
	Xử lý vi phạm	Văn bản bên trên
19/11/2014	Nghị định số 124/2015/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	
14/12/2015	Nghị định số 127/2015/NĐ-CP về tổ chức và hoạt động thanh tra ngành Công Thương	

07/4/2014	Nghị định số 25/2014/NĐ-CP quy định về phòng, chống tội phạm và vi phạm pháp luật khác có sử dụng công nghệ cao	
13/11/2013	Nghị định số 174/2013/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và tần số vô tuyến điện	
12/11/2013	Nghị định số 158/2013/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao du lịch và quảng cáo	
Thông tư hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định		
20/08/2018	Thông tư số 21/2018/TT-BCT sửa đổi một số điều của Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014 của Bộ Công Thương quy định về quản lý website thương mại điện tử và thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công Thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng di động	Nghị định số 52/2013/NĐ-CP
29/12/2017	Thông tư số 23/2017/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 37/2016/TT-NHNN ngày 30 tháng 12 năm 2016 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng quốc gia	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP
19/12/2017	Thông tư số 134/2017/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trên thị trường chứng khoán	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
15/12/2017	Thông tư số 133/2017/TT-BTC quy định về giao dịch điện tử trong hoạt động nghiệp vụ kho bạc nhà nước	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
19/12/2017	Thông tư số 41/2017/TT-BTTTT quy định sử dụng chữ ký số cho văn bản điện tử trong cơ quan nhà nước	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP
06/6/2016	Thông tư số 04/2016/TT-BCT Sửa đổi, bổ sung một số Thông tư của Bộ trưởng Bộ Công Thương về thủ tục hành chính trong lĩnh vực thương mại điện tử, hóa chất, sản xuất kinh doanh rượu, nhượng quyền thương mại, hoạt động mua bán hàng hóa qua sở giao dịch hàng hóa, năng lượng, an toàn thực phẩm và điện lực	
31/12/2015	Thông tư số 59/2015/TT-BCT quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động	Nghị định số 52/2013/NĐ-CP
18/8/2015	Thông tư số 24/2015/TT-BTTTT quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet	Nghị định số 72/2013/NĐ-CP
28/7/2015	Thông tư số 110/2015/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
31/12/2014	Thông tư số 46/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt	Nghị định số 101/2012/NĐ-CP

11/12/2014	Thông tư số 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán	Nghị định số 101/2012/NĐ-CP
05/12/2014	Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website thương mại điện tử (thay thế Thông tư số 12/2013/TT-BCT quy định thủ tục thông báo, đăng ký và công bố thông tin liên quan đến website thương mại điện tử)	Nghị định số 52/2013/NĐ-CP
10/9/2012	Thông tư liên tịch số 10/2012/TTLT-BCA-BQP-BTP-BTTTT-VKSNDTC-TANDTC hướng dẫn áp dụng quy định của Bộ Luật hình sự về một số tội phạm trong lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông	Bộ Luật Hình sự
14/3/2011	Thông tư số 32/2011/TT-BTC hướng dẫn về khởi tạo, phát hành và sử dụng hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
15/11/2010	Thông tư số 25/2010/TT-BTTTT quy định việc thu thập, sử dụng, chia sẻ, đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin cá nhân trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP
9/11/2010	Thông tư số 23/2010/TT-NHNN quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng Hệ thống Thanh toán điện tử liên ngân hàng	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP
28/9/2010	Thông tư số 153/2010/TT-BTC hướng dẫn thi hành Nghị định số 51/2010/NĐ-CP ngày 14/5/2010 của Chính phủ quy định về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ	Nghị định số 51/2010/NĐ-CP
22/7/2010	Thông tư số 17/2010/TT-BKH quy định chi tiết thi điểm đầu thầu qua mạng	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP
14/12/2009	Thông tư số 37/2009/TT-BTTTT quy định về hồ sơ và thủ tục liên quan đến cấp phép, đăng ký, công nhận các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP
31/7/2009	Thông tư số 26/2009/TT-BTTTT quy định về việc cung cấp thông tin và đảm bảo khả năng truy cập thuận tiện đối với trang thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP
16/03/2009	Thông tư số 50/2009/TT-BTC về việc hướng dẫn giao dịch điện tử trên thị trường chứng khoán	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP
02/03/2009	Thông tư số 03/2009/TT-BTTTT quy định về mã số quản lý và mẫu giấy chứng nhận mã số quản lý đối với nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử, tin nhắn; nhà cung cấp dịch vụ tin nhắn qua mạng Internet	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP
30/12/2008	Thông tư số 12/2008/TT-BTTTT hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 90/2008/NĐ-CP của Chính phủ về chống thư rác	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP
15/09/2008	Thông tư số 78/2008/TT-BTC hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP



PHỤ LỤC 3: DANH SÁCH TỈNH/ THÀNH PHỐ BAN HÀNH KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ GIAI ĐOẠN 2016 – 2020

STT	Địa phương	Văn bản ban hành
1	An Giang	Quyết định số 1402/QĐ-UBND ngày 24/5/2016
2	Bạc Liêu	Quyết định số 85/KH-UBND ngày 22/11/2016
3	Bà Rịa Vũng Tàu	Quyết định số 710/QĐ-UBND ngày 28/3/2017
4	Bắc Giang	Quyết định số 988/QĐ-UBND ngày 04/06/2015
5	Bắc Kạn	Quyết định số 1119/QĐ-UBND ngày 30/07/2015
6	Bến Tre	Quyết định số 248/KH-UBND ngày 19/01/2017
7	Bình Dương	Quyết định số 304/KH-UBND ngày 25/01/2017
8	Bình Định	Quyết định số 4924/QĐ-UBND ngày 31/12/2015
9	Bình Phước	Quyết định số 1199/QĐ-UBND ngày 26/05/2016
10	Bình Thuận	Quyết định số 3798/QĐ-UBND ngày 22/12/2016
11	Cà Mau	Quyết định số 1839/QĐ-UBND ngày 26/10/2016
12	Cao Bằng	Quyết định số 2551/QĐ-UBND ngày 30/12/2016
13	Cần Thơ	Quyết định số 3886/QĐ-UBND ngày 14/12/2016
14	Đà Nẵng	Quyết định số 848/QĐ-UBND ngày 16/02/2016
15	Đắk Lắk	Quyết định số 1472/QĐ-UBND ngày 19/6/2017
16	Đắk Nông	Quyết định số 1928/QĐ-UBND ngày 04/11/2016
17	Điện Biên	Quyết định số 637/QĐ-UBND ngày 12/05/2016
18	Đồng Nai	Quyết định số 1248/QĐ-UBND ngày 05/05/2016
19	Gia Lai	Quyết định số 782/QĐ-UBND ngày 27/11/2015
20	Kiên Giang	Kế hoạch số 180/KH-UBND ngày 22/12/2017
21	Hà Giang	Quyết định số 158/KH-UBND ngày 13/10/2015
22	Hà Nam	Quyết định số 369/QĐ-UBND ngày 6/2/2018
23	Hà Nội	Quyết định số 78/CTr-UBND ngày 22/04/2016
24	Hà Tĩnh	Quyết định số 1740/QĐ-UBND ngày 24/06/2016
25	Hải Dương	Quyết định số 2433/QĐ-UBND ngày 05/09/2016
26	Hải Phòng	Quyết định số 1746/QĐ-UBND ngày 23/08/2016
27	Hậu Giang	Quyết định số 115/KH-UBND ngày 13/12/2016
28	Hòa Bình	Quyết định số 1155/QĐ-UBND ngày 28/04/2016

STT	Địa phương	Văn bản ban hành
29	TP. Hồ Chí Minh	Quyết định số 6485/QĐ-UBND ngày 12/12/2016
30	Hưng Yên	Quyết định số 860/QĐ-UBND ngày 06/05/2016
31	Kon Tum	Quyết định số 1269/QĐ-UBND ngày 26/10/2016
32	Khánh Hòa	Quyết định số 2088/QĐ-UBND ngày 20/07/2016
33	Lai Châu	Quyết định số 13/QĐ-UBND ngày 11/01/2017
34	Lạng Sơn	Quyết định số 229/QĐ-UBND ngày 08/02/2017
35	Lào Cai	Quyết định số 239/KH-UBND ngày 01/09/2016
36	Lâm Đồng	Quyết định số 2630/QĐ-UBND ngày 29/11/2016
37	Long An	Quyết định số 3977/QĐ-UBND ngày 28/10/2015
38	Ninh Bình	Quyết định số 1377/QĐ-UBND ngày 20/10/2016
39	Ninh Thuận	Quyết định số 5272/KH-UBND ngày 28/12/2016
40	Nghệ An	Quyết định số 6407/QĐ-UBND ngày 16/12/2016
41	Phú Thọ	Quyết định số 3967/KH-UBND ngày 23/09/2015
42	Phú Yên	Quyết định số 1384/QĐ-UBND ngày 23/06/2016
43	Quảng Bình	Quyết định số 2079/QĐ-UBND ngày 28/07/2015
44	Quảng Nam	Quyết định số 4104/QĐ-UBND ngày 18/11/2016
45	Quảng Ngãi	Quyết định số 428/QĐ-UBND ngày 18/03/2016
46	Quảng Trị	Quyết định số 2913/QĐ-UBND ngày 29/12/2015
47	Sơn La	Quyết định số 2021/QĐ-UBND ngày 07/09/2015
48	Sóc Trăng	Kế hoạch số 44/KH-UBND ngày 13/4/2017
49	Tiền Giang	Kế hoạch số 298/KH-UBND ngày 23/12/2016
50	Thái Bình	Quyết định số 1720/QĐ-UBND ngày 30/06/2016
51	Thái Nguyên	Quyết định số 2360/QĐ-UBND ngày 10/09/2015
52	Thanh Hóa	Quyết định số 371/QĐ-UBND ngày 06/02/2017
53	Thừa Thiên Huế	Quyết định số 97/KH-UBND ngày 23/06/2016
54	Trà Vinh	Quyết định số 127/QĐ-UBND ngày 06/02/2017
55	Vĩnh Phúc	Quyết định số 4264/QĐ-UBND ngày 28/12/2016
56	Vĩnh Long	Quyết định số 71/QĐ-UBND ngày 15/1/2015
57	Yên Bái	Quyết định số 2116/QĐ-UBND ngày 19/10/2015
58	Tuyên Quang	Kế hoạch 41/KH-UBND ngày 19/5/2017
59	Tây Ninh	Quyết định số 1087/QĐ-UBND ngày 16/5/2017

Chịu trách nhiệm xuất bản

NGUYỄN MINH HUỆ

Chủ biên

ĐẶNG HOÀNG HẢI

Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Biên tập nội dung

LẠI VIỆT ANH - LÊ THỊ HÀ

NGUYỄN HỮU TUẤN - LÊ ĐỨC ANH - LÊ THỊ THU HẰNG

Bản quyền thuộc về

CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ

BỘ CÔNG THƯƠNG

www.idea.gov.vn



BỘ CÔNG THƯƠNG
CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ
25 NGÕ QUYỀN, HOÀN KIẾM, HÀ NỘI, VIỆT NAM
WWW.IDEA.GOV.VN